

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu khoa học độc lập của riêng tôi. Các số liệu sử dụng phân tích trong luận án có nguồn gốc rõ ràng, đã công bố theo đúng quy định. Các kết quả nghiên cứu trong luận án do tôi tự tìm hiểu, phân tích một cách trung thực, khách quan và phù hợp với thực tiễn của Việt Nam. Các kết quả này chưa từng được công bố trong bất kỳ nghiên cứu nào khác.

Nghiên cứu sinh

Trương Thị Chí Bình

LỜI CẢM ƠN

Trân trọng cảm ơn các thầy giáo hướng dẫn, các thầy cô giáo trong Khoa Quản trị kinh doanh, Viện Đào tạo sau đại học, trường Đại học Kinh tế quốc dân và Viện Nghiên cứu Chiến lược Chính sách Công nghiệp đã tạo những điều kiện tốt nhất để tác giả thực hiện luận án.

Đặc biệt, xin được bày tỏ lòng biết ơn chân thành nhất đến các doanh nghiệp mà tác giả đã có điều kiện gặp gỡ, khảo sát và các chuyên gia trong các lĩnh vực liên quan, đã đóng góp những thông tin vô cùng quý báu và những ý kiến xác đáng, để tác giả có thể hoàn thành nghiên cứu này.

Nghiên cứu sinh

Trương Thị Chí Bình

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	I
LỜI CẢM ƠN	II
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	IV
DANH MỤC CÁC BẢNG, HỘP THÔNG TIN	V
DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ	VII
MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP HỖ TRỢ	
NGÀNH ĐIỆN TỬ GIA DỤNG	11
1.1 Một số luận cứ về công nghiệp hỗ trợ.....	11
1.1.1 Thuật ngữ công nghiệp hỗ trợ.....	11
1.1.2 Bản chất của công nghiệp hỗ trợ.....	18
1.1.3 Vai trò của công nghiệp hỗ trợ.....	23
1.1.4 Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển công nghiệp hỗ trợ.....	25
1.2 Công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử gia dụng.....	36
1.2.1 Khái niệm công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử gia dụng	36
1.2.2 Nhân tố tác động đến công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử gia dụng.....	41
1.3 Bài học kinh nghiệm quốc tế.....	45
1.3.1 Kinh nghiệm về phát triển công nghiệp hỗ trợ.....	45
1.3.2 Kinh nghiệm phát triển công nghiệp hỗ trợ ngành công nghiệp điện tử.....	49
1.3.3 Kết luận tham khảo cho Việt Nam.....	53
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG VÀ TRIỂN VỌNG PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP HỖ TRỢ NGÀNH	
ĐIỆN TỬ GIA DỤNG Ở VIỆT NAM.....	57
2.1 Thực trạng phát triển công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử gia dụng ở Việt Nam....	57
2.1.1 Thực trạng phát triển công nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam	57
2.1.2 Công nghiệp hỗ trợ ngành công nghiệp điện tử ở Việt Nam	61
2.1.3 Công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử gia dụng ở Việt Nam.....	69
2.2 Triển vọng phát triển công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử gia dụng ở Việt Nam.....	76
2.2.1 Cách tiếp cận đánh giá	76
2.2.2 Kết quả nghiên cứu đánh giá	81
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP HỖ TRỢ NGÀNH ĐIỆN TỬ GIA DỤNG	
Ở VIỆT NAM.....	104
3.1 Bối cảnh phát triển công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử gia dụng Việt Nam	104
3.1.1 Bối cảnh toàn cầu và khu vực	104
3.1.2 Môi trường kinh doanh của Việt Nam	105
3.1.3 Xu thế phát triển trong ngành công nghiệp điện tử.....	106
3.2 Giải pháp phát triển công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử gia dụng	108
3.2.1 Các giải pháp chủ yếu	108
3.2.2 Giải pháp thúc đẩy phát triển công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử gia dụng	142
KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ	151
DANH MỤC CÔNG TRÌNH LIÊN QUAN CỦA TÁC GIẢ	154
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	155
PHẦN PHỤ LỤC	163

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

ASEAN	<i>The Association of Southeast Asian Nations</i> Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
CLKN	Cụm liên kết ngành
CNĐT	Công nghiệp điện tử
CNHT	Công nghiệp hỗ trợ
CNTT	Công nghệ thông tin
CSDL	Cơ sở dữ liệu
DNNN	Doanh nghiệp nhà nước
DNNVV	Doanh nghiệp nhỏ và vừa
ĐTGD	Điện tử gia dụng
FDI	<i>Foreign Direct Investment</i> Đầu tư trực tiếp nước ngoài
KCN	Khu công nghiệp
KCNHT	Khu công nghiệp hỗ trợ
MLSX	Mạng lưới sản xuất
NXB	Nhà xuất bản
JETRO	<i>The Japan External Trade Organization</i> Cơ quan xúc tiến ngoại thương Nhật Bản
TĐĐQG	Tập đoàn đa quốc gia
TV	Sản phẩm điện tử truyền hình
UNIDO	<i>The United Nations Industrial Development Organization</i> Tổ chức phát triển công nghiệp của Liên Hiệp Quốc
VCCI	<i>Vietnam Chamber of Commerce and Industry</i> Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam
VDF	<i>Viet Nam Development Forum</i> Diễn đàn phát triển Việt Nam
VUĐN	Vườn ươm doanh nghiệp

DANH MỤC CÁC BẢNG, HỘP THÔNG TIN

Bảng 1.1	Tình hình ngành công nghiệp điện tử và CNHT trong ngành ở một số quốc gia ASEAN	51
Bảng 2.1	Tỉ lệ nội địa hoá các sản phẩm ĐTGD ở Việt Nam	69
Bảng 2.2	Sản lượng sản phẩm ĐTGD ở ASEAN	72
Bảng 2.3	Đánh giá CNHT trong ngành ĐTGD Việt Nam	75
Bảng 2.4	Tình hình cung ứng cho các tập đoàn lắp ráp ĐTGD tại Việt Nam	81
Bảng 2.5	Tiêu chuẩn lựa chọn doanh nghiệp cung ứng	86
Bảng 2.6	Cách thức kết nối doanh nghiệp lắp ráp và cung ứng	88
Bảng 2.7	Mức nhựa phun máy cho một số sản phẩm CNHT	92
Bảng 3.1	Đề xuất về nhóm sản phẩm CNHT ngành điện tử	110
Bảng 3.2	Đề xuất chương trình phát triển CNHT ngành ĐTGD Việt Nam	116
Bảng 3.3	Đề xuất nội dung CSDL CNHT các linh kiện kim loại	126
Bảng 3.4	Đề xuất thành phần vườn ươm doanh nghiệp CNHT	138
Hộp 1.1	Rủi ro của các nhà cung ứng linh kiện ô tô	32
Hộp 1.2	Khu vực tập trung các DNNVV Oida, Tokyo	33
Hộp 2.1	Năng lực sản xuất linh kiện trong CNĐT gia dụng	70
Hộp 2.2	Công ty Sanyo HA Asean	83
Hộp 2.3	Cung ứng linh kiện nhựa	84
Hộp 2.4	Công ty TNHH Canon Việt Nam	87
Hộp 2.5	Các hội chợ về CNHT của JETRO tại Việt Nam	89
Hộp 2.6	Trở ngại của doanh nghiệp cung ứng nội địa	91
Hộp 2.7	Cách thức kinh doanh của doanh nghiệp tư nhân Việt Nam	94
Hộp 2.8	“Bí quyết” của sản xuất CNHT	95
Hộp 2.9	Diện tích nhà xưởng cho doanh nghiệp sản xuất phụ trợ	96
Hộp 2.10	Cụm linh kiện sản xuất xe máy VMEP	97

DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ

Hình 1.1	Khái niệm CNHT của Nhật Bản	12
Hình 1.2	Khái niệm CNHT của Việt Nam	15
Hình 1.3	Các lớp cung ứng phụ trợ	17
Hình 1.4	Mạng lưới “người chơi” của lý thuyết trò chơi	28
Hình 1.5	Mạng lưới “người chơi” trong CNHT	29
Hình 1.6	Mạng lưới “người chơi” trong CNHT ở một quốc gia	29
Hình 1.7	Lộ trình nội hoá của mỗi quốc gia	34
Hình 1.8	Quy trình sản xuất các sản phẩm ĐTGD	38
Hình 1.9	CNHT của ngành điện tử gia dụng	40
Hình 1.10	Các giai đoạn phát triển CNHT ngành điện tử ASEAN	49
Hình 2.1	Tổng giá trị sản xuất công nghiệp ngành điện tử	62
Hình 2.2	Tăng trưởng của CNĐT Việt Nam	63
Hình 2.3	Cơ cấu ngành công nghiệp điện tử Việt Nam	65
Hình 2.4	Sản phẩm chủ yếu ngành công nghiệp điện tử	66
Hình 2.5	Số lượng TV sản xuất ở 4 quốc gia năm 2006	71
Hình 2.6	Tình hình cung ứng linh kiện tại 3 tập đoàn Nhật Bản	83
Hình 2.7	Cách thức gia tăng năng lực cung ứng	90
Hình 2.8	Chi phí sản xuất xe ô tô Innova của hãng Toyota	98
Hình 3.1	Quy trình sản xuất các sản phẩm ĐTGD	111
Hình 3.2	Định hướng phát triển CNHT ngành ĐTGD	112
Hình 3.3	Đề xuất hệ thống mô hình phát triển CNHT ở Việt Nam	130
Hình 3.4	Sơ đồ một cụm liên kết ngành	133
Hình 3.5	Sơ đồ các bước của dự án thí điểm phát triển CLKN	134

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài luận án

Ngày nay các nhà sản xuất lớn trên thế giới, các tập đoàn đa quốc gia (TĐĐQG) chỉ nắm giữ các hoạt động như nghiên cứu và triển khai, xúc tiến thương mại, phát triển sản phẩm, còn các công đoạn sản xuất, những phần công việc trước đây vẫn nằm trong dây chuyền sản xuất hoàn chỉnh, hầu hết được giao cho các doanh nghiệp bên ngoài. Như vậy, các sản phẩm công nghiệp không còn được sản xuất tại một không gian, địa điểm, mà được phân chia thành nhiều công đoạn, ở các địa điểm, các quốc gia khác nhau. Thuật ngữ công nghiệp hỗ trợ (CNHT) là cách tiếp cận sản xuất công nghiệp trong bối cảnh mới này.

Qua hai mươi năm *đổi mới*, công nghiệp Việt Nam đã có những bước phát triển mạnh mẽ, chuyển sang cơ chế thị trường, bước đầu hội nhập vào nền kinh tế khu vực và thế giới. Tuy vậy, tỷ lệ giá trị gia tăng trong giá trị sản xuất công nghiệp lại đang có dấu hiệu đi xuống. Theo Bộ Công Thương (2008a), năm 1995 VA/GO toàn ngành công nghiệp là 42,5%; đến năm 2000, tỷ lệ này chỉ còn 38,45%; năm 2005 còn 29,63%; năm 2007 đạt 26,3%; dự báo năm 2010 chỉ còn 23%. Trong đó, thấp nhất là ngành công nghiệp điện tử và công nghệ thông tin với 13,81% [8, tr.17]. Một trong những lý do quan trọng của tình trạng này, là sự yếu kém của các ngành CNHT.

Sau vài năm xuất hiện ở Việt Nam, thuật ngữ “công nghiệp hỗ trợ” (cụm từ “công nghiệp phụ trợ” dịch từ tiếng Anh “Supporting Industry” đã được sử dụng rộng rãi ở Việt Nam từ năm 2003 cho đến năm 2007, khi Bộ Công nghiệp (cũ) chính thức sử dụng cụm từ “công nghiệp hỗ trợ”. Trong tài liệu này, hai cụm từ trên có nghĩa tương đương) đã trở thành vấn đề nóng bỏng, không chỉ của riêng Bộ Công Thương và các nhà nghiên cứu, mà đã được các cơ quan chính phủ, các tổ chức hỗ trợ doanh nghiệp, doanh nghiệp và cả cộng đồng xã hội quan tâm. Đã có nhiều chuyển biến đáng kể trong nhận thức cũng như trong hoạt động của các

doanh nghiệp sản xuất Việt Nam. Khả năng nội địa hóa trong một số ngành đã gia tăng, như công nghiệp xe máy đã đạt đến 95%. Tuy nhiên trong đa số các ngành khác, như công nghiệp điện tử, tỷ lệ cung ứng trong nước chỉ khoảng 15%, tập trung vào các chi tiết có kích thước công kênh với giá trị thấp và hầu hết do các doanh nghiệp sản xuất linh phụ kiện có vốn đầu tư nước ngoài cung cấp [8]. Mặc dù đã có rất nhiều nỗ lực từ phía doanh nghiệp, sự giúp đỡ của các cơ quan hỗ trợ, nhưng trình độ phát triển CNHT của Việt Nam còn thấp xa so với kỳ vọng và so với yêu cầu. Việc nghiên cứu tìm ra nguyên nhân đích thực của tình trạng này, từ đó, đề xuất định hướng và giải pháp phát triển hợp lý CNHT vừa là nhiệm vụ cấp thiết, vừa là nhiệm vụ cơ bản để công nghiệp Việt Nam phát triển.

Trong điều kiện toàn cầu hoá và khoa học công nghệ phát triển mạnh mẽ, xuất hiện hàng loạt các yếu tố đòi hỏi phải tính đến, để bảo đảm “tính hợp lý” trong phát triển CNHT. Trong đó có yếu tố về tư duy kinh tế toàn cầu, việc đặt nền kinh tế mỗi quốc gia trong mạng lưới sản xuất và phân phối toàn cầu, yếu tố về xử lý mối quan hệ giữa nhà nước, doanh nghiệp và thị trường. Về lý thuyết, cho đến nay, đó là những vấn đề vẫn chưa được lý giải rõ ràng; về thực tế, vẫn còn những quan điểm khác nhau về phát triển CNHT ở những nước đang trong quá trình công nghiệp hoá như Việt Nam. Chính sách phát triển CNHT quốc gia, vì vậy, cần phải phù hợp với xu hướng toàn cầu hoá và hội nhập có hiệu quả vào đời sống kinh tế quốc tế.

Trước đòi hỏi đối với tiến trình phát triển và hội nhập đó, phát triển CNHT, nhất là trong các ngành công nghiệp thâm dụng công nghệ, đang là thách thức rất lớn đặt ra cho Việt Nam. Nhằm cụ thể và thực tiễn hoá các nội dung nghiên cứu, đề tài được giới hạn vào CNHT cho ngành điện tử gia dụng (ĐTGD), như là một trường hợp nghiên cứu điển hình. ĐTGD là ngành có tính đại diện cao cho một quốc gia đang phát triển có dân số đông, trong bối cảnh tiến bộ khoa học công nghệ và toàn cầu hoá. Dù là lĩnh vực đang phát triển khá mạnh

mẽ ở Việt Nam, nhưng mới đây, việc một số tập đoàn ĐTGD đóng cửa nhà máy sản xuất là tín hiệu báo động, khẩn cấp đòi hỏi các chính sách phát triển CNHT hiệu quả, thiết thực. Bởi lẽ, cùng với việc nâng cao năng lực sản xuất, nền CNHT phát triển sẽ là yếu tố mạnh nhất để thu hút và giữ chân các nhà đầu tư nước ngoài một cách bền vững. Như vậy, phát triển CNHT không chỉ nhằm mục tiêu gia tăng năng lực cạnh tranh quốc gia, mà còn là công cụ quan trọng để Việt Nam hội nhập kinh tế quốc tế nhanh chóng.

Trước tình hình như vậy, đề tài **“Phát triển công nghiệp hỗ trợ trong ngành điện tử gia dụng ở Việt Nam”** đã được lựa chọn nghiên cứu.

2. Tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài

2.1 Tình hình nghiên cứu trên thế giới

Năm 1990, “Công nghiệp liên quan và hỗ trợ” đã được M. Porter nhắc đến trong “Lợi thế cạnh tranh của các quốc gia” (*The competitive advantage of nations, Harvard business review 1990*). Trong đó, cụm từ này đã được phân tích như là một trong năm yếu tố quyết định đến lợi thế cạnh tranh của một quốc gia.

Nhưng các nghiên cứu về CNHT nhiều nhất vẫn là ở các quốc gia Đông Á, đặc biệt là Nhật Bản, nơi ra đời khái niệm CNHT. Tình hình thuê ngoài và các nhà cung ứng cho các doanh nghiệp sản xuất của Nhật Bản đã được phân tích trong “*Chi nhánh các nhà lắp ráp Nhật Bản ở châu Á*” (Japanese-Affiliated Manufactures in Asia), JETRO thực hiện năm 2003; và “*Báo cáo khảo sát các bộ phận ở nước ngoài của các công ty lắp ráp Nhật Bản*” (Survey report on overseas business operations by Japanese manufacturing companies) do Ngân hàng hợp tác quốc tế Nhật Bản (JBIC) xuất bản năm 2004. Báo cáo chỉ ra rằng, chi nhánh các tập đoàn Nhật Bản ở châu Á, đặc biệt là Thái Lan, Ma-lay-xi-a, In-đô-nê-xi-a đã sử dụng hệ thống thầu phụ được hình thành với vai trò mạnh mẽ của các doanh nghiệp sản xuất linh kiện có vốn đầu tư từ Nhật Bản.

Năm 2002, Tổ chức năng suất châu Á (Asian productivity Organisation) đã đúc kết kinh nghiệm phát triển CNHT trong cuốn “*Đẩy mạnh công nghiệp hỗ trợ: các kinh nghiệm của châu Á*” (Strengthening of supporting Industries: Asian Experiences). Đây là tài liệu hữu ích cho các nước đang phát triển về chính sách phát triển CNHT qua các thời kỳ ở Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan. Các chính sách này tập trung vào một số điểm chính: thu hút đầu tư nước ngoài vào phát triển CNHT, quy định về tỷ lệ nội địa hoá và các hỗ trợ mạnh mẽ hiệu quả từ phía Chính phủ dành cho liên kết doanh nghiệp, như là điều kiện tiên quyết để phát triển CNHT.

Liên quan đến CNHT cho ngành công nghiệp điện tử (CNĐT), năm 1998, nghiên cứu của Goh Ban Lee, đại học Sains, Ma-lay-xi-a “*Liên kết giữa các TĐĐQG và các ngành CNHT nội địa*” (Linkage between the Multinational Corporations and Local Supporting Industries) đã đánh giá rất cao vai trò của chính sách phát triển nguồn nhân lực và các chính sách hỗ trợ liên kết của chính phủ Ma-lay-xi-a giữa các tập đoàn ĐTGD của Nhật Bản với các doanh nghiệp nội địa sản xuất linh kiện cho ngành điện tử.

Năm 2002, Noor, Halim, Clarke, Roger, Driffield và Nigel chỉ ra vai trò quan trọng của hỗ trợ từ phía chính phủ cho đổi mới và sáng tạo của các doanh nghiệp nội địa trong phát triển cung ứng cho ngành điện tử, trong: “*TĐĐQG và các nỗ lực công nghệ của doanh nghiệp địa phương: trường hợp nghiên cứu ngành công nghiệp điện và điện tử Ma-lay-xi-a*” (Multinational cooperation and technological effort by local firm: a case study of the Malaysian Electronics and Electrical Industry).

2.2 Tình hình nghiên cứu tại Việt Nam

Tháng 3 năm 2004, báo cáo nghiên cứu điều tra “*Xây dựng và đẩy mạnh CNHT ở Việt Nam*” do JETRO thực hiện được coi là tài liệu đầu tiên đánh giá về các ngành CNHT ở Việt Nam. Tác giả đã khẳng định CNHT ở Việt Nam đã bắt

đầu hình thành. Mặc dù nhận thức của các cơ quan chính phủ và doanh nghiệp thời điểm đó còn rất thấp, các doanh nghiệp tư nhân và khối doanh nghiệp FDI đang vươn lên và khá chủ động trong việc nắm bắt các cơ hội.

Năm 2004, trên tạp chí Kinh tế và Phát triển, GS. Nguyễn Kế Tuấn với “*Phát triển công nghiệp phụ trợ trong chiến lược phát triển công nghiệp Việt Nam*” đã đề cập tổng quát: khái niệm, vai trò, các nhân tố tác động đến phát triển CNHT, đề xuất một số chính sách chủ yếu về phát triển CNHT, đặc biệt là quan điểm để lựa chọn xây dựng chính sách phát triển CNHT cho Việt Nam.

Năm 2005, GS. Trần Văn Thọ, trong “*Biến động kinh tế Đông Á và con đường công nghiệp hoá Việt Nam*”, đã phân tích con đường phát triển công nghiệp ở Việt Nam theo hướng toàn cầu hoá, thông qua phát triển CNHT như là lĩnh vực của hệ thống doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV).

Tại Hội thảo về CNHT của JETRO năm 2005, PGS. Phan Đăng Tuất, trong “*Trở thành nhà cung cấp cho các doanh nghiệp Nhật Bản – Con đường nào cho Việt Nam*”, trong “*Kế hoạch hành động về phát triển CNHT Việt Nam*” tại Diễn đàn Liên kết hội nhập cùng phát triển năm 2008 và trong “*CNHT, vấn đề trọng đại*” đăng trên Báo Công Thương số Tết 2009, đã khẳng định các vai trò quan trọng của CNHT đối với nền kinh tế, yêu cầu về DNNVV và sự hợp tác với Nhật Bản trong phát triển CNHT ở Việt Nam.

Năm 2007, Chính phủ đã phê duyệt *Quy hoạch phát triển CNHT Việt Nam đến năm 2010, tầm nhìn đến 2020*, do Bộ Công nghiệp (cũ) soạn thảo. Trong quy hoạch này, lần đầu tiên khái niệm Công nghiệp hỗ trợ được chính thức hoá ở Việt Nam. Theo quy hoạch này, kế hoạch và các giải pháp phát triển CNHT: tạo dựng môi trường đầu tư, phát triển khoa học công nghệ, phát triển cơ sở hạ tầng, đào tạo nguồn nhân lực, liên kết doanh nghiệp đã được đề xuất cho 5 ngành công nghiệp ưu tiên: Điện tử tin học, Dệt may, Da giày, sản xuất lắp ráp ô tô, Cơ khí chế tạo.

Cuốn “*Xây dựng các ngành CNHT ở Việt Nam*”, GS. Ohno chủ biên năm 2007, đã trình bày các kết quả khảo sát về thực trạng các ngành CNHT trong chương 1 “*CNHT Việt Nam dưới góc nhìn của các nhà sản xuất Nhật Bản*”; Nguyễn Thị Xuân Thuý đã tổng kết lịch sử ra đời của khái niệm CNHT và đề xuất khái niệm cho Việt Nam trong chương 2 “*CNHT, Tổng quan về khái niệm và sự phát triển*”; Mori đã đề xuất việc xây dựng cơ sở dữ liệu CNHT ở chương IV “*Thiết kế cơ sở dữ liệu cho CNHT*”.

Về ngành CNĐT Việt Nam, năm 2005, trong cuốn sách “*Cải thiện hoạch định chính sách công nghiệp ở Việt Nam*”, Mitarai với chương “*Các vấn đề của ngành CNĐT ở các nước ASEAN và khuyến nghị với Việt Nam*” đã phân tích bài học về tận dụng lợi thế cạnh tranh quốc gia của các nước ASEAN khi phát triển CNĐT, Mori trong chương “*Chiến lược mua sắm tối ưu: Các yếu tố quyết định tỷ lệ nội địa hoá trong bối cảnh cạnh tranh và liên kết khu vực*” đã chỉ ra các vấn đề liên quan đến phát triển CNHT cho Việt Nam ở một số ngành, trong đó có CNĐT.

Năm 2006, Bộ Bưu chính Viễn thông đã công bố “*Nghiên cứu xây dựng kế hoạch tổng thể phát triển công nghiệp điện tử tại Việt Nam giai đoạn 2006 – 2010*” với các kết quả phân tích đánh giá kỹ lưỡng ngành CNĐT do Hiệp hội Doanh nghiệp điện tử thực hiện năm 2006 và đề xuất các định hướng phát triển đến năm 2010, trong đó có các chính sách quan trọng cho CNHT.

Năm 2008, Đại học Ngoại thương có đề tài “*Nghiên cứu chuỗi giá trị toàn cầu và khả năng tham gia của các doanh nghiệp ngành điện tử Việt Nam*” do TS. Nguyễn Hoàng Ánh chủ nhiệm. Nghiên cứu này chỉ ra rằng, trong giai đoạn hiện nay và sắp tới, Việt Nam nên tập trung vào công đoạn sản xuất, là khâu có thể tranh thủ sự hợp tác của các tập đoàn điện tử quốc tế, chứ chưa nên tham gia vào khâu thiết kế, phân phối của chuỗi giá trị.

Các nghiên cứu kể trên đã phản ánh được nhiều mặt bức tranh về CNHT và phát triển CNHT ở Việt Nam, trong đó có công nghiệp điện tử. Đây đều là các tài liệu có giá trị tham khảo cao. Tuy nhiên, ở tầm vĩ mô, các nghiên cứu chưa đề cập đến bản chất của CNHT, chưa phân tích thấu đáo các yếu tố tác động đến phát triển CNHT, từ đó chưa chỉ ra các căn cứ để xác định cách thức phát triển CNHT cho quốc gia đang phát triển như Việt Nam, đặc biệt là trước tác động ngày càng gia tăng của toàn cầu hoá. Ở quy mô ngành, các nghiên cứu mới chỉ phân tích CNHT trong nội vi ngành công nghiệp hạ nguồn như CNTT, mà chưa đặt trong tổng thể các ngành cung ứng khác. Vì vậy, các đề xuất chính sách và giải pháp phát triển CNHT ở Việt Nam vẫn chưa thuyết phục và thiếu tính khả thi.

3. Mục đích nghiên cứu

Mục đích bao trùm của luận án là tìm ra các luận cứ lý thuyết và thực tiễn để xác định cách thức phát triển CNHT ngành DTGD ở Việt Nam, từ đó đề xuất giải pháp pháp triển. Để triển khai mục đích trên, luận án hướng vào các mục đích cụ thể (i) Luận giải cơ sở lý luận và thực tiễn về phát triển CNHT trong ngành điện tử gia dụng (ii) Đánh giá hoạt động của CNHT ngành DTGD Việt Nam (iii) Đề xuất các giải pháp phát triển CNHT ngành DTGD.

Với các mục đích nghiên cứu như vậy, các câu hỏi cơ bản nhất đặt ra cho luận án này: (1) *Tại sao CNHT ngành điện tử gia dụng chưa phát triển ở Việt Nam?* (2) *Việt Nam có thể phát triển CNHT ngành điện tử gia dụng theo hướng nào?* (3) *Cần làm gì để hệ thống doanh nghiệp cung ứng ở Việt Nam phát triển, đáp ứng được cho các ngành công nghiệp như điện tử gia dụng?*

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Chính sách của Chính phủ có tác động điều chỉnh, định hướng cũng như hỗ trợ khuyến khích doanh nghiệp đầu tư, phát triển CNHT quốc gia và mỗi ngành công nghiệp hạ nguồn. Do vậy, đối tượng đề tài tập trung nghiên cứu là

các vấn đề liên quan đến căn cứ xác định chính sách phát triển CNHT, cả về lý luận và thực tiễn.

Trường hợp ngành ĐTGD được lựa chọn nhằm cụ thể hoá nội dung nghiên cứu. Tuy nhiên, do CNHT của mỗi ngành hạ nguồn liên quan đến nhiều ngành cung ứng khác nhau, phạm vi nghiên cứu của luận án này không chỉ trong nội vi ngành điện điện tử, mà cả các ngành như: cơ khí, nhựa, xe máy, ô tô.

5. Phương pháp nghiên cứu

- *Phương pháp kế thừa.* Luận án sử dụng kết quả nghiên cứu và số liệu thứ cấp từ các công trình khoa học có liên quan đến CNHT và CNĐT.

- *Phương pháp thống kê so sánh và phân tích đánh giá tổng hợp.* Luận án phân tích hệ thống số liệu theo chuỗi thời gian về CNHT, CNĐT và ĐTGD Việt Nam trong các giai đoạn, có so sánh với các quốc gia khác. Các hàm thống kê đã được sử dụng: tần suất, tỷ trọng, tốc độ tăng trưởng, trị số trung bình, trị số dự báo.

- *Có 2 mô hình lý thuyết kinh tế học* đã được sử dụng phân tích chính trong luận án: lý thuyết trò chơi (game theory) và mạng lưới sản xuất (production network).

- *Phương pháp điều tra khảo sát và phương pháp chuyên gia:* Nghiên cứu đã sử dụng các số liệu sơ cấp từ cuộc khảo sát riêng cho luận án, thông qua phiếu điều tra và các cuộc phỏng vấn. Các doanh nghiệp sản xuất là đối tượng chính của cuộc khảo sát, trong đó tập trung vào các doanh nghiệp cung ứng CNHT và các doanh nghiệp lắp ráp. Tác giả cũng có các cuộc phỏng vấn với các doanh nhân, các chuyên gia nghiên cứu Việt Nam và Nhật Bản, các nhà hoạch định chính sách liên quan đến CNHT và ngành điện tử ở Việt Nam. Toàn bộ số liệu khảo sát được xử lý bằng phần mềm thống kê SPSS.

6. Những đóng góp mới của luận án

(i) Tìm ra các luận cứ lý thuyết và thực tiễn về cách thức phát triển CNHT ngành ĐTGD:

- Làm rõ bản chất, thành phần, các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển CNHT, từ đó khẳng định quan điểm “hợp lý” về phát triển CNHT cho Việt Nam là dựa trên mạng lưới của “lý thuyết trò chơi”, với vai trò tích cực của các TĐĐQG và các nhà cung ứng quốc tế.

- Phân tích quy trình sản xuất các sản phẩm ĐTGD, xác định phạm vi của CNHT ngành ĐTGD bao gồm quá trình sản xuất 3 nhóm sản phẩm chính: linh kiện điện và điện tử, linh kiện kim loại, linh kiện nhựa và cao su.

- Nghiên cứu lý do CNHT ngành ĐTGD ở Việt Nam chưa phát triển: khái niệm CNHT quá rộng, được xác định chỉ trong nội vi ngành hạ nguồn nên không thể huy động các nguồn lực cho CNHT; Chính phủ chưa quan tâm phát triển CNHT, chưa thu hút doanh nghiệp FDI vào sản xuất CNHT, đã bỏ qua giai đoạn phát triển CNHT ngành ĐTGD bằng quy định nội địa hoá; năng lực của doanh nghiệp Việt Nam hiện nay còn quá yếu để cung ứng trực tiếp cho chi nhánh các TĐĐQG ở Việt Nam.

- Khẳng định, CNHT ngành ĐTGD có thể phát triển, khi Việt Nam tham gia được vào các lớp cung ứng trong mạng lưới sản xuất của các TĐĐQG.

(ii) Trên cơ sở các luận cứ này, luận án kiến nghị một số giải pháp chính để phát triển CNHT ngành ĐTGD:

- Xây dựng định hướng phát triển CNHT ngành ĐTGD Việt Nam với việc tập trung cung ứng các linh kiện kim loại và nhựa cho các lớp cung ứng trong mạng lưới sản xuất (MLSX) của các TĐĐQG, từ đó đề xuất chương trình phát triển CNHT ngành ĐTGD.

- Kiến nghị điều chỉnh *Quy hoạch phát triển CNHT Việt Nam*: xác định CNHT theo các ngành cung ứng; thu hẹp khái niệm CNHT; lựa chọn lĩnh vực ưu tiên và xây dựng chương trình hành động; xây dựng mô hình phát triển CNHT ngành ĐTGD theo 3 mức: Khu CNHT, Cụm liên kết ngành và Vườn ươm doanh nghiệp CNHT.

7. Kết cấu của luận án

Bên cạnh phần mở đầu, kết luận, phụ lục, hình vẽ và bảng biểu minh họa, nội dung luận án bao gồm 3 chương, trình bày tóm tắt như sau:

Chương 1: Cơ sở lý luận và thực tiễn về phát triển CNHT ngành điện tử gia dụng.

Chương 2: Hiện trạng và triển vọng phát triển CNHT ngành điện tử gia dụng ở Việt Nam.

Chương 3: Giải pháp phát triển CNHT ngành điện tử gia dụng ở Việt Nam.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP HỖ TRỢ NGÀNH ĐIỆN TỬ GIA DỤNG

1.1 Một số luận cứ về công nghiệp hỗ trợ

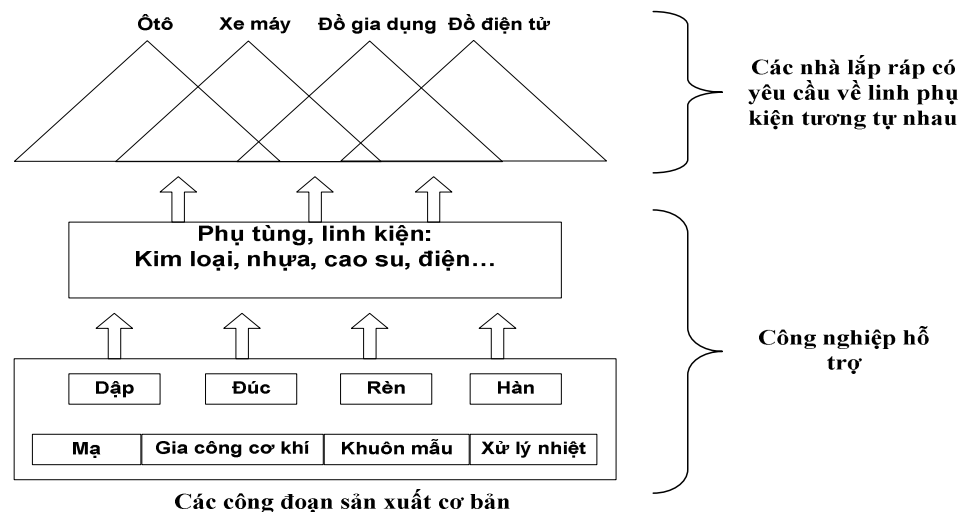
1.1.1 Thuật ngữ công nghiệp hỗ trợ

1.1.1.1 Khái niệm công nghiệp hỗ trợ

Cụm từ “Supporting Industry” (công nghiệp hỗ trợ) xuất hiện lần đầu tiên trong “*Sách trắng về Hợp tác kinh tế năm 1985*” của Bộ Công Thương Nhật Bản (MITI, nay là Bộ Kinh tế, Công nghiệp và Thương mại, METI) [85]. Trong tài liệu này, CNHT được dùng để chỉ các doanh nghiệp có đóng góp cho việc phát triển cơ sở hạ tầng công nghiệp ở các nước châu Á, hay các công ty sản xuất linh phụ kiện. Năm 1987, MITI tiếp tục giới thiệu về thuật ngữ này với định nghĩa chính thức là *các ngành cung cấp những gì cần thiết như nguyên vật liệu thô, linh phụ kiện và hàng hoá, cho các ngành công nghiệp lắp ráp*. Khái niệm CNHT ra đời và được chính phủ Nhật Bản chính thức sử dụng vào khoảng thời gian này, bởi sự phát triển mang tính lịch sử của nền kinh tế những năm đó. Sự tăng giá của đồng tiền Nhật Bản đã làm cho các doanh nghiệp Nhật giảm xuất khẩu các sản phẩm cuối cùng và chuyển các cơ sở sản xuất sang các nước có chi phí nhân công rẻ hơn. Tuy nhiên các nhà lắp ráp Nhật Bản ở nước ngoài vẫn phải nhập khẩu linh phụ kiện từ các DNNVV Nhật Bản vì các doanh nghiệp nội địa tại nước sở tại không thể đáp ứng. Thuật ngữ CNHT lúc đó được dùng để chỉ sự thiếu hụt các ngành công nghiệp như vậy ở các nước này [85]. Sau đó, thuật ngữ này đã được phổ biến đến các nước châu Á khác cùng với các chương trình hỗ trợ của Nhật Bản như New Aid Plan năm 1987, chương trình phát triển CNHT châu Á năm 1993.

Hiện nay, ở Nhật Bản, CNHT được hiểu là *“một nhóm các hoạt động công nghiệp cung ứng các đầu vào trung gian (không phải nguyên vật liệu thô và các sản phẩm hoàn chỉnh) cho các ngành công nghiệp hạ nguồn”* [23], [98].

Nói cách khác, CNHT nằm ở phần giữa của quá trình sản xuất, từ thượng nguồn xuống đến hạ nguồn. Đặc biệt là, CNHT nên dựa vào một số công đoạn sản xuất nhất định, phục vụ một số ngành công nghiệp nhất định tương đối đồng đều nhau (hình 1.1). Việc tương đồng này làm cho chi phí sản xuất giảm, tăng dung lượng thị trường, gia tăng nguồn khách hàng và giúp CNHT phát triển nhanh hơn. Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan đều xác định CNHT theo cách này, bằng cách dựa trên các công đoạn sản xuất như dập, đúc, rèn, hàn, gia công cơ khí, khuôn mẫu... và bao gồm các sản phẩm chủ yếu liên quan đến 3 lĩnh vực chính: các linh kiện kim loại, các linh kiện nhựa và cao su, các linh kiện điện-điện tử.



Hình 1.1: Khái niệm CNHT của Nhật Bản

Nguồn: Ohno 2004

BUILD Thái Lan [80] định nghĩa CNHT là các doanh nghiệp sản xuất linh phụ kiện được sử dụng trong các công đoạn lắp ráp của các ngành công nghiệp ô tô, máy móc và điện tử. BUILD, BOI (Board of Investment) Unit for industrial linkage development, là chương trình phát triển liên kết công nghiệp thuộc uỷ ban đầu tư Thái Lan, hoạch định phát triển CNHT từ năm 1990 đến nay.

GS. Trần Văn Thọ [45, tr.17] cho rằng, CNHT chỉ toàn bộ những sản phẩm công nghiệp có vai trò hỗ trợ cho việc sản xuất các thành phẩm chính. Cụ thể là những linh kiện, phụ liệu, phụ tùng, sản phẩm bao bì, nguyên liệu để sơn,

nhuộm..., và cũng có thể bao gồm cả những sản phẩm trung gian, những nguyên liệu sơ chế. Nếu kể các sản phẩm tương tự thì phạm vi sẽ rất rộng nhưng nếu thêm một đặc tính nữa sẽ thấy phạm vi rõ ràng hơn: Sản phẩm CNHT thường được sản xuất với quy mô nhỏ, thực hiện bởi các DNNVV. Do đó, trong ngành ô tô chẳng hạn, các bộ phận như đầu máy xe, thân xe, bánh xe... thường không được kể là CNHT vì chủ yếu do các công ty lớn sản xuất với quy mô lớn. Trong ngành này, CNHT là những linh kiện, những phụ liệu ở cấp thấp hơn được cung cấp để sản xuất ra đầu máy xe, thân xe...

Bộ Năng lượng Mỹ [106, tr.3] định nghĩa CNHT bao gồm *những ngành cung cấp các quy trình cần thiết để sản xuất và hình thành sản phẩm trước khi chúng được đưa đến các ngành công nghiệp cuối cùng*. Chương trình phát triển ngành CNHT hiện nay ở Mỹ bao gồm 07 ngành: các thiết bị làm nóng công nghiệp; xử lý nhiệt; rèn; hàn; luyện kim bột và các vật liệu dạng hạt; sứ cao cấp; các sản phẩm cac-bon.

Nhìn chung, các nước châu Âu không sử dụng cụm từ công nghiệp hỗ trợ mà thường gọi lĩnh vực này là “các ngành cung ứng” (Supplier Industries), chỉ việc cung cấp sản phẩm từ các doanh nghiệp bên ngoài. Các khái niệm liên quan đến nội dung này còn được phản ánh ở các thuật ngữ khác, như: thầu phụ, thuê ngoài, nhà cung ứng.

Như vậy, có thể thấy rằng công nghiệp hỗ trợ là một khái niệm rộng, có tính chất tương đối. Dù có rất nhiều cách định nghĩa, các khái niệm CNHT đều có các điểm chung như sau:

Thứ nhất, đó là việc cung ứng các linh phụ kiện cho mục đích sản xuất sản phẩm cuối cùng; *thứ hai*, các ngành CNHT bao gồm các công đoạn chủ yếu để sản xuất các linh kiện kim loại, nhựa và cao su, điện và điện tử, nhằm phục vụ một số ngành công nghiệp chế tạo như xe máy, ô tô, điện tử, chế tạo máy móc; *thứ ba*, việc cung ứng này chủ yếu được đáp ứng bởi hệ thống DNNVV có trình

độ công nghệ cao, tạo ra những sản phẩm có độ chính xác lớn, thực hiện các cam kết hợp đồng với khách hàng một cách chuẩn mực; *thứ tư*, khách hàng cuối cùng của các ngành CNHT là nhà lắp ráp, do vậy, thị trường của CNHT không rộng như sản xuất sản phẩm cho người tiêu dùng cuối cùng. Thị trường hàng hoá của họ thu hẹp hơn, có những nhóm sản phẩm nằm ở phần thị trường rất hẹp và chỉ dành cho một số khách hàng nhất định. Đây chính là khó khăn lớn nhất của phát triển CNHT. Mặc dù vậy, sản xuất CNHT lại trở nên hấp dẫn và tương đối ổn định nếu doanh nghiệp phụ trợ đó tìm được khách hàng dài hạn, hoặc tìm được thị trường “ngách” cho mình.

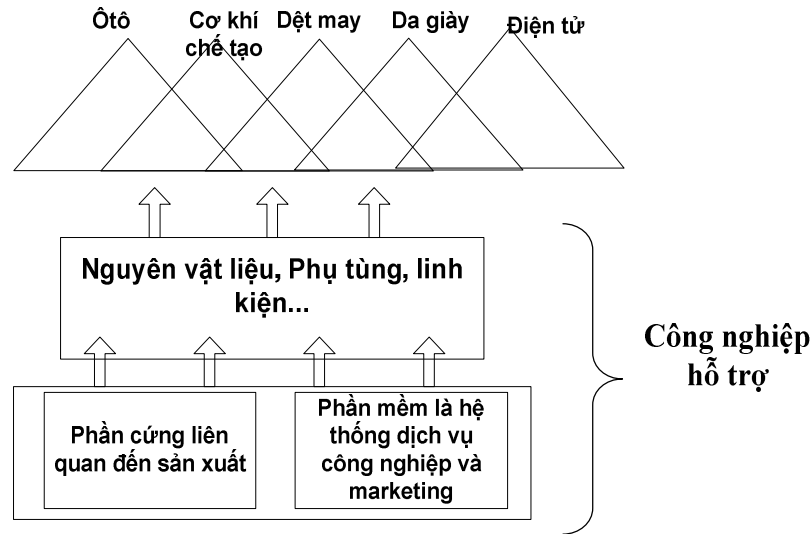
Ở Việt Nam, cụm từ “công nghiệp phụ trợ” bắt đầu được nhắc tới một cách tương đối rộng rãi từ năm 2003. Tuy nhiên, thuật ngữ “công nghiệp hỗ trợ” đã được chính thức hoá để chỉ vấn đề này, lần đầu ở Việt Nam từ năm 2007, trong “Quy hoạch tổng thể phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ Việt Nam đến 2010, tầm nhìn đến 2020” do Bộ Công nghiệp (cũ), nay là Bộ Công Thương soạn thảo và Thủ tướng phê duyệt. Trong đó, CNHT được định nghĩa [4, tr.8]: *hệ thống công nghiệp hỗ trợ là hệ thống các nhà sản xuất (sản phẩm) và công nghệ sản xuất có khả năng tích hợp theo chiều ngang, cung cấp nguyên vật liệu, linh kiện, phụ tùng... cho khâu lắp ráp cuối cùng.*

Trong bản quy hoạch này, CNHT được phân chia thành hai thành phần chính, phần cứng liên quan đến sản xuất và phần mềm là hệ thống dịch vụ công nghiệp và marketing. Năm nhóm ngành đã được Chính phủ chỉ định ưu tiên phát triển CNHT và được hoạch định kế hoạch phát triển cụ thể, đó là: điện tử, cơ khí chế tạo, ô tô, dệt may, da giày. Hình 1.2 mô tả khái niệm CNHT của Việt Nam.

Như vậy, có thể thấy khái niệm của Việt Nam có nét khác biệt so với các khái niệm ở các quốc gia khác:

(i) CNHT được xác định rộng hơn, từ khâu sản xuất nguyên vật liệu đến cả các dịch vụ công nghiệp. Có thể thấy khái niệm này làm cho các ngành

CNHT mở rộng ra rất nhiều, không chỉ bao gồm một số lĩnh vực công nghiệp, không chỉ tập trung các DNNVV mà cả các doanh nghiệp lớn, và điều này đồng nghĩa với việc rất khó có thể tạo ra được trọng tâm trong CNHT.



Hình 1.2: Khái niệm CNHT của Việt Nam *Nguồn: Bộ Công nghiệp 2007*

(ii) Các ngành CNHT ở đây được xác định trên cơ sở các ngành công nghiệp hạ nguồn (ngành lắp ráp như ô tô, cơ khí, dệt may, da giày, điện tử) chứ không xác định trên đặc thù sản phẩm của ngành sản xuất phụ trợ (cơ khí chế tạo, nhựa, điện tử...). Khái niệm này cũng được định nghĩa chưa thật rõ ràng, cụ thể đối với doanh nghiệp hoặc những đối tượng ngoài lĩnh vực nghiên cứu.

Theo tác giả, thuật ngữ CNHT trong nghiên cứu này là *chỉ toàn bộ việc tạo ra những linh phụ kiện tham gia vào việc hình thành các sản phẩm hoàn thiện cho người tiêu dùng*. Sản phẩm CNHT chủ yếu bao gồm một số lĩnh vực như kim loại, nhựa và cao su, điện và điện tử. Nhìn chung, các doanh nghiệp sản xuất CNHT hầu hết có quy mô nhỏ và vừa, đòi hỏi trình độ công nghệ và quản lý cao, điều kiện hợp đồng chặt chẽ và tương đối phụ thuộc lẫn nhau.

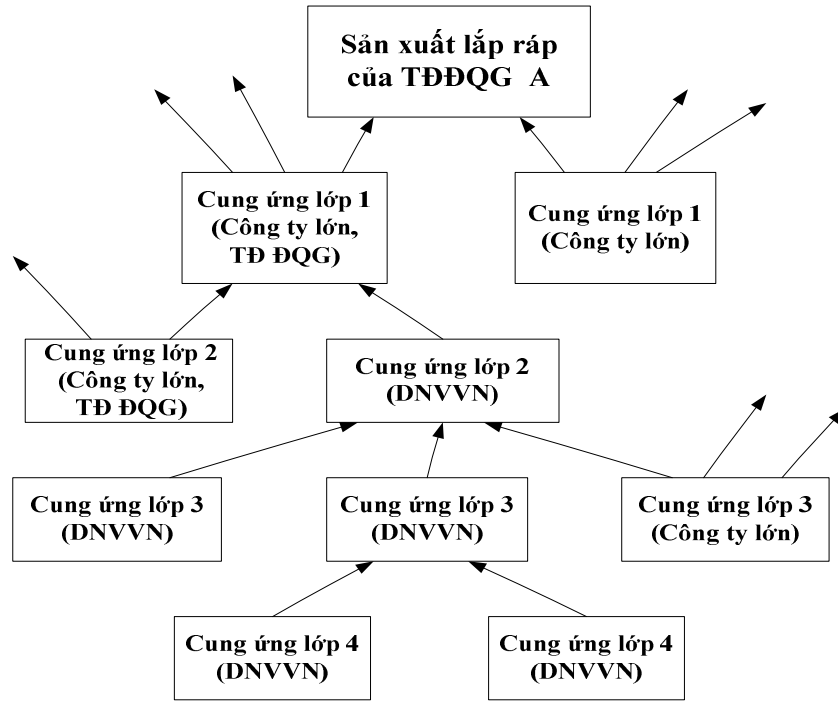
1.1.1.2 Thành phần của công nghiệp hỗ trợ

Theo Bộ Công Thương, CNHT Việt Nam được phân chia thành hai thành phần chính [5, tr.9]: phần cứng- là các cơ sở sản xuất nguyên vật liệu và linh phụ kiện lắp ráp; phần mềm- bao gồm các bộ phận thiết kế sản phẩm, mua sắm, hệ thống dịch vụ công nghiệp và marketing... Nếu chia như vậy, bức tranh phát triển CNHT vẫn còn quá chung chung và mơ hồ. Thực tế cho thấy, sản xuất phụ trợ đối với các ngành công nghiệp khác nhau có thể bao gồm nhiều tầng cấp, thứ bậc khác nhau [41], [51]. Một nhà sản xuất lắp ráp có thể có nhiều đối tượng hợp tác chuyên sản xuất và cung ứng các sản phẩm phụ trợ (hình 1.3):

Các đối tượng lớp thứ nhất là các cơ sở sản xuất tin cậy nhất, được đầu tư vốn và chỉ chuyên sản xuất các sản phẩm riêng của chính hãng thiết kế, đặt hàng, thường gọi là phụ trợ “ruột”. Các chi tiết linh kiện cung ứng liên quan đến loại này thường là các linh kiện cao cấp, nắm giữ bí quyết của sản phẩm, tạo ra giá trị gia tăng cao cho sản phẩm cuối cùng [54]. Các doanh nghiệp phụ trợ loại này thường là các công ty con, chuyên sản xuất và cung ứng các linh kiện nhỏ tiêu hao vật liệu ít, thay đổi thường xuyên, có thể được vận chuyển trên toàn thế giới để cung ứng cho các chi nhánh lắp ráp của công ty mẹ trên toàn cầu;

Nhóm đối tượng lớp thứ hai thường là các DN NVV độc lập, chuyên cung cấp các chi tiết, linh kiện quan trọng cho các nhà cung ứng ở đối tượng thứ nhất, hoặc cung ứng thẳng cho các nhà lắp ráp theo một hợp đồng tương đối thường xuyên. Tên tuổi của họ thường gắn liền với tên tuổi của công ty lắp ráp hoặc các nhà phụ trợ ruột. Mặc dù hãng chính chỉ quan hệ với các đối tượng này theo quan hệ hợp đồng gia công, nhưng đây là liên kết khá gắn bó và được đảm bảo bằng thời gian hợp tác, uy tín, quyền lợi cho cả hai bên. Sự hỗ trợ từ chính hãng, hoặc từ các nhà sản xuất phụ trợ ở tầng 1 khá lớn, nhất là về kỹ thuật, nhân lực. Trong rất nhiều trường hợp, khi tập đoàn lắp ráp chuyển hoặc mở nhà máy mới ở thị trường mới, ở nước ngoài, kể cả ở châu lục khác, các nhà sản xuất phụ trợ ở

nhóm này cũng được mời và ưu đãi đầu tư theo [75]. Việc tham gia của họ ở thị trường mới, vì vậy, phụ thuộc rất nhiều và tình hình kinh doanh của nhà lắp ráp.



Hình 1.3 Các lớp cung ứng phụ trợ

Nguồn: Abonyi G. 2007

Các lớp phụ trợ con. Nhóm đối tượng này là các doanh nghiệp chuyên cung ứng các chi tiết, linh kiện nào đó cho nhóm 2, thường là các chi tiết kim loại, điện, hoặc nhựa. Đây là nhóm chiếm tỷ trọng cao nhất trong số lượng các công ty cung ứng phụ trợ. Nhóm này cũng có thể tiếp tục chia thành nhiều lớp nhỏ hơn nữa, tùy vào ngành sản xuất và độ phức tạp của linh kiện, chi tiết. Có thể một trong số các cấp độ này sẽ được nhà lắp ráp hoặc các nhà sản xuất phụ trợ cấp cao tìm kiếm ngay ở khu vực thị trường mới.

Các đối tượng phụ trợ lớp thứ 3 là các cơ sở sản xuất các sản phẩm phụ trợ hàng loạt, mua sẵn, quan hệ với nhà lắp ráp theo kiểu mua bán thông thường. Đây thường là các chi tiết đơn giản, rẻ tiền, công kênh, có giá trị gia tăng thấp với hàm lượng nguyên vật liệu trong sản phẩm cao, thường được các công ty lắp

ráp đa quốc gia đặt hàng ngay tại quốc gia sở tại mà họ lắp ráp hoặc tiêu thụ sản phẩm cuối cùng [41].

Như vậy, thông thường các nhà lắp ráp có thể có 3-4 lớp doanh nghiệp cung ứng phụ trợ. Trên thực tế, có những nhà lắp ráp còn có nhiều tầng cấp phụ trợ hơn nữa. Điều này phụ thuộc nhiều vào đặc thù ngành công nghiệp, sản phẩm cuối cùng, thị trường tiêu thụ, chuỗi giá trị sản xuất ra sản phẩm, chuỗi cung ứng của sản phẩm cũng như đặc điểm về quốc tịch của nhà lắp ráp [18, tr.113-136]. Hình 1.3 mô tả các lớp cung ứng của một TĐĐQG A. Lưu ý là các doanh nghiệp cung ứng lần lượt theo các lớp, nhưng vẫn cung ứng cả cho các công ty khác, chứ không chỉ các doanh nghiệp thể hiện trong sơ đồ.

1.1.2 Bản chất của công nghiệp hỗ trợ

Trong khi CNHT khá phổ biến ở châu Á, nhất là các nước Đông Á, lại rất khó có thể tìm được tài liệu liên quan đến lĩnh vực này ở Hoa Kỳ hay châu Âu. Mặc dù vậy, việc phân chia và chuyên môn hoá quá trình sản xuất sản phẩm thành nhiều công đoạn bởi nhiều doanh nghiệp khác nhau đã thông dụng từ lâu ở các quốc gia phát triển. Phần này sẽ nghiên cứu thuật ngữ CNHT một cách mở rộng hơn.

1.1.2.1 Chuỗi cung ứng trong chuỗi giá trị

Việc sản xuất bất kỳ loại hàng hoá hoặc dịch vụ nào đều được thể hiện như một chuỗi các chức năng liên kết, trong đó một số liên quan đến sản phẩm hữu hình, số khác là những dịch vụ vô hình. Chuỗi giá trị là sáng tạo học thuật của M. Porter [93, tr.23-35], đó là hàng loạt các hoạt động tạo ra giá trị gia tăng, với yêu cầu phải đưa sản phẩm đến người tiêu dùng cuối cùng thông qua thiết kế, chế biến nguyên vật liệu thô và đầu vào trung gian, sản xuất, marketing, phân phối và hỗ trợ.

Chuỗi giá trị có thể gồm nhiều doanh nghiệp, trong nhiều ngành kinh tế, ở nhiều địa phương, quốc gia, nhóm khu vực hoặc khu vực lân cận và kể cả toàn

cầu. Không chỉ giới hạn trong lĩnh vực sản xuất, chuỗi giá trị bao hàm rộng lớn hơn nhiều: các phát minh, ý tưởng, bản quyền; các sáng tạo trong thiết kế, mẫu mã; nguyên vật liệu, tài nguyên tự nhiên; các ứng dụng của tiến bộ khoa học, công nghệ, vật liệu mới; các sáng kiến quản lý sản xuất; các dịch vụ tài chính, bảo hiểm, thuế quan, vận tải; phân phối, bán hàng, tiếp thị và các dịch vụ công nghiệp khác...

Ngày nay, các chuyên gia kinh tế học còn nhắc đến “chuỗi giá trị toàn cầu” khi phân tích cạnh tranh của các sản phẩm, các ngành công nghiệp trên toàn thế giới. Hiểu một cách đơn giản, chuỗi giá trị trở thành “toàn cầu” khi các hoạt động của nó vượt qua phạm vi một nước. Nhìn chung, nếu chỉ dừng trong phạm vi một quốc gia, tỷ lệ sản phẩm sản xuất, tiêu thụ sẽ bị bó hẹp, việc sản xuất kinh doanh loại sản phẩm đó không đạt được lợi thế cạnh tranh một cách tối đa mà bối cảnh toàn cầu hoá mang lại. Hiện nay, cả các dịch vụ như tài chính, tư vấn và hỗ trợ khách hàng cũng đã vượt qua phạm vi quốc gia.

Chuỗi cung ứng là một phần của chuỗi giá trị. Đó là chuỗi liên kết các công đoạn từ khâu cung cấp nguyên vật liệu thô chưa qua xử lý đến khâu lắp ráp để sản xuất ra sản phẩm cuối cùng [2], [21]. Chuỗi cung ứng cũng kết nối nhiều công ty lại với nhau: nhà sản xuất, nhà cung cấp dịch vụ, nhà cung ứng, khách hàng. Quản lý chuỗi cung ứng là cách tiếp cận đang được mở rộng trên khắp thế giới. Trên thế giới, quản trị chuỗi cung ứng hiệu quả là câu chuyện nổi tiếng của hãng máy tính Dell Inc. với việc tổ chức sản xuất chính xác để cho mỗi máy tính được sản xuất theo đơn đặt hàng riêng biệt của khách hàng, được cấu thành từ các phần linh kiện có sẵn từ các nhà cung ứng trên thị trường; hay nhà bán lẻ đồ gỗ và nội thất gia đình lớn nhất thế giới IKEA với hàng chục nghìn nhà cung ứng thành phẩm và bán thành phẩm trên khắp toàn cầu. Về cơ bản, chuỗi cung ứng là một tổng thể hàng loạt các nhà cung ứng và khách hàng được kết nối với nhau, trong đó, mỗi khách hàng, đến lượt mình lại là nhà cung ứng cho tổ chức tiếp theo, cho đến khi thành phẩm tới tay người tiêu dùng.

1.1.2.2 Mạng lưới sản xuất

Một mạng lưới sản xuất (MLSX) thể hiện mối liên kết bên trong hoặc giữa các nhóm doanh nghiệp trong một chuỗi giá trị nhất định, để sản xuất các sản phẩm cụ thể, chẳng hạn như các loại máy tính, điện thoại di động hay TV của các hãng khác nhau. Các tập đoàn toàn cầu thường có MLSX lớn, họ kiểm soát đầu vào các nguồn tài nguyên chính, các hoạt động thiết kế sản phẩm, quản lý chi nhánh ở các quốc gia và tiếp cận khách hàng cuối cùng. Còn khâu sản xuất hầu hết được thuê ngoài bởi các nhà cung ứng, các nhân tố này làm nên MLSX, trong đó tập đoàn có vị thế cao hơn, do các hoạt động của họ đem lại lợi nhuận cao hơn các nhà cung ứng trong MLSX.

Mạng lưới này sẽ trở thành “mạng lưới sản xuất quốc tế” khi sự phân bổ và điều phối của các hoạt động sản xuất của tập đoàn vượt ra khỏi phạm vi một quốc gia. MLSX ngày càng có nhiều liên kết không sở hữu, trong đó có các công ty độc lập: các công ty con của tập đoàn, các nhà cung ứng, nhà sản xuất, kể cả các nhà bán lẻ... Họ liên kết với nhau thông qua các mối quan hệ đa dạng như hoạt động thầu phụ, cấp phép đăng ký sản xuất, các tiêu chuẩn kỹ thuật, hợp đồng marketing, chia sẻ các sản phẩm và các tiêu chuẩn liên quan đến quy trình... Các ngành trong mạng lưới cũng không ngừng tăng lên. Một công ty có thể tham gia nhiều mạng lưới [51, tr. 8-12]. Ví dụ, một công ty chuyên về kim loại hoặc nhựa có thể đồng thời là nhà cung cấp trong MLSX của Sony, Misubishi, Honda hay BMW. Tương tự như vậy, nhà cung cấp phụ tùng ô tô nổi tiếng thế giới Lear là thành viên MLSX của nhiều nhà lắp ráp ô tô như tập đoàn General Motors, Ford, Toyota và Volkswagen A.G. Về cơ bản, có 2 loại MLSX:

Mạng lưới do nhà sản xuất điều khiển. Đây là loại đầu tiên trong chuỗi giá trị toàn cầu, được xem như là động lực chính để tổ chức lại sản xuất quốc tế. Trong đó, các hãng lớn đóng vai trò quan trọng trong việc kiểm soát tuyệt đối về điều phối các mạng lưới phân phối của các công ty con, các chi nhánh và nhà

cung cấp. Các hãng này cũng kiểm soát việc nghiên cứu và phát triển, thiết kế sản phẩm cơ bản và đổi mới. Loại mạng lưới này có xu hướng mang đặc điểm của các ngành công nghiệp thâm dụng vốn và công nghệ, như ô tô, viễn thông, điện tử, CNTT. Theo đó, chuyển giao công nghệ và kiến thức là những lợi ích quan trọng khi các nhà cung ứng được tham gia vào MLSX. Một ví dụ tiêu biểu là trường hợp của tập đoàn Sony. Khi sản xuất tại nước ngoài, Sony đã đề ra các tiêu chuẩn khắt khe cho các nhà cung cấp, đòi hỏi khả năng công nghệ cao, linh hoạt trong đáp ứng, hướng dẫn dịch vụ khách hàng tốt và khả năng làm việc với hệ thống điện tử CNTT.

Mạng lưới do người mua kiểm soát. Đây là xu hướng phát triển gần đây, ở đó các hãng bán lẻ lớn giữ vai trò dẫn đầu, ví dụ Carrefour, Metro về thực phẩm, IKEA về đồ gỗ và gia dụng... Mạng lưới này được bắt đầu với sự phi tập trung của các nhà cung cấp độc lập, được các hãng bán lẻ xác định sản phẩm, các thông số và tiêu chuẩn quy trình tham gia. Loại chuỗi này có xu hướng nghiêng về các ngành thâm dụng lao động, hàng hoá tiêu dùng như may mặc, da giày, chế biến sản phẩm nông nghiệp... Các yêu cầu tham gia không cao lắm, tạo ra cơ hội cho nhà sản xuất các tại nước đang phát triển, bao gồm chủ yếu là các DNNVV.

1.1.3.3 Thầu phụ, thuê ngoài, nhà cung ứng

Liên quan đến các vấn đề kể trên, còn có hoạt động thầu phụ hay vệ tinh (subcontracting), thuê ngoài (outsourcing) và nhà cung ứng (supplier).

Thầu phụ. Mặc dù không có định nghĩa cụ thể, thầu phụ là một từ thông dụng ở nhiều quốc gia. UNIDO cho rằng: thầu phụ công nghiệp là sự thoả thuận giữa nhà thầu chính về việc giao cho một hoặc vài doanh nghiệp sản xuất linh kiện, cụm linh kiện hay cung cấp dịch vụ công nghiệp cho việc sản xuất sản phẩm cuối cùng của mình [33]. Các nhà thầu phụ tuân thủ theo thoả thuận với nhà thầu chính. Như vậy, thầu phụ nhấn mạnh vào các cam kết và quan hệ giữa

nhà thầu chính với nhà thầu phụ. Điều này tương đối khác khi so sánh với các nhà cung ứng trong CNHT, vì sự lệ thuộc và bị động của các nhà thầu phụ lớn hơn các nhà cung ứng.

Có một thuật ngữ liên quan đến lĩnh vực này là *outsourcing* (tạm dịch là thuê ngoài). Khái niệm thuê ngoài đi vào thuật ngữ kinh doanh từ những năm 1980, dùng để chỉ một công đoạn nào đó trong sản xuất, được thuê công ty khác thực hiện, để tiết kiệm chi phí và nguồn lực cho doanh nghiệp [51]. Công ty thuê ngoài chuyên vào những công việc như vậy, nên họ có chuyên môn và lợi thế hơn.

Quan điểm về thầu phụ và thuê ngoài đã thay đổi theo thời gian. Trước đây, thầu phụ được coi là hoạt động áp đặt giữa nhà thầu chính đối với thầu phụ. Đến những năm 70-80, đây là hoạt động được nhắc đến như một bộ phận cấu thành quan trọng của nhiều nền kinh tế Đông Á như Nhật Bản, Hàn Quốc. Hoạt động thầu phụ và gia công giúp giảm chi phí sản xuất, nâng cao chất lượng, tạo ra cơ chế chia sẻ rủi ro hiệu quả [70]. Các nhà thầu phụ có khả năng ổn định lâu dài, phản ứng nhanh đối với những thay đổi của thầu chính. Tuy nhiên, hoạt động thầu phụ ngày càng bộc lộ những điểm yếu, khi so sánh với các nhà cung ứng độc lập. Thầu phụ phải chịu áp lực và phụ thuộc quá cao vào thầu chính, khả năng đàm phán khó khăn hơn và lợi nhuận thu được thấp hơn [22]. Do vậy, các nhà thầu phụ ngày càng có xu hướng trở thành các nhà cung ứng độc lập, tương tự như các doanh nghiệp hoạt động trong CNHT.

Nhà cung ứng. Không có khái niệm rõ rệt nào dành cho các nhà cung ứng. Thuật ngữ được hiểu chung là người bán, cung cấp các dịch vụ và hàng hoá cho các ngành công nghiệp [33, tr.37]. Thuật ngữ này đã được sử dụng rộng rãi ở các nước Nam Á, để chỉ các doanh nghiệp cung ứng hàng hoá và dịch vụ cho các nhà thầu chính, các nhà lắp ráp, giống như các nhà thầu phụ trước đây. Tuy nhiên hoạt động cung ứng này mở rộng hơn, các nhà cung ứng có quyền lựa

chọn cũng như có thể cung ứng cho nhiều các nhà thầu chính khác nhau, trong nhiều ngành công nghiệp khác nhau. Các nhà cung ứng càng ngày càng phát triển và có quan hệ khá bình đẳng với các nhà thầu chính. Quy mô vốn, lao động, công nghệ... cũng khác hẳn thầu phụ trước đây. Về cơ bản, đây là một bộ phận quan trọng và là bước đầu tiên của khái niệm CNHT hiện nay.

1.1.3 Vai trò của công nghiệp hỗ trợ

1.1.3.1 Công nghiệp hỗ trợ là nền tảng cho nền kinh tế

Trong phát triển công nghiệp, các ngành CNHT thường được ví như chân núi, tạo phần cứng để hình thành nên thân núi và đỉnh núi chính là ngành công nghiệp sản xuất và lắp ráp sản phẩm công nghiệp. Như vậy, CNHT có một số vai trò nổi bật đối với các ngành công nghiệp cũng như đối với nền kinh tế [31], [42], [3]:

Bảo đảm tính chủ động cho nền kinh tế. Việc cung ứng nguyên vật liệu, linh kiện, các bán thành phẩm ngay trong nội địa làm cho nền công nghiệp chủ động, không bị lệ thuộc nhiều vào nước ngoài và các biến động của nền kinh tế toàn cầu. CNHT không phát triển làm cho các ngành công nghiệp chính thiếu sức cạnh tranh và phạm vi phát triển cũng giới hạn trong một số ít các ngành.

Hạn chế nhập siêu. Do luôn luôn phải nhập khẩu nguyên liệu và các linh phụ cho sản xuất lắp ráp trong nước, hầu hết các nước đang phát triển lâm vào tình trạng nhập siêu. Phát triển CNHT, vì vậy góp phần hiệu quả trong việc khai thác các nguồn lực trong nước, giảm nhập khẩu nguyên phụ liệu, hạn chế xuất khẩu tài nguyên và các sản phẩm chế biến thô. Phát triển CNHT sẽ là một trong các biện pháp quan trọng góp phần giải quyết tình trạng nhập siêu của nền kinh tế các quốc gia đang phát triển, bảo đảm cân bằng cán cân xuất nhập khẩu.

Tăng sức cạnh tranh của sản phẩm công nghiệp chính. Cùng với việc chủ động trong nguồn cung ứng, chi phí của sản phẩm công nghiệp cũng giảm đáng kể do cắt giảm chi phí vận chuyển, lưu kho, tận dụng nhân công rẻ và nguồn

nguyên liệu ngay tại nội địa. Việc phát triển các ngành CNHT một cách hợp lý, cân đối trong bối cảnh „thế giới phẳng“ ngày nay sẽ tạo ra các sản phẩm có đặc thù riêng của quốc gia, có sức cạnh tranh hơn hẳn các sản phẩm chỉ được lắp ráp bởi các linh kiện và nguồn cung ứng toàn cầu.

Phát triển hệ thống DNNVV. CNHT hầu hết do hệ thống DNNVV đảm nhiệm, đây là khu vực doanh nghiệp tạo nhiều việc làm, là nền tảng sáng tạo của quốc gia. Đặc biệt, phát triển hệ thống DNNVV là một trong các biện pháp hữu hiệu đối phó với khủng hoảng kinh tế, là đối trọng để cân bằng với các tập đoàn kinh tế khổng lồ hay bị tác động nhanh và mạnh nhất của các khủng hoảng kinh tế toàn cầu.

1.1.3.2 Nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm công nghiệp

Mỗi sản phẩm có thể chia thành ba giai đoạn chính: thượng nguồn gồm các công đoạn nghiên cứu - triển khai, thiết kế, sản xuất các bộ phận linh kiện chính; trung nguồn là công đoạn lắp ráp, gia công; hạ nguồn là thương hiệu, tiếp thị, xây dựng mạng lưới lưu thông, khai thác và tiếp cận thị trường. Các giai đoạn thượng nguồn và các hạ nguồn là khu vực tạo ra giá trị gia tăng cao. Đây chính là công đoạn của các ngành CNHT. Trong khi trung nguồn với các hoạt động lắp ráp, gia công là khu vực ít tạo ra giá trị gia tăng nhất. Như vậy, một quốc gia có thể tạo ra giá trị gia tăng của các sản phẩm công nghiệp khi khu vực thượng nguồn với nguyên phụ liệu, cụm linh kiện được cung ứng ngay trong nội địa. Phát triển CNHT, vì vậy, góp phần hiệu quả trong việc khai thác các nguồn lực trong nước, giảm nhập khẩu nguyên phụ liệu, hạn chế xuất khẩu tài nguyên và các sản phẩm chế biến thô.

1.1.3.3 Mở rộng khả năng thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài

CNHT không phát triển sẽ làm cho các công ty sản xuất thành phẩm phải phụ thuộc nhiều vào nhập khẩu. Dù những sản phẩm này có thể được cung cấp với giá rẻ ở nước ngoài, nhưng vì chủng loại quá nhiều, phí tổn chuyên chở, bảo

hiếm, phí lưu kho bãi, ứ đọng vốn cho việc nhập khẩu và lưu kho... sẽ làm tăng chi phí đầu vào. Đó là chưa nói đến sự rủi ro về tiến độ, thời gian nhận hàng nhập khẩu. Các công ty đa quốc gia sẽ gặp khó khăn trong việc quản lý chuỗi cung ứng nếu phải nhập khẩu phần lớn linh kiện, bộ phận và các sản phẩm CNHT khác.

Khả năng cung ứng phụ trợ cho các ngành công nghiệp là một trong các vấn đề được các TĐĐQG cân nhắc rất nhiều trước khi quyết định đầu tư vào một quốc gia [76]. Nền kinh tế với các ngành CNHT mạnh và có thể đáp ứng nhu cầu cho các nhà lắp ráp là một trong các nhân tố tác động mạnh đến thu hút đầu tư nước ngoài vào phát triển công nghiệp.

Nhìn chung, đối với các quốc gia công nghiệp trẻ, CNHT thường được hình thành đồng thời với việc tổ chức lắp ráp, sản xuất các sản phẩm công nghiệp cuối cùng. Còn đối với các nước đang phát triển, do thiếu vốn, công nghệ, thị trường tiêu thụ, thông thường công nghiệp lắp ráp phát triển trước, CNHT hình thành theo sau với tiến trình nội địa hoá các sản phẩm [31]. Quá trình này được các tập đoàn, công ty có vốn đầu tư nước ngoài thực hiện trên lãnh thổ của nước sở tại. Ngược lại, việc không cung cấp được các loại linh phụ kiện này làm cho các nước đang phát triển khó khăn trong việc thu hút đầu tư nước ngoài.

1.1.4 Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển công nghiệp hỗ trợ

1.1.4.1 Vai trò của chính phủ

(i) *Lựa chọn quan điểm phát triển CNHT.* “Với xu thế toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế, các quan hệ liên kết kinh tế quốc tế ngày càng mở rộng, việc bảo đảm quan hệ giữa khu vực phụ trợ và các ngành sản xuất công nghiệp không thể chỉ bó hẹp trong phạm vi từng quốc gia, mà cần được thực hiện trong phạm vi khu vực và phạm vi toàn cầu. Điều này đòi hỏi mỗi quốc gia phải cân nhắc thận trọng việc quyết định mức độ đầu tư vào khu vực CNHT trong nước”

[31]. Vì thế, việc lựa chọn quan điểm phát triển CNHT đặc biệt quan trọng tới phát triển CNHT của quốc gia và của các ngành. Có 3 quan điểm phát triển CNHT như sau:

Quan điểm phát triển cầu-cung. Quan điểm này dựa trên việc phát triển khu vực thị trường của CNHT trước, rồi mới tính đến việc cung ứng cho nhu cầu đã có đủ quy mô này. Việc xúc tiến phát triển CNHT cho một ngành công nghiệp nào đó ở một quốc gia đang phát triển có thể được thực hiện theo quy trình [31]: (1) Quốc gia đó cần thu hút đầu tư FDI vào các ngành gia công lắp ráp; (2) Khi nhu cầu đối với phụ trợ gia tăng đáng kể, cần tiếp tục thu hút đầu tư FDI cho các ngành cung cấp phụ trợ cho các ngành kể trên, đồng thời khuyến khích đầu tư trong nước vào CNHT; (3) Nâng cao nội lực thông qua đầu tư nước ngoài. Theo quan điểm này, các ngành CNHT được phát triển trên cơ sở nền tảng sự phát triển của khu vực hạ nguồn, sự phát triển đến mức độ nhất định khu vực này sẽ tạo thị trường nội địa với quy mô đủ lớn kích thích sự phát triển các ngành CNHT. Nếu phát triển CNHT theo quy trình 3 bước của quan điểm này, việc hình thành và phát triển CNHT sẽ kéo dài trong nhiều năm, với nền tảng là thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài và tiếp nhận chuyển giao công nghệ từ nước ngoài. Điều đó cũng có nghĩa là, những vấn đề bức xúc của khu vực hạ nguồn không thể sớm được giải quyết.

Nếu theo quan điểm này, các nhà nghiên cứu có tính đến một công cụ là *mô hình cân bằng tổng thể ứng dụng* (Applied General Equilibrium Modelling) để tính toán đến việc đầu tư vào các ngành hạ nguồn và CNHT của nó. Cân bằng tổng thể là phương pháp phân tích, trong đó nền kinh tế được xem xét như một hệ thống bao gồm các bộ phận: các ngành sản xuất, hộ gia đình, nhà đầu tư, chính phủ, nhà xuất khẩu và nhập khẩu, có liên quan chặt chẽ với nhau. Tuy nhiên, các ngành cung ứng cho một ngành công nghiệp bao gồm nhiều tiểu ngành nhỏ, không thể tính toán chi tiết các phần đóng góp riêng biệt của mỗi ngành phân bổ ra sao. Do đó, cách tính này chỉ nên áp dụng cho những ngành

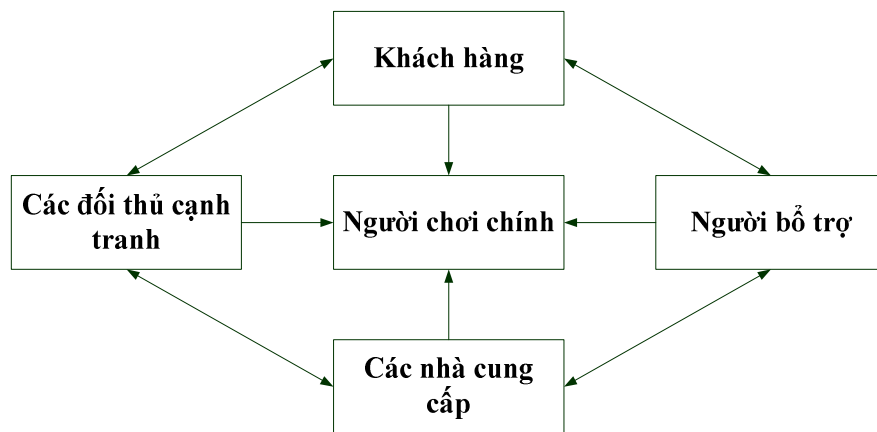
mà hệ thống chuỗi giá trị tương đối rõ theo phân ngành: Quần áo – may – nhuộm – dệt – sợi – trồng bông – nuôi tằm – trồng dâu [30]. Còn những ngành sản xuất như: ô tô, xe máy, điện tử gia dụng đòi hỏi sự góp mặt của nhiều loại phân ngành nhỏ, như điện điện tử, cơ khí (đúc, dập, gò, hàn...), cao su, nhựa nên có cách nhìn nhận khác. Ngoài ra, trong bối cảnh “thế giới phẳng” ngày nay, CNHT của một ngành nào đó đang bị chi phối trong một bức tranh rộng hơn, vượt ra ngoài biên giới của một quốc gia, thì phương pháp này cũng bộc lộ nhiều nhược điểm.

Quan điểm phát triển cung-cầu. Quan điểm này cho rằng các nước đang phát triển cần nhanh chóng phát triển CNHT, đặc biệt là những ngành phục vụ sản xuất hàng xuất khẩu như may mặc, sản xuất giày dép, lắp ráp xe máy, điện tử dân dụng, ô tô... Quan điểm này xuất phát từ các mục tiêu chủ yếu: tránh phụ thuộc vào nước ngoài về các loại nguyên phụ liệu cho sản xuất sản phẩm; giảm tình trạng nhập siêu kéo dài làm mất cân đối nền kinh tế; gia tăng giá trị được tạo ra từ sản xuất trong nước thấp; tăng hiệu quả của sản xuất và xuất khẩu, đẩy mạnh năng lực sản xuất trong nước và thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài. Ngoài ra, việc cung ứng các ngành CNHT sẽ là một yếu tố thu hút và giữ chân các nhà đầu tư nước ngoài.

Theo quan điểm này, *Quy hoạch tổng thể phát triển các ngành CNHT Việt Nam đến 2010, tầm nhìn đến 2020* được Chính phủ phê duyệt năm 2007 [5], thực hiện cho 5 nhóm ngành công nghiệp hạ nguồn là: điện tử tin học; dệt may; da giày; sản xuất lắp ráp ô tô; cơ khí chế tạo. Trong bản quy hoạch này, Bộ Công Thương đã tính toán số lượng các sản phẩm cần được sản xuất cho mỗi ngành CNHT đến năm 2010. Cách xây dựng quy hoạch với các con số định lượng và cụ thể hoá đến từng các nhóm sản phẩm từ lâu đã bộc lộ nhiều nhược điểm quan trọng và không phù hợp với phát triển kinh tế thị trường [25]. Bên cạnh đòi hỏi hệ thống số liệu theo chuỗi thời gian phải được thống kê trung thực và chuẩn xác, việc định lượng sản lượng cung ứng CNHT dựa trên nhu cầu các ngành hạ nguồn trong nước sẽ là thiếu thực tế và không thể chính xác trong bối cảnh toàn

cầu hoá. Nếu chỉ đặt mục tiêu tối đa hoá sản xuất phụ trợ trong nước để tăng tỉ lệ nội địa hoá, mà không tính đến các yếu tố cung ứng từ bên ngoài quốc gia, sẽ không đảm bảo các quy luật tự nhiên của nền kinh tế thị trường.

Quan điểm phát triển dựa trên mạng lưới theo “lý thuyết trò chơi”. Lý thuyết trò chơi có thể biểu thị bằng 5 yếu tố cơ bản PARTS: người chơi (players), giá trị gia tăng (value added), quy tắc (rules), chiến thuật (tactics) và phạm vi (scope). Trong đó, yếu tố đầu tiên và nền tảng nhất trong kinh doanh là “người chơi”, đó là các tác nhân tham gia kinh doanh [9, tr. 27-31]. Mạng lưới dưới đây (hình 1.4) biểu thị quan hệ giữa các “người chơi”:

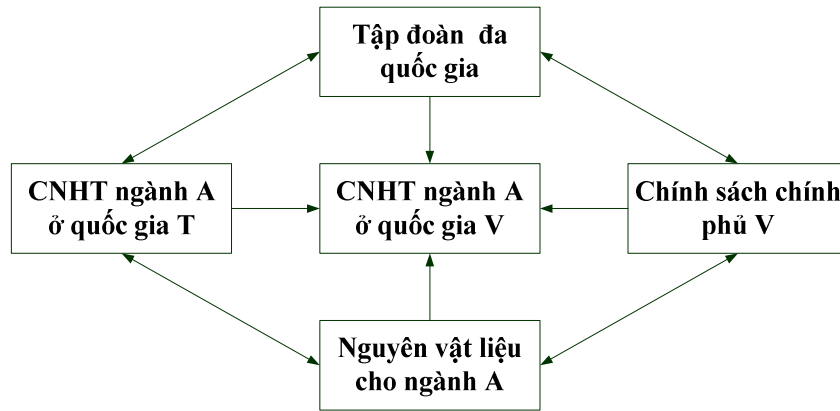


Hình 1.4: Mạng lưới “người chơi” của lý thuyết trò chơi

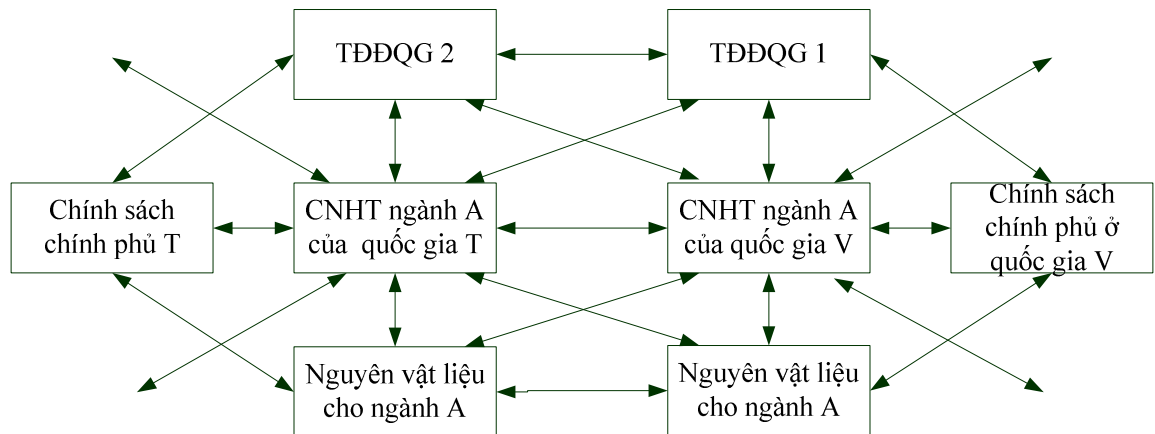
Nguồn: Brandengurger và Nalebuff (2007)

Xem xét CNHT ngành A, ở quốc gia V trong mạng lưới (hình 1.5) dưới đây.

Nếu mở rộng sơ đồ này, có thể thấy, CNHT của ngành A ở nước V cũng chịu tác động bởi CNHT cung ứng trên thị trường quốc tế. Theo lý thuyết trò chơi, người hỗ trợ là nhân tố mà nhờ đó khách hàng đánh giá sản phẩm của người chơi chính cao hơn khi chỉ có sản phẩm của người chơi chính. [9, tr. 33]. Hình 1.6 cho thấy vai trò của Chính phủ V trong cuộc chơi sẽ là vai trò của một người chơi, như là người hỗ trợ, có tác động đến các người chơi khác trong mạng lưới.



Hình 1.5: Mạng lưới “người chơi” trong công nghiệp hỗ trợ



Hình 1.6: Mạng lưới “người chơi” mở rộng trong CNHT ở một quốc gia

Vai trò này thể hiện ở việc Chính phủ V sẽ tác động đến việc hình thành CNHT cho ngành A ở trong nước V, thông qua các chính sách phát triển CNHT của mình. Rõ ràng, chính phủ phải cung ứng những hoạt động hỗ trợ làm cho khách hàng (các TĐĐQG) đánh giá sản phẩm CNHT của ngành A tại quốc gia V cao hơn những nước khác. Mục tiêu của điều này, không liên quan nhiều đến việc đáp ứng nhu cầu hoặc khả năng cung ứng từ trong nước mà liên quan đến việc làm thế nào để cho sản phẩm CNHT của ngành A của nước V trở nên rẻ hơn, cạnh tranh hơn, hấp dẫn hơn so với các nước khác, như nước T chẳng hạn. Vì như vậy, các chính sách phát triển CNHT của quốc gia V cần hướng đến nhu cầu của thị trường toàn cầu. Tất nhiên, việc đánh giá nhu cầu của thị trường toàn

cầu khó khăn hơn nhiều là xác định nhu cầu của chỉ riêng một quốc gia. Dù vậy, điều này có thể xác định thông qua chính các nhà cung cấp, những “người chơi” đang cùng có mặt trên thị trường, hoặc qua khách hàng – các TĐĐQG.

Phát triển CNHT đã chứng tỏ vai trò của nó trong phát triển công nghiệp của một quốc gia, điều này cũng liên hệ mật thiết với việc phát triển kinh tế của quốc gia đó. Tuy nhiên, ở một góc độ nào đó, CNHT và nội địa hoá có vẻ có xu hướng đi ngược lại với xu thế toàn cầu hoá, khi mà cả thế giới, không phân biệt ranh giới quốc gia đã, đang và sẽ tiếp tục tham gia vào MLSX tạo ra một sản phẩm nào đó dành cho người tiêu dùng trên toàn cầu. Điều này có nghĩa là một quốc gia khi phát triển CNHT cho một ngành hay nhóm sản phẩm nào đó, cần phải tận dụng những sản phẩm phụ trợ rẻ hơn đã có trên thị trường toàn cầu, hoặc phải nhập khẩu loại sản phẩm mà mình chưa thể thực hiện được ngay trong nội địa. Theo tác giả, quan điểm phát triển CNHT dựa trên mạng lưới “người chơi” có thể hợp lý hơn cả trong bối cảnh hiện nay, mạng lưới này thực chất là MLSX. Để phát triển CNHT mỗi ngành công nghiệp, nên đặt quốc gia mình như một mắt xích trong MLSX toàn cầu, cần “nhúng” toàn bộ MLSX trong nước vào MLSX toàn cầu. Liên quan đến MLSX này sẽ là các lớp khác nhau của phân loại CNHT. Điều này sẽ giải quyết được việc duy ý chí trong xây dựng chính sách phát triển công nghiệp, tránh được việc lãng phí nguồn lực quốc gia, và lại cũng đồng nghĩa với việc tận dụng được tối đa các nguồn lực bên trong và cả bên ngoài quốc gia đó. Việc quyết định xúc tiến CNHT ở tầm vĩ mô hay vi mô theo lớp nào trong 3 thứ bậc chính của các nhà cung ứng cũng phụ thuộc vào MLSX của quốc gia đó đang nằm ở công đoạn nào trong MLSX toàn cầu.

(ii) *Chính sách phát triển công nghiệp.* Từ việc lựa chọn quan điểm phát triển, các chính sách quốc gia liên quan đến CNHT sẽ được Chính phủ quyết định. Có thể kể đến: chính sách nội địa hoá; chính sách thuế đánh vào nhập khẩu và sản xuất các bán sản phẩm, linh phụ kiện; mức độ đầu tư của Nhà nước vào nghiên cứu khoa học và công nghệ ở khu vực CNHT; các luật, các tiêu chuẩn và

quy định kỹ thuật được ban hành cho các ngành, các loại sản phẩm thuộc CNHT..., các chính sách này tạo điều kiện hay kìm hãm phát triển CNHT là do quan điểm định hướng phát triển của Chính phủ về vấn đề này.

1.1.4.2 Sự phát triển của các tập đoàn đa quốc gia

Rõ ràng là các tập đoàn đa quốc gia đóng vai trò đặc biệt trong phát triển CNHT. Công ty đa quốc gia truyền thống là một công ty tại một nước với các chi nhánh ở nước ngoài. Ngày nay TĐĐQG chủ yếu là công ty đặt tại một quốc gia với các đối tác nước ngoài. Nhìn chung, xu hướng của các TĐĐQG là hướng ngoại, thiết lập các chiến lược kinh doanh dựa vào việc tận dụng các lợi thế cạnh tranh và sự khác biệt trên thị trường của từng khu vực, từng quốc gia. Điểm đặc biệt là, các TĐĐQG tiêu chuẩn hóa hoạt động trên khắp thế giới trong mọi lĩnh vực hoạt động kinh doanh, nhưng lại đáp ứng được khác biệt của thị trường từng quốc gia khi cần thiết. Điều này được xây dựng thông qua các liên minh, các hiệp định về kỹ thuật, các thoả thuận về marketing, việc hợp tác nghiên cứu, các chương trình phát triển hợp tác quản lý... TĐĐQG đầu tư ở đâu thường kéo theo các công ty con, những nhà sản xuất linh kiện phụ trợ, hay các nhà cung ứng cho chính hãng [65]. Như vậy, TĐĐQG không chỉ có thể giúp hiện đại hóa một ngành kinh tế mà tạo ra lợi thế cạnh tranh cho quốc gia đó bên cạnh những đóng góp cho xã hội.

Tuy nhiên, các công ty cung ứng cũng sẽ trở nên phụ thuộc vào các TĐĐQG vì sản phẩm của họ không thể bán cho người tiêu dùng cuối cùng. Hộp 1.1 cho thấy một trường hợp như vậy. Chính vì lý do này, các cuộc suy giảm hay khủng hoảng kinh tế thường kéo theo sự phá sản của rất nhiều công ty cung ứng. Chính phủ thường có những chính sách để giảm sự phụ thuộc của các doanh nghiệp cung ứng vào các tập đoàn, dù vậy, đây là rủi ro khó tránh khỏi.

Hộp 1.1: Rủi ro của các nhà cung ứng linh kiện ô tô

Doanh số bán ô tô Mỹ giảm mạnh trong năm 2008 và năm 2009, General Motors và Chrysler hiện đang đóng cửa một loạt các nhà máy và ngừng hoạt động các dây chuyền sản xuất, giảm bớt số lượng hàng tồn kho. Số lượng đơn đặt hàng sản xuất phụ tùng vì thế giảm mạnh. Hãng cung cấp phụ tùng ô tô đứng đầu thế giới, Visteon với một số chi nhánh tại Mỹ đã chính thức nộp đơn xin bảo hộ phá sản. Đây là hãng cung cấp phụ tùng lớn nhất cho Ford. Xu thế này còn tiếp tục trong bối cảnh thêm nhiều nhà máy ô tô chuẩn bị đóng cửa. Metaldyne là hãng có quy mô nhỏ hơn Visteon rất nhiều, cũng đã có dự định sẽ bán phần lớn tài sản cho R.H.J. và Carlyle. Vụ việc Chrysler xin bảo hộ phá sản và khả năng General Motors cũng nộp đơn bảo hộ phá sản sẽ tiếp tục khiến nhiều công ty cung cấp phụ tùng ô tô phải đóng cửa.

Nguồn: Kimura 2009

Như vậy, không chỉ có TĐĐQG sản xuất lắp ráp sản phẩm cuối cùng, mà có cả các TĐĐQG chuyên cung ứng linh kiện, phụ tùng. Các công ty cung ứng loại này làm chủ công nghệ kỹ thuật cao, hợp tác bền vững với các hãng lớn. Họ thường là phụ trợ lớp con quan trọng cho các lớp phụ trợ ruột hoặc là phụ trợ lớp 1 cho nhiều hãng. Các nhà cung ứng loại này đảm bảo cung ứng các chi tiết, công đoạn sản xuất quan trọng trong MLSX [73],[102].

Bên cạnh kiểu phụ trợ kể trên, các nhà cung ứng toàn cầu cũng có thể là tập hợp của các DNNVV, các nhà sản xuất chi tiết đặc biệt trong nhiều các thiết bị máy móc khác nhau. Ví dụ điển hình là một công ty của Đức chuyên sản xuất các lưỡi khoan siêu nhỏ cho các máy công cụ. Hãng này chỉ có 30 lao động, mức doanh số là 200 triệu đô la Mỹ/năm, chiếm khoảng 80% thị phần trên toàn thế giới về lĩnh vực này [106].

Hộp 1.2: Khu vực tập trung các DNNVV Oida, Tokyo

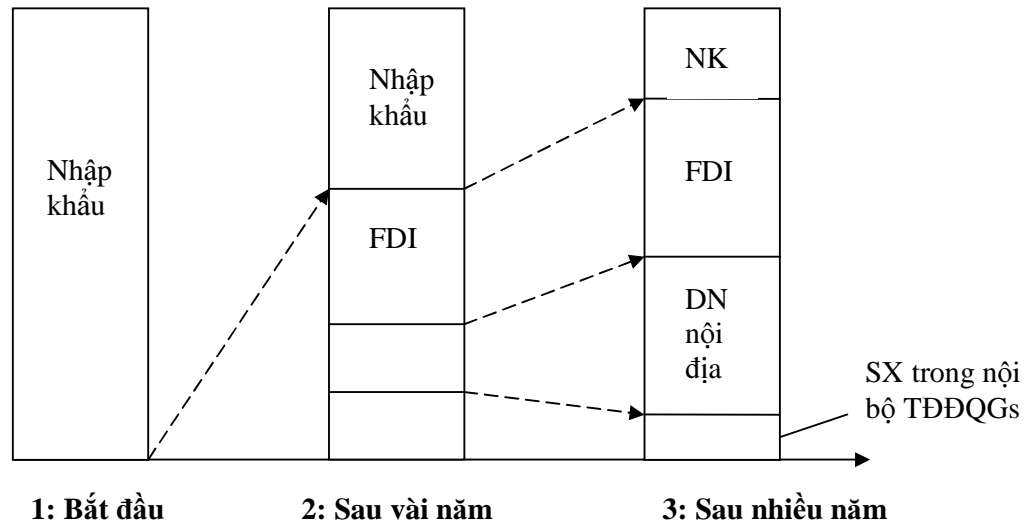
Quận Oida (Tokyo, Nhật Bản), là một khu vực tập trung gần 300 các doanh nghiệp có trình độ công nghệ rất cao, dùng ngay gia đình làm nhà xưởng. Các gia đình này chỉ sử dụng vài lao động, công nghệ hoàn toàn không ô nhiễm môi trường với kỹ thuật tinh xảo và bề dày kinh nghiệm đặc biệt, chuyên cung ứng các linh kiện siêu nhỏ với giá trị rất cao trong chế tạo tàu vũ trụ cho cơ quan hàng không vũ trụ Mỹ và Nhật Bản.

Nguồn: Phỏng vấn và tổng hợp từ Hiệp hội DNVVV Nhật Bản

Với mảng thị trường ngách riêng biệt, rất khó cạnh tranh với công nghệ cao và bí quyết gia công tinh xảo, năng lực tự đổi mới và sáng tạo mạnh, cũng như uy tín nhiều năm trong lĩnh vực riêng có, các doanh nghiệp cung ứng loại này, tuy rất nhỏ nhưng chiếm thị phần rất lớn [12]. Dù không sản xuất hay đầu tư cùng với khách hàng, ở bất kỳ nơi đâu các TĐĐQG cần, các chi tiết này cũng được nhập khẩu và vai trò của nhà cung ứng đó gần như không thể thay thế trong MLSX của họ. Thông thường, các sản phẩm linh kiện loại này tiêu hao ít nguyên liệu, kích thước và trọng lượng nhỏ, chi phí vận chuyển và lưu kho không lớn nên các TĐĐQG không cần mất công tìm kiếm nhà cung cấp ở thị trường mới.

1.1.4.3 Năng lực mỗi quốc gia trong phát triển công nghiệp hỗ trợ

(i) *Năng lực nội địa hóa.* Trong bối cảnh toàn cầu hóa, sự kết hợp “hợp lý” giữa nội địa hóa và nhập khẩu là hết sức cần thiết, nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm và giảm chi phí sản xuất cũng như chi phí vận tải, hậu cần. Nội địa hóa có thể tồn tại dưới ba mức độ, song song với lộ trình gia tăng năng lực sản xuất nội địa [18]: (1) Sản xuất nội bộ trong khuôn khổ các công ty lắp ráp; (2) Đặt hàng, cung ứng từ doanh nghiệp FDI hoạt động tại quốc gia đó; (3) Đặt hàng, cung ứng từ các nhà sản xuất và cung cấp tại địa phương.



Hình 1.7: Lộ trình nội địa hóa của mỗi quốc gia

Nguồn: Mori 2005a

Đứng trên quan điểm công nghiệp quốc gia, tất nhiên mức nội địa hóa thứ ba là tốt nhất, tiếp sau đó là mức hai, với điều kiện là các công ty FDI sẵn sàng chia sẻ một phần kỹ năng và công nghệ thông qua đào tạo. Ngược lại, mức thứ nhất thường tồn tại khi các công ty lắp ráp mới được thành lập và chưa có hiểu biết đầy đủ về các nhà cung cấp địa phương, hay do năng lực quốc gia quá thấp không đủ đáp ứng yêu cầu. Ở các quốc gia đang phát triển, chính phủ thường có các nỗ lực để gia tăng tỷ lệ nội địa hoá. Mặc dù vậy, ngay cả ở các quốc gia có dòng FDI liên tục đổ vào, tích tụ công nghiệp cao, mức độ nội địa hóa đã chuyển từ ngắn hạn sang dài hạn, tỷ lệ nội địa hóa cũng hiếm khi đạt 100% [82].

(ii) *Tích tụ công nghiệp và lợi thế cạnh tranh quốc gia.* Tích tụ công nghiệp (agglomeration) là quá trình tập trung các hoạt động sản xuất tại một khu vực địa lý nhất định, dẫn đến việc mở rộng thương mại, liên kết đầu tư giữa các doanh nghiệp trong khu vực [76]. Cùng với sự phát triển của toàn cầu hoá, tích tụ đối với một số những công đoạn sản xuất và linh kiện nhất định ở một số quốc gia ngày càng trở nên quan trọng trong môi trường kinh doanh hiện đại. Tích tụ mở ra khả năng mới cho liên kết, cả ở hạ nguồn và thượng nguồn. Các doanh nghiệp quốc tế lớn cũng tập trung sản xuất của mình tại một số nước, nhằm khai

thác lợi thế theo quy mô và xuất khẩu sản phẩm hoặc linh kiện sang các nước khác. Chiến lược cạnh tranh này ở các công ty đa quốc gia bao gồm việc tìm kiếm nguồn lực chiến lược và nguồn lực do vị trí của chi nhánh hay công ty con của họ ở nước ngoài tạo ra. Các công ty con cũng ngày càng trở nên độc lập hơn để khai thác tối đa nguồn lực tại các nước sở tại, xuất khẩu nhiều hơn sản phẩm của mình và có thể đạt tới mức cung ứng cho toàn bộ mạng lưới của tập đoàn.

Marshall (1890) đã chỉ ra các yếu tố hình thành tích tụ là: tập trung thị trường lao động, nguồn tài nguyên tự nhiên, nguồn nhân lực. Ngày nay, ngoài những yếu tố truyền thống này, còn các yếu tố khác: cơ sở hạ tầng, các chính sách thu hút đầu tư, môi trường kinh doanh, thị trường tiêu thụ, thị trường cung ứng, năng lực R&D... Nhiều nghiên cứu được thực hiện với mục tiêu xác định nguyên nhân thu hút đầu tư để tạo nên tích tụ về địa lý, diễn giải quá trình tích tụ công nghiệp và đánh giá của doanh nghiệp về năng lực và sự hấp dẫn của quốc gia đó [84]. Nói cách khác, đây chính là các điểm làm nên lợi thế cạnh tranh của quốc gia, mà khi xây dựng chiến lược phát triển CNHT cần phải nghiên cứu đánh giá kỹ lưỡng trên cơ sở tích tụ công nghiệp thực tế.

(iii) *Sự phát triển của các cụm liên kết ngành*. Cụm liên kết ngành (Industrial Cluster) “là khu vực tập trung các DN/NVV cùng ngành, theo cùng một khu vực địa lý, cùng sản xuất và bán các loại hàng hoá phụ trợ hay có liên quan với nhau và do đó gặp các khó khăn và thuận lợi tương tự” [104]. Các doanh nghiệp trong một cụm có thể tạo nên chuỗi giá trị của sản phẩm, từ khâu cung cấp nguyên liệu cho đến việc đem sản phẩm tới người tiêu dùng. Do đó, một cụm liên kết ngành (CLKN) không chỉ bao gồm các doanh nghiệp sản xuất, mà còn bao gồm cả các nhà cung cấp nguyên liệu thô, các nhà thầu phụ, người mua, người xuất khẩu, các nhà cung cấp máy móc [68]. Ngoài ra, rất nhiều tổ chức hỗ trợ, các hiệp hội, các cơ quan luật pháp, các nhà tư vấn, các nhà vận chuyển và các nhà cung cấp các dịch vụ khác, trực tiếp, hoặc gián tiếp tạo điều kiện thuận lợi cho việc sản xuất của cụm.

Cụm liên kết ngành tạo ra sự thay đổi về quy mô sản xuất. Khi các doanh nghiệp tham gia vào cụm, họ đã liên kết với nhau làm thành mạng lưới. Các doanh nghiệp tập trung thành cụm sẽ dễ dàng thu hút khách hàng và các nhà cung ứng. Khách hàng, các nhà lắp ráp chẳng hạn, thường không chú ý nếu doanh nghiệp hoạt động riêng lẻ, nhưng khi một loạt các doanh nghiệp tập trung sản xuất một loại hàng hoá thì thị trường của sản phẩm đó dần dần được hình thành. Khi các doanh nghiệp liên kết với nhau theo hình thức cụm, việc chia sẻ nhân công sẽ thuận tiện hơn và doanh nghiệp dễ dàng tìm được lực lượng lao động cần thiết. CLKN cũng giúp cho doanh nghiệp có thể tăng năng suất khi chia sẻ kinh nghiệm về kỹ thuật, công nghệ, về tổ chức quản lý sản xuất. Các doanh nghiệp cũng có thể giảm chi phí đầu vào khi chia sẻ các đơn hàng nguyên phụ liệu, giảm thiểu tối đa các chi phí do thiếu thông tin hoặc bị ép giá. Bên cạnh đó, cụm cũng giúp doanh nghiệp đa dạng hoá sản phẩm, cải thiện năng lực kỹ thuật, nhân lực, tăng cường tiếp cận thị trường, tạo khả năng tiếp xúc với các khách hàng lớn. Ở quy mô phát triển hơn, các CLKN có thể phát triển thành các khu công nghiệp chuyên cung cấp linh kiện, như: linh kiện cơ khí, linh kiện nhựa, linh kiện điện tử... Ở Nhật Bản hiện có tới hơn 200 khu CNHT chuyên sản xuất linh kiện như vậy [41].

1.2 Công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử gia dụng

1.2.1 Khái niệm công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử gia dụng

1.2.1.1 Nhận dạng công nghiệp điện tử gia dụng

Ở hầu hết các quốc gia, thiết bị điện tử gia dụng là những sản phẩm có nhu cầu đặc biệt cao trong giai đoạn đầu của quá trình công nghiệp hóa. Đó là do nguyện vọng và khả năng nâng cao mức sống, cũng như khả năng thanh toán của đại đa số dân chúng. Các TĐĐQG trong ngành ĐTGD thường xây dựng nhà máy tại thị trường tiêu thụ để không bỏ lỡ các cơ hội này. Điện tử gia dụng (home appliances), là ngành công nghiệp sản xuất các thiết bị điện tử phục vụ

nhu cầu sử dụng của cuộc sống hàng ngày. Theo METI [17], [91], ngành này có thể bao gồm:

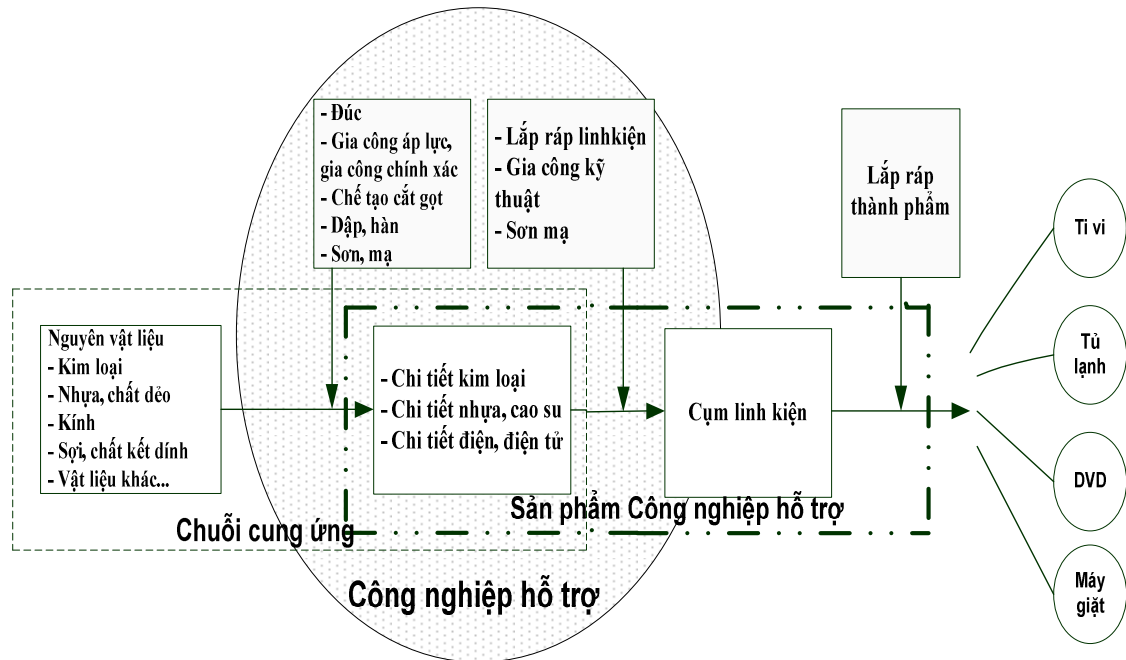
(1) Các sản phẩm điện tử liên quan đến phục vụ nhu cầu tối thiểu (ăn, mặc, uống, làm sạch...), thường sử dụng trong bếp, trong gia đình: nồi cơm điện, các máy chế biến rau quả củ, thịt, máy khâu chạy điện, máy hút bụi, máy lau sàn...

(2) Các sản phẩm „trắng“: những sản phẩm điện tử dùng trong gia đình có kích thước lớn, thường được tráng men hoặc sơn trắng: máy giặt, tủ lạnh, máy rửa bát, máy sấy quần áo, máy sấy bát, điều hoà nhiệt độ...

(3) Các sản phẩm điện tử liên quan đến nhu cầu nghe nhìn, giải trí: TV, máy nghe nhạc, máy khuếch âm, đầu đĩa, loa... Ngày nay, có sự gia tăng rất mạnh việc tiêu dùng các sản phẩm điện tử đa phương tiện như các máy nghe nhạc nhỏ, máy khuếch âm hiện đại...

Trước đây, ĐTGD bao gồm chủ yếu nhóm (1) và (2), ngày nay do sự phát triển của công nghệ và mức sống, các sản phẩm nhóm (3) trở nên được tiêu dùng thông dụng hàng ngày và rất phổ cập. Chính vì vậy, ĐTGD ngày nay được nhiều quốc gia gọi dưới tên “điện tử tiêu dùng” (consumer electronics). Trong nghiên cứu này, công nghiệp điện tử gia dụng được hiểu là việc sản xuất các sản phẩm gia dụng ở nhóm (1) và (2), cùng với các sản phẩm thuộc vào lĩnh vực nghe nhìn, được tiêu dùng thông thường ở Việt Nam, thuộc nhóm (3), như TV, đầu đĩa...

Quy trình sản xuất các sản phẩm ĐTGD được thể hiện trong hình 1.8, với 3 công đoạn sản phẩm chính: nguyên vật liệu, các chi tiết, các cụm linh kiện để tạo nên các sản phẩm hoàn chỉnh.



Hình 1.8: Quy trình sản xuất các sản phẩm điện tử gia dụng

Trong quá trình này, các công nghệ tác động trước và sau giai đoạn 2 là quan trọng nhất, bao gồm các công nghệ như đúc, gia công áp lực, gia công chính xác, dập, hàn, sơn, mạ... để tạo nên các linh kiện như linh kiện điện điện tử, linh kiện kim loại, linh kiện nhựa. Các chi tiết linh kiện này, dưới tác động của công nghệ như sơn mạ, gia công kỹ thuật được lắp ráp thành các cụm linh kiện. Toàn bộ khu vực này là hệ thống công nghiệp hỗ trợ ngành ĐTGD. Phần cung cấp nguyên vật liệu nằm trong chuỗi cung ứng của quá trình sản xuất, cũng như phần lắp ráp thành phẩm, nằm ngoài phạm vi của công nghiệp hỗ trợ.

1.3.1.2 Nhận dạng công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử gia dụng

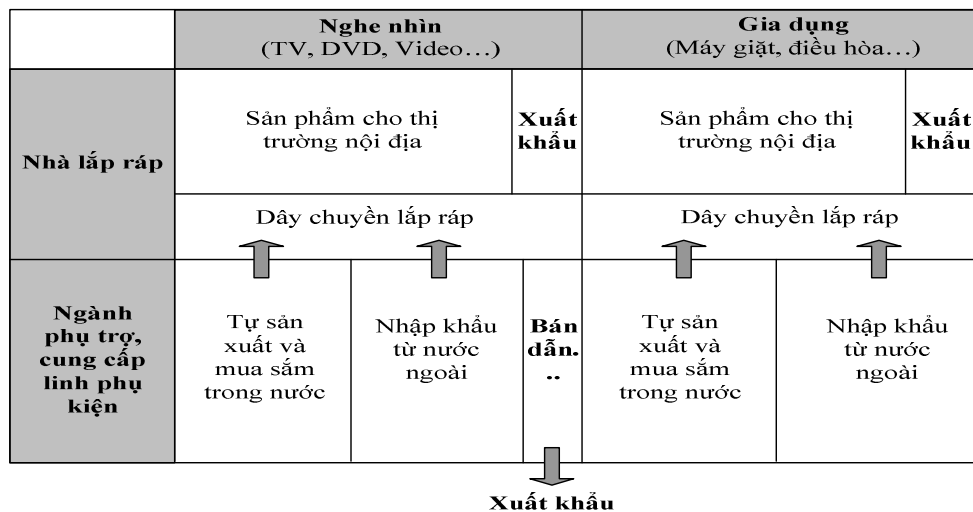
Trong các sản phẩm CNHT của ngành ĐTGD, như ở hình 1.8, với ba nhóm chi tiết linh kiện chính là kim loại, nhựa và cao su, điện và điện tử, có thể chia thành hai loại chính:

(i) Các linh kiện nhỏ, hao tốn ít nguyên vật liệu, tích hợp công nghệ cao. Hầu hết được vận chuyển từ địa điểm sản xuất đến các nhà máy lắp ráp trên toàn

thế giới. Đó là các loại linh kiện như: bảng mạch, các thiết bị bán dẫn, các chip điện tử, bo mạch...[2].

(ii) Các linh kiện chi tiết máy móc lớn, hao tổn nhiều nguyên vật liệu, lưu kho, công nghệ kỹ thuật sản xuất đơn giản hơn, thường được thực hiện sản xuất hoặc thuê sản xuất ngay tại quốc gia có nhà máy lắp ráp, hoặc ngay tại quốc gia có thị trường tiêu thụ [18], như: vỏ máy giặt, vỏ TV, các chi tiết nhựa trong TV, các ngăn nhựa trong tủ lạnh, bao bì carton, xốp...

Hình 1.9 cho thấy các điểm giống nhau và sự khác biệt tương đối của CNHT giữa 2 nhóm linh kiện này. Trong đó nhóm gia dụng hầu như không có linh kiện có thể sản xuất với mục tiêu xuất khẩu, trong khi nhóm nghe nhìn có thể xuất khẩu linh kiện. Trên thực tế, việc sản xuất linh kiện nhóm gia dụng, chủ yếu là các sản phẩm bằng nhựa và kim khí không đòi hỏi công nghệ quá cao, vốn đầu tư lớn với máy móc tinh xảo như sản xuất linh kiện nhóm nghe nhìn là linh kiện vi mạch, bán dẫn, chip điện tử...



Hình 1.9: CNHT của ngành điện tử gia dụng

Nguồn: Mori 2005b

Như thế, việc phát triển các ngành sản xuất linh kiện bằng nhựa, kim khí hay các công đoạn như đúc, ép, dập, hàn... để phục vụ sản xuất các loại linh kiện nhóm gia dụng là khá “hợp lý” và hiệu quả đối với các quốc gia trong giai đoạn

đầu công nghiệp hoá, vì phát triển các ngành này có thể nâng cao năng lực của nền công nghiệp. Có hai lý do cơ bản:

(i) *Công nghệ sử dụng trong các ngành công nghiệp này có thể áp dụng cho nhiều ngành công nghiệp khác.* Ví dụ công nghệ sử dụng trong ngành điện tử có thể khả năng áp dụng đối với các ngành sản xuất ô tô, xe máy, máy công nghiệp, máy nông nghiệp... Các doanh nghiệp lắp ráp và sản xuất sản phẩm cuối cùng có thể thay đổi thường xuyên, nhất là trong ngành ĐTGD, nhưng sản xuất CNHT cho các ngành này lại có độ ổn định cao hơn. Điển hình là, màn hình tinh thể lỏng đã nhanh chóng vượt qua màn hình truyền thống sử dụng đèn hình. Tuy vậy, các linh kiện nhựa và kim khí, như vỏ TV, các thanh và tấm nối ghép kim loại cũng như các công đoạn liên quan sẽ luôn cần thiết trong sản xuất lắp ráp TV, cho dù có bất cứ sự thay đổi nào về sản phẩm cuối cùng [88], [90]. Do vậy, các quốc gia có đủ công nghệ để sản xuất các linh phụ kiện bằng nhựa hay kim khí sẽ có khả năng bảo vệ vị trí cạnh tranh của mình như là một trung tâm sản xuất trong thời gian dài.

(ii) *Sản xuất các linh kiện nhựa hay kim khí không phải là công nghệ thấp, mà thực tế đòi hỏi công nghệ sản xuất định hướng tương đối cao.* Các sản phẩm điện tử được cấu thành bởi các linh kiện nhựa và kim khí được thiết kế hết sức công phu [82]. Các nhà sản xuất loại linh kiện này phải có tay nghề chính xác cao, bởi chỉ một khiếm khuyết, dù rất nhỏ trong các linh kiện này có thể ảnh hưởng đến toàn bộ tính năng cơ học của sản phẩm cuối cùng. Ngoài ra, tay nghề sản xuất, bảo trì và sửa chữa các công cụ như đục và nén sẽ góp phần giảm nhẹ chi phí và rút ngắn thời gian thực hiện đơn hàng.

Hiện tại, trong khu vực chỉ có Nhật Bản, Hàn Quốc và một số nước phát triển khác có năng lực cao trong lĩnh vực này [88]. Thực tế dù CNĐT phát triển mạnh ở khu vực Đông Á, cho đến nay, chưa có một quốc gia nào trong khu vực

ASEAN, kể cả Ma-lay-xi-a và Thái Lan đã có sự tích tụ cần thiết trong việc phát triển các ngành công nghiệp này [17, tr. 73].

1.2.2 Nhân tố tác động đến công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử gia dụng

1.2.2.1 Sự phát triển của khoa học công nghệ

Giống như một số ngành công nghệ cao khác, công nghiệp ĐTGD phụ thuộc rất nhiều vào sự phát triển của khoa học công nghệ. Ngày nay, khả năng sử dụng và năng lực tiêu thụ của các sản phẩm ĐTGD phụ thuộc phần lớn vào công nghệ mà nó được áp dụng. Điển hình là các sản phẩm ĐTGD thông dụng như TV, máy giặt, tủ lạnh. Ví dụ như ở Việt Nam, sau 11 năm hoạt động và liên tục dẫn đầu trong số các công ty có vốn FDI tại Hà Nội, năm 2008 công ty Orion Hanel chuyên sản xuất đèn hình và phụ kiện cho TV và máy tính với thời hạn hoạt động 50 năm đã đóng cửa nhà máy, do xuất hiện sự thoái trào của công nghệ sản xuất đèn hình màu, với sự thay thế của dòng màn hình tinh thể lỏng (LCD) và plasma. (Nguồn: <http://www.vnexpress.net/GL/Kinh-doanh/2008/12/3BA09C61/>, ngày 24/12/2008).

Cũng chính bởi yếu tố này mà các sản phẩm ĐTGD thường có vòng đời ngắn hơn các sản phẩm công nghiệp khác, có xu hướng mang tính “thời trang” và khả năng thay thế theo chu kỳ khá cao. Sự thay đổi này dựa trên các linh kiện điện tử cấp cao cấu thành nên sản phẩm, do vậy, việc sản xuất các linh kiện điện tử cao cấp đó thường do các TĐĐQG đảm nhiệm hoặc chỉ định và chuyển đi khắp thế giới. Còn các chi tiết linh kiện nhựa và kim loại trong các sản phẩm điện tử lại có sự thay đổi chậm hơn rất nhiều. Việc sản xuất các linh phụ kiện này, vì vậy, ít chịu tính “thời trang” như việc sản xuất các sản phẩm ĐTGD cuối cùng [83].

1.2.2.2 Đặc điểm của linh kiện

Đặc điểm của linh kiện quyết định việc linh kiện được sản xuất ngay tại thị trường tiêu thụ hay nhập khẩu. Trong các đặc điểm, kích cỡ là yếu tố quan

trọng nhất quyết định điều này. Ví dụ, ghế ô tô hay vỏ nhựa của máy điều hoà có kích cỡ rất lớn so với giá trị của chúng. Thông thường các loại linh kiện này không được nhập khẩu, vì vận chuyển khó khăn và chi phí cao. Các nhà lắp ráp sẽ tìm cách sản xuất các bộ phận này gần địa điểm lắp ráp nhất. Trong CNĐT, các sản phẩm ĐTGD là ngành đòi hỏi nhiều các loại linh kiện như vậy. Ví dụ: vỏ nhựa của TV, của điều hoà nhiệt độ, vỏ thép của tủ lạnh, của máy giặt, các ngăn nhựa trong tủ lạnh, các linh kiện kim loại lớn trong máy giặt...

Các linh kiện là thông dụng (module) hay chuyên biệt (intergrated) cũng rất quan trọng (xem thêm phụ lục 3). Các sản phẩm nghe nhìn có thể sử dụng đa dạng và rộng khắp các linh kiện điện tử có kích thước siêu nhỏ, nhất là các thiết bị có độ thông minh cao. Các linh kiện này luôn được sản xuất ở một vài địa điểm và vận chuyển đi khắp thế giới.

1.2.2.3 Đặc điểm của khu vực hạ nguồn

Dung lượng thị trường. Mặc dù phụ thuộc vào đặc điểm linh kiện, việc sản xuất linh kiện tại địa điểm lắp ráp hầu như chỉ phát triển đối với các quốc gia có dung lượng thị trường ở khu vực hạ nguồn lớn. Tuy đầu tư cho việc lắp ráp các sản phẩm ĐTGD không cao, đây là ngành chịu khá nhiều cạnh tranh, rủi ro và phụ thuộc vào chính sách của địa phương sở tại. Ở các quốc gia đang phát triển, đặc biệt là ở các nước có nền kinh tế chuyển đổi, nơi mà dung lượng thị trường ban đầu về sản phẩm ĐTGD rất lớn, ngành này luôn được các doanh nghiệp quan tâm mạnh mẽ khi đầu tư [17]. Điều này cũng lý giải việc các nhà máy lắp ráp các sản phẩm ĐTGD có xu thế chuyển dịch từ các nước phát triển sang các nước đang phát triển, từ các nước kinh tế mới nổi, các quốc gia công nghiệp trẻ sang các quốc gia công nghiệp hoá sau. Một trong các lý do quan trọng là do dung lượng thị trường về các sản phẩm gia dụng ở các nước phát triển đã có xu hướng bão hoà, trong khi lại là nhu cầu mới nổi lên của người dân, thường là rất đông dân, ở các quốc gia đi sau.

Năng lực sản xuất của địa phương. Tuy nhiên, không phải quốc gia đông dân đang phát triển nào cũng thu hút được đầu tư vào ngành này. Năng lực sản xuất nội địa với các yêu cầu về trình độ và tính chuyên nghiệp của người lao động trong lắp ráp, việc giao hàng đúng thời hạn, đúng yêu cầu về số lượng và chất lượng của các doanh nghiệp sản xuất linh kiện, là các yếu tố tác động tới quá trình ra quyết định để ngành công nghiệp này có thể hình thành và phát triển. Sản xuất và cung ứng nội địa có thể do các công ty FDI hoặc các doanh nghiệp địa phương đảm nhận. Khó khăn ở chỗ, nước sở tại không có đủ số lượng các công ty FDI chuyên cung cấp linh kiện hoặc/và trình độ công nghệ và quản lý của các doanh nghiệp địa phương không đáp ứng được đòi hỏi của các công ty lắp ráp nước ngoài. Đây là điểm khó khăn cơ bản nhất của các quốc gia đang phát triển khi muốn phát triển ngành công nghiệp này, dù đã lọt qua vòng đánh giá về „dung lượng thị trường“ của các TĐĐQG. Đây cũng là cách sàng lọc của các công ty đặt hàng nước ngoài về khả năng sản xuất linh kiện ở các nước đang phát triển.

Chiến lược kinh doanh của các TĐĐQG trong ngành CNĐT. Ngay trong việc sản xuất cùng một loại sản phẩm, chiến lược kinh doanh của các TĐĐQG cũng ảnh hưởng không nhỏ tới việc sử dụng linh kiện sản xuất hay gia công tại địa phương. Các doanh nghiệp Nhật Bản thường có xu hướng sản xuất tích hợp, trong khi đó Hoa Kỳ hay Trung Quốc lại có khuynh hướng sản xuất module (xem thêm phụ lục 3). Cùng là doanh nghiệp điện tử Nhật Bản, song mục tiêu và văn hóa kinh doanh của Sony cũng khác hẳn Matsushita. Các yếu tố này ảnh hưởng tới phương pháp thiết lập MLSX quốc tế và cách thức nội địa hoá ở mỗi quốc gia mà họ đầu tư.

1.2.2.4 Đặc điểm của các tập đoàn đa quốc gia ngành điện tử gia dụng

Việc phát triển ngành công nghiệp ĐTGD phụ thuộc khá nhiều vào các TĐĐQG sản xuất và lắp ráp sản phẩm điện tử trên toàn cầu. Mặc dù các

TĐĐQG có mạng lưới sản xuất và phân phối ở nhiều quốc gia, chiến lược sản xuất kinh doanh của chi nhánh các tập đoàn ở mỗi quốc gia tác động rất lớn đến khả năng sản xuất linh kiện tại địa điểm lắp ráp.

(i) *TĐĐQG hướng vào thị trường nội địa.* Trong ngành ĐTGD, chi nhánh của các TĐĐQG tại một nước nào đó sản xuất các nhóm sản phẩm công kênh như TV, máy giặt, điều hoà nhiệt độ sẽ có xu thế hướng mạnh vào thị trường nội địa. Các tập đoàn này thường có động lực mạnh mẽ trong việc nội địa hóa hay sử dụng CNHT của nước sở tại. Nhiều linh kiện sử dụng trong TV và các thiết bị gia dụng rất nặng và công kênh, đặc biệt là các linh phụ kiện bằng nhựa và kim khí. Nhập khẩu các linh kiện này tốn kém, và việc tập trung sản xuất các bộ phận này theo địa điểm không phải là ưu thế. Thêm vào đó, TĐĐQG có xu hướng nội địa hóa một số công đoạn như đúc, dập, mạ... Việc thay đổi mẫu mã thường xuyên và phản hồi nhanh từ các công đoạn này khiến họ thường xây dựng các nhà máy ngay tại các địa điểm cung cấp dịch vụ.

Sản xuất nội vi, sản xuất trong các xí nghiệp lắp ráp của TĐĐQG, có thể bị tác động bởi các lý do, như kích cỡ sản phẩm hay việc phản hồi nhanh từ thị trường. Tuy nhiên, việc này đòi hỏi đầu tư tương đối lớn để lắp đặt máy móc và trang thiết bị sản xuất. Trên thực tế, rất ít các linh kiện và bộ phận trong thiết bị gia dụng vừa có kích cỡ to lại vừa có giá trị lớn. Do vậy các TĐĐQG nhằm vào thị trường nội địa thường hiếm khi tiến hành sản xuất nội vi [90].

(ii) *TĐĐQG hướng đến thị trường toàn cầu.* Ngày càng có nhiều chi nhánh của TĐĐQG sản xuất tại một nước nào đó để tận dụng các lợi thế cạnh tranh của nước sở tại, nhưng hướng vào thị trường toàn cầu. Đó thường là các tập đoàn sản xuất linh kiện, thiết bị nghe nhìn [70]. Các công ty này có xu hướng xây dựng nhà máy cách xa thị trường tiêu thụ. Có rất nhiều công ty sản xuất các thiết bị âm thanh và điện tử ngoại vi tại Đông Á và xuất khẩu phần lớn sản phẩm của mình sang thị trường Mỹ, châu Âu và Nhật Bản [71]. Một trong những

nguyên nhân khiến các TĐĐQG trong lĩnh vực nghe nhìn không xây dựng nhà máy sản xuất tại các thị trường tiêu dùng, là cầu đối với sản phẩm này tăng chậm so với các sản phẩm TV và đồ gia dụng. Ngoài ra, các thiết bị âm thanh và điện tử ngoại vi có kích cỡ tương đối nhỏ, tiêu tốn ít nguyên liệu và rất thông dụng trên phạm vi toàn thế giới, như linh kiện bán dẫn, IC, điện trở, dây dẫn... nên có thể dễ dàng vận chuyển đi khắp thế giới. Rõ ràng mục tiêu nội địa hóa của các TĐĐQG xuất khẩu không mạnh mẽ như các TĐĐQG sản xuất cho thị trường nội địa. Bởi các linh phụ kiện của thiết bị nghe nhìn và điện tử ngoại vi có kích cỡ nhỏ, gọn hơn so với các linh kiện của TV, đồ gia dụng, chi phí nhập khẩu do vậy cũng ít hơn hẳn.

Như vậy, dù thị trường mục tiêu là nội địa hay quốc tế, các TĐĐQG đều có động cơ nội địa hóa một số linh kiện, phụ tùng có kích cỡ công kênh và trọng lượng lớn như vỏ nhựa, kim loại, các công cụ đúc, ép. Chi nhánh các TĐĐQG có thị trường mục tiêu là nội địa thường có nhu cầu nội địa hóa cao hơn so với các TĐĐQG hướng vào xuất khẩu.

1.3 Bài học kinh nghiệm quốc tế

1.3.1 Kinh nghiệm về phát triển công nghiệp hỗ trợ

1.3.1.1 Các chính sách phát triển công nghiệp hỗ trợ

Nhiều quốc gia châu Á đánh giá cao vai trò và quan tâm đến các chính sách để phát triển CNHT, với các mức độ can thiệp khác nhau tùy vào thời gian và bối cảnh, nhưng đều là các chính sách rất cụ thể, quyết liệt.

Nhật Bản. Năm 1949, Nhật Bản ban hành *Luật về hợp tác với doanh nghiệp* nhằm bảo vệ quyền đàm phán của các nhà thầu phụ và tạo điều kiện giúp họ tiếp cận nguồn vốn vay. Những năm 50, chính phủ ban hành *Luật phòng chống trì hoãn thanh toán chi phí thầu phụ và các vấn đề liên quan*, nhằm ngăn chặn tình trạng chiếm dụng vốn của các công ty lớn với các nhà thầu phụ [99]. Đến những năm 70, lại có *Luật xúc tiến doanh nghiệp cung ứng nhỏ và vừa*,

nhằm tạo điều kiện thuận lợi nhất cho các nhà cung ứng, do lúc này họ đã phát triển rất mạnh và trở thành lực lượng sản xuất quan trọng của công nghiệp Nhật Bản.

Hàn Quốc. Năm 1975, *Luật xúc tiến thầu phụ* được ban hành, đã chỉ định một số ngành công nghiệp cũng như sản phẩm trong các ngành này là các linh phụ kiện. Luật yêu cầu các doanh nghiệp lớn phải mua ngoài, chứ không được tự sản xuất các sản phẩm này. Số lượng các sản phẩm này tăng từ 41 loại (năm 1979) lên 1553 (năm 1984) và giảm xuống 1053 vào năm 1999 [55]. Năm 2005, Chính phủ triển khai *Chiến lược phát triển nguyên liệu và linh phụ kiện*, nhằm phát triển CNHT trong công nghiệp ô tô và CNĐT, trong đó chỉ định rõ Samsung và Lucky Gold Star là các doanh nghiệp hạt nhân, với một số nhà sản xuất chuyên cung ứng linh phụ kiện phải phát triển các sản phẩm này để thay thế nhập khẩu. Chương trình này bắt buộc các doanh nghiệp hạt nhân phải cam kết mua linh kiện của các doanh nghiệp cung ứng này [33, tr.43]. Chiến lược được đánh giá thành công, vì các ngành CNHT ở Hàn Quốc đã phát triển rất nhanh.

Đài Loan. Không can thiệp sâu như Hàn Quốc, Chính phủ Đài Loan đóng vai trò xúc tác liên kết thông qua hỗ trợ tài chính. Năm 1984, hệ thống hạt nhân vệ tinh được triển khai với 3 liên kết chính: nhà cung cấp và nhà lắp ráp, người sử dụng hạ nguồn và nhà cung cấp nguyên liệu chính, nhà thầu phụ và thương gia [55]. Chính phủ trợ giúp các liên kết này thông qua hỗ trợ kỹ thuật, tư vấn quản lý và tài chính. Các doanh nghiệp hạt nhân tham gia chương trình được trợ cấp tài chính, giám sát, phối hợp và cải tiến hoạt động các doanh nghiệp vệ tinh. Doanh nghiệp vệ tinh tự nguyện tham gia để nâng cao hiệu quả và tìm khách hàng. Hệ thống này rất thành công, góp phần chia sẻ thông tin và tạo cơ chế để chính phủ thực thi các chính sách.

Ma-lay-xi-a. Chương trình phát triển Vendor tập trung vào phát triển CNHT bằng cách hỗ trợ các công ty trong nước hợp tác với tập đoàn và các công

ty nước ngoài, nhưng không thành công do sự phân biệt loại hình doanh nghiệp và sự phụ thuộc quá lớn vào các công ty lớn [82, tr. 47-51]. Chương trình được bắt đầu vào giữa thập kỷ 90 để thúc đẩy các công ty có vốn đầu tư của người Ma-lay-xi-a hợp tác với các công ty nước ngoài. Trong chương trình này, công ty lớn FDI liên kết với một ngân hàng thương mại và các công ty cung cấp linh kiện nội địa. Công ty FDI này được yêu cầu hàng năm tạo ra một hoặc hai đối tác là các doanh nghiệp cung ứng nội địa. Tuy nhiên, kết quả là, các công ty có vốn của người Hoa không được sự hỗ trợ của dự án này, lại phát triển hệ thống khách hàng một cách mạnh mẽ và liên kết hợp tác rất tốt với công ty FDI, hơn là hệ thống doanh nghiệp Ma-lay-xi-a được Chính phủ hỗ trợ.

Để cải thiện, chương trình liên kết phát triển công nghiệp dựa trên nhóm đã được triển khai, trong đó cả nhà cung cấp bậc 2 và không quy định thành phần doanh nghiệp tham gia. Các công ty đóng vai trò dẫn dắt cũng được hưởng ưu đãi như giảm thuế hay hỗ trợ hoạt động nghiên cứu.

Thái Lan. Ủy ban phát triển liên kết công nghiệp đưa ra *chương trình phát triển nhà cung cấp quốc gia* từ những năm 1990, nhằm tạo ra kênh giao tiếp cho các ngành chế tạo ở Thái Lan. Chương trình kéo dài 5 năm (1992-1997) trải qua 4 giai đoạn: (1) phát triển cơ sở dữ liệu (CSDL) để hỗ trợ liên kết, tập trung vào CNĐT, ô tô, đào tạo nhà cung cấp; (2) hỗ trợ kỹ thuật, hội thảo, kết nối doanh nghiệp; (3) phát triển CSDL, đào tạo, tham gia hội chợ quốc tế; (4) hội chợ quốc tế. Tuy nhiên, chương trình không thành công, do không được doanh nghiệp biết đến và do các hoạt động hỗ trợ mới chỉ nằm ở bề nổi mà chưa đi vào hỗ trợ liên kết cụ thể [81].

1.3.1.2 Quy định về nội địa hoá

Đài Loan và Hàn Quốc là hai quốc gia phát triển thành công CNHT trong ô tô và điện tử nhờ vào quy định về hàm lượng nội địa. Bắt đầu ở Đài Loan từ năm 1960, local content regulations-LCR, được giới thiệu đến doanh nghiệp ở

Đài Loan đối với hầu hết các sản phẩm ô tô, điện tử. Từ năm 1975 đến 1986 các quy định này được gỡ bỏ dần, khi các cam kết tự do hoá thương mại có hiệu lực. Quy định này đã hữu hiệu khi thúc ép các nhà sản xuất nước ngoài chuyển giao công nghệ sản xuất linh phụ kiện sang các nhà cung ứng liên doanh và trong nước. Hàn Quốc triển khai chương trình từ năm 1987, theo 2 giai đoạn 1987-1991 và 1992-1996, với tổng số hơn 7000 linh phụ kiện được chỉ định phải nội địa hoá. Kết quả là đến năm 1996 công nghiệp ô tô có tỉ lệ 78% linh kiện sản xuất trong nước, còn CNĐT là 38% [55].

Ngày nay, quy định này không áp dụng được nữa do các cam kết về thương mại toàn cầu. Tuy nhiên, các nước đi sau như Việt Nam vẫn có thể áp dụng các chính sách khuyến khích mua linh kiện nội địa trong nước bằng các chính sách thuế, vốn vay, hạ tầng, hỗ trợ kỹ thuật hay nhân lực.

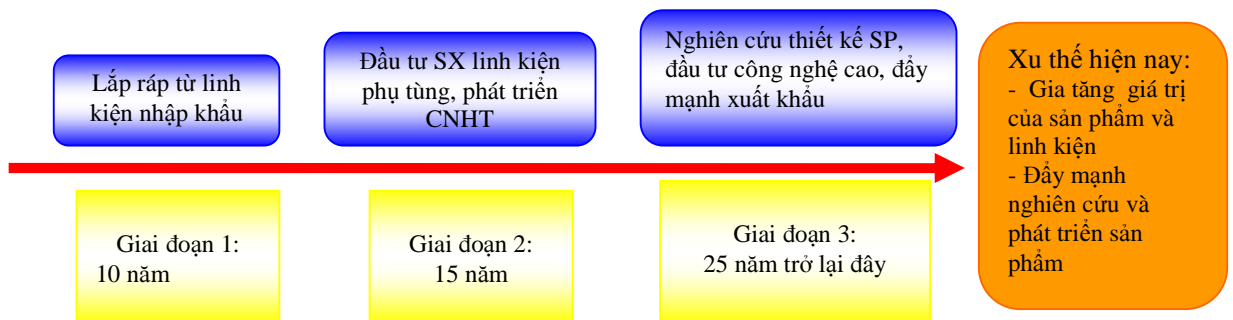
1.3.1.3 Thu hút đầu tư nước ngoài vào sản xuất công nghiệp hỗ trợ

Các nước ASEAN đã thực hiện chính sách thu hút đầu tư nước ngoài có lựa chọn để hướng vào các ngành công nghiệp mục tiêu. Họ thực hiện nhiều biện pháp khuyến khích thuế, thiết lập các khu thương mại tự do nhằm định hướng xuất khẩu, tận dụng thời cơ chuyển giao ồ ạt cơ sở sản xuất từ Nhật Bản trong những năm 1980 và 1990 khi đồng Yên đột ngột tăng giá. Thái Lan đã giảm mức yêu cầu đầu tư tối thiểu, gia tăng ưu tiên về thuế để thu hút các doanh nghiệp nhỏ từ Nhật Bản và dành nhiều ưu đãi cho dòng xe ô tô bán tải để tập trung năng lực sản xuất và gia tăng dung lượng thị trường [81]. Ma-lay-xi-a thu hút FDI vào CNHT thông qua trợ cấp thuế đầu tư, gồm miễn thuế trong 05 năm, áp thuế doanh nghiệp ở mức 15-30% doanh thu [82]. Do các chính sách quyết liệt thời đó, hiện nay Thái Lan chuyên cung cấp linh kiện ô tô và Ma-lay-xi-a chuyên cung cấp linh kiện điện tử trên thị trường thế giới.

1.3.2 Kinh nghiệm phát triển công nghiệp hỗ trợ ngành công nghiệp điện tử

1.3.2.1 Xu thế phát triển công nghiệp điện tử của một số quốc gia Đông Á

Các quốc gia ASEAN vốn đã có ngành CNĐT khá phát triển so với Việt Nam, với các nét tóm tắt theo 3 giai đoạn ở bảng 1.2. Nhìn chung, CNĐT ở các nước này hầu hết bắt đầu đồng loạt khoảng từ thập niên 60, 70 thế kỷ XX, như vậy đã phát triển được khoảng 40-50 năm, trải qua 3 giai đoạn chính:



Hình 1.10: Các giai đoạn phát triển của công nghiệp điện tử ASEAN

Trong đó, giai đoạn 1-lắp ráp và nhập khẩu linh kiện thường diễn ra khoảng 10 năm. Giai đoạn 2-đầu tư sản xuất linh kiện và phụ tùng kéo dài hơn và chưa phải mọi quốc gia đã hoàn thành giai đoạn 2 để bước sang giai đoạn 3. Ở các nước khu vực Đông Á khác, như Hàn Quốc, giai đoạn 2 chỉ diễn ra trong khoảng 10 năm, song hành với việc hình thành các tập đoàn CNĐT nổi tiếng. Ở Nhật Bản, giai đoạn 2 còn rút ngắn hơn, đồng thời với việc xây dựng thương hiệu sản phẩm và chuyển bớt các phần sản xuất linh kiện ra nước ngoài.

1.3.2.2 Vai trò của đầu tư nước ngoài trong công nghiệp điện tử

Sự phát triển của CNĐT và CNHT ngành CNĐT chủ yếu dựa vào vốn đầu tư nước ngoài. Các công ty có vốn nước ngoài trong ngành điện tử ở các quốc gia ASEAN đều chiếm ít nhất 2/3 số lượng doanh nghiệp, trong đó các công ty Nhật Bản giữ vai trò đặc biệt quan trọng. Hầu hết các công ty trong lĩnh vực sản xuất phụ kiện điện tử ở Thái Lan, Ma-lay-xi-a, In-đô-nê-xi-a đều là các liên

doanh và 100% vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài. CNĐT ở các nước này bao gồm các TĐĐQG, các công ty con và các nhà thầu phụ. Khách hàng chủ yếu vẫn là thị trường quốc tế.

Riêng với Ma-lay-xi-a, điện tử gia dụng là ngành có nền tảng kinh nghiệm sản xuất, nên các nhà cung ứng có thể phát triển thiết kế và tạo ra các loại linh phụ kiện riêng. Mỗi loại sản phẩm điện tử lại có một số công ty nội địa hoặc liên doanh chuyên cung cấp các linh, phụ kiện cho cả khu vực. Chẳng hạn, các linh kiện chính của máy điều hòa không khí là máy nén khí, bình ngưng và máy làm bay hơi đều do Ma-lay-xi-a cung cấp cho cả khu vực. Đối với sản phẩm tủ lạnh và TV, phụ kiện chính là ống phóng tia ca tốt, chiếm 40% giá trị sản phẩm, có công ty Toshiba Display Device chuyên sản xuất [90]. Ở In-đô-nê-xi-a, các TĐĐQG đã hình thành các cụm CNĐT trên đảo Batam và vùng ngoại ô Jakarta. Nhìn chung, trong các lĩnh vực nhựa và thiết bị kim loại, việc chuyển giao công nghệ và đào tạo tay nghề đã được thực hiện ở các quốc gia này. Tuy nhiên, trình độ công nghệ xử lí bề mặt như phun sơn và mạ cho các linh kiện dùng trong các sản phẩm điện tử xuất khẩu vẫn còn hạn chế [92].

Bảng 1.1: Tình hình ngành công nghiệp điện tử và CNHT trong ngành ở các quốc gia ASEAN

Quốc gia	Bắt đầu	Sản phẩm chính	Quy mô ngành	Thị trường xuất khẩu chính	Yếu tố cản trở	Yếu tố thành công
Thailand	những năm 60	Máy tính và linh kiện Sản phẩm nghe nhìn Điện lạnh Thiết bị văn phòng	620 DN với 521 FDIs 300.000 lao động	- Doanh thu 2001: 23 tỷ USD - ASEAN: 22%, Mỹ: 20%, EU 17%, Nhật 16%	Thiếu nguồn nhân lực cấp thiết Tính bền vững chính sách	Các DN hoạt động độc lập CNPT phát triển
Malaysia	giữa những năm 60	Điện tử gia dụng Linh kiện cao cấp Linh kiện nghe nhìn	900 DN, 2/3 là FDIs, nhất là Nhật bản		Khan hiếm lao động làm cho chi phí cao Phụ thuộc vào linh kiện NK	Quy hoạch phát triển đúng đắn Trợ giúp của Chính phủ Chuyển đổi cơ cấu sản phẩm thành công
Singapore	những năm 60	Điện tử chuyên dùng Viễn thông Máy tính Linh kiện công nghệ cao	250 DN 150.000 lao động	- Doanh thu 2001: 70 tỷ USD - 60% dành cho xuất khẩu: - Nhật 36%, Mỹ 34%, ASEAN và châu Á: 31%		Cơ sở hạ tầng Môi trường đầu tư tốt, chính sách hỗ trợ nhất quán và hiệu quả cao của Chính phủ Nhân lực chất lượng cao
Philippines	đầu những năm 70	Điện tử chuyên dùng Điện tử gia dụng Linh kiện máy tính Thiết bị đầu cuối Dụng cụ bán dẫn	590 DN, 72% là FDIs- 30% Nhật 350.000 lao động	Doanh thu 2003: 10 tỷ USD 95% cho thị trường xuất khẩu	Thủ tục hành chính Cung cấp năng lượng không ổn định Giao thông đường bộ kém	Nguồn nhân lực dồi dào, tiếng Anh tốt Vị trí địa lý thuận tiện (giữa ASEAN và Nhật Bản) Chi phí lao động và SX rẻ
Indonesia	đầu những năm 70		100 DN, 2/3 là FDIs DN Nhật giữ vai trò chủ chốt	Doanh thu 2003: 9 tỷ USD 95% cho thị trường xuất khẩu	Không có quy hoạch phát triển Nạn buôn lậu	Chuyển hướng chính sách vào xuất khẩu và thu hút đầu tư nước ngoài

Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo của Bộ Công Thương, Hiệp hội doanh nghiệp điện tử, Tổng Công ty điện tử tin học Việt Nam

1.3.2.3 Chính sách và việc thực thi chính sách

Ở Thái Lan, phát triển CNHT là nhân tố chính trong việc thúc đẩy tính cạnh tranh và hạn chế các doanh nghiệp điện tử nước ngoài chuyển nhà máy sang nước khác. Tuy nhiên, mức độ tham gia của cơ quan Chính phủ vào việc thực thi những luật này vẫn có những sai khác đáng kể. Khi Chính phủ thay đổi mức thuế nhập khẩu, các công ty bị yêu cầu phải trả khoản chênh lệch giữa mức thuế cũ và mới và điều này xảy ra rất thường xuyên. Nếu các công ty nước ngoài được Ủy ban đầu tư Thái Lan thừa nhận thì trên lí thuyết được phép nhập khẩu vật liệu mà không phải nộp thuế. Tuy nhiên, trên thực tế chính sách này chỉ hoàn lại thuế nhập khẩu cho doanh nghiệp tại thời điểm họ đưa ra chứng cứ có hàng xuất khẩu. Thủ tục này gây ra phiền hà và nhiều công ty đã chỉ ra rằng việc hoàn lại thuế nhập như vậy đôi khi bị trì hoãn một cách tùy tiện. Phần lớn các doanh nghiệp FDI hoạt động ở Thái Lan đang phải đối mặt với những phiền toái này [81].

Ở In-đô-nê-xi-a, sự lạc hậu trong việc quản lý hệ thống thuế đã gây tác động rất tiêu cực lên sản xuất của các công ty nước ngoài. Các vấn đề nghiêm trọng nảy sinh trong quá trình thực thi chính sách thuế chứ không phải ở bản thân hệ thống thuế [17]. Nạn buôn lậu cũng là một vấn đề tồn tại rất lớn mà chính phủ không giải quyết được triệt để.

Gần đây, các công ty Nhật Bản đã bắt đầu coi Phi-lip-pin như là trung tâm sản xuất các phụ tùng lắp ráp máy ảnh, màn hình tinh thể lỏng và bộ khuếch đại điện áp trong các máy kỹ thuật số, đặc biệt cho xuất khẩu. Phi-lip-pin có lợi thế về khả năng giao tiếp bằng tiếng Anh của nhân công, nguồn nhân lực cho các vị trí quản lý trung gian, lợi thế vị trí do nằm giữa Nhật Bản và các nước ASEAN. Các chính sách ưu đãi đầu tư nước ngoài của Phi-lip-pin có thể đánh giá là thuận lợi nhất trong khu vực ASEAN. Tuy nhiên, vẫn còn một số điểm làm các nhà đầu tư lo

ngại: thủ tục hành chính quá phiền hà và mất nhiều chi phí, có nhiều vấn đề liên quan đến tham nhũng, quản lý lao động, ổn định xã hội, hạ tầng [17]. Việc cung cấp năng lượng điện không ổn định khiến các doanh nghiệp gia tăng chi phí vì phải đầu tư nhà máy điện. Mạng lưới đường sá và đường cao tốc nối với các khu công nghiệp không được xây dựng một cách hợp lý. Giao thông đường bộ kém làm tăng thêm nạn tắc nghẽn đường giao thông và các hoạt động tội phạm khác. Tệ nạn buôn lậu đôi lúc đã vượt quá khả năng kiểm soát của Chính phủ.

1.3.2.4 Xác định lợi thế cạnh tranh quốc gia

Các quốc gia trong khu vực đã phát huy rất tốt lợi thế của mình: Xin-ga-po với trình độ công nghệ; In-đô-nê-xi-a thu hút ban đầu bởi dung lượng thị trường; Phi-lip-pin và Ma-lay-xi-a với trình độ tiếng Anh của nguồn lao động và sau đó là các chính sách của chính phủ. Rõ ràng, đối với ngành CNĐT, những lợi thế vốn có hiện tại vẫn là nhân tố động lực để phát triển. Chi phí tiền lương công nhân thấp là một nhân tố quan trọng để thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài, trong đó có ngành CNĐT, đặc biệt là những ngành sản xuất thiết bị điện tử gia dụng và các linh kiện công kênh. Thể chế chính trị hay vị trí địa lý là một lợi thế so sánh quan trọng. Cũng giống như Phi-lip-pin, vị trí địa lý thuận lợi của Việt Nam ở Đông Á - giữa ASEAN với Trung Quốc và Nhật Bản, Hàn Quốc - cũng cần phải được khai thác triệt để trong phát triển công nghiệp điện tử.

1.3.3 Kết luận tham khảo cho Việt Nam

Từ những kinh nghiệm tổng kết kể trên, có thể rút ra cho Việt Nam một số bài học về phát triển CNHT ngành điện tử gia dụng:

1.3.3.1 Từ phía chính phủ

Trong phát triển CNHT nói chung và CNHT ngành điện tử gia dụng nói riêng, Chính phủ đóng vai trò đặc biệt quan trọng.

Các chương trình hành động về CNHT. Rút kinh nghiệm của Thái Lan và Ma-lay-xi-a, Việt Nam cần có một chương trình toàn diện, bình đẳng, cụ thể tới tận các doanh nghiệp và thực hiện quyết liệt như Đài Loan, Hàn Quốc thì mới thật sự đạt hiệu quả. Tất cả các quốc gia kể trên, ngay trong giai đoạn đầu tiên phát triển CNHT đã hình thành nhanh chóng cơ quan đầu mối, để hoạch định, thực hiện và quản lý phát triển CNHT. Việt Nam hiện đang thiếu một tổ chức đầu mối về quản lý nhà nước liên quan đến CNHT. Do đó các thông tin về năng lực các ngành CNHT không được cập nhật, các hoạt động hỗ trợ phát triển CNHT không tập trung và thống nhất, chưa huy động được sức mạnh tổng thể của đất nước cho lĩnh vực này.

Xác định rõ các ưu tiên về ngành CNHT, sản phẩm CNHT. Nhật Bản, Đài Loan và Hàn Quốc đã rất thành công khi tập trung ưu tiên phát triển một số ngành CNHT. Việt Nam cũng cần có các ưu tiên rõ rệt để có thể tập trung nguồn lực cũng như định hướng để hấp dẫn doanh nghiệp đầu tư. Các biện pháp khuyến khích mua linh kiện tại nội địa là hết sức hữu hiệu. Theo kinh nghiệm của Đài Loan và Hàn Quốc, trong bối cảnh hiện nay có thể khuyến khích như: giảm thuế cho các doanh nghiệp lắp ráp có tỉ lệ mua hàng trong nước cao, hỗ trợ ưu đãi các doanh nghiệp FDI sản xuất những phần linh kiện mà Việt Nam chưa tự thực hiện được, ưu đãi các TĐĐQG về đất đai, hạ tầng, thuế trong việc kêu gọi các doanh nghiệp vệ tinh của họ vào sản xuất tại Việt Nam...

Theo kinh nghiệm của Nhật Bản, Việt Nam nên sớm *thể chế hoá các quy định* liên quan đến liên kết giữa các doanh nghiệp cung ứng với các nhà thầu chính,

liên quan đến tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm linh kiện, tạo điều kiện tiên đề để hệ thống doanh nghiệp dễ dàng hợp tác liên kết sản xuất.

Xoá bỏ khoảng cách giữa chính sách và thực thi chính sách. Từ bài học của các quốc gia như In-đô-nê-xi-a hay Thái Lan, cần có các hành động và các chế tài nghiêm khắc về việc thực thi sai chính sách. Cũng cần có các khoá đào tạo nhận thức cho cán bộ công chức về sứ mệnh của hệ thống doanh nghiệp đối với kinh tế xã hội quốc gia và vai trò trách nhiệm của Chính phủ, cụ thể là cán bộ công chức trong việc hỗ trợ, tư vấn cho doanh nghiệp phát triển.

1.3.3.2 Từ phía doanh nghiệp

Như tất cả các quốc gia khác trong khu vực, *doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chuyên sản xuất linh kiện sẽ là lực lượng sản xuất CNHT chính trong thời gian trước mắt ở Việt Nam.* Trong khoảng 10 năm tới, bên cạnh mục tiêu cung ứng cho các tập đoàn lớn, doanh nghiệp nội địa Việt Nam nên xác định tập trung cung ứng cho hệ thống doanh nghiệp sản xuất linh kiện FDI này, để bắt đầu tham gia vào việc lắp ráp các cụm linh kiện chi tiết có giá trị và dần dần học hỏi để chuyển giao công nghệ kỹ thuật.

Kết luận chương 1

- Khái niệm CNHT của Việt Nam quá rộng so với thông lệ quốc tế và được định nghĩa chưa thật cụ thể. Về phạm vi, thuật ngữ CNHT thường dành để chỉ một số ngành chuyên cung ứng các nhóm linh kiện cho các ngành công nghiệp chế tạo tương đối tương đồng nhau, trong khi CNHT ở Việt Nam được xác định chỉ trong nội vi ngành công nghiệp hạ nguồn.

- Xác định các nhân tố quan trọng tác động đến sự phát triển CNHT quốc gia: (1) Chính phủ với quan điểm phát triển CNHT và các chính sách đi kèm; (2) Sự phát triển của các TĐĐQG, cả lắp ráp lẫn cung ứng; (3) Năng lực của quốc gia để

có thể phát triển CNHT, bao gồm năng lực nội địa hoá, khả năng tích tụ công nghiệp và hoạt động của các cụm liên kết ngành (industrial cluster).

- Theo tác giả, trong bối cảnh toàn cầu hoá hiện nay, quan điểm phát triển CNHT hợp lý nhất cho Việt Nam là dựa trên mạng lưới của “lý thuyết trò chơi”, với vai trò tích cực của các TĐĐQG và các nhà cung ứng quốc tế.

- Dựa trên quy trình sản xuất các sản phẩm ĐTGD, luận án đã xác định phạm vi của CNHT ngành ĐTGD, bao gồm quá trình sản xuất 3 nhóm sản phẩm chính: linh kiện điện và điện tử, linh kiện kim loại, linh kiện nhựa và cao su.

- Kinh nghiệm quốc tế cho thấy, vai trò của Chính phủ vô cùng quan trọng trong phát triển CNHT, thể hiện ở các điểm chính: (i) cần xác định rõ các ưu tiên về ngành CNHT, sản phẩm CNHT, từ đó có các chính sách phù hợp, như chính sách thuế, quy định tỉ lệ nội hoá, thể chế hoá các quy định liên quan đến CNHT như quy chế hợp đồng, tiêu chuẩn chất lượng linh phụ kiện... (ii) xây dựng các chương trình hành động hiệu quả về CNHT; (iii) xoá bỏ khoảng cách giữa chính sách và thực thi chính sách; (iv) xác định rõ doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài là lực lượng sản xuất CNHT quan trọng.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG VÀ TRIỂN VỌNG PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP HỖ TRỢ NGÀNH ĐIỆN TỬ GIA DỤNG Ở VIỆT NAM

2.1 Thực trạng phát triển công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử gia dụng ở Việt Nam

2.1.1 Thực trạng phát triển công nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam

2.1.1.1 Công nghiệp hỗ trợ một số ngành công nghiệp ở Việt Nam

Hai mươi năm *đổi mới*, công nghiệp Việt Nam đã có những bước phát triển mạnh mẽ, góp phần quan trọng đưa nền kinh tế đạt được tốc độ nhanh. Tuy nhiên, công nghiệp vẫn phát triển theo bề rộng, với gia công, lắp ráp là chủ yếu. Tốc độ tăng giá trị sản xuất công nghiệp luôn cao hơn tốc độ tăng giá trị tăng thêm. Hàng hoá công nghiệp Việt Nam có khả năng cạnh tranh kém so với các nước trong khu vực. Một số nhóm hàng xuất khẩu có khả năng cạnh tranh như may mặc, giày dép, thủ công mỹ nghệ, chế biến nông, lâm, thủy sản chủ yếu vẫn nhờ chi phí lao động thấp hoặc do có lợi thế về địa kinh tế như các loại vật liệu xây dựng, các loại kết cấu thép siêu trường siêu trọng. Lợi thế cạnh tranh hàng công nghiệp Việt Nam đang chủ yếu dựa trên nguồn lao động rẻ và tài nguyên thiên nhiên sẵn có, đây là những lợi thế cạnh tranh tĩnh. Dưới đây là bức tranh về một số ngành CNHT ở Việt Nam [7], [8], [9]:

(i) *Ngành cơ khí chế tạo.* Hiện cả nước có gần 3100 doanh nghiệp cơ khí, với tổng vốn đầu tư của khu vực quốc doanh vào khoảng 360-380 triệu USD. Tổng vốn FDI vào ngành cơ khí đã đăng ký khoảng 2,1 tỷ USD, trong đó hơn 50% tập trung vào lĩnh vực lắp ráp ô tô, xe máy và hàng tiêu dùng. Cơ khí Việt Nam chưa có kinh nghiệm đúc chính xác cao, chưa có các máy có chất lượng và độ bền tốt. Công nghệ tạo phôi bằng biến dạng dẻo kim loại ở trạng thái nóng (cán, rèn, dập) cũng

còn yếu kém, chưa đáp ứng được yêu cầu thị trường. Phần lớn các nhà máy cơ khí sản xuất theo kiểu khép kín với công nghệ lạc hậu từ 2-3 thế hệ. Thiếu những nhà máy có trình độ công nghệ hiện đại, chủ lực để làm trung tâm cho việc chuyên môn hóa, hợp tác hóa, một yêu cầu quan trọng của sản xuất cơ khí và công nghiệp hỗ trợ.

(ii) *Ngành sản xuất và lắp ráp ô tô.* Từ sau những năm 90 đến nay, bắt đầu hình thành một số các cơ sở sản xuất, lắp ráp ô tô ở Việt Nam với các linh kiện nhập ngoại. Hiện khả năng chế tạo các linh kiện và phụ tùng ô tô ngay trong nội địa còn rất hạn chế, đa phần là các bộ phận có giá trị thấp. Một số phụ tùng, linh kiện ô tô cũng đã được nghiên cứu chế tạo nhằm gia tăng tỷ lệ nội địa hoá trong lắp ráp ô tô, như lốp xe có khả năng chịu tải, các loại nhíp lá, các sản phẩm nhựa có độ chính xác không cao, ghế đệm, công nghệ sơn mạ tĩnh điện các cụm chi tiết vừa và nhỏ, bộ dây điện truyền dẫn... Tỷ lệ nội địa hoá trong sản xuất hiện chỉ vào khoảng 7-10% và khó có khả năng tăng cao do dung lượng thị trường nội địa còn nhỏ.

(iii) *Ngành xe máy.* Do đặc thù phát triển với quy định nội địa hoá của Chính phủ và dung lượng thị trường hạ nguồn rất lớn, CNHT cho ngành xe máy đã phát triển mạnh nhất ở Việt Nam. Các sản phẩm của Honda, Yamaha, VMEP... hầu như tất cả các chi tiết linh kiện được sản xuất ngay tại nội địa. Do dung lượng thị trường, doanh nghiệp lắp ráp khi đầu tư vào Việt Nam đã kêu gọi được nhiều các nhà cung ứng đầu tư theo. Theo đánh giá chung của Bộ Công Thương, tỷ lệ nội địa hoá hiện nay đạt đến 95%. Trong quá trình hợp tác, đã có sự chuyển giao công nghệ từ các công ty nước ngoài kể trên đến các doanh nghiệp Việt Nam cung ứng linh kiện. Ngành cơ khí và nhựa cung cấp cho xe máy, vì vậy, đã có những bước phát triển mạnh về trình độ kỹ thuật, quản lý và tay nghề lao động. Ví dụ về các doanh nghiệp cung ứng thành công: Cơ khí Tân Hoà, Cơ khí Đông Anh, Cơ khí Hà Nội, Dụng cụ kim khí xuất khẩu, Nhựa Hà Nội... Mặc dù vậy, nhiều linh kiện chi tiết quan trọng với giá trị cao vẫn do các nhà cung ứng FDI thực hiện.

(vi) *Ngành dệt – may*. Hiện nay các sản phẩm xơ sợi tổng hợp đều phải nhập khẩu. Ngành cơ khí chế tạo phụ tùng, chi tiết cho ngành dệt may hiện chưa phát triển. Hầu hết phụ tùng chi tiết máy móc thiết bị cũng như các nguyên phụ liệu may phải nhập khẩu. Các nguyên, phụ liệu may mặc thường do khách đặt hàng chỉ định nguồn cung cấp từ bên ngoài. Toàn bộ số thuốc nhuộm, hầu hết chất trợ, hoá chất dệt may hiện đều phải nhập khẩu, tỷ lệ chất trợ và hoá chất cơ bản trong nước sản xuất cung cấp cho ngành dệt chỉ chiếm từ 5-15% và hầu hết có giá trị thấp, mặc dù về số lượng nhiều nhưng giá trị chỉ đạt 4,55% tổng nhu cầu của ngành dệt. Hiện mới chỉ có một số các cơ sở sản xuất phụ liệu: chỉ may, bông tấm, méch dính, cúc nhựa, khóa kéo, băng chun, nhãn mác, bao bì và chỉ đáp ứng được một phần nhỏ nhu cầu của thị trường nội địa.

(v) *Ngành da – giày*. Ngành da-giày phát triển thiếu sự hỗ trợ của các ngành công nghiệp thuộc da, công nghiệp sản xuất phụ liệu và các ngành công nghiệp hỗ trợ khác như hoá chất, cơ khí chế tạo. Đa số các doanh nghiệp sản xuất giày theo phương thức gia công, nên việc cân đối và cung ứng nguyên phụ liệu còn phải tuân theo chỉ định của đối tác nước ngoài. Những năm gần đây, ngành sản xuất giày trong nước phát triển nhanh khiến nhu cầu cung ứng nguyên phụ liệu sản xuất giày tăng mạnh. Một số cơ sở sản xuất nguyên phụ liệu đã ra đời. Tuy nhiên, các cơ sở trên thường hình thành tự phát và nhỏ lẻ nên hiệu quả sản xuất kinh doanh, chất lượng sản phẩm còn hạn chế. Đặc biệt vấn đề môi trường và an toàn vệ sinh lao động còn nhiều bất cập.

2.1.1.2 *Đánh giá chung về phát triển CNHT ở Việt nam*

Như vậy, CNHT ở Việt Nam đã bắt đầu hình thành và từng bước phát triển, phục vụ cho nhu cầu sản xuất, lắp ráp các sản phẩm tiêu thụ nội địa. Chất lượng chi tiết, linh phụ kiện chế tạo nâng cao dần, xu hướng chuyên môn hóa đã bắt đầu hình thành. Một số doanh nghiệp nội địa đã tham gia cung ứng cho các tập đoàn nước ngoài. Nhìn chung, CNHT ở Việt Nam có các đặc điểm sau [45], [47], [103]:

(i) Dung lượng thị trường các ngành công nghiệp hạ nguồn nhỏ, chưa hấp dẫn sản xuất CNHT.

(ii) Sức cạnh tranh của sản phẩm hỗ trợ thấp, do giá thành cao, chất lượng không ổn định, thời hạn giao hàng không đảm bảo. Các lý do cơ bản:

- Thiếu các cơ sở sản xuất vật liệu cơ bản (sắt, thép, nguyên liệu nhựa, cao su kỹ thuật, hoá chất cơ bản, linh kiện điện tử, bông sợi, da...).

- Công nghệ sản xuất lạc hậu (đúc tạo phôi, rèn ép, mài, gia công, xử lý bề mặt, sản xuất khuôn mẫu...), với trình độ tổ chức quản lý sản xuất yếu.

- Số lượng các doanh nghiệp phụ trợ nội địa mặc dù tăng lên nhưng vẫn sản xuất các chi tiết, linh kiện đơn giản. Khu vực FDI có công nghệ tiên tiến, hầu như chỉ phục vụ cho nhu cầu nội bộ của công ty mẹ, hoặc chuyên xuất khẩu.

- Trình độ và kinh nghiệm của nguồn nhân lực được đánh giá khá, nhưng kỹ năng và kỷ luật chưa cao, thiếu động lực sáng tạo, ngoại ngữ là trở ngại lớn.

- Doanh nghiệp chưa chủ động trong các quan hệ thương mại, tìm kiếm đối tác, thiếu sự phối hợp sản xuất, liên kết giữa nhà sản xuất chính với các nhà cung ứng, giữa các nhà cung ứng với nhau, giữa các doanh nghiệp FDI với các doanh nghiệp nội địa.

(iii) Chưa có một tổ chức đầu mối quản lý nhà nước về CNHT để đề xuất và thực hiện chính sách khuyến khích phát triển CNHT một cách cụ thể, sát thực. Các chính sách phát triển CNHT quốc gia hầu như chưa có, nếu được Bộ Công Thương hoặc VCCI đề xuất thì cũng chưa có các hành động khả thi, quyết liệt. Các chính sách kêu gọi đầu tư của Việt Nam chưa đủ mạnh và tập trung để thu hút doanh nghiệp, cả quốc tế và nội địa, vào sản xuất phụ trợ.

(iv) Vai trò hỗ trợ trung gian của các tổ chức, các hiệp hội, cơ quan quản lý nhà nước chưa thể hiện rõ, kể cả ở khâu hoạch định chính sách kế hoạch đến thực thi. Các chương trình phát triển CNHT do một số tổ chức xúc tiến đã hình thành, nhưng chưa có chương trình nào thật sự hiệu quả, bởi chưa có các chính sách nhất quán về phát triển CNHT cũng như chương trình hành động phù hợp, hầu hết vẫn dừng lại ở các hội thảo khởi động kêu gọi sự chú ý của công luận. Doanh nghiệp, đối tượng trực tiếp của các hoạt động này vẫn chưa nhận được các hỗ trợ thích đáng cần thiết.

2.1.2 Công nghiệp hỗ trợ ngành công nghiệp điện tử ở Việt Nam

2.1.2.1 Tình hình phát triển ngành công nghiệp điện tử Việt Nam

Công nghiệp điện tử Việt Nam bắt đầu từ giữa những năm 60 thế kỷ XX nhưng chỉ thực sự hình thành từ sau năm 1975, trải qua 2 giai đoạn phát triển [4]:

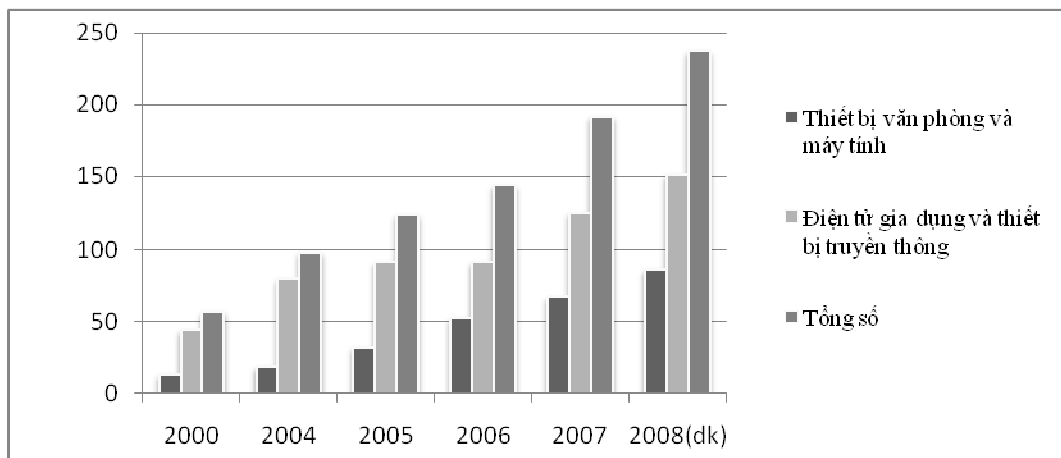
(i) Giai đoạn 1: từ 1975 đến 1990

Năm 1975, sau khi đất nước thống nhất, Chính phủ đã tiếp quản một số xí nghiệp điện tử ở phía Nam. Phần lớn các xí nghiệp này sản xuất hàng ĐTGD, liên doanh với các công ty Nhật Bản như Sony, National, Sanyo... Các xí nghiệp này, cùng với một số xí nghiệp ở miền Bắc đã hình thành nền công nghiệp điện tử non trẻ của Việt Nam. Ngay từ lúc đó, cả nước đã có một số nhà máy sản xuất linh phụ kiện điện tử: nhà máy Z181 sản xuất dụng cụ bán dẫn; điện tử Bình Hoà sản xuất điện trở, tụ điện; điện tử Tân Bình sản xuất loa, tụ xoay, mạch in... Các xí nghiệp này không chỉ cung cấp cho các xí nghiệp lắp ráp trong nước mà còn xuất khẩu sang Liên Xô cũ và các nước Đông Âu. Đầu những năm 90, khi Liên Xô cũ và các nước Đông Âu tan rã, CNĐT Việt Nam bị ảnh hưởng rất nghiêm trọng: mất nguồn cung cấp nguyên vật liệu, phụ tùng linh kiện và mất thị trường xuất khẩu. Hầu hết

các xí nghiệp sản xuất linh kiện điện tử ngừng hoạt động hoặc chuyển sang lắp ráp ĐTGD phục vụ nội địa.

(ii) *Giai đoạn 2: từ 1990 đến nay*

Ngành CNĐT Việt Nam phát triển trở lại sau năm 1994, với sự tham gia của DNNN, doanh nghiệp tư nhân và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Các DNNN đổi mới phương thức hoạt động, đẩy mạnh liên kết với các hãng nước ngoài. Nhiều doanh nghiệp tư nhân được thành lập, hoạt động sản xuất kinh doanh rất năng động và hiệu quả. Nhiều thương hiệu điện tử nổi tiếng thế giới đã vào Việt Nam, liên doanh với các doanh nghiệp trong nước hoặc đầu tư 100% vốn, xây dựng cơ sở sản xuất lắp ráp. Cơ chế và môi trường hoạt động mới đã tạo động lực cho ngành CNĐT Việt Nam hồi phục và khởi sắc.



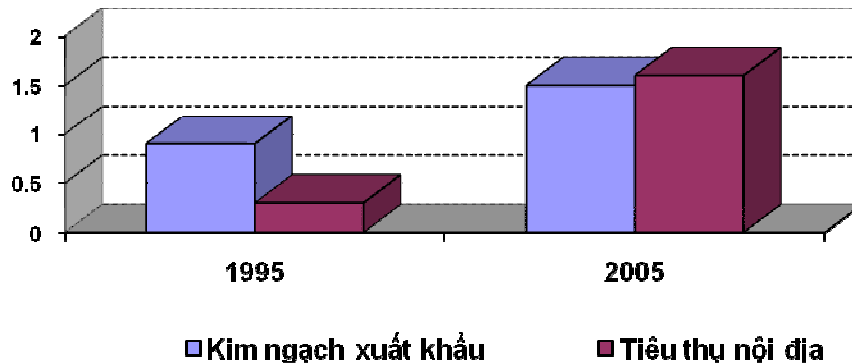
Hình 2.1: Tổng giá trị sản xuất công nghiệp ngành điện tử (nghìn tỷ đồng)

Nguồn: Niên giám thống kê 2008

Nhờ chính sách đầu tư thông thoáng, sự hấp dẫn của thị trường nội địa hơn 80 triệu dân và nguồn nhân lực dồi dào, ngành CNĐT là một trong những ngành thu hút được nhiều vốn đầu tư nước ngoài. Qua 15 năm xây dựng và phát triển, ngành CNĐT Việt Nam đã đạt được một số thành tựu chính:

- Ngành CNTT đã cơ bản đáp ứng được nhu cầu trong nước về các loại sản phẩm điện tử gia dụng và máy tính. Hình 2.1 cho thấy tổng sản lượng CNTT trong nước tăng trưởng liên tục trong những năm gần đây, năm 2008 đạt 237 tỉ đồng, gấp 4 lần so với năm 2000 với 57 nghìn tỉ đồng (giá cố định 94). Trong đó, tỷ trọng ngành ĐTGD và thiết bị truyền thông luôn chiếm khoảng 65% tổng giá trị sản xuất công nghiệp toàn ngành.

- Xuất khẩu sản phẩm đi 35 nước trong khu vực và thế giới. Kim ngạch xuất khẩu tăng 16 lần trong vòng 10 năm. Năm 1996 mới có sản phẩm xuất khẩu và chỉ xuất khẩu được 90 triệu USD, năm 2004 xuất khẩu 1 tỉ 75 triệu USD, năm 2006 đã xuất khẩu được 1,5 tỉ USD. Sản phẩm xuất khẩu chủ yếu là phụ tùng linh kiện điện tử và máy tính (hình 2.2).



Hình 2.2: Tăng trưởng của CNTT Việt Nam (tỷ USD).

Nguồn: Bộ Bưu chính Viễn thông 2006

2.1.2.2 Đặc điểm ngành công nghiệp điện tử Việt Nam

Kết quả khảo sát 108 doanh nghiệp điện tử Việt Nam trên toàn quốc, bao gồm 9 DNNN, 41 công ty cổ phần, 20 công ty trách nhiệm hữu hạn, 38 doanh nghiệp FDI, một số vùng kinh tế trọng điểm, khu công nghiệp, khu chế xuất năm 2006 của Hiệp hội Doanh nghiệp điện tử cho thấy, 90% lực lượng doanh nghiệp

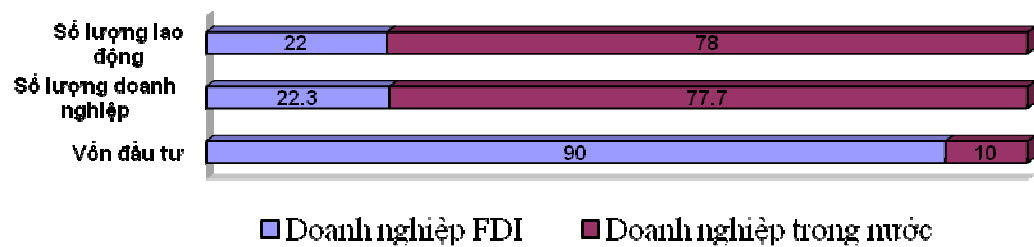
tham gia vào lĩnh vực sản xuất điện tử tập trung vào 2 trung tâm lớn: Hà Nội và các tỉnh lân cận (Hải Dương, Bắc Ninh, Hưng Yên) và TP Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bình Dương. Hai trung tâm này sản xuất ra phần lớn các sản phẩm điện tử quốc gia, chiếm tới 95% kim ngạch xuất khẩu. Ngoài 2 trung tâm này, chỉ còn một số ít doanh nghiệp điện tử nhỏ ở Hải Phòng và Đà Nẵng. Các doanh nghiệp FDI trong ngành CNTT thường chọn các khu công nghiệp, khu chế xuất, có hạ tầng tốt, giao thông thuận tiện. Các KCN Biên Hòa I và Biên Hòa II ở phía Nam, KCN Thăng Long-Nội Bài phía Bắc là nơi thu hút được nhiều các doanh nghiệp điện tử có vốn đầu tư nước ngoài. Rất nhiều các doanh nghiệp tư nhân cũng đang theo xu hướng này.

Việt Nam có khoảng hơn 60 doanh nghiệp FDI sản xuất các sản phẩm điện tử và linh kiện máy tính, sản phẩm gần như 100% để xuất khẩu. Một số doanh nghiệp có vốn đầu tư lớn như Fujitsu với số vốn 198,8 triệu USD chuyên sản xuất bảng mạch và đế mạch in điện tử, Canon Việt Nam với số vốn 176,7 triệu USD chuyên sản xuất máy in, phụ kiện, bán thành phẩm máy in và thiết bị điện tử... Các doanh nghiệp này khai thác thị trường truyền thống sẵn có như Trung Quốc, Nhật Bản, Xin-ga-po... Toàn ngành có hơn 200 doanh nghiệp trong nước [4], đa phần là loại hình DNNVV.

Tổng vốn đầu tư của ngành đến năm 2005 là gần 1,6 tỷ USD, trong đó vốn của các doanh nghiệp liên doanh và 100% vốn nước ngoài chiếm tới 90%. Các công ty trong nước chiếm hơn 2/3 tổng số doanh nghiệp và hơn 60% lao động nhưng vốn đầu tư chỉ chiếm khoảng gần 6%. Các đặc điểm chính của CNTT Việt Nam:

- Các doanh nghiệp FDI định hướng xuất khẩu đều là các doanh nghiệp lớn, được đầu tư bài bản, trang thiết bị và công nghệ khá cao. Các doanh nghiệp tư nhân của Việt Nam đều là doanh nghiệp nhỏ. Trừ một số rất ít có công nghệ tương đối

tiên tiến, các trang thiết bị và công nghệ của hệ thống doanh nghiệp này đều lạc hậu, yếu kém. So với các quốc gia láng giềng, số lượng doanh nghiệp trong CNĐT còn quá ít và chưa trở thành động lực thúc đẩy sự phát triển của ngành. Các DNNN hầu hết có quy mô vừa với cơ sở hạ tầng tốt, trình độ công nghệ trung bình, tiên tiến.



Hình 2.3 : Cơ cấu ngành công nghiệp điện tử Việt Nam (%).

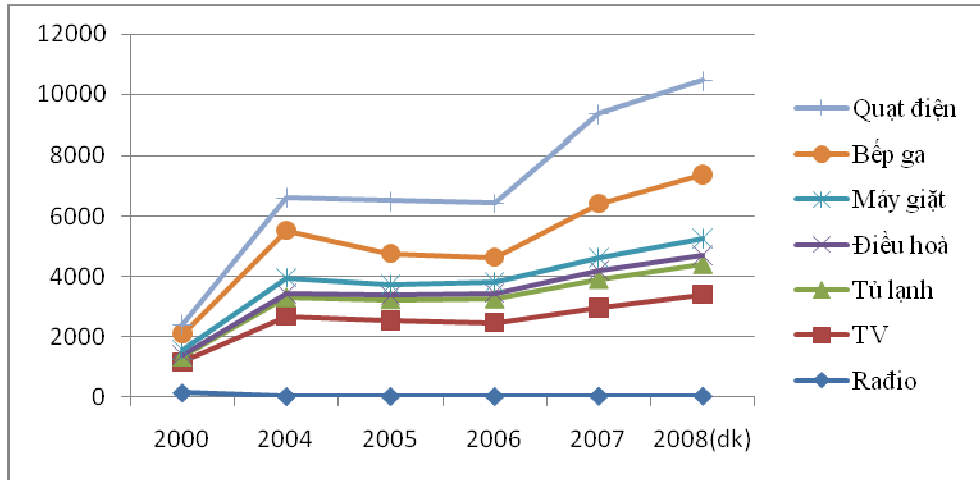
Nguồn: Bộ Bưu chính Viễn thông 2006

- Hoạt động chính của CNĐT Việt Nam hiện nay là lắp ráp sản phẩm điện tử gia dụng (hình 2.4), dẫn tới cơ cấu mất cân đối giữa sản phẩm ĐTGD và điện tử chuyên dùng (80% và 20%). Theo Hiệp hội Doanh nghiệp điện tử Việt Nam, tỉ lệ này ở các quốc gia công nghiệp phát triển là 15/75.

- Công nghiệp sản xuất linh phụ kiện (trừ các linh kiện xuất khẩu 100%) kém phát triển, nên tỉ lệ nội địa hoá các sản phẩm điện tử rất thấp, bình quân 13% [47], chủ yếu là bao bì đóng gói với các chi tiết nhựa, kim loại nhưng cũng chỉ là những chi tiết có giá trị thấp. Việt Nam nhập khẩu linh kiện điện tử chủ yếu là từ các nước ASEAN với 34% trên tổng số, từ các quốc gia châu Á khác với 57% như Trung Quốc, Đài Loan, Hàn Quốc, Nhật Bản.

- Công tác nghiên cứu phát triển sản phẩm yếu, nên giá trị gia tăng của sản phẩm thấp, chỉ từ 5-10%. Cũng theo kết quả điều tra, chỉ khoảng 40% các doanh nghiệp điện tử dành hơn 1% doanh thu cho việc phát triển thương hiệu sản phẩm,

quảng bá sản phẩm. Số còn lại thường chỉ dành từ 0,5-1%, thậm chí ít hơn 0,5% doanh thu cho phát triển thương hiệu.



Hình 2.4: Sản phẩm chủ yếu ngành công nghiệp điện tử (nghìn chiếc)

Nguồn: Niên giám thống kê 2008

- CNĐT hiện nay sử dụng trên 100.000 lao động với tốc độ thu hút nguồn nhân lực 10%/năm, chủ yếu tập trung vào lĩnh vực lắp ráp sản phẩm ĐTGD và linh kiện điện tử xuất khẩu. Lao động có trình độ đại học tại các DNNN chiếm tỷ lệ khá cao, từ 19-63%, trong khi tại các doanh nghiệp FDI chỉ từ 4-10% [4]. Lao động Việt Nam trong ngành CNĐT, nhất là lao động trực tiếp, nhìn chung được các nhà đầu tư nước ngoài đánh giá cao về sự khéo léo, sáng tạo, về trình độ và kinh nghiệm, tuy nhiên kỹ luật lao động, kỹ năng làm việc và trình độ ngoại ngữ chưa tốt [59].

2.1.2.3 Thực trạng công nghiệp hỗ trợ ngành công nghiệp điện tử Việt Nam

CNĐT Việt Nam tập trung chủ yếu trong lĩnh vực sản xuất các sản phẩm điện tử gia dụng, với 67% tổng vốn đầu tư của ngành, sản xuất linh phụ kiện điện tử chiếm 21,5% và điện tử chuyên dụng 11,5% [4]. Cơ cấu sản xuất như vậy đã phần nào phản ánh trình độ phát triển còn lạc hậu và non trẻ của ngành điện tử Việt Nam, trong khi các nước có ngành công nghiệp điện tử tiên tiến đang chuyển dịch cơ cấu

đầu tư và lĩnh vực sản xuất linh phụ kiện và dịch vụ tin học. Tuy nhiên, đây cũng là tình trạng chung của các nước đang phát triển với ngành CNĐT mới bắt đầu được định hình.

Mặc dù đã từng có các nhà máy sản xuất vật liệu và linh kiện điện tử xuất khẩu sang Đông Âu trước những năm 1990, đến nay doanh nghiệp Việt Nam hầu như không tham gia vào việc sản xuất vật liệu điện tử. Linh kiện điện tử và các sản phẩm phụ trợ cho CNĐT mới được sản xuất ở Việt Nam những năm gần đây, chủ yếu là do các doanh nghiệp FDI thực hiện. Linh kiện điện tử là nhóm hàng có đóng góp quan trọng vào việc gia tăng giá trị sản lượng của ngành CNĐT trong thời gian gần đây. Các sản phẩm chính là mạch in, đèn hình TV (2 triệu chiếc/năm), đế mạch in (8,5 triệu cái/năm), tụ điện các loại, cuộn cao áp, cuộn cảm, cuộn lái tia, các chi tiết nhựa, các chi tiết cơ khí cho lắp ráp đèn hình, các loại ăng-ten, các chủng loại bao gói (thùng, xộp chèn) [2]... Một phần nhỏ những linh kiện này được cung ứng cho các doanh nghiệp trong nước, còn lại phần lớn là xuất khẩu. Sản phẩm xuất khẩu chủ yếu là của các doanh nghiệp FDI.

Mặc dù các doanh nghiệp lắp ráp FDI đang bị thúc ép giảm chi phí, nâng cao giá trị gia tăng của các sản phẩm sản xuất tại Việt Nam, nhưng số lượng doanh nghiệp phụ trợ có thể đáp ứng được yêu cầu của họ rất ít. Do vậy, nguồn cung cấp linh phụ kiện, nguyên vật liệu cho các doanh nghiệp điện tử Việt Nam chủ yếu là từ nhập khẩu. Điều này làm cho Việt Nam khó vượt ra khỏi công đoạn gia công lắp ráp, làm giảm sức cạnh tranh của các doanh nghiệp FDI. Sự yếu kém của CNHT nội địa khiến nhiều nhà đầu tư trong lĩnh vực công nghiệp chế tạo có xu hướng ngại đầu tư vào Việt Nam vì buộc phải nhập khẩu hầu hết nguyên vật liệu, linh phụ kiện. Hạ tầng giao thông, đặc biệt là hệ thống trung chuyển hàng hóa bằng đường hàng không của Việt Nam yếu, chưa đáp ứng được yêu cầu là đầu mối trung chuyển đi

các sân bay quốc tế với yêu cầu về thời gian cấp bách, do đó khó có thể thu hút các nhà sản xuất linh kiện điện tử cao cấp vào Việt Nam, vì tính chất giao hàng theo ngày, thậm chí theo giờ đối với mặt hàng linh kiện điện tử. Nguồn nguyên vật liệu, đặc biệt những nguyên liệu cao cấp như vàng, titan... không sẵn có ở Việt Nam, cộng với thủ tục rườm rà về giao nhận và thanh toán cũng là hạn chế cho việc đầu tư sản xuất linh kiện điện tử cao cấp tại Việt Nam.

Trong hơn một thập kỷ qua, CNĐT Việt Nam được đặt dưới sự quản lý của cơ quan chủ quản liên tục thay đổi qua các giai đoạn, ảnh hưởng lớn đến sự phát triển. Từ 1990 đến 2006, lần đầu tiên Chính phủ mới có kế hoạch phát triển cho ngành CNĐT quốc gia. Mặc dù luôn được xác định là ngành công nghiệp mũi nhọn, nhưng CNĐT Việt Nam chưa được sự đầu tư thích đáng của Nhà nước. Tính đến hết năm 2005, tổng vốn đầu tư vào CNĐT Việt Nam khoảng 2 tỉ USD, trong đó hơn 90% là vốn đầu tư nước ngoài. Một số chính sách như chính sách thuế nhập khẩu, nội địa hoá cho ngành điện tử chưa hợp lý trong một thời gian dài, nên không khuyến khích sản xuất. Giai đoạn 1994-1998 là khoảng thời gian có nhiều nhà đầu tư ngành CNĐT tìm kiếm cơ hội kinh doanh ở Việt Nam. Vào thời điểm đó, các cơ quan quản lý Nhà nước đã không có sự lựa chọn cần thiết về sản phẩm, công nghệ cũng như đưa ra các quy định về nội địa hoá cho ngành CNĐT, nên nhiều công ty nước ngoài chỉ đầu tư lắp ráp sản phẩm điện tử gia dụng với công nghệ không cao và vốn đầu tư thấp để tận dụng thị trường nội địa. Vì không có những điều kiện ràng buộc và những chế tài cần thiết về nội địa hoá, nên các doanh nghiệp lắp ráp này cũng đã không “lôi kéo” được các nhà sản xuất linh kiện vào đầu tư theo ở Việt Nam. Đây là lý do quan trọng dẫn đến sự non yếu của CNĐT ngành CNĐT như hiện nay.

2.1.3 Công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử gia dụng ở Việt Nam

2.1.3.1 Thực trạng công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử gia dụng ở Việt Nam

Như trên đã trình bày, các sản phẩm điện tử gia dụng chiếm tỷ lệ rất cao, tới gần 70% trong cơ cấu CNĐT của Việt Nam. Đây cũng là đặc điểm chung của ngành CNĐT ở các quốc gia trong giai đoạn đầu công nghiệp hoá. Theo Tổng công ty Điện tử tin học Việt Nam (2006), đầu tư trong ngành điện tử tập trung chủ yếu trong lĩnh vực sản xuất hàng điện tử tiêu dùng với 67%, trong đó, hơn 65% cơ cấu sản phẩm là thuộc nhóm gia dụng [4]. Theo Mori (2005b), 83% sản lượng sản phẩm trong ngành điện tử gia dụng Việt Nam là để tiêu thụ trong nước, trong đó các TĐĐQG chiếm tới 63% tổng sản lượng ngành [88].

Bảng 2.1: Tỷ lệ nội địa hoá các sản phẩm ĐTGD ở Việt Nam (năm 2005)

Sản phẩm	Tỷ lệ nội địa hoá (%)	Trường hợp đặc biệt
1. TV màu : - TV màu dưới 21” - TV màn hình phẳng - TV siêu phẳng	60 30 – 35 15	
2. Radio cassette	30	
3. Đầu video cassette	30	
4. Dàn, đầu CD, VCD, DVD	30	
5. Máy giặt	35	FDI khoảng 45%
6. Tủ lạnh	35	FDI 60 – 70%
7. Điều hòa nhiệt độ	35	FDI 60 – 70%

Nguồn: Bộ Bưu chính Viễn thông 2006

Điều đáng mừng là tỷ lệ linh phụ kiện cung ứng bởi các doanh nghiệp ngay tại Việt Nam đang ngày càng gia tăng. Năm 2002, phần lớn các nhà lắp ráp ĐTGD không thể tìm được các nguồn cung cấp nội địa, ngay cả là các linh kiện kim khí và linh kiện nhựa đơn giản. Đến nay, có vài nhà lắp ráp TV đã có thể mua toàn bộ các linh phụ kiện nhựa từ các nhà sản xuất trong nội địa, đa số là từ các doanh nghiệp

FDI. Hiện nay, tỷ lệ nội địa hóa của lắp ráp TV trung bình vào khoảng 40% [47], mặc dù đó hầu hết là các linh kiện chi tiết có giá trị thấp.

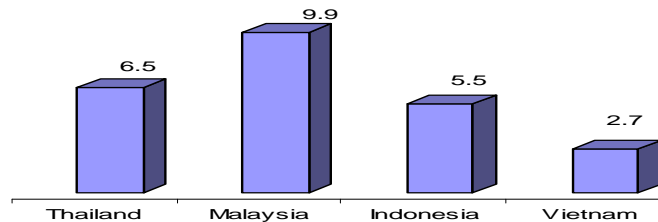
Trong bảng 2.1, các sản phẩm thuộc nhóm gia dụng (máy giặt, tủ lạnh, điều hoà) đã có tỷ lệ nội địa hoá cao hơn (khoảng 35%) nhóm nghe nhìn (khoảng 30%), cá biệt có các sản phẩm gia dụng đạt đến 60-70% nội địa hoá ở Việt Nam, như tủ lạnh và điều hoà nhiệt độ. Mặc dù tỷ lệ linh phụ kiện điện tử đã có thể đạt được đến 70% ở một số sản phẩm lắp ráp ngành ĐTGD, nhưng dù đã rất cố gắng, các doanh nghiệp FDI này vẫn không thể tìm thấy các linh phụ kiện có giá trị cao ở thị trường nội địa, như linh kiện điện tử, khuôn mẫu, các hoạt động gia công kim khí như định hình, cán, mạ...[87]. Hộp 2.1 cho thấy một trường hợp như vậy. Điểm chú ý là, các doanh nghiệp này đạt tỷ lệ nội địa hóa khoảng 70% theo số lượng linh kiện, nhưng theo giá trị chỉ đạt 30%.

Hộp 2.1 Năng lực sản xuất linh kiện ở Việt Nam

Fujitsu Việt Nam, doanh nghiệp FDI có kim ngạch xuất khẩu hàng năm khoảng nửa tỷ USD, hiện vẫn phải nhập khẩu 100% linh kiện phụ tùng và nguyên vật liệu từ nước ngoài. Panasonic, Sanyo chỉ mua được thùng các tông, xếp chèn từ các doanh nghiệp Việt Nam. Công ty Canon, mặc dù đã đầu tư gần 300 triệu USD xây dựng các nhà máy in rất lớn ở Hà Nội và Bắc Ninh, cũng chỉ tìm được 1 nhà cung cấp linh kiện Việt Nam, còn hơn 30 nhà cung cấp phụ tùng khác là 100% vốn FDI. Canon đã khảo sát hơn 20 doanh nghiệp sản xuất nội địa, nhưng không tìm được loại ốc vít đạt yêu cầu. Cách đây vài năm, một doanh nghiệp FDI khác cũng đã lặn lội đến 64 doanh nghiệp công nghiệp, chỉ để tìm nhà cung cấp ốc vít đạt tiêu chuẩn, cũng không thành công.

Nguồn: Hiệp hội Doanh nghiệp điện tử Việt Nam 2006

Trong số 190 doanh nghiệp cung ứng Việt Nam đáp ứng tiêu chuẩn của các công ty Nhật Bản mà JETRO đưa ra mới đây [71, tr.5-15], chỉ có 13 doanh nghiệp thuộc ngành điện tử, với các nhóm chính: cáp, đầu nối, dây điện; máy móc thiết bị điện; các linh kiện điện; các bộ phận sản phẩm điện. Như vậy, các doanh nghiệp Việt Nam vẫn chưa cung cấp được các chi tiết điện tử đặc thù cho điện tử gia dụng.



Hình 2.5: Số lượng TV sản xuất ở 4 nước năm 2006 (triệu chiếc)

Nguồn: Tổng hợp từ ASEAN website và Niên giám thống kê Việt Nam 2008

Một trong các vấn đề cần đề cập là dung lượng thị trường nội địa của các sản phẩm ĐTGD dù phát triển khá nhanh, nhưng con số tiêu thụ tuyệt đối vẫn còn nhỏ so với các nước ASEAN. Hình 2.5 cho thấy sản lượng tivi sản xuất ở Thái Lan, Ma-lay-xi-a, In-đô-nê-xi-a và Việt Nam năm 2006.

Chính do vấn đề quy mô tiêu thụ nhỏ nên các nhà lắp ráp TV thường sử dụng các linh kiện sản xuất tại Thái Lan, Ma-lay-xi-a hoặc Trung Quốc, hơn là tìm kiếm ở thị trường nội địa. Các nhà thầu phụ của họ tại các quốc gia này cũng chấp nhận xuất khẩu sang Việt Nam cho nhà lắp ráp, hơn là chịu rủi ro khi đầu tư sản xuất linh kiện ở Việt Nam. Hiện nay, các nhà cung ứng linh kiện nhựa cho ĐTGD đã đầu tư nhiều hơn vào Việt Nam, do linh kiện nhựa xuất hiện trong nhiều các sản phẩm chế tạo của các ngành khác như ô tô, xe máy, máy văn phòng – những ngành công nghiệp hạ nguồn đang dần dần hình thành và phát triển ở Việt Nam.

Bảng 2.2: Sản lượng sản phẩm ĐTGD ở ASEAN (triệu chiếc)

Loại sản phẩm	Thái Lan	Ma-lay-xi-a	In-đô-nê-xi-a	Việt Nam
TV (2006)	6.5	9.9	5.5	2.7
Tủ lạnh (2000)	2.2	0.11	0.88	0.185
Máy giặt (2000)	1.33	0.28	0.12	0.082

Nguồn: Tổng hợp từ ASEAN website và Niên giám thống kê Việt Nam 2008

Hệ thống tiêu chuẩn công nghiệp và tiêu chuẩn an toàn hiện nay của Việt Nam vẫn còn bỏ ngõ về lĩnh vực linh phụ kiện điện tử. Những tiêu chuẩn này sẽ vừa là rào cản đối với các linh kiện nhập khẩu có chất lượng kém với giá rẻ, đồng thời giúp cho các doanh nghiệp Việt Nam có phương hướng rõ rệt trong việc phát triển và đảm bảo chất lượng sản phẩm.

2.1.3.2 Đánh giá chung về công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử gia dụng Việt Nam

- **Điểm mạnh và cơ hội**

Việt Nam nằm trong khu vực Châu Á-Thái Bình Dương có nền CNĐT phát triển với tốc độ nhanh và năng động nhất, có cơ hội thuận lợi về giao thông thương mại, thu hút vốn đầu tư, chuyển giao công nghệ, học tập kinh nghiệm sản xuất và quản lý của các nước phát triển hơn. Nguồn nhân lực dồi dào, chi phí lao động thấp và nguồn tài nguyên trí tuệ phong phú sẽ tạo cho các doanh nghiệp lợi thế cạnh tranh so với khu vực. Ngoài ra còn phải kể đến sự hấp dẫn của thị trường nội địa 86 triệu dân, với quá nửa dân số dưới 35 tuổi.

Trong thời gian gần đây, do biến động về chính trị và kinh tế của một số nước trong khu vực, đã có sự chuyển hướng của các nhà đầu tư Nhật Bản từ các

quốc gia khác vào Việt Nam. Với chi phí lao động vừa phải, chất lượng lao động tốt, môi trường đầu tư ít rủi ro hơn và những nét tương đồng về văn hoá, Việt Nam đang thu hút sự quan tâm của các nhà đầu tư Nhật Bản. Tiếp theo việc Canon đầu tư nhà máy sản xuất máy in laser lớn nhất thế giới tại phía Bắc, tập đoàn Nidec quyết định đầu tư 1 tỉ USD vào phía Nam trong 5 năm tới, các công ty lớn như Mitsubishi, Sumitomo, Sanyo cũng có những dự án đầu tư mở rộng ở Việt Nam. Theo đó, các nhà sản xuất phụ tùng linh kiện cho các công ty này có thể sẽ tạo nên một làn sóng đầu tư mới của các công ty Nhật Bản vào Việt Nam. Việc Intel xây dựng nhà máy đóng gói và đo kiểm IC với số vốn 1.04 tỉ USD ở thành phố Hồ Chí Minh và chuyến thăm Việt Nam của chủ tịch Microsoft cũng khẳng định sự quan tâm của ngành điện tử và CNTT đối với Việt Nam. Đây sẽ là những cơ hội thuận lợi cho việc phát triển CNĐT và ĐTGD tại Việt Nam trong thời gian tới.

Theo Tổng Công ty điện tử tin học (2006), Việt Nam có các tài nguyên khoáng sản quan trọng: quặng sắt, đất hiếm, titan ilmenit, rutin, barit... có thể trở thành nhà cung ứng nguyên liệu, vật liệu hóa chất cho ngành công nghiệp điện tử của các nước trong khu vực.

Hiện nay, CNHT cho ngành xe máy với 2 nhóm chính là các doanh nghiệp cung ứng trong lĩnh vực cơ khí và lĩnh vực nhựa đã khá phát triển, có thể nâng cấp công nghệ và quản lý để có thể cung ứng cho sản xuất sản phẩm điện tử gia dụng.

- **Điểm yếu và thách thức**

Ngành CNĐT Việt Nam, với xuất phát chủ yếu là các DNNN đã được sự bảo hộ của Chính phủ trong một thời gian khá dài, phần lớn không muốn phát triển và thiết kế các sản phẩm mới với thương hiệu riêng. Các doanh nghiệp này thiên về lắp ráp sản phẩm theo thiết kế của nước ngoài, với đầu tư không cao, tốn ít công sức và mức độ rủi ro thấp. Tuy đã có một số doanh nghiệp điện tử sản xuất sản phẩm mang

thương hiệu Việt Nam, nhưng cơ bản vẫn là những thiết kế và mẫu mã của nước ngoài, chưa có sản phẩm mang dấu ấn riêng. Đến thời điểm này, hầu hết các thương hiệu ĐTGD mạnh, chiếm được uy tín của khách hàng trong nước, đều thuộc về liên doanh hoặc các doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài. Trước sức ép lớn của hàng hoá từ các nước trong khu vực, hàng điện tử gia dụng mang thương hiệu trong nước khó có thể đứng vững nếu không được sản xuất, kinh doanh bằng một quy trình chuẩn mực. Đây là tấm gương của hãng ĐTGD Trung Quốc nổi tiếng thế giới Haier, hiện đang có thị phần các sản phẩm điện lạnh lớn nhất thế giới.

Mặc dù đã được nghiên cứu, thảo luận nhiều năm qua, các chính sách của Chính phủ về phát triển CNHT, cho đến nay, vẫn chưa được ban hành. Bộ Công Thương đang trình Chính phủ bản dự thảo *Nghị định khuyến khích phát triển CNHT Việt Nam*, dự kiến phê duyệt trong năm 2010. Như vậy, vẫn còn rất lâu CNHT mới thực sự có được các chính sách cụ thể, các chương trình phát triển đến tận các doanh nghiệp. Cho đến nay cũng không có một cơ quan quản lý nhà nước nào làm đầu mối về CNHT ở Việt Nam. Điều này cản trở việc hoạch định chính sách, quản lý, cập nhật, phát triển các ngành CNHT. Riêng trong ngành ĐTGD, Việt Nam đã bỏ qua giai đoạn có thể quy định tỷ lệ nội địa hoá đối với doanh nghiệp lắp ráp ĐTGD, làm tiền đề phát triển CNHT ngành này. Trong bối cảnh nhiều quốc gia trong khu vực đã là các cường quốc về điện tử và linh kiện điện tử, việc phát triển CNHT cho ĐTGD ở Việt Nam lại càng cần cần nhắc kỹ phương hướng và khả năng phát triển.

Cuối năm 2008, sau nhiều thông tin trái chiều, tập đoàn Sony đã chính thức công bố sẽ rút toàn bộ nhà máy sản xuất lắp ráp khỏi Việt Nam, chỉ để lại bộ phận thương mại, chuyên kinh doanh các sản phẩm nhập khẩu tại thị trường Việt Nam. Đây là dấu hiệu xấu trước khi điện tử Việt Nam hội nhập hoàn toàn, từ năm 2009.

Khi Việt Nam hội nhập đầy đủ với nền kinh tế khu vực và thế giới, sự bảo hộ không còn và cạnh tranh càng trở nên quyết liệt hơn. Gần đây, các mô hình phát triển CNĐT thành công thường được nhắc tới là Hàn Quốc, Đài Loan và một số nước ASEAN như Xin-ga-po, Ma-lay-xi-a. CNĐT thế giới và khu vực hiện nay đã phát triển toàn diện, các sản phẩm có công nghệ cao và được chuẩn hoá, đầu tư tối thiểu vào lĩnh vực điện tử cao hơn trước rất nhiều. Là một nước đi sau, Việt Nam phải xác định một con đường phù hợp với tình hình cụ thể với tiến trình hội nhập quốc tế, vừa hấp dẫn đầu tư nước ngoài, vừa phát huy được lợi thế, để tạo dựng các sản phẩm thương hiệu Việt Nam có tính cạnh tranh cao, chiếm lĩnh thị trường trong nước và xuất khẩu. Có thể đánh giá chung về CNHT trong ngành điện tử gia dụng Việt Nam như sau (bảng 2.3):

Bảng 2.3 Đánh giá CNHT trong ngành điện tử gia dụng Việt Nam

Điểm mạnh	Điểm yếu
<ul style="list-style-type: none"> - Chính trị xã hội ổn định với lực lượng dân số trẻ (trên 50% dân số dưới 35 tuổi). Thị trường tiêu dùng ĐTGD nội địa rất lớn với 86 triệu người (2009). - Nguồn lao động dồi dào, học hỏi nhanh, được đào tạo, có tích lũy kinh nghiệm khá về CNĐT. - Nhờ ngành công nghiệp xe máy, CNHT sản xuất linh kiện nhựa và linh kiện kim loại đã hình thành. 	<ul style="list-style-type: none"> - CNĐT phát triển muộn, công nghệ máy móc lạc hậu, năng lực quản lý, thiết kế, R&D yếu, phụ thuộc vào nguồn cung cấp nguyên liệu, linh phụ kiện nhập khẩu. - Khả năng cạnh tranh thấp: chưa có thương hiệu sản phẩm điện tử mạnh, giá thành sản xuất trong nước cao, giá trị gia tăng thấp. - Chính phủ chưa có chính sách phát triển CNHT, không có cơ quan đầu mối về phát triển CNHT. Việt Nam đã bỏ qua giai đoạn

	có thể quy định tỷ lệ nội địa hoá đối với doanh nghiệp lắp ráp ĐTGD.
Cơ hội	Thách thức
<ul style="list-style-type: none"> -Việt Nam có vị trí thuận lợi, giữa ASEAN và Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc. - Do các lý do khách quan, đang có dòng chuyển dịch đầu tư ra khỏi các nước ASEAN. - Sự tăng cường đầu tư của Hoa Kỳ và Nhật Bản gần đây vào Việt Nam (Intel, Canon) sẽ kéo theo nhiều nhà đầu tư khác. 	<ul style="list-style-type: none"> - Chịu sự cạnh tranh gay gắt của những nước láng giềng đều có nền CNĐT và ĐTGD phát triển. - Với các cam kết AFTA và WTO, thị trường điện tử có nguy cơ bị thao túng bởi sản phẩm nhập khẩu từ đầu năm 2009. - Bắt đầu có dấu hiệu rời bỏ sản xuất của các tập đoàn điện tử khỏi Việt Nam (Sony, LG)

2.2 Triển vọng phát triển công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử gia dụng ở Việt Nam

2.2.1 Cách tiếp cận đánh giá

Cùng với ngành CNĐT, như vậy đến nay, dù đã có rất nhiều nỗ lực, các doanh nghiệp cung ứng cho ĐTGD ở Việt Nam vẫn còn quá ít và doanh nghiệp sản xuất linh kiện cho ngành ĐTGD rất yếu. Tuy nhiên, điều đó không có nghĩa là CNHT ngành ĐTGD chưa có cơ sở để phát triển. Để đánh giá triển vọng phát triển, tác giả đặt ra một số giả thiết và câu hỏi dưới đây cho nghiên cứu:

2.2.1.1 Câu hỏi và giả thiết cho nghiên cứu

(i) Cơ cấu cung ứng cho TĐĐQG ngành ĐTGD ở Việt Nam?

Các nghiên cứu của Bộ Công Thương và của VDF năm 2007 cho thấy, CNHT Việt Nam rất thiếu và yếu. Kết quả khảo sát rất kỹ lưỡng ngành CNĐT của Hiệp hội Doanh nghiệp điện tử năm 2006 còn chỉ ra, năng lực nội địa hoá trong ngành điện tử còn thấp hơn mức trung bình mà Bộ Bưu chính Viễn thông và Bộ Công Thương công bố. Năm 2008, Bộ Công Thương công bố tỷ lệ nội địa hoá ngành CNĐT và công nghệ thông tin là 13,61%, trong khi kết quả khảo sát của Hiệp hội Doanh nghiệp Điện tử cho thấy con số này chỉ khoảng 10-12% [4], [6], [47]. Trong bức tranh chung về tỉ lệ nội địa hoá, các nghiên cứu kể trên mới chỉ đánh giá các doanh nghiệp nằm trong ngành điện tử tại Việt Nam, trong khi đặc điểm CNHT của mỗi ngành là không tồn tại trong nội vi ngành công nghiệp hạ nguồn, mà là sự đan xen của nhiều ngành khác: linh kiện cơ khí, linh kiện nhựa, linh kiện điện điện tử... ở nhiều địa điểm, quốc gia khác nhau. Tỉ lệ nội địa hoá trong ngành điện tử thấp, vậy cơ cấu cung ứng trong MLSX của các nhà lắp ráp này ra sao? Cơ cấu này có thể tiếp cận theo thành phần cung ứng (nhập khẩu, nội địa, như cách các nghiên cứu kể trên đã thực hiện) hoặc theo cơ cấu nhóm ngành cung ứng (3 nhóm kể trên).

(ii) Tại sao CNHT ngành điện tử gia dụng chưa phát triển ở Việt Nam?

Hiện tại, các nhà cung ứng cho các công ty lắp ráp ĐTGD ở Việt Nam hầu hết là doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Số lượng này không nhiều và các nhà lắp ráp tại Việt Nam vẫn nhập khẩu phần lớn linh kiện từ nước ngoài. Bên cạnh lý do về dung lượng thị trường như đã phân tích ở trên, tại sao các nhà lắp ráp ĐTGD khi vào Việt Nam không kêu gọi được các doanh nghiệp cung ứng cùng đầu tư theo, như ở các quốc gia khác trong khu vực?

Từ phía doanh nghiệp nội địa, khả năng đáp ứng yêu cầu về chất lượng, giá cả, thời hạn giao hàng.... cho các nhà lắp ráp đa quốc gia trong ngành ĐTGD là quá khó khăn, thực sự vượt quá năng lực hiện nay của doanh nghiệp Việt Nam. MLSX của các nhà lắp ráp ĐTGD có nhiều lớp, nếu ngay lập tức cung ứng trực tiếp cho các tập đoàn này, tất nhiên doanh nghiệp Việt Nam chỉ có thể tham gia vào các công đoạn đơn giản: bao bì, xộp chèn, túi nhựa... *Nếu muốn tham gia cung cấp các linh kiện thâm dụng công nghệ hơn, lại chưa thể đáp ứng được khách hàng là nhà lắp ráp thì hệ thống CNHT nội địa có thể đáp ứng được cho đối tượng khách hàng nào?*

(iii) Làm thế nào để thúc đẩy năng lực CNHT ngành ĐTGD ở Việt Nam?

Từ các câu trả lời đã tìm ra ở trên, *Chính phủ cần làm gì để hỗ trợ các nhà lắp ráp kêu gọi được các doanh nghiệp cung ứng nước ngoài đầu tư tại Việt Nam?*

Đối với doanh nghiệp Việt Nam, cần các chính sách gì để hỗ trợ doanh nghiệp nội địa đáp ứng được nhu cầu của khách hàng? Nếu chưa thể cung ứng các linh kiện thâm dụng công nghệ cho nhà lắp ráp, doanh nghiệp nội địa Việt Nam có thể thâm nhập vào MLSX ở các lớp thấp hơn, bằng cách tìm đến nhóm khách hàng là các nhà cung ứng FDI ở các lớp bên trên trong MLSX. *Làm thế nào để doanh nghiệp nội địa có thể bán sản phẩm cho các doanh nghiệp cung ứng ở các lớp cao trong MLSX của các TĐĐQG ngành ĐTGD?*

Trong 3 nhóm linh kiện cho ĐTGD: cơ khí, nhựa và cao su, điện và điện tử, Việt Nam khó có thể cạnh tranh được với các nước trong khu vực về các chi tiết linh kiện điện tử. Bản thân các linh kiện này có kích thước nhỏ và giá trị lớn, thường được các TĐĐQG nhập khẩu với chi phí vận chuyển và lưu kho không cao. *Vậy Việt Nam có nên tập trung năng lực cung ứng ĐTGD theo hướng linh kiện cơ khí và linh kiện nhựa, cao su? Và nếu lựa chọn như vậy, các chính sách phát triển*

CNHT ngành ĐTGD cũng như CNHT quốc gia cần phải được hoạch định và thực hiện theo hướng nào?

2.2.1.2 Nội dung nghiên cứu chính

Trên cơ sở các câu hỏi và giả thiết ở trên, tác giả đã thực hiện khảo sát cho nghiên cứu này, với các nội dung được giới hạn chính như sau:

(i) Xác định các công đoạn mà doanh nghiệp Việt Nam đã tham gia vào MLSX của các nhà lắp ráp ĐTGD và đánh giá khả năng có thể mở rộng. Các công đoạn ở đây được phân chia theo công đoạn sản xuất ra các loại linh phụ kiện: nguyên vật liệu, cơ khí, nhựa và cao su, điện và điện tử, bao bì;

(ii) Thực trạng liên kết hợp tác giữa doanh nghiệp lắp ráp ĐTGD và doanh nghiệp nội địa sản xuất phụ trợ;

(iii) Tìm hiểu mong muốn từ các TĐĐQG, các nhà cung ứng FDI, các nhà cung ứng nội địa trong ngành ĐTGD đối với Chính phủ;

(iv) Đánh giá nguyên nhân thu hút đầu tư vào Việt Nam, những lợi thế cạnh tranh cũng như những hạn chế của Việt Nam trong phát triển CNHT cũng như CNHT ngành ĐTGD.

2.2.1.3 Phương thức nghiên cứu và cuộc khảo sát

Bao gồm chủ yếu là các linh kiện kim loại, nhựa và cao su, điện và điện tử, CNHT ngành ĐTGD có nhiều điểm tương đồng với CNHT ngành chế tạo khác như ô tô, xe máy. Như vậy, để đánh giá khả năng phát triển CNHT ngành ĐTGD, cần phải xem xét đến cả năng lực của ngành khác, như CNHT cho xe máy, vốn đã phát triển mạnh ở Việt Nam. Do đặc điểm CNHT của mỗi ngành không tồn tại trong nội vi ngành công nghiệp hạ nguồn và bản thân CNHT của ngành ĐTGD còn quá non yếu, rất khó để có được một nghiên cứu đạt hiệu quả, để đánh giá triển vọng phát

triển CNHT ngành ĐTGD ở Việt Nam, tác giả đã thực hiện cuộc khảo sát không chỉ trong ngành điện tử, mà cả các doanh nghiệp cung ứng cho các ngành chế tạo (như xe máy, ô tô), cũng như các TĐĐQG đã có MLSX tương đối phát triển tại nội địa, nhằm tìm kiếm cơ hội phát triển CNHT cho ngành ĐTGD Việt Nam.

Các doanh nghiệp ở Hà Nội và phụ cận (Hà Tây cũ, Vĩnh Phúc, Bắc Ninh, Hải Dương) đã tham gia vào sản xuất CNHT hoặc có tiềm năng sản xuất CNHT là giới hạn phạm vi của khảo sát. Ngoài ra, tác giả cũng đã lựa chọn các doanh nghiệp nằm trong các ngành công nghiệp chế tạo, như là tiêu chí về việc có thể tham gia sản xuất CNHT trong tương lai. Trong thời gian từ tháng 2 đến tháng 4 năm 2008, phiếu hỏi đã được gửi đến khoảng 600 doanh nghiệp. Kết quả là, tác giả đã nhận được 124 phiếu hợp lệ (có 02 loại phiếu hỏi gửi đến các doanh nghiệp lắp ráp và doanh nghiệp cung ứng trong phụ lục 1 và 2). Bên cạnh đó, tác giả đã tiến hành phỏng vấn một số doanh nghiệp sản xuất trong ngành CNĐT, ngành ô tô, xe máy, ở Hà Nội và Đồng Nai, nơi tập trung khá nhiều doanh nghiệp điện tử. Tác giả cũng đã có các cuộc gặp với các nhà hoạch định chính sách công nghiệp, CNHT và các chuyên gia nghiên cứu trong các lĩnh vực liên quan.

Ngoài các doanh nghiệp Việt Nam chiếm hơn 60% số doanh nghiệp trả lời, 40% doanh nghiệp 100% vốn FDI và liên doanh còn lại bao gồm 3 nhóm quốc tịch: 76% đến từ Nhật Bản và Đài Loan, 10% thuộc khu vực ASEAN, 12% doanh nghiệp Trung Quốc và 14% từ châu Âu và Mỹ. Trong 124 doanh nghiệp trả lời, có 30 nhà lắp ráp có vốn nước ngoài, chỉ có 1 doanh nghiệp lắp ráp Việt Nam. Các doanh nghiệp cung ứng gồm 36 doanh nghiệp Việt Nam và 28 doanh nghiệp FDI. Số còn lại là các doanh nghiệp chưa tham gia sản xuất CNHT. Có 57 doanh nghiệp sản xuất liên quan đến ngành CNĐT và ĐTGD. Dưới đây là một số kết quả nghiên cứu đánh giá chính.

2.2.2 Kết quả nghiên cứu đánh giá

2.2.2.1 Loại linh kiện cung ứng nội địa

Bảng 2.4 Tình hình cung ứng cho các tập đoàn lắp ráp ĐTGD tại Việt Nam

Loại cung cấp phụ trợ	Nguyên vật liệu	Linh kiện kim loại	Linh kiện điện, điện tử	Linh kiện nhựa, cao su	Bao bì, xốp, carton...
Nhập khẩu	89%	63%	77%	52%	25%
Doanh nghiệp FDI	11%	32%	22%	45%	59%
Doanh nghiệp Việt Nam	-	5%	1%	3%	16%

Nguồn: Khảo sát của tác giả

Theo cơ cấu cung ứng trong MLSX của các nhà lắp ráp ĐTGD trong bảng 2.4, có thể thấy rõ, nội địa hoá thực hiện mạnh nhất ở khâu bao bì, chỉ có 25% nhập khẩu và kém nhất ở nguyên vật liệu với 89% nhập khẩu. Trong 3 nhóm cung ứng, các doanh nghiệp FDI cung ứng cho ĐTGD đầu tư nhiều nhất vào sản xuất linh kiện nhựa và cao su (45%), rồi đến kim loại (32%) và cuối cùng là điện, điện tử (22%). Các doanh nghiệp nội địa tham gia mạnh nhất ở nhóm sản xuất linh kiện kim loại với 5%, rồi đến nhóm nhựa cao su với 3% và chỉ 1% trong nhóm điện, điện tử.

Theo thông tin từ phỏng vấn doanh nghiệp của tác giả, các doanh nghiệp ở nhóm điện, điện tử đang chủ yếu cung cấp các linh kiện liên quan đến điện, như: dây dẫn điện, đồng hồ đo điện... chứ hầu như không có các linh kiện điện tử. Mặc dù có khá nhiều doanh nghiệp FDI ở Việt Nam sản xuất linh kiện điện tử, nhưng lại chỉ để xuất khẩu chứ không cung ứng cho các doanh nghiệp lắp ráp trong nước, như

Fujitsu Nhật Bản ở Đồng Nai hay Foxconn Đài Loan ở Hà Nội. Các doanh nghiệp này chủ yếu sản xuất các linh kiện điện tử của nhóm sản phẩm nghe nhìn hoặc máy tính, CNTT. Kết quả này cũng phù hợp với các phân tích ở chương 1 về thể loại linh kiện liên quan đến kích cỡ trong CNĐT.

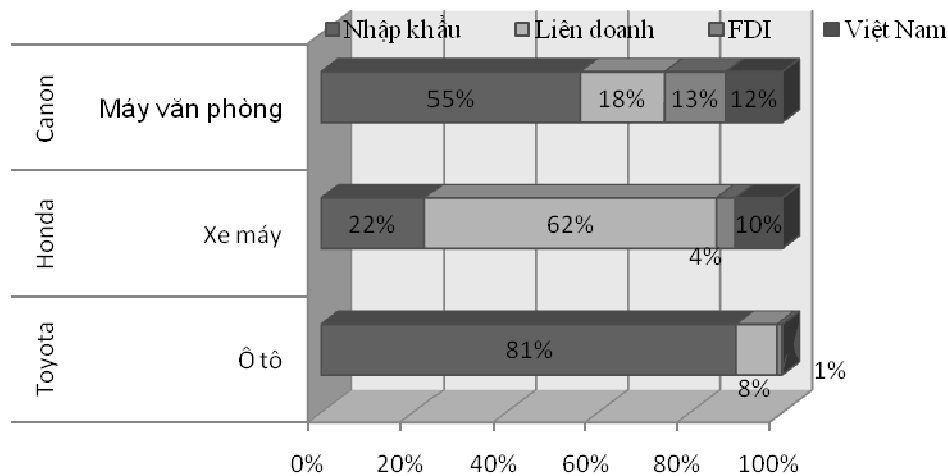
Hộp 2.2: Công ty Sanyo HA Asean

Công ty Sanyo HA Asean có trụ sở tại KCN Biên Hòa 2, Đồng Nai, chuyên sản xuất máy giặt, tủ lạnh và điều hòa nhiệt độ cho thị trường nội địa. Tại thời điểm cuối năm 2007, tỷ lệ sản xuất trong nước của Sanyo đạt 78% cho các sản phẩm máy giặt. Phần lớn linh kiện do các công ty FDI cung cấp, một số phụ kiện từ các công ty Việt Nam. Hiện nay Sanyo đang tìm kiếm các nhà sản xuất nội địa có khả năng cung cấp các linh kiện chuyên dùng cho máy giặt như van báo nước và đồng hồ. Bản thân Sanyo cũng tự sản xuất một vài linh kiện bằng nhựa và kim khí do không tìm được cung ứng. Bộ phận mua hàng của Sanyo cho biết rất khó mua được các loại phụ tùng về đúc và dập ở thị trường nội địa.

Nguồn: Phỏng vấn của tác giả

Các linh kiện kim loại và nhựa được cung ứng nhiều hơn ở nội địa. Đặc biệt, lĩnh vực cơ khí được nhiều doanh nghiệp FDI đánh giá là một trong các điểm mạnh hơn cả của CNHT Việt Nam, bởi kinh nghiệm của các doanh nghiệp cơ khí và đội ngũ công nhân trong ngành có tay nghề khá được đào tạo nhiều năm trước đây [59]. Đây cũng là lĩnh vực mà nhu cầu của ngành ĐTGD đòi hỏi nhiều và CNHT phát triển khá mạnh do tác động của ngành công nghiệp xe máy. Tuy nhiên, cho đến nay mới chỉ cung ứng được cho công nghiệp xe máy, trong khi ngành ĐTGD có nhu cầu khá cao về các loại linh kiện này. Hộp 2.2 từ công ty Sanyo Việt Nam, cho biết thông tin về vấn đề này.

Hình 2.6 cho thấy tình hình cung ứng chi tiết linh kiện cho 3 tập đoàn trong lĩnh vực công nghiệp chế tạo. Xe máy là lĩnh vực mà tỉ lệ nội địa hoá cao nhất. Ô tô là ngành mà Việt Nam hầu như chỉ lắp ráp và máy văn phòng là sản phẩm có gần ½ là linh kiện sản xuất tại nội địa, nhưng với số lượng doanh nghiệp Việt Nam tham gia cao nhất, 12%, cao hơn cả trong xe máy của Honda. Nhìn chung tỷ lệ đóng góp của doanh nghiệp Việt Nam trong sản phẩm cuối cùng của ngành điện tử thấp hơn rất nhiều trong lắp ráp xe máy. Điều này có thể giải thích được bởi công nghệ sản xuất các chi tiết nhựa, kim loại cho công nghiệp điện tử cũng đòi hỏi cao hơn và quy mô sản xuất lớn hơn nhiều ở công nghiệp xe máy.



Hình 2.6: Tình hình cung ứng linh kiện tại 03 tập đoàn Nhật Bản

Nguồn: Phỏng vấn của tác giả

Việc sản xuất linh kiện có thể mở rộng nếu các nhà cung ứng tìm được nhiều khách hàng từ các ngành công nghiệp chế tạo khác nhau. Đây là đặc điểm quan trọng của CNHT, không chỉ sản xuất trong nội vi ngành. Muốn như vậy, các nhà sản xuất nội địa cần các nỗ lực cao hơn trong sản xuất và hoạt động marketing. Trường hợp của Daiwa (hộp 2.3) là một ví dụ điển hình về cung ứng linh kiện nhựa cho cả công nghiệp xe máy và điện tử.

Hộp 2.3: Cung ứng linh kiện nhựa

Daiwa là công ty 100% vốn Nhật Bản tại Việt Nam, chuyên cung cấp các linh kiện bằng nhựa cho các TĐĐQG sản xuất xe máy và thiết bị điện tử. Bộ phận quản lý của Daiwa cho biết chi phí lao động thấp chưa hẳn là yếu tố quan trọng nhất tạo nên lợi thế cạnh tranh ở Việt Nam, bởi lẽ chi phí lao động chỉ chiếm khoảng 10% tổng chi phí sản xuất. Công ty này sử dụng rất nhiều máy móc hiện đại. Ví dụ: khi sản xuất mặt trong của vỏ nhựa cho các sản phẩm điện tử, cần sử dụng máy đo 3-D thế hệ mới nhất, khoảng 100.000 USD/chiếc, để phát hiện những lỗi nhỏ có thể gây trục trặc cho máy trong quá trình vận hành. *Nguồn: Phòng vấn của tác giả*

Thành công của Daiwa là bài học quý báu cho phát triển CNHT tại Việt Nam. Thứ nhất, nhu cầu ổn định về các linh kiện bằng nhựa chất lượng cao của các TĐĐQG trong các ngành khác nhau đã tạo nên môi trường kinh doanh bền vững và mang lại lợi nhuận đáng kể cho Daiwa. Thứ hai, nền tảng để xây dựng và phát triển ngành công nghiệp này không phải là chi phí lao động thấp, mà chính là công nghệ sản xuất cao và trình độ nguồn nhân lực.

Một ví dụ khác về nhà cung ứng linh kiện nhựa là Công ty Nhựa Hà Nội, đã rất thành công trong chiến lược mở rộng đối tượng khách hàng. Mười năm trước, công ty này bắt đầu mày mò sản xuất các linh kiện nhựa cho Honda. Hiện nay công ty tiếp tục cung ứng cho hầu hết các thương hiệu xe máy Nhật tại Việt Nam và đang cung ứng các linh kiện nhựa lớn có kích thước lớn và đòi hỏi độ chính xác cao hơn, cho máy giặt của Sanyo, vỏ điều hoà nhiệt độ của Nakagawa. Mới đây nhất, với việc đầu tư máy ép nhựa công suất 1500 tấn, công ty đang nhắm tới sản xuất các linh kiện nhựa có kích thước lớn và tinh xảo hơn cho Toyota Việt Nam.

2.2.2.2 Cách thức tìm kiếm doanh nghiệp cung ứng nội địa

Khó khăn lớn nhất của các doanh nghiệp lắp ráp khi tìm kiếm cung ứng tại Việt Nam là doanh nghiệp nội địa không đáp ứng đủ các tiêu chuẩn đặt ra và họ không có thông tin về hệ thống cung ứng của Việt Nam. Chính các khó khăn này làm cho các công ty lắp ráp nản lòng, mặc dù họ luôn có động cơ hạ giá thành sản phẩm bằng việc tìm kiếm các phần cung ứng ngay tại nội địa.

Về số lượng. Các doanh nghiệp cung ứng rất ít và không tập trung. Hiện nay cũng không hề có một CSDL đầy đủ thông tin về CNHT để tra cứu. Đa phần CSDL từ VCCI, từ các hiệp hội, từ các cơ quan quản lý, từ các danh bạ chỉ dừng lại ở tên doanh nghiệp, loại hình kinh doanh, mặt hàng sản xuất. Chưa có các thông tin sâu và thiết thực về năng lực sản xuất, nhân lực, thị trường, khách hàng, sản phẩm, công nghệ thiết bị... Điều này làm cho các doanh nghiệp lắp ráp thấy nản khi muốn tìm kiếm các nhà cung ứng ngay tại Việt Nam.

Về chất lượng. Ý kiến của các nhà lắp ráp và cả các doanh nghiệp cung ứng đều khá tương đồng nhau, với một số nét chính:

- Có rất nhiều các loại nguyên liệu thông thường, như gang, thép, nhựa, Việt Nam không sản xuất được và phải nhập khẩu. Điều này ảnh hưởng đến hiệu quả làm việc, thời gian giao hàng, chi phí của các nhà cung ứng.

- Kỹ thuật và công nghệ của các doanh nghiệp cung ứng còn rất thấp, quy trình sản xuất mang tính gia công, chưa có các hệ thống tiêu chuẩn, nên khó kiểm soát chất lượng, tỷ lệ sản phẩm hỏng cao, các đối phó thời vụ kém, nên thời gian sản xuất hay bị chậm trễ so với kế hoạch.

- Chất lượng các lô hàng không đồng đều, quy mô sản xuất thấp. Chất lượng khá ổn định khi sản xuất số lượng nhỏ, nhưng khi tăng số lượng yêu cầu, các doanh nghiệp nhỏ gặp nhiều khó khăn và khó đáp ứng được đơn hàng.
- Các nhà cung ứng nội địa cũng cho biết, doanh nghiệp phụ thuộc nhiều vào giá nguyên liệu, tiêu hao nguyên liệu cho sản phẩm không được tính toán kỹ, sản phẩm sản xuất với tỷ lệ lỗi cao, chi phí lưu kho nguyên vật liệu và thành phẩm không nhỏ, làm cho tổng chi phí sản xuất lớn, rất khó giải quyết để giảm giá thành. Khi nhà lắp ráp đàm phán giảm giá, phần lợi nhuận còn lại rất thấp nên không hấp dẫn doanh nghiệp đầu tư sản xuất phụ trợ.

Bảng 2.5 Tiêu chuẩn lựa chọn doanh nghiệp cung ứng của các nhà lắp ráp

Các yếu tố	Rất quan trọng	Quan trọng	Không cần thiết lắm
Chất lượng sản phẩm	82%	18%	-
Chất lượng SP đồng nhất ở các lô hàng	70%	30%	-
Năng lực (quy mô) sản xuất	45%	35%	20%
Năng lực tự thiết kế, đổi mới	20%	20%	60%
Giao hàng đúng hạn	92%	8%	-
Giá cả hợp lý	75%	25%	-
Các tiêu chuẩn quản lý SX, môi trường...	37%	33%	30%
Trình độ của người điều hành	25%	55%	25%
Quan hệ hợp tác lâu dài	20%	47%	33%

Nguồn: Khảo sát của tác giả

Bảng 2.5 cho thấy các tiêu chuẩn lựa chọn doanh nghiệp cung ứng từ phía các công ty lắp ráp. Nhìn chung, yếu tố được các doanh nghiệp, cả cung ứng và lắp

ráp, đánh giá cao, là: chất lượng sản phẩm (82%), giao hàng đúng hẹn (92%), giá cả hợp lý (75% cho là quan trọng nhất). Có vẻ như, việc giao hàng đúng thời gian là vấn đề lớn đối với doanh nghiệp Việt Nam trong sản xuất phụ trợ, thậm chí còn cao hơn cả đảm bảo chất lượng sản phẩm cung ứng.

Phòng vấn trực tiếp các doanh nghiệp cho thấy, việc đảm bảo chất lượng đã có các bản vẽ, sản phẩm sản xuất chỉ có thể bị hỏng hóc hoặc có các trục trặc, đã phần được kiểm tra rất kỹ trước khi xuất xưởng, do đó nhìn chung chất lượng có thể được đảm bảo. Tuy nhiên, thời gian giao hàng là vấn đề mà doanh nghiệp Việt Nam thường hay vi phạm do rất nhiều nguyên nhân: không làm chủ nguồn nguyên liệu, năng suất máy móc không ổn định, do các điều kiện khách quan như mất điện, vận tải hàng hoá.

Hộp 2.4: Công ty TNHH Canon Việt Nam

Mặc dù chủ yếu sản xuất để xuất khẩu, Canon rất tích cực trong việc nội địa hóa các linh kiện, nhằm rút ngắn thời gian thực hiện đơn đặt hàng và chi phí hậu cần. Hướng ưu tiên trong chiến lược nội địa hóa của Canon bao gồm các linh kiện: (1) có chi phí vận chuyển cao do kích thước cồng kềnh; (2) đòi hỏi độ chính xác cao; và (3) đòi hỏi thời gian dài thực hiện đơn đặt hàng dài. Canon đã trang bị máy đúc để chế tạo một số linh kiện bằng nhựa và kim khí, do không thể tìm ra nhà sản xuất nội địa đáp ứng được tiêu chuẩn chất lượng và cũng không thể gọi được các nhà cung ứng từ Thái Lan hay Ma-lay-xi-a. Cũng giống như Sanyo, Canon than phiền các nhà cung cấp nội địa hầu như không bao giờ tìm đến họ, cho dù kế hoạch mở rộng sản xuất được công bố công khai. Ngược lại, các nhà cung cấp FDI luôn tìm cách tiếp cận họ để tìm kiếm cơ hội.

Nguồn: Phòng vấn của tác giả

Một vấn đề nữa là các sản phẩm không đồng đều theo các lô hàng. Điểm này cũng được 70% doanh nghiệp cho là rất quan trọng. Các chủ doanh nghiệp Việt Nam bị đánh giá là không chủ động trong việc tìm kiếm khách hàng, khả năng giao tiếp thương mại kém. Năng lực ngoại ngữ hạn chế là một trong các rào cản để các doanh nhân này tiếp cận với các nhà lắp ráp. Hộp 2.4 cung cấp thông tin về vấn đề này.

2.2.2.3 Liên kết doanh nghiệp

Có một số cách thức để các doanh nghiệp tìm đến nhau (bảng 2.6). Đa số các công ty đều cho rằng mối quan hệ giữa nhà cung ứng và nhà lắp ráp có sẵn từ lâu, chiếm đến 86%. Các doanh nghiệp không đánh giá cao cách thức tiếp cận thông qua hiệp hội và hội chợ, xúc tiến thương mại... Điều này chứng tỏ sự liên kết giữa các doanh nghiệp mang tính tự phát cao, chưa có sự tham gia tích cực và hiệu quả từ phía các hoạt động hỗ trợ kết nối.

Bảng 2.6 Cách thức kết nối doanh nghiệp lắp ráp và cung ứng

Hình thức	Hiệu quả tốt nhất	Đôi khi tìm được	Hầu như không
Tự đi tìm, tìm qua Internet, danh bạ điện thoại...	14%	35%	51%
Qua hiệp hội doanh nghiệp ngành, địa phương	12%	42%	48%
Hội chợ, triển lãm, xúc tiến thương mại...	10%	40%	50%
Qua các công ty khác giới thiệu	35%	65%	10%
Các quan hệ có sẵn từ lâu	86%	14%	0%
Các doanh nghiệp tự tìm để giới thiệu về mình	37%	42%	21%

Nguồn: Khảo sát của tác giả

Bản thân các doanh nghiệp lắp ráp hoặc các doanh nghiệp cung ứng cũng đã rất nỗ lực trong việc tìm kiếm đối tác. Có tới 37% doanh nghiệp đánh giá cao hiệu

quả của hình thức này. Tuy nhiên, theo nhiều doanh nghiệp lắp ráp, các công ty cung ứng nội địa vẫn chưa thật sự chủ động trong việc tìm kiếm khách hàng.

Hộp 2.5: Các hội chợ về CNHT của JETRO tại Việt Nam

Các triển lãm, hội chợ “ngược” - nơi trưng bày những sản phẩm mà thị trường các nhà sản xuất lắp ráp đang cần, đã được JETRO tổ chức từ 2004 đến nay, luân phiên hàng năm ở Hà Nội và TP Hồ Chí Minh. Từ đó, các doanh nghiệp của Việt Nam có thể nhìn trước được chiến lược sản xuất các sản phẩm mà họ có khả năng tham gia. Năm 2004, có 20 doanh nghiệp lắp ráp Nhật Bản và 50 doanh nghiệp Việt Nam tham gia hội chợ. Đến năm 2008, con số này lên đến 62 doanh nghiệp lắp ráp Nhật Bản và 53 doanh nghiệp cung ứng. Như vậy là trong 4 năm, công nghiệp lắp ráp ở Việt Nam gia tăng rất nhanh, nhưng năng lực cung ứng tăng rất chậm, không hề tương ứng.

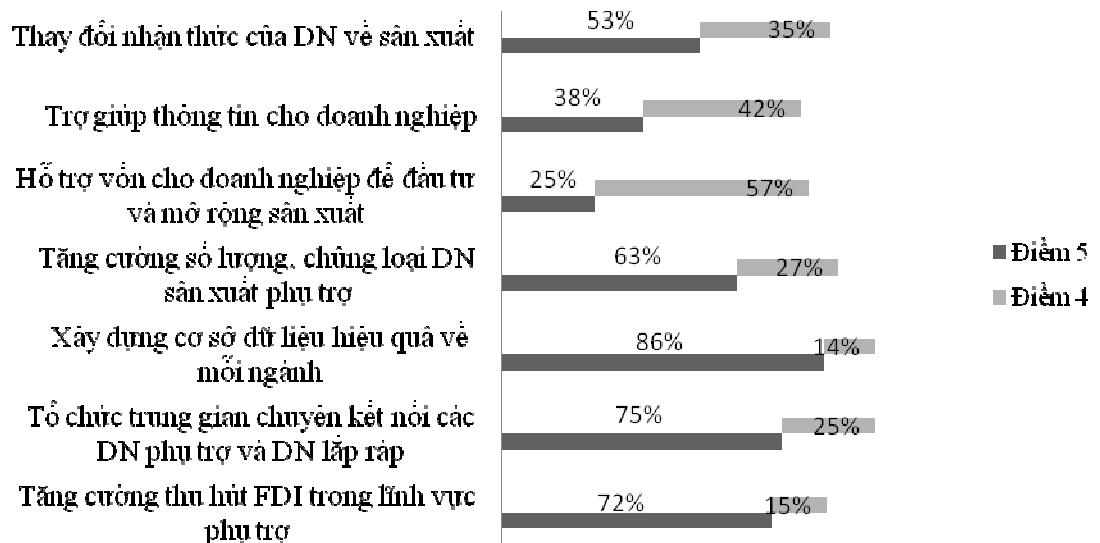
Nguồn: Tổng hợp từ các hội chợ của JETRO hàng năm

Nghiên cứu năm 2005 về liên kết kinh tế giữa các doanh nghiệp Việt Nam do Ngân hàng thế giới thực hiện cho thấy [13, tr. 11-17], 80% nhà cung ứng của các công ty lắp ráp là từ nước ngoài (nhập khẩu) hoặc là doanh nghiệp FDI ở Việt Nam, chỉ có 2% là DNNN và khoảng 18% là doanh nghiệp tư nhân nội địa. Các Tập đoàn, Tổng công ty lớn của Việt Nam vẫn còn ngần ngại khi sử dụng các doanh nghiệp làm “vệ tinh” cho mình. Do đó, nhiều đơn hàng được phân công khép kín trong nội bộ tập đoàn hoặc tổng công ty, không có nỗ lực tìm kiếm bên ngoài để giảm chi phí. Vì vậy, các doanh nghiệp có đủ năng lực sản xuất mặt hàng trong dây chuyền sản xuất thiết bị đồng bộ đó cũng phải đứng ngoài cuộc. Nhiều doanh nghiệp Việt Nam thậm chí cho rằng họ chỉ dùng thầu phụ trong các trường hợp bắt buộc, lý do là họ không muốn bị phụ thuộc vào các nhà thầu phụ và lợi nhuận sẽ giảm do không tự tìm được nguồn cung ứng [13, tr. 7-9]. Quan điểm và thói quen

sản xuất của các doanh nghiệp Việt Nam như vậy đang trái ngược với xu thế chung trên toàn thế giới về phân chia sản xuất và chuyên môn hóa để giảm chi phí.

Trên thực tế, mặc dù đã có liên kết, nhưng tư tưởng độc quyền, sản xuất khép kín của doanh nghiệp Việt Nam sau nhiều năm vẫn còn rất nặng nề. Các doanh nghiệp này tự đầu tư sản xuất, kể cả sản xuất linh kiện do mong muốn hạn chế rủi ro và sự phụ thuộc. Tư tưởng này không chỉ tồn tại trong giới doanh nhân, mà ngay cả trong rất nhiều các cơ quan quản lý nhà nước, các cơ quan hoạch định chính sách và các chuyên gia ngành. Nếu không thay đổi được nhận thức “sản xuất trọn gói” này, CNHT ở Việt Nam nói chung và CNHT cho ngành ĐTGD không thể phát triển.

2.2.2.4 Cách thức gia tăng năng lực cung ứng



Hình 2.7: Cách thức gia tăng năng lực cung ứng *Nguồn: Khảo sát của tác giả*

Phát triển CNHT đòi hỏi việc gia tăng năng lực cung ứng một cách tổng hợp. Theo ý kiến của các doanh nghiệp, để tăng cường năng lực cung ứng cho các ngành

CNHT, với 5 mức đánh giá quan trọng từ 1 đến 5, doanh nghiệp trả lời tập trung chủ yếu vào 2 mức 5 và 4 (hình 2.7). Trong đó, nổi bật là việc thu hút FDI vào sản xuất phụ trợ (87%), sự cần thiết của các tổ chức trung gian chuyên kết nối các doanh nghiệp cung ứng và lắp ráp (100%), vào cơ sở dữ liệu hiệu quả về mỗi ngành (100%) và việc tăng cường số lượng, chủng loại doanh nghiệp sản xuất phụ trợ (90%).

Việc thay đổi nhận thức của doanh nghiệp Việt Nam về quy trình sản xuất cũng được nhiều doanh nghiệp đề cập. Trên thực tế, thói quen và tư duy về sản xuất “trộn gói” không chỉ ăn sâu vào cách nghĩ của doanh nghiệp mà cả cơ quan quản lý nhà nước, các nhà hoạch định chính sách và cả nền kinh tế. Hộp 2.6 cho biết một trong các khó khăn của doanh nghiệp sản xuất CNHT liên quan đến vấn đề này.

Hộp 2.6: Trở ngại của doanh nghiệp cung ứng nội địa

Cát Thái là công ty Việt Nam chuyên cung ứng các linh kiện nhựa cho nhiều TĐĐQG của Nhật Bản và Hoa Kỳ sản xuất các thiết bị ĐTGD. Cát Thái đã có nhiều nỗ lực trong việc cải tiến công nghệ sản xuất, kiểm định chất lượng nhằm đáp ứng nhu cầu của các khách hàng. Khi đơn đặt hàng gia tăng, một trong những vấn đề nan giải nhất của công ty là việc huy động vốn từ các ngân hàng để mở rộng sản xuất. Ngân hàng không đánh giá cao tầm quan trọng của các linh kiện nhựa chất lượng cao đối với các TĐĐQG, trong khi chỉ có Cát Thái có thể cung cấp loại linh kiện đó ngay tại Việt Nam. Ngân hàng không đánh giá đúng giá trị các hợp đồng giữa Cát Thái và các TĐĐQG, vì vậy công ty rất khó khăn trong việc vay vốn đầu tư.

Nguồn: Phỏng vấn của tác giả

Như vậy, việc gia tăng năng lực cung ứng đòi hỏi huy động các nguồn lực tổng hợp, không phải chỉ từ các doanh nghiệp sản xuất phụ trợ hay nhà lắp ráp, mà

đòi hỏi sự quan tâm và hỗ trợ từ nhiều lĩnh vực của nền kinh tế. Bên cạnh đó, theo nhiều chuyên gia mà tác giả phỏng vấn trực tiếp, trong tình hình năng lực của hệ thống doanh nghiệp Việt Nam hiện nay, việc kêu gọi các nhà sản xuất phụ trợ FDI cũng là công việc quan trọng mà Chính phủ cần tập trung và có chính sách rõ ràng để đẩy nhanh nguồn cung trong nước và thúc đẩy chuyển giao nội vi ngành.

Sản xuất phụ trợ đa ngành cũng là một cách hữu hiệu để gia tăng năng lực cung ứng. Theo các doanh nghiệp lắp ráp Nhật Bản, mức độ nội địa hoá trong ngành ĐTGD thường cao hơn ngành xe máy nhưng thấp hơn ngành công nghiệp ô tô [47]. Có vấn đề này là do đặc điểm tính chất và yêu cầu chất lượng các loại linh kiện của các ngành này. Tuy nhiên, các doanh nghiệp cung ứng không nên chỉ cung cấp riêng cho một ngành hạ nguồn. Các nhà cung cấp linh kiện xe máy có thể cung ứng cho ngành ĐTGD vì 2 ngành này có chung nhiều loại linh kiện, như các linh kiện nhựa, kim loại dập, hay nhôm đúc.

Bảng 2.7: Mức nhựa phun máy cho một số sản phẩm CNHT

Sản phẩm	Chi tiết	0 – 500 tấn	501 -1000 tấn	1001 -1500 tấn
Xe máy	Các chi tiết bên ngoài		80 – 850 tấn	
TV	Vỏ TV			850 – 1300 tấn
Máy giặt	Vỏ, thùng nước			550 – 1300 tấn
Tủ lạnh	Ngăn, kệ, hộp trong tủ	150 – 550tấn		

Nguồn : Mori 2005b

Tuy nhiên, cần phải nâng cấp khả năng công nghệ, vì các linh kiện cho ĐTGD đòi hỏi trình độ công nghệ cao hơn các chi tiết cho xe máy [18, tr. 73-75]. Đó là do các linh kiện ĐTGD thường liên quan đến các chức năng máy móc, trong

khi các chi tiết cho xe máy thường ít phải liên quan đến chức năng này. Chẳng hạn làm một khung nhựa cho máy in thì khó hơn nhiều so với việc sản xuất một chi tiết thân xe máy. Phần bên trong của khung nhựa này được thiết kế rất tinh vi, bởi vì nó sẽ được kết nối trực tiếp với các chi tiết máy móc để di chuyển chính xác giấy ra và được sử dụng để in tranh với độ sắc nét cao như ảnh. Thêm một ví dụ về linh kiện đòi hỏi khả năng công nghệ cao hơn đối với các chi tiết nhựa đó là bộ phận điều chỉnh zoom của máy ảnh kỹ thuật số và mặt đằng sau của màn hình LCD. (Nguồn : Phỏng vấn của tác giả). Bảng 2.7 cho thấy, một số chi tiết cho sản phẩm ĐTGD có thể được sản xuất bằng chính máy nhựa phun được sử dụng để sản xuất chi tiết cho xe máy. Trong điều kiện kích cỡ của thị trường hạ nguồn chưa thể gia tăng ngay lập tức, sự năng động của các doanh nghiệp cung ứng là rất cần thiết. Họ nên tận dụng các máy móc để sản xuất nhiều loại mặt hàng cung cấp cho nhiều ngành chứ không phải chỉ một ngành công nghiệp. Như thế doanh nghiệp sẽ có đủ đơn đặt hàng để duy trì hoạt động. Đây cũng là kinh nghiệm của các công ty như Daiwa hay Nhựa Hà Nội, đang sản xuất các chi tiết nhựa cho xe máy và ĐTGD, sẽ tiến tới cung ứng các chi tiết nhựa cho ô tô.

2.2.2.5 Lợi thế của Việt Nam trong phát triển CNHT

Dung lượng thị trường tỏ ra là yếu tố thu hút doanh nghiệp sản xuất vào Việt Nam, đặc biệt là trong các ngành công nghiệp tạo ra sản phẩm tiêu dùng như xe máy, hay có mang tính “thời trang” cao như ĐTGD, nhất là các sản phẩm nghe nhìn [77].

Về “tinh thần doanh nghiệp”, đặc biệt là các doanh nghiệp ngoài nhà nước có quy mô nhỏ và vừa, Việt Nam cũng được đánh giá là có lợi thế [59].

Hộp 2.7 Cách thức kinh doanh của doanh nghiệp tư nhân Việt Nam

Công ty ô tô Xuân Kiên được gây dựng bởi một kỹ sư có nhiều năm làm việc trong doanh nghiệp cơ khí của nhà nước. Khởi đầu với một số máy móc đã qua sử dụng, nhập khẩu từ Đài Loan, doanh nghiệp này tập trung vào sản xuất một số chi tiết cơ khí mà thị trường đang cần. Sau vài năm, Xuân Kiên đã trở thành một trong các doanh nghiệp ô tô hàng đầu Việt Nam với khoảng 3000 công nhân. Tuy nhiên, cách thức đầu tư công nghệ vẫn là nâng cấp trên cơ sở các thiết bị hiện có. Điều này giúp giảm bớt chi phí đầu tư mới và nâng cao trình độ cho đội ngũ kỹ sư, công nhân và sự gắn kết với nhà máy. Câu chuyện về một số doanh nghiệp cơ khí tư nhân khác ở Việt Nam cũng tương tự như vậy, khởi đầu với quy mô gia đình như công ty Cơ khí Tân Hoà, Hoàng Phát..., các doanh nghiệp này hiện đang là một trong các nhà cung ứng chi tiết cơ khí đạt tiêu chuẩn cho hầu hết các nhà lắp ráp xe máy Nhật Bản, Đài Loan và hiện bắt đầu cung ứng các chi tiết cơ khí đơn giản cho các nhà lắp ráp ô tô như Xuân Kiên, Trường Hải.

Nguồn: Phỏng vấn của tác giả

Qua các cuộc phỏng vấn của tác giả, nhiều doanh nhân Nhật Bản khẳng định, cách thức mà doanh nghiệp tư nhân trong lĩnh vực chế tạo của Việt Nam nâng cấp sản xuất khác với các quốc gia khác trong khu vực như Thái Lan hay Ma-lay-xi-a. Ở các quốc gia khác, họ nâng cấp bằng việc đầu tư máy móc thiết bị công nghệ mới, còn doanh nghiệp Việt Nam hầu hết thay đổi bằng việc tự nâng cấp các thiết bị đang có và cải tiến dần trình độ tay nghề người lao động. Điều này giúp tiết kiệm chi phí, giảm rủi ro, tự rút kinh nghiệm và tăng cường học hỏi cho đội ngũ công nhân, quản lý.

Xu hướng này giống cách thức mà các công ty Nhật Bản đã thực hiện. Vì vậy, nhiều chuyên gia Nhật Bản khẳng định có một nét tương đồng về “tinh thần

doanh nghiệp” hay “văn hoá sản xuất” giữa Nhật Bản và Việt Nam. Đây là một lợi thế của doanh nghiệp Việt Nam so với các quốc gia trong khu vực.

Hộp 2.8: “Bí quyết” của sản xuất CNHT

Nhiều chuyên gia Nhật trong ngành CNHT cho biết, lúc đầu cả người Thái Lan lẫn người Trung Quốc đều cho rằng, làm những chi tiết nhựa hay kim loại là tương đối dễ dàng. Họ chỉ tha thiết yêu cầu người Nhật chuyển giao công nghệ hiện đại cho họ. Sau khi đã thu hút được một lượng khá lớn FDI trong lĩnh vực điện tử, ô tô, họ mới ngã ngựa ra rằng vấn đề không nằm ở phần lắp ráp mà chính là những bí quyết kỹ thuật cơ bản. Đó không phải là chế tạo động cơ hay bo mạch, mà là những ngành cơ bản hơn như dập, rèn, đúc hay tôi. Nhiều chuyên gia Nhật đã kết luận rằng các nước đang phát triển thường có xu hướng phớt lờ ngành công nghiệp chế tạo cơ bản. Chỉ đến khi đứng trước nguy cơ bị mất những nhà đầu tư nước ngoài lớn bởi sự hấp dẫn của thị trường Trung Quốc, họ mới nhận ra đó là quan trọng. Hiện nay, Trung Quốc hay Việt Nam đều có thể làm những chi tiết chế tạo giản đơn. Nhưng với những chi tiết đòi hỏi độ chính xác cao, ở châu Á hiện nay chỉ có Nhật Bản và một số có thể thực hiện ở Thái Lan. Ngay cả những nước có trình độ phát triển cao như Hàn Quốc cũng gặp khó khăn.

Nguồn: Phỏng vấn của tác giả

Theo nghiên cứu của tác giả năm 2008 [59, tr. 178-180], một trong các nhân tố quan trọng tạo nên thu hút đầu tư và tích tụ công nghiệp ở Việt Nam là trình độ của nguồn nhân lực trong ngành chế tạo. Với 59% doanh nghiệp Nhật Bản tỏ ra rất hài lòng, Việt Nam được các doanh nghiệp Nhật Bản đánh giá có nguồn nhân lực chất lượng cao, được đào tạo cơ bản, nhất là trong các ngành công nghiệp chế tạo liên quan đến các công đoạn cơ khí: rèn, dập, đúc, mạ, tôi... Nền sản xuất kế hoạch

hóa trong nhiều năm đã tạo nên một đội ngũ kỹ sư và công nhân có kỹ năng, kinh nghiệm và gắn bó với nghề. Mặc dù vậy, các doanh nghiệp thường phàn nàn về sự thiếu chủ động trong công việc và khả năng ngoại ngữ kém của nhân lực.

2.2.2.6 Chính sách phát triển CNHT

Thu hút FDI là chính sách mà nhiều quốc gia đi trước đã thực hiện thành công để phát triển CNHT. Tuy nhiên, để thực sự thu hút doanh nghiệp, kể cả nội địa vào sản xuất CNHT, đòi hỏi các chính sách đồng bộ và triệt để từ phía Chính phủ. Hộp 2.9 cho biết thông tin liên quan đến vấn đề của doanh nghiệp có vốn FDI sản xuất CNHT thường gặp phải khi muốn đầu tư tại Việt Nam.

Hộp 2.9: Diện tích nhà xưởng cho doanh nghiệp sản xuất phụ trợ

Clinroom, công ty Ma-lay-xi-a cung ứng sản phẩm là hệ thống thiết bị lắp ráp công nghệ cao và “sạch” cho các doanh nghiệp điện tử, chủ yếu là Nhật Bản và Hoa Kỳ. Năm 2007, theo đơn đặt hàng lớn của một khách hàng Nhật Bản mở nhà máy ở Việt Nam, Clinroom mở công ty TNHH tại Việt Nam để sản xuất và cung ứng cho khách hàng tại chỗ. Clinroom mất gần 8 tháng để tìm địa điểm xây dựng nhà xưởng. Họ gặp khó khăn, vì nếu vào KCN, họ không thể thuê được diện tích nhỏ khoảng 300-500m², do các KCN của Việt Nam đều chỉ phục vụ các nhà đầu tư lớn với diện tích tối thiểu là 1000m². Còn nếu ở bên ngoài KCN, họ khó đáp ứng được các tiêu chuẩn đặt ra về sản phẩm “sạch” để cung ứng cho khách hàng.

Nguồn: Phỏng vấn của tác giả

Trong khi hầu hết các doanh nghiệp sản xuất cung ứng có quy mô nhỏ và vừa, chỉ cần diện tích nhỏ để sản xuất, Chính phủ Việt Nam cũng như các địa phương chưa hề có chính sách thu hút đầu tư nào đối với các đối tượng này. Tâm lý chọn doanh nghiệp lớn, sử dụng nhiều diện tích để các KCN nhanh chóng được lấp

đây đã trở nên quá phổ biến đối với các cơ quan quản lý nhà nước ở Việt Nam, từ trung ương đến địa phương.

Đây cũng là vấn đề mà Hiệp hội DNNVV Nhật bản phải đối diện khi hỗ trợ doanh nghiệp của họ vào đầu tư tại Việt Nam. Các doanh nghiệp cỡ nhỏ nước ngoài luôn gặp khó khăn vì các KCN của Việt Nam chỉ quan tâm đến các nhà đầu tư lớn, trong khi sản xuất các ngành phụ trợ không sử dụng hết diện tích lớn như vậy. Ở các khu cụm công nghiệp của địa phương, các doanh nghiệp lại gặp phải các vấn đề về hạ tầng khi yêu cầu sản phẩm của họ đòi hỏi xuất xứ và các điều kiện sản xuất cao hơn, hoặc các khu này nằm quá xa khách hàng của họ, thường là các nhà lắp ráp ở trong các KCN lớn gần trục giao thông, cảng biển và cảng hàng không.

Hộp 2.10: Cụm linh kiện sản xuất xe máy VMEP

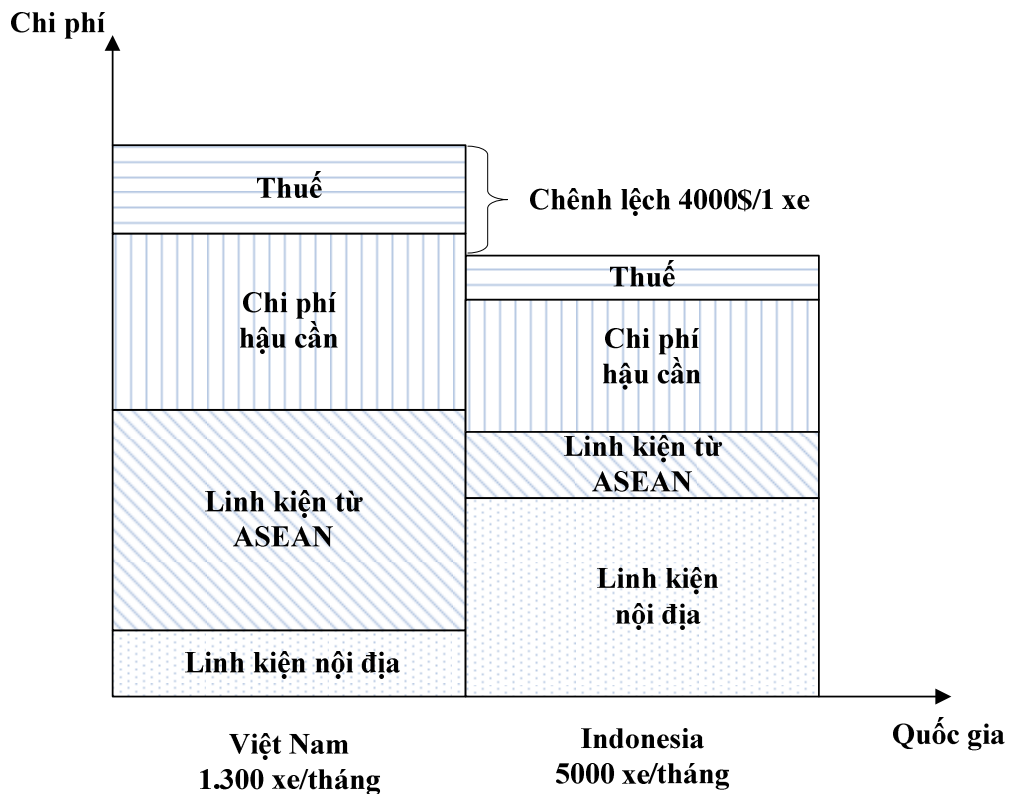
Công ty TNHH VMEP Việt Nam với 100% vốn từ Đài Loan sản xuất xe máy có chi nhánh chính tại Đồng Nai. Đến tháng 8 năm 2008, đã có 59 nhà sản xuất Đài Loan tập trung tại KCN Hồ Nai 3, Đồng Nai chuyên cung ứng linh kiện cho VMEP và các hãng xe máy khác. Cũng đã có sự tham gia của doanh nghiệp nội địa, với các chi tiết đơn giản như nhãn mác, chi tiết cao su nhựa, bao bì. Các chi tiết kim loại với chất lượng cao cũng được VMEP mua từ một vài nhà cung cấp phía bắc như công ty Tân Hoà, công ty Dụng cụ cơ khí xuất khẩu. Mặc dù vậy, các chi tiết quan trọng như động cơ vẫn do công ty con của VMEP cung ứng ngay trong nội vi tập đoàn.

Nguồn: Phỏng vấn của tác giả

Mô hình của VMEP đáng để Chính phủ xem xét và nhân rộng trong việc thu hút đầu tư từ các nhà cung ứng của nhà lắp ráp đã vào Việt Nam. Mô hình của VMEP là một dạng của Cụm liên kết ngành, hay Khu công nghiệp hỗ trợ đã phân tích ở chương 1. Qua kết quả nghiên cứu của tác giả, cho đến nay ở Việt Nam mới

chỉ xuất hiện một cụm tập trung các doanh nghiệp liên kết như vậy [12]. Điều này góp phần làm cho năng lực sản xuất CNHT của Việt Nam rất yếu. Rõ ràng, việc đánh giá, quy hoạch và xây dựng khu vực tập trung các doanh nghiệp cung ứng nằm gần nhà lắp ráp chính của họ là vấn đề đặt ra khi hoạch định chính sách CNHT quốc gia.

Các chính sách liên quan đến ưu đãi cho doanh nghiệp sản xuất phụ trợ cũng được doanh nghiệp đề cập. Ví dụ về sản xuất xe ô tô Innova của Toyota ở hình 2.8 cho thấy vấn đề này. Năm 2008, với công suất 1300 xe/tháng so với ở In-đô-nê-xi-a là 5000 xe/tháng, Toyota Việt Nam không thể đầu tư vào sản xuất linh kiện và cũng khó kêu gọi các nhà cung ứng đầu tư vào theo.



Hình 2.8 Chi phí sản xuất xe ô tô Innova

Nguồn: Phòng vấn của tác giả

Nếu so sánh chi phí sản xuất này với Toyota In-đô-nê-xi-a, chi phí chênh lệch của 1 xe Innova tại Việt Nam cao hơn đến 4000 USD. Điều này là do các linh kiện sản xuất ngay tại nội địa ở Việt Nam quá ít, làm cho chi phí nhập khẩu linh kiện, chi phí hậu cần cao lên. Ngoài ra các mức thuế của Việt Nam cũng cao hơn ở In-đô-nê-xi-a. Nhiều doanh nghiệp lắp ráp trong lĩnh vực ô tô và ĐTGD cho biết họ không có động lực trong việc tìm kiếm hay tự cung ứng vì thuế nhập khẩu đánh vào linh kiện quá thấp, trong khi Chính phủ không có các ưu đãi thuế khi sản xuất linh kiện trong nước.

Một vấn đề mà nhiều chuyên gia Nhật Bản đều đề cập, là Việt Nam cần xác định các ngành CNHT ưu tiên. Quy hoạch phát triển CNHT của Việt Nam đưa ra 5 ngành công nghiệp là quá rộng, cần phải lựa chọn loại ngành CNHT mang tính chiến lược và có dung lượng thị trường lớn. Trên cơ sở này, có các chính sách hỗ trợ hướng đến việc cung ứng cho ngành ưu tiên đó.

2.2.2.7 Khả năng phát triển công nghiệp hỗ trợ ngành ĐTGD ở Việt Nam

Từ các luận cứ thực tiễn kể trên và các luận cứ lý luận ở chương 1, tác giả có một số kết luận như sau:

- Chính phủ Việt Nam chưa thật sự quan tâm đến phát triển các ngành CNHT. Chính sách của Việt Nam không hướng đến phát triển các ngành cung ứng. Trong công nghiệp điện tử, Việt Nam đã bỏ qua cơ hội tập trung sản xuất các linh kiện điện tử cao cấp cho lắp ráp ngay tại thị trường nội địa.

- CNHT ngành ĐTGD chưa phát triển ở Việt Nam.

Khách hàng mà các nhà sản xuất Việt Nam nhắm tới để cung ứng hiện nay chưa phù hợp. MLSX của các tập đoàn ĐTGD có nhiều lớp khác nhau, doanh nghiệp Việt Nam, hầu hết còn quá yếu để có thể cung ứng trực tiếp cho các nhà lắp

ráp, nếu có thì chỉ dừng ở những chi tiết bộ phận đơn giản, chưa cung cấp được các cụm linh kiện quan trọng. Các chương trình hỗ trợ hiện tại chưa hiệu quả thực sự, chưa tạo ra được các kết nối cũng bởi vì khoảng cách cung cầu này quá lớn.

Vẫn còn quá ít các nhà cung ứng FDI ở Việt Nam theo các nhà lắp ráp lớn, một trong các lý do quan trọng là chi phí đầu tư ở Việt Nam cao, trong khi các doanh nghiệp cung ứng phụ trợ FDI đa phần có quy mô nhỏ và vừa. Chi phí đầu tư cao do các chính sách thu hút đầu tư của Việt Nam không hướng đến FDI loại vừa và nhỏ: các khu công nghiệp có diện tích nhà xưởng cho thuê quá lớn; chưa có bất kỳ ưu đãi gì từ các địa phương cho các doanh nghiệp FDI nhỏ; thủ tục đầu tư như hiện nay đối với doanh nghiệp FDI nhỏ là rườm rà, tốn kém; thuế suất cho các loại linh kiện quá thấp...

Năng lực của các doanh nghiệp nội địa còn thấp. Năng lực thấp này đến từ thói quen và tư duy sản xuất trọn gói của cả nền kinh tế, trình độ tổ chức quản lý sản xuất non yếu, chuỗi cung ứng hoạt động không hiệu quả, kỹ năng làm việc, trình độ giao tiếp của nguồn nhân lực kém. Ngược lại, trình độ nghề của nhân lực Việt Nam được đánh giá khá, cao hơn so với các quốc gia láng giềng, đặc biệt là trong lĩnh vực chế tạo cơ khí, một trong các ngành sản xuất cơ bản nhất của CNHT.

- Mặc dù xuất phát muộn hơn các nước ASEAN, Việt Nam có thể phát triển CNHT ngành ĐTGD, vì năng lực của Việt Nam hiện nay có thể đáp ứng một số lĩnh vực của ngành.

Ở tầm vĩ mô, Chính phủ nên tập trung vào một số công việc trong thời gian tới: xác định các lĩnh vực ưu tiên để phát triển CNHT; thu hút FDI sản xuất phụ trợ; xây dựng cơ sở dữ liệu CNHT theo mỗi ngành cung ứng (ví dụ: cơ sở dữ liệu CNHT linh kiện cơ khí, linh kiện nhựa...); hỗ trợ doanh nghiệp nội địa tham gia cung ứng cho các FDI sản xuất phụ trợ...

Cách thức kinh doanh của doanh nghiệp Việt có nhiều điểm tương đồng với doanh nghiệp Nhật Bản. Nếu chọn cách thức sản xuất tích hợp chuyên giao của Nhật Bản, Việt Nam có thể tránh được sức ép cạnh tranh rất lớn với Trung Quốc.

Riêng đối với ĐTGD, đây là ngành đòi hỏi công nghệ, mức độ cung ứng phụ trợ bao gồm nhiều lớp. Trong điều kiện hiện nay, Việt Nam nên *tham gia vào MLSX với vai trò cung ứng các chi tiết kim loại và nhựa, cung ứng cho các nhà sản xuất phụ trợ có trình độ cao hơn, và cho các TĐĐQG tại Việt Nam.*

Về mặt trình độ công nghệ, tập trung phát triển các ngành sản xuất linh kiện bằng nhựa hay kim loại với các công nghệ như đúc, ép là hiện thực nhất đối với Việt Nam hiện nay. Lưu ý là, sản xuất các linh kiện nhựa hay kim khí không phải là công nghệ thấp, mà đòi hỏi công nghệ sản xuất định hướng tương đối cao. Các nhà sản xuất loại linh kiện này phải có tay nghề cao, bởi chỉ một khiếm khuyết cho dù rất nhỏ trong các linh kiện này có thể ảnh hưởng đến toàn bộ tính năng cơ học của sản phẩm cuối cùng [18, tr. 21-22]. Ngoài ra, tay nghề sản xuất, bảo trì và sửa chữa các công cụ như đúc và nén sẽ góp phần giảm nhẹ chi phí hậu cần và rút ngắn thời gian thực hiện đơn hàng.

Nếu muốn tồn tại và phát triển, *các doanh nghiệp phụ trợ cần phải cung ứng tổng hợp cho cả các nhà lắp ráp ngành khác: các nhà cung ứng ngành ĐTGD có thể sản xuất chi tiết cơ khí, chi tiết nhựa/cao su, cung cấp cho các doanh nghiệp phụ trợ sản xuất các cụm chi tiết cho các doanh nghiệp lắp ráp điện tử, xe máy, ô tô, thiết bị văn phòng, máy xây dựng, máy nông nghiệp...*

Kết luận chương 2

- CNHT ngành ĐTGD ở Việt Nam chưa phát triển, vì các lý do chính sau:

Chính phủ chưa quan tâm phát triển CNHT, không có cơ quan quản lý nhà nước làm đầu mối về CNHT, chưa có các chính sách phát triển CNHT. Các chính sách công nghiệp chưa khai thác được lợi thế cạnh tranh quốc gia cũng như của ngành ĐTGD, chưa có các chương trình xúc tiến CNHT hiệu quả.

Doanh nghiệp có vốn FDI rất ít đầu tư sản xuất CNHT tại Việt Nam, vì chi phí đầu tư cao làm cho giá thành linh phụ kiện cao. Một trong các lý do quan trọng là Việt Nam không có các chính sách thu hút, ưu đãi các doanh nghiệp này. Nhận thức về sản xuất CNHT ở Việt Nam còn rất yếu, cả trong hệ thống doanh nghiệp, cơ quan quản lý nhà nước lẫn các cơ quan hỗ trợ doanh nghiệp.

CNHT ngành ĐTGD được xác định chỉ trong nội vi ngành hạ nguồn, với mục tiêu cung ứng các linh kiện điện điện tử, gần như không quan tâm đến việc cung ứng các linh kiện kim loại và linh kiện nhựa. Ngành ĐTGD Việt Nam đã bỏ qua giai đoạn có thể phát triển nhanh CNHT bằng quy định về tỉ lệ nội địa hoá.

Các doanh nghiệp Việt nam đang đặt ra mục tiêu hướng đến cung ứng cho chi nhánh các TĐĐQG ở Việt Nam, đây là xác định chưa phù hợp vào giai đoạn hiện nay.

- Triển vọng phát triển CNHT ngành ĐTDG:

Trên cơ sở sự hình thành của CNHT ngành xe máy, Việt Nam có thể phát triển CNHT ngành ĐTGD với việc cung cấp các linh kiện nhựa và kim loại cho các lớp cung ứng trong MLSX của các TĐĐQG. Các doanh nghiệp cung ứng này sẽ cung cấp tổng hợp cho các nhà lắp ráp trong các ngành công nghiệp chế tạo khác như xe máy, ô tô, chế tạo máy móc.

Để thực hiện được điều đó, Chính phủ cần tập trung vào một số chính sách phát triển CNHT: xác định lĩnh vực ưu tiên trong phát triển CNHT; khuyến khích thu hút doanh nghiệp FDI vào sản xuất CNHT ngành ĐTGD; xây dựng cơ sở dữ liệu CNHT theo ngành cung ứng; hỗ trợ liên kết doanh nghiệp trong ngành ĐTGD; phát triển các ngành chế tạo cơ bản.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP HỖ TRỢ NGÀNH ĐIỆN TỬ GIA DỤNG Ở VIỆT NAM

3.1 Bối cảnh phát triển công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử gia dụng Việt Nam

3.1.1 Bối cảnh toàn cầu và khu vực

Bức tranh kinh tế Đông Á cho thấy Việt Nam đang đi sau khá xa các nước trong khu vực về trình độ phát triển công nghiệp, thể hiện trong sự cách biệt về tỷ lệ hàng công nghiệp, đặc biệt là tỷ lệ sản phẩm máy móc các loại trong tổng xuất khẩu, thể hiện trong chỉ số cạnh tranh của những ngành công nghiệp chủ yếu và trong cơ cấu phân công lao động giữa Việt Nam với các nước này [46]. Không kể một số nước mới gia nhập ASEAN, Việt Nam là nước đi sau cùng trong quá trình công nghiệp hóa ở vùng Đông Á và đang trực diện với hai thách thức lớn: ảnh hưởng của kinh tế Trung Quốc và thực hiện tự do hóa thương mại với các nước trong khu vực và thế giới.

Từ cuối năm 2007 đến nay, nhiều nhà đầu tư trên thế giới đang rút dần vốn từ các nước EU và Mỹ và chuyển sang các nước Đông Á và Đông Nam Á, trong đó có Việt Nam và Trung Quốc. Điều này cũng phần nào giải thích tại sao cam kết FDI trong hai năm trở lại đây vào Việt Nam lại tăng cao như vậy, trong khi khả năng hấp thụ dòng FDI còn rất hạn chế. Cơ hội này nếu được tận dụng sẽ thúc đẩy và tăng cường liên kết của các doanh nghiệp, đồng thời cũng hình thành lực lượng doanh nghiệp mạnh hơn.

Tuy nhiên nền kinh tế thế giới bắt đầu chu kỳ suy giảm. Con địa chấn tài chính nổ ra từ tháng 9 năm 2008 với các tập đoàn tài chính Mỹ và đầu năm 2009 kéo theo các ngành công nghiệp trên toàn cầu. Sự suy giảm của các tập đoàn công nghiệp lớn, kéo theo sự phá sản của các tập đoàn sản xuất phụ trợ nổi tiếng thế giới.

Nhiều quốc gia trong khu vực đang trong tình trạng tạm dừng đầu tư và tiếp tục tỏ ra thận trọng, ngay cả khi những dự báo cho biết kinh tế thế giới có thể khởi sắc từ cuối năm 2009. Trong điều kiện hội nhập hiện nay của Việt Nam, các tác động bất lợi của khủng hoảng này phụ thuộc vào tình trạng suy thoái chung ở các nền kinh tế lớn và sự chủ động ứng phó của Chính phủ. Tác động rất lớn chính là đầu tư nước ngoài ở Việt Nam sẽ bị giảm sút, cả việc thu hẹp sản xuất của các tập đoàn đang có mặt, lẫn việc giảm thực hiện vốn đã đăng ký do dấu hiệu đình đốn của thị trường [32, tr. 22-23]. Điều này sẽ tác động rất mạnh đến phát triển CNHT.

3.1.2 Môi trường kinh doanh của Việt Nam

Trên nền tảng kinh tế khá vững chắc và chế độ chính trị ổn định, trong gần 10 năm trở lại đây, Việt Nam được đánh giá là một trong những nền kinh tế tăng trưởng nhanh nhất trên thế giới. Sự tăng trưởng này có được chủ yếu là nhờ vào sự gia tăng mạnh của tiêu dùng và đầu tư xã hội. Xét trên phương diện sản xuất, hai lĩnh vực công nghiệp và dịch vụ, tổng cộng chiếm khoảng 80% GDP hàng năm, là khu vực tăng trưởng chính của toàn bộ nền kinh tế quốc dân [107].

Về cạnh tranh và thương mại, nền kinh tế được mở cửa ở mức độ nhất định đối với thế giới bên ngoài, cải cách sâu hơn vẫn đang được tiến hành để tăng mức độ cạnh tranh trong nền kinh tế. Hạn ngạch và thuế quan vẫn còn tiếp tục được sử dụng ở mức rất linh hoạt để bảo hộ cho một số ngành sản xuất nhạy cảm trong nước. Việt Nam đang tiến hành giảm thuế theo các quy định bắt buộc của Hiệp định Tự do Thương mại Đông Nam Á và theo cam kết khi gia nhập WTO.

Sự phát triển mạnh mẽ của khu vực kinh tế tư nhân với sự đa dạng về loại hình doanh nghiệp được coi là đặc điểm nổi bật của sự phát triển kinh tế Việt Nam trong thập kỷ gần đây [1]. Về phát triển DNNVV, năm 2009, thay thế cho nghị định số 90/NĐ-CP, Chính phủ đã ban hành nghị định 56/NĐ-CP về phát triển DNNVV,

trong đó đã có những chính sách cụ thể phù hợp hơn trong bối cảnh mới, kể cả quy định về quy mô doanh nghiệp. Nghị định cũng đã đề cập đến CNHT như một nhân tố quan trọng trong tiến trình phát triển DNNVV.

Mặc dù đã đạt được những thành công kể trên, song môi trường kinh doanh của Việt Nam không phải đã hoàn toàn thuận lợi. Theo Ngân hàng thế giới, hiện nay các doanh nghiệp phải đối mặt với bốn trở ngại chính: khó tiếp cận các nguồn tín dụng; khó tiếp cận đất đai; chất lượng nguồn nhân lực thấp do lực lượng lao động thiếu kỹ năng; và sự thiếu hụt các dịch vụ hạ tầng căn bản: điện, nước, giao thông, nhà ở... Mức độ nghiêm trọng của bốn trở ngại kể trên ở Việt Nam được đánh giá là cao hơn so với các nước còn lại trong khu vực Đông Nam Á [106].

Đối phó với suy giảm kinh tế toàn cầu, Chính phủ đã thực thi “gói kích cầu kinh tế” nhận được nhiều ý kiến trái ngược. Tuy nhiên, từ phía các nhà đầu tư, động thái này cho thấy thái độ của Chính phủ trong việc sẵn sàng chia sẻ khó khăn đối với doanh nghiệp trong tình huống xấu, đây là dấu hiệu tích cực. Nhìn chung, kinh tế Việt Nam ít bị tác động bởi suy giảm kinh tế hơn các quốc gia khác trong khu vực, do mức độ hội nhập còn thấp, Việt Nam chưa tham gia vào được các “cuộc chơi lớn”. Tuy nhiên, Ngân hàng phát triển châu Á đã khuyến cáo các nước: “nên duy trì nhu cầu nội địa là động lực tăng trưởng để giữ nền kinh tế ở mức độ tương đối ổn định, khi môi trường bên ngoài đang suy giảm”. Đây có thể là một trong các động lực để phát triển CNHT [32, tr.135].

3.1.3 Xu thế phát triển trong ngành công nghiệp điện tử

Sự thay đổi cơ bản nhất diễn ra trong ngành CNTT trong hơn một thập kỷ qua là việc hình thành *một mạng lưới sản xuất điện tử mang tính toàn cầu* với năng lực sản xuất tiên tiến, phục vụ cho các tập đoàn điện tử đã có thương hiệu. MLSX này đảm nhận việc cung ứng linh kiện, vận hành các dây chuyền lắp ráp, vận

chuyển và phân phối sản phẩm, đồng thời chịu phần lớn hoặc toàn bộ rủi ro trong quá trình sản xuất. MLSX này hiện đang phát triển rất mạnh, nhất là ở khu vực Đông Á và Nam Mỹ. Nó bao gồm các nhà sản xuất theo hợp đồng tầm cỡ thế giới, các nhà cung cấp linh kiện và dịch vụ sản xuất địa phương.

Trong ngành CNTT, *tốc độ thay đổi công nghệ rất nhanh, chu kỳ sống của sản phẩm ngắn*. Công tác nghiên cứu và triển khai trở thành một trong những yếu tố quyết định sự thành bại của các công ty lớn, khi khoa học và công nghệ đã trở thành lực lượng sản xuất trực tiếp. Theo đánh giá của nhiều nhà phân tích, trong vòng 10 năm gần đây, tốc độ trung bình thay đổi các thế hệ sản phẩm điện tử nhanh gấp 5 lần so với thời gian trước.

Mức độ tích hợp trong linh kiện, thiết bị và hệ thống thiết bị được nâng cao. Điều này thể hiện rõ các thế hệ sản phẩm và linh kiện điện tử-tin học-viễn thông. Xu thế này thể hiện rõ trong cấu tạo của các thiết bị thu, phát truyền thông đa phương tiện. Ranh giới giữa thiết bị tiêu dùng, giải trí và công cụ làm việc ngày càng mờ nhạt.

Kỹ thuật xử lý số tín hiệu sẽ dần thay thế hoàn toàn kỹ thuật xử lý tương tự. Điều này đã và đang diễn ra đối với nhiều lĩnh vực ứng dụng các sản phẩm điện tử, đặc biệt vấn đề số hoá các thiết bị viễn thông, phát thanh, truyền hình các thiết bị điều khiển máy hoặc dây chuyền công nghiệp...

Phát triển các vật liệu mới, linh kiện thế hệ mới. Trong lĩnh vực này, vật liệu và linh kiện bán dẫn thế hệ mới luôn giữ vai trò tiên phong. Tuy nhiên, độ tích hợp và tốc độ làm việc của các chip bán dẫn sẽ tiến đến giới hạn tối đa trong vòng 10 năm tới. Để chuẩn bị cho tương lai người ta đang phát triển công nghệ nano nhằm tạo ra các máy tính sinh học hay máy tính phân tử.

Tốc độ tăng trưởng của ngành CNĐT thế giới đạt 8%/năm trong thời kỳ 2006-2010 [35]. Trong số các hàng hoá điện tử, thiết bị công nghệ thông tin, viễn thông, thiết bị điện tử trong công nghiệp sẽ có mức tăng trưởng khá. Theo dự báo này, tốc độ tăng trưởng trung bình thị trường các thiết bị xử lý số liệu là 8,1%/năm, thiết bị viễn thông tăng 11% năm, điện tử công nghiệp tăng 7,3%/năm, điện tử tiêu dùng chỉ tăng 5%/năm. Đây là thách thức lớn cho ĐTGD Việt Nam.

3.2 Giải pháp phát triển công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử gia dụng

3.2.1 Các giải pháp chủ yếu

3.2.1.1 Định hướng phát triển công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử gia dụng

Sản xuất CNHT của mỗi ngành công nghiệp chế tạo, trong đó có ngành ĐTGD bao gồm 3 nhóm linh phụ kiện chính: (1) linh kiện điện và điện tử, (2) linh kiện kim loại, (3) linh kiện nhựa và cao su. Với tư duy CNHT nằm trong nội vi ngành công nghiệp hạ nguồn, trong bản quy hoạch CNHT của Việt nam, chuyên ngành Điện tử - tin học, linh kiện nhóm 2 và 3 kể trên gần như không được đề cập, kể cả trong Kế hoạch phát triển CNĐT Việt Nam cũng vậy [4], [6]. Như vậy, cho đến nay Việt Nam gần như bỏ ngỏ, chưa quan tâm đến 2 lĩnh vực này của ngành ĐTGD.

Trong ngành ĐTGD, việc cạnh tranh quyết liệt trên thị trường toàn cầu và sự thay đổi nhanh chóng của công nghệ làm cho áp lực về chi phí tăng lên và tuổi thọ sản phẩm giảm đi, nên việc cung ứng linh kiện phụ tùng, nguồn nhân lực và các dịch vụ hỗ trợ sản xuất đã vượt ra khỏi biên giới quốc gia. Theo kinh nghiệm của các nước phát triển CNHT cho ngành ĐTGD trong khu vực, Việt Nam phải vừa thu hút đầu tư nước ngoài vào ngành này, vừa phải phát huy được những lợi thế vốn có của quốc gia. Tuy nhiên, do cách xác định CNHT của CNĐT chỉ nằm trong nội vi ngành nên Việt Nam chưa quan tâm đến thu hút đầu tư từ các doanh nghiệp FDI sản

xuất linh kiện kim loại và linh kiện nhựa cho lĩnh vực này, mà mới chỉ quan tâm mời gọi các doanh nghiệp sản xuất linh kiện điện tử. Đây là thiếu sót lớn. Hiện nay các linh kiện này vẫn do một số ít doanh nghiệp FDI phụ trợ của các nhà lắp ráp thực hiện và nhiều nhà lắp ráp phải tự sản xuất vì không thể nhập khẩu do quá cồng kềnh. Mặc dù, theo như các phân tích của tác giả, tập trung phát triển các ngành sản xuất linh kiện bằng nhựa hay kim loại với các công nghệ như đúc, ép là hiện thực nhất đối với Việt Nam hiện nay.

Trên cơ sở các luận cứ lý luận và thực tiễn đã phân tích ở chương 1 và chương 2, tác giả có một số đề xuất định hướng phát triển CNHT ngành ĐTGD như sau:

- Khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia đầu tư vào ĐTGD. Đặc biệt tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài đầu tư vào lĩnh vực ĐTGD dưới mọi loại hình, nhất là sản xuất linh phụ kiện.
- Phát triển CNHT ngành ĐTGD hướng đến việc các doanh nghiệp Việt Nam tham gia vào MLSX của các TĐĐQG, với vai trò cung ứng do các nhà sản xuất phụ trợ có trình độ khác nhau ở các lớp khác nhau.
- Phát triển CNHT ngành ĐTGD không chỉ là sản xuất các linh kiện điện tử trong nội vi ngành công nghiệp điện tử, mà Việt Nam cần tập trung vào việc sản xuất các linh kiện kim loại, linh kiện nhựa và cao su để cung ứng cho các nhà lắp ráp ĐTGD đang sản xuất trong nước cho thị trường nội địa, cũng như các ngành công nghiệp chế tạo khác và dần dần hướng đến xuất khẩu các linh kiện loại này với kích thước nhỏ tiêu tốn ít nguyên vật liệu và có giá trị lớn.

Theo tác giả, để tránh bỏ sót và thiếu tính khái quát, *Quy hoạch phát triển CNHT* và *Nghị định khuyến khích phát triển CNHT* không nên đưa danh mục chi tiết về sản phẩm hay linh kiện ở mỗi ngành, mà chỉ nên quy định các nhóm linh

kiện. Các doanh nghiệp sản xuất trong các lĩnh vực liên quan sẽ được quy về các nhóm của CNHT, tùy theo sản phẩm cụ thể mà họ sản xuất. Tác giả đề xuất về nhóm sản phẩm CNHT ngành điện tử - tin học, là ngành bao hàm ĐTGD (bảng 3.1)

Bảng 3.1: Đề xuất về nhóm sản phẩm CNHT ngành điện tử

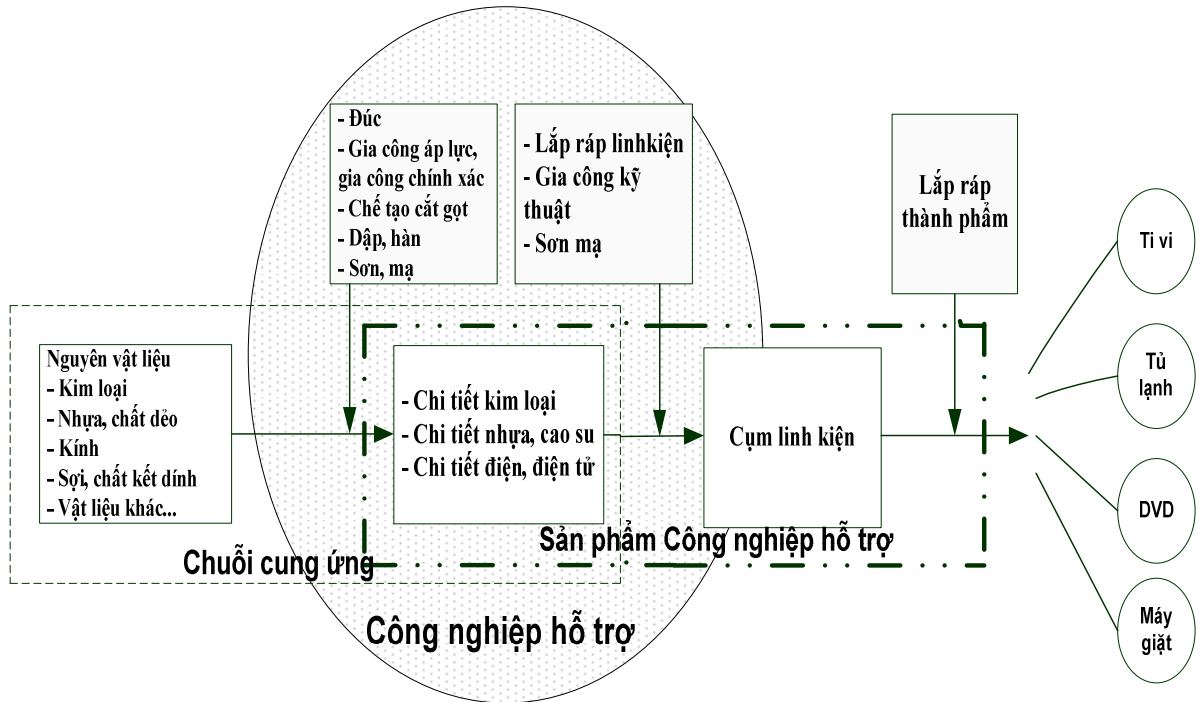
Sản phẩm CNHT ngành điện tử (theo dự thảo Nghị định)	Nhóm sản phẩm CNHT ngành điện tử (đề xuất)
<ul style="list-style-type: none"> - Vật liệu sản xuất linh kiện điện tử - Tụ điện chíp, điện trở chíp, cuộn dây biến thế - Mạch tích hợp - Loa điện động - Bột từ, lõi từ cho cuộn lái tia, biến thế nguồn - Bộ dao động thạch anh, bộ lọc - Ăng ten - Đĩa CD, CD-ROM, DVD trắng - Màn hình vi tính - Modem - Tổng đài 	<ul style="list-style-type: none"> - Linh kiện đồ dập (tấm thép) - Linh kiện nhựa - Linh kiện cao su - Linh kiện điện, điện tử - Linh kiện thủy tinh (ví dụ như màn hình vi tính) - Đĩa CD, CD-ROM, ổ DVD

Trong các nhóm sản phẩm CNHT ngành điện tử này, cần xác định ưu tiên, chẳng hạn, cho nhóm linh kiện đồ dập và nhóm linh kiện nhựa. Vì đây là 2 ngành đã bắt đầu hình thành do CNHT ngành xe máy, cũng như được đánh giá là tương đối có lợi thế của Việt Nam.

3.2.1.2 Chương trình phát triển CNHT ngành ĐTGD

Với tốc độ tăng trưởng kinh tế cao và đời sống ngày càng được cải thiện, nhu cầu về các loại sản phẩm ĐTGD ngày càng gia tăng, tạo nên một thị trường nội địa đầy tiềm năng ở Việt Nam, việc tạo ra được các thành phẩm ĐTGD có khả năng cạnh tranh với các thương hiệu toàn cầu là điều khó thực hiện được trong thời gian ngắn [4]. Trong lĩnh vực ĐTGD, Chính phủ và doanh nghiệp Việt Nam nên quan

tâm nhiều hơn đến sản xuất linh kiện phục vụ lắp ráp ngay trong nước, hơn là xây dựng thương hiệu ĐTGD nội địa, ít nhất là trong giai đoạn trước mắt. Hình 3.1 cho thấy lại quy trình sản xuất ĐTGD mà tác giả đã giới thiệu ở chương 1.

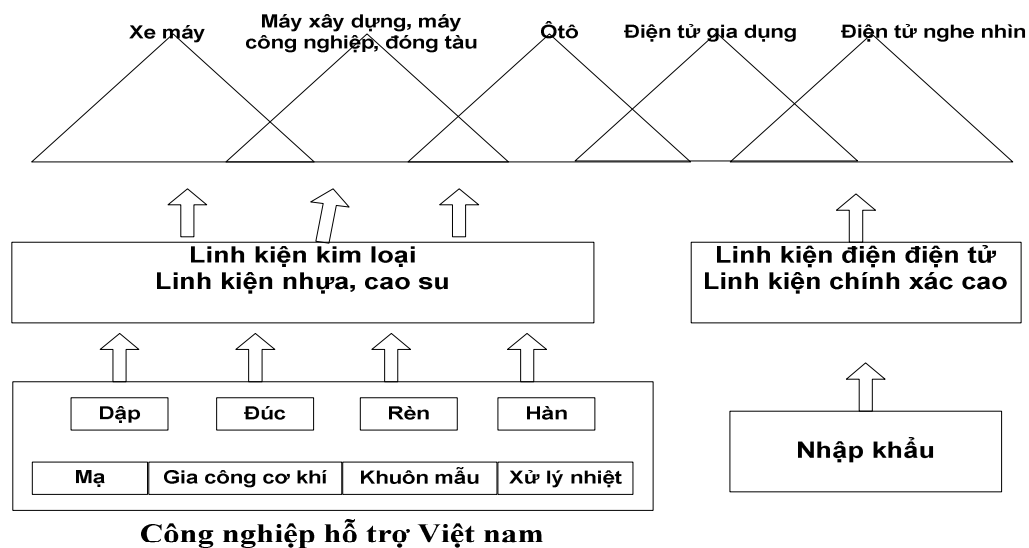


Hình 3.1 Quy trình sản xuất các sản phẩm ĐTGD

Không kể Trung Quốc, các quốc gia trong khu vực đã trở thành các trung tâm cung cấp linh kiện điện tử cho thị trường toàn cầu. Hiện tại Việt Nam khó có thể cạnh tranh với các quốc gia này về sản xuất linh kiện điện tử, nhất là các chi tiết có giá trị cao. Tận dụng lợi thế về dung lượng thị trường với dân số đông và đặc điểm nguồn nhân lực, doanh nghiệp Việt Nam có thể tập trung vào sản xuất các chi tiết có kích thước lớn liên quan đến kim loại và nhựa cho ngành ĐTGD, từ đó mở rộng sang các ngành công nghiệp đòi hỏi công nghệ cao hơn như ô tô, thiết bị máy nông nghiệp, máy xây dựng. Trong quá trình phát triển này, Việt Nam cũng có thể dần dần lựa chọn ra một số lĩnh vực linh kiện có giá trị cao hơn, đòi hỏi kỹ năng

khéo léo và tập trung vào đó để cung ứng toàn diện cho khu vực hay toàn cầu sau này.

Theo kết quả nghiên cứu ở chương 2, CNHT ngành ĐTGD Việt Nam nên phát triển theo hướng tập trung vào các linh kiện kim loại, linh kiện nhựa và cao su. Việc sản xuất các linh kiện này tương đối phù hợp với trình độ hiện nay của các ngành công nghiệp Việt Nam, tận dụng được các lợi thế cạnh tranh quốc gia và quan trọng nhất là ít chịu tác động nhất của sự thay đổi vốn diễn ra rất nhanh chóng trong ngành CNĐT chủ yếu dựa trên sự phát triển của các linh kiện điện tử thông minh.



Hình 3.2: Định hướng phát triển CNHT ngành điện tử gia dụng

Hiện nay, các linh kiện điện và điện tử có kích thước nhỏ và giá trị cao được nhập khẩu từ các nước trong khu vực vào Việt Nam để lắp ráp, các doanh nghiệp cung ứng cho các nhà lắp ráp trong lĩnh vực kim loại và nhựa cho ĐTGD cũng chủ yếu là doanh nghiệp FDI. Như vậy, các doanh nghiệp Việt Nam hầu như đang đứng ngoài ngành ĐTGD, kể cả lĩnh vực lắp ráp lẫn lĩnh vực cung ứng sản xuất linh kiện. Trên cơ sở này, hình 3.2 cho thấy đề xuất và định hướng phát triển CNHT ngành

ĐTGD của tác giả. Trong đó, phân linh kiện điện tử sẽ được nhập khẩu từ bên ngoài, còn các linh kiện nhựa và kim loại được sản xuất cho ngành xe máy, ĐTGD, tiến tới cung ứng cho ô tô và các ngành chế tạo máy móc khác như máy xây dựng, máy công nghiệp, đóng tàu...

Như vậy, để phát triển CNHT cho ngành ĐTGD, cần xác định rõ, một phần rất quan trọng của CNHT cho ngành này lại không nằm trong phạm vi ngành CNĐT theo cách phân loại của Việt Nam, mà lại thuộc các ngành công nghiệp khác. Vì vậy, các chính sách phát triển CNHT ngành ĐTGD Việt Nam đòi hỏi huy động năng lực tổng hợp cũng như sự liên kết đa ngành, như với ngành công nghiệp nhựa và công nghiệp cơ khí. Đây cũng là đặc trưng cơ bản của phát triển CNHT, nếu xác định theo các ngành hạ nguồn sẽ bao gồm nhiều tiểu ngành không nằm trong nội vi ngành công nghiệp đó. Vì thế, trong giai đoạn hiện nay, một *Chương trình phát triển CNHT ngành ĐTGD* là cần thiết để thực hiện thí điểm. Kết quả của dự án này có thể áp dụng cho ngành công nghiệp hạ nguồn khác, như công nghiệp ô tô, đóng tàu, máy xây dựng.

Tác giả đề xuất Chương trình phát triển CNHT ngành ĐTGD ở Việt Nam nên được chia làm 3 giai đoạn chủ yếu:

- Giai đoạn 1: phát triển các doanh nghiệp sản xuất linh kiện kim loại và linh kiện nhựa cho ngành ĐTGD, dựa trên năng lực sẵn có của các doanh nghiệp đang cung ứng cho công nghiệp xe máy, đồng thời với việc kêu gọi thu hút đầu tư nước ngoài vào sản xuất linh kiện trong 2 lĩnh vực này. Giai đoạn này đòi hỏi các chính sách liên kết doanh nghiệp mạnh cũng như các chương trình hỗ trợ hiệu quả từ phía Chính phủ, để các doanh nghiệp cung ứng xe máy ở lĩnh vực kim loại và nhựa có thể nâng cấp sản xuất, chuyển sang cung ứng cho các nhà lắp ráp ĐTGD những linh kiện đơn giản, hoặc cung ứng cho các doanh nghiệp FDI cung ứng trong ngành

ĐTGD. Trong cuộc khảo sát của tác giả, đã có một số các doanh nghiệp thành công trong việc nâng cấp công nghệ, mở rộng sản xuất từ công nghiệp xe máy sang ĐTGD như: công ty nhựa Hà Nội, công ty Daiwa Việt Nam sản xuất linh kiện nhựa, công ty Cát Thái sản xuất linh kiện nhựa, công ty Tân Hoà sản xuất linh kiện kim loại. Theo kinh nghiệm của các doanh nghiệp này, việc hỗ trợ liên kết với khách hàng trong lĩnh vực ĐTGD, nhất là những cam kết về hợp đồng cũng như tiêu chuẩn chất lượng trong ngành này là quan trọng nhất.

Như vậy, để hỗ trợ cho giai đoạn 1 này, các giải pháp hỗ trợ cho doanh nghiệp cung ứng nên tập trung vào việc tạo dựng các liên kết giữa các công ty lắp ráp ĐTGD với các nhà cung ứng có sẵn đang gia công cho ngành xe máy. Các giải pháp hỗ trợ tài chính cần chú trọng đặc biệt, vì các DNNVV đang gia công cho ngành xe máy chắc chắn cần đầu tư để nâng cấp máy móc thiết bị khi cung ứng cho nhóm khách hàng mới thuộc ngành ĐTGD. Trong giai đoạn này, dự án cần tìm ra các tác nhân cụ thể để thực hiện thí điểm, bao gồm cả các doanh nghiệp cung ứng lẫn các nhà lắp ráp ĐTGD.

- Giai đoạn 2: các doanh nghiệp sản xuất linh kiện nhựa và kim loại phát triển công nghệ, cung ứng sản phẩm cho các ngành khác đòi hỏi trình độ cao hơn ngành ĐTGD, như linh kiện nhựa và kim loại cho lắp ráp ô tô. Đồng thời với việc mở rộng theo chiều ngang, giai đoạn này cũng hướng đến mở rộng sản xuất theo chiều sâu trong các doanh nghiệp cung ứng.

Mở rộng kinh doanh theo chiều sâu đồng nghĩa với việc mở rộng các qui trình đặc biệt. Các nhà cung cấp linh kiện sẽ bổ sung các hoạt động tạo thêm giá trị gia tăng và có thể nâng giá thành tính trên đơn vị của các linh kiện. Lấy các linh kiện nhựa làm ví dụ, các nhà cung cấp có thể sản xuất các linh kiện phức tạp hơn,

khó hơn hoặc thiết kế máy đúc để sản xuất. Khách hàng của họ, nhà lắp ráp đa quốc gia sẵn sàng trả các chi phí tăng thêm này, bởi vẫn thấp hơn khi họ nhập khẩu.

Một trường hợp thành công của việc mở rộng kinh doanh theo chiều dọc là công ty TNHH Muto Việt Nam vừa sản xuất linh kiện nhựa, vừa sản xuất máy đúc nhựa cho máy ảnh kỹ thuật số theo giấy phép của dự án xuất khẩu. Một hướng nữa cho việc mở rộng theo chiều dọc là bước vào qui trình lắp ráp phụ theo hợp đồng. Một nhà cung cấp linh kiện nhựa có thể bắt đầu tham gia vào qui trình lắp ráp phụ bằng việc cung cấp các vỏ nhựa của TV với các nút hoặc bảng chu vi... Điều này cho phép các nhà cung cấp tăng thêm giá trị cho sản phẩm của họ, từ đó làm tăng giá đơn vị của linh kiện cũng như tổng doanh số bán hàng. Theo cách này thì chi phí sản xuất không tăng đáng kể, bởi vì không có tích tụ vốn mà chỉ đòi hỏi tăng thêm lao động [18]. Như vậy, ở giai đoạn này các nhà cung ứng phải được hỗ trợ nhiều hơn về kỹ thuật và tiêu chuẩn của các quy trình sản xuất.

- Giai đoạn 3: phát triển các linh kiện nhựa và kim loại kích thước nhỏ, tiêu hao nguyên vật liệu ít với giá trị cao, đồng thời phát triển linh kiện điện tử. Trong đó giai đoạn 3 có thể bắt đầu khi giai đoạn 2 đã phát triển mạnh, nhưng không tùy thuộc vào kết quả của giai đoạn 2.

Bảng 3.2 tóm tắt chương trình phát triển CNHT ngành ĐTGD theo 3 giai đoạn của tác giả. Có thể nói, mục tiêu của 2 giai đoạn đầu nhằm đến việc thay thế các sản phẩm linh phụ kiện nhập khẩu, giai đoạn 3 tuy cũng thay thế nhập khẩu nhưng còn hướng đến xuất khẩu. Cần phải nhấn mạnh rằng, Việt Nam hiện nay đã xuất khẩu linh kiện điện tử, nhưng lại không có khả năng thay thế nhập khẩu các linh kiện điện tử dùng cho nhu cầu trong nước, bởi các nhà máy xuất khẩu linh kiện điện tử hiện nay ở Việt Nam, như Fujitsu, Foxconn... đang nằm trong sản xuất nội vi của các TĐĐQG hướng đến thị trường toàn cầu. Việc kêu gọi đầu tư vào 2 giai

đoạn này cũng tương đối khác nhau. Trong khi giai đoạn 1 đòi hỏi đầu tư nước ngoài không nhiều lắm, thì giai đoạn 2 và giai đoạn 3 đòi hỏi sự dẫn dắt rất lớn của các nhà đầu tư nước ngoài có kinh nghiệm trong các lĩnh vực này.

Bảng 3.2: Đề xuất chương trình phát triển CNHT ngành ĐTGD ở Việt Nam

Giai đoạn	Mục tiêu	Thành phần tham gia chính
1	<ul style="list-style-type: none"> - Phát triển doanh nghiệp sản xuất cơ khí và nhựa cung ứng cho ĐTGD, trên cơ sở các doanh nghiệp đang cung ứng cho ngành xe máy - Kêu gọi các nhà cung ứng FDI trong lĩnh vực kim loại và nhựa 	<ul style="list-style-type: none"> - Các công ty lắp ráp ĐTGD có vốn đầu tư nước ngoài - Các nhà cung ứng nhựa và kim loại hiện tại cho công nghiệp xe máy - Các doanh nghiệp cung ứng FDI
2	<ul style="list-style-type: none"> - Mở rộng theo chiều ngang: cung ứng cho các ngành hạ nguồn khác, như ô tô - Mở rộng theo chiều dọc: đầu tư nâng cấp kỹ thuật công nghệ 	<ul style="list-style-type: none"> - Các công ty lắp ráp ĐTGD và ô tô - Các nhà cung ứng nhựa và kim loại hiện tại cho ĐTGD
3	<ul style="list-style-type: none"> - Phát triển các linh kiện nhựa và kim loại có kích thước nhỏ, tiêu hao nguyên vật liệu nhiều, giá trị cao - Phát triển doanh nghiệp cung ứng linh kiện điện tử, đáp ứng nhu cầu lắp ráp trong nước và xuất khẩu - Xuất khẩu các linh kiện nhựa và kim loại kích thước nhỏ 	<ul style="list-style-type: none"> - Các tập đoàn đa quốc gia sản xuất linh kiện - Các doanh nghiệp cung ứng trong nước phát triển mạnh nhất qua 2 giai đoạn kể trên - Các tập đoàn lắp ráp có chi nhánh tại nước ngoài

3.2.1.3 Đề xuất điều chỉnh quy hoạch phát triển công nghiệp hỗ trợ

Cho đến nay, cách thức hoạch định chiến lược, quy hoạch công nghiệp của Việt Nam vẫn theo kiểu áp đặt từ trên xuống, mang nhiều tính chủ quan, được định lượng quá nhiều và thiếu thực tiễn. Mục tiêu của các tài liệu hoạch định này vẫn chưa hướng đến doanh nghiệp và hầu như không thể hiện được vai trò của hệ thống doanh nghiệp. Riêng đối với phát triển CNHT, cách thức đặt vấn đề và xây dựng bản *Quy hoạch phát triển CNHT* của Bộ Công Thương năm 2007 đã có nhiều điểm không còn phù hợp so với tình hình hiện nay, khi CNHT đã trở thành một đòi hỏi cấp bách và được phổ biến rộng rãi hơn rất nhiều. Dựa trên bản quy hoạch này, Bộ Công Thương đang soạn thảo *Nghị định khuyến khích phát triển CNHT*, đây là công việc có ý nghĩa to lớn, thiết thực đối với phát triển CNHT và các ngành công nghiệp ở Việt Nam. Tuy nhiên, do cách đặt vấn đề từ ban đầu, việc xác định các ngành, doanh nghiệp, sản phẩm được ưu đãi, xây dựng chính sách ưu đãi đang gặp phải nhiều vấn đề khó giải quyết, khó thực hiện vì quá dàn trải và không phù hợp với quốc tế. Đã đến lúc Việt Nam cần điều chỉnh bản quy hoạch CNHT này. Tác giả có một số đề xuất liên quan đến vấn đề này:

(i) *Xác định các ngành cung ứng trong phát triển CNHT*

Theo bản quy hoạch này, cách thức đặt vấn đề phát triển CNHT của Việt Nam hiện nay là trên cơ sở các ngành công nghiệp hạ nguồn. Trong đó, phát triển CNHT được hoạch định theo kiểu: mỗi ngành công nghiệp hạ nguồn (thuộc 5 ngành ưu tiên: ô tô, cơ khí, điện tử, dệt may, da giày) có một ngành CNHT tương ứng. Như vậy, bản chất của quy hoạch này là tập hợp của 5 quy hoạch ngành, với sự tập trung hơn vào phân chuỗi cung ứng trong mỗi ngành.

Với bản quy hoạch CNHT Việt Nam hiện nay, nhiều địa phương lớn về phát triển công nghiệp bắt đầu xây dựng quy hoạch CNHT của địa phương mình với dự

định phát triển CNHT cho tất cả các ngành công nghiệp: hoá dầu, chế biến nông lâm thủy hải sản, vật liệu xây dựng... Rõ ràng là ngành công nghiệp nào cũng đòi hỏi các lực lượng hỗ trợ để sản xuất ra sản phẩm cuối cùng, tuy nhiên, thuật ngữ CNHT để chỉ những ngành sản xuất có thể cung ứng cho nhiều ngành công nghiệp tương đối tương đồng nhau. Lúc này mới có khái niệm “các ngành công nghiệp hỗ trợ”, còn nếu là lực lượng hỗ trợ nội vi trong một ngành công nghiệp hạ nguồn thì không cần đến thuật ngữ riêng như vậy. Do đó, cần xác định rõ, không phải ngành công nghiệp nào, địa phương nào cũng có thể phát triển CNHT như phát triển công nghiệp nói chung.

Theo kinh nghiệm của các quốc gia đi trước, các ngành CNHT đều được xác định trên cơ sở các ngành cung ứng. Bởi lẽ, bản thân CNHT của một ngành công nghiệp, như CNHT ngành điện tử gia dụng bao gồm rất nhiều sản phẩm từ nhiều ngành khác, những ngành cung ứng này có thể đáp ứng cho nhiều ngành hạ nguồn khác nữa, chứ không phải chỉ một mình ĐTGD. Trên thực tế, CNHT chỉ có thể phát triển được, khi các ngành cung ứng có thể đáp ứng cho nhiều ngành công nghiệp khác nhau. Nhật Bản đã giới hạn các ngành CNHT bao gồm: công nghiệp sản xuất các linh kiện kim loại, công nghiệp sản xuất các linh kiện nhựa và cao su, công nghiệp sản xuất các linh kiện điện và điện tử [99]. Nếu Việt Nam cũng xác định như vậy, 03 ngành hỗ trợ này có thể cung ứng cho các ngành: công nghiệp xe máy, công nghiệp ô tô, công nghiệp điện tử, máy nông nghiệp, máy công nghiệp, máy xây dựng, đóng tàu...

Cách xác định CNHT như trong bản quy hoạch tiếp tục bộc lộ các thiếu sót, khi *Nghị định khuyến khích phát triển CNHT* được Bộ Công Thương soạn theo dựa chủ yếu vào bản Quy hoạch này (phụ lục 4). Nếu theo danh mục các sản phẩm CNHT sẽ được ưu đãi trong phụ lục của Dự thảo Nghị định, các sản phẩm CNHT

cho ngành điện tử hoàn toàn không có các chi tiết liên quan đến kim loại và nhựa. Theo đó, sản phẩm CNHT ngành Điện tử - Tin học gồm: vật liệu sản xuất linh kiện điện tử, tụ điện chíp, điện trở chíp, cuộn dây biến thế; mạch tích hợp; loa điện động, bộ từ, lõi từ cho cuộn lái tia, biến thế nguồn, bộ dao động thạch anh, bộ lọc; ăng ten; đĩa CD, CD-ROM, DVD trắng; màn hình vi tính; modem; tổng đài (xem thêm phụ lục 5). Các chi tiết linh kiện liên quan đến kim loại được liệt kê trong sản phẩm CNHT của ngành cơ khí chế tạo nhưng không rõ ràng. Riêng nhóm sản phẩm là các linh kiện nhựa, vốn là phần quan trọng trong ngành ĐTGD hay xe máy, gần như không được đề cập đến trong bản dự thảo nghị định. (Trong danh mục sản phẩm CNHT, các linh kiện nhựa chỉ được nhắc đến trong ngành sản xuất lắp ráp ô tô, được gọi chung là: “chi tiết nhựa”-xem thêm phụ lục 4).

Đây cũng là điểm khác biệt của Việt Nam so với các quốc gia khác. Có lẽ, việc xác định 5 ngành trọng tâm trong phát triển CNHT của Việt Nam bao gồm cả Da giày và Dệt may đã làm cho quy hoạch CNHT buộc phải tách bạch và dựa trên các ngành công nghiệp hạ nguồn, dẫn đến các điểm bất cập khi đưa ra danh mục sản phẩm theo mỗi ngành. Theo tác giả, hai ngành công nghiệp kể trên thuộc nhóm thâm dụng lao động, Chính phủ đã có các chương trình phát triển riêng, không nên xếp cùng vào với nhóm công nghiệp chế tạo như ô tô, xe máy, cơ khí, điện tử để phát triển CNHT. Nếu chỉ tập trung cung ứng cho các ngành hạ nguồn trong lĩnh vực công nghiệp chế tạo: cơ khí, điện tử, ô tô, xe máy, đóng tàu... quy hoạch CNHT mới có thể được xây dựng trên cơ sở 03 ngành cung ứng vừa đề xuất. Bản quy hoạch phát triển CNHT cần đặt ra mục tiêu cung ứng của CNHT là các ngành công nghiệp chế tạo.

Như vậy, theo tác giả, quy hoạch CNHT Việt Nam nên xác định lại, bao gồm quy hoạch cung ứng các linh kiện kim loại, quy hoạch cung ứng các linh kiện nhựa

và cao su, quy hoạch cung ứng các linh kiện điện và điện tử. Nếu giới hạn lại và đồng thời mở rộng ra như vậy, các địa phương có thể đánh giá khả năng phát triển CNHT của địa phương mình, thay vì cách hiểu: cứ có ngành công nghiệp hạ nguồn thì phải có CNHT cho ngành đó như hiện nay. Và như vậy, Dự thảo Nghị định cũng cần điều chỉnh phụ lục các sản phẩm CNHT theo 3 nhóm ngành kể trên.

(ii) *Điều chỉnh khái niệm công nghiệp hỗ trợ*

Như đã phân tích ở chương 1, khái niệm CNHT mà Bộ Công Thương đưa ra năm 2007 là quá rộng, bao gồm hầu như toàn bộ chuỗi giá trị của mỗi ngành công nghiệp, từ khâu nguyên vật liệu cho đến các hoạt động marketing. Điều này sẽ gây khó khăn cho việc xây dựng các chính sách phát triển CNHT, các ưu đãi, các chương trình ưu tiên phát triển CNHT. Đây cũng là lý do mà sau 3 năm phê duyệt, hầu như các hoạt động phát triển CNHT vẫn ở giai đoạn khởi động. Theo tác giả, trong điều kiện Việt Nam hiện nay, khái niệm CNHT nên được giới hạn lại trong 2 khâu: linh phụ kiện và lắp ráp phụ. Nghĩa là CNHT của Việt Nam nên được định nghĩa gần tương tự như Nhật Bản hoặc các quốc gia trong khu vực. Thuật ngữ CNHT cũng cần được định nghĩa cụ thể, dễ hiểu, vì các chính sách phát triển CNHT đều được xây dựng từ khái niệm này.

Theo tác giả, nên định nghĩa như sau: *hệ thống sản xuất CNHT chỉ toàn bộ việc tạo ra và cung ứng những linh phụ kiện để tham gia vào hình thành các sản phẩm hoàn thiện cho người tiêu dùng. Sản phẩm CNHT chủ yếu bao gồm một số lĩnh vực như: kim loại, nhựa và cao su, điện và điện tử, nhằm cung ứng cho các ngành công nghiệp chế tạo.*

(iii) *Xác định lĩnh vực ưu tiên trong phát triển công nghiệp hỗ trợ*

Bản quy hoạch CNHT hiện nay của Việt Nam nêu ra 5 ngành ưu tiên, tuy nhiên, theo như phân tích kể trên, các ngành này chưa được coi là ưu tiên.

Sau khi đã xác định lại định nghĩa CNHT và giới hạn các ngành cung ứng của Việt Nam trong 3 lĩnh vực: kim loại, nhựa và cao su, điện và điện tử, có thể thấy CNHT đã thu hẹp hơn nhiều, tuy nhiên cũng đã mở rộng ra thêm. Theo kinh nghiệm các quốc gia đi trước, cần tìm ra lĩnh vực ưu tiên trong 3 nhóm ngành này, nhằm đáp ứng việc sản xuất các sản phẩm ở hạ nguồn: xe máy, điện tử, ô tô, đóng tàu, máy xây dựng, máy nông nghiệp, máy công nghiệp... Xác định ưu tiên có thể dựa trên nhu cầu và định hướng phát triển các ngành hạ nguồn và cũng có thể dựa trên năng lực trong các ngành chế tạo của Việt Nam.

Theo tác giả, Việt Nam được Nhật Bản đánh giá khá cao trong công nghiệp cơ khí, Chính phủ hoàn toàn có thể lựa chọn việc cung ứng các linh kiện kim loại làm ưu tiên trong giai đoạn phát triển 10 năm tới. Trong đó, đối với mỗi ngành công nghiệp hạ nguồn đã được xác định là mũi nhọn của quốc gia (như điện tử, ô tô, xe máy) cần lên danh mục các linh phụ kiện kim loại mà Việt Nam có thể phát triển và cung ứng rộng khắp. Kết quả nghiên cứu khảo sát các doanh nghiệp cũng cho thấy, trong ngành này, không chỉ có các sản phẩm cơ khí chế tạo mới được hưởng ưu đãi, mà cả các quy trình xử lý, như: mạ, xử lý bề mặt; xử lý nhiệt; đúc, rèn; hàn cần được đưa vào danh mục ưu tiên của phát triển CNHT. Đây cũng là điểm cần bổ sung vào bản Dự thảo Nghị định, cũng như cần chỉnh sửa trong Quy hoạch các ngành CNHT của Việt Nam.

Chỉ khi lựa chọn được lĩnh vực CNHT cụ thể như vậy để đầu tư nguồn lực cho mọi mặt, kể cả sản xuất nguyên vật liệu ngay trong nội địa cho chế biến linh kiện kim loại, cũng như xây dựng các chương trình hỗ trợ kết nối doanh nghiệp và các tập đoàn nước ngoài, CNHT Việt Nam mới có thể từng bước được hình thành vững chắc.

(iv) *Chương trình hành động quốc gia về công nghiệp hỗ trợ*

Việt Nam hiện nay vẫn chưa có được một chương trình hành động quốc gia về CNHT. Gần đây, trong khuôn khổ “Sáng kiến chung Việt Nam Nhật Bản”, tiểu mục về phát triển CNHT, các bên đã đề xuất một chương trình hành động khá tổng quát về phát triển về CNHT ở Việt Nam. Tuy vậy, chương trình này vẫn có nhiều điểm trùng lặp với chính sách phát triển dài hạn, bao hàm quá nhiều vấn đề, nên khó thực hiện và chưa có các phân đoạn thời gian cụ thể cũng như các mục tiêu đặt ra theo mỗi giai đoạn. Từ kinh nghiệm của các quốc gia trong khu vực đã nghiên cứu ở chương 1, Chính phủ nên giao cho cơ quan quản lý nhà nước về CNHT, trước mắt là Bộ Công Thương xây dựng ngay *Chương trình hành động quốc gia về CNHT, giai đoạn từ 2010 đến 2025*. Theo tác giả, chương trình hành động sẽ có 3 giai đoạn chính và các nội dung như sau:

- *Giai đoạn 2010-2015: Xây dựng thể chế và hình thành năng lực.* Trong giai đoạn này, các nội dung cần tập trung giải quyết: Xây dựng nhận thức về sản xuất CNHT; đánh giá năng lực sản xuất và xây dựng CSDL về CNHT của Việt Nam theo 3 ngành cung ứng kể trên; tập trung thu hút các doanh nghiệp FDI vào sản xuất linh phụ kiện; xây dựng các khung chính sách thể chế tạo điều kiện thu hút đầu tư vào CNHT như Nghị định khuyến khích phát triển CNHT, các văn bản pháp lý liên quan đến các sắc thuế, cơ chế hợp đồng, tiêu chuẩn sản phẩm linh kiện, xây dựng hạ tầng để phát triển CNHT như các khu CNHT dành cho doanh nghiệp FDI với các ưu đãi đầu tư mạnh nhất, hình thành các Vườn ươm doanh nghiệp CNHT và đánh giá khả năng phát triển các Cụm liên kết ngành. Mục tiêu của giai đoạn này là thu hút lớn nhất đầu tư nước ngoài vào sản xuất phụ trợ ở Việt Nam, thông qua các chính sách ưu đãi khuyến khích.

- *Giai đoạn 2015-2020: Xây dựng năng lực cung ứng nội địa.* Giai đoạn này Chính phủ cần tập trung chuyển giao năng lực cung ứng từ các doanh nghiệp FDI

sang các doanh nghiệp nội địa với việc tập trung vào các chương trình hỗ trợ liên kết mạnh với các đối tác cụ thể của cả phía doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp nội địa. Trong giai đoạn này, danh mục linh kiện nội địa hoá nên được công bố cùng với các ưu đãi về thuế, đất đai, thị trường... để hấp dẫn các doanh nghiệp nội địa và FDI đầu tư. Sự liên kết giữa 3 hình thức: Khu CNHT, Vườn ươm doanh nghiệp CNHT và các Cụm liên kết ngành nên được tập trung phát triển trong giai đoạn này. Mục tiêu của giai đoạn này là chuyển giao phát triển CNHT sang các doanh nghiệp nội địa.

- *Giai đoạn 2020-2025: Xây dựng năng lực cung ứng quốc tế.* Qua 2 giai đoạn kể trên, Việt Nam đã bước đầu xác định được khả năng tham gia của mình vào MLSX quốc tế, dựa trên năng lực sản xuất cung ứng của mình. Giai đoạn này, Chính phủ cần nhắm đến thị trường quốc tế với các linh phụ kiện có giá trị gia tăng cao. Mục tiêu của giai đoạn này là đáp ứng nhu cầu sản xuất trong nước và Việt Nam bắt đầu xuất khẩu linh phụ kiện của một số ngành.

Cũng như sự đa dạng của các ngành CNHT, nội dung của các chương trình hành động này đòi hỏi sự phối hợp của nhiều cơ quan chính phủ và sự điều hành tích cực của đơn vị chịu trách nhiệm chính. Do vậy, Việt Nam cần khẩn trương có một cơ quan quản lý nhà nước về CNHT làm đầu mối triển khai hiệu quả và toàn diện các hoạt động liên quan đến CNHT trên cả nước.

3.2.1.4 Chính sách khuyến khích phát triển công nghiệp hỗ trợ

(i) Thành lập cơ quan quản lý nhà nước về công nghiệp hỗ trợ

Hoạt động phát triển CNHT trong thời gian qua chưa hiệu quả và còn nhiều phân tán một phần bởi không có cơ quan quản lý nhà nước làm đầu mối, chịu trách nhiệm về vấn đề này. Với vai trò to lớn của phát triển CNHT đối với nền kinh tế, đặc biệt là công nghiệp, Chính phủ cần chỉ đạo thành lập cơ quan đầu mối quản lý

nhà nước về CNHT, có thể đặt tại Bộ Công Thương. Bên cạnh các công việc liên quan đến chính sách cho CNHT, một trong những nhiệm vụ quan trọng của cơ quan đầu mối là hàng năm nên ban hành “sách trắng” về CNHT, hay dưới dạng hệ thống cơ sở dữ liệu về các ngành CNHT.

Dự thảo *Nghị định khuyến khích phát triển CNHT* đang được Bộ Công Thương trình Chính phủ, trong đó có đề xuất thành lập cơ quan quản lý nhà nước về CNHT. Theo tác giả, một đơn vị hành chính sự nghiệp có thu như “Cục Phát triển CNHT” là phù hợp với vai trò và nhiệm vụ, cũng như hợp lý trong việc xúc tiến khuyến khích đầu tư và hỗ trợ doanh nghiệp tham gia sản xuất CNHT.

(ii) *Xây dựng các chính sách khuyến khích phát triển CNHT*

Do vai trò của CNHT đối với nền kinh tế, cần thể chế hóa việc khuyến khích phát triển CNHT bằng các văn bản mang tính pháp lý của Chính phủ. Trong đó có các điểm chính cần làm rõ:

(1) *Thể chế hoá các quy định về cơ chế hợp đồng*

Quan hệ hợp tác kinh doanh giữa các doanh nghiệp trong các ngành CNHT được dựa chủ yếu trên cơ chế hợp đồng chính thức và không chính thức. Như vậy, để tránh các rủi ro có thể xảy đến cho doanh nghiệp tham gia liên kết, cần phải chuẩn bị trước các quy định, chế tài liên quan đến việc đảm bảo thực hiện các hợp đồng này, nhất là các hợp đồng không chính thức. Điều này rất cần đến vai trò trung gian khách quan và chủ động của Chính phủ và các cơ quan hỗ trợ khác, được gọi chung là các nhà cung cấp dịch vụ.

(2) *Xây dựng các hệ thống chất lượng liên quan đến linh phụ kiện*

Đây là hệ thống tiêu chuẩn chất lượng của Việt Nam dành cho các bán thành phẩm, các chi tiết linh phụ kiện của các ngành CNHT. Nên xem xét đến các tiêu

chuẩn quy định quốc tế cũng như các tiêu chuẩn sẵn có của các TĐĐQG đang có mặt trên thị trường Việt Nam trong mỗi lĩnh vực khi xây dựng hệ thống này. Trên cơ sở này, xây dựng cơ chế quản lý chất lượng sản xuất và giám sát các hoạt động sản xuất theo kiểu Việt Nam để nâng cao chất lượng sản phẩm trong từng ngành, kiểu như các bộ tiêu chuẩn 5S, JIT của Nhật Bản, hiện đang được một số doanh nghiệp sản xuất linh kiện ở Việt Nam áp dụng.

(3) Chính sách ưu đãi doanh nghiệp sản xuất CNHT

Các chính sách này liên quan đến thủ tục đăng ký kinh doanh, ưu đãi giá thuê đất, thuế (trong chừng mực không vi phạm các cam kết hội nhập, như thuế thu nhập doanh nghiệp, các chính sách thuế gián tiếp, giảm thuế cho doanh nghiệp sản xuất linh phụ kiện phục vụ thị trường nội địa, các hỗ trợ về thủ tục...), cũng như các trợ giúp gián tiếp thông qua các khoá đào tạo về nhân lực. Các chính sách trợ giúp gián tiếp cũng có thể liên quan đến các biện pháp tăng cường liên kết kinh doanh giữa doanh nghiệp các ngành khác nhau, các lĩnh vực khác nhau.

Chính sách ưu đãi các doanh nghiệp Việt Nam sản xuất CNHT có hướng hợp tác với nước ngoài để trở thành những nhà máy “vệ tinh”, cũng như đối với các doanh nghiệp FDI sẵn sàng đứng ra thu nhận các doanh nghiệp Việt Nam trở thành vệ tinh. Từ kinh nghiệm của Hàn Quốc, cần xây dựng các chương trình cụ thể trong mỗi ngành như ô tô, điện tử với các tác nhân tích cực cả từ hai phía cung và cầu. Ở Việt Nam, qua khảo sát của tác giả, có thể chọn Toyoya Việt Nam, Canon, Sanyo và các doanh nghiệp cung ứng Việt Nam như Tân Hoà, Cơ khí dụng cụ xuất khẩu, Nhựa Hà nội... tham gia vào các chương trình thí điểm này.

(4) Chính sách ưu đãi phát triển hạ tầng cho CNHT

Các khu CNHT, các cụm liên kết ngành liên quan đến CNHT, các Vườn ươm doanh nghiệp cho CNHT cần được nhận ưu đãi để phát triển. Chính phủ cần đầu tư

và dành kinh phí đào tạo nhân lực cho các ngành CNHT thông qua việc cải tiến các chương trình đào tạo của các trường cao đẳng, dạy nghề trong các lĩnh vực công nghiệp, xây dựng các chương trình đào tạo tại chỗ hoặc kết hợp với doanh nghiệp sản xuất.

(5) Thiết lập cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ

Thiết lập CSDL về CNHT sẽ giải quyết tình trạng thiếu thông tin và mở rộng giao dịch giữa các bên tham gia vào CNHT. Hệ thống cơ sở dữ liệu giúp cả 2 phía cung và cầu có thể nhìn nhận và xây dựng các chương trình dài hạn với các đối tác chiến lược trong lĩnh vực mà mình quan tâm. Hiện tại có nhiều đơn vị cung cấp các danh bạ hoặc thông tin doanh nghiệp như VCCI, các Sở Kế hoạch Đầu tư, các Trung tâm hỗ trợ kỹ thuật của Cục phát triển DNNVV, tuy nhiên, các dữ liệu vẫn dừng lại ở dạng danh bạ tra cứu sơ sài, chưa có các thông tin cụ thể thiết thực liên quan đến năng lực sản xuất cung ứng và không được cập nhật thường xuyên.

Một CSDL cho CNHT đòi hỏi các nội dung cụ thể và cập nhật hơn nhiều. Qua tiếp xúc và nghiên cứu doanh nghiệp, cả bên lắp ráp cũng như cung ứng, dựa trên các CSDL về CNHT của Nhật Bản và Thái Lan, tác giả đề xuất các nội dung cơ bản của một CSDL cho CNHT sản xuất các linh kiện kim loại bao gồm như sau (bảng 3.3):

Bảng 3.3: Đề xuất nội dung CSDL cho CNHT các linh kiện kim loại

Công ty Company				
Số lượng lao động Worker Number	Công nhân Worker		Doanh thu Turnover	
	Kỹ sư Engineer			
Địa chỉ Address	Địa chỉ Address			
	Số điện thoại Tel			

	Fax		
	Website - Email		
Giám đốc	Tên Name		
	Số điện thoại Tel		
	Email		
Tiêu chuẩn/ chất lượng Quality/ standard	ISO	JIS	DIN
	5S	Others	
Chuyên ngành gia công Process		Nhóm sản phẩm Product Group	Giới thiệu sơ lược Profile about company
Gia công áp lực Pressure process		Khung xe Frame Body	
Đúc Casting		Động cơ Engine	
Gia công cắt gọt Cutting process		Điện Electricity part	
Hàn Welding		Nhựa - cao su Plastic - Rubber Part	
Xử lý bề mặt Surface treatment		Khuôn gá kiểm Mould - Jig	
Nhựa - cao su Plastic - Rubber		Khác Others	
Điện Electricity			
Khác Others			
Sản phẩm tiêu biểu Typical Product			
Năng lực sản xuất Capacity			

Máy móc tiêu biểu Typical Machine	
Khách hàng tiêu biểu Typical Customer	

Cơ sở dữ liệu này cần được tiến hành điều tra lần đầu và được cập nhật thường xuyên bởi chính các doanh nghiệp tham gia. Đơn vị đầu mối quản lý nhà nước về CNHT cũng có thể triển khai các dự án mẫu trong những năm đầu tiên, trong đó giới hạn các lĩnh vực ưu tiên và số doanh nghiệp đăng ký để việc quản lý CSDL có hiệu quả thực sự. Sau đó có thể bàn giao CSDL này cho các địa phương hoặc các hiệp hội doanh nghiệp. Thêm vào đó CSDL phải đầy đủ, chi tiết chính xác, có sự cam kết của các doanh nghiệp đăng ký, chứ không chỉ đơn giản là một danh bạ các công ty trong lĩnh vực phụ trợ. CSDL có thể được thể hiện dưới dạng sách tra cứu xuất bản hàng năm, nhưng tốt nhất là cả dưới dạng website cập nhật thường xuyên.

(6) Nâng cao nhận thức về sản xuất công nghiệp hỗ trợ

Bên cạnh hệ thống mô hình đề xuất, hệ thống doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là các doanh nghiệp nhà nước với vai trò chủ đạo nền kinh tế trong nhiều năm vẫn đang nắm giữ vai trò chủ đạo trong nền kinh tế quốc dân. Kêu gọi lực lượng doanh nghiệp này tham gia sản xuất CNHT, đặc biệt là các doanh nghiệp sản xuất cơ khí, điện điện tử, nhựa cao su... dần biến thành các tập đoàn lớn chuyên cung ứng và xuất khẩu chi tiết linh kiện cho thị trường quốc tế có thể là một mục tiêu không quá xa đối với các DNNN của Việt Nam. Trong “cuộc chơi” đó, vai trò quan trọng nhất thuộc về bản thân các doanh nghiệp. Vì vậy, ngoài quyết tâm của các cơ quan quản lý, cần phải đánh thức nhận thức của doanh nghiệp Việt Nam trong việc liên kết, tập hợp, phân công sản xuất và chuyên môn hoá. Cần thực hiện các chương

trình quảng bá và đào tạo mạnh mẽ về tư duy sản xuất mới, cách thức sản xuất theo kiểu mạng lưới đến hệ thống các doanh nghiệp, đặc biệt là DNNN. Yêu cầu này đòi hỏi sự quan tâm của Chính phủ, Bộ Công Thương, Sở Công Thương các địa phương trong việc xây dựng và ban hành những chính sách, chương trình hỗ trợ liên kết mang tính chỉ đạo và định hướng.

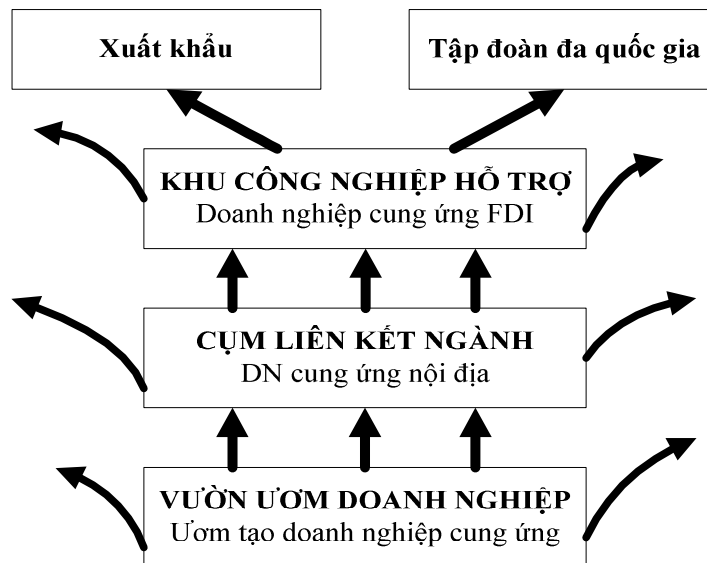
Nhà nước cần tiếp tục chỉ đạo cải cách triệt để DNNN, quan tâm theo hướng chuyên môn hoá, loại bỏ cách sản xuất tự cung tự cấp, sản xuất trọn gói, đóng cửa trong ngành mình, khu vực của mình. Đặc biệt khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp vì đây là nòng cốt trong quá trình phát triển CNHT quốc gia, là lực lượng tiên phong trong việc đón nhận các chuyển giao công nghệ, tài chính, kỹ thuật, nhân lực từ các tập đoàn nước ngoài thông qua việc phát triển liên kết.

3.2.1.5 Đề xuất hệ thống mô hình phát triển CNHT ở Việt Nam

Nhìn lại mạng lưới trong mô hình lý thuyết trò chơi, có thể thấy, chính sách phát triển CNHT không thể chỉ tính đến nhu cầu và năng lực của nội vi một ngành công nghiệp nằm trong một quốc gia, mà cần xem xét đến bức tranh rộng hơn, bao gồm các TĐĐQG và các nhà cung ứng nước ngoài đang có trên thị trường. Việc kêu gọi nhà cung ứng FDI sản xuất phụ trợ vào đầu tư tại Việt Nam sẽ giúp chúng ta có thể nhìn nhận năng lực cung ứng của các “người chơi” khác, và dần dần tham gia vào MLSX đó, khi doanh nghiệp nội địa cung ứng cho những công ty FDI sản xuất linh kiện này.

Như chương 1 đã phân tích, để phát triển CNHT, các quốc gia đi trước tập trung vào thu hút FDI và bằng quy định tỉ lệ nội địa hoá đối với các doanh nghiệp FDI. Từ hai chính sách này, các ngành công nghiệp trong nước đã được nhận chuyển giao công nghệ từ các doanh nghiệp nước ngoài. Công nghiệp Việt Nam cũng như ngành ĐTGD đã bỏ qua giai đoạn đó. Trong bối cảnh hiện nay, các chính

sách liên quan đến yêu cầu nội địa hoá là hết sức nhạy cảm vì vi phạm các quy định tự do hoá thương mại. Vì thế, bên cạnh các chính sách phát triển khuyến khích đầu tư vào CNHT như đã trình bày, cần có một số công cụ phát triển CNHT sắc nét để thu hút và nhận chuyển giao từ các doanh nghiệp FDI sang doanh nghiệp nội địa. Từ kinh nghiệm của Nhật Bản, Thái Lan và Ma-lay-xi-a trong ngành ĐTGD, tác giả đề xuất công cụ liên quan đến phát triển CNHT ở Việt Nam với 3 mô hình (hình 3.3). Đây cũng là 3 bước đi quan trọng để hình thành hệ thống doanh nghiệp, dành cho các giai đoạn 1 và giai đoạn 2 trong Kế hoạch hành động quốc gia về CNHT đề xuất ở trên.



Hình 3.3 Đề xuất hệ thống mô hình phát triển CNHT ở Việt Nam

Các khu CNHT, nơi thu hút doanh nghiệp FDI sản xuất phụ trợ là bước đi đầu tiên cần được quan tâm ưu đãi để tạo ra lực lượng sản xuất phụ trợ và năng lực cung ứng của nền công nghiệp. Tuy nhiên, sau một thời gian, mục tiêu của Việt Nam là chuyển giao công nghệ kỹ thuật từ các doanh nghiệp FDI này sang doanh nghiệp nội địa. Do đó, ngay từ ban đầu, Việt Nam cần xây dựng hệ thống các doanh nghiệp nội địa chuyên cung ứng cho các doanh nghiệp FDI trong các khu CNHT.

Bên cạnh đó, để có nguồn cung ứng lâu dài, chính phủ cần có các Vườn ươm doanh nghiệp chuyên ươm tạo và cung ứng doanh nghiệp sản xuất cho các lĩnh vực CNHT khác nhau. Cần lưu ý rằng, các doanh nghiệp trong mô hình vẫn cung ứng cho các công ty bên ngoài, và cao nhất, có thể cung ứng cho các TĐĐQG cũng như xuất khẩu. Các mô hình chi tiết được làm rõ thêm dưới đây:

(i) *Xây dựng các khu Công nghiệp hỗ trợ*

Khu công nghiệp hỗ trợ (KCNHT) là khu vực tập trung các doanh nghiệp cung ứng, là một mô hình rất phát triển ở Nhật Bản. Hiện nay ở Nhật có khoảng 200 các KCNHT như vậy. Các nhà đầu tư Nhật Bản cũng đã đầu tư vào các khu như vậy ở Ma-lay-xi-a, Thái Lan. Nhìn chung, các KCNHT không có gì khác biệt nhiều so với các KCN thông thường, ngoại trừ việc các doanh nghiệp đầu tư vào đây đều sản xuất trong các lĩnh vực cung ứng phụ trợ khác nhau.

Ở Việt Nam, với nỗ lực của Bộ Công Thương, KCNHT đầu tiên với tên gọi “KCNHT Việt Nam- Nhật Bản số 1” đã được khởi công tháng 4 năm 2009. Nằm trong KCN Quế Võ mở rộng, với số vốn đầu tư gần 658 tỷ đồng, KCNHT này có diện tích 16 ha và 25.000m² nhà xưởng. Trong năm đầu tiên, phía Nhật Bản cam kết sẽ đưa 50 DNNVV của Nhật Bản với số vốn đầu tư dự kiến hơn 100 triệu USD vào hoạt động trong KCNHT này, nhằm cung ứng cho các doanh nghiệp của Nhật Bản đang hoạt động tại Việt Nam. Đây là dự án thí điểm nhằm phát triển hệ thống các KCNHT trên toàn quốc. Theo tác giả, nhằm thu hút năng lực cung ứng FDI và xây dựng năng lực cung ứng nội địa, Việt Nam cần hoạch định việc xây dựng các KCNHT theo mô hình mà Bộ Công Thương đã triển khai ở trên, theo các bước sau:

Bước 1. Xây dựng các KCNHT để thu hút các lớp phụ trợ cao là các doanh nghiệp FDI chuyên cung ứng cho các TĐĐQG đang có mặt ở Việt Nam. Vì đặc thù của CNHT là phụ thuộc mạnh vào các nhà lắp ráp, Chính phủ cần có chương trình

xây dựng các KCNHT với sự tham gia của các TĐĐQG chi nhánh ở Việt Nam. Chỉ khi có sự hợp tác này, các KCNHT mới có thể được lấp đầy bởi các nhà cung ứng. Ngoài ra, nên có các KCNHT dành riêng cho các tập đoàn lớn để kêu gọi các nhà cung ứng của họ, như Canon, Toyota... với các chính sách ưu đãi về thuế thuê đất, thuế doanh nghiệp, thời gian thuê, trang thiết bị ban đầu...

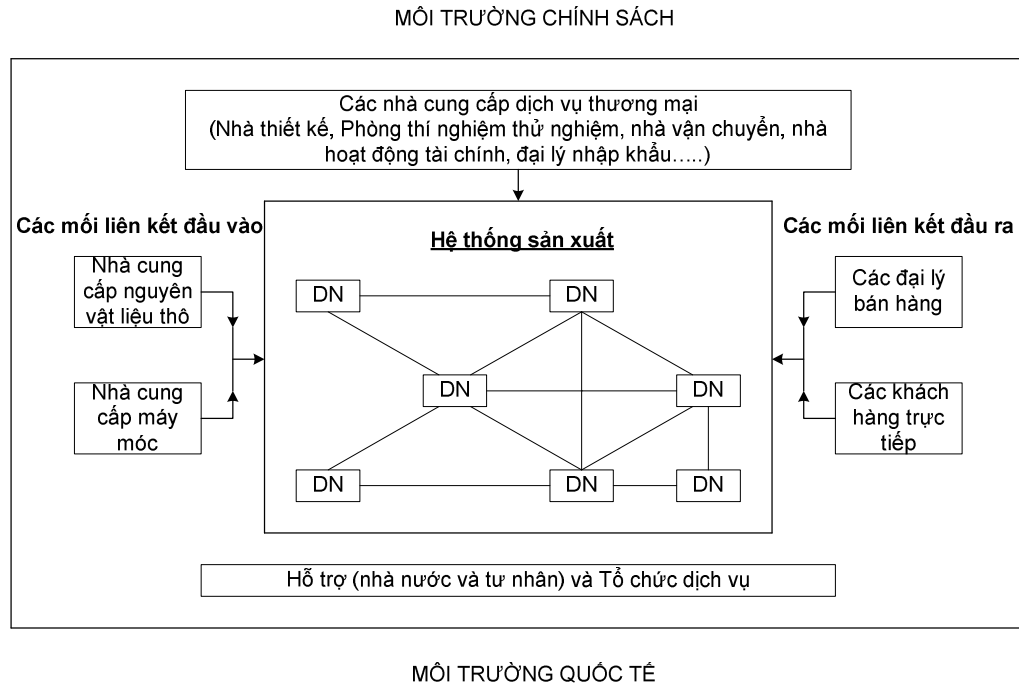
Bước 2. Thu hút các doanh nghiệp nội địa vào các KCNHT này, định hướng các nhà đầu tư trong nước hướng đến việc cung ứng cho các nhà cung ứng FDI trong các KCNHT.

Bước 3. Sau quá trình chuyển giao công nghệ, trợ giúp để các doanh nghiệp nội địa trong các KCNHT có thể cung ứng trực tiếp linh kiện sản phẩm cho các TĐĐQG trong nước và xuất khẩu linh kiện ra nước ngoài.

Như vậy, đặc thù của các KCNHT là chủ yếu thu hút các DNVVV, kể cả đầu tư nước ngoài cũng là các doanh nghiệp có quy mô loại này. Vì vậy, các KCNHT cần cung cấp hạ tầng đầy đủ cho các nhà đầu tư, bao gồm hệ thống nhà xưởng, điện nước hoàn chỉnh trong công trình, hệ thống xử lý môi trường, và các dịch vụ mềm khác, nhưng với diện tích tối thiểu để chi phí thấp nhất.

(ii) *Tạo dựng các Cụm liên kết ngành*

Các doanh nghiệp Việt Nam có năng lực hạn chế nên quy mô sản xuất thấp, cần có mô hình tập hợp và phân công sản xuất ngay trong các doanh nghiệp nội địa này. Tác giả đề xuất sử dụng mô hình các Cụm liên kết ngành, nhằm góp phần gia tăng năng lực cung ứng nội địa. Như chương 1 đã phân tích, CLKN là một trong các mô hình thể hiện năng lực của quốc gia trong phát triển CNHT.

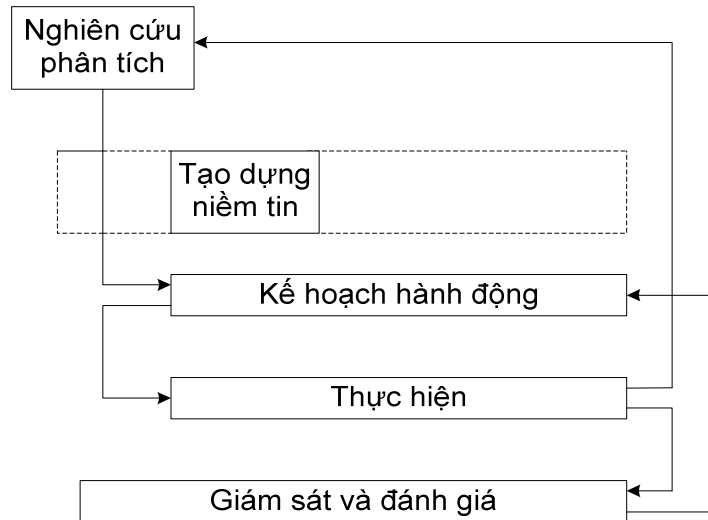


Hình 3.4: Sơ đồ một cụm liên kết ngành. *Nguồn: UNIDO 2001*

Các doanh nghiệp nội địa tham gia CLKN này hầu hết là DNNVV, có thể nằm xa nhau, không bị giới hạn về địa lý hay không gian, nhưng quan trọng là cần có phân chia và liên kết theo các công đoạn sản xuất. Hình 3.4 cho thấy mô hình của một cụm liên kết ngành và cách thức gia tăng quy mô năng lực sản xuất bằng liên kết giữa các DNNVV. Việc tạo dựng các cụm liên kết ngành nên giao cho các địa phương, dù vậy, mô hình này không nên phát triển tràn lan mà cần tập trung vào các địa phương đã có tích tụ tập trung công nghiệp: Hà Nội và các tỉnh phụ cận, TP Hồ Chí Minh và các tỉnh phụ cận.

Một mô hình CLKN mà tác giả đã đề xuất cho ngành điện tử Đồng Nai [12] có thể bao gồm tác nhân khởi xướng cụm là Sở Công Thương Đồng Nai, với sự hỗ trợ của Sonadezi (công ty phát triển KCN Biên Hoà), Sở KH-CN Đồng Nai, Ban

quản lý các Khu công nghiệp Đồng Nai. Mô hình dự án cụm liên kết thí điểm bao gồm các bước thực hiện như sau:



Hình 3.5: Sơ đồ các bước của dự án thí điểm phát triển CLKCN

Nguồn: UNIDO 2001

- **Giai đoạn 1 - nghiên cứu phân tích.** Lựa chọn được từ 3-5 nhà thầu chính trong một số lĩnh vực, lựa chọn các doanh nghiệp Việt Nam có thể tham gia vào dự án, đây là các doanh nghiệp đòi hỏi có nhu cầu tìm các nhà thầu chính, có nguyện vọng và trong chừng mực nhất định có khả năng đáp ứng các yêu cầu của các nhà thầu chính trong tương lai. Số lượng của nhóm này phải nhiều hơn rất nhiều nhóm các nhà thầu chính.

- **Giai đoạn 2 - Tạo dựng niềm tin.** Giai đoạn này có thể kéo dài từ 1 đến 2 năm, tùy vào thực tế nhận thức của doanh nghiệp. Theo kinh nghiệm của các chuyên gia phát triển cụm của UNIDO, các doanh nghiệp điện tử với trình độ công nghệ và thông tin tương đối tiên tiến so với các nhóm ngành công nghiệp khác, sẽ là nhóm có thể kết thúc thời gian tiếp cận nhanh. Với mục tiêu chính là tạo dựng niềm tin, tạo ra cơ hội để các doanh nghiệp có thể tiếp xúc được với nhau, các tác nhân

trung gian phải thể hiện rõ vai trò hỗ trợ của mình trong các hoạt động mang tính tác động đến nhận thức này.

- *Giai đoạn 3 – Dự thảo kế hoạch hành động.* Trong phần kế hoạch hành động, cần xác định rõ mục tiêu đạt được của các liên kết cho mỗi giai đoạn. Thời gian dự kiến cho kế hoạch hành động của mỗi chương trình liên kết có thể là 1-2 năm. Các trường hợp hỗ trợ liên kết cụ thể giữa các bên, các nhóm doanh nghiệp cần phải được cán bộ phát triển cụm quan tâm theo dõi chặt chẽ, tổng kết thành bài học thực tiễn cho các nhóm khác, các doanh nghiệp đi sau.

- *Giai đoạn 4 – Thực hiện.* Thời gian thực hiện của dự án là 24 tháng. Các kết quả giữa kỳ cần được liên tục đánh giá và cập nhật để có thể thực hiện việc điều chỉnh thực tế các chương trình và kế hoạch liên kết sao cho phù hợp nhất, đạt hiệu quả hợp lý nhất.

- *Giai đoạn 5 – Đánh giá.* Sau giai đoạn thực hiện, hệ thống chỉ tiêu đánh giá kết quả là cần phải được xác lập cụ thể chi tiết trên từng mặt để có thể tổng kết, áp dụng mô hình thí điểm rộng khắp.

Như vậy, CLKN sẽ là nơi cung ứng về số lượng và chuyên môn hoá các doanh nghiệp phụ trợ, đồng thời tận dụng được lao động nông thôn và các lợi thế về chi phí, theo từng địa phương, khu vực. Tập hợp của các cụm liên kết theo các ngành cung ứng hoặc theo các ngành hạ nguồn như vậy sẽ giúp nâng cao năng lực cung ứng của các ngành CNHT, dần dần cung ứng được hệ thống doanh nghiệp nội địa đầu tư vào các KCNHT và nhận chuyển giao từ các doanh nghiệp FDI sản xuất phụ trợ.

(iii) *Xây dựng hệ thống vườn ươm doanh nghiệp cho CNHT*

Những năm gần đây, khu vực đô thị ở Việt Nam có sự gia tăng đột biến số lượng doanh nghiệp thành lập mới. Tuy nhiên, có thể thấy tỉ trọng doanh nghiệp mới thành lập tập trung vào các ngành dịch vụ, tài chính, tư vấn, thương mại, buôn bán. Các ngành nghề sản xuất thường có tỷ trọng gia tăng thấp, chưa kể đến các nhà máy doanh nghiệp đóng cửa. Sản xuất CNHT lại có đặc điểm quan trọng là đòi hỏi thâm dụng vốn, thâm dụng công nghệ kỹ thuật, với trình độ nhân lực cao, có thể khẳng định đây là các ngành khó để khởi sự kinh doanh so với các ngành thương mại, dịch vụ. Như vậy, để đáp ứng nhu cầu về CNHT, thiết lập được hệ thống cung ứng cho các ngành, rất cần một biện pháp mạnh mẽ và có gốc rễ nền tảng về phát triển doanh nghiệp ngay từ những bước đi ban đầu.

Cách thức trong quản trị vĩ mô vẫn hay được nhắc đến là việc ươm tạo doanh nghiệp [29]. Đây là mô hình đã bắt đầu hình thành ở Việt nam, tuy nhiên vẫn chưa có các chính sách quy định cụ thể cấp nhà nước. Có 10 vườn ươm đã hình thành ở Việt Nam: Vườn ươm doanh nghiệp công nghệ thực phẩm Hà Nội, Vườn ươm công nghệ cao Hà Nội, Vườn ươm công ty Tinh Vân, Vườn ươm công ty tin học VC, Vườn ươm CRC Đại học Bách khoa Hà Nội, Vườn ươm công ty FPT, Vườn ươm doanh nghiệp phần mềm Quang Trung, Vườn ươm Phú Thọ ĐH Bách khoa TPHCM, Vườn ươm đại học Nông Lâm TPHCM, Vườn ươm công nghệ cao TPHCM, Vườn ươm Softtech Đà Nẵng [29].

Do chưa có các chính sách cụ thể, mô hình phù hợp, cũng như mục tiêu hoạt động rõ ràng, nhiều vườn ươm hoạt động rất khó khăn do được hình thành chủ quan, không trên cơ sở nghiên cứu nhu cầu và định hướng thị trường. Điểm quan trọng khác nữa là các doanh nghiệp sau khi ươm tạo khó sống sót do hết được

nguồn tài trợ. Nhược điểm này có thể được khắc phục với mô hình VUDN cho CNHT.

Mục tiêu cụ thể của các VUDN cho CNHT là xây dựng hệ thống DNNVV sản xuất phụ trợ cho các ngành công nghiệp, đặc biệt là các ngành chế tạo cơ bản, tập trung sản xuất các linh kiện kim loại và linh kiện nhựa. VUDN này sẽ tạo ra môi trường thuận lợi cho DNNVV, cũng như các doanh nghiệp mới khởi nghiệp thông qua việc hỗ trợ họ vượt qua khó khăn trong những năm đầu kinh doanh. Ươm tạo doanh nghiệp trong lĩnh vực công nghiệp thâm dụng công nghệ, như: ô tô, xe máy, cơ khí, cơ điện tử, phần mềm...; thông qua các dịch vụ đào tạo, tư vấn và văn phòng, nhà xưởng kết hợp với các tiện ích cần thiết cho CNHT, tư vấn xây dựng nhà xưởng, kỹ thuật, mạng lưới tiêu thụ, chuỗi giá trị, chuỗi cung ứng, tổ chức sản xuất, chuyên gia kỹ thuật, kết nối với các nhà cung ứng lớp cao hơn, các nhà lắp ráp, các tập đoàn đa quốc gia.

Hệ thống các vườn ươm này sẽ đáp ứng nhu cầu phụ trợ của các ngành công nghiệp, các Cụm liên kết ngành, các khu CNHT trên phạm vi cả nước. Thời gian ươm tạo khoảng từ 2-3 năm với nhiều hỗ trợ cho từng hạng mục riêng biệt và các doanh nghiệp được lựa chọn sẽ được miễn phí đào tạo, được thực hành ngay trong các xưởng sản xuất của Vườn ươm theo công nghệ hiện đại cho khách hàng. Các hạng mục chính của VUDN CNHT bao gồm:

- *Khu ươm tạo.* Khu ươm tạo dành cho các doanh nghiệp sản xuất phụ trợ được lựa chọn trong các lĩnh vực sản xuất linh kiện cơ khí, nhựa, với diện tích nhà xưởng không lớn.

- *Khu hỗ trợ.* Khu này có thể bao gồm: trung tâm kiểm định chất lượng linh kiện; sàn giao dịch nguyên vật liệu và phòng trưng bày vật tư, chi tiết linh kiện;

trung tâm thiết kế mẫu; khu máy móc cho thuê; khu nghiên cứu và triển khai; khu phát triển phần mềm.

Bảng 3.4: Đề xuất thành phần vườn ươm doanh nghiệp CNHT

Thành phần tham gia	Vai trò/nhiệm vụ	Động cơ	Khả năng hỗ trợ
Chính quyền địa phương	Đề xuất chính sách, cơ sở pháp lý phát triển vườn ươm	Thực hiện nhiệm vụ KHCN	Hỗ trợ mặt bằng, vốn
Các trường Đại học	Hỗ trợ mặt bằng, thành lập vườn ươm	Khuyến khích tinh thần kinh doanh	Hỗ trợ mặt bằng, chuyên gia, tư vấn
Doanh nghiệp mới thành lập	Tham gia tích cực vào dự án	Phát triển doanh nghiệp	Đưa ra các kế hoạch kinh doanh khả thi
Các doanh nghiệp FDI sản xuất linh kiện Các tập đoàn đa quốc gia	Định hướng nhu cầu thị trường đầu ra cho các doanh nghiệp được ươm tạo	Tìm kiếm nhà cung cấp	Hỗ trợ tư vấn, mạng lưới đầu ra
Tổ chức hỗ trợ doanh nghiệp	Hỗ trợ kỹ thuật	Trợ giúp phát triển	Hỗ trợ tài chính, cung cấp chuyên gia

• *Khu hành chính và hạ tầng khác.* Khu này có toà nhà hành chính của vườn ươm bao gồm hệ thống văn phòng, các phòng họp chung, các phòng hội thảo, các phòng đào tạo; các công ty cung cấp dịch vụ phát triển kinh doanh, các dịch vụ ngân hàng tài chính... hỗ trợ các doanh nghiệp trong vườn ươm.

Một vườn ươm với các hạng mục như vậy không khác nhiều với các vườn ươm doanh nghiệp công nghệ thông thường. Tuy nhiên, nhằm hướng đến việc hình thành mạng lưới doanh nghiệp cung ứng ngay và sau khi ươm tạo, vườn ươm doanh

ngành cho CNHT đòi hỏi sự tham gia chủ động của các bên, không chỉ có Chính phủ, địa phương mà quan trọng hơn cả là các công ty có vốn nước ngoài đang sản xuất linh kiện, các TĐĐQG có nhu cầu nội địa hoá, đây là những khách hàng có thể đảm bảo hoạt động cho các nhà cung ứng nội địa được ươm tạo bên trong vườn ươm. Bảng 3.4 thể hiện thành phần tham gia vào xây dựng vườn ươm doanh nghiệp cho CNHT mà tác giả đề xuất.

Sự tham gia của các TĐĐQG và các bên vào vườn ươm không chỉ hỗ trợ các doanh nghiệp đang có mặt ngay tại vườn ươm mà cả các doanh nghiệp cung ứng bên ngoài, vì vườn ươm lúc này trở thành một trung tâm liên quan đến sản phẩm CNHT, nơi tất cả các doanh nghiệp có liên quan có thể sử dụng các dịch vụ và thông tin mà vườn ươm cung cấp. Đó có thể coi là “điểm gặp gỡ” giữa cung và cầu trong sản xuất linh phụ kiện.

3.2.1.6 Phát triển ngành công nghiệp điện tử

Nhiều năm qua, Chính phủ đã thể hiện quan điểm đề cao vai trò của CNĐT trong tiến trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá phát triển kinh tế đất nước, đó là phát triển CNĐT theo hướng xã hội hoá, tạo điều kiện thuận lợi để các thành phần kinh tế phát huy mọi tiềm năng phát triển. Mặc dù vậy, các chính sách cho ngành CNĐT trong nhiều năm qua chưa nhất quán và thể hiện đúng đắn quan điểm trên. Đã đến lúc cần có các giải pháp mạnh và thiết thực hơn, tác giả đề xuất một số giải pháp chính như sau:

(i) *Cơ quan quản lý ngành CNĐT.* Việc thành lập Cục Công nghiệp điện tử thuộc Bộ Bưu chính Viễn thông là một việc làm cần thiết hiện nay. Với cơ quan đầu mối này, ngành CNĐT có thể huy động được tổng hợp các nguồn lực của ngành trong việc phát triển, cũng như tăng cường khâu hợp tác quốc tế để có thể tiếp thu

các kinh nghiệm quý báu của các quốc gia khu vực Đông Á về phát triển CNĐT và CNHT trong ngành.

(ii) *Chính sách phát triển ngành CNĐT.* Trong số những nguyên nhân làm CNĐT Việt Nam chậm phát triển, chiếm phần lớn là các vấn đề liên quan đến cơ chế chính sách và sự quản lý của Nhà nước. Vì vậy, việc có những giải pháp đúng đắn về vấn đề này sẽ có tác động rất lớn đến sự phát triển của CNĐT Việt Nam.

- *Chính sách thuế.* Những bất cập về thuế nhập khẩu trong lĩnh vực điện tử như: đánh thuế theo phân loại SKD, CKD, IKD; áp mức thuế theo giá tối thiểu và nhất là thuế suất nhập khẩu phụ tùng linh kiện cao hơn sản phẩm nguyên chiếc... tồn tại trong một thời gian dài đã hạn chế sự phát triển của CNĐT Việt Nam. Trên thực tế, thuế nhập khẩu cần được xây dựng để tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp lắp ráp điện tử, nhưng phải tính đến lợi ích của các doanh nghiệp sản xuất linh phụ kiện. Chính phủ cần từng bước tiến tới xoá bỏ các biện pháp bảo hộ sản xuất thông qua thuế nhập khẩu, tạo môi trường sản xuất kinh doanh lành mạnh, bình đẳng cho tất cả các doanh nghiệp.

Thuế nhập khẩu sản phẩm nguyên chiếc: Chính phủ cần công bố rõ ràng và thực hiện đúng lộ trình giảm thuế theo đúng cam kết trong các thoả thuận quốc tế như AFTA/CEPT, WTO...

Thuế nhập khẩu linh kiện, cụm linh kiện: Miễn thuế suất nhập khẩu nguyên liệu, linh kiện, phụ tùng điện tử trong nước không có khả năng sản xuất. Giữ bằng hoặc thấp hơn mức thuế CEPT/AFTA đối với nguyên liệu, linh kiện, phụ tùng điện tử mà trong nước đã hoặc có thể sản xuất được.

Các sắc thuế khác: Chính phủ cần các ưu đãi về thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế giá trị gia tăng đối với các doanh nghiệp điện tử, nhất là các doanh nghiệp công nghệ cao, sản xuất linh kiện và vật liệu điện tử.

• *Chính sách thu hút đầu tư.* Cần khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia đầu tư vào ngành CNĐT, trong đó đặc biệt thu hút đầu tư nước ngoài từ các tập đoàn đa quốc gia là biện pháp quan trọng nhất để phát triển CNĐT Việt Nam. Các nhà đầu tư nước ngoài với tiềm lực tài chính mạnh một mặt sẽ cung cấp công nghệ và mở ra thị trường mới cho xuất khẩu, mặt khác có thể trợ giúp CNĐT Việt Nam cơ cấu lại sản xuất, chuyển đổi cơ cấu sản phẩm. Trước hết cần chú trọng đến các dự án đầu tư sản xuất các sản phẩm mới, công nghệ cao, đặc biệt là trong lĩnh vực sản xuất linh kiện điện tử và máy tính. Chú trọng đến các nhà sản xuất hàng đầu ở các quốc gia có nền CNĐT tiên tiến như Mỹ, Nhật, EU, Hàn Quốc... Bên cạnh nguồn vốn đầu tư nước ngoài, đóng vai trò quyết định đối với việc phát triển ngành CNĐT Việt Nam trong giai đoạn tới, nguồn vốn đầu tư trong nước, dù còn rất hạn hẹp, nhưng cũng có vai trò quan trọng trong từng bước phát triển, tạo tiền đề cho sự phát triển của CNĐT Việt Nam ở những giai đoạn sau. Đồng thời phải kết hợp cả biện pháp tái cơ cấu lại các doanh nghiệp điện tử trong nước nhằm đạt được một tỷ lệ tương xứng giữa các công ty nước ngoài và doanh nghiệp trong nước, tỷ lệ góp vốn để đảm bảo môi trường sản xuất kinh doanh tự do cho các công ty nước ngoài.

• *Xây dựng các khu công nghiệp, công nghệ cao chuyên ngành điện tử.* Hiện nay phần lớn các khu công nghiệp, khu chế xuất đều mang tính chất đa ngành, các dự án đầu tư thuộc nhiều ngành nghề khác nhau nên ảnh hưởng tới môi trường sản xuất của các dự án CNĐT, nhất là các dự án công nghệ cao. Vì vậy cần có những khu công nghiệp chuyên ngành điện tử với điều kiện hạ tầng tốt và các chính sách hỗ trợ hấp dẫn để thu hút đầu tư nước ngoài. Nhằm thực hiện việc này, cần trợ giúp các doanh nghiệp kinh doanh hạ tầng về vốn, quỹ đất... tạo điều kiện cho các doanh nghiệp này xây dựng các khu công nghiệp, khu công nghệ cao nhằm thu hút đầu tư vào CNĐT.

3.2.2 Giải pháp thúc đẩy phát triển công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử gia dụng

3.2.2.1 Thu hút các nguồn lực tài chính

Đầu tư trực tiếp nước ngoài là nguồn lực quan trọng. Việc nhận thức được xu hướng của dòng đầu tư trực tiếp nước ngoài, đặc biệt là việc hình thành và phát triển liên kết kinh doanh giữa các doanh nghiệp sản xuất nội địa với các TĐĐQG là vấn đề rất quan trọng để phát triển CNHT trong ngành ĐTGD Việt Nam. Việc thúc đẩy liên kết giữa các doanh nghiệp trong nước với các doanh nghiệp FDI sản xuất phụ trợ và các TĐĐQG cần được coi là ưu tiên hàng đầu. Các doanh nghiệp của Việt Nam phải nỗ lực rất nhiều trong việc cải thiện năng lực của mình để trở thành nhà cung cấp cho các nhà sản xuất có vốn đầu tư nước ngoài hoặc khách hàng nước ngoài. Chính phủ cần hỗ trợ những nỗ lực đó bằng các chính sách cụ thể, hữu hiệu. Khoảng cách giữa chính sách và việc thực hiện chính sách là bài học mà Việt Nam nên rút ra từ các nước như In-đô-nê-xi-a hay Phi-lip-pin. Để mất niềm tin với các nhà đầu tư nước ngoài mặc dù vẫn đang có các lợi thế cạnh tranh, các quốc gia này vẫn khó mà hạn chế được dòng chuyển dịch đầu tư sang các nước mới nổi lên trong khu vực. Ngày càng có nhiều các nước đi sau rút được các bài học quý, do vậy Việt Nam không nên để mất thêm nhiều thời gian trong việc hoàn thiện chính sách trên lý thuyết mà cần tập trung mạnh vào cơ chế thực hiện chính sách.

3.2.2.2 Xác định đúng loại hình tổ chức sản xuất cho ngành ĐTGD

Đối với một số ngành công nghiệp, nhất là các ngành đòi hỏi công nghệ và thâm dụng vốn, việc nhìn nhận và lựa chọn cách thức sản xuất module hay tích hợp cho Việt Nam cũng là vấn đề cấp bách.

Các phân tích ở chương 1 cho thấy, trở thành đối tác trong sản xuất tích hợp cần phải có khả năng thiết kế và vận hành nhà máy có hiệu quả; bảo dưỡng, điều chỉnh và sửa chữa máy móc; thiết kế linh phụ kiện; sản xuất khuôn mẫu chính xác;

đào tạo nhân công có trình độ kỹ thuật cao... Điều này sẽ giúp nền công nghiệp trưởng thành từ nền sản xuất lắp ráp đơn giản theo đặt hàng của nước ngoài thành một đối tác không thể thay thế trong MLSX toàn cầu. Nó cũng giải quyết vấn đề phụ thuộc giữa quốc gia kém phát triển với quốc gia đi trước. Sự phụ thuộc lúc này không còn ở quan hệ một chiều, mà thực chất trở thành quan hệ hợp tác hai chiều tương đối bình đẳng, bởi lẽ chính các nhà sản xuất Nhật Bản cũng sẽ phụ thuộc vào quốc gia đang sản xuất tích hợp cho họ. Thực hiện được điều này, quan hệ kinh tế giữa Nhật Bản và Việt Nam sẽ được nâng lên một tầm cao hơn.

Trong số các nước ASEAN, Việt Nam và Thái Lan được Nhật Bản coi là ứng cử viên hàng đầu cho sản xuất tích hợp [24]. Đã đến lúc Chính phủ cần đưa ra mục tiêu rõ ràng liên quan đến cách thức sản xuất với những kế hoạch hành động thích hợp, nhất là đối với một số ngành công nghiệp thâm dụng công nghệ và tiêu hao vốn mà Việt Nam còn chưa thể tự mình đứng vững. Với việc theo đuổi mô hình “sản xuất tích hợp” với các doanh nghiệp Nhật, trong thời gian đầu, các ngành công nghiệp này có thể bị phụ thuộc vào Nhật Bản. Ngược lại, với việc xây dựng liên kết này, chính Nhật Bản cũng phụ thuộc vào Việt Nam. Khi xây dựng được quan hệ đối tác chiến lược trong ngành chế tạo, khi cần mở rộng đầu tư ra nước khác, các nhà lắp ráp Nhật Bản cũng kéo theo các nhà cung cấp của Việt Nam, tương tự như một số nhà cung cấp Thái Lan đã đầu tư vào Việt Nam theo yêu cầu của các nhà lắp ráp Nhật Bản. Trong dài hạn, đây có thể là mô hình hiệu quả để tiếp nhận, chuyển giao công nghệ và vốn nhanh nhất từ các TĐĐQG sang các doanh nghiệp nội địa.

3.2.2.3 *Phát triển các ngành công nghiệp chế tạo cơ bản liên quan*

Các phân tích ở chương 2 cho thấy, để phát triển CNHT, đặc biệt trong lĩnh vực nhựa và kim loại, Việt Nam cần phát triển các ngành công nghiệp chế tạo cơ bản theo hướng bền vững. Các quốc gia đi trước, sau nhiều năm sản xuất CNHT

cũng đã nhận thức được điều này. Hiện nay, Thái Lan đã xây dựng một khu công nghiệp cho các DNNVV của Nhật thuê để sản xuất khuôn. In-đô-nê-xi-a cũng đang cố gắng mời các doanh nghiệp Nhật trong các lĩnh vực này vào đầu tư.

Điều tra của Ngân hàng hợp tác quốc tế Nhật Bản (JBIC, 2006) cho thấy, khoảng 32% số công ty Nhật Bản coi Việt Nam là nước tiềm năng để phát triển sản xuất và tỏ rõ sự quan tâm tới Việt Nam. Ngành công nghiệp chế tạo Nhật Bản xác định, trong 3 năm tới, trong số các nước có tiềm năng phát triển sản xuất, Việt Nam được đặt ở vị trí thứ 4 sau Trung Quốc, Thái Lan và Mỹ. Nếu như Việt Nam chiếm lĩnh được các ngành chế tạo này, trong mọi hoàn cảnh, các TĐĐQG sẽ khó có thể rời khỏi Việt Nam. Rõ ràng việc xây dựng một nền CNHT để thu hút các nhà chế tạo từ Nhật Bản và các quốc gia công nghiệp là việc làm vô cùng quan trọng hiện nay. Đó là những ngành công nghiệp cơ bản như dập, rèn, đúc hay tô, trong nhiều năm vốn là ngành công nghiệp tương đối phát triển của Việt Nam, với đội ngũ nhân lực được đào tạo bài bản ở các xã hội chủ nghĩa trước đây.

3.2.2.4 Đánh giá và phát huy tối đa lợi thế so sánh quốc gia đối với ĐTGD

Từ bài học kinh nghiệm quốc tế, có thể thấy các quốc gia trong khu vực đã phát huy rất tốt lợi thế của mình để phát triển ngành điện tử: Xin-ga-po với trình độ công nghệ, In-đô-nê-xi-a thu hút ban đầu bởi dung lượng thị trường, Phi-lip-pin và Ma-lay-xi-a với trình độ tiếng Anh của nguồn lao động và sau đó là các chính sách của chính phủ. Rõ ràng, đối với ngành công nghiệp điện tử gia dụng, những lợi thế vốn có hiện tại vẫn là nhân tố động lực để phát triển.

Chi phí tiền lương công nhân thấp là một nhân tố quan trọng để thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài nói chung và vào ngành công nghiệp điện tử nói riêng, đặc biệt là những ngành sản xuất thiết bị điện tử gia dụng và các linh kiện công kênh có giá trị thấp. Các công trình nghiên cứu đều cho thấy giá lao động ở Việt Nam chỉ

bằng một nửa Trung Quốc và rẻ hơn nhiều nước khác trong khu vực [1]. Tuy nhiên, quá trình sản xuất của công nghiệp điện tử lại đòi hỏi trình độ đào tạo nhất định và những kỹ năng cần thiết do tiến bộ kỹ thuật. Vì vậy, trong khi chi phí đào tạo vẫn còn thấp, với khả năng tiếp thu kiến thức khá nhanh của người Việt, việc nhanh chóng đào tạo một đội ngũ công nhân lành nghề cho ngành ĐTGD mà vẫn duy trì được lợi thế về tiền lương là vấn đề cấp thiết và có thể khai thác được ngay.

Thế chế chính trị là một lợi thế so sánh quan trọng. Hiện tại có thể nói, môi trường chính trị ổn định của Việt Nam đang là lợi thế cạnh tranh cho công nghiệp điện tử gia dụng Việt Nam, so với các nước ASEAN khác, vốn đang đe dọa bởi nhiều vấn đề bất ổn về chính trị, sắc tộc, tôn giáo. Hơn nữa, Việt Nam cũng là nước có độ an toàn cao cho đầu tư kinh doanh, so với các quốc gia như Phi-lip-pin, In-đô-nê-xi-a... Môi trường đầu tư vào ngành công nghiệp điện tử Việt Nam cũng có nhiều thuận lợi nhờ hàng loạt các biện pháp kích thích kinh tế và thay đổi cơ chế kiểm soát mà Chính phủ đã đưa ra gần đây.

Xu hướng tiêu dùng các sản phẩm điện và điện tử trong các ngành công nghiệp và các hộ gia đình ngày càng tăng là một nhân tố mở rộng quy mô thị trường tiêu thụ. Việt Nam với dân số cao thứ 13 trên thế giới, với nền kinh tế đang thay đổi từng giờ là một thị trường nội địa hấp dẫn, nhất là đối với ngành điện tử gia dụng. Mặc dù thu nhập bình quân đầu người còn thấp về tuyệt đối, nhưng tốc độ tăng tương đối cao và cơ cấu tiêu dùng đang thay đổi nhanh chóng là các nhân tố có sức thu hút đầu tư FDI rất lớn.

Cũng giống như Phi-lip-pin, vị trí địa lý thuận lợi của Việt Nam ở Đông Á - giữa ASEAN với Trung Quốc và Nhật Bản, Hàn Quốc cũng cần phải được khai thác triệt để trong phát triển CNĐT và ĐTGD. Do thuận lợi trong việc vận chuyển các linh kiện và thiết bị từ các quốc gia khác, Việt Nam sẽ là địa điểm thực hiện các

hoạt động lắp ráp các linh kiện được sản xuất từ các quốc gia trong khu vực và xuất khẩu thành phẩm sang các thị trường lân cận. Do có chi phí vận tải thấp nên sản phẩm điện tử lắp ráp tại Việt Nam sẽ có lợi thế cạnh tranh về giá. Tuy nhiên, phương thức này chỉ thích hợp với giai đoạn đầu của phát triển. Nếu không sử dụng lợi thế về sức cạnh tranh, sức lan tỏa của thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài, cái “bẫy chi phí thấp” sẽ níu chân Việt Nam ở mắt xích thấp nhất trong chuỗi cung ứng toàn cầu. Trong những năm tới, Việt Nam nên khai thác lợi thế này theo phương thức liên kết ngược lại.

Cần khuyến khích và thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài để xây dựng các cơ sở sản xuất linh kiện, thiết bị điện tử, nhựa và kim loại ngay tại Việt Nam và cung ứng cho các cơ sở lắp ráp ở các quốc gia lân cận. Thông qua liên kết sản xuất, các doanh nghiệp Việt Nam sẽ tiếp nhận được công nghệ mới và những kỹ năng cần thiết, đồng thời cung cấp các dịch vụ cho các công ty nước ngoài.

3.2.2.5 *Phát triển nguồn nhân lực đặc thù cho ĐTGD*

Là nước có dân số đông, lực lượng lao động lớn nhưng đa số người lao động Việt Nam chưa được đào tạo về công nghiệp, kỹ năng và kỷ luật lao động công nghiệp. CNHT ngành ĐTGD lại đòi hỏi lao động được đào tạo ở trình độ tương đối cao. Một số giải pháp đào tạo nguồn nhân lực cần phải được thực hiện:

- Sớm hình thành một quỹ hỗ trợ đào tạo nhân lực cho CNHT, quỹ này một phần được tài trợ của ngân sách đầu tư phát triển ngành và từ sự đóng góp của các doanh nghiệp Việt Nam.

- Thực hiện chế độ đào tạo thường xuyên để người lao động tiếp cận với những tri thức mới. Có thể thực hiện đào tạo tại chỗ theo định kỳ hàng năm để nâng cao trình độ cho các cán bộ quản lý doanh nghiệp và đội ngũ lao động kỹ thuật. Đây

là bài học kinh nghiệm quý báu của các doanh nghiệp điện tử hàng đầu Nhật Bản ở ASEAN, nhằm nâng cao trình độ nguồn nhân lực nội địa.

- Nâng cao việc xã hội hoá đào tạo để có thể đáp ứng nhu cầu ngày càng cao hơn về nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn hoá sâu trong các lĩnh vực của nền công nghiệp quốc gia. Các cải cách về đào tạo nhân lực cần tập trung vào việc kết hợp đào tạo lý thuyết với thực tiễn, giữa nhà trường và hệ thống doanh nghiệp. Xúc tiến các chương trình hợp tác đào tạo, các chương trình nghiên cứu và phát triển. Các cơ quan nghiên cứu, các trường đại học Việt Nam có tiềm năng khá lớn, hơn nữa chi phí đào tạo và nghiên cứu ở Việt Nam đang rất thấp, nên cần có sự phối hợp giữa các cơ quan khoa học và các doanh nghiệp trong đào tạo và nghiên cứu. Cách làm này vừa phát huy được nội lực, vừa có chi phí thấp và là cơ sở của sự phát triển lâu dài cho Việt Nam.

- Khuyến khích các doanh nghiệp, các viện nghiên cứu và các đối tác nước ngoài thực hiện các chương trình trao đổi kỹ thuật, trao đổi chương trình R&D. Để nâng cao trình độ công nghệ và quản lý nhằm phát triển ổn định, CNHT ngành ĐTGD cũng như các ngành CNHT cần xây dựng và duy trì các mối quan hệ hợp tác với các đối tác nước ngoài và trao đổi những tri thức, kinh nghiệm cần thiết một cách thường xuyên.

- Một vấn đề thường xuyên được nhắc đến tuy nhiên vẫn chưa có các chính sách triệt để ở tầm vĩ mô, là khả năng ngoại ngữ của nguồn nhân lực ảnh hưởng rất lớn đến thu hút đầu tư. Chính phủ cần cân nhắc để cải tiến hệ thống giáo dục gắn chặt với phát triển ngoại ngữ. Theo bài học của Phi-lip-pin, Ma-lay-xi-a và Xin-ga-po, đã đến lúc cần nhìn nhận và đánh giá chính sách này như là một trong các công cụ quan trọng của quốc gia trong chiến lược “đi tắt đón đầu” để đạt được các thành tựu công nghiệp như mong muốn.

3.2.2.6 Phát triển nhanh hệ thống dịch vụ phát triển kinh doanh

Đây là vấn đề đã được các tổ chức hỗ trợ DNNVV đề xuất trong nhiều chương trình, dự án. Tuy nhiên, điểm đặc biệt quan trọng trong việc xúc tiến này là quá trình tác động đến nhận thức của doanh nghiệp trong việc hình thành nhu cầu sử dụng các dịch vụ này cũng như gia tăng chất lượng của các hoạt động dịch vụ cung ứng cho doanh nghiệp, đáp ứng mọi mặt nhu cầu của doanh nghiệp: đào tạo, tổ chức quản lý, tổ chức sản xuất, thương mại, marketing, tư vấn tài chính...

Ngoài ra, các mô hình phát triển CNHT mà tác giả đề xuất ở trên, đặc biệt là Cụm liên kết ngành, chỉ có thể hoạt động tốt khi thị trường dịch vụ phát triển kinh doanh ở Việt Nam được khởi động và phát triển.

Kết luận chương 3

- Xác định định hướng phát triển CNHT ngành ĐTGD với 3 điểm chính: (1) Tập trung thu hút doanh nghiệp có vốn FDI vào sản xuất CNHT ngành ĐTGD tại Việt Nam; (2) Doanh nghiệp Việt Nam nên hướng đến cung ứng cho các nhà sản xuất phụ trợ trong MLSX; (3) Phát triển CNHT ngành ĐTGD nên tập trung vào linh kiện nhựa và kim loại, và hướng đến cung ứng đa ngành. Khi hoạch định chính sách, nhóm sản phẩm CNHT ngành điện tử cần được phân chia theo các nhóm của quy trình sản xuất.

- Đề xuất về chương trình phát triển CNHT ngành ĐTGD, với xác định phân linh kiện điện tử chủ yếu sẽ được nhập khẩu, còn các linh kiện nhựa và kim loại được sản xuất trong nước. Chương trình có 3 giai đoạn: (1) Phát triển các doanh nghiệp sản xuất linh kiện kim loại và linh kiện nhựa cho ngành ĐTGD; (2) Đổi mới máy móc công nghệ, cung ứng sản phẩm cho các ngành khác và theo chiều sâu; (3) Phát triển các linh kiện nhựa và kim loại giá trị cao, phát triển linh kiện điện tử.

- Đề xuất điều chỉnh quy hoạch phát triển CNHT: (1) *Xác định lại các ngành cung ứng trong phát triển CNHT*, bao gồm quy hoạch cung ứng các linh kiện kim loại, các linh kiện nhựa và cao su, các linh kiện điện và điện tử; (2) *Điều chỉnh khái niệm CNHT* với giới hạn trong 2 khâu sản xuất: linh phụ kiện và lắp ráp phụ; (3) *Xác định lĩnh vực ưu tiên trong phát triển CNHT*: cung ứng các linh kiện kim loại; (4) *Chương trình hành động quốc gia về CNHT với 3 giai đoạn*, 2010-2015: xây dựng thể chế và năng lực, 2015-2020: xây dựng năng lực cung ứng nội địa, 2020-2025: xây dựng năng lực cung ứng quốc tế.

- Chính sách khuyến khích phát triển CNHT: (1) Thành lập cơ quan đầu mối quản lý nhà nước về CNHT; (2) Xây dựng các chính sách khuyến khích phát triển CNHT: thể chế hoá các quy định về cơ chế hợp đồng, xây dựng các hệ thống chất lượng liên quan đến linh phụ kiện, chính sách ưu đãi doanh nghiệp sản xuất phụ trợ, ưu đãi phát triển hạ tầng cho CNHT, nâng cao nhận thức về sản xuất CNHT.

- Đề xuất hệ thống mô hình phát triển CNHT ở Việt Nam với 3 mô hình: các Khu công nghiệp hỗ trợ dành cho doanh nghiệp FDI, các Cụm liên kết ngành tập trung năng lực cung ứng của Việt Nam và các Vườn ươm doanh nghiệp ươm tạo doanh nghiệp cung ứng cho CNHT quốc gia.

- Giải pháp phát triển ngành CNĐT gồm: thành lập cơ quan quản lý ngành CNĐT, các chính sách phát triển ngành CNĐT như chính sách thuế, chính sách thu hút đầu tư vào ngành CNĐT, xây dựng các khu công nghiệp công nghệ cao chuyên ngành điện tử.

- Các giải pháp thúc đẩy phát triển CNHT ngành ĐTGD với việc thu hút các nguồn lực tài chính, xác định đúng loại hình sản xuất cho ngành ĐTGD, phát triển các ngành công nghiệp chế tạo cơ bản liên quan, đánh giá và phát huy tối đa lợi thế

so sánh quốc gia đối với ĐTGD, phát triển nguồn nhân lực đặc thù cho ĐTGD và phát triển nhanh các dịch vụ phát triển kinh doanh.

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Qua hai mươi năm *đổi mới*, công nghiệp Việt Nam đã có những bước phát triển mạnh mẽ, góp phần quan trọng đưa nền kinh tế đạt được tốc độ tăng trưởng nhanh. Tuy vậy, với các ngành công nghiệp hỗ trợ yếu kém, chậm phát triển, nền kinh tế đang gặp phải những vướng mắc không thể giải quyết trong ngắn hạn.

Theo Hiệp hội Doanh nghiệp điện tử Việt Nam, qua các chuyên gia Nhật Bản, CNHT đã đến với ngành điện tử đầu tiên, sớm nhất so với các ngành công nghiệp khác, từ những năm đầu *đổi mới*, khi Việt Nam chuẩn bị bắt tay vào phát triển CNĐT. Tuy nhiên, Việt Nam đã không nắm lấy cơ hội và thời khắc đó để hướng vào cung ứng linh kiện điện tử, mà đã thu hút vào sản xuất lắp ráp CNĐT như đã làm. Hai mươi năm đã trôi qua, quy hoạch phát triển CNHT Việt Nam, với sự giúp đỡ cao của các chuyên gia Nhật Bản, đã được Chính phủ phê duyệt năm 2007, nhưng các ngành CNHT, các doanh nghiệp cung ứng vẫn đang phát triển hết sức tự phát. Đã đến lúc cần có những bước đi mạnh dạn và thiết thực hơn nữa, để CNHT có thể phát triển, tạo dựng được nền móng bền vững cho các ngành công nghiệp của Việt Nam. Nghiên cứu này đã đánh giá các vấn đề liên quan đến CNHT, CNHT ngành ĐTGD và có một số kết luận như sau:

1. Khái niệm CNHT của Việt Nam quá rộng nhưng lại không đầy đủ. Thuật ngữ CNHT chỉ một số ngành cung ứng các nhóm linh kiện cho các ngành công nghiệp chế tạo tương đồng nhau, trong khi CNHT ở Việt Nam được xác định chỉ trong nội vi một ngành hạ nguồn, lại gồm toàn bộ chuỗi giá trị. Khái niệm này mở rộng phạm vi các ngành cung ứng, làm phân tán nguồn lực; đồng thời bỏ sót ngành cung ứng, như CNHT ngành điện tử gia dụng thiếu hẳn nhóm linh kiện nhựa.

2. Việt Nam xây dựng Quy hoạch CNHT mà không xác định rõ quan điểm phát triển. Tác giả khẳng định, quan điểm phát triển CNHT hợp lý nhất cho Việt

Nam là dựa trên mạng lưới của “lý thuyết trò chơi”, với vai trò tích cực của các tập đoàn đa quốc gia và các nhà cung ứng quốc tế.

3. Phân tích quy trình sản xuất các sản phẩm điện tử, tác giả đã tìm ra phạm vi CNHT của một ngành công nghiệp chế tạo, như ngành ĐTGD, bao gồm quá trình sản xuất 3 nhóm sản phẩm chính: linh kiện điện và điện tử, linh kiện kim loại, linh kiện nhựa và cao su.

4. Khảo sát của tác giả cho thấy lý do yếu kém và triển vọng phát triển của CNHT Việt Nam, các phát hiện mới: (1) Việt Nam hoàn toàn không thu hút đầu tư từ các nhà cung ứng nước ngoài - hầu hết là các doanh nghiệp quy mô nhỏ và vừa vào sản xuất CNHT, mà chỉ tập trung thu hút đầu tư từ tập đoàn lớn, vì thế không tạo ra các lớp cung ứng cho các TĐĐQG. (2) Doanh nghiệp nội địa hiện nay khó cung ứng trực tiếp cho TĐĐQG, nên chuyển sang cung ứng cho doanh nghiệp có vốn FDI ở các lớp cung ứng. (3) CNHT xe máy ở Việt Nam đã hình thành, cần hướng các doanh nghiệp này đến việc cung ứng tổng hợp cho nhiều ngành công nghiệp chế tạo khác nhau như xe máy, điện tử, ô tô, chế tạo máy móc.

5. Với kết luận này, tác giả đã đề xuất định hướng phát triển CNHT ngành ĐTGD với 3 điểm chính: (1) Tập trung thu hút FDI vào sản xuất CNHT ngành ĐTGD tại Việt Nam; (2) Doanh nghiệp Việt Nam nên hướng đến cung ứng đa ngành cho các nhà sản xuất phụ trợ trong mạng lưới sản xuất, thay vì cung ứng cho TĐĐQG như hiện nay; (3) Phát triển CNHT ngành ĐTGD ở Việt Nam nên tập trung vào linh kiện nhựa và kim loại. Trên cơ sở này, đề xuất chương trình phát triển CNHT ngành ĐTGD, với xác định phân linh kiện điện tử chủ yếu sẽ được nhập khẩu, còn các linh kiện nhựa và kim loại được sản xuất trong nước.

6. Luận án đề xuất điều chỉnh quy hoạch phát triển CNHT, với các nội dung chính: (1) Xác định lại các ngành cung ứng trong phát triển CNHT, bao gồm quy hoạch cung ứng các linh kiện kim loại, các linh kiện nhựa và cao su, các linh kiện điện và điện tử; (2) Giới hạn khái niệm CNHT trong 2 khâu sản xuất linh phụ kiện và lắp ráp phụ; (3) Xác định lĩnh vực ưu tiên trong phát triển CNHT; (4) Chương

trình hành động quốc gia về CNHT với 3 giai đoạn: xây dựng thể chế, xây dựng năng lực cung ứng nội địa, xây dựng năng lực cung ứng quốc tế.

7. Các chính sách khuyến khích phát triển CNHT cần khẩn trương hoạch định: (1) Thành lập cơ quan đầu mối quản lý nhà nước về CNHT; (2) Thể chế hoá các quy định về cơ chế hợp đồng, xây dựng các hệ thống chất lượng liên quan đến linh phụ kiện, chính sách ưu đãi doanh nghiệp sản xuất phụ trợ, ưu đãi phát triển hạ tầng cho CNHT, nâng cao nhận thức về sản xuất CNHT. Đặc biệt, (3) Phát triển hệ thống 3 mô hình: các Khu CNHT dành cho doanh nghiệp FDI, các Cụm liên kết ngành tập trung năng lực cung ứng của Việt Nam và các Vườn ươm doanh nghiệp ươm tạo doanh nghiệp cung ứng cho CNHT.

Tên luận án là phát triển CNHT cho ngành DTGD, nhưng do đặc tính của CNHT vốn không chỉ nằm trong nội vi ngành hạ nguồn, kết quả nghiên cứu này có thể áp dụng cho hầu hết các ngành công nghiệp chế tạo liên quan, trong hoạch định chính sách phát triển CNHT, cho các tổ chức hỗ trợ phát triển doanh nghiệp và cho chính doanh nghiệp sản xuất.

8. Vấn đề nghiên cứu đặt ra tiếp theo sau khi thực hiện luận án này: cần có nghiên cứu sâu về danh mục các sản phẩm CNHT thuộc 3 nhóm linh kiện, theo thứ tự các lớp cung ứng. Trên cơ sở lợi thế của Việt Nam, lên danh sách lĩnh vực và sản phẩm ưu tiên cụ thể ở từng nhóm. Việc công bố danh mục này sẽ quyết định doanh nghiệp sản xuất nào thuộc lĩnh vực CNHT, để được hưởng các ưu đãi từ các chính sách phát triển CNHT của Chính phủ.

Dù đã có những đánh giá khá cẩn trọng, nhưng do hạn chế về năng lực cũng như việc tiếp cận các nguồn thông tin, các kết luận của luận án khó tránh khỏi các thiếu sót mang tính chủ quan hoặc chưa thật sự đại diện, tác giả rất mong nhận được các ý kiến góp ý để có thể hoàn thiện nghiên cứu một cách tốt nhất.

DANH MỤC CÔNG TRÌNH LIÊN QUAN CỦA TÁC GIẢ

1. “Một số kết quả từ cuộc khảo sát về chính sách công nghiệp Việt Nam”, *Kỷ yếu Hội thảo chính sách công nghiệp Việt Nam trong bối cảnh hội nhập*, Viện Nghiên cứu Chiến lược Chính sách Công nghiệp, 2007.
2. *Nghiên cứu đề xuất các giải pháp phát triển công nghiệp phụ trợ Việt Nam thông qua nâng cao hiệu quả của liên kết kinh doanh giữa doanh nghiệp vừa và nhỏ*. Chủ nhiệm đề tài, Đề tài nghiên cứu cấp Bộ. Bộ Công nghiệp, 2007.
3. “Kết nối công nghiệp thương mại trong bối cảnh toàn cầu hoá”, *Tạp chí Công nghiệp*, 9(1), 29-31, 2007.
4. *Nghiên cứu đề xuất xây dựng mô hình Cụm liên kết công nghiệp (industrial cluster) để phát triển công nghiệp phụ trợ Việt Nam*. Chủ nhiệm đề tài, Đề tài nghiên cứu cấp Bộ. Bộ Công Thương, 2008.
5. “Factors of Agglomeration in Vietnam and Recommendations”, in *Analyses of Industrial Agglomeration, Production networks and FDI Promotion*, ERIA Research Project Report 2007, Vol. 3, 155-190, 2008.
6. “Công nghiệp hỗ trợ Việt Nam, nên mở rộng hay thu hẹp?”, *Tạp chí Công nghiệp*, 9(2), 11-12, 2009.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

(i) Tiếng Việt

1. ADB (2007), *Triển vọng phát triển Châu Á: Việt Nam*. Hà Nội.
2. Nguyễn Hoàng Ánh (2008), *Nghiên cứu chuỗi giá trị toàn cầu và khả năng tham gia của các doanh nghiệp ngành điện tử Việt Nam* (Đề tài nghiên cứu cấp Bộ). Bộ Giáo dục và Đào tạo, Đại học Ngoại thương.
3. Vũ Thành Tự Anh (2006), “Vai trò của doanh nghiệp dân doanh vừa và nhỏ”, *Thời Báo kinh tế Sài Gòn*, (10), 7-9.
4. Bộ Bưu Chính Viễn Thông (2007), *Kế hoạch tổng thể phát triển Công nghiệp điện tử Việt Nam đến năm 2010, tầm nhìn 2020*, Hà nội.
5. Bộ Công nghiệp (2007a), *Báo cáo tình hình phát triển công nghiệp Việt nam 2006*, Hà Nội.
6. Bộ Công nghiệp (2007b), *Quy hoạch tổng thể phát triển các ngành CNHT Việt Nam đến 2010, tầm nhìn đến 2020*, Hà nội.
7. Bộ Công Thương (2008a), *Báo cáo tình hình công nghiệp thương mại 2007*, Hà Nội.
8. Bộ Công Thương (2008b), *Báo cáo tóm tắt chiến lược Công nghiệp Việt Nam đến 2020*, Hà nội.
9. Brandenburger, Nalebuff (2007), *Lý thuyết trò chơi trong kinh doanh (Co-Opetition, 2006)*. NXB Tri Thức, Hà Nội.
10. Trương Chí Bình (2006), *Nghiên cứu đề xuất các giải pháp phát triển công nghiệp phụ trợ Việt Nam thông qua nâng cao hiệu quả của liên kết kinh doanh giữa doanh nghiệp vừa và nhỏ* (Đề tài nghiên cứu cấp Bộ). Bộ Công nghiệp.
11. Trương Chí Bình (2007a), “Kết nối công nghiệp thương mại trong bối cảnh toàn cầu hoá”, *Tạp chí Công nghiệp*, 9(1), 29-31.
12. Trương Chí Bình (2007b), *Nghiên cứu đề xuất xây dựng mô hình Cụm liên kết công nghiệp (industrial cluster) để phát triển công nghiệp phụ trợ Việt Nam*. (Đề tài nghiên cứu cấp Bộ). Bộ Công Thương.
13. Carlier A., Trần Thanh Sơn (2005), *Thúc đẩy quan hệ hợp đồng giữa các doanh nghiệp ở VN*. Ngân hàng thế giới, Hà Nội.
14. ERIA (2008), *Thiết kế lộ trình hướng tới Hội nhập kinh tế Đông Á*, ERIA, Hà nội.

15. Ichikawa K. (2003), *Báo cáo về tình hình điều tra xây dựng và phát triển ngành CNHT tại Việt Nam*, JETRO.
16. Kenichi K. (2005), *Mô hình hỗ trợ liên kết cho DN của Nhật Bản*. Bộ KHĐT.
17. Mitarai H. (2005), “Các vấn đề trong ngành công nghiệp điện tử của các nước Asean và bài học rút ra cho Việt Nam”, trong *Hoàn thiện chiến lược phát triển công nghiệp Việt nam*, Ohno K. và Nguyễn Văn Thường (chủ biên), NXB Lý luận chính trị, Hà Nội.
18. Mori J. (2005a), “Chiến lược mua sắm tối ưu: Các yếu tố quyết định tỷ lệ nội địa hoá trong bối cảnh cạnh tranh và liên kết khu vực”, trong *Hoàn thiện chiến lược phát triển công nghiệp Việt nam*, Ohno K. và Nguyễn Văn Thường (chủ biên), NXB Lý luận chính trị, Hà Nội.
19. Mori J. (2007), “Thiết kế cơ sở dữ liệu cho CNHT”, trong *Xây dựng Công nghiệp hỗ trợ tại Việt Nam*, Ohno K. (Chủ biên), VDF-GRIPS.
20. Mori J. và Nguyễn Thị Xuân Thuý (2008), “Phát triển nguồn nhân lực công nghiệp phục vụ công nghiệp hoá định hướng FDI ở Việt Nam”, trong *Vietnam as an Emerging Industrial Country: Policy Scope toward 2020*, Ohno K. (Chủ biên), VDF.
21. OECD (2008), *Tăng cường vai trò của các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong chuỗi giá trị toàn cầu*, Hội thảo toàn cầu của OECD về chuỗi giá trị.
22. Ohkawa K. và Kohama H. (2004), *Kinh nghiệm công nghiệp hoá của Nhật bản và sự thích dụng của nó đối với các nền kinh tế đang phát triển*. NXB khoa học-xã hội, Hà nội.
23. Ohno K. (2004), *Các ngành công nghiệp hỗ trợ, một vài điểm phân tích và cân nhắc*, VDF & GRIPS.
24. Ohno K. (2006), *Hoạch định chính sách công nghiệp ở Thailand, Malaysia và Nhật bản*. NXB Lao động Xã hội. Hà Nội.
25. Ohno K. và Nguyễn Văn Thường chủ biên (2005), *Hoàn thiện chiến lược phát triển công nghiệp Việt nam*, NXB Lý luận chính trị, Hà Nội.
26. Schelling T. (2007), *Chiến lược xung đột*, NXB Trẻ, TP Hồ Chí Minh.
27. Sở Công Thương Đồng Nai (2007), *Báo cáo tình hình sản xuất công nghiệp năm 2007, phương hướng, mục tiêu và nhiệm vụ năm 2008*. Biên Hoà.
28. Stiglitz J. E. (2002), *Suy ngẫm lại sự thần kỳ Đông Á*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
29. Stiglitz J. E. (2008), *Toàn cầu hoá và những mặt trái*, NXB Trẻ, TP Hồ Chí Minh.

30. Trương Bá Thanh (2005), *Ứng dụng phương pháp cân bằng tổng thể trong phân tích mối quan hệ tương hỗ giữa ngành công nghiệp chính yếu và các ngành công nghiệp phụ trợ*, Bài trình bày tại Hội thảo phát triển công nghiệp phụ trợ tại Đại học Đà Nẵng.
31. Nguyễn Kế Tuấn (2004), “Phát triển công nghiệp phụ trợ trong chiến lược phát triển công nghiệp Việt Nam”, *Tạp chí Kinh tế và phát triển*, (85), 33-37.
32. Nguyễn Kế Tuấn (chủ biên) (2008), *Kinh tế Việt nam năm 2008-Một số vấn đề về điều hành kinh tế vĩ mô*. NXB Đại học Kinh tế quốc dân. Hà Nội. Tr.14-24 và tr.123-135.
33. Nguyễn Thị Xuân Thuý (2007), “Công nghiệp hỗ trợ, tổng quan về các khái niệm”, trong *Xây dựng Công nghiệp hỗ trợ tại Việt Nam*, Ohno K. (Chủ biên), VDF-GRIPS.
34. Nguyễn Văn Thường và Nguyễn Kế Tuấn (chủ biên) (2007), *Kinh tế Việt nam năm 2007-Năm đầu tiên trở thành thành viên tổ chức Thương mại Thế giới*. NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Hà nội.
35. Tổng Công ty Điện tử tin học Việt Nam (2006), *Báo cáo tổng kết năm 2005*. Hà Nội.
36. Tổng cục thống kê (2006), *Công nghiệp Việt Nam 20 năm đổi mới và phát triển*, Hà Nội.
37. Tổng cục thống kê (2006), *Xuất nhập khẩu hàng hoá Việt Nam 20 năm đổi mới (1986-2005)*, Hà Nội.
38. Tổng cục Thống kê (2007), *Niên giám Thống kê 2006*, Hà Nội.
39. Tổng cục Thống kê (2008), *Niên giám Thống kê 2007*, Hà Nội.
40. Tổng cục Thống kê (2009), *Niên giám Thống kê 2008*, Hà Nội.
41. Phan Đăng Tuất (2005), *Trở thành nhà cung cấp cho các doanh nghiệp Nhật Bản – Con đường nào cho các DN Việt Nam*. Bài trình bày tại Hội thảo về CNHT do JETRO tổ chức 25/11/2005.
42. Phan Đăng Tuất (2008), *Kế hoạch hành động về phát triển CNHT*. Bài trình bày tại diễn đàn Liên kết Hội nhập cùng phát triển, VCCI, 18/11/2008.
43. Phan Đăng Tuất (2009a), “CNHT-Vấn đề trọng đại”, *Báo Công Thương*, (6-9), 5-6.
44. Phan Đăng Tuất, (2009b), *Phát triển Vườn ươm doanh nghiệp công nghệ trên địa bàn thành phố Hà Nội*, UBNDTP Hà Nội (Đề tài cấp thành phố). Hà Nội.
45. Trần Văn Thọ (2005), *Biến động kinh tế Đông Á và con đường Công nghiệp hoá ở Việt Nam*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.

46. Trần Văn Thọ (2006), “Công nghiệp hoá Việt Nam trong trào lưu khu vực ở Đông Á”, *Thời báo kinh tế Sài gòn*, (34), 35-37.
47. VDF (2007), “Công nghiệp hỗ trợ Việt Nam dưới góc nhìn của các nhà sản xuất Nhật Bản”, trong *Xây dựng Công nghiệp hỗ trợ tại Việt Nam*, Ohno K. (Chủ biên), VDF-GRIPS.
48. Viện Nghiên cứu Chiến lược Chính sách Công nghiệp (2007), *Tài liệu hội thảo Chính sách Công nghiệp Việt Nam trong bối cảnh hội nhập*, Hà Nội.
49. WB (2005), *Thực thi Hợp đồng: những phát hiện qua Báo cáo về hoạt động kinh doanh 2005 ở một số quốc gia châu Á*, Hà Nội.
50. Winter A. L. và Yusuf S. chủ biên (2008), *Vũ điệu với người khổng lồ - Trung Quốc, Ấn Độ và Nền kinh tế toàn cầu*, WB.

(ii) Tiếng Anh

51. Abonyi G. (2007), *Linking greater Mekong subregion Enterprises to international Market. The role of global value chains, International production networks*, New York.
52. Acemoglu, D., Antras, P., and Helpman, E. (2007), “Contracts and Technology Adoption”, *American Economic Review*, 97(3), 916-943.
53. Aghion, P., Burgess, R., Redding, S. J., and Zilibotti, F. (2008), “The Unequal Effects of Liberalization: Evidence from Dismantling the License Raj in India”, *American Economic Review*, 98(4), 1397–1412.
54. Alfaro L. and Rodriguez-Clare A. (2003), *Multinationals and Linkages: an empirical investigation*.
55. APO (2002), *Strengthening of Supporting Industries: Asian Experiences*. Tokyo.
56. Baldwin H. (2006), “How Foxconn surpassed Flextronics”, *Reed Business Information New York*, 7(3), 15-24.
57. Bloom N. and J. van Reenen (2007), “Measuring and explaining management practices across firms and countries”, *Quarterly Journal of Economics*, 122(4), 1351-1408.
58. Breslin S. (2005), “Power and Production: Rethinking China’s Global Economic Role”, *Review of International Studies*, 8(2), 34-46.
59. Truong Chi Binh (2008), “Factors of Agglomeration in Vietnam and Recommendations”, in *Analyses of Industrial Agglomeration, Production*

- networks and FDI Promotion*, edited by Ariff M., ERIA Research project report 2007, Vol. 3, 155-190.
60. Ceglie, G and Marco, D. (2002), *Cluster and network development in developing country*, London.
 61. Costinot, A. (2009), "On the Origin of Comparative Advantage", *Journal of International Economics*, Vol. 77, 255-264.
 62. Dapice D. (2004), "Celebration and Reflection: Vietnam's economy enters a new era", *Fullbright Economics Teaching Programm (FETP) research paper*, Hochiminh city.
 63. Doeringer and Terkla (1995), "Business Stratergy and Cross-Industry Clusters", *Economic Development Quarterly*, 9(3), 225-237.
 64. Eaton, J., Kortum, S., and Kramarz, F. (2004), "Dissecting Trade: Firms, Industries, and Export Destinations", *American Economic Review, Papers and Proceedings*, Vol. 94, 150-154.
 65. Ernst D. (2004), "Global production network in East Asia's Electronics Industry and Upgrading prospects in Malaysia", in Yusuf, Shasid, Altaf, Anjum M and Nabesgima (Eds) *Global Production Networking and Technological Change in East Asia*, WB, Washington DC.
 66. Fujita M. (2007), *Regional Intergration in East Asia from the viewpoint of spatial economics*.
 67. Fujita, M., Krugman, P., and Venables, A. (1999), *The Spatial Economy*, MIT Press.
 68. Gulati M. and Sarkar T. (2004), *Guide Book on development of Industrial Cluster*, Newstech Publishing Inc.
 69. Gill, I. and Kharas, H. (2007), *An East Asian Renaissance: Ideas for Economic Growth*, World Bank, Washington D.C.
 70. JBIC (2004), *Survey report on overseas business operations by Japanese manufacturing companies*, Tokyo.
 71. JETRO (2003), *Japanese-Affiliated Manufactures in Asia*, Bangkok.
 72. JETRO (2008), *The best Vietnamese companies in Southern Vietnam*, Hochiminh city.
 73. Jones, R. W., and Kierzkowski, H. (2005) "International Fragmentation and the New Economic Geography," *The North American Journal of Economics and Finance*, 16(1), 1-10.

74. Kenedy, Scholtes R. M., Casper (2000), *Business development services, a review of international experience*, London.
75. Kimura F. (2006), “International Production and Distribution Networks in East Asia: Eighteen Facts, Mechanics, and Policy Implications”, *Asian Economic Policy Review*, Vol. 1, 326-344.
76. Kimura F. (2009), “The Spatial Structure of Production/Distribution Networks and Its Implication for Technology Transfers and Spillovers,” *ERIA Discussion Paper*, No. 2009-02.
77. Kimura F. (2008), “The Mechanics of Production Networks in Southeast Asia: The Fragmentations Theory Approach,” in Ikuo Kuroiwa and Toh Mun Heng (eds.) *Production Networks and Industrial Clusters: Integrating Economies in Southeast Asia*, IDE-JETRO and ISEAS, 33-53.
78. Krugman P. (1991), *Geography and Trades*, Cambridge, MA: MIT Press.
79. Kunichi A. (2007), “Agglomeration of exporting firms in industrial zones in Northern Vietnam: Players and Institutions” in *Industrial Agglomeration and New Technologies: a global perspectives*, edited by Tsuji, Giovannetti and Kagami.
80. Kunichi A. and Tsuji M. (2008), *The Flowchart Approach to Industrial Cluster Policy*, IDE-JETRO, Tokyo.
81. Laurids (2006), *Policies and institutions of industrial deepening and upgrading in Thailand II – The supporting industry with particular emphasis on the downstream plastic parts and mould industries*, Working paper No 9, Roskilde University.
82. Lee G. B. (1998), *Linkage between the Multinational Corporations and Local Supporting Industries*, Penang.
83. Lin P. and Saggi K (2005), “Multinational firms, exclusivity and the degree of backward linkage”, *Deutsche Bundesbank Discussion Paper Series*, (10), Frankfurt.
84. Marshall (1890), *Principles of Economics: an introductory volume*.
85. Meyer J. S. (2003), *Participatory Appraisal of Competitive Advandtage*. New york.
86. MITI (1985), *White paper on Industry and Trade*.
87. Monhanty S. K. (2006), *Fundamentals of Enterpreneuship*, New Dehli.
88. Mori J. (2005b), *Development of Supporting Industries for Vietnam’s Industrialization: Increasing positive vertical externalities though collaboration training*, Master thesis, Fletcher School, Tufts University.

89. Nieman G, Hough J and Niewenhuizen C (2003), *Entrepreneurship, a South African Perspective*, Van Schaik publisher.
90. Noor, Halim, Clarke, Roger, Driffield and Nigel (2002), "MNCs and technological effort by local firm: a case study of the Malaysian Electronics and Electrical Industry", *The Journal of Development Studies*, 38(6), 22-58.
91. Ohno K. and Fujimoto T. (2006), *Industrialization of Developing countries: Analyses by Japanese Economies*, GRIPS, Tokyo.
92. Pin and Saggi K (2005), "Multinational Firms and Backward Linkage: a critical survey and a simple model", in Moran T. H., Graham E. M. and Blomstrom M. (Eds) *Does Foreign Direct Investment Promote development?*, WB, Washington DC.
93. Porter M. (1990), *The competitive advantage of nations*, New York: free press.
94. Porter M. (2002), *Competitiveness and the role of regions*, Texas.
95. Porter M. E. (2000), "Location, competition and economic development: local cluster in a global economy", *Economic development quarterly*, 14(1), 15-34.
96. Rosenfeld, Stuart A. (1997), "Bringing Business Clusters into the Mainstream of Economic Development", *European Planning Studies*, 5(1), 3-23.
97. Saxton J. (2005), *Overview of the Chinese Economy*, US Congress.
98. Schumpeter J. A. (1934), *The Theory of Economics Development*, London, Oxford University.
99. Small and Medium Enterprise Agency (2009), *Japan's Policy for Small and Medium Enterprises*, Tokyo.
100. Tomecko, J (2000), "Using market-led tool in design of BDS interventions in Nepal", *Small Enterprises Development*, 11(3), 47-57.
101. Tsuji M. (2007), *Industrial Agglomeration and new Technologies, A Global Perspective*. Tokyo.
102. Tybout J. R., "Manufacturing Firms in Developing Countries: How well do they do and why?", *Journal of Economics Literature*, Pittsburg, 38(1), 23-54.
103. Tran Van Tho (2004), *Research on strategy on promote supporting industries in ASEAN countries and the role of Japan – from experiences of Thailand to practice of Vietnam*, Foreign Direct Investment and development of supporting industries in Vietnam, Proceedings International Symposium, Danang, Vietnam.

104. UNIDO (2000), *Development of clusters and networks of SMEs*, the UNIDO program.
105. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2000), “Enhancing the competitiveness of SMEs through linkage”, *UNCTAD background paper*, Geneva.
106. US Department of Energy (2004), *Supporting industries - Industry for future*, Fiscal year annual report. Washington DC.
107. WB in Vietnam (2006), *Infrastructure Strategy. Cross-sectoral Issues*. Hanoi.
108. www.vcci.com.vn → www.vcci.com.ViệtNam/vcci/nhandinh_binhluan/thitruong_quote
109. www.vnexpress.net → <http://www.vnexpress.net/GL/Kinh-doanh/2008/12/3/BA09C61/>

PHẦN PHỤ LỤC

Phụ lục 1: Phiếu hỏi 1: Dành cho doanh nghiệp sản xuất thành phẩm

Tên doanh nghiệp			
Tên người trả lời	Chức vụ:		
Địa chỉ			
Số điện thoại		Số Fax:	Email:
Số lượng lao động		Gián tiếp:	Trực tiếp:
Năm bắt đầu kinh doanh (ở Việt Nam):			

1. Xin cho biết tên các sản phẩm chủ yếu của doanh nghiệp (năm 2007 hoặc 2008):

Tên sản phẩm	chiếm % trên doanh thu
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

2. Xin cho biết số lượng hoặc tỷ lệ % các nhà cung cấp phụ trợ (nguyên vật liệu, linh kiện...) của doanh nghiệp năm 2007 hoặc 2008:

Loại doanh nghiệp cung cấp phụ trợ	Nguyên vật liệu đầu vào	Linh kiện kim loại	Linh kiện điện, điện tử	Linh kiện nhựa	Bao bì, xốp, thùng carton...	Phụ trợ khác:
DN có vốn đầu tư nước ngoài						
DN Việt Nam						

3. Thời gian các nhà cung cấp phụ trợ đã làm việc với quý vị:

DN phụ trợ lâu nhất: năm

DN phụ trợ mới nhất: năm

Thời gian trung bình: năm

4. Quý doanh nghiệp gặp các khó khăn gì khi tìm kiếm phụ trợ nội địa ở Việt Nam

.....

5. Khi tìm kiếm lựa chọn các nhà cung cấp phụ trợ Việt Nam, hình thức nào mà quý DN thấy hiệu quả (hãy chọn theo mức độ):

<i>Hình thức</i>	<i>Hiệu quả tốt nhất</i>	<i>Đôi khi tìm được</i>	<i>Hầu như không</i>
Tự đi tìm, tìm qua internet, danh bạ điện thoại...			
Qua hiệp hội doanh nghiệp ngành hàng, địa phương			
Hội chợ, triển lãm, xúc tiến thương mại...			
Qua các công ty khác giới thiệu			
Các quan hệ có sẵn từ lâu			
Các doanh nghiệp phụ trợ tự đến giới thiệu về họ			
Hình thức khác:			

6. Khi lựa chọn các nhà cung cấp phụ trợ Việt Nam, các yếu tố sau có tầm quan trọng như thế nào (hãy chọn theo mức độ):

Các yếu tố	Rất quan trọng	Quan trọng	Không cần thiết lắm
Chất lượng sản phẩm			
Chất lượng SP đồng nhất ở các lô hàng			
Năng lực (quy mô) sản xuất			
Năng lực tự thiết kế, đổi mới			
Giao hàng đúng hạn			
Giá cả hợp lý			
Các tiêu chuẩn quản lý SX, môi trường...			
Trình độ của người điều hành			
Quan hệ hợp tác lâu dài			
Yếu tố khác			

7. Quý doanh nghiệp trợ giúp các nhà cung ứng phụ trợ như thế nào?

Trợ giúp	Thường xuyên	Đôi khi	Hầu như không
Cử cán bộ kỹ thuật hướng dẫn, giám sát			
Đào tạo công nhân cho DN phụ trợ			
Cung cấp/cho mượn máy móc, thiết bị			
Hỗ trợ vốn đầu tư			
Hỗ trợ thiết kế, mẫu mã, khuôn...			
Hỗ trợ thông tin			
Giới thiệu bạn hàng, nhà cung cấp nguyên liệu thô			
Yếu tố khác			

8. Quý Doanh nghiệp dự định mở rộng phân cung ứng nội địa như thế nào?

Số lượng/tỷ lệ % doanh nghiệp	Nguyên vật liệu đầu vào	Linh kiện kim loại	Linh kiện điện, điện tử	Linh kiện nhựa	Bao bì, xốp, thùng	Phụ trợ khác:

					carton...	
Dự kiến đến 2010	%	%	%	%	%	%

9. Theo ý kiến của quý vị, để năng lực của các DN phụ trợ Việt Nam được gia tăng nhanh chóng, nên làm gì? Hãy khoanh tròn 1 ô ở mỗi dòng, (điểm 5: quan trọng nhất, giảm dần đến điểm 1: không quan trọng chút nào)

Tăng cường thu hút FDI trong lĩnh vực phụ trợ	5	4	3	2	1
Cần có tổ chức trung gian chuyên kết nối các doanh nghiệp phụ trợ và DN lắp ráp	5	4	3	2	1
Xây dựng cơ sở dữ liệu hiệu quả về mỗi ngành	5	4	3	2	1
Tăng cường số lượng, chủng loại DN sản xuất phụ trợ	5	4	3	2	1
Hỗ trợ vốn cho doanh nghiệp để đầu tư và mở rộng sản xuất	5	4	3	2	1
Trợ giúp thông tin cho doanh nghiệp	5	4	3	2	1
Nâng cao trình độ người quản lý doanh nghiệp	5	4	3	2	1
Nâng cao trình độ của công nhân sản xuất	5	4	3	2	1
Nâng cao năng lực thiết kế, đổi mới của doanh nghiệp	5	4	3	2	1

10. Để có được một cơ sở dữ liệu về sản xuất phụ trợ, quý vị có sẵn sàng thường xuyên (1 hoặc 2 lần/năm) cập nhật thông tin về nhu cầu của mình cho đơn vị quản lý cơ sở dữ liệu?

Loại thông tin	Sẵn sàng	Có thể	Không thể
Thông tin chung về doanh nghiệp của quý vị			
Thông tin về các loại linh kiện có nhu cầu phụ trợ			
Cho tiết yêu cầu kỹ thuật, chất lượng, số lượng, thời hạn giao hàng... về các loại linh kiện này			
Về năng lực công nghệ và quy mô sản xuất yêu cầu cho việc sản xuất linh kiện này			
Các tiêu chuẩn và hướng dẫn liên quan đến việc sản xuất/cung ứng các loại linh kiện đó			
Các thông tin khác liên quan đến yêu cầu sản xuất cung ứng			

Xin cảm ơn Quý doanh nghiệp.

Hà Nội, ngày.... Tháng.... Năm 2008

Xác nhận của doanh nghiệp

Phụ lục 2: Phiếu hỏi 2: Dành cho doanh nghiệp sản xuất cung ứng phụ trợ

Tên doanh nghiệp			
Tên người trả lời	Chức vụ:		
Địa chỉ			
Số điện thoại		Số Fax:	Email:
Số lượng lao động		Gián tiếp:	Trực tiếp:
Năm bắt đầu kinh doanh (ở Việt Nam):			

1. Xin cho biết tên các sản phẩm chủ yếu của doanh nghiệp (năm 2007 hoặc 2008):

Tên sản phẩm	chiếm % trên doanh thu
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

2. Quý Doanh nghiệp bắt đầu sản xuất cung ứng phụ trợ cho Doanh nghiệp khác (dưới đây tạm gọi là “nhà thầu chính”) từ năm nào?

Từ năm

DN thầu chính có quan hệ hợp tác lâu nhất: năm

DN thầu chính có quan hệ hợp tác mới nhất:..... năm

Thời gian trung bình:..... năm

3. Quý doanh nghiệp gặp các khó khăn gì về năng lực công nghệ, kỹ thuật khi sản xuất cung ứng phụ trợ cho các nhà thầu chính:

.....

4. Khi tìm kiếm các nhà thầu chính, hình thức nào mà quý DN thấy hiệu quả (hãy chọn theo mức độ):

Hình thức	Hiệu quả tốt nhất	Đôi khi tìm được	Hầu như không
Tự đi tìm, tìm qua internet, danh bạ điện thoại...			
Qua hiệp hội doanh nghiệp ngành hàng, địa phương			

Hội chợ, triển lãm, xúc tiến thương mại...			
Qua các công ty khác giới thiệu			
Các quan hệ có sẵn từ lâu			
Các nhà thầu chính tự tìm đến giới thiệu về họ			
Hình thức khác:			

5. Khi nhà thầu chính lựa chọn nhà cung cấp phụ trợ, các yếu tố sau có tầm quan trọng như thế nào (hãy chọn theo mức độ):

Các yếu tố	Rất quan trọng	Quan trọng	Không cần thiết lắm
Thông tin về DN của quý vị đầy đủ, rõ ràng			
Chất lượng sản phẩm			
Chất lượng SP đồng nhất ở các lô hàng			
Năng lực (quy mô) sản xuất			
Năng lực tự thiết kế, đổi mới			
Giao hàng đúng hạn			
Giá cả hợp lý			
Các tiêu chuẩn quản lý SX, môi trường...			
Trình độ của người điều hành			
Quan hệ hợp tác lâu dài			
Yếu tố khác			

6. Khi sản xuất cung ứng phụ trợ, quý doanh nghiệp được các nhà thầu chính hỗ trợ gì?

Trợ giúp	Thường xuyên	Đôi khi	Hầu như không
Cử cán bộ kỹ thuật hướng dẫn, giám sát			
Đào tạo công nhân cho DN phụ trợ			
Cung cấp/cho mượn máy móc, thiết bị			
Hỗ trợ vốn đầu tư			
Hỗ trợ thiết kế, mẫu mã, khuôn...			
Hỗ trợ thông tin			
Giới thiệu bạn hàng, nhà cung cấp nguyên liệu thô			
Yếu tố khác			

7. Quý Doanh nghiệp dự định mở rộng phần sản xuất phụ trợ như thế nào?

Dự kiến đổi mới đến năm 2010	Theo yêu cầu của khách hàng/thị trường	Có sự hỗ trợ từ phía nhà thầu chính	Hoàn toàn do bản thân doanh nghiệp
Đầu tư dây chuyền, công nghệ mới			
Mở rộng nhà xưởng, công ty			
SX nhiều loại linh kiện, sản phẩm mới			

Chỉ tập trung SX các linh kiện có yêu cầu chất lượng và tính chính xác cao			
Liên kết với các DN phụ trợ khác			
Nâng cao năng lực thiết kế, chế tạo			
Nâng cao năng lực quản lý điều hành			
Nâng cao năng lực công nhân sản xuất			
Thay đổi nguồn cung cấp nguyên vật liệu			
Tìm khách hàng-các nhà thầu chính mới			

8. Để có được một cơ sở dữ liệu về các DN phụ trợ Việt Nam, quý vị có sẵn sàng thường xuyên (1 hoặc 2 lần/năm) cập nhật thông tin về năng lực SX của mình cho đơn vị quản lý cơ sở dữ liệu? Thông tin được bảo mật và chỉ để cung cấp cho khách hàng, bạn hàng.

Loại thông tin	Sẵn sàng	Có thể	Không thể
Thông tin chung về doanh nghiệp			
Thông tin về các loại linh kiện có thể sản xuất			
Về năng lực công nghệ và quy mô sản xuất			
Về trang bị thiết bị, máy móc			
Trình độ thiết kế, chế tạo, nghiên cứu... của DN			
Năng lực tổ chức, quản lý sản xuất			
Năng lực và mong muốn hợp tác với các DN phụ trợ khác			

Ý kiến thêm của Quý doanh nghiệp về vấn đề này:.....

Xin cảm ơn Quý doanh nghiệp.

Hà Nội, ngày.... Tháng.... Năm 2008
 Xác nhận của doanh nghiệp

Phụ lục 3: Sản xuất Module và Tích hợp

GS. Takahiro Fujimoto, đại học Tokyo đưa ra lý thuyết cấu trúc kinh doanh nhằm giải thích sự khác biệt giữa các ngành sản xuất ở Nhật Bản, Trung Quốc, Hoa Kỳ, Hàn Quốc, Đài Loan và các nước ASEAN.

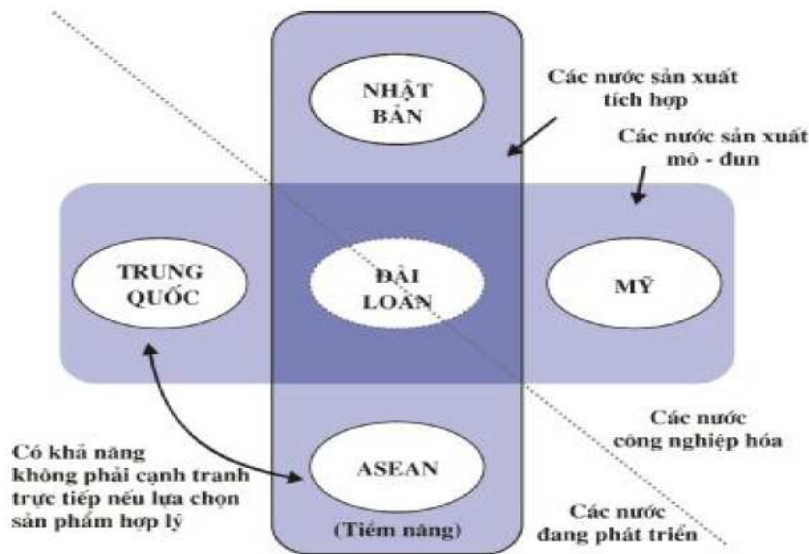
Trong cấu trúc module, cách thức liên kết giữa các bộ phận được tiêu chuẩn hoá để tạo ra sự liên kết dễ dàng. Ví dụ, máy tính cá nhân để bàn là một loại sản phẩm đặc trưng của sản xuất theo cấu trúc modul, trong đó các bộ phận của nó có thể dễ dàng mua khắp thế giới để lắp ráp lại với nhau.

Ngược lại, trong cấu trúc tích hợp, sự liên kết hết sức phức tạp, và việc cải tiến sản xuất phải trải qua nhiều thử nghiệm cũng như thất bại. Ví dụ ô tô phải được sản xuất theo cấu trúc tích hợp nếu muốn đạt được đa mục tiêu như hoạt động tốt, tiện lợi, tiết kiệm nhiên liệu, an toàn... Nói chung, cấu trúc modul phù hợp với việc sản xuất nhanh với chi phí thấp, trong khi cấu trúc tích hợp lại theo đuổi chất lượng ngày cao hơn nữa trong một thời gian dài.

	Sản xuất module	Sản xuất tích hợp
Đặc điểm chung của linh kiện	Linh kiện phổ biến và có thể dùng cho mọi mẫu sản phẩm	Mỗi sản phẩm có linh kiện riêng, được thiết kế riêng biệt
Thuận lợi	Kết quả nhanh và linh hoạt	Không ngừng theo đuổi mục tiêu chất lượng
Bất lợi	Không có dị biệt hoá, quá nhiều DN tham gia, lợi nhuận thấp, thiếu nghiên cứu phát triển	Tốn nhiều thời gian, công sức để đạt được kết quả
Yêu cầu về tổ chức	Cởi mở, ra quyết định nhanh, linh hoạt trong lựa chọn nguồn cung cấp linh kiện	Có các mối quan hệ lâu dài, tích lũy được kỹ năng và kiến thức riêng

Sự tương thích giữa sản phẩm và cấu trúc kinh doanh có tính động; sự tiến hoá của nó phụ thuộc vào chiến lược kinh doanh của mỗi doanh nghiệp hoặc mỗi nước, tiến bộ công nghệ, và sở thích người tiêu dùng. Bên cạnh đó, cấu trúc kinh doanh thường có nhiều tầng, ví dụ modul hoá có thể thực hiện ở giai đoạn lắp ráp cuối cùng, trong khi tích hợp lại có thể chuyên về hợp phần.

Nhật Bản là nước có nền sản xuất theo cấu trúc tích hợp nên rất coi trọng việc vận hành nhà máy và liên kết sản phẩm có hiệu quả. Ngược lại Hoa Kỳ lại nổi bật với nền sản xuất theo module và thực hiện tốt việc phân đoạn chuỗi cung cấp của một sản phẩm thành các phần phù hợp, chuẩn hoá chúng và tạo lợi nhuận nhờ những cải tiến trong việc kết hợp các thành phần này. Trung Quốc là nước có nền sản xuất theo modul, dựa vào các sản phẩm modul sử dụng nhiều lao động, chứ không phải các sản phẩm module sử dụng nhiều tri thức như của Hoa Kỳ. Cũng có thể coi đây nền sản xuất *bán* module vì nổi bật với việc bắt chước mẫu mã và công nghệ, chứ không phải bằng việc tự cải tiến.



Do Hoa Kỳ và Trung Quốc là hai nước có nền sản xuất theo module với trình độ phát triển khác nhau nên các nước này có thể trở thành đối tác sản xuất mang tính hỗ trợ. Hoa Kỳ có thể cung cấp công nghệ và vốn, trong khi Trung Quốc có thể cung cấp lao động rẻ để sản xuất các sản phẩm modul. Trong khi đó, Nhật Bản là nước có nền sản xuất tích hợp với công nghệ cao, lương cao và dân số già hoá, đang đi tìm đối tác là nước đang phát triển. Sử dụng lao động rẻ không có kỹ năng ở Trung Quốc và ASEAN sẽ không cho phép tận dụng hết tiềm năng của nền sản xuất tích hợp. Nếu ASEAN, điếm đến truyền thống của FDI Nhật Bản, học cách trở thành một đối tác sản xuất với tầm nhìn dài hạn và khát vọng mạnh mẽ theo đuổi chất lượng cao thì Nhật Bản và ASEAN có thể trở thành một liên minh chiến lược trong sản xuất các sản phẩm tích hợp và những sản phẩm này sẽ khác biệt sản phẩm của Trung Quốc. Tuy nhiên, liên minh này mới chỉ là tiềm năng vì chưa một nước ASEAN nào đạt được kỹ năng cần thiết và có tinh thần làm việc kiểu Nhật Bản trong sản xuất. Như đã nêu trên, Thailand và Malaysia vẫn đang phải nỗ lực nhiều để trở thành các nền sản xuất độc lập. Các nước này vẫn cần quản lý và kỹ sư người Nhật Bản làm với họ, và phụ thuộc nhiều vào các đối tác FDI sản xuất linh kiện.

Phụ lục 4:**Dự thảo Nghị định khuyến khích phát triển công nghiệp hỗ trợ****Chương 1.****NHỮNG QUY ĐỊNH CHUNG****Điều 1. Phạm vi điều chỉnh**

1. Nghị định này quy định về các ưu đãi phát triển công nghiệp hỗ trợ, phát triển sản xuất kinh doanh sản phẩm công nghiệp hỗ trợ thuộc các ngành: dệt – may, da - giày, điện tử - tin học, sản xuất lắp ráp ô tô, cơ khí chế tạo;

2. Các ưu đãi không quy định trong Nghị định này thực hiện theo các quy định của pháp luật khác liên quan.

Điều 2. Đối tượng áp dụng

1. Các cơ quan quản lý nhà nước về công nghiệp, các tổ chức, cá nhân có liên quan;

2. Các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế (kể cả doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài) đang hoạt động tại Việt Nam có dự án đầu tư sản xuất sản phẩm công nghiệp hỗ trợ;

3. Các sản phẩm công nghiệp hỗ trợ thuộc các ngành: dệt - may; da - giày; điện tử - tin học, sản xuất lắp ráp ô tô, cơ khí chế tạo;

4. Chủ đầu tư các dự án xây dựng khu, cụm công nghiệp hỗ trợ.

Điều 3. Giải thích từ ngữ

Trong Nghị định này, các từ ngữ dưới đây được hiểu như sau:

1. Công nghiệp hỗ trợ: là các ngành công nghiệp sản xuất từ nguyên vật liệu đến gia công chế tạo các sản phẩm, phụ tùng, linh kiện, phụ kiện, bán thành phẩm ... để cung cấp cho ngành công nghiệp lắp ráp các sản phẩm cuối cùng là tư liệu, công cụ sản xuất hoặc sản phẩm tiêu dùng;

2. Dự án đầu tư công nghiệp hỗ trợ là các dự án đầu tư để sản xuất ra các loại sản phẩm quy định tại Phụ lục kèm theo Nghị định này;

3. Sản phẩm công nghiệp hỗ trợ là các loại sản phẩm quy định tại Phụ lục kèm theo Nghị định này;

4. Khu, cụm công nghiệp hỗ trợ là khu, cụm công nghiệp tập trung các doanh nghiệp sản xuất sản phẩm công nghiệp hỗ trợ;

5. Vốn ODA (Official Development Assistance) là vốn hỗ trợ phát triển chính thức của nước ngoài cho Chính phủ Việt Nam.

Chương 2. ƯU ĐÃI PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP HỖ TRỢ

Điều 4. Ưu đãi đầu tư, phát triển thị trường

- Các dự án sản xuất sản phẩm công nghiệp hỗ trợ, dự án đầu tư khu, cụm công nghiệp hỗ trợ được cho vay tối đa đến 85% tổng vốn cố định từ nguồn vốn tín dụng đầu tư phát triển của Nhà nước, cơ chế và lãi suất vay theo quy định hiện hành;

- Nhà nước hỗ trợ một phần vốn ngân sách cho các hoạt động tìm kiếm thị trường, tìm kiếm cơ hội sản xuất, kinh doanh sản phẩm công nghiệp hỗ trợ tại Việt Nam theo quy định;

- Các sản phẩm công nghiệp hỗ trợ sản xuất tại Việt Nam được quảng cáo, giới thiệu miễn phí trên WEBSITE của Bộ Công Thương và các Sở Công Thương;

- Sản phẩm công nghiệp hỗ trợ sản xuất tại Việt Nam được xem xét cho phép áp dụng cơ chế chỉ định thầu hoặc giao thầu nếu đảm bảo chất lượng và giá cả hợp lý;

- Các tổ chức, cá nhân thuộc mọi thành phần kinh tế mua sản phẩm công nghiệp hỗ trợ sản xuất tại Việt Nam được ưu tiên xem xét cho vay vốn từ nguồn tín dụng đầu tư phát triển của Nhà nước, cơ chế, lãi suất vay vốn theo quy định hiện hành.

Điều 5. Ưu đãi về khoa học - công nghệ

- Nhà nước xem xét, hỗ trợ kinh phí từ nguồn vốn của Quỹ hỗ trợ phát triển khoa học-công nghệ quốc gia để xây dựng hệ thống tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm công nghiệp hỗ trợ của Việt Nam, phù hợp với các tiêu chuẩn quốc tế và điều kiện Việt Nam;

- Kinh phí cho các hoạt động: chuyển giao công nghệ sản xuất sản phẩm công nghiệp hỗ trợ công nghệ cao, sản xuất thử nghiệm sản phẩm công nghiệp hỗ trợ, đầu tư các phòng thí nghiệm sản phẩm công nghiệp hỗ trợ, nghiên cứu, ứng dụng công nghệ tiên tiến của thế giới để sản xuất sản phẩm công nghiệp hỗ trợ tại Việt Nam được hỗ trợ từ nguồn ngân sách nhà nước theo quy định.

Điều 6. Ưu đãi về hạ tầng cơ sở

- Nhà nước ưu tiên xem xét, dành đủ quỹ đất để phát triển các khu, cụm công nghiệp hỗ trợ, xây dựng các trung tâm nguyên phụ liệu, hỗ trợ đầu tư xây dựng các công trình, hạng mục công trình hạ tầng kỹ thuật: đường giao thông, cấp điện, cấp thoát nước, xử lý nước thải phục vụ cho các dự án sản xuất sản phẩm công nghiệp hỗ trợ nằm ngoài các khu, cụm công nghiệp hỗ trợ;

- Các dự án đầu tư sản xuất sản phẩm công nghiệp hỗ trợ, dự án đầu tư khu, cụm công nghiệp hỗ trợ tại Việt Nam được hưởng các ưu đãi ở mức cao nhất về tiền thuê mặt đất, mặt nước theo quy định tại Nghị định số 142/2005/NĐ-CP ngày 14 tháng 11 năm 2005 của Chính phủ về tiền thuê mặt đất, mặt nước.

Điều 7. Ưu đãi về đào tạo nguồn nhân lực

- Nhà nước hỗ trợ kinh phí từ nguồn vốn ngân sách hoặc vốn ODA cho các khoa chuyên ngành của trường đại học và cao đẳng để đào tạo nguồn lực cho ngành công nghiệp hỗ trợ công nghệ cao tại Việt Nam. Ưu đãi và tạo điều kiện gắn kết các cơ sở đào tạo với các hoạt động của doanh nghiệp, đổi mới trang thiết bị, chương trình đào tạo;

- Dành nguồn vốn ODA để hỗ trợ đào tạo lao động, xây dựng thể chế pháp lý và các chương trình phát triển công nghiệp hỗ trợ tại Việt Nam.

Điều 8. Ưu đãi về thuế

- Các dự án đầu tư sản xuất sản phẩm công nghiệp hỗ trợ tại Việt Nam được xem xét, áp dụng mức thuế thu nhập doanh nghiệp là 10% trong thời hạn 15 năm, được miễn thuế thu nhập doanh nghiệp trong 04 năm kể từ khi có thu nhập chịu thuế và giảm 50% thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp trong 9 năm tiếp theo. Được hưởng các ưu đãi cao nhất về thuế xuất nhập khẩu theo quy định của Luật thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu và các cơ chế ưu đãi có liên quan khác theo quy định của pháp luật;

- Người lao động nước ngoài làm việc hợp pháp trong các doanh nghiệp sản xuất sản phẩm công nghiệp hỗ trợ tại Việt Nam được hưởng các ưu đãi cao nhất về thuế thu nhập cá nhân theo Luật thuế thu nhập cá nhân hiện hành;

- Thuế suất thuế nhập khẩu các sản phẩm công nghiệp hỗ trợ mà trong nước đã sản xuất được được áp dụng mức thuế suất trần với thời hạn cho đến khi kết thúc lộ trình miễn, giảm thuế mà Việt Nam đã cam kết trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.

Chương 3 THỦ TỤC THỰC HIỆN

Điều 9. Thủ tục thực hiện ưu đãi phát triển công nghiệp hỗ trợ

1. Đối với dự án đầu tư sản xuất sản phẩm công nghiệp hỗ trợ, dự án đầu tư khu, cụm công nghiệp hỗ trợ quy định tại **Điều 2**, chủ đầu tư căn cứ vào các ưu đãi được hưởng theo

quy định tại Nghị định này để làm thủ tục hưởng ưu đãi đầu tư tại cơ quan nhà nước có thẩm quyền;

2. Đối với dự án đầu tư thuộc diện thẩm tra đầu tư quy định tại Điều 47 của Luật Đầu tư đáp ứng điều kiện được hưởng ưu đãi quy định tại Nghị định này, cơ quan nhà nước quản lý đầu tư ghi cụ thể các ưu đãi vào Giấy chứng nhận đầu tư;

3. Các sản phẩm công nghiệp hỗ trợ quy định tại **Điều 2** (kể cả các sản phẩm được sản xuất trước khi Nghị định này ban hành) được hưởng các ưu đãi theo quy định tại Nghị định.

Điều 10. Thu hồi ưu đãi, hỗ trợ

1. Các ưu đãi phát triển công nghiệp hỗ trợ bị thu hồi trong các trường hợp sau:

- Doanh nghiệp khai báo không trung thực để được hưởng ưu đãi nào thì bị thu hồi ưu đãi đó, nếu khai báo không trung thực để được hưởng toàn bộ các ưu đãi thì bị thu hồi toàn bộ các ưu đãi;

- Doanh nghiệp sử dụng các ưu đãi không đúng mục đích đối với hình thức ưu đãi nào thì bị thu hồi ưu đãi đối với hình thức đó; nếu sử dụng toàn bộ các ưu đãi sai mục đích thì bị thu hồi toàn bộ các ưu đãi.

2. Ngoài việc bị thu hồi các ưu đãi quy định tại Nghị định này, doanh nghiệp phải nộp ngân sách nhà nước: khoản lãi đối với số vốn đã được hưởng theo ưu đãi bị thu hồi tính theo lãi suất cho vay của Ngân hàng nhà nước Việt Nam tại thời điểm bị thu hồi. Trường hợp nghiêm trọng có thể bị xử lý hành chính hoặc truy cứu trách nhiệm hình sự theo quy định;

3. Ủy ban nhân dân cấp tỉnh nơi có doanh nghiệp được hưởng các ưu đãi theo Nghị định này có trách nhiệm chỉ đạo việc kiểm tra, thanh tra và quyết định thu hồi các ưu đãi của doanh nghiệp.

Chương 4. ĐIỀU KHOẢN THI HÀNH

Điều 11. Trách nhiệm của các Bộ, ngành

1. Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành, địa phương có trách nhiệm:

- Xây dựng phương án thành lập Cơ quan đầu mối quản lý nhà nước về phát triển công nghiệp hỗ trợ trực thuộc Bộ Công Thương, trình Thủ tướng Chính phủ xem xét, quyết định;

- Cập nhật, đề xuất việc sửa đổi, bổ sung Phụ lục Danh mục sản phẩm công nghiệp hỗ trợ của Nghị định cho phù hợp với tình hình thực tế, trình Thủ tướng Chính phủ xem xét, phê duyệt.

2. Bộ Công Thương, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Tài chính, Bộ Xây dựng, Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Tài nguyên và Môi trường, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, Ngân hàng Phát triển Việt Nam và các Bộ, ngành liên quan trong phạm vi chức năng, nhiệm vụ của mình có trách nhiệm hướng dẫn cụ thể việc thực hiện các ưu đãi quy định tại Nghị định này.

Điều 12. Trách nhiệm của Ủy ban nhân dân cấp tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương

1. Chỉ đạo các cơ quan chức năng trực thuộc và Ủy ban nhân dân các cấp trong việc lập quy hoạch, kế hoạch sử dụng đất, kế hoạch bố trí vốn đầu tư xây dựng các công trình hạ tầng kỹ thuật để phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ tại địa phương. Chỉ đạo việc xây dựng và ban hành văn bản hướng dẫn sử dụng vốn ngân sách địa phương phục vụ việc phát triển công nghiệp hỗ trợ tại địa phương;

2. Tổ chức thực hiện theo thẩm quyền các ưu đãi phát triển công nghiệp hỗ trợ theo Nghị định này;

3. Thanh tra, kiểm tra việc thực hiện dự án đầu tư của ngành công nghiệp hỗ trợ được hưởng các ưu đãi theo quy định tại Nghị định này, bảo đảm việc thực hiện ưu đãi đúng mục đích, đúng đối tượng.

Điều 13. Trách nhiệm của tổ chức, cá nhân được hưởng cơ chế, ưu đãi của Nghị định

1. Thực hiện đúng mục đích dự án đầu tư sản xuất sản phẩm công nghiệp hỗ trợ, dự án đầu tư khu cụm công nghiệp hỗ trợ được hưởng ưu đãi theo quy định của Nghị định này;

2. Trước ngày 31 tháng 12 hàng năm, báo cáo kết quả thực hiện dự án sản xuất sản phẩm công nghiệp hỗ trợ cho Ủy ban nhân dân cấp tỉnh nơi thực hiện dự án đầu tư, Bộ Công Thương, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Tài chính, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam để phối hợp quản lý, thanh tra và kiểm tra theo quy định, chịu trách nhiệm về tính chính xác, trung thực của số liệu, thông tin báo cáo;

3. Ngoài việc thực hiện chế độ báo cáo quy định tại khoản 2 Điều này, phải thực hiện báo cáo đột xuất về tình hình thực hiện dự án đầu tư sản xuất sản phẩm công nghiệp hỗ trợ khi có yêu cầu của cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền.

Điều 14. Hiệu lực thi hành

1. Nghị định này có hiệu lực sau 45 ngày, kể từ ngày ký ban hành;

2. Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương và các tổ chức, cá nhân liên quan có trách nhiệm thi hành Nghị định này.

**PHỤ LỤC CỦA DỰ THẢO NGHỊ ĐỊNH
DANH MỤC CÁC SẢN PHẨM CÔNG NGHIỆP HỖ TRỢ**

(Ban hành kèm theo Nghị định số: /2009/NĐ-CP, ngày tháng năm 2009 của Chính phủ)

I. Ngành dệt-may:

- Chỉ may
- Sản phẩm thêu ren
- Bông tấm
- Mex dệt; Mex không dệt
- Vải phản quang, chống cháy
- Vải dệt thoi
- Khoá kéo, móc gài, kim
- Nhãn dệt, nhãn mác
- Thuốc nhuộm, chất trợ nhuộm
- Phụ tùng máy dệt, máy may
- Phụ kiện đóng gói
- Cúc nhựa, cúc đập
- Băng các loại
- Phụ tùng máy sợi

II. Ngành da-giày:

- Da thuộc
- Vải giả da
- Đế giày
- Keo dán tổng hợp
- Hoá chất thuộc da
- Da muối
- Dây giày
- Nhãn mác
- Chỉ may giày
- Phụ tùng máy móc thiết bị sản xuất da, giày

III. Ngành điện tử-tin học:

- Vật liệu sản xuất linh kiện điện tử
- Tụ điện chíp, điện trở chíp, cuộn dây biến thể
- Mạch tích hợp
- Loa điện động
- Bột từ, lõi từ cho cuộn lái tia, biến thế nguồn
- Bộ dao động thạch anh, bộ lọc
- Ăng ten
- Đĩa CD, CD-ROM, DVD trắng
- Màn hình vi tính
- Modem, Tổng đài

IV. Ngành sản xuất lắp ráp ô tô:

- Động cơ ô tô
- Khung, gầm
- Bộ truyền động
- Vô
- Nhíp, giảm chấn
- Chi tiết nhựa
- Thiết bị nội thất ô tô
- Kính ô tô
- Thiết bị điện
- Phanh
- Thiết bị làm mát
- Hệ thống phanh
- Hệ thống cung cấp nhiên liệu
- Hệ thống lái
- Thiết bị đánh lửa (bugi)

V. Ngành cơ khí chế tạo:

- Phụ tùng ngành nước: tê, van nút...
- Ổ bi
- Bánh răng
- Hộp giảm tốc
- Bu lông, đai ốc, vít các loại
- Xi lanh thuỷ lực
- Dụng cụ đo lường cơ khí, dụng cụ cắt gọt kim loại;
- Phụ tùng máy công cụ
- Phụ tùng máy động lực và máy nông nghiệp;
- Hệ thống điều khiển kỹ thuật số cho máy CNC
- Khuôn mẫu
- Phôi đúc hợp kim
- Thép chế tạo