

VIỆN NGHIÊN CỨU QUẢN LÝ KINH TẾ TRUNG ƯƠNG
TRUNG TÂM THÔNG TIN – TƯ LIỆU

PHÁT TRIỂN CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP PHỤ TRỢ
THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ

MỤC LỤC

A – MỘT SỐ NHẬN THỨC VÀ KINH NGHIỆM QUỐC TẾ	2
I – Nhận thức về các ngành CNPT	2
1. Khái niệm.....	2
2. Đặc điểm của ngành CNPT.....	4
3. Các yếu tố ảnh hưởng đến CNPT	5
4. Vai trò của CNPT trong phát triển kinh tế.....	7
II – Một số kinh nghiệm quốc tế về phát triển các ngành CNPT	10
1. Kinh nghiệm thành lập các đầu mối hỗ trợ và phát triển CNPT	10
2. Kinh nghiệm thúc đẩy đầu tư nước ngoài vào CNPT.....	10
3. Kinh nghiệm trong việc quy định về tỷ lệ nội địa	11
4. Kinh nghiệm thúc đẩy liên kết công nghiệp	11
5. Kinh nghiệm tham gia vào mạng lưới sản xuất toàn cầu.....	13
7. Kinh nghiệm trong phát triển nguồn nhân lực cho CNPT.....	14
B – PHÁT TRIỂN CÁC NGÀNH CNPT Ở VIỆT NAM	14
I – Quan điểm và chủ trương phát triển CNPT ở Việt Nam	14
II – Thực trạng ngành CNPT Việt Nam.....	17
1. Thực trạng	17
2. Tác động đến nền kinh tế	22
3. Nguyên nhân của các yếu kém.....	23
4. Một số khuyến nghị	25

Cho đến nay, công nghiệp phụ trợ (CNPT) vẫn còn là một khái niệm tương đối mới mẻ ở Việt Nam. Mặc dù sự non yếu của ngành này đã trở thành lực cản rất rõ ràng đối với việc phát triển các ngành công nghiệp nói chung cũng như các ngành công nghiệp mũi nhọn nói riêng, song CNPT vẫn chưa nhận được sự quan tâm xứng đáng của các cấp, các ngành. Tính đến trước ngày 31/7/2007, thời điểm *Quy hoạch phát triển công nghiệp hỗ trợ đến năm 2010, tầm nhìn đến năm 2020* được Bộ Công Thương phê duyệt, hầu như không có một định hướng chính sách, ưu tiên khuyến khích cụ thể nào cho việc phát triển ngành công nghiệp tiền đề này. Đến nay, đã hơn hai năm kể từ khi Quy hoạch được phê duyệt, không một kế hoạch hay chương trình hành động nào được đưa ra để triển khai, chiến lược phát triển CNPT Việt Nam gần như vẫn “nằm trên giấy”. CNPT của Việt Nam hiện vẫn đang trong tình trạng manh mún, kém phát triển, chưa đáp ứng được nhu cầu của ngành chế tạo, lắp ráp, đặc biệt là nhu cầu cung ứng cho các DN hay các tập đoàn có vốn đầu tư nước ngoài.

Đến thời điểm này, môi trường đầu tư, giá nhân công, mặt bằng rẻ đã không còn là lợi thế của riêng Việt Nam trong thu hút đầu tư. Và đó cũng không còn là những điều kiện được ưu tiên hàng đầu của các nhà đầu tư. Giờ đây, các nhà đầu tư đã chuyển hướng nhắm đến những thị trường có thể đáp ứng tốt nhất cho việc sản xuất các sản phẩm của họ, trong đó sự phát triển của các ngành CNPT là một trong những tiêu chí rất quan trọng.

Việc phát triển CNPT cần phải trở thành một trong những chính sách ưu tiên phát triển hàng đầu trong chiến lược công nghiệp hóa, hiện đại hóa (CNH – HDH) của Việt Nam hiện nay với kỳ vọng làm thay đổi bộ mặt của nền công nghiệp Việt Nam trong những năm tới.

A – MỘT SỐ NHẬN THỨC VÀ KINH NGHIỆM QUỐC TẾ

I – Nhận thức về các ngành CNPT

1. Khái niệm

Khái niệm “công nghiệp phụ trợ” hay còn gọi khác là “công nghiệp hỗ trợ”, “công nghiệp bổ trợ”(xuất phát từ tên gọi trong tiếng Anh “supporting industries”) xuất hiện ở Nhật Bản từ thập niên 60. Tuy vậy, phải đến giữa thập niên 80, cùng với trào lưu đầu tư trực tiếp (chủ yếu là hoạt động lắp ráp) của Nhật vào các nước ASEAN như Thái Lan, Malaysia và Indonesia, khái niệm này mới bắt đầu được biết đến ở Đông Á và được dùng phổ biến từ đầu thập kỷ 90. Mặc dù thuật ngữ “CNPT” đã được nhắc đến từ khá lâu song cho đến nay vẫn chưa có một khái niệm chung cho tất cả các quốc gia. Tùy theo điều kiện cụ thể của ngành công

ngành nước mình mà mỗi nước lại có một định nghĩa khác nhau. Trong khuôn khổ chuyên đề này, để thống nhất về mặt ngôn từ, chúng tôi xin sử dụng thuật ngữ “công nghiệp phụ trợ”.

Ở Nhật Bản, định nghĩa CNPT chính thức được đưa ra lần đầu tiên vào giữa những năm 1980 trong Chương trình Phát triển công nghiệp hỗ trợ Châu Á, theo đó “*CNPT là các ngành công nghiệp cung cấp những gì cần thiết, như nguyên vật liệu thô, linh phụ kiện và hàng hóa tư bản, cho các ngành công nghiệp lắp ráp*”.

Trong khi đó, theo Cục phát triển CNPT (BSID) Thái Lan, “*CNPT là các ngành công nghiệp cung cấp các linh phụ kiện máy móc và các dịch vụ kiểm tra, đóng gói kiểm tra cho các ngành công nghiệp cơ bản*”.

Còn tại Hoa Kỳ, CNPT được hiểu là “*những ngành công nghiệp cung cấp nguyên liệu và quy trình cần thiết để sản xuất ra sản phẩm trước khi chúng được đưa ra thị trường*”¹.

Ở Việt Nam, khái niệm CNPT xuất hiện trong các chương trình hợp tác kinh tế với Nhật Bản. Thuật ngữ CNPT được sử dụng chính thức từ năm 2004, chủ yếu trong các chỉ thị, công văn chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ. Nội dung phát triển CNPT đã được đề cập trong *Quy hoạch tổng thể phát triển các ngành công nghiệp Việt Nam và Kế hoạch tổng thể phát triển công nghiệp điện tử Việt Nam đến năm 2010 và tầm nhìn đến 2020*. Tuy nhiên, trong các văn bản này vẫn chưa xuất hiện một định nghĩa chính thức về CNPT.

Ngay cả trong *Quy hoạch phát triển công nghiệp hỗ trợ đến năm 2010, tầm nhìn đến năm 2020* được Bộ Công Thương phê duyệt ngày 31/07/2007, khái niệm CNPT cũng không được xác định rõ. Cho đến nay, Việt Nam vẫn thiếu một định nghĩa pháp lý về CNPT, khái niệm CNPT vẫn được hiểu khác nhau giữa các cơ quan chính phủ. Các chính sách, văn bản dường như cần trọng trong cách sử dụng thuật ngữ do những khó khăn trong việc định hình một khái niệm vốn có nhiều quan điểm và tùy từng mục tiêu mà có các lý giải khác nhau.

Tuy nhiên, một cách chung nhất, CNPT được hiểu là những ngành sản xuất các sản phẩm công nghiệp có vai trò hỗ trợ cho việc sản xuất một loại sản phẩm công nghiệp nhất định nào đó. Tùy từng loại sản phẩm cụ thể sẽ sản xuất, những sản phẩm hỗ trợ đó có thể bao gồm nguyên liệu chính, vật liệu phụ, linh kiện, phụ tùng, các bộ phận, chi tiết lẻ, nhiên liệu, phụ liệu, bao bì nhãn mác... và cũng có thể bao gồm cả những sản phẩm trung gian, những nguyên liệu sơ chế. Những sản phẩm hỗ trợ đó chính là một trong những loại yếu tố “đầu vào” của quá trình sản

¹ Nguyễn Ngọc Sơn, “Phát triển CNPT ngành dệt may”, Tạp chí nghiên cứu Kinh tế số 359 – Tháng 4/2008

xuất công nghiệp. Sản phẩm CNPT thường được sản xuất với quy mô nhỏ, thực hiện bởi các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV). Do tính phức tạp của mối liên hệ sản xuất giữa các ngành công nghiệp, việc xác định CNPT của một ngành nào đó mang tính chất tương đối, để sản xuất sản phẩm CNPT lại cần có các ngành CNPT cho bản thân nó.

2. Đặc điểm của ngành CNPT

2.1. Sự phát triển của CNPT là tất yếu của quá trình phân công lao động

Tại các nước phát triển, khi quy mô sản xuất cũng như sự phức tạp hóa của sản phẩm đạt đến một mức độ nhất định, quá trình phân ly các hoạt động lắp ráp và sản xuất linh kiện thành những công đoạn độc lập sẽ hình thành, chuyên môn hóa sẽ xuất hiện. Quá trình này là tất yếu và gắn liền với sự thay đổi trong phân công lao động theo hướng chuyên môn hóa này là sự ra đời của các ngành CNPT. Điều này có thể thấy rõ qua ngành công nghiệp ô tô của Nhật Bản.

Còn tại các nước đang phát triển, sự xuất hiện của các ngành công nghiệp lắp ráp đã kéo theo sự phát triển của các ngành CNPT. Ví dụ điển hình là trường hợp Thái Lan. Những xí nghiệp đầu tư nước ngoài trong các ngành công nghiệp lắp ráp như ô tô, xe máy, máy móc thiết bị đồ điện, điện tử... từ Nhật Bản và các nước Âu Mỹ phát triển khác từ khá sớm đã tạo tiền đề cho sự phát triển của CNPT tại Thái Lan.

2.2. CNPT là ngành phức tạp và rộng lớn

Khoa học kỹ thuật ngày càng phát triển, các sản phẩm sản xuất ra ngày càng tinh vi hơn, mỗi sản phẩm lại có vô số các chi tiết hợp thành. Một doanh nghiệp (DN) dù lớn đến mức nào cũng không thể và không nên tự mình sản xuất khép kín một sản phẩm. Lợi thế cạnh tranh và quá trình chuyên môn hóa sản xuất không cho phép điều đó. Do vậy, để sản xuất một sản phẩm hoàn chỉnh cần sự tham gia của nhiều DN, nhiều ngành khác nhau. Điều đó dẫn đến CNPT có phạm vi rất rộng, cả về mặt liên kết ngành hay địa lý.

2.3. CNPT góp phần tạo nên "chuỗi giá trị"

Khi một ngành công nghiệp sản xuất hay lắp ráp một sản phẩm nhất định phát triển, nó cần có một hệ thống các ngành CNPT để cung cấp các chi tiết sản phẩm đó. Đến lượt nó, các DN được coi là phụ trợ cho sản phẩm đó lại cần các DN khác "phụ trợ" cho mình. Cứ như vậy, để có hệ thống các ngành CNPT, ngoài việc phải phát triển các ngành công nghiệp cơ bản, cần có sự phát triển của các ngành CNPT khác nữa. Như vậy, chỉ với một sản phẩm, chuỗi giá trị đã kéo dài và

mở rộng ra hầu hết các ngành công nghiệp cơ bản và tạo ra giá trị cho nhiều ngành công nghiệp khác.

2.4. CNPT không phải là ngành “công nghiệp phụ”

Nói đến CNPT người ta thường nghĩ đến các ngành sản xuất phụ tùng, linh kiện, nguyên phụ liệu cho các ngành lắp ráp như ô tô, xe máy, máy móc thiết bị cơ khí điện, điện tử, dệt may... (những ngành thường được coi là ngành công nghiệp chính). Chính vì vậy, trên thực tế, CNPT thường bị coi là ngành “công nghiệp phụ”. Tuy nhiên, điều này hoàn toàn không hợp lý. Về mặt lý luận CNPT có thể được hiểu là ngành đối xứng với các ngành công nghiệp lắp ráp, có vai trò như các ngành công nghiệp khác. Mỗi ngành công nghiệp đều phát triển theo chuỗi giá trị riêng biệt, song đều có một điểm chung là được hình thành từ sự liên kết giữa 2 khu vực: khu vực thượng nguồn (upstream) và khu vực hạ nguồn (downstream). Trong đó, khu vực thượng nguồn thường được gọi là CNPT, làm nền tảng cơ sở để phát triển khu vực hạ nguồn. Ngược lại, khu vực hạ nguồn là ngành công nghiệp chính, chỉ có thể phát triển khi khu vực thượng nguồn phát triển, và khi khu vực hạ nguồn đã phát triển sẽ tạo “động lực” thúc đẩy phát triển khu vực thượng nguồn.

3. Các yếu tố ảnh hưởng đến CNPT

3.1. Thị trường của khu vực hạ nguồn

Khả năng đảm bảo sự tương thích giữa qui mô của các ngành phụ trợ và khu vực hạ nguồn phải đủ lớn để tạo ra thị trường ổn định phát triển có hiệu quả các ngành phụ trợ. Nếu khu vực hạ nguồn có qui mô nhỏ, sản xuất những sản phẩm có chủng loại đa dạng và sản lượng không lớn thì khối lượng sản xuất của các ngành phụ trợ cũng sẽ nhỏ, do đó, giá thành chế tạo sẽ tăng cao. Điều này sẽ vấp phải sự từ chối của chính khu vực hạ nguồn trong nước và gặp khó khăn khi muốn xuất khẩu sản phẩm phụ trợ ra nước ngoài.

Thêm vào đó, cần chú trọng đến khả năng đảm bảo yêu cầu về chủng loại, chất lượng và thời hạn cung ứng các sản phẩm phụ trợ cho các ngành hạ nguồn vì thông thường, yêu cầu của các DN ở khu vực hạ nguồn rất khắt khe do họ phải đảm bảo những cam kết với khách hàng, đặc biệt là những đơn hàng xuất khẩu.

3.2. Tiến bộ khoa học kỹ thuật và công nghệ

Một mặt, việc áp dụng thành tựu mới của khoa học và công nghệ trong các ngành phụ trợ ảnh hưởng có tính chất “dẫn dắt” sự phát triển khu vực hạ nguồn nhờ tạo ra những chi tiết, bộ phận hoặc vật liệu mới, góp phần tạo ra sự thay đổi

căn bản trong thiết kế và chế tạo sản phẩm ở khu vực hạ nguồn; mặt khác, việc thiết kế và chế tạo các sản phẩm mới ở khu vực hạ nguồn yêu cầu CNPT phải nghiên cứu và chế tạo những vật liệu, phụ liệu, bộ phận hay chi tiết sản phẩm phù hợp.

Sự phát triển công nghệ thông tin và thương mại điện tử cho phép làm các bên cung và cầu gần lại với nhau và giảm thời gian giao dịch giữa họ, nhờ đó mở rộng không gian tổ chức quan hệ giữa khu vực phụ trợ và khu vực hạ nguồn.

3.3. Nguồn lực tài chính

Đầu tư vào các ngành phụ trợ bất lợi hơn so với đầu tư vào khu vực hạ nguồn do khối lượng vốn đầu tư lớn, công nghệ phức tạp, thời hạn đầu tư và hoàn vốn dài, độ rủi ro trong đầu tư cao. Vì vậy, việc cân đối nguồn lực tài chính cho đầu tư phát triển công nghiệp và chính sách huy động các nguồn lực ấy có vai trò to lớn trong việc bảo đảm các ngành CNPT phát triển hiệu quả và bền vững.

Thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) là một vấn đề quan trọng đòi hỏi phải được xem xét toàn diện để thấy được vai trò cũng như tác động của nó đến sự phát triển của ngành CNPT. Mối liên hệ giữa FDI và CNPT có thể chia thành 3 giai đoạn:

Giai đoạn 1: Trước khi có FDI, nhiều công ty trong nước đã sản xuất sản phẩm và CNPT cung cấp cho các công ty lắp ráp, gia công sản xuất sản phẩm chính cho thị trường nội địa. Khi có FDI, một bộ phận những công ty sản xuất CNPT sẽ phát triển mạnh hơn nếu được tham gia vào mạng lưới chuyển giao công nghệ của các DN FDI. Sự liên kết này không phải tự nhiên hình thành mà các công ty CNPT phải tỏ ra có tiềm năng cung ứng linh kiện, nguyên liệu, phụ liệu với chất lượng và giá thành cạnh tranh được với hàng nhập.

Giai đoạn 2: Đồng thời với sự gia tăng của FDI, nhiều DN trong nước ra đời trong các ngành CNPT chủ yếu để phục vụ cho hoạt động của ngành công nghiệp chính thông qua các DN FDI. Những DN này sớm hình thành sự liên kết với DN FDI để được chuyển giao công nghệ và sẽ phát triển một cách nhanh chóng.

Giai đoạn 3: Sau một thời gian hoạt động của DN FDI với qui mô sản xuất ngày càng mở rộng, tạo ra thị trường ngày lớn cho CNPT, nhiều công ty vừa và nhỏ ở nước ngoài sẽ đến đầu tư.

3.4. Mức độ bảo hộ thực tế

Mức độ bảo hộ thực tế là tỷ lệ % giữa thuế quan danh nghĩa với phần giá trị gia tăng nội địa. Chính tỷ lệ này sẽ nâng cao thêm giá của một đơn vị sản phẩm cuối cùng.

3.5. Các quan hệ liên kết khu vực và toàn cầu, ảnh hưởng của các tập đoàn xuyên quốc gia

Các tập đoàn xuyên quốc gia có ảnh hưởng to lớn đến sự phát triển kinh tế quốc tế. Với nguồn lực to lớn về tài chính, khoa học và công nghệ, các tập đoàn này có mạng lưới sản xuất và phân phối rộng rãi với chiến lược phát triển và thương hiệu thống nhất, các bộ phận trong mạng lưới đó được chuyên môn hoá hợp lý nhằm khai thác lợi thế ở mỗi quốc gia và mỗi khu vực, có những chi nhánh chuyên sản xuất một số loại chi tiết nhất định cung cấp cho các chi nhánh khác trong khu vực và thậm chí là trên toàn cầu. Trong việc hoạch định chiến lược phát triển các ngành CNPT, cần có các chính sách thu hút FDI và kết hợp hợp lý giữa sản xuất trong nước với các chi nhánh của các tập đoàn xuyên quốc gia ấy.

3.6. Chính sách của Nhà nước liên quan đến phát triển CNPT

Ảnh hưởng của nhân tố này thể hiện trên hai mặt chủ yếu: (i) quan điểm của Nhà nước về phát triển CNPT trong định hướng chiến lược phát triển công nghiệp; (ii) các chính sách hỗ trợ phát triển khu vực CNPT như chính sách nội địa hoá, chính sách đầu tư, chính sách thuế đánh vào khâu nhập khẩu và khâu sản xuất các sản phẩm phụ trợ, mức độ đầu tư của Nhà nước vào nghiên cứu khoa học và công nghệ trong lĩnh vực CNPT².

4. Vai trò của CNPT trong phát triển kinh tế

4.1. CNPT đóng vai trò rất quan trọng trong việc tăng sức cạnh tranh của sản phẩm công nghiệp chính và đẩy nhanh quá trình CNH theo hướng vừa mở rộng vừa chuyên sâu.

Việc phát triển các ngành CNPT sẽ góp phần khai thác các nguồn lực trong nước, giảm xuất khẩu các sản phẩm thô và nhập khẩu nguyên, phụ liệu và linh kiện. Từ đó sức cạnh tranh của sản phẩm được nâng cao và quá trình CNH cũng được đẩy nhanh hơn cả về quy mô lẫn mức độ chuyên môn hóa.

4.2. CNPT là điều kiện quan trọng đảm bảo tính chủ động và nâng cao giá trị gia tăng của ngành sản xuất sản phẩm của khu vực hạ nguồn.

² CNPT ngành dệt may Việt Nam – Thực trạng và những khuyến nghị, Trung tâm Thông tin Kinh doanh và Thương mại, 3/2008

CNPT không phát triển sẽ làm cho các công ty lắp ráp và những công ty sản xuất thành phẩm cuối cùng khác sẽ phải phụ thuộc nhiều vào nhập khẩu các chi tiết. 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 hiểm sẽ làm tăng chi phí đầu vào. Đó là chưa nói đến những rủi ro về tiến độ, thời gian giao nhận hàng khi nhập khẩu.

4.3. CNPT mở rộng khả năng thu hút FDI vào lĩnh vực công nghiệp, đồng thời, kích thích phát triển DNNVV trong nước

Muốn thu hút đầu tư trực tiếp của nước ngoài FDI, CNPT phải đi trước một bước, cung cấp sản phẩm đầu vào cần thiết cho các ngành công nghiệp lắp ráp bởi lẽ bản thân các tập đoàn và các công ty lớn về lắp ráp hiện nay chỉ giữ lại trong quy trình của mình các khâu nghiên cứu, phát triển sản phẩm và lắp ráp thay vì tất cả gói gọn trong một công ty hay nhà máy. Điều này đặc biệt đúng trong các ngành sản xuất các loại máy móc, là những ngành đang phát triển mạnh tại Đông Á và là những lĩnh vực Việt Nam có lợi thế so sánh động.

Trên thực tế, phí tổn về linh kiện, bộ phận và các sản phẩm trung gian trong những sản phẩm thuộc các ngành sản xuất máy móc chiếm tới hơn 80% giá thành, lao động chỉ chiếm từ 5-10%, do đó khả năng nội địa hoá có tính chất quyết định thành quả kinh doanh của DN. Một nước dù có ưu thế về lao động nhưng CNPT không phát triển sẽ làm cho môi trường đầu tư kém hấp dẫn. Chừng nào các ngành phụ trợ sẵn có chưa được cải thiện đồng loạt, nhiều DNNVV của nước ngoài chưa đến đầu tư ồ ạt thì FDI của các công ty lớn không thể tăng hơn.

Tuy nhiên, cũng không phải CNPT phát triển đồng bộ rồi mới có FDI. Có nhiều trường hợp FDI đi trước và kéo theo các công ty khác (kể cả công ty trong và ngoài nước) đầu tư phát triển CNPT, do đó có sự quan hệ tương hỗ 2 chiều giữa FDI và CNPT.

4.4. CNPT góp phần thúc đẩy việc chuyển giao công nghệ, áp dụng các kỹ thuật tiên tiến vào sản xuất

Dưới áp lực cạnh tranh, các công ty CNPT phải tỏ ra có tiềm năng cung ứng linh kiện, phụ liệu với chất lượng và giá thành cạnh tranh được với hàng nhập. Tiềm năng đó sẽ thành hiện thực nhờ chuyển giao công nghệ từ DN FDI.

4.5. CNPT góp phần tạo công ăn việc làm và thu nhập cho người lao động

Việc phát triển CNPT sẽ thu hút lao động dư thừa trên các địa bàn sản xuất của DN và khu vực lân cận, đặc biệt là trong những ngành sử dụng nhiều lao động thủ công, giản đơn như dệt may, chế biến nông sản.

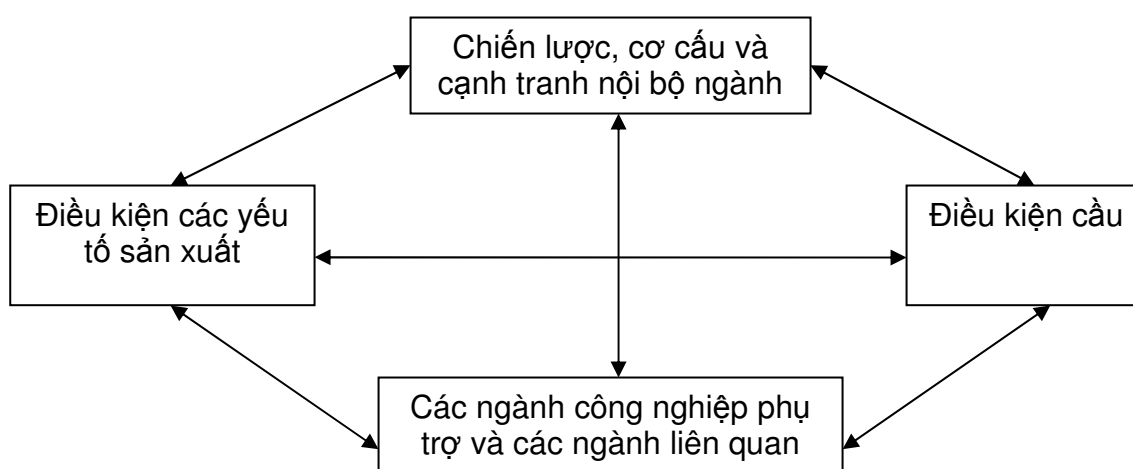
4.6. CNPT phát huy ảnh hưởng của tác động “lan toả” trong phát triển hệ thống công nghiệp

Hệ thống này có thể liên kết theo chiều dọc hoặc chiều ngang, tạo thành các cụm công nghiệp có mối quan hệ hữu cơ mật thiết với nhau. Do vậy, sự phát triển của một ngành công nghiệp trong hệ thống đó sẽ có tác động mạnh mẽ đến các ngành công nghiệp khác, kích thích các ngành này cũng phát triển theo, sao cho đáp ứng được yêu cầu của thời kì mới.

4.7. CNPT là một trong những yếu tố quan trọng tạo nên lợi thế cạnh tranh của một ngành công nghiệp, góp phần đẩy mạnh thực hiện chiến lược hướng về xuất khẩu

Theo quan niệm của M. Porter năm 1990, khả năng cạnh tranh của một ngành công nghiệp là khả năng sáng tạo và đổi mới của ngành đó. Khả năng này được hình thành bởi 4 yếu tố: (1) điều kiện các yếu tố sản xuất, (2) điều kiện cầu, (3) các ngành CNPT và các ngành liên quan, (4) chiến lược, cơ cấu và cạnh tranh nội bộ ngành. Cả 4 yếu tố này tác động qua lại lẫn nhau tạo thành “mô hình kim cương Porter” nhằm để chỉ khả năng chịu “va đập” của một quốc gia trước môi trường cạnh tranh gay gắt. Trong đó, mối quan hệ 2 chiều giữa các yếu tố được thể hiện qua mô hình sau đây³:

Mô hình 1: Các yếu tố cấu thành khả năng cạnh tranh ngành công nghiệp



³ CNPT ngành dệt may Việt Nam – Thực trạng và những khuyến nghị, Trung tâm Thông tin Kinh doanh & Thương mại, 3/2008

II – Một số kinh nghiệm quốc tế về phát triển các ngành CNPT

1. Kinh nghiệm thành lập các đầu mối hỗ trợ và phát triển CNPT

Nhằm hình thành và phát triển những mối liên kết CNPT trong nước, Chính phủ Thái Lan đã thành lập ủy ban hỗ trợ về CNPT và một loạt các tổ chức chuyên môn khác. Cụ thể:

(i) Thành lập Bộ phận phát triển Liên kết Công nghiệp trực thuộc Ban Đầu tư nhằm xây dựng và tổ chức các chương trình người bán hàng gặp khách hàng và hình thành Cơ sở dữ liệu các ngành CNPT ASEAN;

(ii) Thành lập Văn phòng Phát triển CNPT trực thuộc Ban Hỗ trợ Công nghiệp–Bộ Công nghiệp nhằm mục đích hỗ trợ kỹ thuật và đào tạo cho các ngành CNPT, thiết kế sản phẩm mẫu, hỗ trợ doanh nghiệp phụ trợ (DNPT);

(iii) Thành lập Viện Điện và Điện tử (EEI) với vai trò là cơ quan chính phủ thúc đẩy ngành điện – điện tử phát triển và phục vụ lợi ích chung cho ngành này. Nó có vai trò quan trọng trong việc tạo cầu nối giữa khu vực tư nhân và khu vực nhà nước cũng như kết hợp lợi ích từ việc hợp tác giữa các công ty tư nhân với nhau. Ngoài ra, Thái Lan còn thành lập một số các viện nghiên cứu độc lập với vai trò tương tự như EEI, bao gồm Viện phụ trách về ngành công nghiệp ô tô, Viện máy móc tự động, Viện Thực phẩm nhằm hỗ trợ việc xây dựng và phát triển các ngành CNPT.

2. Kinh nghiệm thúc đẩy đầu tư nước ngoài vào CNPT

Các nước ASEAN thực hiện chính sách thúc đẩy đầu tư nước ngoài có lựa chọn để hướng vào các ngành CNPT mục tiêu. Họ thực hiện rất nhiều biện pháp khuyến khích về thuế, thiết lập các khu thương mại tự do nhằm thực hiện chiến lược định hướng xuất khẩu và tận dụng thời cơ chuyển giao ồ ạt cơ sở sản xuất, khoa học công nghệ từ các nước trên thế giới, đặc biệt từ Nhật Bản trong những năm 1980 và 1990.

Ở Thái Lan những chính sách khuyến khích dành cho các nhà đầu tư nước ngoài được thực hiện theo phương thức nhằm đạt được một sự cân bằng giữa các công ty nước ngoài và các công ty trong nước. Chính phủ Thái Lan luôn định hướng thu hút đầu tư nước ngoài vào các ngành CNPT trọng điểm, từ đó xây dựng các bộ phận chuyên trách riêng biệt cho từng nguồn xuất xứ của nhà đầu tư. Chính sự chuyên môn và tổ chức này đã đáp ứng nhu cầu cụ thể của các nhà đầu tư nước ngoài trong việc đầu tư vào các ngành CNPT mục tiêu.

3. Kinh nghiệm trong việc quy định về tỷ lệ nội địa

Đài Loan, Hàn Quốc và Thái Lan là các quốc gia có nền CNPT phát triển, tiếp thu được các thành tựu công nghệ nước ngoài và đạt được cạnh tranh quốc tế trong công nghiệp ô tô và điện tử nhờ vào các quy định về tỷ lệ nội địa hóa.

Đài Loan: áp dụng Quy định về tỷ lệ nội địa hóa vào những năm 1960 đối với hầu hết các sản phẩm trong ngành ô tô, điện và điện tử, thực sự hữu hiệu trong việc thúc ép các nhà sản xuất nước ngoài đang chiếm trong thị trường nội địa phải chuyển giao công nghệ sản xuất linh kiện cho các đối tác liên doanh trong nước hoặc cho các nhà cung cấp linh kiện trong nước. Quy định về tỷ lệ nội địa hóa này được dỡ bỏ dần từ năm 1975 đến 1986 khi mà các cam kết về tự do hóa thương mại được thực hiện đầy đủ.

Hàn Quốc: Trong bối cảnh khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu hiện nay, trong khi một loạt các đại gia ô tô của Mỹ, Đức đã sụp đổ hoặc đang đứng bên bờ phá sản thì ngành ô tô của Hàn Quốc lại cho những báo cáo doanh thu sáng sủa nhất. Có được kết quả này một phần là nhờ thành công của việc triển khai hai chương trình 5 năm về tỷ lệ nội địa hóa 1987 – 1991 và 1992 – 1996 trong ngành công nghiệp ô tô của nước này. Theo đó, tổng số có 7.032 linh, phụ kiện được chỉ định phải nội địa hóa và hiện đã nội địa hóa được khoảng 78% linh kiện được chỉ định.

Thái Lan: Chính phủ Thái Lan từ việc quy định về tỷ lệ nội địa hóa (năm 1996): 40% đối với xe tải nhỏ, 54% đối với xe tải khác, đã tiến đến yêu cầu động cơ diesel phải được sản xuất trong nước. Trong những năm gần đây các công ty ô tô phương Tây và Nhật Bản bắt đầu xem Thái Lan như một trung tâm sản xuất ở khu vực ASEAN.

Hiện nay, khi năng lực của ngành CNPT đã phát triển đáp ứng yêu cầu, Thái Lan có chính sách buộc các nhà đầu tư nước ngoài đã ổn định trong sản xuất, kinh doanh phải thay đổi chiến lược để tuân thủ tỷ lệ nội địa hóa. Điều này không những đã kéo theo những dự án đầu tư mở rộng nhà xưởng sản xuất ngay tại chỗ, mà còn kéo theo các công ty, tập đoàn lớn từ chính các nước đầu tư sang mở thêm các cơ sở CNPT tại Thái Lan.

4. Kinh nghiệm thúc đẩy liên kết công nghiệp

Nhật Bản: Nhật Bản xây dựng các chính sách công nghiệp kịp thời đáp ứng những biến đổi trong môi trường kinh doanh và cân bằng lợi ích giữa DNNVV và DN lớn. Trong những năm 1940, nhu cầu về các sản phẩm công nghiệp cơ khí tăng mạnh khiến các DN lớn phải ký hợp đồng với các DN nhỏ hơn nhằm đáp ứng

linh phụ kiện sản xuất thay vì mở rộng cơ sở sản xuất. Để điều chỉnh quan hệ này, Chính phủ Nhật Bản khi đó đã ban hành Luật về Hợp tác với DNNVV năm 1949 nhằm bảo vệ quyền đàm phán của DNNVV và tạo điều kiện cho họ tiếp cận các công nghệ mới và các nguồn vốn vay. Năm 1956 Chính phủ đã ban hành Luật Phòng chống trì hoãn thanh toán chi phí DNPT. Trong những năm 1960 và 1970, ngành chế tạo mở rộng nhanh chóng nhờ việc sản xuất hàng loạt dẫn đến cạnh tranh gay gắt giữa các DN lớn. Các DN lớn vì thế rất cần các nhà DNPT có khả năng nâng cao hiệu quả sản xuất và giảm chi phí để giúp họ tăng sức cạnh tranh cho sản phẩm của mình. Chính phủ hỗ trợ xu thế này thông qua việc ban hành Luật xúc tiến DNPT vừa và nhỏ vào năm 1970 để tạo thuận lợi cho DNPT phát triển.

Hàn Quốc: Để thúc đẩy liên kết giữa DNNVV và DN lớn, Hàn Quốc đã chỉ định một số DN lớn, yêu cầu họ phải mua linh kiện từ các DNNVV mục tiêu. Chính phủ đã ban hành Luật xúc tiến DNPT chỉ định một số ngành công nghiệp cũng như một số sản phẩm trong các ngành công nghiệp này là sản phẩm phụ trợ. Luật yêu cầu các DN lớn phải mua các sản phẩm đã chỉ định này từ bên ngoài chứ không được tự sản xuất. Số lượng sản phẩm được chỉ định tăng mạnh từ 41 sản phẩm năm 1979 lên 1.553 sản phẩm năm 1984 và sau đó giảm dần xuống 1.053 năm 1999. Năm 2005, Hàn Quốc triển khai Chiến lược Phát triển Nguyên liệu và linh, phụ kiện nhằm phát triển các linh phụ kiện và nguyên liệu chính sử dụng trong công nghiệp điện tử và ô tô. Chiến lược đã chỉ định các DN lớn là những DN hạt nhân, một số nhà sản xuất khác là DN thành viên phải tiến hành nghiên cứu và phát triển linh, phụ kiện, nguyên liệu mới thay thế hàng nhập khẩu. Chiến lược yêu cầu các DN hạt nhân phải mua linh kiện và nguyên liệu này từ các DN thành viên.

Đài Loan: Trái với Hàn Quốc, chính phủ Đài Loan không can thiệp sâu vào các quyết định của các DN lớn và DNPT nhưng đóng vai trò chất xúc tác thông qua hỗ trợ tài chính. Hệ thống Hạt nhân – Vệ tinh được triển khai năm 1984, gồm 3 môi liên kết: (1) nhà cung ứng linh phụ kiện và nhà lắp ráp, (2) người sử dụng hạ nguồn và nhà cung ứng nguyên vật liệu chính, (3) DNPT và thương gia. Chính phủ trợ giúp các liên kết này thông qua hỗ trợ kỹ thuật, tư vấn quản lý và hỗ trợ tài chính. Các DN hạt nhân có trách nhiệm phối hợp, giám sát và cải tiến hoạt động của các DN vệ tinh của mình. Các DN hạt nhân tham gia hệ thống này vì được trợ cấp tài chính, còn các DN vệ tinh tham gia vì muốn nâng cao hiệu quả sản xuất. Hệ thống này góp phần chia sẻ thông tin và tạo ra cơ chế để chính phủ thực thi các chính sách của mình.

Malaysia: Để hỗ trợ liên kết giữa các nhà cung cấp trong nước với DN lớn, Malaysia triển khai “Chương trình Phát triển Người cung ứng” trong đó chỉ định các DN lớn là những trụ cột. Các DN này phải nuôi dưỡng những người cung ứng, tạo thị trường cho họ và hỗ trợ họ phát triển công nghệ và kỹ năng quản lý. Chính phủ hỗ trợ chương trình thông qua vốn vay phi lãi suất nhưng chỉ dành cho những người cung ứng. Bên cạnh đó, Malaysia đã triển khai Chương trình Liên kết công nghiệp, trong đó quy định cả nhà cung ứng bậc 2 và công ty không do người Malaysia quản lý cũng có thể tham gia. Các công ty đóng vai trò dẫn dắt cũng sẽ được hưởng ưu đãi, như trợ cấp cho hoạt động nghiên cứu triển khai và giảm thuế.

Thái Lan: Ban Phát triển Liên kết Công nghiệp được khởi xướng vào năm 1993 và kéo dài đến năm 1997 qua 4 giai đoạn: 1992 – 1993 phát triển cơ sở dữ liệu để hỗ trợ liên kết, tập trung vào các ngành điện tử, ô tô, máy móc, thiết bị và đào tạo nhà cung ứng; 1993 -1994 hỗ trợ kỹ thuật, tổ chức hội thảo và kết nối DN; 1994 – 1995 phát triển cơ sở dữ liệu, đào tạo và tham gia các hội chợ thương mại quốc tế; 1995 – 1997 tham gia hội chợ quốc tế và tổ chức hội thảo. Chương trình “Phát triển nhà cung ứng Quốc gia” được khởi xướng vào năm 1994 có vai trò chương trình điều phối các chương trình liên quan, cung cấp dịch vụ và thông tin cho nhà cung ứng. Bên cạnh đó, Thái Lan đã hợp tác với Cơ quan Hợp tác Quốc tế Nhật Bản (JICA) để xây dựng Quy trình tổng thể Phát triển CNPT. Quy hoạch tập trung vào hai ngành công nghiệp là ô tô và điện – điện tử.

5. Kinh nghiệm tham gia vào mạng lưới sản xuất toàn cầu

Theo xu thế chung hiện nay về chuỗi cung cấp toàn cầu, các nước đều cố gắng đạt được ở mức độ nào đó về chuyên môn hóa và tham gia vào mạng lưới sản xuất trong khu vực và trên thế giới. Đài Loan đã chuyên biệt hóa về thiết bị bán dẫn, Thái Lan tập trung vào phụ tùng ô tô, Malaysia chuyên về hàng điện tử... Để tham gia được vào những mạng lưới này, các nước đều phải sở hữu nền tảng công nghiệp và nguồn lực đủ mạnh. Nền tảng công nghiệp bao gồm những công nghệ chủ yếu, cần thiết cho mọi ngành công nghiệp, đó là đúc, khuôn, rèn, mạ, xử lý nhiệt, sơn, dập và nhựa. Nguồn nhân lực đủ mạnh tức là có đội ngũ kỹ sư, công nhân lành nghề và nhà quản lý ở trình độ cao.

6. Kinh nghiệm phát triển CNPT dựa vào các DN tư nhân

CNPT của Nhật Bản phát triển theo một qui trình khác. Nhật Bản đã xây dựng và phát triển theo chiến lược 100% thay thế nhập khẩu, không dùng đầu tư nước ngoài mà chỉ mua công nghệ nước ngoài. Ban đầu những công ty nhỏ sản xuất một sản phẩm nhập khẩu, từ sản xuất phụ tùng đến lắp ráp được thực hiện

trong một hoặc một nhóm công ty. Trong quá trình công ty hoặc nhóm công ty phát triển, qui mô lớn dần lên, công việc sản xuất các bộ phận với qui trình công nghệ riêng tách ra thành những công ty con độc lập, hệ thống công ty con này hình thành nên một bộ phận chính của CNPT.

Bộ phận thứ hai của CNPT tại Nhật Bản là các làng nghề gia công cơ khí truyền thống. Họ có kỹ thuật gia công cơ khí, trước thời CNPT phát triển họ đã chế tạo nhiều mặt hàng khác nhau, từ dao đĩa, đến các dụng cụ, máy móc cấu tạo đơn giản nhưng cũng sử dụng những kỹ thuật cắt gọt gia công kim loại kỹ năng cao. Sau này, có các đơn đặt hàng từ các nhà chế tạo ô tô xe máy, lúc đó họ làm theo đơn đặt hàng, lâu rồi thành chuyên.

Quá trình hình thành CNPT của Nhật hoàn toàn do hệ thống DN tư nhân phát triển chứ không do chính phủ có chính sách đặc biệt gì. Để phát triển được CNPT, Nhật Bản đã hình 4 cấp bậc sản xuất ở khu vực hạ nguồn với hàng nghìn DN tham gia vào quá trình này. Trong đó, nhiều nhất là các DN cung ứng nguyên vật liệu, tiếp đến là các DN nhỏ, các DN lớn vừa và DN rất lớn cung ứng linh kiện.

7. Kinh nghiệm trong phát triển nguồn nhân lực cho CNPT

Một trong những nguyên nhân khiến Nhật Bản thành công về phát triển CNPT là nước này đã thực hiện triệt để tư tưởng “*trước khi tạo ra một thứ gì đó thì phải tạo ra con người*”. Muốn thành công trong việc phát triển CNPT cần phải có và sử dụng hiệu quả nguồn nhân lực ưu tú của mình đồng thời phải làm rõ những lĩnh vực mục tiêu cũng như chiến lược từ đó tiến hành đào tạo nhân lực cả về công nghệ sản xuất và quản lý kinh doanh. Bên cạnh đó, Nhật Bản thành lập một trường chuyên đào tạo về kinh doanh giúp các doanh nhân học hỏi bí quyết thành công thông qua sự hỗ trợ của các nhà kinh doanh giàu kinh nghiệm; có chính sách hợp tác với các DN có vốn đầu tư nước ngoài để thực hiện chế độ thực tập, hướng dẫn mang tính thực tiễn trong quá trình đào tạo. Điều quan trọng là phải đào tạo ra được đội ngũ kỹ sư có đủ trình độ về kỹ thuật và thực hành thực tiễn, có năng lực quản lý, có khả năng ứng dụng và triển khai trong lĩnh vực CNPT.

B – PHÁT TRIỂN CÁC NGÀNH CNPT Ở VIỆT NAM

I – Quan điểm và chủ trương phát triển CNPT ở Việt Nam

Việt Nam tiếp nhận khái niệm CNPT tương đối muộn và đây được xem là một thuật ngữ mới và đang rất "nóng" hiện nay. Theo quan điểm của Việt Nam, CNPT được hiểu là các ngành sản xuất nền tảng của các ngành công nghiệp chính. Nó bắt đầu từ việc sản xuất nguyên vật liệu đến gia công chế tạo các sản phẩm

phụ tùng, nguyên liệu chính, vật liệu phụ, linh kiện, phụ tùng, các bộ phận chi tiết, nhiên liệu, bao bì, nhãn mác. Bên cạnh đó CNPT còn được xem là hoạt động giúp cho việc lắp ráp các sản phẩm cuối cùng thông qua cung ứng các bộ phận chi tiết, linh kiện, sản phẩm hàng hoá trung gian khác... bằng các công nghệ chuyên môn hóa sâu cho ngành sản xuất các sản phẩm thuộc công cụ, tư liệu sản xuất hoặc sản phẩm tiêu dùng.

Chính phủ Việt Nam đã coi ngành CNPT là một cơ sở công nghiệp hoạt động với nhiều chức năng để phục vụ một số lượng lớn các ngành lắp ráp, chứ không coi nó đơn giản chỉ là ngành thu thập ngẫu nhiên những linh kiện sản xuất không liên quan.

Hiện nay, với việc tập trung đi sâu vào lĩnh vực sản xuất, cung ứng vật tư, CNPT sẽ là nền tảng phát triển bền vững các ngành công nghiệp chủ lực và là động lực quan trọng để Việt Nam thực hiện mục tiêu cơ bản trở thành một nước công nghiệp vào năm 2020. Việt Nam đã và đang hình thành các cơ sở sản xuất phục vụ nhu cầu lắp ráp các sản phẩm tiêu thụ nội địa. Nhờ vậy, năng lực sản xuất của một số ngành công nghiệp đã tăng nhanh, nhất là trong lĩnh vực sản xuất cơ khí, lắp ráp ô tô, xe máy, đóng tàu, dệt may, da giày, sản xuất chế tạo trang thiết bị điện dân dụng; đồng thời đã chuyển dần sang hướng phục vụ xuất khẩu. Tuy nhiên, phát triển CNPT không có nghĩa là sản xuất tất cả những sản phẩm hỗ trợ, mà cần gắn chặt với định hướng phát triển các ngành công nghiệp chủ lực của Việt Nam trong tương lai. Liên quan đến định hướng phát triển CNPT của Việt Nam hiện nay có hai luồng quan điểm:

Quan điểm thứ nhất cho rằng: Với trình độ hiện tại, Việt Nam nên tập trung phát triển khu vực hạ nguồn, đặc biệt là các ngành gia công, lắp ráp sản phẩm nhằm phát huy lợi thế về nhân công, việc phát triển CNPT cần thực hiện từng bước trên cơ sở sự phát triển khu vực hạ nguồn. Quan điểm này đã được các nhà nghiên cứu Nhật Bản nêu trong khuyến nghị sau đây: “*Việc xúc tiến phát triển khu vực CNPT phải được thực hiện theo một quy trình gồm 3 bước, trước hết, Việt Nam cần tiếp tục thu hút số lượng lớn vốn đầu tư nước ngoài vào các ngành gia công lắp ráp. Khi nhu cầu đối với khu vực CNPT tăng đáng kể, cần tiếp tục thu hút đầu tư vào các ngành CNPT cung cấp nguồn nguyên vật liệu cho các công ty nước ngoài, đồng thời khuyến khích đầu tư trong nước vào các ngành này. Nâng cao nội lực thông qua việc chuyển giao công nghệ từ FDI. Trong quá trình này, Việt Nam có thể thực hiện đan xen giữa các bước gần nhau nhưng không thể đốt cháy giai đoạn*”.

Quan điểm thứ hai cho rằng: Việt Nam cần nhanh chóng phát triển CNPT, đặc biệt là những ngành phục vụ sản xuất hàng xuất khẩu như may mặc, sản xuất giấy dếp, lắp ráp xe máy, điện tử dân dụng, ô tô... Quan điểm này xuất phát từ tình trạng phụ thuộc vào nước ngoài về các loại nguyên phụ liệu cho sản xuất sản phẩm, giá trị gia tăng được tạo ra từ sản xuất trong nước thấp kém, kéo theo là hiệu quả của sản xuất và xuất khẩu thấp, khả năng sản xuất trong nước thấp và thu hút FDI kém.

Hai loại quan điểm này đều hội tụ ở chỗ phải chú trọng phát triển CNPT, nhưng khác nhau về bước đi. Theo quan điểm thứ nhất, các ngành CNPT 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 CNPT. Nghĩa là, khu vực hạ nguồn đóng vai trò “lôi kéo” sự phát triển các CNPT trên cơ sở bảo đảm hiệu quả về quy mô. Nếu theo đánh giá được trích dẫn trên đây, hiện nay Việt Nam đang trong quá trình phát triển các ngành hạ nguồn, nghĩa là chưa tạo ra được thị trường trong nước có dung lượng đủ lớn cho phát triển CNPT. Và nếu phát triển CNPT theo quy trình 3 bước của quan điểm này, việc hình thành và phát triển CNPT sẽ kéo dài trong nhiều năm với nền tảng là thu hút FDI và tiếp nhận chuyển giao công nghệ từ nước ngoài. Điều đó cũng có nghĩa những vấn đề bức xúc của khu vực hạ nguồn không thể sớm được giải quyết. Trong khi đó, theo quan điểm thứ hai, cần phát triển ngay các ngành CNPT hỗ trợ cung ứng các sản phẩm đầu vào cho các ngành công nghiệp mũi nhọn của Việt Nam hiện nay, nhằm nâng cao tỷ lệ nội địa hóa, hạ giá thành sản phẩm, tăng cường năng lực cạnh tranh cho sản phẩm.

Tuy còn nhiều ý kiến khác nhau về phát triển CNPT nhưng cho đến thời điểm hiện tại, phần lớn các nhận định đều cho rằng nền tảng phát triển công nghiệp giai đoạn đến 2020 dựa vào nguồn vốn đầu tư nước ngoài là rất quan trọng, thậm chí là chủ yếu. Điều này cũng có nghĩa là việc phát triển CNPT sẽ chịu sự điều tiết, chuyển dịch sản xuất của các công ty, tập đoàn nước ngoài.

Một điểm đáng chú ý là, trong thời gian gần đây, Chính phủ cũng như các bộ, đã có một loạt các bước đi tích cực đối với ngành CNPT.

Trước hết, để hướng dẫn triển khai các mục tiêu trong *Quy hoạch tổng thể phát triển các ngành CNPT đến năm 2010, tầm nhìn đến năm 2020*, Bộ Công Thương đang xây dựng và lấy ý kiến về “Dự thảo Nghị định về phát triển CNPT”. Nghị định này quy định về các ưu đãi phát triển CNPT, phát triển sản xuất kinh doanh sản phẩm CNPT thuộc các ngành: dệt - may, da - giày, điện tử - tin học, sản xuất lắp ráp ô tô, cơ khí chế tạo. Theo đó một số ưu đãi cụ thể là:

(i) *Ưu đãi đầu tư, phát triển thị trường*: Các dự án sản xuất CNPT, đầu tư KCN phụ trợ được cho vay tối đa đến 85% tổng vốn cố định; hỗ trợ một phần vốn ngân sách cho hoạt động tìm kiếm thị trường, tìm kiếm cơ hội sản xuất, kinh doanh CNPT; sản phẩm CNPT sản xuất tại Việt Nam được cho phép áp dụng cơ chế chỉ định thầu hoặc giao thầu nếu đảm bảo chất lượng và giá cả hợp lý.

(ii) *Ưu đãi về khoa học - công nghệ*: Hỗ trợ kinh phí để xây dựng hệ thống tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm CNPT, kinh phí cho hoạt động nghiên cứu, thử nghiệm, ứng dụng công nghệ tiên tiến của thế giới để sản xuất CNPT tại Việt Nam được hỗ trợ từ nguồn ngân sách nhà nước.

(ii) *Ưu đãi về hạ tầng cơ sở*: Ưu đãi ở mức cao nhất về quỹ đất, tiền thuê mặt bằng để phát triển sản xuất CNPT, KCN phụ trợ; xây dựng các trung tâm nguyên phụ liệu, xây dựng kết cấu hạ tầng phục vụ sản xuất CNPT.

(iii) *Ưu đãi về đào tạo nguồn nhân lực*: Hỗ trợ kinh phí từ nguồn vốn ngân sách hoặc ODA để đào tạo nguồn nhân lực cho ngành CNPT công nghệ cao tại Việt Nam.

(iv) *Ưu đãi về thuế*: Các dự án đầu tư sản xuất CNPT được áp dụng mức thuế thu nhập DN là 10% trong thời hạn 15 năm, được miễn thuế thu nhập DN trong 04 năm kể từ khi có thu nhập chịu thuế và giảm 50% thuế suất thuế thu nhập DN trong 9 năm tiếp theo. Được hưởng các ưu đãi cao nhất về thuế xuất nhập khẩu.

Thứ hai, Chính phủ Việt Nam đã có những hành động cụ thể nhằm xây dựng và phát triển CNPT. Từ năm 2003, Việt Nam và Nhật Bản đã triển khai thực hiện “*Sáng kiến chung*” để cải thiện tổng thể môi trường đầu tư nhằm tăng cường năng lực cạnh tranh của công nghiệp Việt Nam. Hiện hai nước cũng đang thoả thuận để đưa quy hoạch phát triển CNPT tại Việt Nam trở thành một trong những nội dung chính trong khuôn khổ Sáng kiến chung Việt – Nhật giai đoạn 2 và 3.

Bên cạnh đó, ngày 16/2/2009, Bộ Công Thương đã ra quyết định thành lập Trung tâm phát triển DN CNPT (SIDEK) trực thuộc Viện nghiên cứu chiến lược chính sách Công nghiệp để xây dựng cơ sở dữ liệu, kết nối các DN và trong tương lai sẽ là một bộ phận quan trọng của cơ quan quản lý Nhà nước về phát triển CNPT của Việt Nam.

II – Thực trạng ngành CNPT Việt Nam

1. Thực trạng

1.1. Thành tựu

Tuy còn rất nhiều hạn chế và khó khăn nhưng trong những năm gần đây ngành CNPT đã có tiến bộ. Theo đánh giá, ngành CNPT Việt Nam hiện nay đã thành công ở lĩnh vực sản xuất xe máy và điện gia dụng. Nhìn chung, CNPT Việt Nam đã phục vụ tích cực cho sản xuất tiêu dùng nội địa; chất lượng linh kiện chế tạo được nâng cao dần theo hướng chuyên môn hóa, một số doanh nghiệp đã có định hướng tham gia vào dây chuyền sản xuất mang tính toàn cầu của tập đoàn nước ngoài. Gần đây, xu thế chuyển dịch sản xuất hướng vào xuất khẩu đã kích thích CNPT mở ra khả năng xuất khẩu sản phẩm thông qua sản phẩm lắp ráp sau cùng. Có thể nói, ngành CNPT Việt Nam tuy chậm nhưng cũng đang dần từng bước phát triển và đạt được những kết quả ban đầu tích cực:

(i) Hình thành khu CNPT đầu tiên ở Việt Nam

Ngày 27/4/2009 KCN phụ trợ số 1 của Việt Nam tại Bắc Ninh đã được khởi công xây dựng với sự giúp đỡ của Nhật Bản. Đây được coi là một bước đi quan trọng trong quá trình phát triển CNPT ở Việt Nam và có nhà nghiên cứu đánh giá là “*nhân tố quyết định vận mệnh nền công nghiệp của quốc gia*”⁴. Nhờ dự án này, nhiều DNPT đã tìm đến đầu tư tại Việt Nam. Trước mắt, phía Nhật Bản đã cam kết trong năm 2009 sẽ đưa 50 DN nhỏ với tổng vốn đầu tư trực tiếp khoảng 100 triệu USD vào đầu tư, nhằm hỗ trợ các tập đoàn công nghiệp của Nhật Bản đang hoạt động tại Việt Nam cũng như góp phần vào việc tăng cường thu hút các ngành công nghệ cao vào Việt Nam.

Theo kế hoạch, sau KCN phụ trợ số 1 tại Bắc Ninh sẽ còn những khu công nghiệp khác được lập ra trong cả nước với mục tiêu phát triển CNPT. Trong năm 2009 sẽ hình thành thêm một khu trong hệ thống các khu CNPT Việt Nam - Nhật Bản và trong năm 2010 sẽ tiếp tục lựa chọn địa điểm phát triển 3 khu CNPT khác. Tổng diện tích sàn nhà xưởng của 5 khu này vào khoảng 50.000m².

(ii) Đối với lĩnh vực lắp ráp ô tô

Trước năm 1995, CNPT chỉ là việc đại tu, sửa chữa các loại ô tô được nhập khẩu từ nước ngoài của một số nhà máy có năng lực gia công cơ khí mạnh trong nước. Với Thông tư 125 ngày 08/02/1995, các DN sản xuất lắp ráp ô tô có vốn FDI và một số DN trong nước quan tâm nhiều hơn đến các ngành CNPT nội địa.

Theo Bộ Công thương, hiện nay Việt Nam có khoảng gần 60 cơ sở sản xuất linh kiện phụ tùng ô tô giản đơn, cung cấp cho 20 nhà sản xuất lắp ráp ô tô tại Việt Nam. Trong số này, phần lớn là các DNNN. Các DN này trước đây là các xí

⁴ Phan Đăng Tuất - Viện trưởng Viện Nghiên cứu chiến lược chính sách công nghiệp

nghiệp cơ khí, hóa chất nay chuyển đổi hoạt động sang lĩnh vực sản xuất sản phẩm phụ trợ cho lắp ráp ô tô, chủ yếu cung cấp cho các DNNN khác theo mô hình khép kín. Một số nhà phụ trợ có hiệu quả cho công nghiệp sản xuất xe máy nội địa cũng mở rộng loại hình sản xuất kinh doanh sang lĩnh vực phụ trợ cho lắp ráp ô tô. Còn lại là các DN tư nhân mới hình thành và một số cơ sở được các liên doanh sản xuất, lắp ráp ô tô đầu tư nhằm cung ứng cho quá trình sản xuất của mình.

Các DNPT Việt Nam hiện nay đang sản xuất sản phẩm và hoạt động theo hai hướng: Theo cụm chi tiết (cao su, điện, khung vỏ...) và theo giai đoạn công nghệ (dập, đúc, ép). Một số liên doanh do có thị trường đã đầu tư mới dây chuyền dập vỏ xe. Các DN tư nhân cũng đang tích cực đầu tư vào xưởng đúc, dập.

(iii) Đối với ngành dệt may

Thời gian qua, nhằm thực hiện mục tiêu của “Chiến lược tăng tốc cho ngành dệt may đến năm 2010” do Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tháng 4/2001, bản thân ngành dệt may đã rất cố gắng, nỗ lực cùng với sự chỉ đạo của Nhà nước, phát triển CNPT ngành dệt may với những thành công bước đầu, tạo tiền đề cho sự phát triển của ngành dệt may trong giai đoạn tiếp theo: *Một là*, cho đến nay, lĩnh vực trồng bông của Việt Nam đã phát triển khá cả về diện tích lẫn sản lượng. Khâu dệt kim (hàng thun), kéo sợi tăng gấp 2 lần, lực lượng sản xuất hàng may mặc tăng 1,8 lần. Hiện toàn ngành có gần 2 triệu cọc sợi các loại. Các dự án về dệt, trong đó có dự án FDI như Formosa đã được triển khai, góp phần từng bước hiện đại hoá công nghệ, thiết bị, máy móc cho ngành công nghiệp dệt, đáp ứng được yêu cầu cung ứng nguyên liệu cho ngành may sản xuất hàng xuất khẩu. *Hai là*, tình hình phát triển CNPT gần đây có nhiều khởi sắc: bắt đầu hình thành các chợ nguyên phụ liệu giữa các DN. Đây là một mô hình kinh tế góp phần hỗ trợ cho công nghiệp sản xuất phụ liệu dệt may Việt Nam phát triển và từ đó, lượng hàng Việt Nam xuất khẩu theo hình thức FOB sẽ tăng dần thay vì phải làm hàng gia công như hiện nay. *Ba là*, các DN đã bắt đầu chú ý hơn đến việc sử dụng nguồn nguyên liệu sẵn có trong nước, nâng cao tỉ lệ nội địa hoá của sản phẩm. *Bốn là*, trong ngành dệt may đã có sự phát triển các sản phẩm cao cấp và hình thành chuỗi liên kết để nâng cấp khả năng cạnh tranh, điều này đặc biệt quan trọng đối với các DN nhỏ vì các DN này nếu không liên kết sẽ rất khó khăn khi phải cạnh tranh với ngay các DN lớn trong nước, chưa nói đến cạnh tranh với DN nước ngoài.

(iv) CNPT lắp ráp

Ngành sản xuất xe máy có các tập đoàn lớn của Nhật Bản, đặc biệt là Đài Loan đầu tư góp vốn liên doanh xây dựng các nhà máy sản xuất linh kiện, phụ tùng, đáp ứng khoảng 70% nhu cầu về phụ tùng trong nước. Tương tự, ngành điện gia dụng cũng đạt tỷ lệ nội địa hóa từ 70 - 80%.

Theo Bộ Công thương, hiện nay cả nước có trên 230 DN đang sản xuất linh kiện, phụ tùng cung ứng cho các doanh nghiệp lắp ráp ô tô – xe máy, trong đó thì hơn 80 doanh nghiệp là khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài với số vốn đạt trên 260 triệu USD. Doanh nghiệp CNPT đã cung cấp được những sản phẩm đơn giản như bộ dây điện trong xe, ghế ngồi, một số chi tiết kim loại, nhựa... Ngoài ra hệ thống phân phối phụ tùng, chủng loại sản phẩm và dịch vụ sau bán hàng của các DN này cũng đã được hình thành và phát triển.

(v) CNPT đúc nhựa: Có khoảng 200 DN hoạt động trong lĩnh vực đúc nhựa nhưng chủ yếu là sản xuất hàng tiêu dùng thông thường. Trong ngành công nghiệp điện hiện nay có rất ít DN có khả năng sản xuất các linh kiện nhựa đúc dùng trong sản phẩm công nghiệp, chúng ta vẫn phải sử dụng sản phẩm chế tạo từ nước ngoài để sản xuất thiết bị gia dụng và văn phòng.

(vi) Đối với ngành thiết bị điện tử – tin học: CNPT tập trung ở những doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài với 90% tổng vốn đầu tư. Doanh nghiệp trong nước chiếm 2/3 số cơ sở sản xuất, sử dụng 60% lực lượng lao động.

1.2. Yếu kém

1.2.1. Số lượng các DN hoạt động trong khu vực này còn rất hạn chế.

Các DN này chủ yếu là các DNNVV, thuộc sở hữu nhà nước, vẫn còn thói quen bao cấp nên rất thụ động trong việc tìm kiếm khách hàng và "ngại" đổi mới. Các DN lắp ráp và sản xuất sản phẩm cuối cùng muốn hoạt động phải tự tìm đến họ.

Trong ngành công nghiệp ô tô, theo Bộ Công thương, hiện nay Việt Nam có tới 50 DN lắp ráp ô tô, nhưng chỉ có trên 60 DN cung cấp linh kiện, quá thấp so với con số 385 DN ở Malaysia và 2.500 DN ở Thái Lan. Trong khi các DN đưa ra khoảng 35 loại xe ô tô, năm nào cũng có những mẫu xe mới, mỗi xe có khoảng 30.000 chi tiết thì số lượng nhà cung cấp ở trong nước còn quá nhỏ bé. Theo tính toán, một DN ô tô phải cần tối thiểu 20 nhà cung cấp các loại linh kiện khác nhau. Nhưng trên thực tế, thời gian qua, các DN lắp ráp ô tô chỉ có 2-3 nhà cung cấp linh

kiện trong nước. Do vậy, nhiều DN phải phụ thuộc vào nguồn linh kiện nhập khẩu.

Theo kinh nghiệm của Nhật Bản thì khu vực hạ nguồn phải hình thành được 4 cấp bậc sản xuất với hàng nghìn DN tham gia vào quá trình. Trong đó, nhiều nhất là các DN cung cấp nguyên vật liệu, tiếp đến là các DN nhỏ, các DN lớn vừa và DN rất lớn cung cấp linh kiện. Theo đó, nhà cung cấp ở Việt Nam mới chỉ dừng lại ở cấp 2 với khả năng đáp ứng hạn chế về cả số lượng và chất lượng.

Trong số này, các DNNN chiếm phần lớn nhất. Các DN này trước đây là các xí nghiệp cơ khí, hóa chất nay chuyển đổi hoạt động sang lĩnh vực sản xuất sản phẩm phụ trợ cho lắp ráp ô tô, chủ yếu cung cấp cho các DNNN khác theo mô hình khép kín. Một số nhà phụ trợ có hiệu quả cho công nghiệp sản xuất xe máy nội địa cũng mở rộng loại hình sản xuất, kinh doanh sang lĩnh vực phụ trợ cho lắp ráp ô tô. Còn lại là các DN tư nhân mới hình thành và một số cơ sở được các liên doanh sản xuất, lắp ráp ô tô đầu tư nhằm cung cấp cho quá trình sản xuất của mình.

CNPT Việt Nam còn yếu do các DN vẫn mạnh ai nấy làm. Trong khi đó, đối với sản xuất phải chuyên môn hoá sâu và hợp tác rộng mới đem lại hiệu quả cao nhất. Nhiều DN do chưa tính toán được mức lợi nhuận so với chi phí đầu tư nên cũng chưa thực sự vào cuộc. Một thực tế nữa là, trong số DN Việt Nam làm CNPT rất ít các DN cung ứng linh kiện. Hiện nay chủ yếu là các nhà cung ứng linh kiện Nhật Bản đang đầu tư vào Việt Nam, tiếp theo là các DN Đài Loan, cuối cùng mới là các DN Việt Nam. Điều này khiến giới đầu tư Nhật Bản đang làm ăn tại Việt Nam lo lắng khi mà họ không thể đặt hàng các linh phụ kiện tại thị trường nội địa, như các đối thủ đang hoạt động tại Thái Lan, Malaysia, hay Philippines. Một nghiên cứu của tổ chức Xúc tiến thương mại Nhật Bản (JETRO) cho thấy phần lớn những linh kiện do DN Việt Nam cung cấp chỉ bao gồm những mặt hàng sơ chế như vật liệu đóng gói, quần áo đồng phục, giày, găng tay,... còn các linh kiện như khuôn, linh kiện thành hình nhựa thì phần lớn đều phải nhập khẩu.

1.2.2. Chất lượng của các sản phẩm của các DN sản xuất trong ngành CNPT rất thấp và kém ổn định

Nhiều DN FDI đã cất công tìm khắp cả nước mà hầu như không thấy DN nào của VN sản xuất linh phụ kiện đáp ứng được yêu cầu. Sản phẩm CNPT chủ yếu do DNNN hoặc do các hộ kinh doanh cá thể sản xuất, chất lượng kém và giá thành cao (vì công nghệ lạc hậu, khó khăn về vốn, trình độ quản lý kém,...) nên chỉ tiêu thụ được trong nội bộ các DNNN. Ngay chỉ là con ốc-vít đơn giản, nhưng sản phẩm của nhiều nhà cung ứng VN thiết kế thô, xấu, ngược lại có DN thiết kế đẹp

thì chất lượng nguyên liệu không bảo đảm, dễ bị gỉ sét, biến dạng. Công ty Daihatsu đã từng sang Việt Nam tìm kiếm nhà cung cấp ốc vít, nhưng khảo sát tới 64 DN mà không lựa chọn được nhà cung cấp nào đạt tiêu chuẩn quốc tế. Canon cũng phải mất một thời gian dài mới tìm được nhà cung cấp tại Việt Nam, song 90% trong số đó lại là DN có vốn đầu tư nước ngoài.

Ngay cả khi đã chọn được nhà cung cấp linh kiện phụ kiện tại VN, các DN đầu tư nước ngoài cũng chưa hoàn toàn yên tâm vì chất lượng sản phẩm không đồng đều, chất lượng lô hàng sau kém hơn lô hàng trước. Chính điều đó khiến các công ty e ngại đối với các nhà cung cấp của Việt Nam.

Trong những năm qua số DN Việt Nam sản xuất linh kiện phụ tùng có tăng lên, nhưng năng lực cũng chỉ dừng lại ở mức độ sản xuất các chi tiết, linh kiện có kích cỡ lớn, công kênh và công nghệ đơn giản chứ chưa sản xuất được những sản phẩm tinh vi. Theo nhiều DN sản xuất và lắp ráp có vốn FDI, ngành CNPT muốn phát triển phải đáp ứng được ba yếu tố: Chất lượng, giao hàng đúng hẹn và giá cả hợp lý. Hiện nay rất hiếm DN Việt Nam đáp ứng được cả ba yếu tố trên.

1.2.3. Tỷ lệ nội địa hóa trong các ngành công nghiệp của Việt Nam là rất thấp

Một số ngành như dệt may, da giày, điện tử... đều phải nhập nguyên liệu từ nước ngoài. Do vậy, họ luôn phải phụ thuộc vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu, không thể chủ động được hoạt động sản xuất, kinh doanh, giá trị gia tăng của các DN Việt Nam chỉ đạt 10% - một con số quá thấp so với các nước có ngành CNPT phát triển khác.

Theo báo cáo của JETTRO, tỷ lệ nội địa hoá ở các DN Nhật Bản tại Việt Nam là thấp nhất, ở mức 26,5% so với hơn 40% của các nước khác trong khu vực, như Malaysia và Thái Lan tỷ lệ này là trên 45%. Các DN FDI rất muốn phối hợp với các nhà cung cấp trong nước để giảm chi phí sản xuất, nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm, nhưng rất khó có thể tìm được nhà cung cấp thích hợp.

2. Tác động đến nền kinh tế

Sự kém phát triển của CNPT làm cho các công ty lắp ráp và những công ty sản xuất thành phẩm cuối cùng phải phụ thuộc nhiều vào nhập khẩu, giá thành sản phẩm bị đẩy lên cao và giảm sức cạnh tranh với các sản phẩm sản xuất ở nước ngoài. Sự yếu kém của ngành CNPT Việt Nam hiện đang là rào cản rất lớn đối với các nhà đầu tư bởi số lượng các DN chuyên về CNPT còn quá ít, thêm vào đó, trình độ chuyên môn và công nghệ chỉ đạt mức trung bình, thậm chí là lạc hậu so với nhiều quốc gia và khu vực trên thế giới. Một quốc gia ngay cả khi có ưu thế về

lao động nhưng CNPT yếu kém cũng sẽ làm môi trường đầu tư kém hấp dẫn hơn. Chính vì thực trạng yếu kém của CNPT mà đến nay, Việt Nam vẫn chưa hấp dẫn được các công ty đa quốc gia đầu tư trực tiếp sản xuất các loại hàng điện tử gia dụng, các sản phẩm của công nghệ thông tin phần cứng như máy tính cá nhân, điện thoại di động, các loại xe hơi, xe máy, v.v...

Việc thiếu ngành CNPT còn làm tăng nhập siêu. Theo các chuyên gia kinh tế, việc thiếu ngành CNPT dẫn đến trong cơ cấu nhập khẩu, nguyên vật liệu sản xuất chiếm tỉ trọng lớn, đặc biệt là các ngành dệt may, da giày, điện tử, gỗ... phải nhập nguyên, phụ liệu từ 70%-90%.

Ngoài ra, theo phân tích của các chuyên gia, trong những năm gần đây, tuy tốc độ phát triển của công nghiệp Việt Nam vẫn duy trì ở mức trên 16%/năm nhưng chất lượng tăng trưởng đã bộc lộ nhiều vấn đề. Sự yếu kém của CNPT những năm qua đã trở thành một trong những nguyên nhân quan trọng nhất khiến tỷ lệ giá trị gia tăng trong giá trị sản xuất của toàn ngành công nghiệp nước ta đã và đang có xu hướng giảm. Nghiên cứu của Viện Nghiên cứu chiến lược chính sách công nghiệp (Bộ Công Thương) cho thấy, tỷ lệ giá trị gia tăng trong giá trị sản xuất của toàn ngành công nghiệp năm 1995 đạt 42,5%, đến năm 2000 giảm xuống còn 38,45%, năm 2005 là 29,63% và năm 2007 còn 26,3%.⁵ Tương tự, giá trị gia tăng của ngành công nghiệp cũng có chiều hướng đi xuống, năm 2007 là 9,96% đến 2008 còn khoảng 8,3%.⁶ Điều này được lý giải là do hệ quả của ngành CNPT kém phát triển đã nói ở trên và hàm lượng chất xám thấp trong sản phẩm của Việt Nam.

3. Nguyên nhân của các yếu kém

3.1. Sự yếu kém và thiếu liên kết của bản thân các DN

Nguyên nhân của những yếu kém kể trên trước hết xuất phát từ sự kém năng động và nhạy bén của các nhà cung cấp Việt Nam trong việc tiếp cận khách hàng, chưa tự tin và chưa có khái niệm “xây dựng quan hệ” trong kinh doanh. Nhiều trường hợp khách hàng lại là người tìm đến DN để đề nghị cung cấp sản phẩm.

Sức cạnh tranh của các cơ sở sản xuất CNPT ở Việt Nam còn thấp, sự liên kết kinh doanh giữa các DN còn yếu, thiếu tính chuyên nghiệp, thậm chí nhiều DN cạnh tranh không lành mạnh, thiếu sự phối kết hợp giữa nhà sản xuất chính với các nhà thầu phụ cũng như giữa các nhà thầu phụ với nhau hay giữa các DN FDI

⁵ 5 “đích ngắm” của CNPT, Tin nhanh chứng khoán, 09/09/2008

⁶ Thực trạng công nghiệp hỗ trợ tại Việt Nam và một số giải pháp khắc phục, TS. Đặng Thu Hương, ThS. Trần Ngọc Thìn, 2008

và DN trong nước. Các DN vẫn mạnh ai nấy làm, trong khi đó đối với sản xuất phải chuyên môn hoá sâu và hợp tác rộng mới đem lại hiệu quả cao nhất.

Ở một số nước, việc liên kết các DN có thể thực hiện thông qua sự hình thành các cụm công nghiệp. Tuy nhiên, ở Việt Nam thì các cụm công nghiệp thường thiếu quy hoạch tổng thể, chỉ chú trọng giải quyết vấn đề mặt bằng sản xuất hơn là tạo nên chuỗi giá trị thông qua sự liên kết giữa các DN.

3.2. Sự thiếu hụt nguồn nhân lực công nghiệp chất lượng cao

Tỷ lệ nguồn nhân lực này ở Việt Nam rất thấp do nghề nghiệp trong các lĩnh vực chế tạo thường ít được xã hội coi trọng với tâm lý khó tìm việc và công việc vất vả. Chính vì vậy, việc giáo dục, đào tạo kỹ sư chế tạo ở các trường đại học, cao đẳng cũng thường ít hơn các ngành, nghề khác. Đó là chưa kể đến nội dung chương trình đào tạo lạc hậu, thiết bị, máy móc thực hành hạn chế, thiếu sự phối hợp đào tạo giữa các trường dạy nghề trong nước với các công ty nước ngoài.

3.3. Tình trạng thiếu vốn và công nghệ của các DN

Các DN trong lĩnh vực CNPT gặp khó khăn về vốn và kỹ thuật cũng như đầu ra trong điều kiện quy mô thị trường quá nhỏ. Luôn tồn tại một khoảng cách quá lớn giữa yêu cầu về chất lượng sản phẩm, giá bán cũng như thời hạn giao hàng của các DN nước ngoài so với khả năng đáp ứng của các DN Việt Nam. Nguyên nhân sâu xa bắt nguồn từ đặc điểm của ngành CNPT, yêu cầu vốn đầu tư lớn, sản lượng phải nhiều để có thể giảm giá thành và đảm bảo chất lượng. Đây có lẽ là khó khăn lớn nhất của nhiều DNNVV hoạt động trong ngành CNPT. Khó khăn này càng tăng lên khi không có những hỗ trợ cần thiết từ phía các cơ quan chức năng về kỹ thuật, công nghệ cho các công ty linh kiện, phụ tùng Việt Nam. Hệ thống các trung tâm kiểm soát và kiểm định chất lượng linh kiện, phụ tùng gần như không có ở nhiều địa phương hoặc nếu có thì cũng hoạt động cực kỳ kém hiệu quả.

3.4. Các khó khăn về quy mô cầu

Thị trường Việt Nam cho các nhà lắp ráp đặc biệt là các nhà sản xuất ô tô còn quá nhỏ. Hơn nữa, mức độ tăng trưởng của thị trường nội địa thấp. Với quy mô thị trường quá nhỏ, nhiều DN lớn trong nước đã tỏ ra e ngại khi được đề nghị trở thành vệ tinh của các tập đoàn lớn. Nguyên do là họ phải bỏ vốn lớn ra đầu tư nâng cấp thiết bị dây chuyền cho phù hợp với yêu cầu chất lượng, trong khi chưa thấy hiệu quả trước mắt. Các nhà đầu tư nước ngoài cũng ít quan tâm đầu tư vào CNPT.

3.5. Thiếu thông tin giữa các nhà sản xuất Việt Nam và các nhà đầu tư nước ngoài

Một nguyên nhân nữa bắt nguồn từ tình trạng thiếu các kênh thông tin giữa các DN FDI/nhà lắp ráp, và giữa các công ty nội địa có khả năng với các tập đoàn lớn bên ngoài, đặc biệt là các tập đoàn của Nhật Bản. Bên cạnh đó là việc thiếu cơ sở dữ liệu hoàn chỉnh, đầy đủ và chính xác về các công ty nội địa, các công ty FDI, các nhà lắp ráp và thiếu thông tin về các liên kết khác nhau giữa các nhà lắp ráp và các công ty cung cấp linh kiện trong nước. Chính vì vậy các nhà sản xuất phải rất khó khăn trong việc tìm kiếm đơn vị cung cấp linh kiện và dịch vụ hỗ trợ cho mình cũng như DN phải vất vả trong việc tìm kiếm đầu ra cho sản phẩm. Điều này gây lãng phí nhiều thời gian và cơ hội của DN cả trong và ngoài nước.

3.6. Môi trường và chính sách không ổn định

Sự thay đổi chính sách bất ngờ, không báo trước hoặc không rõ mục tiêu không chỉ tác động đến chiến lược kinh doanh lâu dài của các DN mà còn ảnh hưởng tiêu cực đến các ngành CNPT, đặc biệt là các nhà lắp ráp và sản xuất linh, phụ kiện. Quy định về hạn ngạch nhập khẩu linh kiện xe máy năm 2003 hay quy định cho phép nhập khẩu ô tô đã qua sử dụng với các mục tiêu không rõ ràng là những ví dụ. Các quy định này đã ảnh hưởng đến lợi ích của các nhà đầu tư nước ngoài, cụ thể ở đây là các DN đầu tư của Nhật Bản, khiến họ phải ngừng hoặc thu hẹp sản xuất. Điều này rõ ràng ảnh hưởng đến thị trường đầu ra của CNPT.

3.7. Thiếu các biện pháp ưu đãi về thuế

Ưu đãi về thuế hay sự hỗ trợ về tài chính là những công cụ chính sách cơ bản góp phần thúc đẩy CNPT phát triển. Việc ưu đãi thuế cho các DN CNPT không chỉ khuyến khích các nhà đầu tư mà còn tăng khả năng cạnh tranh về giá của các nhà lắp ráp, khuyến khích chuyên môn hóa sản xuất một số linh kiện nhất định có khả năng xuất khẩu. Tuy vậy, những chính sách ưu đãi này ở Việt Nam chưa rõ ràng, đa phần các chính sách ưu đãi thuế của Việt Nam lại hướng vào các ngành công nghệ cao hay các dự án ở vùng sâu, vùng xa, chứ chưa quan tâm đến các DN CNPT trong và ngoài nước.

4. Một số khuyến nghị

Quy hoạch phát triển công nghiệp hỗ trợ đến năm 2010, tầm nhìn đến năm 2020 đã đưa ra 6 nhóm giải pháp toàn diện nhằm phát triển ngành CNPT, bao gồm: các giải pháp tạo dựng môi trường đầu tư, khuyến khích phát triển sản xuất kinh doanh; các giải pháp về khoa học - công nghệ; các giải pháp về hạ tầng cơ sở để phát triển CNPT; các giải pháp về đào tạo nguồn nhân lực; các giải pháp về liên

kết DN; và các giải pháp về tài chính. Bên cạnh những giải pháp này, chuyên đề này xin được nêu lên một số khuyến nghị khác đối với Chính phủ và DN cho việc phát triển CNPT tương xứng với tiềm năng của Việt Nam, cụ thể như sau:

4.1. Một số khuyến nghị đối với Chính phủ

4.1.1. Xây dựng định nghĩa pháp lý cho CNPT làm cơ sở cho hoạch định chính sách

Hiện nay trong hệ thống luật pháp nước ta vẫn chưa có định nghĩa về ngành CNPT. Bởi vậy vấn đề đầu tiên đặt ra là Chính phủ cần phải xây dựng một định nghĩa mang tính pháp lý về các ngành CNPT, làm cơ sở cho việc xây dựng một khuôn khổ chính sách phù hợp và đảm bảo tính khả thi của các chính sách này trong chiến lược phát triển ngành các CNPT. Đồng thời, trong quá trình hoạch định chính sách, Chính phủ cần phối hợp chặt chẽ với các bộ và DN liên quan.

Nhà nước cần có sự hỗ trợ mạnh mẽ, hiệu quả đối với sự phát triển của CNPT Việt Nam thông qua việc xây dựng và công khai chiến lược, quy hoạch đối với CNPT; hỗ trợ về cơ sở hạ tầng; hỗ trợ về thuế và các chính sách tài chính khác đối với DN đầu tư CNPT; hỗ trợ về thông tin và sự hợp tác quốc tế trên bình diện quốc gia...

4.1.2. Có chiến lược nâng cao nhận thức về CNPT

Cùng với việc có một khái niệm pháp lý thống nhất về CNPT, điều quan trọng hơn là cần có chiến lược quốc gia nâng cao nhận thức từ chính phủ đến các cơ quan quản lý và các doanh nghiệp về CNPT, nhất là vị thế của các ngành sản xuất kỹ thuật cao. Cần phải xác định một cách rõ ràng CNPT không phải là ngành công nghiệp “phụ”, các ngành công nghiệp xương sống thậm chí sẽ không thể phát triển được nếu không có CNPT.

Chính phủ cần nhận diện lại vấn đề và tham gia tích cực vào cuộc chơi này hơn nữa bằng cách lập ra một cơ quan đầu mối cho các DN cung cấp chi tiết linh kiện. Trên thực tế, nước láng giềng Thái Lan đã làm rất tốt việc này trong thời kỳ CNH của họ. Họ đã có một cơ quan nhà nước luôn theo dõi việc hỗ trợ DNNVV để “chui” vào các hãng chính. Trong khi ở nước ta thì vẫn chưa có một cơ quan nào phụ trách công việc này.

4.1.3. Có định hướng phát triển hợp lý CNPT

Định hướng này làm cơ sở để đầu tư phát triển ngành và điều chỉnh, bổ sung các chính sách có liên quan, thể hiện qua các quy hoạch tổng thể phát triển từng ngành công nghiệp. Điều quan trọng trong quy hoạch này là phải phân tích toàn

diện các quan hệ liên ngành và đưa ra quan điểm hợp lý trong việc xử lý các quan hệ đó. Cần xác định loại nguyên phụ liệu nào có thể nhập khẩu từ các nước có công nghệ tiến tiến hơn, hoặc theo các quan hệ kinh tế ổn định trước đó, còn loại nguyên liệu nào cần và có thể đầu tư trong nước thì nên tập trung vốn và chuyển giao công nghệ để nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm khi xuất khẩu ra nước ngoài.

Trong bối cảnh Việt Nam hiện nay, để tận dụng hiệu quả các nguồn lực còn hạn hẹp, việc phát triển CNPT không nên thực hiện theo cách dàn trải cho tất cả các ngành, mà cần phải phân chia thành các nhóm ngành để xác định hướng đi thích hợp với những trọng tâm trong từng giai đoạn phát triển. Đồng thời, Chính phủ cần có các chính sách xác định rõ các lĩnh vực cần được ưu tiên phát triển CNPT. Chẳng hạn như hiện nay các lĩnh vực như cán thép, đúc, xử lý nhiệt và chế tạo là những lĩnh vực còn tương đối lạc hậu, nên có thể tập trung phát triển CNPT trong những lĩnh vực này.

Trong mục lục ưu tiên phát triển CNPT của từng lĩnh vực, Việt Nam đã quá “tham” khi liệt kê tất cả các hạng mục sản phẩm phụ trợ. Chẳng hạn, trong lĩnh vực sản xuất ô tô, việc đưa cả sản xuất động cơ vào CNPT là một điều khó khả thi, do sự phân công sản xuất trên toàn cầu. Những nước láng giềng như Thái Lan, Indonesia và Malaysia, những nước mà Nhật Bản đã giúp phát triển ngành CNPT từ rất lâu, không liệt kê chi tiết từng hạng mục như Việt Nam, mà phân chia theo cách thức sản xuất chẳng hạn đúc, rèn, dập, nhựa, tráng, mạ... Đây là một kinh nghiệm mà Việt Nam nên tham khảo.

4.1.4. Có chính sách kích cầu cho sự phát triển DN CNPT

Về định hướng chính sách kích cầu cho sự phát triển DNPT trong nước bằng cách tạo điều kiện cho các đối tượng này tham gia cung cấp linh kiện bộ phận cho vào lĩnh vực phát triển hạ tầng bao gồm cả đường xá, cầu cảng, nhà ở trong nước. Muốn vậy trước hết cần phát huy nội lực (vốn, nhân lực tri thức trong nước) để phát triển các công trình hạ tầng. Trường hợp nội lực không thể mới suy nghĩ tới sử dụng những nguồn hỗ trợ từ bên ngoài. Bài học kinh nghiệm từ các nước cho thấy, Hàn Quốc, Trung Quốc,... chỉ dùng vốn hỗ trợ trong thời gian đầu của quá trình phát triển, sau đó nhiều công trình cầu đường, cao ốc hoàn toàn phát triển bằng vốn và sức các DN trong nước. Quá trình tham gia cung cấp và xây dựng những công trình đó đã tạo ra sức cạnh tranh cho các DN trong nước.

4.1.5. Tạo một môi trường kinh doanh thực sự bình đẳng và thu hút nhiều thành phần kinh tế tham gia trong lĩnh vực CNPT

Nhà nước cần tạo một môi trường kinh doanh thực sự bình đẳng và tôn trọng các DN tư nhân, đặc biệt các DNNVV. Các chính sách thúc đẩy các ngành CNPT cần phải xây dựng trên cơ sở không phân biệt DN trong nước với DN nước ngoài. Cụ thể hơn, chính sách phát triển không nên xác định bảo hộ một ngành nào, một loại DN nào cụ thể (vốn nhà nước, vốn nước ngoài). Khi định ra một qui chế, chính sách nào đó, cần giải trình minh bạch công khai cơ sở khoa học, tính hợp lý của những chính sách, qui chế đó. Song song với việc đưa ra chính sách cần tổ chức bộ máy thi hành hiệu quả, bộ phận kiểm tra giám sát minh bạch và công khai thông tin. Minh bạch trong xử phạt sai phạm không chỉ của các DN, mà cả của bản thân những người có trách nhiệm trong bộ máy quản lý nhà nước.

CNPT đòi hỏi có sự tham gia của nhiều thành phần kinh tế. Nhà nước đầu tư vào CNPT đối với những ngành quan trọng mà Nhà nước cần chi phối, những ngành công nghệ cao, những ngành tạo ra nhiều công ăn việc làm cho xã hội... Các DNNN cũng có thể liên doanh liên kết để thành lập các DN vệ tinh, sản xuất sản phẩm phụ trợ phục vụ cho bản thân DN và cho xã hội. Các thành phần kinh tế khác được đầu tư vào tất cả các lĩnh vực mà Nhà nước không cấm và được cạnh tranh bình đẳng trên thị trường.

Kinh nghiệm các nước cho thấy, DN tư nhân, DNNVV được xem là nòng cốt trong chiến lược phát triển CNPT. Chính vì vậy, cần có sự ưu tiên và tạo điều kiện cho các DN này phát triển mạnh mẽ. Đồng thời, Việt Nam cũng cần có những điều chỉnh với các DNNN, vì đây là những DN đã tồn tại rất lâu, cần phải tận dụng, định hướng sản xuất theo xu hướng chuyên môn hóa, tập trung vào một ngành. Một số ngành thuộc CNPT cần vốn đầu tư rất lớn, không phải DN tư nhân nào cũng làm được, trong trường hợp đó, DNNN với nguồn vốn lớn, được đầu tư bài bản, sẽ là lựa chọn tốt.

4.1.6. Hoàn thiện chính sách nội địa hóa

Một là, thực hiện hợp lý chính sách “nội địa hoá” với các biện pháp hỗ trợ cần thiết. Chính sách này, một mặt tạo áp lực trực tiếp tới các nhà sản xuất hạ nguồn tìm và trợ giúp các nhà sản xuất trong nước đáp ứng yêu cầu của mình; mặt khác, không đưa các DN hạ nguồn vào thế bế tắc dẫn đến đình đốn sản xuất, mất thị trường. Chính sách “nội địa hoá” phải được đi kèm với chính sách hạn chế nhập khẩu sản phẩm hoàn chỉnh và các nguyên, phụ liệu nằm trong danh sách phải được “nội địa hoá”.

Hai là, thực hiện chiến lược phát triển thị trường nội địa. Nhà nước phải tạo ra một môi trường kinh doanh thuận lợi cho DN trong nước phát triển thị trường nội địa, quan tâm giải quyết các vướng mắc, tăng cường công tác quản lý thương mại biên giới với Trung Quốc, đẩy mạnh công tác phòng chống buôn lậu tại các chợ đầu mối biên giới nhằm làm giảm đến mức thấp nhất có thể hiện tượng buôn lậu, trốn thuế.

Lưu ý rằng, cần áp dụng linh hoạt tỷ lệ nội địa hóa trong việc phát triển các ngành công nghiệp phù hợp với cam kết giữa Việt Nam và các tổ chức quốc tế cũng như WTO. Chính phủ cần căn cứ vào điều kiện và khả năng thực tế của đất nước để có lộ trình nội địa hóa hợp lý, không thể “vẽ vời” ra những con số thiếu thực tế trong điều kiện nhân, vật lực và trình độ khoa học công nghệ của Việt Nam còn hạn chế. Chẳng hạn, với ngành CNPT còn hoang sơ như thế, việc đề ra mục tiêu cho các DN ô tô đến năm 2010 nội địa hoá trên 50% là chuyện không tưởng.

4.1.7. Hoàn thiện chính sách đầu tư

Nhà nước cần tạo môi trường hấp dẫn thu hút FDI, thông qua việc tiếp tục hoàn thiện hệ thống pháp luật, nâng cao chất lượng cơ sở hạ tầng, cải cách thủ tục hành chính theo hướng ngày càng tinh giản, gọn nhẹ. Sửa đổi Luật đầu tư theo hướng ngày càng thông thoáng hơn để thu hút không chỉ nguồn vốn từ nước ngoài như ODA của Chính phủ các nước, các tổ chức quốc tế, nguồn vốn thông qua liên doanh liên kết, mà còn huy động được nguồn vốn từ nhiều nguồn trong nước như: vốn từ ngân sách, vốn từ các địa phương, vốn tự có trong dân, vốn kiều hối cho lĩnh vực này.

Ngoài ra, nên bổ sung các chính sách ưu đãi việc đầu tư phát triển CNPT xuất phát từ thực tế là đầu tư vào khu vực CNPT có những khó khăn và phức tạp hơn đầu tư vào khu vực hạ nguồn. Các chính sách ưu đãi đầu tư này bao gồm: ưu đãi tín dụng, ưu đãi nhập khẩu nguyên, phụ liệu, thuế thu nhập DN, VAT... Để phân bổ có trọng điểm các nguồn vốn hạn chế đối với những khu vực kinh tế thực sự có hiệu quả cho sự phát triển nền kinh tế quốc dân, cần phải nâng cao khả năng cấp tín dụng cho DNNVV (năng lực kinh doanh, tăng cường quy chế, hoàn thiện hạ tầng), và đồng thời với nó là đưa ra những ưu đãi về chính sách kết hợp giữa tín dụng và chính sách hỗ trợ cho CNPT: tín dụng ưu đãi kết hợp giữa chế độ bảo đảm tín dụng và bù lãi suất đối với ngành CNPT; cho vay bảo đảm tín dụng/bù lãi suất đối với ngành CNPT thông qua sự hợp tác với thẩm định viên DNNVV và văn phòng kiểm toán; tăng cường khả năng của ngân hàng hỗ trợ cho ngành CNPT thông qua các khoản vay 2 bước của JBIC.

4.1.8. Về chính sách khuyến khích xuất khẩu

Với quy mô thị trường nhỏ như hiện tại, nhiều chuyên gia trong ngành cho rằng nội địa hóa là một bài toán khó cho các DN nếu không tìm hướng xuất khẩu. Trong bản tư vấn cho Bộ Công nghiệp mới đây, Viện Nghiên cứu chiến lược công nghiệp Nhật Bản cho rằng, Việt Nam nên trở thành một cơ sở xuất khẩu cho một số loại linh kiện và ban đầu thực hiện xuất khẩu 90-100%. Việt Nam nên tận dụng các liên doanh đang có mặt để thu hút đầu tư vào sản xuất các cấu phần và linh kiện chuyên biệt. Ví dụ: trong ngành da, đúc hay rèn, Việt Nam rất có lợi thế do có đội ngũ nhân công tay nghề cao và chi phí lao động thấp.

Nhà nước có thể trợ giúp các DN CNPT nâng cao năng lực cạnh tranh thông qua các hoạt động nghiên cứu khoa học và công nghệ nhằm sản xuất những sản phẩm có thể đáp ứng tốt nhất yêu cầu của thị trường trong và ngoài nước.

4.1.9. Về chính sách đào tạo cán bộ và nguồn nhân lực

Tăng cường đào tạo lực lượng kỹ sư có trình độ trung và cao cấp

Việt nam thiếu lực lượng kỹ sư có trình độ trung cấp đến cao cấp. Số lượng kỹ sư tốt nghiệp đại học được tuyển dụng có đủ năng lực để đáp ứng các nhu cầu về quản lý rất thiếu. Một phần của thực trạng này là việc đào tạo thực hành khoa học và kỹ thuật trong các trường đại học còn rất yếu. Thực trạng đó chỉ ra rằng cần phải cải cách triệt để đào tạo đại học theo cả hai hướng, đó là phần cứng (bảng trang thiết bị) và phần mềm (chương trình đào tạo và phương thức giảng dạy), và có một khối lượng lớn kỹ sư có thể làm việc trong các ngành CNPT. Các chương trình liên thông giữa các trường đại học và các tổ chức học thuật, ví dụ như chương trình thực tập ngắn hạn, cần phải có hiệu quả để sinh viên có điều kiện nâng cao kỹ năng thực hành và có thái độ đúng đắn với môi trường làm việc của một DN sản xuất. Bên cạnh đó, việc mở rộng các trường cao đẳng kỹ thuật và các trung tâm đào tạo nghề là điều hết sức cần thiết.

Cổ vũ việc đào tạo quản lý ở bậc trung cấp

Hiện nay, Việt Nam thiếu một thể hệ có thể làm quản lý ở bậc trung cấp. Các DN nước ngoài thường khó tìm được những người quản lý bậc trung cấp có đủ khả năng làm việc. Thông qua các chương trình đào tạo, thông qua học việc dài hạn, các nhà quản lý theo yêu cầu nghề nghiệp cần được lựa chọn từ số sinh viên tốt nghiệp các trường đại học. Hiệu quả của các chương trình này sẽ cao hơn rất nhiều nếu chính phủ đứng ra tổ chức các khóa học nhằm tăng cường trình độ quản lý ở bậc trung cấp.

4.1.10. Cải thiện hệ thống kiểm soát chất lượng

Hiện nay, các khía cạnh pháp lý về quản lý chất lượng sản phẩm do cơ quan Tiêu chuẩn và Chất lượng (STAMEQ) thuộc Bộ Khoa học và Công nghệ ban hành. Việc quản lý tiêu chuẩn, kiểm định chất lượng và phân tích mẫu do Trung tâm Quản lý và Kiểm định chất lượng (QUATEST) thực hiện dưới sự chỉ đạo của STAMEQ tại Hà Nội, Đà Nẵng và Tp.Hồ Chí Minh. Việc quản lý và kiểm tra chất lượng sản phẩm là một trong nhiều chức năng quan trọng của chính phủ trong việc phát triển các ngành CNPT và tăng cường khả năng cạnh tranh của chúng. Vì thế, năng lực của QUATEST cần phải được cải thiện.

QUATEST cần tăng cường hoạt động của mình nhằm giúp các DN trong nước nhận thức được tầm quan trọng của chất lượng sản phẩm. Hiện nay, hầu hết các DN Việt nam chỉ coi việc kiểm tra chất lượng sản phẩm là trách nhiệm với người sử dụng sản phẩm của họ khi những sai sót của sản phẩm được phát hiện. Quan niệm này cần phải thay đổi trước khi họ có thể trở thành nhà cung cấp của các DN có vốn đầu tư nước ngoài.

Bên cạnh đó, việc hỗ trợ kỹ thuật dài hạn rất cần thiết nhằm thay đổi tư tưởng cố hữu của một số DN trong nước về chất lượng. Đào tạo ngắn hạn không phải là cách làm có hiệu quả đối với vấn đề này. Tuy nhiên, chi phí cho việc hỗ trợ dài hạn vượt quá sức các DN tư nhân. Việc làm thiết thực nhất là tổ chức các chương trình chính thức và thường xuyên hơn cho các DN Việt nam với sự tham gia của nhiều chuyên gia đến từ các nước CNPT phát triển như Nhật Bản, Đài Loan.

4.1.11. Phổ biến thông tin DN

Trong nền kinh tế kế hoạch trước đây, các DN nhận được rất ít đơn đặt hàng sản xuất từ cấp trên nên họ không cần mở rộng sản xuất bằng nỗ lực của mình. Thậm chí ngay cả bây giờ, rất nhiều DNNVV chỉ thụ động làm các đơn đặt hàng có sẵn chứ không nỗ lực tìm kiếm khách hàng mới cho sản phẩm của mình. Để phát hiện ra các DN có tiềm năng hoạt động cao trong số các DN trong nước, chúng ta cần phải thiết lập một hệ thống phổ biến thông tin DN chính thức và xây dựng các mạng lưới thông tin nội bộ DN. Để làm được việc này, các thông tin và dịch vụ hỗ trợ của Phòng thương mại và công nghiệp Việt nam (VCCI), của Công đoàn Hiệp hội Công nghiệp và Thương mại (UAIC), và của Trung tâm xúc tiến thương mại và đầu tư (ITPC) cần được thúc đẩy mạnh hơn. Hơn nữa, cũng cần tăng số lượng hội trợ thương mại nhằm tìm kiếm các đối tác kinh doanh cho DN trong nước và DN FDI.

4.2. Khuyến nghị đối với các DN

4.2.1. Nâng cao nhận thức về vai trò và vị trí của CNPT

Các DNNN (chủ thể chính trong lĩnh vực này) từ trước đến nay thường hoạt động theo kiểu trọn gói (sản xuất từ A đến Z). Do đó, họ hầu như không có khái niệm về ngành CNPT. Chính vì sản xuất trọn gói nên hiệu quả sản xuất của các DN không cao, do cần rất nhiều vốn đầu tư và họ buộc phải đầu tư dàn trải, hiệu quả thấp, giảm khả năng cạnh tranh của sản phẩm. Trong khi đó, việc sản xuất theo hướng chuyên môn hóa, song hành với nó là sự phát triển của các ngành CNPT, cho phép các DN đầu tư vốn hiệu quả hơn, giá thành và chất lượng sản phẩm cạnh tranh hơn, đồng thời chủ động hơn trong việc mua nguyên vật liệu, linh kiện, phụ kiện đầu vào phục vụ cho sản xuất. Các DN cần nhận thức được điều này và các công ty hoạt động trong ngành CNPT chỉ nên chọn, tham gia vào một lĩnh vực sản xuất. Bên cạnh đó, các biện pháp hỗ trợ tài chính cho CNPT phát triển cần phải được bổ sung vào các chương trình tài chính cho DNNVV.

Các DN CNPT cần cam kết tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế về chất lượng, an toàn, môi trường và sở hữu trí tuệ; tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu để chuyên môn hoá các quy trình đòi hỏi kỹ thuật cao và huy động các đầu vào khác từ bên ngoài.

4.2.2. Chủ động trong việc lựa chọn sản phẩm và tìm kiếm thị trường

Một điều tưởng chừng như “ngược đời” vẫn đang diễn ra ở Việt Nam. Các DN đầu tư nước ngoài thường phải vất vả tìm kiếm nhà cung ứng các sản phẩm phụ trợ đạt tiêu chuẩn cho mình chứ không phải DNPT chủ động liên hệ với khách hàng. Để phát triển hiệu quả công nghiệp nói chung và CNPT nói riêng, các nhà quản lý DN và công nhân Việt Nam cần phải thay đổi tư duy theo hướng năng động trong việc học hỏi và hoạt động marketing. Các DN Việt Nam cần chủ động hơn nữa trong việc lựa chọn sản phẩm để sản xuất cũng như tìm kiếm khách hàng, thị trường cho đầu ra của mình.

Trong điều kiện Việt Nam hầu hết là các DNNVV, để chủ động liên hệ với khách hàng mà không mất nhiều chi phí cho việc tìm kiếm đối tác, việc tăng cường sử dụng thương mại điện tử là rất cần thiết. Hoạt động này nhằm quảng bá, giới thiệu sản phẩm của mình không chỉ đối với một nhóm khách hàng và thị trường định hướng tới, mà thông qua đó, những khách hàng có nhu cầu có thể tự liên hệ, tìm đến mua sản phẩm của DN. Điều này mang lại hiệu quả cao và có tính chất lâu dài đối với chiến lược phát triển của từng DN.

4.2.3. Chủ động trong việc tạo mối liên kết với các DN khác

Tăng cường liên doanh, liên kết với nhà đầu tư nước ngoài

Các DN cần đa dạng hoá hợp tác, liên doanh liên kết với các nhà đầu tư nước ngoài vào Việt Nam nhất là với các DNNVV của Nhật với trình độ kỹ thuật cao và bề dày kinh nghiệm trong lĩnh vực này để cung ứng các linh kiện, sản phẩm phụ trợ, tiếp nhận sự hỗ trợ công nghệ từ nước ngoài. Xu thế chung của thế giới là sự phân công lao động quốc tế ngày càng chi tiết. Vì vậy chỉ có đa dạng hoá liên doanh liên kết, hợp tác đầu tư thì các DN Việt Nam mới trở thành một mắt xích trong dây chuyền sản xuất toàn cầu. Từ trước đến nay chúng ta mới quan tâm đến liên doanh thông qua việc góp vốn đầu tư, gia công sản phẩm đơn giản, đã đến lúc chúng ta phải coi trọng liên doanh, liên kết dưới dạng đối tác chiến lược, DN vệ tinh, chuyển nhượng bản quyền, thương hiệu.

Sự phát triển các CNPT rất đa dạng và nhiều cấp bậc, một mình các DN Việt Nam không thể kỳ vọng bao hàm hết. Việt Nam không những cần thu hút đầu tư đầu tư của các DNPT nước ngoài mà còn cần thu hút nhiều loại hình DN nước ngoài ở nhiều trình độ công nghệ, không chỉ chú trọng bậc cao nhất mà phải cả các bậc vừa phải, có khoảng cách công nghệ với DN trong nước không quá xa. Nếu chỉ chú trọng các DN Nhật có trình độ công nghệ sản xuất cao, thì khó tạo ra cầu nối liên kết qua hoạt động sản xuất, kinh doanh với các DN trong nước vì khoảng cách công nghệ quá lớn. Để lấp khoảng cách trình độ công nghệ giữa các DN Nhật Bản và Việt Nam, cần thu hút các DN nước ngoài khác có trình độ công nghệ mức trung gian.

Ngoài ra, việc đầu tư vào sản xuất phụ trợ rủi ro khôn lường. Nhiều trường hợp các công ty đầu tư tiền bạc, công sức, thời gian vào việc mua sắm dây chuyền, trang, thiết bị mới để sản xuất linh kiện, nhưng sản xuất ra nhà lắp ráp lại không mua, sản phẩm khi đó chẳng biết bán cho ai. Chính vì vậy, giữa nhà sản xuất và lắp ráp cần phải có cam kết như cung cấp tư vấn, thiết bị, kỹ thuật của chính hãng... để nhà cung cấp linh kiện có niềm tin về vốn.

Hình thành mối quan hệ cùng có lợi (Win – Win)

Trước mắt, việc sản xuất những chi tiết quan trọng, đòi hỏi kỹ thuật gia công cao ở Việt Nam sẽ do các DN có vốn nước ngoài đảm nhận. Sau đó, trong tương lai, công việc đó sẽ chuyển sang cho các DN Việt Nam. Về những chi tiết tương đối dễ gia công, chế tạo, các DN Việt Nam có thể đảm nhận ngay. Điều này hỗ trợ cho các DN Việt Nam phát triển trình độ kỹ thuật của mình, sẵn sàng đón nhận chuyển giao kỹ thuật từ các DN có vốn nước ngoài. Riêng đối với những chi tiết

có số lượng gia công ít, sản xuất trong nước không kinh tế, thì nên nhập khẩu, còn khi số lượng gia tăng, sản xuất trong nước kinh tế hơn, thì sẽ tiến hành nội địa hóa và phân chia công việc như đã nêu ở trên. Để cả DN Việt Nam và DN có vốn nước ngoài cùng phát triển, sự hợp tác (gắn kết, chia sẻ công nghệ) là cực kỳ quan trọng và việc hình thành mối quan hệ đôi bên cùng có lợi (Win – Win) sẽ mang lại sự phát triển bền vững.

Cần có một hiệp hội DN CNPT

Cần có một tổ chức hiệp hội DN CNPT thực sự do tự các DNPT tập hợp nhau lại và tổ chức lên. Hiệp hội này sẽ hoạt động vì lợi ích của các DN, làm cầu nối giữa các DN với nhau, tương tác hỗ trợ nhau nâng cao trình độ công nghệ sản xuất. Chính phủ không phải là người đứng ra tổ chức hiệp hội này, mà chỉ hỗ trợ trong việc dỡ bỏ những quy định, rào cản đối với việc hình thành và hoạt động hiệp hội của các DN.

Nếu có được một hiệp hội thực sự từ tự thân các DN lập nên, hiệp hội sẽ thu thập thông tin, tổ chức những hoạt động phục vụ lợi ích các thành viên. Hiệp hội như vậy mới nắm bắt sâu sát tình hình thực tế, hiểu được những vướng mắc và giúp DN đưa kiến nghị tới các cơ quan hữu quan.

Hiệp hội có thể đóng vai trò đảm bảo tài trợ hợp pháp trong các hợp đồng của các nhà cung cấp với các công ty lớn và chuyển cho nhà cung cấp các thông tin về giá chuẩn và các cơ hội kinh doanh thay thế.

4.2.4. Đào tạo và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

Các DN cần chú ý công tác đào tạo tay nghề cho đội ngũ lao động và bồi dưỡng trình độ chuyên môn cho cán bộ, chuyên viên kỹ thuật nhằm nâng cao hàm lượng chất xám trong sản phẩm, đẩy mạnh liên kết giữa nhà trường và DN. Trong điều kiện hạn chế của đào tạo trong nước, các DN cần có chính sách đào tạo cán bộ ở nước ngoài kết hợp với hoạt động khảo sát thị trường về lâu dài.

Tuy nhiên, cũng cần lưu ý rằng việc đào tạo nhân lực dàn trải trên mọi lĩnh vực cũng như phát triển sản xuất tất cả mọi lĩnh vực và nguyên vật liệu cho một sản phẩm có thể dẫn tới sử dụng lãng phí lớn về thời gian và tài nguyên. Các DN Việt Nam nên chọn cách tiếp cận chọn lọc và tập trung trong việc đào tạo nguồn nhân lực, đầu tư đào tạo vào những lĩnh vực mà Việt Nam đang thiếu và yếu.