XÂY DỰNG CÔNG NGHIỆP HỖ TRỢ TẠI VIỆT NAM

Tập 1

Chủ biên
Kenichi Ohno

DIỄN ĐÀN PHÁT TRIỂN VIỆT NAM (VDF)

Xây dựng Công nghiệp hỗ trợ tại Việt Nam

Tập 1

Chủ biên
Kenichi Ohno

DIỄN ĐÀN PHÁT TRIỂN VIỆT NAM (VDF)

Ấn phẩm này được xuất bản với sự hỗ trợ của Chương trình *Trung tâm tài năng thế kỷ 21* của Bộ Giáo dục, Văn hoá, Thể thao, Khoa học và Công nghệ Nhật Bản (MEXT).

© Diễn đàn Phát triển Việt Nam (VDF), 2007
Xuất bản tại Việt Nam

Bản quyền thuộc về Diễn đàn Phát triển Việt Nam. Cấm in, tái bản và dịch sang các ngôn ngữ khác một phần hay toàn bộ ấn phẩm này dưới bất kỳ hình thức nào, bao gồm cả việc photocopy hay đăng tải trên trang điện tử, nếu không được sự chấp thuận bằng văn bản của Diễn đàn Phát triển Việt Nam.

Địa chỉ liên hệ:
Diễn đàn Phát triển Việt Nam (VDF)
Phòng 401, Toà nhà làm việc trung tâm Melia
44B Lý Thường Kiệt, Hà Nội
Điện thoại: (04) 9362633 / Fax: (04) 9362634
Email: hellovdf@vdf.org.vn
Trang điện tử: http://www.vdf.org.vn

Văn phòng VDF tại Tokyo (VDF-Tokyo)
National Graduate Institute for Policy Studies (GRIPS)
7-22-1 Roppongi, Minato-ku, Tokyo 106-8677, Japan
Phone: 81-3-6439-6000 / Fax: 81-3-6439-6010
Email: vngripsnet@grips.ac.jp
Website: http://www.grips.ac.jp/vietnam/VDFTokyo/index.html

Cuốn sách này được dịch từ nguyên bản tiếng Anh. Chương 1 do các thành viên của Diễn đàn Phát triển Việt Nam (VDF) dịch. Phần còn lại do Nguyễn Thị Xuân Thuý dịch. Các tác giả trân trọng cảm ơn giáo sư Donna Amoroso và bà Patricia Decker thuộc Trung tâm Tiếng Anh chuyên ngành của GRIPS đã dành nhiều thời gian và công sức biên tập bản tiếng Anh của cuốn sách này. Xin chân thành cảm ơn các trợ lý nghiên cứu của Diễn đàn Phát triển GRIPS (GDF) và VDF đã hỗ trợ không mệt mỏi trong quá trình chuẩn bị bản thảo và thực hiện các công việc hành chính liên quan, giúp việc xuất bản cuốn sách được thuận lợi.

Mục lục

Giới thiệu và Tóm tắt nội dung i
Diễn đàn Phát triển Việt Nam

Chương 1: Công nghiệp hỗ trợ Việt Nam dưới góc nhìn của các nhà sản xuất Nhật Bản 1
Diễn đàn Phát triển Việt Nam

Chương 2: Công nghiệp hỗ trợ: Tổng quan về khái niệm và sự phát triển 29
Nguyễn Thị Xuân Thúy

Chương 3: Phân tích định lượng cơ cấu mua hàng của công nghiệp hỗ trợ ở ASEAN 4, Hàn Quốc và Nhật Bản 53
Toshiyuki Baba

Chương 4: Thiết kế và quản lý cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ 65
Junichi Mori

Giới thiệu và Tóm tắt nội dung

Việt Nam là một trong những quốc gia đang phát triển ấn tượng nhất thế giới. Trong thập kỷ vừa qua, tốc độ tăng trưởng kinh tế trung bình đạt 8%, trong đó khu vực công nghiệp ngày càng đóng vai trò quan trọng cả về giá trị đóng góp và khả năng tạo việc làm cho nền kinh tế. Sự thay đổi nhanh chóng của cơ cấu kinh tế cũng thu hút được ngày càng nhiều đầu tư trực tiếp nước ngoài, đặc biệt vào lĩnh vực sản xuất công nghiệp, và quá trình này lại tiếp tục thúc đẩy tăng trưởng kinh tế với tốc độ cao hơn. Bên cạnh đó, trong bối cảnh toàn cầu hóa với sự cạnh tranh ngày càng gay gắt, các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài ở Việt Nam cũng cần phải nâng cao khả năng cạnh tranh của mình thông qua các liên kết kinh doanh. Trước đòi hỏi này, công nghiệp hỗ trợ ngày càng trở nên quan trọng trong chiến lược kinh doanh của các doanh nghiệp nước ngoài tại Việt Nam, đặc biệt là các doanh nghiệp lắp ráp. Chính nhu cầu tìm kiếm nhà cung cấp trong nước của các doanh nghiệp nước ngoài cho thấy cần có những chính sách công nghiệp toàn diện để phát triển công nghiệp hỗ trợ.

Tuy nhiên, công nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam hiện nay mới đang trong giai đoạn đầu phát triển. Thực trạng này đã hạn chế cơ hội kinh doanh của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, đặc biệt là các doanh nghiệp lắp ráp, bởi sẽ rất tốn thời gian và tiền bạc để họ tìm được một nhà cung cấp nội địa có chất lượng. Trong bối cảnh đó, việc tiến hành nghiên cứu và đề xuất các chính sách phát triển công nghiệp hỗ trợ là một nhiệm vụ cần thiết và cấp bách. Cuốn sách này được xuất bản nhằm đáp ứng một phần nhiệm vụ đó. Cuốn sách bao gồm bốn bài viết với các nội dung phân tích đa dạng về thực trạng phát triển của công nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam cũng như kinh nghiệm quốc tế trong việc phát triển ngành công nghiệp này. Các bài viết trong cuốn sách này đã được trình bày, trao đổi và nhận được nhiều góp ý từ các hội thảo và hội nghị ở Việt Nam và nước ngoài. Chúng tôi hy vọng rằng nội dung các bài viết sẽ cung cấp nhiều thông tin hữu ích không chỉ cho những người đang nghiên cứu hoặc hoạch định chính sách về công nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam, mà còn cho tất cả những ai quan tâm đến hiện trạng và triển vọng phát triển của ngành công nghiệp này. Dưới đây là nội dung tóm tắt của từng bài viết.

Bài viết thứ nhất, do nhóm nghiên cứu của Diễn đàn Phát triển Việt Nam (VDF) thực hiện, phân tích công nghiệp hỗ trợ Việt Nam theo cách nhìn nhận của các

nhà sản xuất Nhật Bản, và từ đó đề xuất các định hướng chính sách để phát triển ngành này. Phân tích của bài viết dựa vào kết quả của các chuyến đi thăm doanh nghiệp sản xuất Nhật Bản do Bộ Công nghiệp Việt Nam thực hiện từ cuối tháng 2 đến đầu tháng 4 năm 2006 với sự hỗ trợ của VDF. Tổng cộng có 38 doanh nghiệp được phỏng vấn, trong đó có 15 doanh nghiệp sản xuất hàng điện và điện tử, 14 doanh nghiệp sản xuất xe máy, và 9 doanh nghiệp sản xuất ô tô. Số liệu về mức độ mua sắm trong nước của các doanh nghiệp này cho thấy công nghiệp hỗ trợ của Việt Nam vẫn còn kém phát triển so với các ngành này của các nước trong khu vực như Malaysia và Thái Lan. Mặc dù tỷ lệ mua sắm nội địa đã tăng lên trong thời gian qua, nhưng tỷ lệ này rất khác nhau khi xét theo lĩnh vực sản xuất.

Trước khi phân tích cụ thể các biện pháp thúc đẩy phát triển của công nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam, bài viết cho rằng khả năng cạnh tranh và quy mô thị trường là hai yếu tố quyết định sự phát triển của ngành này. Đối với khả năng cạnh tranh, bài viết cho thấy ba nhân tố, bao gồm *chất lượng, chi phí và giao hàng* (QCD), đóng vai trò hết sức quan trọng trong hoạt động kinh doanh của các nhà sản xuất Nhật Bản. Hầu hết các ngành được phỏng vấn có chi phí mua sắm chiếm từ 70-90% trong khi chi phí nhân công chỉ khoảng 10% nên các nhà sản xuất Nhật Bản đều nỗ lực giảm chi phí mua sắm, đặc biệt là mua sắm linh kiện, nhằm tăng khả năng cạnh tranh về chi phí. Muốn vậy thì hầu hết linh kiện mà họ cần phải mua được ở Việt Nam bởi việc nhập khẩu từ nước khác sẽ phát sinh các chi phí liên quan đến vận tải, lưu kho và vận chuyển. Hơn nữa, các nhà lắp ráp Nhật Bản cũng muốn có các đối tác cung cấp linh kiện ở ngay gần mình để được giao hàng liên tục, đúng hẹn nhằm giảm bớt lượng hàng lưu kho và thời gian sản xuất. Để thực hiện được việc này, các nhà cung cấp linh kiện của Việt Nam trước hết cần cải thiện *chất lượng và giao hàng*.

Đối với quy mô thị trường, bài viết cho rằng lượng cầu lớn là nhân tố quyết định đối với sự tồn tại và phát triển của công nghiệp hỗ trợ bởi các ngành này phải có một lượng đơn đặt hàng đủ lớn thì mới có thể tham gia thị trường, và bởi các ngành này thường hoạt động với công nghệ sử dụng nhiều vốn hơn các nhà lắp ráp. Quan trọng hơn, một số ngành công nghiệp hỗ trợ, ví dụ như đúc và dập, cần nhiều loại máy móc đắt tiền—các thiết bị sản xuất không thể chia nhỏ thành nhiều phần và vì thế họ cần phải nỗ lực giảm chi phí vốn đơn vị bằng cách tăng sản lượng. Sự gia tăng này chỉ có thể được đảm bảo bằng một lượng cầu lớn.

Một khi Việt Nam đảm bảo được hai yếu tố nêu trên thì vẫn còn bốn nhân tố quan trọng khác cần được thúc đẩy để có thể phát triển toàn diện công nghiệp

hỗ trợ, đó là: nguồn nhân lực công nghiệp có chất lượng cao; chính sách thuế và thuế quan hấp dẫn; môi trường chính sách ổn định; và thu hẹp khoảng cách về nhận thức và thông tin giữa các nhà sản xuất nước ngoài và các nhà cung cấp Việt Nam. Nhiều nhà sản xuất Nhật Bản cho rằng nguồn nhân lực công nghiệp có chất lượng còn quan trọng hơn máy móc hiện đại bởi máy móc cũ được vận hành bởi thợ tay nghề cao hiệu quả hơn máy móc hiện đại được vận hành bởi thợ tay nghề thấp. Để cải thiện chất lượng nguồn nhân lực cho phát triển công nghiệp, bài viết đề xuất một loạt chính sách nhằm cải thiện chất lượng các chương trình đào tạo hiện nay cũng như việc thực hiện các chương trình đào tạo mới có sự tham gia của cả nhà nước và tư nhân.

Bên cạnh những vấn đề cốt yếu trên, bài viết cũng bàn về hai nhân tố khác cũng có tác động đến sự phát triển của công nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam, đó là các tiêu chuẩn công nghiệp và tiêu chuẩn an toàn. Đây là những vấn đề quan trọng giúp công nghiệp hỗ trợ đáp ứng được các chuẩn mực quốc tế và đảm bảo hoạt động hiệu quả.

Trong bài viết thứ hai, Nguyễn Thị Xuân Thúy trình bày về các khái niệm và sự phát triển của công nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam và trên thế giới. Với quan điểm cho rằng một định nghĩa cụ thể về công nghiệp hỗ trợ, phù hợp với điều kiện kinh tế - xã hội và các mục tiêu phát triển công nghiệp nói chung sẽ giúp cho việc hoạch định chiến lược phát triển ngành này được dễ dàng, tác giả tập trung phân tích các khái niệm về "công nghiệp hỗ trợ" và đề xuất một định nghĩa về ngành công nghiệp này cho Việt Nam.

Theo tác giả, mặc dù thuật ngữ "công nghiệp hỗ trợ" được sử dụng khá rộng rãi, nhưng định nghĩa về ngành này vẫn còn gây tranh cãi và chưa được thống nhất. Mỗi nước sử dụng thuật ngữ này với những mục đích khác nhau tùy thuộc vào điều kiện kinh tế và mục tiêu chính sách. Ví dụ, Thái Lan định nghĩa công nghiệp hỗ trợ gồm các doanh nghiệp sản xuất linh phụ kiện được sử dụng cho quá trình lắp ráp thành phẩm trong các ngành ô tô, chế tạo máy, và điện-điện tử, trong khi Bộ Năng lượng Hoa Kỳ định nghĩa công nghiệp hỗ trợ là những ngành cung cấp nguyên liệu và các quy trình sản xuất cần thiết để sản xuất ra các sản phẩm cuối cùng. Bên cạnh đó, thuật ngữ này cũng được thay đổi cho phù hợp với điều kiện kinh tế và định hướng chính sách của mỗi nước. Ví dụ, trong *Sách trắng về hợp tác kinh tế 1985* của Bộ Công nghiệp và Thương mại Nhật Bản (MITI, nay đã đổi tên thành Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp—METI), thuật ngữ "công nghiệp hỗ trợ" được sử dụng để nói đến các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) có đóng góp cho việc tăng cường cấu trúc công nghiệp ở các nước Châu Á trong trung hạn và dài hạn, hoặc các SME sản xuất linh phụ kiện.

Tuy nhiên, trong *Chiến lược phát triển công nghiệp Châu Á mới* nhằm thúc đẩy hợp tác công nghiệp giữa Nhật Bản và bốn nước thuộc Hiệp hội các nước Đông Nam Á (gọi là ASEAN 4, bao gồm Indonesia, Malaysia, Philippin, và Thái Lan), MITI định nghĩa "công nghiệp hỗ trợ" là các ngành cung cấp những đầu vào cần thiết (ví dụ nguyên vật liệu, linh kiện và các hàng hóa vốn) cho các ngành lắp ráp.

Bên cạnh những định nghĩa cụ thể trên, bài viết cũng đề cập đến nhiều khái niệm khác có liên quan nhằm chỉ ra các giai đoạn phát triển của công nghiệp hỗ trợ. Trong số các định nghĩa đó có thầu phụ, công nghiệp phụ thuộc, công nghiệp linh phụ kiện và người cung cấp.

Đề cập đến Việt Nam—nơi mà thuật ngữ "công nghiệp hỗ trợ" mới chỉ được sử dụng từ năm 2003—tác giả cho rằng, nếu không có một định nghĩa cụ thể, rõ ràng thì Việt Nam rất khó hoạch định được các chiến lược và chính sách công nghiệp toàn diện nhằm huy động các nguồn lực cần thiết cho phát triển công nghiệp hỗ trợ. Dựa vào điều kiện kinh tế hiện nay, tác giả đề xuất một định nghĩa về ngành công nghiệp này cho Việt Nam. Bài viết cũng đưa ra một số kinh nghiệm chính sách mà Việt Nam có thể học hỏi từ quá trình phát triển công nghiệp hỗ trợ của các nước khác, với những đóng góp quan trọng của các chính sách về nội địa hóa, thúc đẩy đầu tư nước ngoài vào công nghiệp hỗ trợ, thúc đẩy liên kết công nghiệp và tham gia vào chuỗi sản xuất toàn cầu.

Trong bài viết thứ ba, Toshiyuki Baba sử dụng định nghĩa "công nghiệp hỗ trợ là một nhóm các ngành công nghiệp cung ứng nhiều loại linh kiện và vật liệu được sử dụng trong sản xuất các sản phẩm công nghiệp" để phân tích định lượng cơ cấu mua sắm của các ngành này trong các lĩnh vực sản xuất quan trọng ở Châu Á. Bài viết sử dụng *Bảng vào-ra quốc tế của Châu Á* để làm rõ cơ cấu công nghiệp của các nước trong khu vực này. Tác giả sử dụng ba bảng của các năm 1975, 1990 và 1995 để phân tích các ngành ô tô-xe máy và điện-điện tử ở ASEAN 4, Hàn Quốc và Nhật Bản.

Đưa ra các công thức tính tỷ lệ mua trực tiếp trong nước (DDPR) và tỷ lệ mua gián tiếp trong nước (DIPR), tác giả cho thấy, với các ngành được nghiên cứu ở Nhật Bản, hiệu ứng liên kết gián tiếp lớn hơn hiệu ứng liên kết trực tiếp; và ASEAN 4 và Hàn Quốc có hiệu ứng liên kết trong nước thấp hơn Nhật Bản. Theo tác giả, kết quả này có thể giải thích rằng hiệu ứng liên kết trong nước thấp là do tỷ lệ mua trong nước thấp.

Đối với ngành ô tô-xe máy, bài viết cho thấy, tại ASEAN 4, cả tỷ lệ mua trực

tiếp và gián tiếp trong nước đều chững lại trong giai đoạn 1975 - 1990, nhưng lại tăng lên trong giai đoạn 1990 - 1995, và mức độ mua sắm với Nhật Bản cao hơn mức độ mua sắm trong nước. Điều này được lý giải bằng một thực tế là các nước này có mức tăng trưởng nhanh trong giai đoạn 1990 - 1995. Kết quả cho Hàn Quốc ngược lại hoàn toàn với ASEAN 4 bởi cả tỷ lệ mua trực tiếp và gián tiếp trong nước của Hàn Quốc đều tăng lên theo thời gian, trong khi tỷ lệ mua sắm với nước ngoài (chủ yếu là Nhật Bản) lại giảm đáng kể. Với Nhật Bản, tỷ lệ mua sắm với nước ngoài gần như không thay đổi trong suốt 20 năm bởi cả tỷ lệ mua trực tiếp và gián tiếp trong nước đều xấp xỉ 100%.

Các ngành điện và điện tử ở các nước cũng được phân tích theo phương pháp nêu trên. Kết quả ước lượng cho thấy ASEAN 4 phụ thuộc rất lớn vào nước ngoài trong việc phát triển các ngành này. Trong khi đó, tỷ lệ mua trực tiếp và gián tiếp trong nước của các ngành này ở Hàn Quốc tăng lên trong giai đoạn 1975 - 1990 và giảm xuống trong những năm 1990. Xu hướng này gắn liền với sự gia tăng của việc mua sắm với nước ngoài. Đối với Nhật Bản, các nguồn trong nước vẫn luôn đóng vai trò quan trọng, nhưng các nguồn nước ngoài, đặc biệt là Mỹ, cũng tăng lên đáng kể.

Phân tích cụ thể hơn tình hình công nghiệp hỗ trợ ở các nước đang nghiên cứu, bài viết chỉ ra một số nguyên nhân có thể dẫn đến những thay đổi trong việc mua sắm từ các nguồn ở trong nước và nước ngoài, trong đó có sự khác biệt về đặc điểm của linh kiện, về chất lượng theo yêu cầu của thị trường, và chính sách của chính phủ mỗi nước. Những khác biệt này là những thông tin hữu ích cho các nhà hoạch định chính sách trong việc đề xuất chính sách phát triển công nghiệp.

Một điều được nhấn mạnh trong cả ba bài viết là mua sắm linh phụ kiện trong nước sẽ có lợi cho cả nhà lắp ráp nước ngoài và các nhà cung cấp trong nước bởi các nhà lắp ráp nước ngoài sẽ giảm được chi phí phát sinh thêm về vận tải, lưu kho… nếu họ không phải nhập khẩu, trong khi các nhà cung ứng trong nước có thể tăng khối lượng sản xuất và áp dụng công nghệ thích hợp thông qua liên kết với các nhà lắp ráp nước ngoài. Vì thế, một điều được thừa nhận rộng rãi là thúc đẩy mua sắm trong nước là nhân tố hết sức quan trọng giúp các nước đang phát triển đẩy mạnh nền công nghiệp do doanh nghiệp đầu tư nước ngoài dẫn dắt. Tuy vậy, hầu hết các nhà lắp ráp nước ngoài ở Việt Nam lại không có đủ thông tin về các nhà cung cấp Việt Nam có chất lượng nhằm tăng khả năng cạnh tranh về chi phí thông qua liên kết kinh doanh với các nhà cung cấp này. Điều này cho thấy hiện đang có một nhu cầu rất lớn về cơ sở dữ liệu cung cấp các thông tin chi tiết về các nhà cung cấp trong nước. Để làm được việc đó, trong bài cuối cùng của

cuốn sách, Junichi Mori phân tích các yêu cầu về thiết kế và quản lý một nguồn cơ sở dữ liệu đa dạng, hiệu quả về các nhà cung cấp trong nước.

Bắt đầu bài viết của mình, tác giả cho rằng loại cơ sở dữ liệu nêu trên có vai trò hết sức quan trọng trong giai đoạn hiện nay. Với nhiều nguồn thông tin, ví dụ từ Tổ chức xúc tiến thương mại Nhật Bản (JETRO) (2004) và VDF (2006), tác giả cho thấy các doanh nghiệp lắp ráp nước ngoài ở Việt Nam đang gặp khó khăn trong việc thúc đẩy quá trình nội địa hóa linh kiện vì tỷ lệ mua sắm linh kiện trong nước của tất cả các doanh nghiệp sản xuất (ở mức 22,6%) thấp hơn rất nhiều so với các nước ASEAN khác. Khó khăn hơn nữa chính là việc các doanh nghiệp lắp ráp nước ngoài mất rất nhiều thời gian và tiền bạc để tìm được nhà cung cấp trong nước phù hợp và có chất lượng. Trong bối cảnh đó, việc xây dựng cơ sở dữ liệu về ngành công nghiệp hỗ trợ là một việc cần làm hơn bao giờ hết.

Bàn luận cụ thể về việc thiết kế cơ sở dữ liệu cho công nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam, bài viết trước hết mô tả các đặc điểm cần thiết của cơ sở dữ liệu. Với các yêu cầu thiết kế như vậy, bài viết chỉ ra rằng các cuốn danh bạ kinh doanh theo kiểu trang vàng ở Việt Nam hiện nay không thể đáp ứng được nhu cầu về thông tin của các doanh nghiệp lắp ráp nước ngoài. Tác giả nhấn mạnh rằng điểm khác biệt chủ yếu giữa cơ sở dữ liệu của công nghiệp hỗ trợ với các danh bạ kinh doanh chính là ở độ sâu của thông tin về doanh nghiệp. Để có được các thông tin cần thiết trong cơ sở dữ liệu, bài viết mô tả quan hệ hai chiều giữa điều kiện chọn lựa nhà cung cấp với các khoản mục cần có trong cơ sở dữ liệu.

Để minh họa việc xây dựng cơ sở dữ liệu hợp lý nhằm đáp ứng yêu cầu của các doanh nghiệp lắp ráp nước ngoài, tác giả cung cấp các thông tin rất hữu ích về các cơ sở dữ liệu công nghiệp hỗ trợ ở Nhật Bản. Trong số các cơ sở dữ liệu hiện có, cơ sở dữ liệu của thành phố Okaya và Monozukuri-net là những ví dụ điển hình. Muốn xây dựng được các cơ sở dữ liệu như thế thì cần phải xem xét nhiều vấn đề liên quan một cách kỹ lưỡng. Ví dụ, việc khuyến khích các SME tham gia xây dựng cơ sở dữ liệu đòi hỏi phải có sự phối hợp chặt chẽ giữa nhà nước và tư nhân, tăng cường thăm quan các nhà máy và hình thành các dịch vụ kết nối kinh doanh.

Chúng tôi hy vọng rằng cuốn sách sẽ cung cấp cho bạn đọc những thông tin hữu ích về thực trạng phát triển của công nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam. Chúng tôi rất vui nếu VDF có thể đóng góp một phần nhỏ bé trong quá trình phát triển công nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam.

Tokyo, tháng 3 năm 2007
Diễn đàn Phát triển Việt Nam

Chương 1

Công nghiệp hỗ trợ Việt Nam dưới góc nhìn của các nhà sản xuất Nhật Bản*

Diễn đàn Phát triển Việt Nam

Đầu năm 2006, Diễn đàn Phát triển Việt Nam (VDF) tổ chức đợt lắng nghe ý kiến giữa Bộ Công nghiệp Việt Nam và các nhà sản xuất Nhật Bản đang hoạt động tại Việt Nam[1]. Thông qua các buổi lắng nghe ý kiến này, nhóm dự thảo quy hoạch tổng thể công nghiệp hỗ trợ của Bộ Công nghiệp đã trực tiếp trao đổi thông tin và quan điểm với các nhà sản xuất Nhật Bản có liên quan.

Đối tượng chúng tôi lắng nghe ý kiến là các nhà lắp ráp và các nhà cung cấp linh phụ kiện Nhật Bản thuộc các ngành ô tô, xe máy, điện-điện tử[2]. Đây là những ngành quan trọng đối với phát triển công nghiệp hỗ trợ, và cũng là những ngành được quan tâm đặc biệt trong Sáng kiến chung Việt Nam - Nhật Bản. Chúng tôi đã gửi thư tới tất cả 55 doanh nghiệp có vốn đầu tư của Nhật Bản thuộc các ngành này tại Việt Nam. Trong số này, chúng tôi đã gặp và trực tiếp lắng nghe ý kiến từ 32 doanh nghiệp, bao gồm 15 doanh nghiệp trong ngành điện-điện tử, 14 doanh nghiệp trong ngành xe máy, và 9 doanh nghiệp trong ngành ô tô[3]. Phân theo vùng, có 19 doanh nghiệp ở miền Bắc và 13 doanh nghiệp ở miền Nam. Bên cạnh đó, chúng tôi cũng khảo sát một doanh nghiệp lắp ráp Việt Nam, hai doanh nghiệp cung cấp linh phụ kiện Việt Nam, và một doanh nghiệp cung cấp linh phụ kiện Đài Loan. Tất cả các doanh nghiệp này đều đang có quan hệ kinh doanh với các nhà sản xuất Nhật Bản. Chúng tôi cũng tiến hành lắng nghe ý kiến từ các chuyên gia về công nghiệp của Nhật Bản.

---

* Báo cáo gốc được chuẩn bị bằng tiếng Anh và được dịch sang tiếng Nhật và tiếng Việt. Báo cáo tiếng Việt được dịch từ bản tiếng Anh với sự tham gia của các thành viên Mai Thế Cường (trưởng nhóm), Ngô Đức Anh, Vũ Thu Hằng, Phạm Trương Hoàng, Dương Kim Hồng, Phạm Thị Huyền, Giang Thanh Long, Nguyễn Ngọc Sơn, Lê Hà Thanh, và Nguyễn Thị Xuân Thuý.

1 Thành viên tham gia từ VDF bao gồm Kenichi Ohno (đồng giám đốc dự án), Mai Thế Cường, Ngô Đức Anh, Junichi Mori, Phạm Trương Hoàng, và Kohei Mishima. Thành viên tham gia từ Bộ Công nghiệp bao gồm Nguyễn Anh Nam (trưởng nhóm), Mai Tuấn Anh, Phạm Gia Thức, Phạm Tùng Lâm, và Dương Hồng Quân.

2 Các buổi lắng nghe ý kiến từ phía các doanh nghiệp Việt Nam và doanh nghiệp thuộc các quốc gia khác như Trung Quốc, Đài Loan, Hàn Quốc và Liên minh Châu Âu được Bộ Công nghiệp thực hiện độc lập, không có sự trợ giúp của VDF.

3 Tổng số lên thành 38 doanh nghiệp vì có sự trùng lặp. 6 doanh nghiệp cung cấp linh phụ kiện cho cả các nhà lắp ráp ô tô và các nhà lắp ráp xe máy.

Các buổi lắng nghe ý kiến được thực hiện từ cuối tháng 2 đến đầu tháng 4 năm 2006, tập trung chủ yếu trong tuần từ ngày 6 tháng 3 ở miền Bắc và tuần từ ngày 13 tháng 3 ở miền Nam. Chúng tôi đã sử dụng linh hoạt các hình thức lắng nghe ý kiến khác nhau như họp chính thức, khảo sát nhà máy, thảo luận không chính thức, và trao đổi qua thư điện tử cho phù hợp với nguyện vọng và thời gian của từng doanh nghiệp. Trong những buổi họp-phỏng vấn, chúng tôi thường hỏi doanh nghiệp về tình hình nội địa hoá hiện nay và những biện pháp chính sách cần thiết để phát triển công nghiệp hỗ trợ. Chúng tôi cũng ghi nhận những góp ý cho bản dự thảo quy hoạch tổng thể công nghiệp hỗ trợ nếu doanh nghiệp có ý kiến. Tất cả thông tin đều được bảo mật và không có tên của bất cứ công ty nào được công bố.

Báo cáo này do VDF thực hiện trên cơ sở thu thập thông tin từ các doanh nghiệp. VDF hoàn toàn chịu trách nhiệm về mặt nội dung của báo cáo. Những phân tích, bình luận đưa ra trong báo cáo không phải là quan điểm chung của tất cả các doanh nghiệp Nhật Bản. Trên thực tế, quan điểm của ba ngành thường khác nhau, và thậm chí của các doanh nghiệp trong cùng một ngành cũng khác nhau. Các luận điểm do VDF lựa chọn và đưa ra trong báo cáo này là những quan điểm chung của đại đa số doanh nghiệp Nhật Bản đang hoạt động tại Việt Nam.

1. Tình hình nội địa hoá hiện nay

Công nghiệp hỗ trợ Việt Nam tương đối kém phát triển. Tỷ lệ nội địa hoá của các nhà sản xuất Nhật Bản tại Việt Nam là 22,6% vào năm 2003 trong khi tỷ lệ này ở Malaysia và Thái Lan là 45% hoặc cao hơn[4]. Tuy nhiên, tiến trình nội địa hoá ở ba ngành được xem xét trong báo cáo này hoàn toàn khác nhau.

Ngành xe máy có tỷ lệ nội địa hoá cao nhất, đạt khoảng 75%[5]. Con số này bao gồm các linh phụ kiện do các nhà lắp ráp tự sản xuất hoặc mua từ các nhà cung cấp có vốn đầu tư nước ngoài và nhà cung cấp nội địa. Mặc dù các nhà lắp ráp xe máy liên tục nhấn mạnh tầm quan trọng của việc gia tăng hơn nữa tỷ lệ nội địa hoá, mức độ nội địa hoá của ngành này vẫn còn cao hơn nhiều so với hai ngành còn lại.

[4] Theo Tổ chức Xúc tiến thương mại Nhật Bản - Japan External Trade Organization (JETRO), tỷ lệ nội địa hoá của khu vực chế tạo năm 2004 là 47,9% ở Thái Lan, 45,0% ở Malaysia, 38,3% ở Indonesia và 28,3% ở Philippines. Xem JETRO (2005).

[5] Con số này do các nhà sản xuất xe máy trong tuần lễ lắng nghe ý kiến cung cấp.

Trong ngành điện-điện tử, tỷ lệ nội địa hoá đang tăng lên tại một số doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Vào năm 2002, phần lớn các nhà lắp ráp điện tử tiêu dùng không thể tìm được các nguồn cung cấp nội địa, thậm chí cả những linh kiện nhựa và kim khí đơn giản. Nhưng hiện tại, một nhà lắp ráp tivi cho biết họ đã có thể mua toàn bộ linh phụ kiện nhựa từ các nhà cung cấp trong nước (chủ yếu là nhà cung cấp có vốn đầu tư nước ngoài). Hiện nay, tỷ lệ nội địa hoá cho tivi vào khoảng từ 20% đến 40% tuỳ từng nhà sản xuất (Mori, 2005: 28). Tương tự, một nhà sản xuất thiết bị máy tính cho biết họ đã tăng số lượng các nhà cung cấp nội địa từ 7 vào năm 2002 lên 45 vào năm 2006. Kết quả là tỷ lệ nội địa hoá của doanh nghiệp này đã tăng từ 5% vào năm 2004 lên 30 - 40% vào năm 2006. Tuy nhiên, vẫn còn các nhà sản xuất có mức độ nội địa hoá thấp. Một nhà sản xuất tivi vẫn tiếp tục duy trì sản xuất dạng CKD (bộ linh kiện lắp ráp hoàn chỉnh) bởi vì các linh phụ kiện nhập khẩu rẻ hơn hàng sản xuất trong nước. Nhìn chung, mức độ nội địa hoá hiện nay còn thấp hơn nhiều so với mức mong đợi của các nhà sản xuất Nhật Bản để đảm bảo tính cạnh tranh. Thậm chí đối với các nhà sản xuất đã tăng tỷ lệ nội địa hoá linh phụ kiện nhựa trong những năm gần đây, việc tìm các linh phụ kiện điện tử, khuôn mẫu và gia công kim khí như dập, rèn, mạ còn rất khó khăn. Một nhà lắp ráp các thiết bị gia dụng phản ánh rằng họ không thể tìm thấy các linh phụ kiện có giá trị cao ở thị trường nội địa. Mặc dù doanh nghiệp này đạt được tỷ lệ nội địa hoá là 70% tính theo số lượng linh phụ kiện, tỷ lệ nội địa hoá tính theo giá trị chỉ đạt mức 30%. Điều này ngụ ý rằng việc nội địa hoá mới chỉ tập trung ở những linh phụ kiện có giá trị thấp.

Ngành công nghiệp ô tô có tỷ lệ nội địa hoá thấp nhất trong cả 3 ngành, đạt mức 5-10% (Tập đoàn Tài chính dành cho các Doanh nghiệp vừa và nhỏ Nhật Bản - Japan Finance Corporation for Small and Medium Enterprises [JASME], 2004). Trong khi một số linh phụ kiện sử dụng nhiều lao động hoặc cồng kềnh như ghế ngồi đã được nội địa hoá thì phần lớn các linh phụ kiện khác đều phải nhập khẩu. Hơn nữa, các nhà sản xuất ô tô tại Việt Nam hiện tại đang rất lo lắng về các vấn đề ngắn hạn như nhập khẩu xe cũ, thuế tiêu thụ đặc biệt, và các vấn đề bất ổn ở thị trường nội địa[6]. Những vấn đề này cản trở các nhà sản xuất ô tô lập các kế hoạch, chiến lược dài hạn. So với công nghiệp xe máy, công nghiệp ô tô tại Việt Nam có dung lượng thị trường và tốc độ phát triển thấp hơn, làm hạn chế các lựa chọn chiến lược để vượt qua các trở ngại nêu trên. Trong ngành

[6] Thuế tiêu thụ đặc biệt đối với xe du lịch tăng từ 40% lên 50% từ tháng 1 năm 2006, và từ ngày 1 tháng 5 sẽ bỏ lệnh cấm nhập xe đã qua sử dụng. Doanh số bán xe mới sản xuất trong nước giảm 32% vào quý I năm 2006 so với cùng kỳ năm trước do người tiêu dùng có thái độ chờ xem phản ứng của thị trường thế nào.

ô tô, xe tải và xe buýt có tỷ lệ nội địa hoá cao hơn xe du lịch bởi vì các doanh nghiệp Việt Nam có thể tự sản xuất được những bộ phận phía trên của xe buýt (khu vực khách ngồi) và xe tải (khu vực chứa hàng).

2. Các nhân tố then chốt và mối quan hệ của chúng trong việc tạo ra khả năng cạnh tranh

Theo tiêu chuẩn sản xuất của Nhật Bản, tính cạnh tranh phụ thuộc vào *chất lượng, chi phí và giao hàng* (QCD - Quality, Cost, Delivery). Với các nhà sản xuất linh phụ kiện Nhật Bản tại Việt Nam, khi chất lượng đã được đảm bảo thì hai yếu tố quan trọng cần được cải thiện là *chi phí và giao hàng*. Để giảm chi phí và đẩy nhanh tiến độ giao hàng thì việc phát triển công nghiệp hỗ trợ là rất cần thiết.

Đối với sản xuất lắp ráp cơ khí - ngành được đề cập trong bản báo cáo này - thì chi phí sản xuất linh phụ kiện chiếm tỷ trọng lớn trong tổng chi phí sản xuất của các nhà lắp ráp cuối cùng. Ví dụ, một nhà lắp ráp điện tử gia dụng cho biết các linh phụ kiện chiếm 80% tổng chi phí sản xuất sản phẩm, trong khi lao động chỉ chiếm có 2%. Nói một cách khái quát hơn thì giá thành linh phụ kiện thường chiếm khoảng 70-90% giá thành sản phẩm, trong khi chi phí nhân công chỉ chiếm khoảng dưới 10%. Do đó, không thể đạt được tính cạnh tranh về giá cả nếu không giảm được chi phí linh phụ kiện. Các nhà lắp ráp Việt Nam thường nhập khẩu linh phụ kiện từ Malaysia và Thái Lan nên sẽ phát sinh thêm chi phí vận tải, lưu kho và vận chuyển. Chỉ khi phần lớn linh phụ kiện được sản xuất ở Việt Nam thì các nhà lắp ráp Việt Nam mới có thể cạnh tranh hiệu quả với các nhà lắp ráp của Malaysia và Thái Lan vì họ có thể sử dụng các linh phụ kiện này mà không phải chịu thêm một khoản chi phí phát sinh nào khác.

Ngoài ra, các nhà lắp ráp Nhật Bản còn đặt ra yêu cầu cao về việc giao hàng đúng giờ, tần suất giao hàng cao nhằm giảm thiểu chi phí lưu kho và thời gian sản xuất. Thông thường, việc giao hàng sẽ phải tiến hành hàng ngày hoặc thậm chí là hàng giờ. Không giống như các công ty Việt Nam thường lưu kho một lượng hàng lớn để dự phòng, các công ty Nhật Bản luôn coi hàng tồn kho là một dạng chi phí cần phải cắt giảm càng nhiều càng tốt. Để đạt được mức lưu kho bằng không, ngay từ những năm 1950, công ty Toyota đã xây dựng hệ thống giao hàng đúng hẹn (just-in-time, hay còn gọi là *kanban* trong tiếng Nhật), hiện được áp dụng rộng rãi ở các công ty Nhật Bản khác. Giao hàng nhanh và đều đặn sẽ không thể đạt được nếu cứ vài tháng các công ty mới nhập khẩu linh phụ kiện một lần và mất vài ngày để vận chuyển linh phụ kiện từ cảng nhập về đến nhà máy. Chính vì lý do này nên các nhà

lắp ráp cuối cùng luôn muốn các nhà cung cấp ở gần nhà máy của họ. Một công ty điện tử gia dụng Nhật Bản gần đây đã đến khảo sát Việt Nam với ý định sẽ xây dựng một nhà máy tại đây, nhưng công ty này nhanh chóng từ bỏ kế hoạch này khi nhận thấy sự yếu kém về công nghiệp hỗ trợ của Việt Nam.

Mặt khác, đối với các nhà cung cấp linh phụ kiện của Việt Nam hai yếu tố quan trọng nhất cần được cải thiện là *chất lượng và giao hàng*. Ngay cả khi linh phụ kiện của họ có rẻ đi chăng nữa thì các công ty Nhật Bản cũng sẽ không mua nếu họ không đảm bảo được hai yếu tố là *chất lượng và giao hàng*. Hiện nay, quan niệm về *chất lượng và giao hàng* của các nhà lắp ráp Nhật Bản và các nhà cung cấp linh phụ kiện Việt Nam vẫn còn nhiều khác biệt. Sự khác biệt về quan niệm này sẽ được đề cập đến trong phần tiếp theo.

Cả doanh nghiệp đầu tư trực tiếp nước ngoài và doanh nghiệp Việt Nam đều tham gia vào công nghiệp hỗ trợ. Nếu nhìn một cách thực tế hơn thì việc nội địa hoá sản xuất linh phụ kiện cần phải bắt đầu từ việc thu hút các nhà cung cấp linh phụ kiện đầu tư trực tiếp nước ngoài đến Việt Nam, sau đó nâng cao dần năng lực của các nhà cung cấp linh phụ kiện trong nước. Rõ ràng, các công ty đầu tư trực tiếp nước ngoài sẽ đóng vai trò chủ đạo và chiếm đa số trong công nghiệp hỗ trợ vào giai đoạn đầu của công nghiệp hoá ở Việt Nam.

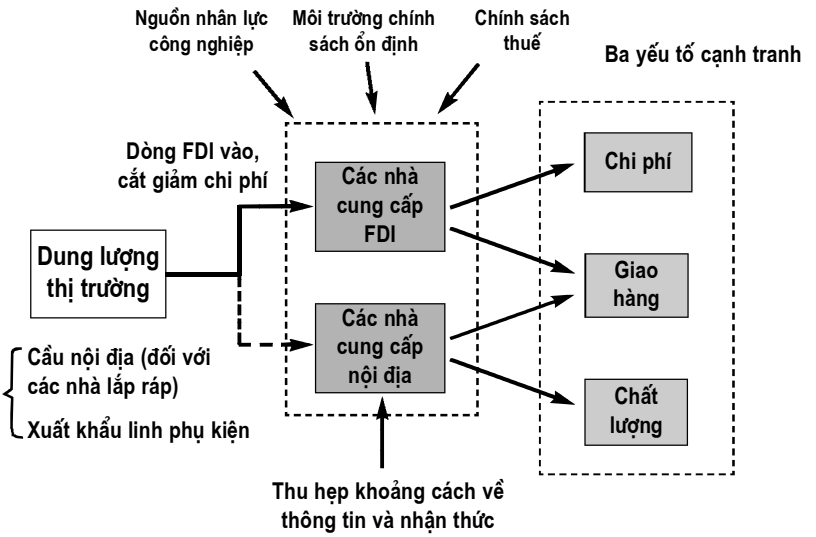
Dung lượng thị trường chính là tiền đề cho việc thu hút các nhà cung cấp đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Việt Nam. Dung lượng thị trường lớn là nhân tố cần thiết để giảm chi phí sản xuất đồng thời thu hút các nhà đầu tư trực tiếp nước ngoài vì hai yếu tố này có quan hệ chặt chẽ với nhau. Nếu dung lượng thị trường khiêm tốn thì các nhà sản xuất linh phụ kiện sẽ không thể giảm chi phí sản xuất được (nguyên nhân sẽ được giải thích dưới đây) và vì thế họ không thể cạnh tranh được. Do vậy, họ sẽ không đầu tư vào Việt Nam. Khắc phục vấn đề về dung lượng thị trường phải là ưu tiên hàng đầu trong việc phát triển công nghiệp hỗ trợ.

Ngay cả khi vấn đề dung lượng thị trường được giải quyết thì, theo kết quả điều tra của chúng tôi, vẫn còn có bốn yếu tố nữa cần được cải thiện để thúc đẩy sự phát triển của công nghiệp hỗ trợ, đó là: (i) nguồn nhân lực công nghiệp chất lượng cao, (ii) chính sách thuế hợp lý, (iii) môi trường chính sách ổn định, và (iv) vượt qua được khoảng cách thông tin và nhận thức giữa các nhà lắp ráp đầu tư trực tiếp nước ngoài và các nhà cung cấp linh phụ kiện Việt Nam.

Mối quan hệ cơ bản giữa dung lượng thị trường, sự phát triển của các nhà cung cấp linh phụ kiện (kể cả các công ty đầu tư trực tiếp nước ngoài và các công ty

Việt Nam), và 3 yếu tố về tính cạnh tranh được minh hoạ ở Hình 1. Bốn yếu tố cần được cải thiện cũng được minh hoạ trong hình này. Phần tiếp theo của bản báo cáo này sẽ giải thích cụ thể từng yếu tố đó.

Hình 1. Làm thế nào để đạt được tích tụ tập trung và tính cạnh tranh trong công nghiệp sản xuất linh phụ kiện



3. Tầm quan trọng của dung lượng thị trường

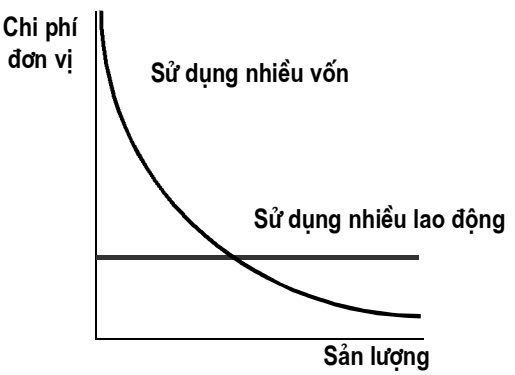
Dung lượng thị trường lớn đóng vai trò rất quan trọng đối với công nghiệp hỗ trợ vì ngành này luôn đòi hỏi phải có lượng đặt hàng tối thiểu tương đối lớn thì mới có thể tham gia vào thị trường. Nói chung, điều này phản ánh một thực tế là công nghiệp hỗ trợ thường đòi hỏi đầu tư nhiều vốn hơn công nghiệp lắp ráp - ngành thường đòi hỏi nhiều lao động. Một nhà sản xuất linh phụ kiện ô tô đã nhận định rằng, chỉ cần dung lượng thị trường lớn thì dù không có chính sách hỗ trợ nào, công nghiệp hỗ trợ vẫn sẽ phát triển một cách tự nhiên.

Công nghiệp hỗ trợ, như tạo khuôn mẫu, gia công kim loại, ép nhựa đòi hỏi phải đầu tư nhiều máy móc đắt tiền và cần ít công nhân, trong khi ngành lắp ráp lại có những đòi hỏi ngược lại. Hơn nữa, những máy móc này lại *không thể chia nhỏ được* (tức là không thể mua từng phần máy móc được). Một khi đã đầu tư lắp đặt hệ thống máy móc thì chi phí vốn cho nhà máy sẽ vẫn luôn ở một mức

cố định cho dù hệ thống này được vận hành liên tục 24 giờ một ngày và 365 ngày một năm, hay chỉ vận hành trong một khoảng thời gian nhất định. Do vậy, chi phí vốn đơn vị (tổng chi phí chia cho số sản phẩm sản xuất) sẽ tỷ lệ nghịch với lượng sản phẩm đầu ra. Ví dụ, một nhà máy sản xuất 600.000 linh kiện nhựa một năm sẽ đạt được hiệu quả sản xuất, trong khi một nhà máy khác chỉ sản xuất 2.000 linh kiện nhựa một năm thì khó mà tồn tại được. Đây chính là lý do tại sao các nhà sản xuất linh phụ kiện đầu tư trực tiếp nước ngoài cần đảm bảo dung lượng thị trường phải đủ lớn (hoặc dung lượng thị trường sẽ lớn trong tương lai gần) trước khi họ đầu tư vào Việt Nam.

Điều này hoàn toàn ngược với việc lắp ráp sản phẩm cuối cùng vốn chỉ dựa trên việc khai thác lợi thế nguồn lao động phổ thông dồi dào mà không cần đầu tư bất kỳ máy móc phức tạp nào. Đối với việc vận hành như vậy, chi phí đơn vị gần như không thay đổi vì họ không phải đầu tư vốn cố định ban đầu. Để nhân đôi sản lượng, họ chỉ việc nhân đôi số nhân công, bàn ghế, dụng cụ và mở rộng diện tích nhà máy.

Hình 2. Giảm chi phí đơn vị trong công nghiệp hỗ trợ



Trong lĩnh vực xe máy, cầu nội địa ở Việt Nam đã đạt mức 2,02 triệu sản phẩm trong năm 2004, đứng thứ 3 trong Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN), chỉ sau Indonesia và Thái Lan[7]. Nói chung, các nhà cung cấp linh phụ kiện xe máy thường tham gia vào thị trường khi họ có được các đơn hàng vượt qua mức 200.000 đến 300.000 sản phẩm (Mishima, 2005: 228). Lượng cầu

[7] Số liệu về Việt Nam được tham khảo từ Bộ Công an và Bộ Công nghiệp (chưa xuất bản). Trong các nước ASEAN, thị trường xe máy lớn nhất là Indonesia (3,08 triệu xe trong năm 2003), tiếp theo là Thái Lan (2,11 triệu xe năm 2005). Xem Mishima (2005), tr. 225.

nội địa hàng năm 2 triệu xe máy là đủ để hấp dẫn các nhà sản xuất linh phụ kiện đầu tư trực tiếp nước ngoài đến đầu tư vào Việt Nam và cạnh tranh với các nhà sản xuất khác. Thật ra các nhà lắp ráp xe máy hiện nay đã có thể tìm kiếm nguồn cung cấp linh phụ kiện từ cả các nhà đầu tư trực tiếp nước ngoài và các nhà cung cấp linh phụ kiện nội địa. Tuy nhiên, họ vẫn phải nhập khẩu hoặc tự sản xuất linh kiện động cơ.

Dung lượng thị trường nội địa của các sản phẩm điện-điện tử đang phát triển khá nhanh, nhưng dung lượng tuyệt đối vẫn còn nhỏ so với dung lượng của các nước ASEAN. Ví dụ, doanh số hàng năm về tivi ở Việt Nam là khoảng 1,4 đến 1,5 triệu chiếc, trong khi ở Thái Lan là 2,2 đến 2,4 triệu chiếc[8]. Dung lượng này đã bao gồm cả lượng xuất khẩu nên nếu chỉ tính riêng lượng tiêu thụ trong nước thì dung lượng thị trường Việt Nam còn nhỏ hơn nhiều. Việt Nam sản xuất 2,2 triệu tivi trong năm 2003 (Tổng cục Thống kê [GSO], 2005: 339)[9], trong khi Malaysia sản xuất 9,9 triệu máy và Thái Lan sản xuất 6,5 triệu máy trong năm 2004 (Mạng tin tức Châu Á - News Net Asia [NNA], 2005: 79). Vì dung lượng thị trường Việt Nam còn nhỏ nên các nhà sản xuất linh phụ kiện Nhật Bản thường muốn xuất khẩu các linh kiện của họ sản xuất ở Thái Lan và Malaysia sang Việt Nam hơn là chấp nhận rủi ro đầu tư vào Việt Nam. Trong khi các nhà cung cấp linh kiện nhựa đã tham gia vào thị trường Việt Nam thì các nhà cung cấp linh phụ kiện điện tử vẫn còn rất ít ỏi vì họ cần phải có lượng đặt hàng tối thiểu lớn hơn. Một nhà lắp ráp tivi nói rằng nhà máy của họ ở Malaysia có thể mua tất cả các linh phụ kiện tại Malaysia, kể cả các linh phụ kiện điện tử, nhưng không thể làm được như vậy ở Việt Nam.

Đối với ngành ô tô thì dung lượng thị trường còn nhỏ hơn rất nhiều. Trong năm 2005, cầu nội địa đối với xe du lịch là 35.000 chiếc, trong khi ở Thái Lan là 1 triệu. Một nhà sản xuất xe du lịch cho biết, họ cần phải có lượng đặt hàng tối thiểu là 400.000 xe thì mới đạt được hiệu quả quy mô, và con số này xấp xỉ dung lượng thị trường của Malaysia và Indonesia. Mặc dù thị trường nhỏ nhưng các nhà sản xuất ô tô Nhật Bản vẫn duy trì sản xuất tại Việt Nam vì họ kỳ vọng rằng thị trường Việt Nam với dân số hơn 80 triệu người sẽ phát triển hơn trong tương lai. Tuy nhiên, nhiều nhà lắp ráp Nhật Bản đang tỏ ra thất vọng khi thị

[8] Số liệu do một nhà lắp ráp điện tử gia dụng cung cấp trong tuần lễ lắng nghe ý kiến doanh nghiệp. Vì số lượng các nhà sản xuất TV ở Việt Nam (7 công ty) và ở Thái Lan (6 công ty) gần như không thay đổi nên dung lượng thị trường trung bình cho mỗi nhà lắp ráp ở Việt Nam nhỏ hơn ở Thái Lan.

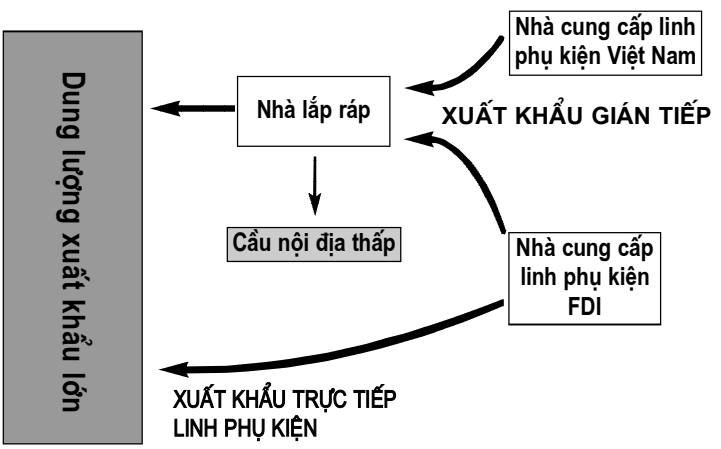
[9] Tuy nhiên, sản lượng 2,2 triệu dường như quá lớn so với thị trường nội địa là 1,4 đến 1,5 triệu chiếc (lưu ý rằng lượng TV xuất khẩu của Việt Nam không lớn).

trường ô tô mới đang giảm xuống rõ rệt trong những năm gần đây do những thay đổi chính sách như việc tăng thuế tiêu thụ đặc biệt và cho phép nhập khẩu xe cũ. Những nhà sản xuất này còn lo lắng rằng tình trạng tắc nghẽn giao thông và tai nạn giao thông đang diễn ra ngày một nghiêm trọng cũng có thể là một trong những lý do cản trở sự phát triển của thị trường ô tô. Hơn nữa, nếu không có những chính sách hợp lý, việc tăng lượng xe tham gia giao thông sẽ kéo theo những vấn đề về môi trường nghiêm trọng, đặc biệt là ô nhiễm không khí, như ở Bangkok hay Jakarta.

4. Khả năng xuất khẩu

Một trong những phương cách để vượt qua sự hạn hẹp của thị trường trong nước là tìm kiếm thị trường xuất khẩu. Đối với các nhà cung cấp linh kiện điều này có thể tiến hành trực tiếp thông qua việc xuất khẩu linh kiện hoặc tiến hành gián tiếp thông qua việc cung cấp linh kiện cho các nhà lắp ráp nội địa có khả năng xuất khẩu các sản phẩm cuối cùng.

Hình 3. Khả năng xuất khẩu



Đối với ngành điện-điện tử, xuất khẩu các sản phẩm cuối cùng có kích thước cồng kềnh như máy giặt hay tủ lạnh là không phù hợp chỉ trừ khi các sản phẩm trong nước có chi phí rất thấp đủ để bù đắp chi phí vận chuyển. Ngược lại các sản phẩm có kích thước nhỏ như thiết bị ngoại vi, thiết bị âm thanh hi-fi thường được sản xuất tại một địa điểm sau đó được phân phối rộng rãi trên thị trường thế giới. Ví dụ, một công ty lắp ráp thiết bị máy tính ở Việt Nam (là doanh nghiệp sản xuất xuất khẩu-EPE) xuất khẩu được 1,2 triệu chiếc máy in một tháng theo hình thức

ưu đãi của doanh nghiệp khu chế xuất. Trong khi đó một doanh nghiệp sản xuất hàng điện tử dân dụng khác hiện đang phục vụ thị trường nội địa, có kế hoạch chuyển đổi thành công ty xuất khẩu, với điều kiện môi trường chính sách cải thiện có thể giúp giảm chi phí.

Chính sách thúc đẩy cạnh tranh về giá trong ngành điện-điện tử được mong mỏi nhất là chính sách cắt giảm thuế linh kiện (xuống còn 0% hay ít nhất thấp hơn biểu thuế CEPT đối với sản phẩm cuối cùng (5% hoặc thấp hơn)). Nhiều nhà sản xuất điện tử gia dụng cho rằng việc cắt giảm hơn nữa thuế linh kiện và nguyên vật liệu là cần thiết để doanh nghiệp có thể tiếp tục tồn tại và chuẩn bị cho kế hoạch tương lai dài hạn hơn. Tuy nhiên, một số nhà sản xuất cũng bổ sung thêm rằng, thậm chí nếu mức thuế linh kiện chỉ còn 0% thì giá thành các sản phẩm cuối cùng được lắp ráp tại Việt Nam vẫn nhỉnh hơn các sản phẩm cùng loại được lắp ráp tại Malaysia hay Thái Lan. Điều này do chi phí vận chuyển các linh kiện nhập khẩu là tương đối cao. Một nhà lắp ráp thiết bị điện tử dân dụng mong muốn giảm bớt chi phí hậu cần bằng cách tổ chức lại hoạt động nhập khẩu nhằm giảm bớt chi phí lưu kho và rút ngắn thời gian giao hàng. Điều này không chỉ có hiệu quả trong ngắn hạn mà về lâu dài sẽ thúc đẩy việc mua linh kiện trong nước. Nếu các nhà lắp ráp các sản phẩm cuối cùng mở rộng sản xuất một cách mạnh mẽ, các nhà cung cấp hiện thời sẽ nhận được nhiều đơn đặt hàng hơn và điều này sẽ khiến cho nhiều công ty cung cấp linh kiện tìm kiếm cơ hội đầu tư ở Việt Nam.

Một cách khác để tăng cường xuất khẩu là xuất khẩu trực tiếp các linh kiện. Để làm được điều đó, một câu hỏi quan trọng được đặt ra là tính cạnh tranh quốc tế. Chỉ có những linh kiện thoả mãn các điều kiện sau mới có khả năng xuất khẩu. Thứ nhất, những sản phẩm này phải đạt được tính cạnh tranh về chi phí bằng cách khai thác triệt để các lợi thế tương đối của Việt Nam như lao động rẻ và cần cù. Thứ hai, các linh kiện và nguyên liệu sử dụng trong quá trình sản xuất phải có chi phí thấp và mức thuế suất phải bằng 0% hoặc rất thấp. Thứ ba, các sản phẩm này phải có kích thước tương đối nhỏ gọn và giá trị cao. Thứ tư, hệ thống các dịch vụ hậu cần phải hoàn thiện nhằm tối thiểu hoá chi phí và thời gian vận chuyển. Nói cách khác các linh kiện xuất khẩu phải có hàm lượng lao động cao, kích cỡ nhỏ gọn và giá trị lớn. Ngoài ra, những linh kiện này phải là những bộ phận/chi tiết không đòi hỏi qui định nghiêm ngặt về thời gian giao hàng. Tại Việt Nam dây dẫn sử dụng cho ô tô được xuất khẩu trực tiếp tương đối nhiều. Tuy nhiên số lượng những linh kiện kiểu này vẫn còn rất ít.

Tuy nhiên một vấn đề đặc biệt cần lưu ý là các quyết định xuất khẩu không nằm trong tầm tay của các tổng giám đốc các công ty Nhật Bản tại Việt Nam.

Đầu ra, xuất khẩu, nhập khẩu của mỗi công ty con tại nước ngoài là một hợp phần trong chiến lược toàn cầu của các công ty đa quốc gia Nhật Bản (MNCs). Điều này do công ty mẹ quyết định tuỳ thuộc vào việc định vị doanh nghiệp trong chuỗi giá trị và mạng lưới sản xuất toàn cầu. Như vậy cạnh tranh về chi phí là tiêu chí nhất thiết được công ty mẹ lựa chọn để trở thành cứ điểm xuất khẩu. Nhiều công ty Nhật Bản tại Việt Nam, đặc biệt là các công ty chưa có giấy phép xuất khẩu, nghĩ rằng chi phí sản xuất của mình chưa đủ thấp để trở thành doanh nghiệp xuất khẩu. Do vậy các công ty này đòi hỏi gay gắt việc giảm thuế nhập khẩu về linh kiện và nguyên vật liệu. Trong khi các biểu thuế của CEPT đối với sản phẩm cuối cùng giảm xuống 5% và thấp hơn nữa vào tháng 1 năm 2006 thì phần lớn các linh kiện nhập khẩu từ các nước ngoài ASEAN vẫn còn duy trì ở mức cao hơn 5%. Gần đây thuế nhập khẩu đối với các linh kiện điện tử đã hạ thấp do yêu cầu của các doanh nghiệp Nhật Bản và Hàn Quốc, nhưng mức thuế suất trung bình vẫn giữ ở mức 6,6%.

Tương tự như vậy nếu các doanh nghiệp Nhật Bản tại Việt Nam có dự định xuất khẩu các linh kiện trực tiếp thì kế hoạch đó phải phù hợp với chiến lược toàn cầu của công ty mẹ. Công ty dây dẫn Nhật Bản đến thị trường Việt Nam với mục tiêu ban đầu là cung cấp linh kiện cho các công ty lắp ráp tại Việt Nam. Tuy nhiên công ty này đã chuyển hướng sang thị trường xuất khẩu, bởi thị trường nội địa quá nhỏ để sinh lợi nhuận, và sự chuyển hướng này được công ty mẹ chấp thuận.

5. Nguồn nhân lực công nghiệp chất lượng cao

Khi vấn đề về dung lượng thị trường được giải quyết thì nhân tố quan trọng nhất cho sự phát triển lâu dài của các ngành công nghiệp chế tạo ở Việt Nam là nguồn lao động có kỹ năng cao (thuật ngữ theo tiếng Đức dành cho người lao động có kỹ năng cao trong các ngành chế tạo là *Meister*). Ở Việt Nam, người ta thường cho rằng những hạn chế của ngành công nghiệp chủ yếu là do thiếu nguồn tài chính để mua sắm các thiết bị hiện đại. Tuy nhiên, theo quan điểm của hầu hết các doanh nghiệp Nhật Bản thì nguồn nhân lực còn quan trọng hơn nhiều máy móc hiện đại. Một nhà sản xuất Việt Nam chuyên cung cấp các sản phẩm nhựa cho các công ty của Nhật Bản và Mỹ đã chia sẻ rằng họ cần công nhân có trình độ kỹ thuật cao chứ không phải máy móc tối tân, và công nhân có trình độ cao vận hành máy móc cũ thậm chí còn hiệu quả hơn công nhân không có trình độ vận hành máy mới. Cùng quan điểm đó, một chuyên gia người Nhật cho rằng việc lắp ráp hoặc vận hành máy móc đơn giản không thể tạo ra khả năng cạnh

tranh quốc tế vì những công việc đó thì bất kỳ ai ở bất kỳ nơi đâu cũng có thể làm được. Một chuyên gia người Nhật khác lại nhấn mạnh vào thái độ làm việc chuyên nghiệp nhằm đảm bảo chất lượng sản phẩm ở mức tối đa chứ không phải thỏa mãn chỉ ở mức 99%. Theo chuyên gia này thì chính 1% còn lại đó thể hiện sự khác biệt giữa nhà cung cấp có vốn đầu tư nước ngoài với nhà cung cấp trong nước không có tính cạnh tranh.

Với nhiều quy trình sản xuất khác nhau, chúng ta cũng có nhiều loại lao động kỹ năng cao. Đó là:

- Kỹ sư quản lý dây chuyền sản xuất: là những người có khả năng quản lý và cải tiến toàn bộ quy trình sản xuất của một nhà máy, chứ không chỉ có một kỹ năng cụ thể. Theo tiếng Nhật, những người lao động này được gọi là *tanoko* (người lao động đa kỹ năng).

- Những kỹ sư khuôn mẫu giàu kinh nghiệm: là những người có thể thiết kế, sản xuất và điều chỉnh những sản phẩm khuôn mẫu đạt đến độ hoàn hảo, và những người này có thể cảm nhận sự khác biệt đến từng milimét đối với các sản phẩm.

- Những người lắp ráp trình độ cao: là những người có thể tự lắp ráp toàn bộ sản phẩm một cách hoàn chỉnh, và vì thế họ có thể có những gợi ý xác đáng để cải thiện từng chi tiết trong sản phẩm đó.

Dù tầm quan trọng của việc phát triển nguồn nhân lực thường xuyên được đề cập đến, nhưng nguyên nhân sâu xa của tầm quan trọng này lại không được nhận biết hoặc chia sẻ một cách đầy đủ. Nguồn nhân lực công nghiệp chất lượng cao là nhân tố cần thiết cho việc đưa trình độ sản xuất vượt lên mức mà Thái Lan và Malaysia đã đạt được (hay còn gọi là "phá vỡ trần thủy tinh"), cũng như giải quyết hiệu quả những thách thức từ Trung Quốc.

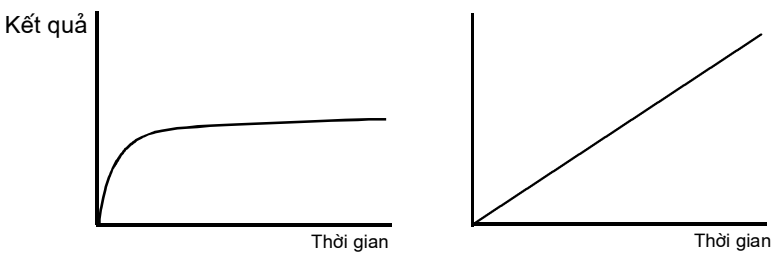
Theo cách tiếp cận của lý thuyết cấu trúc kinh doanh, giáo sư Takahiro Fujimoto của trường Đại học Tokyo cho rằng, các nước ASEAN, đặc biệt là Thái Lan và Việt Nam, cần phải làm chủ được phương thức *sản xuất tích hợp (integral manufacturing)* chứ không phải bắt chước phương thức *sản xuất mô-đun (modular manufacturing)* của Trung Quốc. Trong quá trình sản xuất tích hợp, các linh kiện cần được thiết kế đặc trưng cho từng sản phẩm và chúng liên tục được cải tiến nhằm đạt đến chuẩn mực cao hơn. Ngược lại, trong quá trình sản xuất theo mô-đun, tất cả linh kiện được lắp ghép với nhau theo nhiều cách nhằm sản xuất ra những sản phẩm trong thời gian ngắn. Đối với các nước đang

phát triển, sản xuất theo mô-đun sẽ dễ dàng hơn, nhưng đi liền với nó là những hạn chế như cung ứng quá mức, giá sản phẩm bị giảm nhanh, lợi nhuận thấp, và thiếu động lực để cải tiến công nghệ[10].

Nhật Bản là nước sản xuất theo kiểu tích hợp, nhưng đang phải đối mặt với mức lương cao và dân số già hóa. Vào năm 2007, nhiều lao động có kinh nghiệm sẽ

Hình 4. Sản xuất mô-đun và sản xuất tích hợp

	Sản xuất mô-đun	Sản xuất tích hợp
Đặc điểm chung của linh phụ kiện	Linh phụ kiện sản xuất đại trà và có thể dùng cho mọi loại sản phẩm	Mỗi sản phẩm có linh phụ kiện riêng, được thiết kế riêng biệt
Điểm mạnh	Sản xuất nhanh và linh hoạt	Không ngừng nâng cao chất lượng
Điểm yếu	Không tạo sự khác biệt, quá nhiều doanh nghiệp tham gia, lợi nhuận thấp, thiếu nghiên cứu triển khai (R&D)	Mất nhiều thời gian và công sức để đạt được kết quả như ý muốn
Yêu cầu về tổ chức	Mở, quyết định nhanh, linh hoạt trong lựa chọn nguồn cung cấp linh phụ kiện	Quan hệ lâu dài, xây dựng kỹ năng và kiến thức nội bộ



[10] Sản xuất tích hợp ở các nước đang phát triển là một chủ đề gây chú ý trong giới học thuật ở Nhật Bản. Đây cũng là một trong những chủ đề nghiên cứu nóng nhất mà VDF Hà Nội và Tokyo đang theo đuổi. Xem Ohno, K. (2006). *The Economic Development of Japan: The Path Traveled by Japan as a Developing Country (Phát triển kinh tế của Nhật Bản: Con đường Nhật Bản đã đi qua khi còn là nước đang phát triển)*. Tokyo: GRIPS (tr. 213-216), và Ohno, K. (2006). Integral Manufacturing: The Way Forward for Vietnam (Sản xuất tích hợp: Hướng đi cho Việt Nam), trong Ohno, K. (Chủ biên), *Industrial Policy Formulation in Thailand, Malaysia and Japan: Lessons for Vietnamese Policy Makers (Hoạch định Chính sách Công nghiệp ở Thái Lan, Malaysia và Nhật Bản: Bài học Kinh nghiệm cho các Nhà hoạch định Chính sách ở Việt Nam)*. Hà Nội: Nhà xuất bản Lao động Xã hội. Bên cạnh đó, VDF cũng đã tổ chức hội thảo với nhóm nghiên cứu của GS. Fujimoto ngày 13/7/2006 tại Tokyo.

nghỉ hưu (được gọi là "vấn đề năm 2007"). Nhật Bản đang gấp rút tìm kiếm một quốc gia đang phát triển có dân số trẻ làm đối tác trong sản xuất tích hợp, nhưng cho đến nay vẫn chưa tìm được. Mặt khác, các nước ASEAN lại rất cần xây dựng nguồn lao động có kỹ năng cao, trên mức yêu cầu của việc lắp ráp đơn giản nhằm tăng trưởng bền vững và cạnh tranh với Trung Quốc. Nếu Việt Nam trở thành đối tác như trên với tầm nhìn dài hạn và khát vọng mạnh mẽ để đạt chất lượng cao thì Nhật Bản và Việt Nam có thể trở thành liên minh chiến lược trong sản xuất tích hợp. Trong trường hợp đó, chính phủ và cộng đồng kinh doanh Nhật Bản chắc chắn sẽ hỗ trợ Việt Nam thông qua ODA hoặc hỗ trợ kỹ thuật. Những nước ASEAN khác đã đặt vấn đề này với Nhật Bản[11].

Để có được số lượng lớn kỹ sư có chất lượng cao, bản thân cá nhân và cả cộng đồng phải nỗ lực để thúc đẩy các chương trình hiện có và xây dựng những chương trình mới. Các chuyên gia và công ty của Nhật Bản gợi ý một số biện pháp sau.

Thứ nhất, các chương trình hiện có cần phải được thực hiện một cách có hiệu quả nhất. Ví dụ, một nhà cung cấp các sản phẩm khuôn mẫu đã gửi 5 lao động người Việt Nam sang Nhật Bản để đào tạo dưới sự hỗ trợ của Tổ chức Đào tạo Kỹ thuật Hải ngoại (AOTS) - một tổ chức của chính phủ Nhật Bản. Một nhà cung cấp linh kiện ô tô cũng gửi hầu hết kỹ sư có trình độ trung bình và các nhà quản lý đến nhóm các nhà máy của mình tại ASEAN theo chương trình đào tạo riêng. Bên cạnh đó, rất nhiều công ty của Nhật Bản đã tổ chức cuộc thi nội bộ, ví dụ như Thi kiểm tra chất lượng hoặc Thi tay nghề, để lao động cùng nhóm kinh doanh ở các nước có thể tham gia thi.

Thứ hai, chính phủ Việt Nam cần hỗ trợ các chương trình đào tạo do các công ty tổ chức. Dự thảo Quy hoạch tổng thể về Phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ đề xuất mức hỗ trợ 50% các chi phí liên quan đến hoạt động đào tạo của các công ty. Rất nhiều công ty của Nhật Bản ủng hộ đề xuất này. Một công ty đã yêu cầu nêu rõ định nghĩa về "giáo dục và đào tạo" bởi công ty này muốn biết liệu có phải tất cả hoạt động đào tạo, kể cả nội bộ và bên ngoài, đều được hỗ trợ hay không.

Thứ ba, cần thành lập một hệ thống khuyến khích và chứng nhận lao động trình độ cao theo kiểu Meister. Nhật Bản đã có hệ thống này ở cấp quốc gia,

[11] Thái Lan đang liên kết với quận Ota của Tokyo - khu vực tập trung nhiều công ty vừa và nhỏ công nghệ cao - trong việc đào tạo lao động kỹ thuật cao cho các ngành sản xuất. Tại Indonesia, vào tháng 2/2006, các công ty của Nhật Bản đã thành lập một hiệp hội mới ở Jakarta nhằm thúc đẩy ngành công nghiệp khuôn mẫu.

tỉnh/thành phố và công ty, và các cấp này phối hợp với nhau để khuyến khích lao động có trình độ kỹ thuật tốt ngày càng cải thiện chất lượng và họ được xã hội thừa nhận. Ví dụ, một trong số 10 công ty hàng đầu của Nhật Bản (một nhà sản xuất thiết bị điện tử) có hệ thống nội bộ để đánh giá trình độ lao động trong việc rửa ống kính, sơn, và lắp điện. Các ứng cử viên tham gia quá trình đánh giá do các bộ phận này đề xuất và sẽ được phân loại theo thứ hạng A, B và C. Sau đó, công ty này sẽ gửi những lao động được xếp hạng A đến các văn phòng chứng nhận lao động kỹ thuật cao ở cấp trung ương và địa phương. Nếu những người này nhận được chứng nhận từ chính phủ, công ty này sẽ công nhận họ là Meister trong công ty và thưởng 500.000 yên (khoảng 4.200 USD). Công ty sẽ yêu cầu những lao động đó tham gia việc đào tạo lớp lao động kế cận trong vòng hai năm.

Thứ tư, cần khuyến khích các chương trình đào tạo phối hợp giữa công ty có vốn đầu tư nước ngoài với các nhà cung cấp trong nước. Các chương trình này nhằm mục tiêu chuyển giao kỹ thuật cho các công ty trong nước, và cũng là tạo cơ hội để hai bên hiểu biết và làm việc với nhau. Một trong những chương trình thành công nhất là chương trình đào tạo phối hợp ở Trung tâm Nâng cao Tay nghề Penang (PSDC) ở Malaysia (Mori, 2005: 44-67). Chuyến khảo sát của chúng tôi ở Việt Nam cho thấy rất nhiều công ty của Nhật Bản mong muốn được thực hiện các chương trình như thế này. Họ hy vọng rằng, nếu các chương trình được thực hiện tốt thì việc đào tạo nghề sẽ tăng được số lượng lao động có kỹ thuật và giảm được vấn đề lạm phát lương. Rất nhiều công ty của Nhật Bản nói rằng, nếu chính phủ thực sự quan tâm đến các chương trình này, họ sẽ gửi kỹ sư nhiều kinh nghiệm sang đào tạo hoặc họ sẽ cung cấp thiết bị cần thiết cho các chương trình đào tạo.

Thứ năm, việc giáo dục, đào tạo kỹ sư thực hành cần được tăng cường ở các trường phổ thông, các trường cao đẳng công nghiệp, và các trường đại học. Một nhà cung cấp linh kiện xe máy phàn nàn rằng kết quả của việc gửi lao động sang Nhật Bản để đào tạo đã không như ý muốn bởi lao động Việt Nam thiếu những kỹ năng và kiến thức cơ bản để có thể tiếp nhận công nghệ hiện đại. Một nhà lắp ráp thiết bị máy tính đề xuất rằng chính phủ cần chú trọng hơn nữa đến đào tạo các kỹ năng cơ bản nhưng có nhu cầu rất cao như kỹ sư sản xuất hoặc quản lý nhà máy, thay vì dùng những mỹ từ như IT, công nghệ cao, và công nghệ sinh học. Một nhà sản xuất thiết bị điện tử cũng gợi ý việc thúc đẩy kiến thức và kỹ năng thực hành trong việc đúc khuôn hoặc dập với độ chính xác cao.

6. Thay đổi công việc làm cản trở nâng cao tay nghề

Một trong những vấn đề liên quan đến việc phát triển nguồn nhân lực là sự thay đổi công việc thường xuyên. Đối với sản xuất tích hợp, kỹ sư trình độ cao và chuyên sâu về quy trình sản xuất phải làm việc cho một công ty mà thôi. Tuy nhiên, sau khi được đào tạo hoặc nắm bắt được một số kỹ thuật, lao động Việt Nam thường rời bỏ công ty để tìm kiếm việc làm mới với mức lương cao hơn hoặc điều kiện làm việc tốt hơn. Chính điều này đã cản trở việc tích lũy kinh nghiệm và nâng cao tay nghề của chính bản thân họ, cũng như làm giảm động lực của các công ty trong đào tạo lao động. Thậm chí, ngay cả trong ngành sử dụng nhiều lao động như may mặc và chế biến thực phẩm thì vấn đề này cũng dẫn đến nhiều khó khăn trong quản lý lao động. Đối với công nghiệp hỗ trợ - ngành phụ thuộc nhiều vào kỹ sư có kinh nghiệm và máy móc đắt tiền - thì vấn đề này càng trở nên nan giải. Phải thừa nhận một điều là vấn đề này không chỉ có riêng ở Việt Nam, nhiều báo cáo cũng cho thấy mức độ thay đổi công việc ở các nước đang phát triển cũng rất cao.

Ở Việt Nam, nhiều công ty chế tạo khuôn mẫu của Nhật Bản đặt mục tiêu thiết lập một hệ thống sản xuất tích hợp trong một nhà máy, từ khâu thiết kế sản phẩm đến khâu marketing. Họ đào tạo công nhân trở thành các kỹ sư có thể chế tạo khuôn từ đầu đến cuối. Tuy nhiên, kế hoạch của họ thường không thành công vì nhiều kỹ sư đạt đến trình độ trung bình đã bỏ việc mà chưa được đào tạo để đạt trình độ cao. Một chuyên gia người Nhật phê phán xu hướng này và cho rằng những kỹ sư đó đã đánh mất cơ hội của chính mình để trở thành những kỹ sư trình độ cao do những lợi ích thiển cận.

Hiện nay, dường như có hai nguyên nhân mang tính vĩ mô của vấn đề này. Thứ nhất, sự gia tăng của dòng đầu tư trực tiếp nước ngoài đang dẫn đến sự thiếu hụt lao động, đặc biệt ở những địa phương có mức độ tập trung vốn đầu tư nước ngoài cao. Một nhà cung cấp phụ tùng ô tô ở phía Bắc nói rằng, khi khu công nghiệp (mà công ty đang đặt trụ sở) không còn chỗ trống thì nhu cầu lao động tăng lên sẽ khiến cho việc thay đổi công việc của lao động cũng tăng và tiếp đó sẽ là lương phải tăng. Nguyên nhân thứ hai là do sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Tại thành phố Hồ Chí Minh và khu vực lân cận, các ngành dịch vụ đang nở rộ và thu hút một khối lượng lớn lao động tham gia. Một nhà sản xuất linh kiện điện tử ở thành phố Hồ Chí Minh nói rằng, trong những năm gần đây, tỉ lệ thay đổi công việc của những người lao động chưa làm việc hết một năm tăng rất nhanh, từ dưới 1% lên 40-50% như hiện nay.

Tuy nhiên, không phải tất cả các công ty đều đối mặt với tình trạng này. Trong số các công ty chúng tôi đến thăm, một số công ty nói rằng họ vẫn giữ được lao động của mình và mức thay đổi công việc của lao động ở mức rất thấp, thậm chí dưới 1%/năm. Một trong những lý do của kết quả đó là vị trí của công ty. Một nhà cung cấp phụ tùng ô tô ở ngoại thành Hà Nội giải thích rằng do công ty nằm trong khu vực không có sự biến động lớn về nhu cầu lao động và lao động của công ty chủ yếu là người địa phương, không phải người nhập cư, nên họ không có ý định chuyển đến chỗ xa hơn. Một lý do khác là chính sách đối với người lao động. Một nhà cung cấp sản phẩm nhựa mô tả các chương trình khuyến khích người lao động của mình như quyền lợi nhiều hơn, chi trả tiền đi lại, và ăn trưa với khẩu phần rất ngon. Người lao động thường trung thành với công ty khi họ được đối xử tốt. Mức lương thường không phải là nhân tố mang tính quyết định. Một điều cũng cần phải tìm hiểu là các điều kiện để giữ người lao động làm việc lâu dài hơn với công ty, và cũng là để tránh xuất hiện những tư tưởng thay đổi việc làm không đáng có.

7. Giảm thuế nhập khẩu và những ưu đãi về thuế khác

Tổng giám đốc của một công ty sản xuất điện tử dân dụng cho biết, giảm thuế nhập khẩu và những ưu đãi về thuế khác là những công cụ chính sách chuẩn để thúc đẩy công nghiệp hỗ trợ phát triển. Nhiều công ty mà chúng tôi phỏng vấn cũng nhất trí như vậy. Giải pháp này cũng được sử dụng rộng rãi tại các nước Đông Á nhằm mục đích khuyến khích các doanh nghiệp vừa và nhỏ, công nghiệp hỗ trợ.

Nhiều nhà sản xuất điện-điện tử cho rằng thuế nhập khẩu linh kiện cần nhanh chóng giảm tới mức 0% hay ít nhất cũng phải dưới 5%- mức thuế CEPT dành cho các thành phẩm có nguồn gốc ASEAN. Điều này là cần thiết nhằm tránh tình trạng *cấu trúc thuế nhập khẩu ngược* mà theo đó thuế nhập khẩu đánh vào linh kiện còn cao hơn vào thành phẩm. Nếu không thực hiện được điều này, các nhà lắp ráp tại Việt Nam có thể còn mất đi lợi thế cạnh tranh về chi phí so với các sản phẩm nhập khẩu từ các nước ASEAN. Những sản phẩm nhập khẩu này lại thường do các công ty con của các tập đoàn công ty Nhật tại các nước ASEAN sản xuất. Theo quan điểm của công ty mẹ đặt tại Nhật, không còn lý do gì để lắp ráp tivi và các thiết bị nghe nhìn khác tại Việt Nam nếu việc lắp ráp này vẫn phải chịu thuế nhập khẩu linh kiện và chi phí vận chuyển cao. Sẽ hiệu quả hơn nếu công ty đặt nhà máy tại Thái Lan và Malaysia, nơi có sẵn linh kiện hỗ trợ và sản xuất đạt quy mô lớn để sản xuất và xuất khẩu phục vụ thị trường Việt Nam.

Việc giảm thuế nhập khẩu sẽ có hai tác động tích cực. Thứ nhất, nó làm tăng khả năng cạnh tranh về giá của các nhà lắp ráp, biến Việt Nam trở thành một cứ điểm xuất khẩu của một số thành phẩm nhất định. Thứ hai, tự do hóa nhập khẩu linh kiện làm gia tăng trao đổi thương mại về các linh kiện trong ngành, khuyến khích Việt Nam chuyên môn hóa sản xuất một số linh kiện nhất định và xuất khẩu ra toàn thế giới. Các nước tốp trên trong ASEAN đã tích cực chủ động tham gia vào mạng lưới sản xuất trong khu vực Đông Á và tìm cho mình những linh kiện cơ bản để tập trung chuyên môn hóa. Ví dụ như Malaysia chuyên về sản xuất đèn hình chân không (CRT) và Thái Lan chuyên về sản xuất máy nén khí sử dụng trong điều hòa nhiệt độ và tủ lạnh.

Thêm vào đó, một số công ty muốn được giảm thuế nhập khẩu cho nguyên liệu thô. Không chỉ một nhà sản xuất linh kiện giục Việt Nam giảm thuế nhập khẩu cho các nguyên liệu công nghiệp cao cấp mà trong nước hiện chưa sản xuất được. Một số nhà cung cấp linh phụ kiện kim loại phàn nàn về việc tăng thuế nhập khẩu thép cán nguội từ 0% lên 7% nhằm bảo hộ nhà máy sản xuất thép cán nguội Phú Mỹ tại miền Nam. Việc này buộc những người sử dụng nguyên liệu thép ở trong nước phải tăng giá. Nhưng vấn đề là ở chỗ chất lượng thép cán nguội Phú Mỹ vẫn còn ở dưới mức tiêu chuẩn và các nhà sản xuất Nhật Bản vẫn phải tiếp tục sử dụng thép nhập khẩu với mức thuế bị đánh cao hơn. Nếu như thép Phú Mỹ có thể nâng cao chất lượng và giao hàng ở một mức chấp nhận được đối với các nhà sản xuất Nhật Bản thì vấn đề này có thể được giải quyết.

Các doanh nghiệp cũng yêu cầu nâng cao năng lực của các nhân viên hải quan. Một số doanh nghiệp than phiền rằng để bảo hộ cho một số sản phẩm đã sản xuất được trong nước, thuế nhập khẩu được đánh đồng cho những sản phẩm Việt Nam có thể sản xuất (ví dụ như thép ống cho xây dựng) với những nguyên vật liệu công nghệ cao, không có tại Việt Nam. Các công ty Nhật Bản muốn những sản phẩm thông dụng và những nguyên vật liệu công nghiệp chất lượng cao được phân biệt rõ ràng trong danh mục thuế suất. Trong một số trường hợp, các mức thuế nhập khẩu khác nhau được áp cho cùng một sản phẩm tùy theo phán đoán nhất thời của nhân viên hải quan làm nhiệm vụ. Nhìn chung, nhân viên hải quan không có đầy đủ kiến thức để phân biệt và phân loại sự khác nhau cơ bản giữa các sản phẩm.

Một công cụ thúc đẩy quan trọng khác là những ưu đãi về thuế. Ưu đãi về thuế suất cần được áp dụng để khuyến khích phát triển công nghiệp hỗ trợ cho cả các nhà cung cấp nước ngoài đầu tư trực tiếp tại Việt Nam và những nhà cung

cấp nội địa, không phân biệt quốc tịch[12]. Miễn giảm thuế thu nhập, giảm thuế cho mua sắm thiết bị, cho nghiên cứu và triển khai, những mục đích tương tự sẽ thúc đẩy đầu tư vào công nghiệp hỗ trợ. Các nước láng giềng ASEAN đã đưa ra những ưu đãi về thuế như vậy dưới hình thức các chiến dịch trọng điểm quốc gia nhằm phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng như công nghiệp hỗ trợ.

Ví dụ như Thái Lan đã đưa ra những ưu đãi cho công nghiệp hỗ trợ từ năm 1993 - 1994. Các sản phẩm và công đoạn mục tiêu bao gồm tạo khuôn, gá, cán, đúc, công cụ công nghiệp, cắt, mài, đúc nguội, gia công nhiệt, gia công bề mặt, gia công trung tâm, giắc cắm điện, pin xạc Ni-Cd, và nhựa cơ khí. Các công ty hoạt động ở một trong 14 lĩnh vực này được hưởng các ưu đãi sau: (i) miễn thuế thu nhập trong vòng 8 năm, không kể địa điểm; (ii) giảm 50% thuế nhập khẩu máy móc cho các dự án ở vùng 1 và 2 (trong và gần Bangkok); (iii) miễn 100% thuế nhập khẩu máy móc cho các dự án đặt tại vùng 3 (vùng nông thôn); và (iv) miễn áp dụng những hạn chế đối với vốn đầu tư nước ngoài tới năm 1996 (Cơ quan Hợp tác quốc tế Nhật Bản - Japan International Cooperation Agency [JICA], 1995: 2-2-4).

Một số nhà lập pháp Việt Nam lo ngại rằng việc giảm thuế nhập khẩu linh kiện hơn nữa cùng với việc đưa ra các ưu đãi về thuế như đề xuất của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài có thể đem lại những kết quả tiêu cực như: (i) giảm thu ngân sách; (ii) làm thế nào để khuyến khích ngành sản xuất linh kiện trong nước khi mức thuế nhập khẩu ở mức 0%; (iii) tạo ra tiền đề cho các nhà sản xuất ở những lĩnh vực khác đòi hỏi những ưu đãi đặc biệt tương tự; và (iv) nguy cơ các nhà sản xuất Việt Nam bị phá sản do sự tấn công của các nhà sản xuất linh kiện có vốn đầu tư nước ngoài.

Về những vấn đề này, các chuyên gia và các nhà sản xuất Nhật Bản đã có những phản hồi. Liên quan tới vấn đề thất thu ngân sách, cần phải có một nghiên cứu cụ thể, dài hạn về những tác động gián tiếp của việc giảm thuế và thuế nhập khẩu. Nếu chính sách này thúc đẩy đầu tư trực tiếp nước ngoài và tăng trưởng kinh tế thì tác động tổng thể tới nguồn thu có thể sẽ là tích cực theo hướng tăng thu nhập, tăng nguồn thu từ phí vận tải và cảng biển, tác động khuếch đại của thu nhập lên các ngành kinh tế khác và nhiều tác động khác nữa. Về vấn đề thứ

[12] Đối xử công bằng giữa nhà sản xuất trong nước và nước ngoài là một yêu cầu cơ bản của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO). Nói chung, không một chính sách nào đề xuất trong bản báo cáo này vi phạm những quy định của WTO.

hai, cần chú ý là những ưu đãi về tài chính chỉ là một trong những nhân tố quyết định đầu tư vào sản xuất linh kiện. Như trình bày ở trên, nhu cầu lớn và sự sẵn có của đội ngũ kỹ sư tay nghề cao còn quan trọng hơn. Nếu có được những điều kiện này, công nghiệp hỗ trợ có thể phát triển mạnh thậm chí không cần những bảo hộ về thuế nhập khẩu. Vì các ngành sản xuất linh kiện hỗ trợ cũng sử dụng các linh kiện đầu vào, thuế nhập khẩu linh kiện cao có thể sẽ không khuyến khích sự phát triển của các ngành sản xuất linh kiện, tuỳ thuộc vào cấu trúc chính xác của thuế nhập khẩu.

Những lo lắng về vấn đề thứ ba và thứ tư là có thể hiểu được nhưng không thể tránh được việc ưu tiên và chọn lọc tự nhiên. Một nhà lắp ráp hàng điện tử dân dụng cho rằng việc huy động các nguồn lực cho những lĩnh vực mục tiêu là cần thiết và luôn được mong đợi, và công nghiệp hỗ trợ, ngành nền tảng cho tất cả các ngành công nghiệp máy móc, cần được xác định là ngành then chốt để đảm bảo có được những hỗ trợ đặc biệt. Thêm vào đó, việc loại bỏ một số lớn các doanh nghiệp Việt Nam, vốn yếu và luôn được bảo hộ, là không thể tránh khỏi trong điều kiện toàn cầu hóa. Đó chính là một phần của quá trình chọn lọc tự nhiên để Việt Nam trở nên có sức cạnh tranh cao hơn. Các doanh nghiệp Nhật hy vọng rằng ít nhất một số doanh nghiệp nội địa có thể sống sót và phát triển. Hầu hết các nhà lắp ráp Nhật Bản đều hy vọng mở rộng các giao dịch với các doanh nghiệp nội địa để giảm chi phí và đa dạng hóa nguồn cung cấp. Ví dụ như một công ty sản xuất khuôn Nhật Bản bày tỏ sự quan tâm của mình tới việc mở rộng thầu phụ với các nhà cung cấp Việt Nam. Các công ty Nhật Bản hy vọng xây dựng một hệ thống hợp tác và phân công lao động mới với các doanh nghiệp Việt Nam trong điều kiện môi trường kinh doanh đang ngày càng mở rộng và cạnh tranh ngày càng gay gắt. Điều kiện cần thiết cho việc này là các doanh nghiệp Việt Nam cần có những nỗ lực mạnh mẽ đảm bảo yêu cầu về *chất lượng, chi phí và giao hàng* (QCD).

Hiện tại, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài thường xuyên chỉ trích chính sách và ngược lại chính phủ cũng than phiền về việc thiếu cam kết từ phía các doanh nghiệp nước ngoài. Mối quan hệ không tốt đẹp này ảnh hưởng tiêu cực tới sự phát triển lành mạnh của các ngành công nghiệp Việt Nam. Để giải quyết vấn đề này, một chuyên gia Nhật Bản đề xuất mối quan hệ "trao-và-nhận" ("give-and-take") giữa chính phủ và các doanh nghiệp có vốn đầu tư của Nhật Bản. Theo đó, chính phủ hoàn thiện chính sách với nỗ lực cao phù hợp với những yêu cầu của các doanh nghiệp có vốn đầu tư của Nhật Bản. Doanh nghiệp có vốn đầu tư của Nhật Bản đưa ra các mục tiêu cho sản xuất, xuất khẩu, giảm chi phí, nội địa hóa, v.v... *tuỳ thuộc vào mức độ thực hiện của chính sách*.

Chính phủ cần hiểu rằng, kết quả kinh doanh không chỉ phụ thuộc vào những nỗ lực của doanh nghiệp mà còn phụ thuộc vào những yếu tố bên ngoài, bao gồm cả chính sách, và rằng các mục tiêu kinh doanh không thể được diễn dịch thành những cam kết có thể dẫn tới những hình phạt khi các doanh nghiệp không đạt được. Một doanh nghiệp Nhật đã không thích ý tưởng này vì đề xuất nghe như "kế hoạch hóa xã hội chủ nghĩa". Tương tự, một số doanh nghiệp khác lo ngại rằng những mục tiêu mang tính con số sẽ trói buộc hoạt động kinh doanh của họ. Tuy vậy các doanh nghiệp khác tỏ ra cởi mở với những ý tưởng kiểu này.

8. Môi trường chính sách không ổn định

Những phàn nàn về sự thay đổi không dự báo được của chính sách ở Việt Nam không còn là điều mới mẻ. Mọi người đều cho rằng đây là trở ngại lớn nhất đối với việc thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Việt Nam. Chúng ta vẫn phải nhấn mạnh điểm yếu đã được biết rõ này vì nó có tác động xấu đến sự phát triển của công nghiệp hỗ trợ. Sự bất ổn của chính sách có 3 đặc tính cơ bản: (i) thiếu trao đổi với giới doanh nghiệp, (ii) mục đích của chính sách mơ hồ; và (iii) thực hiện bất ngờ. Chính phủ Việt Nam đã bị phê phán rất nhiều khi bất ngờ thực thi hạn ngạch nhập khẩu linh kiện xe máy năm 2003, gây ảnh hưởng nghiêm trọng tới các nhà lắp ráp và các nhà cung cấp linh phụ kiện xe máy. Thuế tiêu thụ đặc biệt đối với ô tô tiếp tục gây ra sự lộn xộn và làm nản lòng các nhà đầu tư. Các doanh nghiệp Nhật Bản cảm thấy Chính phủ Việt Nam vẫn không rút kinh nghiệm từ các vấn đề trên. Họ sợ các vấn đề tương tự sẽ xuất hiện trong tương lai.

Thậm chí khi chúng tôi đi điều tra, một số doanh nghiệp Nhật Bản không thể gặp chúng tôi vì họ đang bị ngập sâu vào các vấn đề liên quan đến chính sách tương tự như ở trên. Đặc biệt, việc tăng mức lương tối thiểu vào tháng 2 năm 2006 làm cho phần lớn doanh nghiệp Nhật Bản không kịp chuẩn bị vì trước đó chính phủ đã không cung cấp đầy đủ thông tin cho họ[13]. Một số công ty Nhật Bản ở phía Nam còn phải chịu thiệt hại do các cuộc đình công bất ngờ và không chính thức đòi tăng mức lương tối thiểu. Một số công ty còn phê phán việc tiền lương phải tăng lên 7% sau khi thử việc ban đầu. Đối với một số công nhân, tập huấn ngắn hạn như vậy chưa đủ. Ví dụ, để trở thành kỹ sư tốt phải mất ít nhất vài năm đào tạo. Đòi hỏi tăng lương một cách đồng bộ và bắt buộc đã bỏ qua những khác biệt về trình độ lao động.

[13] Mức lương tối thiểu tăng từ 45USD lên 55USD ở Hà Nội và Tp. HCM, từ 35USD lên 50USD đối với các thành phố nhỏ hơn, và từ 31USD lên 45USD đối với các vùng còn lại trong cả nước.

Các doanh nghiệp sản xuất ô tô và các nhà cung cấp Nhật Bản đã bị ảnh hưởng lớn bởi việc cho phép nhập khẩu xe ô tô đã qua sử dụng bắt đầu từ ngày 1 tháng 5 năm 2006. Mục tiêu của chính sách này không rõ ràng. Một số nhà sản xuất tự hỏi liệu có phải chính phủ Việt Nam muốn họ rời khỏi Việt Nam hay không, hay là gây áp lực để họ giảm giá xe ô tô. Những giải thích về việc cho phép nhập khẩu xe ô tô đã qua sử dụng là cần thiết cho việc gia nhập WTO hoàn toàn không thuyết phục. Các nhà lắp ráp ô tô cố gắng đánh giá tác động của chính sách này trong dài hạn, nhưng việc thực thi cụ thể chưa được đưa ra. Trong khi đó, doanh số bán ô tô đã giảm mạnh trong quý 1 năm 2006 do khách hàng đang chờ đợi giảm giá vào tháng 5. Một số dây chuyền đã ngừng sản xuất.

Ở đây có hai lý do giải thích sự bất ổn định của các chính sách kìm hãm dòng vốn của các doanh nghiệp nước ngoài sản xuất linh kiện. Thứ nhất, không giống như các nhà lắp ráp, các nhà cung cấp linh kiện của Nhật Bản thường là những doanh nghiệp vừa và nhỏ với khả năng về vốn và kinh nghiệm kinh doanh trên thương trường quốc tế còn hạn chế. Các nhà cung cấp này chưa có kinh nghiệm làm việc trong môi trường chính sách luôn thay đổi cũng như làm việc với các chính phủ nước ngoài. Các doanh nghiệp này rất lo sợ các rủi ro trong hoạt động kinh doanh tại nước ngoài, và những rủi ro này có thể dẫn tới việc phá sản tại công ty mẹ. Nhìn nhận tình trạng này tại Việt Nam, một công ty cung cấp nguyên liệu sản xuất của Nhật đề xuất rằng chính phủ Việt Nam nên bảo đảm việc hỗ trợ đầy đủ các doanh nghiệp nhỏ và vừa của Nhật hoạt động tại Việt Nam. Soạn thảo một bản quy hoạch công nghiệp hỗ trợ tốt là biện pháp tối ưu để thực hiện việc này.

Hơn nữa, dưới góc nhìn từ trụ sở chính của các công ty đa quốc gia, các chính sách không ổn định làm giảm sức hấp dẫn đầu tư vào Việt Nam. Ở bất cứ một công ty Nhật Bản nào, ban lãnh đạo của công ty ở trụ sở chính sẽ hoạch định chiến lược toàn cầu và các nhà máy tại Việt Nam sẽ hoạt động tuân theo chiến lược toàn cầu đó. Thông thường, các tổng giám đốc ở Việt Nam thường mong muốn mở rộng sản xuất kinh doanh và đóng góp công sức vào quá trình công nghiệp hóa của Việt Nam, nhưng ban lãnh đạo tập đoàn thường không quá quan tâm tới Việt Nam bởi vì dung lượng thị trường tại Việt Nam rất nhỏ so với thị trường trong khu vực và trên thế giới. Sự khác biệt giữa mong muốn mở rộng thị trường của các tổng giám đốc nhà máy chi nhánh tại Việt Nam và sự không mong muốn mở rộng sản xuất tại Việt Nam của ban lãnh đạo các công ty đa quốc gia thường được gọi là *"Ondosa" (chênh lệch nhiệt độ)*, ngụ ý so sánh nhiệt huyết mong muốn mở rộng của giám đốc nhà máy tại Việt Nam và sự

thờ ơ, lạnh lùng của ban lãnh đạo tập đoàn. Tổng giám đốc nhà máy tại Việt Nam phải được sự cho phép từ ban lãnh đạo tập đoàn trong các quyết định như mở rộng sản xuất kinh doanh, phát triển sản phẩm mẫu mã mới, xuất khẩu sản phẩm ra thị trường thế giới và các quyết định khác. Tuy nhiên việc thuyết phục ban lãnh đạo tập đoàn tại Tokyo trở nên rất khó khăn khi mà các phương tiện thông tin đại chúng tại Nhật đưa tin về tình trạng chính sách không ổn định và thiếu nhất quán tại Việt Nam. Tổng giám đốc một công ty lắp ráp sản xuất sản phẩm điện-điện tử nói rằng ông ta đang cố gắng mời các công ty khác trong cùng tập đoàn tới hoạt động kinh doanh tại Việt Nam, nhưng ông đã không thể thuyết phục được ban lãnh đạo tập đoàn trong tình hình hiện tại.

9. Khoảng cách về thông tin và nhận thức

Để nâng cao năng lực của mình, các nhà cung cấp Việt Nam cần hợp tác với các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài. Tuy nhiên, có hai vấn đề cơ bản ảnh hưởng tới việc hợp tác này.

Thứ nhất là vấn đề thiếu hụt thông tin. Hầu hết các nhà lắp ráp phải "liều lĩnh" đi tìm các nhà cung cấp Việt Nam. Họ không biết các nhà cung cấp Việt Nam đạt yêu cầu đang ở đâu. Rất nhiều doanh nghiệp Nhật Bản đã sử dụng niên giám điện thoại và các mối quan hệ cá nhân của nhân viên để tìm kiếm các nhà cung cấp tiềm năng. Một công ty cho biết, họ đã phải tiếp cận hàng trăm công ty Việt Nam khác nhau để tìm ra một nhà cung cấp đạt yêu cầu. Công việc đó tốn kém quá nhiều thời gian và tiền bạc đối với một doanh nghiệp tư nhân. Rất nhiều doanh nghiệp Nhật Bản cho rằng, các nhà cung cấp Việt Nam đã không thực sự năng động và nhạy bén trong việc tiếp cận khách hàng. Các nhà cung cấp Việt Nam dường như không tự tin và cũng không có khái niệm "xây dựng quan hệ" trong kinh doanh, đặc biệt với các doanh nghiệp Nhật Bản.

Có một cách kết nối thông tin hiệu quả là việc xây dựng cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ. Rất nhiều doanh nghiệp Nhật Bản hoan nghênh ý tưởng này. Trên thực tế, một vài tổ chức, ví dụ như Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam hay Vietbig đã xây dựng "cơ sở dữ liệu" là Những trang vàng, cung cấp thông tin về tên công ty, địa chỉ liên lạc và các sản phẩm chính của từng công ty/doanh nghiệp[14]. Tuy nhiên, việc liệt kê một cách máy móc những thông tin về hàng

[14] *Cẩm nang doanh nghiệp Việt Nam* của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) được cung cấp dưới dạng sách và đĩa CD-ROM. Vietbig, một công ty cổ phần, xuất bản danh bạ doanh nghiệp dưới dạng sách và tại website: www.yellowpages.com.vn/index.asp. Tại Thái Lan, Ban Phát triển Liên kết Công nghiệp (BUILD) của Uỷ ban Đầu tư (BOI) chịu trách nhiệm cung cấp thông tin về cơ sở dữ liệu các nhà cung cấp.

ngàn doanh nghiệp như vậy là chưa đủ đối với các nhà đầu tư. Các nhà đầu tư cần một danh sách chọn lọc các nhà sản xuất thực sự có khả năng, phù hợp với yêu cầu của mình. Điều này đòi hỏi nhà cung cấp cơ sở dữ liệu phải có khả năng đưa ra các chỉ tiêu để phân loại các doanh nghiệp một cách công khai hoặc tư vấn theo yêu cầu cụ thể của từng nhà đầu tư. Hơn nữa, thông tin về các doanh nghiệp phải thực sự chính xác và cập nhật. Tại Việt Nam, hầu hết các cơ sở dữ liệu được xây dựng và cập nhật bởi chính các doanh nghiệp, do đó, không thực sự chính xác và khách quan. Một cơ sở dữ liệu tốt phải được thiết kế một cách cẩn thận và thông tin phải được người cung cấp cam kết một cách chắc chắn về mức độ chính xác và có tính cập nhật.

Thứ hai là sự khác biệt về nhận thức. Trên thực tế, 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 doanh nghiệp Nhật Bản so với khả năng đáp ứng của các doanh nghiệp Việt Nam. Các doanh nghiệp Việt Nam phàn nàn rằng, các doanh nghiệp Nhật Bản hay quan trọng hóa các tiểu tiết, và thường từ chối các linh kiện do các doanh nghiệp Việt Nam sản xuất với lý do chưa đạt yêu cầu. Vấn đề cơ bản là các doanh nghiệp địa phương ít hiểu biết về cạnh tranh toàn cầu trong khi các doanh nghiệp Nhật Bản lại có nhiều kinh nghiệm trong cạnh tranh với các doanh nghiệp Mỹ, Châu Âu, Hàn Quốc và Trung Quốc. Một lý do quan trọng khác là các doanh nghiệp Nhật Bản thường sản xuất theo *mô hình tích hợp*. Mô hình này luôn đòi hỏi sự cam kết hợp tác lâu dài và tính chính xác của sản phẩm. Điều này tương đối khác biệt với *mô hình sản xuất mođun* đang rất phổ biến tại Việt Nam.

Các nhà cung cấp Việt Nam thường thiếu kiến thức về hệ thống hoạt động sản xuất của Nhật Bản. Ví dụ, họ chỉ gửi catalog hoặc hàng mẫu tới văn phòng JETRO hoặc các nhà lắp ráp Nhật Bản và hy vọng nhận được đơn đặt hàng. Thực tế, các doanh nghiệp Nhật Bản sẽ không bao giờ chấp nhận cách liên hệ thiếu tính kế hoạch và không mấy trịnh trọng như vậy. Với ngành sản xuất ô tô, việc thiết kế một mẫu xe mới bắt đầu tại trung tâm nghiên cứu và triển khai ở Nhật Bản 3 năm trước khi doanh nghiệp tiến hành sản xuất đại trà. Các nhà cung cấp linh kiện phải liên tục tham gia vào quá trình *thiết kế*, liên hệ chặt chẽ với nhà lắp ráp cũng như các nhà cung cấp linh kiện khác. Để tham gia vào hệ thống này, các doanh nghiệp Việt Nam cần gửi các kỹ sư biết tiếng Nhật của mình tới Nhật Bản làm việc 3 năm liên tục. Còn với ngành sản xuất xe máy hoặc đồ điện gia dụng, yêu cầu có thể dễ dàng hơn, song các doanh nghiệp lắp ráp Nhật Bản cũng luôn thực hiện quy trình kiểm tra chất lượng chặt chẽ. Một nhà cung cấp linh kiện chỉ có thể được chấp nhận nếu công ty mẹ chấp thuận.

Một doanh nghiệp Việt Nam chuyên cung cấp các linh kiện kim khí cho các doanh nghiệp Nhật Bản cho biết, họ đã mất 3 năm để trở thành đối tác cho một doanh nghiệp lắp ráp xe máy của Nhật Bản. Đây là một quá trình thực sự khó khăn bao gồm rất nhiều giai đoạn tương tác lẫn nhau. Một doanh nghiệp Việt Nam khác cung cấp linh kiện cho các doanh nghiệp Nhật Bản cũng kêu ca rằng, họ đã phải mất từ 2 tới 3 năm để nhận được đơn đặt hàng đầu tiên. Sau đó, họ cũng luôn phải gửi rất nhiều hàng mẫu mà vẫn thường xuyên bị từ chối đơn hàng. Các nhà lắp ráp Nhật Bản liên tục yêu cầu hoàn thiện chất lượng sản phẩm. Đây là một quá trình rất tốn kém và thường làm nản lòng các doanh nghiệp Việt Nam. Tuy nhiên, một khi niềm tin đã được xây dựng, các doanh nghiệp Nhật Bản sẽ luôn hướng dẫn các nhà cung cấp Việt Nam cách thức hoạt động để đạt được yêu cầu của họ, đảm bảo mối quan hệ kinh doanh ổn định với các đơn đặt hàng lớn.

Hai doanh nghiệp Việt Nam rất thành công trong việc xây dựng mối quan hệ với các nhà lắp ráp Nhật Bản, đưa ra 3 bài học cơ bản để có thể trở thành một đối tác cung cấp cho các nhà đầu tư Nhật Bản. Đầu tiên và quan trọng nhất là thái độ kinh doanh. Thậm chí, khi khả năng ban đầu của các doanh nghiệp Việt Nam là tương đối thấp, các doanh nghiệp Nhật Bản sẽ hỗ trợ với điều kiện là lãnh đạo doanh nghiệp phải nỗ lực hết mình học hỏi các doanh nghiệp Nhật Bản để đáp ứng được yêu cầu của họ (tương tự, một nhà lắp ráp máy tính lớn của Nhật đã khẳng định, điều đầu tiên họ quan tâm khi lựa chọn nhà cung cấp thiết bị địa phương chính là thái độ của lãnh đạo doanh nghiệp đó). Thứ hai, mỗi doanh nghiệp cần tự đánh giá một cách chính xác và chân thực điểm yếu của mình. Nếu doanh nghiệp địa phương có ý định lừa dối về khả năng sản xuất hay trình độ công nghệ của mình, các doanh nghiệp Nhật Bản sẽ dễ dàng nhận ra và khi đó, họ sẽ không bao giờ lấy lại được lòng tin. Cuối cùng, cam kết về chất lượng là điều không thể thiếu. Các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam rất lo ngại về vấn đề chất lượng, bởi chất lượng kém có thể huỷ hoại uy tín của họ trên thị trường quốc tế.

10. Các tiêu chuẩn công nghiệp và tiêu chuẩn an toàn

Cuối cùng, chúng tôi muốn bổ sung thêm hai vấn đề chưa được đề cập ở trên: các tiêu chuẩn công nghiệp và chất lượng; tình trạng thiếu nguyên vật liệu thô.

Việt Nam cần tạo ra những tiêu chuẩn công nghiệp và tiêu chuẩn an toàn ít nhất cũng ngang bằng mức độ của các nước láng giềng ASEAN[15]. Việc không có

[15] Ví dụ như, Malaysia có Jabatan Bekalan Elektrik (JBE) và Standards Industrial Research Institute Malaysia (SIRIM) và Thái Lan có Thai Industrial Standards Institute (TISI) như những tiêu chuẩn an toàn của quốc gia.

những tiêu chuẩn về an toàn và công nghiệp như hiện nay đã cản trở sự phát triển của công nghiệp hỗ trợ trên ba phương diện. Thứ nhất, việc nhập khẩu thành phẩm chất lượng thấp đã gây trở ngại cho các nhà lắp ráp trong nước mở rộng kinh doanh. Một nhà sản xuất điện tử gia dụng đã tuyên bố rằng hàng nhập khẩu chất lượng thấp đã làm xói mòn thị trường sản phẩm chất lượng cao do họ sản xuất. Điều này cũng gián tiếp làm giảm thu mua linh phụ kiện trong nước. Thứ hai, việc nhập khẩu những linh phụ kiện chất lượng kém sẽ đánh bạt các nhà cung cấp trong nước. Một nhà cung cấp lốp nói rằng lốp chất lượng kém đã tràn ngập thị trường trong nước bởi vì Việt Nam không có một tiêu chuẩn phù hợp để đánh giá sức bền của lốp. Thứ ba, các nhà cung cấp trong nước gặp khó khăn trong việc xây dựng tiêu chuẩn chất lượng cho riêng mình. Một nhà cung cấp linh phụ kiện xe máy Nhật Bản phản ánh rằng họ đã theo tiêu chuẩn công nghiệp Nhật Bản (JIS), nhưng những nhà cung cấp Việt Nam thì không theo một hệ thống kiểm tra chất lượng nào vì từ trước đến nay họ không quen với bất kỳ hệ thống nào ở trong nước cũng như nước ngoài.

Hơn nữa, chính phủ nên cung cấp những thông tin kịp thời về luật môi trường ở các nước phát triển mà Việt Nam có thể xuất khẩu hàng sang những nước này. Ví dụ, EU đã ban hành Luật cấm những chất nguy hiểm (ROHS) từ tháng 1 năm 2006 mà theo đó không cho phép nhập khẩu những sản phẩm có chứa một trong sáu chất nguy hiểm[16]. Mặc dù Việt Nam chưa áp dụng giới hạn môi trường tương tự, phần lớn các công ty có vốn đầu tư nước ngoài đã tuân theo ROHS đối với những sản phẩm được bán trong nước cũng như xuất khẩu, và yêu cầu các nhà sản xuất nguyên liệu và linh phụ kiện Việt Nam cũng phải tuân theo ROHS. Tuy nhiên, các doanh nghiệp Việt Nam vẫn còn thiếu kiến thức và công nghệ để thực thi luật. Một nhà cung cấp linh phụ kiện xe máy Đài Loan cho rằng không thể tìm được bất kỳ một nhà cung cấp địa phương nào đảm bảo sử dụng crom hoá trị ba (thay thế cho crom hoá trị sáu) trong mạ kim loại, và vì thế công ty đã không thể chuyển sang áp dụng tiêu chuẩn ROHS.

11. Tình trạng thiếu nguyên vật liệu

Một vài nhà cung cấp và lắp ráp đã nhấn mạnh tầm quan trọng của công nghiệp sản xuất nguyên liệu thô. Khi mà Việt Nam còn phụ thuộc vào việc nhập khẩu thép tấm, nguyên liệu nhựa, hoá chất công nghiệp, sơn, sản phẩm lọc dầu.v.v... thì khả năng cạnh tranh về giá thành và thời gian không thể so được với các quốc

16 Ca-đi-mi, chì, crom hoá trị sáu, thuỷ ngân, PBB và PBDE.

gia có sẵn những nguyên vật liệu này.

Tuy nhiên, công nghiệp sản xuất nguyên vật liệu thô đòi hỏi vốn vô cùng lớn, hơn cả công nghiệp hỗ trợ mà chúng ta đang xét đến. Trước khi đầu tư vào thiết bị đắt tiền, cần phải có nhu cầu công nghiệp đủ lớn để đảm bảo hoạt động hiệu quả và chi phí thấp. Theo một nhà sản xuất bảng mạch in (PCBs), Trung Quốc có thể đầu tư lớn vào công nghiệp sản xuất nguyên vật liệu cho PCBs bởi vì đã có đến hàng trăm nhà lắp ráp PCBs ở đó. Ở Việt Nam, chỉ có ba nhà lắp ráp PCBs. Vì vậy, phải mất vài thập kỷ khi nhu cầu trong nước về PCBs đủ lớn thì mới có thể tính đến việc sản xuất nguyên vật liệu trong nước. Cho đến lúc đó, việc giảm thuế, hoặc thậm chí là miễn thuế cho những nguyên liệu dùng trong sản xuất PCBs là một chính sách thích hợp trong tình hình hiện nay.

Tài liệu tham khảo

Cơ quan Hợp tác quốc tế Nhật Bản (JICA). (1995). *Investigation report for industrial development: Supporting industry sector (Báo cáo điều tra về phát triển công nghiệp: Công nghiệp hỗ trợ)*. Tokyo: JICA.

Mạng tin tức Châu Á (NNA). (2005). *Chuugoku ni katsu: Asean seizougyoukai* (Đánh bại Trung Quốc: Công nghiệp chế tạo ở ASEAN). Tokyo: NNA.

Mishima, K. (2005). Hệ thống cung cấp của ngành công nghiệp xe máy ở Việt Nam, Thái Lan và Indonesia: Quá trình nội địa hoá, mua sắm và cắt giảm giá thành). Trong K. Ohno & V. T. Nguyễn (Chủ biên), *Hoàn thiện Chiến lược Phát triển Công nghiệp Việt Nam*, (tr. 221-245). Hà Nội: Nhà xuất bản Lý luận Chính trị.

Mori, J. (2005). Development of supporting industries for Vietnam's industrialization: Increasing positive vertical externalities through collaborative training (Phát triển công nghiệp hỗ trợ cho quá trình công nghiệp hóa của Việt Nam: Tăng cường tính ngoại hiện tích cực theo chiều dọc thông qua đào tạo liên kết). (Luận văn Thạc sỹ, Trường Fletcher, Đại học Tufts). Truy cập http://fletcher.tufts.edu/research/2006/Mori_MALDThesis_010406.pdf ngày 20/02/2006.

Tập đoàn Tài chính dành cho các Doanh nghiệp vừa và nhỏ Nhật Bản (JASME). (Tháng 11, 2004). Kakkoku no jidoushagyoukai no doukou ni tsuite (Các xu thế của công nghiệp ô tô tại một số quốc gia). *Keiei jouhou*

(Thông tin quản lý), 323. Truy cập ngày 22/02/2006 tại http://www.jasme.go.jp/jpn/publish/info/no323.html#02

Tổ chức Xúc tiến thương mại Nhật Bản (JETRO). (2005). *Japanese-affiliated manufacturers in Asia (ASEAN and India): Survey 2004 (Các nhà sản xuất Nhật Bản tại Châu Á (ASEAN và Ấn Độ): Điều tra 2004)*. Tokyo: JETRO.

Tổng cục Thống kê (GSO). (2005). *Niên giám thống kê 2004*. Hà Nội: Nhà Xuất bản Thống kê.

Chương 2

Công nghiệp hỗ trợ: Tổng quan về khái niệm và sự phát triển

Nguyễn Thị Xuân Thuý *

1. Lời giới thiệu

Nhiều nhà nghiên cứu và hoạch định chính sách sử dụng thuật ngữ "công nghiệp hỗ trợ" mà không để ý đến nguồn gốc và ý nghĩa gốc của thuật ngữ này. Họ định nghĩa thuật ngữ này theo cách hiểu và mục đích của riêng họ. Trên thực tế, "công nghiệp hỗ trợ" là một từ tiếng Anh-Nhật được các doanh nghiệp Nhật sử dụng từ lâu trước khi trở thành một thuật ngữ chính thức. Thuật ngữ này trở nên thông dụng ở Nhật Bản vào khoảng giữa những năm 1980 khi được chính phủ Nhật Bản sử dụng trong các văn bản tài liệu của mình (sẽ giải thích dưới đây) và sau đó được sử dụng rộng rãi ở các nước Châu Á. Ngày nay, ý tưởng về công nghiệp hỗ trợ thường được đề cập đến trong các cuộc họp khu vực về phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME).

Thuật ngữ chính thức được sử dụng ở Việt Nam tương đối muộn, từ năm 2003. Chính phủ Việt Nam đã không quan tâm nhiều đến thuật ngữ này cho tới khi Sáng kiến chung Việt Nam - Nhật Bản giai đoạn 1 (2003-2005) đề xuất việc soạn thảo quy hoạch tổng thể về phát triển công nghiệp hỗ trợ như là một biện pháp cấp bách để xúc tiến đầu tư nước ngoài.

Do chính sách tự cung tự cấp và nền kinh tế kế hoạch tập trung phát triển công nghiệp nặng trước đây, Việt Nam đã phát triển các ngành công nghiệp tự sản xuất toàn bộ đầu vào theo cơ cấu hợp nhất chiều dọc, như các ngành công nghiệp sản xuất máy nông nghiệp, xe đạp, hay ô tô. Các ngành công nghiệp này hoặc không còn tồn tại, hoặc tái cơ cấu, hoặc chuyển sang hoạt động khác kể từ khi thực hiện chính sách *Đổi mới* vào năm 1986. Do thiếu thông tin, và cũng do các nhà cung cấp trong nước không đáp ứng được yêu cầu khắt khe về chất lượng, các doanh nghiệp nước ngoài đến Việt Nam vào giữa những năm 1990 cho rằng ở Việt Nam

* Diễn đàn Phát triển Việt Nam (VDF) và Bộ Công nghiệp Việt Nam. Nghiên cứu này được thực hiện năm 2006 khi tác giả là nghiên cứu viên tại VDF-Tokyo.

không có công nghiệp hỗ trợ hoặc nếu có thì rất non trẻ. Tuy nhiên, điều tra do Tổ chức Thương mại quốc tế Nhật Bản (JETRO) thực hiện năm 2004 nhận thấy quan điểm trên không hoàn toàn chính xác, và rằng công nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam đang bắt đầu phát triển (Ichikawa, 2005).

Sự tăng trưởng ổn định của công nghiệp hỗ trợ đòi hỏi chính sách hợp lý từ chính phủ, và *Quy hoạch tổng thể về phát triển công nghiệp hỗ trợ* cần được xây dựng để đáp ứng đòi hỏi này. Bản quy hoạch hiện đang chờ phê duyệt của Bộ Công nghiệp vẫn cần điều chỉnh, bổ sung nhiều. Bài viết này trình bày tổng quan các khái niệm và những vấn đề liên quan đến công nghiệp hỗ trợ với hy vọng sẽ cung cấp một số thông tin thực tế cho việc hoàn thiện quy hoạch tổng thể.

Cụ thể, những câu hỏi sau sẽ được xem xét: (i) ý nghĩa của thuật ngữ "công nghiệp hỗ trợ", (ii) tại sao Việt Nam cần phát triển công nghiệp hỗ trợ, (iii) các nước khác đã phát triển công nghiệp hỗ trợ như thế nào, (iv) Việt Nam có thể học được gì từ kinh nghiệm của các nước này và Việt Nam cần phải làm gì để phát triển công nghiệp hỗ trợ. Các định nghĩa khác nhau về công nghiệp hỗ trợ sẽ dẫn đến những phạm vi ngành khác nhau cũng như chính sách khác nhau để điều chỉnh ngành này. Chúng tôi cũng đề xuất định nghĩa riêng của mình cho phù hợp với bối cảnh chính sách của Việt Nam hiện nay. Kinh nghiệm thế giới cho thấy chính sách thúc đẩy nội địa hoá, thu hút đầu tư nước ngoài vào công nghiệp hỗ trợ, thắt chặt liên kết công nghiệp và tham gia mạng lưới sản xuất là đặc biệt quan trọng cho sự phát triển công nghiệp hỗ trợ.

2. Các khái niệm về công nghiệp hỗ trợ

Mặc dù thuật ngữ "công nghiệp hỗ trợ" được sử dụng rộng rãi ở nhiều nước, nhưng thuật ngữ này vẫn rất mơ hồ và không có định nghĩa thống nhất. Nên hiểu "công nghiệp hỗ trợ" theo nghĩa rộng, bao gồm toàn bộ các ngành công nghiệp cung cấp đầu vào, hay theo nghĩa hẹp là ngành công nghiệp chỉ cung cấp linh kiện, phụ tùng và công cụ cho một số ngành công nghiệp nhất định, điều này hoàn toàn phụ thuộc vào người sử dụng.

Trên thực tế, công nghiệp hỗ trợ của công nghiệp giầy da cung cấp các phụ kiện của giầy, da đã qua xử lý, máy móc thiết bị xử lý da, và dịch vụ thiết kế. Công nghiệp hỗ trợ của công nghiệp xe máy cung cấp các nguyên liệu đầu vào và quy trình sản xuất chúng, và các dịch vụ cho các nhà lắp ráp xe máy. Tuy nhiên, công nghiệp hỗ trợ cũng có thể được hiểu rộng hơn thế và không có ranh giới cụ thể. Điều này có nghĩa là, để hoạch định được chính sách, phạm vi của

công nghiệp hỗ trợ phải được các nhà hoạch định chính sách quy định cụ thể và mang tính chiến lược nhằm đảm bảo sự tương thích giữa định nghĩa với mục đích của chính sách.

Ví dụ, Thái Lan định nghĩa công nghiệp hỗ trợ là các doanh nghiệp sản xuất linh phụ kiện được sử dụng trong các công đoạn lắp ráp cuối cùng của các ngành công nghiệp sản xuất ô tô, máy móc, và điện tử (Ratana, 1999: 2). Trong khi đó, Bộ Năng lượng Mỹ lại định nghĩa công nghiệp hỗ trợ 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 (2005:1). Trong bối cảnh Việt Nam hiện nay khó có thể áp dụng bất kỳ khái niệm sẵn có nào về công nghiệp hỗ trợ của nước ngoài vì sự khác biệt về điều kiện kinh tế, trình độ phát triển và những thách thức mà mỗi nước phải đối mặt trong nền kinh tế toàn cầu. Việt Nam cần phải lựa chọn cho mình một định nghĩa phù hợp nhất với điều kiện kinh tế, xã hội hiện nay.

Thuật ngữ hiện đang được sử dụng ở các nước Đông Á bắt nguồn từ Nhật Bản vào khoảng giữa những năm 1980. Tài liệu chính thức đầu tiên sử dụng thuật ngữ này, trong khả năng hiểu biết của chúng tôi, là *Sách trắng về Hợp tác kinh tế năm 1985* của Bộ Công nghiệp và Thương mại quốc tế (MITI)[1] Nhật Bản. Trong tài liệu này, thuật ngữ "công nghiệp hỗ trợ" được dùng để chỉ "các SME có đóng góp cho việc phát triển cơ sở hạ tầng công nghiệp ở các nước Châu Á trong trung và dài hạn" (1985: 120) hay "các SME sản xuất linh phụ kiện" (1985: 121). Mục đích của MITI tại thời điểm đó là thúc đẩy quá trình công nghiệp hóa và phát triển SME ở các nước ASEAN, đặc biệt là ASEAN 4 (gồm Indonesia, Malaysia, Philippines, và Thái Lan).

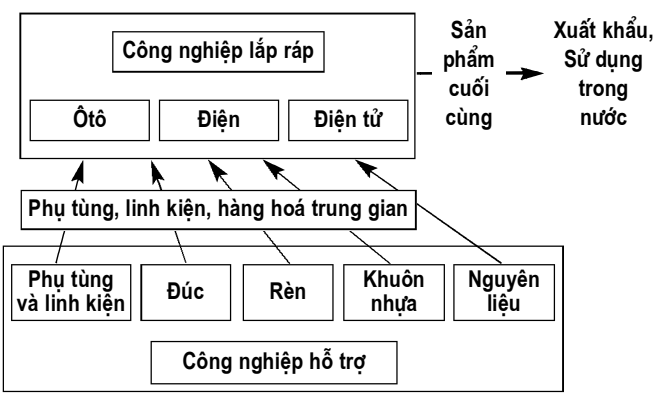
Hai năm sau đó, MITI giới thiệu thuật ngữ này với các nước Châu Á trong Kế hoạch Phát triển Công nghiệp Châu Á mới (được biết đến với tên gọi New AID Plan). Đây là một chương trình hợp tác kinh tế toàn diện trên ba phương diện: viện trợ, đầu tư và thương mại. Trong khuôn khổ của Kế hoạch, Chương trình Phát triển Công nghiệp hỗ trợ Châu Á ra đời năm 1993 nhằm giải quyết các vấn đề về thâm hụt thương mại, nút cổ chai của cơ sở hạ tầng, và thiếu hụt lực lượng lao động chuyên nghiệp ở các nước ASEAN 4, và thúc đẩy hợp tác công nghiệp giữa Nhật Bản với các nước này (Ngân hàng hợp tác quốc tế Nhật Bản [JBIC], 2005: 125). Trong Chương trình này, công nghiệp hỗ trợ chính thức được định nghĩa là "các ngành công nghiệp cung cấp những gì cần thiết như

[1] MITI đã đổi tên thành METI (Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp) từ tháng 1 năm 2001.

nguyên vật liệu thô, linh phụ kiện và hàng hóa tư bản, cho các ngành công nghiệp lắp ráp (trích lại từ Hiệp hội các doanh nghiệp hải ngoại Nhật Bản [JOEA], 1994: 19). Trong định nghĩa này, phạm vi của công nghiệp hỗ trợ được mở rộng, từ các SME thành các ngành công nghiệp sản xuất hàng hóa trung gian và hàng hóa tư bản cho công nghiệp lắp ráp mà không phân biệt quy mô doanh nghiệp (Hình 1).

Một câu hỏi có thể được đặt ra là tại sao thuật ngữ này lại xuất hiện ở Nhật Bản mà không phải là nước khác, và vào giữa những năm 1980 mà không sớm hơn hay muộn hơn. Đáp án của câu hỏi này có thể là sự tăng giá của đồng yên, và nỗ lực của MITI nhằm phát triển cơ sở công nghiệp để hỗ trợ các doanh nghiệp Nhật Bản hoạt động ở Châu Á. Đồng yên tăng giá đột ngột sau Hiệp định Plaza vào tháng 9 năm 1985, từ 240 yên/1 USD trong tháng 9 năm 1985 lên 160 yên/1 USD tháng 4 năm 1986, đã ảnh hưởng nghiêm trọng đến các doanh nghiệp xuất khẩu (MITI, 1987). Đồng yên tăng giá làm cho các doanh nghiệp Nhật Bản phải giảm xuất khẩu các sản phẩm cuối cùng và chuyển cơ sở sản xuất sang các nước có chi phí nhân công rẻ hơn. Tuy nhiên, các doanh nghiệp Nhật Bản ở nước ngoài phải nhập khẩu linh phụ kiện từ các nhà thầu ở Nhật Bản vì các nước đang phát triển không có nhà cung cấp nào có thể cung cấp các linh phụ kiện quan trọng, kể cả các nước ASEAN 4. Do đó, thuật ngữ "công nghiệp hỗ trợ" được dùng để chỉ sự thiếu hụt các ngành công nghiệp như vậy ở các nước này. Trong bối cảnh như vậy, MITI sau đó đã giới thiệu New AID Plan vào năm 1987 và Chương trình Phát triển Công nghiệp hỗ trợ Châu Á năm 1993, như đã trình bày ở trên, trong đó phổ biến thuật ngữ đến các nước Châu Á khác. Vì vậy, có thể nói rằng

Hình 1. Phạm vi của công nghiệp hỗ trợ theo MITI



Nguồn: Hiệp hội doanh nghiệp hải ngoại Nhật Bản, JOEA (1994: 19)

đồng yên tăng giá và nỗ lực của MITI là những điều kiện cần và đủ cho sự ra đời của thuật ngữ "công nghiệp hỗ trợ" ở Nhật Bản và Châu Á trong những năm 1980.

Việt Nam tiếp nhận thuật ngữ "công nghiệp hỗ trợ" tương đối muộn, như đã trình bày ở trên. Trước đây, khi tập trung phát triển công nghiệp nặng trong thời kỳ kinh tế kế hoạch tập trung, mặc dù các ngành này cũng đòi hỏi lượng đầu vào trên quy mô rộng, nhưng Việt Nam không chú ý đến khái niệm công nghiệp hỗ trợ vì linh phụ kiện dùng cho sản phẩm cuối cùng của các ngành công nghiệp nặng như máy nông nghiệp, xe đạp và ô tô được sản xuất trong cùng một doanh nghiệp, theo cơ cấu tích hợp chiều dọc. Ngay cả khi thuật ngữ "công nghiệp hỗ trợ" được giới thiệu với hầu hết các nước Châu Á tại các cuộc họp của Tổ chức Năng suất Châu Á (APO) và Diễn đàn Hợp tác kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương (APEC), Việt Nam khi đó đang ở giai đoạn đầu của quá trình *Đổi mới*, vẫn không chú ý đến vì còn phải đối phó với những vấn đề cấp bách khác như phát triển nông nghiệp, cải cách kinh tế, và xóa đói giảm nghèo.

Khi các nhà đầu tư nước ngoài bắt đầu vào Việt Nam từ giữa những năm 1990, họ gặp nhiều khó khăn trong việc tìm kiếm các nhà cung cấp sản phẩm đầu vào đáp ứng được yêu cầu. Họ nêu vấn đề này với chính phủ Việt Nam và đề nghị chính phủ thực hiện các biện pháp thích hợp để giải quyết. Tuy nhiên, khi đó chính phủ Việt Nam chưa quen với khái niệm công nghiệp hỗ trợ. Một vấn đề khác nữa là do chưa có định nghĩa chính thức về công nghiệp hỗ trợ nên mọi biện pháp thúc đẩy ngành công nghiệp này khó được thực hiện một cách hiệu quả. Chính phủ Việt Nam dường như vẫn còn chưa biết làm thế nào để giải quyết vấn đề này (Ichikawa, 2005). Nhằm giúp Việt Nam cải thiện môi trường kinh doanh và đầu tư, Nhật Bản đã hỗ trợ thông qua Dự án Ishikawa (1995), Sáng kiến Miyazawa mới (1999) và Sáng kiến chung Việt Nam - Nhật Bản (2003). Những chương trình này mang lại lợi ích cho cả hai nước: Việt Nam có thể thu hút nhiều đầu tư nước ngoài hơn và các doanh nghiệp nước ngoài đang hoạt động tại Việt Nam được hưởng môi trường kinh doanh tốt hơn.

Nội dung chính của Dự án Ishikawa là giúp Việt Nam chuyển đổi từ nền kinh tế kế hoạch sang nền kinh tế định hướng thị trường một cách thuận lợi, hội nhập với cộng đồng quốc tế, hiện đại hóa hệ thống tài chính, nâng cao sức cạnh tranh trong công nghiệp, và phát triển khu vực nông thôn. Ngoài ra, các đề xuất từ phía cộng đồng doanh nghiệp Nhật Bản cải thiện hệ thống luật pháp cũng được phản ánh trong Dự án này[2]. Sáng kiến Miyazawa mới là vốn vay Hỗ trợ Phát triển

[2] Thông cáo báo chí Bộ Ngoại giao (MOFA): Tóm tắt nội dung các buổi họp của Thủ tướng Keizo Obuchi tại Hội nghị thượng đỉnh Hiệp hội các nước Đông Nam Á, tháng 12 năm 1998.

chính thức (ODA) của Nhật Bản dành cho Việt Nam, dùng để khuyến khích các chính sách cải cách kinh tế của Việt Nam, gồm xây dựng chương trình thúc đẩy lĩnh vực tư nhân, kiểm toán các doanh nghiệp nhà nước, và thuế hóa các hàng rào phi thuế[3].

Sáng kiến chung Việt Nam - Nhật Bản, khởi xướng năm 2003, nhằm tăng cường sức cạnh tranh kinh tế của Việt Nam thông qua việc thúc đẩy dòng đầu tư nước ngoài vào Việt Nam. Trong Kế hoạch Hành động của Sáng kiến, mục đầu tiên trong danh mục các hành động cần thực hiện là "phát triển, giới thiệu, và tận dụng công nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam"[4]. Điều này cho thấy các công chức Việt Nam đã bắt đầu nhận ra tầm quan trọng của công nghiệp hỗ trợ trong quá trình công nghiệp hóa và thu hút đầu tư nước ngoài. Tuy nhiên, trong suốt thời gian thực hiện Giai đoạn 1 của Sáng kiến kéo dài hai năm, hành động này đã không được thực hiện. Vì vậy, hành động này được nhắc lại trong Giai đoạn 2 của Sáng kiến, trong đó bao gồm việc xây dựng quy hoạch tổng thể phát triển công nghiệp hỗ trợ, lập cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ, và thành lập khu công nghiệp cho công nghiệp hỗ trợ.

Để đáp ứng yêu cầu trên một cách hiệu quả, các nhà hoạch định chính sách Việt Nam cần phải thấu hiểu bản chất của công nghiệp hỗ trợ và các khái niệm liên quan, và lựa chọn một định nghĩa về công nghiệp hỗ trợ để làm cơ sở cho việc thiết kế chính sách toàn diện cho sự phát triển của ngành công nghiệp này.

3. Các khái niệm liên quan

Cùng với thuật ngữ "công nghiệp hỗ trợ", có một vài khái niệm khác cũng được sử dụng để chỉ ngành công nghiệp chuyên cung cấp đầu vào, trong số đó có: công nghiệp liên quan và hỗ trợ, thầu phụ, công nghiệp phụ thuộc, công nghiệp linh phụ kiện, và người cung cấp có nghĩa gần với nghĩa của công nghiệp hỗ trợ.

3.1. Công nghiệp liên quan và hỗ trợ

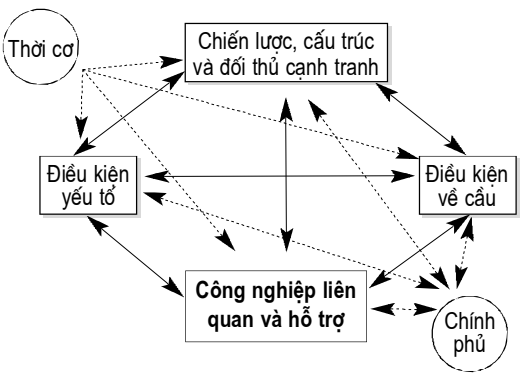
Thuật ngữ "công nghiệp liên quan và hỗ trợ" được giáo sư Michael E. Porter của trường Đại học Harvard sử dụng như là một yếu tố quyết định của lợi thế cạnh tranh quốc gia. Trong cuốn sách *Lợi thế cạnh tranh của các quốc gia*

[3] Thông cáo báo chí MOFA: Vốn vay ODA cho Việt Nam - hỗ trợ cải cách kinh tế tại Việt Nam, ngày 29/09/1999.

[4] Báo cáo của MOFA về Sáng kiến chung Việt Nam - Nhật Bản nhằm Cải thiện Môi trường Đầu tư, Nâng cao Năng lực Cạnh tranh cho Việt Nam, ngày 04/12/2003.

(1990) do ông là tác giả, ông giới thiệu Mô hình viên kim cương (Hình 2) gồm bốn yếu tố chính liên kết chặt chẽ với nhau tạo nên lợi thế cạnh tranh và có thể áp dụng với mọi quốc gia và ngành công nghiệp.

Hình 2. Mô hình viên kim cương của Porter về lợi thế cạnh tranh của các quốc gia



Nguồn: Porter, M.E. (1990: 127)

Trong số bốn yếu tố này, "công nghiệp liên quan và hỗ trợ" được định nghĩa là "sự tồn tại của ngành công nghiệp cung cấp và ngành công nghiệp liên quan có năng lực cạnh tranh quốc tế" (1990: 71). Ông chia yếu tố này thành hai phần, gồm công nghiệp hỗ trợ và công nghiệp liên quan. Công nghiệp hỗ trợ tạo ra lợi thế cho các ngành công nghiệp hạ nguồn vì chúng sản xuất ra những đầu vào được sử dụng rộng rãi và có tầm quan trọng trong việc cải tiến và quốc tế hóa, còn công nghiệp liên quan là những ngành trong đó doanh nghiệp có thể phối hợp hoặc chia sẻ các hoạt động trong cùng chuỗi giá trị khi họ cạnh tranh với nhau, hoặc là những ngành sản xuất ra các sản phẩm có tính chất bổ sung cho nhau (1990: 100-105). Ba yếu tố khác bao gồm: (i) chiến lược, cơ cấu và đối thủ cạnh tranh của doanh nghiệp, là những yếu tố cho biết điều kiện thành lập, tổ chức và quản lý của doanh nghiệp, và bản chất của các đối thủ cạnh tranh trong nước; (ii) các điều kiện về cầu, là đặc điểm về cầu trong nước đối với các sản phẩm, dịch vụ do doanh nghiệp cung cấp; và (iii) các điều kiện về nhân tố, ngụ ý các yếu tố cơ bản (gồm lao động lành nghề, vốn, và cơ sở hạ tầng) cần thiết để có thể cạnh tranh trong một ngành công nghiệp nào đó. Ngoài bốn yếu tố này, Porter cũng nhấn mạnh vai trò của chính phủ vì theo ông việc thực thi các chính sách mà không xem xét sự ảnh hưởng của chúng đến các yếu tố cạnh tranh thì chẳng khác gì việc hủy hoại lợi thế của quốc gia.

Thuật ngữ của Porter mang tính chất học thuật và có phạm vi rộng, còn thuật ngữ của MITI mang tính thực tế và cụ thể hơn. Tuy vậy, cả hai đều nhấn mạnh tầm quan trọng của công nghiệp hỗ trợ trong việc tăng cường sức cạnh tranh công nghiệp của quốc gia.

3.2. Thầu phụ

Từ "thầu phụ" được dùng cách đây khoảng vài chục năm nhưng không được định nghĩa cụ thể. Định nghĩa gần đây nhất của Cơ quan Phát triển Công nghiệp Liên Hợp Quốc (UNIDO) ghi rằng thầu phụ là "thỏa thuận giữa hai bên - nhà thầu chính và nhà thầu phụ. Nhà thầu chính giao cho một hoặc vài doanh nghiệp sản xuất linh phụ kiện hoặc cụm linh kiện và/hoặc cung cấp dịch vụ công nghiệp cần thiết cho việc sản xuất sản phẩm cuối cùng của mình. Nhà thầu phụ thực hiện công việc tuân theo sự chỉ định của nhà thầu chính"[5]. Không như công nghiệp hỗ trợ, thầu phụ nhấn mạnh vào các cam kết và quan hệ lâu dài giữa doanh nghiệp lớn và nhà thầu phụ mà không bao gồm các loại hình giao dịch khác, như sản xuất tại chỗ hoặc mua ngoài.

Trong nền kinh tế Nhật Bản, quan niệm chung về thầu phụ đã thay đổi mạnh mẽ theo thời gian. Trong những năm 1940 và 1950, người ta nghĩ thầu phụ là việc các doanh nghiệp lớn bóc lột các doanh nghiệp nhỏ, tức là các doanh nghiệp lớn lợi dụng vị thế của mình áp đặt những điều kiện không có lợi cho các doanh nghiệp nhỏ, ví dụ như trì hoãn thanh toán cho các nhà thầu phụ. Trong những năm 1970 và 1980, khi Nhật Bản khẳng định được vị trí của mình về kinh tế, quan điểm trên đã thay đổi theo hướng ngược lại. Thầu phụ được nhắc đến như là phần quan trọng cấu thành nên hệ thống kinh tế Nhật Bản, mang lại những lợi ích như tiết kiệm chi phí tìm kiếm và lựa chọn nhà cung cấp mới, hợp tác với các nhà thầu phụ sẽ giảm được chi phí sản xuất và nâng cao chất lượng, và tạo ra cơ chế chia sẻ rủi ro hiệu quả (Kimura, 2001). Tuy nhiên, những nghiên cứu gần đây cho thấy thầu phụ không còn giữ được những lợi thế vốn có như ổn định lâu dài, phản ứng nhanh với những thay đổi của doanh nghiệp lớn, mà thay vào đó, so với các nhà cung cấp độc lập, các nhà thầu phụ lại phải chịu áp lực cao hơn, có ít khả năng đàm phán hơn, và thu được ít lợi nhuận hơn (Kimura, 2001; Subrahamanya, 2006). Do vậy, các nhà thầu phụ hiện nay đang có xu hướng trở thành các nhà cung cấp độc lập, tương tự như các doanh nghiệp hoạt động trong ngành công nghiệp hỗ trợ.

---

[5] Định nghĩa tại website chính thức của UNIDO http://www.unido.org/doc/4558?language%5fcode=en#Where

3.3. Công nghiệp phụ thuộc

Thuật ngữ "công nghiệp phụ thuộc" được sử dụng rộng rãi ở Ấn Độ từ những năm 1950. Thuật ngữ này được định nghĩa trong Luật (Phát triển và Điều chỉnh) Công nghiệp năm 1951 là "hoạt động trong lĩnh vực công nghiệp có liên quan đến hoặc có dự định liên quan đến việc chế tạo hoặc sản xuất linh kiện, phụ tùng, cụm linh kiện, công cụ hoặc hàng hoá trung gian, hoặc cung cấp dịch vụ...". Thuật ngữ chỉ được biết đến ở Ấn Độ, có thể vì kinh tế Ấn Độ khi đó chưa mở cửa với kinh tế toàn cầu. Một số nhà hoạch định chính sách Ấn Độ đã từng cố gắng giới thiệu thuật ngữ này ra thế giới bên ngoài, ví dụ như trong bài báo "Phát triển công nghiệp phụ thuộc ở Ấn Độ" xuất bản trong Bản tin Công nghiệp nhỏ của Châu Á và Viễn Đông, số 5, Nanjappa (1967) có viết rằng để thúc đẩy doanh nghiệp quy mô nhỏ, chính phủ Ấn Độ đã thành lập một Ủy ban xúc tiến công nghiệp phụ thuộc hoạt động như là nhà cung cấp các linh kiện, phụ tùng và bán thành phẩm cho các doanh nghiệp lớn (trích lại từ Fuminori, 2004). Mặc dù vậy, thuật ngữ này đã không phổ dụng bên ngoài lãnh thổ Ấn Độ. Nguyên nhân có thể là công nghiệp phụ thuộc được xếp là một phần của công nghiệp quy mô nhỏ, do đó, hầu như không tìm thấy sự quan tâm, chính sách hoặc chiến lược riêng cho sự phát triển của ngành công nghiệp này, kể cả ở Ấn Độ.

3.4. Công nghiệp linh phụ kiện

Không có định nghĩa riêng biệt cho thuật ngữ "công nghiệp linh phụ kiện", nhưng thuật ngữ thường được hiểu là ngành công nghiệp sản xuất phụ tùng, linh kiện. Thuật ngữ được dùng rộng rãi trong ngành công nghiệp lắp ráp như xe máy, ô tô, điện, và điện tử. Đây là thuật ngữ có phạm vi hẹp nhất, vì nó không bao gồm các đầu vào khác có thể có trong khái niệm về công nghiệp hỗ trợ như dịch vụ, công cụ, máy móc và nguyên liệu. Công nghiệp linh phụ kiện có thể được xem là trung tâm của công nghiệp hỗ trợ, là yếu tố quan trọng cho việc đánh giá nội địa hoá.

3.5. Người cung cấp

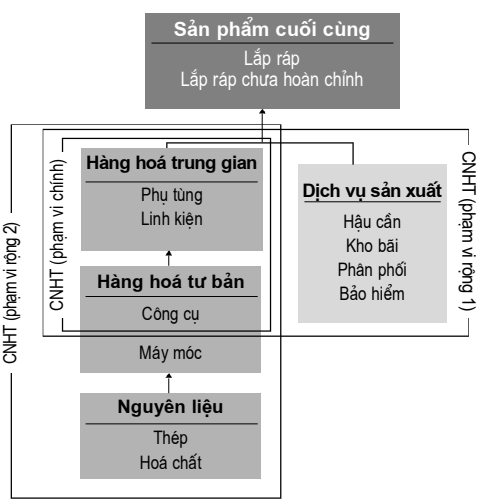
Cũng giống như "công nghiệp linh phụ kiện", "người cung cấp" không được định nghĩa cụ thể. Thuật ngữ được hiểu chung là người bán các hàng hoá và dịch vụ cho ngành công nghiệp. Thuật ngữ này được sử dụng rộng rãi ở Malaysia và các nước Nam Á, để chỉ các SME hoạt động như nhà thầu phụ của các doanh nghiệp lớn. Không giống với "công nghiệp hỗ trợ" "người cung cấp" dùng để chỉ từng doanh nghiệp đơn lẻ thay vì chỉ một ngành công nghiệp tổng thể. Về cơ bản, những người cung cấp là một bộ phận của công nghiệp hỗ trợ, có vai trò quyết định cho sự phát triển của ngành công nghiệp này.

4. Định nghĩa về công nghiệp hỗ trợ

Nội dung tổng kết trên cho thấy "công nghiệp hỗ trợ" và các khái niệm liên quan có chung quan điểm, cùng nhấn mạnh tầm quan trọng của các ngành công nghiệp sản xuất đầu vào cho thành phẩm. Tuy nhiên, mỗi khái niệm xác định một phạm vi khác nhau cho ngành công nghiệp này. Các khái niệm rộng, như công nghiệp liên quan và hỗ trợ, thầu phụ phác hoạ một phạm vi rất rộng, bao gồm toàn bộ ngành công nghiệp cung cấp. Ngược lại, công nghiệp linh phụ kiện hay người cung cấp lại phác hoạ một phạm vi hẹp hơn. "Công nghiệp hỗ trợ" là một thuật ngữ mơ hồ, nếu không có một định nghĩa cụ thể thì không thể xác định được đó là ngành công nghiệp nào và hỗ trợ cái gì, cho ai. Do vậy, phạm vi của công nghiệp hỗ trợ nêu trong các chính sách, chiến lược công nghiệp rất khác nhau, tuỳ thuộc vào khái niệm và mục đích sử dụng của các nhà hoạch định chính sách. Thuật ngữ được định nghĩa càng cụ thể thì việc hoạch định chính sách càng trở nên dễ dàng hơn, và các chính sách đó cũng có tính khả thi cao hơn.

Hình 3 minh hoạ ba khái niệm về công nghiệp hỗ trợ và các phạm vi tương ứng. Khái niệm hạt nhân, dẫn đến phạm vi hẹp nhất, định nghĩa rằng công nghiệp hỗ trợ là những ngành công nghiệp cung cấp *linh kiện, phụ tùng và các công cụ sản xuất ra các linh kiện, phụ tùng này*. Hai phạm vi rộng hơn, một tương ứng với khái niệm định nghĩa rằng công nghiệp hỗ trợ là những ngành công nghiệp cung cấp *linh kiện, phụ tùng, công cụ để sản xuất linh kiện, phụ tùng này*, và *các dịch*

Hình 3. Các phạm vi của công nghiệp hỗ trợ



vụ sản xuất như hậu cần, kho bãi, phân phối, và bảo hiểm; một tương ứng với khái niệm định nghĩa công nghiệp hỗ trợ là những ngày công nghiệp cung cấp *toàn bộ đầu vào vật chất, gồm linh kiện, phụ tùng, công cụ, máy móc và nguyên vật liệu*. Cần lưu ý là các phạm vi của công nghiệp hỗ trợ không quy định cụ thể về quy mô doanh nghiệp, chủ thể, hay cấu trúc sản xuất, có thể bao gồm cả doanh nghiệp trong nước hay nước ngoài, doanh nghiệp lớn hay SME, doanh nghiệp có cấu trúc sản xuất tích hợp hay mô-đun.

Trong bối cảnh của Việt Nam hiện nay, với nguồn ngân sách có hạn, nền móng công nghiệp chưa phát triển, và dưới áp lực hội nhập và cạnh tranh quốc tế, khái niệm hạt nhân là phù hợp hơn cả để huy động được mọi nguồn lực cho sự phát triển của ngành công nghiệp hỗ trợ. Vì vậy, chúng tôi đề xuất một định nghĩa phù hợp với mục đích nghiên cứu và hoạch định chính sách cho Việt Nam như sau: *Công nghiệp hỗ trợ là một nhóm các hoạt động công nghiệp cung cấp các đầu vào trung gian (gồm linh kiện, phụ tùng và công cụ để sản xuất ra các linh kiện phụ tùng này) cho các ngành công nghiệp lắp ráp và chế biến*.

Mặc dù quy mô doanh nghiệp, quốc tịch không được nêu trong định nghĩa, nhưng trên thực tế, SME và các doanh nghiệp trong nước cần được chú ý đến trong quá trình hoạch định chính sách. Ngoài ra, công nghiệp hỗ trợ cũng còn mang một vài đặc điểm cần được lưu ý trong việc hoạch định chính sách, đó là: (i) sử dụng nhiều vốn và đòi hỏi nhiều công nhân lành nghề hơn công nghiệp lắp ráp, (ii) sản phẩm của công nghiệp hỗ trợ có thể được cung cấp cho cả trong nước và nước ngoài, (iii) sản phẩm gồm cả linh phụ kiện được tiêu chuẩn hoá, được sản xuất theo phương thức mô-đun và thường định hướng xuất khẩu, và linh phụ kiện chuyên dụng, cồng kềnh, được sản xuất theo phương thức tích hợp và hướng vào thị trường nội địa, và (iv) công nghiệp hỗ trợ cần thiết cả trong công nghiệp lắp ráp (như ô tô, xe máy, điện tử) và công nghiệp chế biến (như dệt may, da giầy), nhưng công nghiệp hỗ trợ của mỗi ngành lại có những đặc điểm và yêu cầu chính sách khác nhau; công nghiệp hỗ trợ cho công nghiệp lắp ráp đòi hỏi nguồn lao động có kỹ năng cao hơn, sản phẩm chủ yếu là các linh kiện kim loại, nhựa, cao su, và có ảnh hưởng lớn đến chất lượng của sản phẩm, trong khi công nghiệp hỗ trợ của công nghiệp chế biến lại không đòi hỏi nguồn nhân lực kỹ năng cao, sản xuất ít loại linh phụ kiện, và không tác động lớn đến chất lượng của sản phẩm. Vì vậy, công nghiệp hỗ trợ của hai ngành này cần được xem xét riêng rẽ trong việc hoạch định chính sách, chiến lược.

5. Vì sao Việt Nam cần phát triển công nghiệp hỗ trợ

Việt Nam đang phải cạnh tranh với các nước trong khu vực để thu hút đầu tư nước ngoài, đối phó với sự tràn ngập của hàng hoá Trung Quốc và áp lực từ hội nhập quốc tế. Phát triển công nghiệp hỗ trợ là một biện pháp cần thiết để Việt Nam vượt qua được những thách thức này.

Công nghiệp hỗ trợ đóng vai trò quan trọng trong việc thu hút đầu tư nước ngoài. Trong những năm 1980, luồng đầu tư từ các doanh nghiệp đa quốc gia (MNC) ồ ạt đổ vào các nước đang phát triển vì ở đây có chi phí nhân công rẻ. Ngày nay, khi các MNC lựa chọn địa điểm đầu tư, họ không chỉ xét đến lợi thế về chi phí nhân công mà còn tính đến các lợi thế so sánh khác về đầu vào sản xuất như linh kiện, phụ tùng, dịch vụ sản xuất, những yếu tố giúp họ có thể cạnh tranh được về giá và chất lượng.

Việt Nam đang cố gắng hết mình để đạt được mục tiêu trở thành một nước công nghiệp hoá đến năm 2020. Cũng giống như các nước đang phát triển khác, Việt Nam đang tận dụng đầu tư nước ngoài như là yếu tố dẫn dắt nền kinh tế. Dù đang cố gắng thu hút đầu tư nước ngoài và phát triển công nghiệp, nhưng dường như Việt Nam vẫn chưa nhận ra được vai trò quan trọng của công nghiệp hỗ trợ trong công nghiệp hoá và thu hút đầu tư nước ngoài. Việt Nam vẫn chưa thực sự chủ động phát triển ngành công nghiệp này như các nước ASEAN khác, như Thái Lan, Malaysia và Indonesia đã làm. Do đó, Việt Nam cần phải học hỏi từ những thành công và thất bại của các nước khác trong việc hoạch định chính sách, chiến lược về phát triển công nghiệp hỗ trợ của họ.

Công nghiệp hỗ trợ thực sự cần thiết để Việt Nam có thể cạnh tranh được với Trung Quốc. Sự tăng trưởng của kinh tế Trung Quốc là mối đe doạ cho bất kỳ nền kinh tế nào trên thế giới. Tuy nhiên, sẽ là không khôn ngoan nếu Việt Nam cạnh tranh trực tiếp với Trung Quốc. Công nghiệp chế tạo của Trung Quốc có lợi thế với nguồn nhân lực rẻ và dồi dào, thị trường lớn, nên có thể tiến hành sản xuất hàng loạt theo phương thức mô-đun, sử dụng các thiết kế và công nghệ sao chép và có sức cạnh tranh cao về giá. Chỉ bằng cách thúc đẩy công nghiệp hỗ trợ chất lượng cao và trở thành một đối tác chủ yếu trong sản xuất tích hợp của các MNC, các sản phẩm của Việt Nam mới có thể tham gia vào thị trường toàn cầu mà không phải đối đầu với hàng Trung Quốc.

Công nghiệp hỗ trợ phát triển cũng sẽ giúp Việt Nam nhanh chóng hội nhập với kinh tế quốc tế và tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu. Áp lực của toàn cầu hoá

không cho phép bất kỳ nước nào bảo hộ ngành công nghiệp của mình bằng các biện pháp phi thuế hoặc chính sách bảo hộ. Trong những năm gần đây, chúng ta đã chứng kiến sự hình thành các hệ thống kinh tế quy mô toàn cầu có liên kết chặt chẽ và được quản lý trên cơ sở từng ngày. Nhiều doanh nghiệp có hoạt động và quan hệ thương mại trên phạm vi quốc tế, và mọi hoạt động được phân chia giữa các doanh nghiệp trải rộng khắp thế giới. Ngày nay, quá trình phát triển kinh tế không thể tách khỏi các hệ thống toàn cầu này. Công nghiệp hỗ trợ sẽ giúp Việt Nam đa dạng hoá sản phẩm thương mại, tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu và liên kết chặt chẽ hơn với các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài và MNC.

Tuy nhiên, công nghiệp hỗ trợ không tự nhiên phát triển, và Việt Nam không tận dụng được lợi thế của ngành công nghiệp này nếu như các doanh nghiệp Việt Nam không tham gia vào ngành công nghiệp này. Vì thế, việc tăng cường liên kết giữa doanh nghiệp Việt Nam và MNC phải được xem xét kỹ trong quá trình xây dựng chính sách.

6. Kinh nghiệm quốc tế trong phát triển công nghiệp hỗ trợ

Quan sát chung cho thấy các nước đến sau đã thực thi rất nhiều biện pháp nhằm tăng cường cơ sở hạ tầng công nghiệp. Trong nửa đầu thế kỷ 20, các biện pháp phi thuế và chính sách bảo hộ, như các quy định về nội địa hoá, được tận dụng triệt để nhằm bảo hộ nền kinh tế non trẻ. Khi các quy định này bị dỡ bỏ do áp lực từ hội nhập quốc tế, đầu tư nước ngoài được sử dụng như là lực lượng dẫn dắt nền kinh tế. Ngoài ra, liên kết giữa SME với doanh nghiệp lớn, giữa doanh nghiệp trong nước với MNC, cũng như sự tham gia vào các mạng lưới sản xuất toàn cầu được coi là những yếu tố quyết định cho sự nghiệp phát triển công nghiệp ở các nước đến sau.

6.1. Quy định về nội địa hoá

Đài Loan và Hàn Quốc là hai quốc gia đã phát triển công nghiệp, tiếp thu công nghệ từ nước ngoài và đạt được cạnh tranh quốc tế trong công nghiệp ô tô và điện tử nhờ vào các quy định về nội địa hoá. Đài Loan giới thiệu Quy định về Hàm lượng nội địa (Local Content Regulations - LCR) vào những năm 1960 đối với hầu hết các sản phẩm trong ngành ô tô, điện, và điện tử. Quy định LCR được dỡ bỏ dần dần từ năm 1975 đến 1986 khi mà các cam kết về tự do hoá thương mại được thực hiện đầy đủ. LCR đã thực sự hữu hiệu trong việc thúc ép các nhà sản xuất nước ngoài đang chiếm độc quyền trong thị trường nội địa, phải chuyển giao công nghệ sản xuất linh phụ kiện cho các đối tác liên doanh trong

nước hoặc cho các nhà cung cấp linh phụ kiện trong nước (APO, 2002: 67, 68). Hàn Quốc triển khai hai chương trình năm năm về nội địa hoá trong hai giai đoạn 1987 - 1991 và 1992 - 1996. Theo các chương trình này, tổng số có 7.032 linh phụ kiện được chỉ định phải nội địa hoá. Hai chương trình đã thực sự thành công trong công nghiệp ô tô (nội địa hoá được khoảng 78% linh phụ kiện được chỉ định) nhưng không thành công trong công nghiệp điện và điện tử (chỉ khoảng 38% được nội địa hoá) (APO, 2002: 64, 65). Ngày này, các nước đến sau không còn có thể áp dụng quy định tương tự vì các quy định của Tổ chức Thương mại Thế giới. Tuy vậy, các nước này vẫn có thể khuyến khích mua hàng trong nước thông qua các biện pháp về thuế, vốn vay, hoặc hỗ trợ kỹ thuật.

6.2. Thúc đẩy đầu tư nước ngoài vào công nghiệp hỗ trợ

Công nghiệp hỗ trợ cũng đã được phát triển nhờ đầu tư nước ngoài. Các nước ASEAN đi trước đã thực hiện chính sách thúc đẩy đầu tư nước ngoài có lựa chọn để hướng đầu tư nước ngoài vào các ngành công nghiệp 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 từ Nhật Bản trong những năm 1980 và 1990 khi đồng yên tăng giá đột ngột. Thái Lan không dành ưu tiên để khuyến khích đầu tư vào một ngành công nghiệp hỗ trợ cụ thể nào, nhưng lại giảm mức đầu tư yêu cầu tối thiểu để thu hút đầu tư từ các doanh nghiệp nhỏ từ nước ngoài (đặc biệt là Nhật Bản). Ưu tiên dành cho các nhà đầu tư này chủ yếu là lợi ích về thuế. Malaysia thúc đẩy đầu tư nước ngoài vào công nghiệp hỗ trợ thông qua các ưu đãi về thuế như trợ cấp thuế đầu tư, gồm có miễn thuế trong 5 năm, và áp thuế doanh nghiệp ở mức 15-30% doanh thu. Những nước này hiện nay đã trở thành các nhà cung cấp chính các linh kiện, phụ tùng của ô tô và hàng điện tử trên thị trường thế giới.

6.3. Thúc đẩy liên kết công nghiệp

Phát triển mối liên kết ngược là một giải pháp được các nước đến sau sử dụng để thúc đẩy công nghiệp hỗ trợ. Nhật Bản, Hàn Quốc, và Đài Loan phát triển liên kết giữa các nhà thầu phụ mà chủ yếu là các SME với các doanh nghiệp lớn. Thái lan, Malaysia nỗ lực thúc đẩy liên kết giữa các nhà cung cấp trong nước với các công ty nước ngoài (chủ yếu là doanh nghiệp Nhật Bản). Ngoài ra, Tổ chức Phát triển Công nghiệp Liên hợp quốc (UNIDO) và Hội nghị Liên hợp quốc về Thương mại và Phát triển (UNCTAD) cũng hỗ trợ các nước đang phát triển thiết lập các kết nối công nghiệp.

Nhật Bản: Nhật Bản xây dựng các chính sách công nghiệp nhằm kịp thời đáp ứng những biến đổi trong môi trường kinh doanh, và cân bằng lợi ích giữa SME và doanh nghiệp lớn. Ví dụ, trong những năm 1940, nhu cầu về các sản phẩm trong ngành công nghiệp cơ khí tăng mạnh khiến các doanh nghiệp lớn phải ký hợp đồng với các doanh nghiệp nhỏ hơn (cung cấp linh phụ kiện) 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 SME năm 1949 nhằm bảo vệ quyền đàm phán của SME và tạo điều kiện cho họ tiếp cận với công nghệ mới và các nguồn vay. Trong những năm 1950, các nhà thầu phụ thường bị các công ty mẹ bóc lột như trữ hàng đệm, trì hoãn thanh toán. Chính phủ đã can thiệp bằng việc ban hành Luật Phòng chống trì hoãn thanh toán chi phí thầu phụ và các vấn đề liên quan vào năm 1956 nhằm ngăn chặn tình trạng trì hoãn thanh toán cho các nhà thầu phụ. 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 doanh nghiệp lớn. Các doanh nghiệp lớn vì thế rất cần các nhà thầu phụ 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 Doanh nghiệp thầu phụ vừa và nhỏ vào năm 1970 để tạo thuận lợi cho các hoạt động thầu phụ (Subrahmanya, 2006).

Hàn Quốc: Để thúc đẩy liên kết giữa SME và doanh nghiệp lớn, Hàn Quốc đã thực thi chính sách từ trên xuống, chỉ định một số doanh nghiệp lớn và yêu cầu họ phải mua linh phụ kiện từ các SME mục tiêu. Ví dụ, Luật Xúc tiến thầu phụ SME được giới thiệu năm 1975 và điều chỉnh năm 1978 đã chỉ định một số ngành công nghiệp cũng như một số sản phẩm trong các ngành công nghiệp này là các sản phẩm thầu phụ. Luật yêu cầu các doanh nghiệp 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 vào năm 1979 lên 1.553 vào năm 1984, và sau đó giảm dần xuống 1.053 vào năm 1999 (APO, 2002: 62). 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 doanh nghiệp lớn như Samsung và Lucky Gold Star (LG) là những doanh nghiệp hạt nhân, một số nhà sản xuất khác là doanh nghiệp 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 doanh nghiệp hạt nhân phải mua linh phụ kiện và nguyên liệu này từ các doanh nghiệp thành viên (Suzuki, 2006).

Đài Loan: Trái với Hàn Quốc, chính phủ Đài Loan không can thiệp sâu vào quyết định của các công ty lớn và nhà thầu phụ, 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 mối liên kết: (i) nhà cung cấp linh phụ kiện và nhà lắp ráp, (ii) người sử dụng hạ nguồn và nhà cung cấp nguyên liệu chính, và (iii) nhà thầu phụ và thương gia (APO, 2002: 69). Chính phủ trợ giúp các liên kết này thông qua hỗ trợ kỹ thuật, tư vấn quản lý và hỗ trợ tài chính. Các doanh nghiệp hạt nhân có trách nhiệm phối hợp, giám sát, và cải tiến hoạt động của các doanh nghiệp vệ tinh của mình. Các doanh nghiệp hạt nhân tham gia hệ thống này vì được trợ cấp tài chính, còn các doanh nghiệp 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 doanh nghiệp lớn, Malaysia triển khai Chương trình Phát triển Người cung cấp (VDP) trong đó chỉ định các doanh nghiệp lớn là những "mỏ neo". Các doanh nghiệp này phải nuôi dưỡng những người cung cấp (là những nhà cung cấp bậc 1 người Malaysia), 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 cấp. Chương trình đã không thành công vì các doanh nghiệp Malaysia thiếu nhiệt tình và phụ thuộc quá lớn vào các doanh nghiệp mỏ neo. Ngoài ra, các doanh nghiệp mỏ neo cũng gặp khó khăn trong việc tìm kiếm nhà cung cấp mới để phát triển, đặc biệt là nhà cung cấp Malaysia, vì họ đã có đủ nhà thầu phụ cho mình. Họ tham gia VDP chỉ bởi vì chính phủ yêu cầu và vì họ đã cam kết hợp tác với chính phủ trong việc phát triển SME (Karikomi, 1998).

Để cải thiện tình hình, Malaysia đã triển khai một chương trình mới gọi là Chương trình Liên kết công nghiệp (ILP), trong đó quy định cả nhà cung cấp bậc 2 và các 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: Trong thời gian dài thu hút vốn đầu tư nước ngoài và tiến hành công nghiệp hoá, Thái Lan đã tạo dựng được ngành công nghiệp hỗ trợ tương đối tốt. Tuy nhiên, năng lực và công nghệ trong nước vẫn còn thấp, phụ thuộc vào công nghệ và quản lý của nước ngoài vẫn còn cao dù đã trải qua 40 năm phát triển công nghiệp. Chính phủ đã không thực sự thành công trong việc nâng cao

chất lượng công nghiệp hỗ trợ (Ohno, 2006a). Điều này có thể thấy được qua kết quả khiêm tốn của Ban Phát triển Liên kết công nghiệp của Uỷ ban Đầu tư (BUILD) và Chương trình Phát triển nhà cung cấp Quốc gia (NSDP) được thực hiện trong những năm 1990 nhằm tạo ra kênh giao tiếp cho ngành công nghiệp chế tạo ở Thái Lan.

BUILD được khởi xướng vào năm 1993 và kéo dài đến năm 1997 qua 4 giai đoạn: (i) 1992 - 1993: phát triển cơ sở dữ liệu để hỗ trợ liên kết, tập trung vào các ngành điện tử, ô tô và máy móc thiết bị, và đào tạo nhà cung cấp; (ii) 1993 - 1994: hỗ trợ kỹ thuật, tổ chức hội thảo, và kết nối doanh nghiệp; (iii) 1994 - 1995: phát triển cơ sở dữ liệu, đào tạo và tham gia các hội chợ thương mại quốc tế; và (iv) 1995 - 1997: tham gia hội chợ quốc tế và tổ chức hội thảo. Cùng giai đoạn này, NSDP được khởi xướng vào năm 1994 như là chương trình điều phối của các chương trình liên quan, cung cấp dịch vụ và thông tin cho nhà cung cấp. Nếu BUILD đã không thành công lắm, thì NSDP thậm chí còn không thực hiện được. Nguyên nhân chủ yếu là: (i) mặc dù nhu cầu đối với những hoạt động nêu trong BUILD là có, nhưng không nhiều doanh nghiệp biết đến chương trình này. Theo kết quả điều tra tại 239 doanh nghiệp sản xuất phụ tùng ô tô và linh kiện điện/điện tử, chỉ có 43% biết về BUILD; (ii) thúc đẩy liên kết và thầu phụ không phải là ưu tiên hàng đầu của doanh nghiệp, cái mà họ cần hơn là nguồn nhân lực và hiện đại hoá máy móc thiết bị. Chỉ có 1.7% số doanh nghiệp được phỏng vấn có nhu cầu hỗ trợ tìm kiếm đối tác. Lý do cuối cùng là (iii) thiếu sự phối hợp giữa các cơ quan liên quan, và Bộ Công nghiệp Thái Lan đã không thực sự hợp tác chặt chẽ với BUILD và NSDP[6] (Lauridsen, 2000).

Rút kinh nghiệm từ thất bại trên, Thái Lan đã hợp tác với Cơ quan Hợp tác Quốc tế Nhật Bản (JICA) để xây dựng Quy hoạch tổng thể Phát triển Công nghiệp hỗ trợ. Quy hoạch tập trung vào hai ngành công nghiệp là ô tô và điện/điện tử.

Liên Hợp Quốc (UN): Liên Hợp Quốc cũng hỗ trợ các nước thành viên, đặc biệt là các nước đang phát triển trong việc thúc đẩy liên kết công nghiệp. UNIDO đã thành lập chương trình Thầu phụ công nghiệp và trao đổi đối tác (SPX) trên phạm vi thế giới từ năm 1985 nhằm hỗ trợ và phát triển SME ở các nước đang phát triển. Mục đích cuối cùng của SPX là đẩy mạnh kết nối doanh nghiệp qua liên lạc trực tiếp, đến thăm cơ sở sản xuất, hội chợ... Các ngành công nghiệp chủ yếu có trong

[6] Tại thời điểm đó, BUILD và NSDP được thực hiện bởi Ủy ban Đầu tư (BOI), là ủy ban trực thuộc Văn phòng Chính phủ và do Thủ tướng làm Chủ tịch. Sau cải cách hành chính, hiện nay BOI trực thuộc Bộ Công

SPX là cơ khí (chiếm 81%), nhựa-cao su (64%), điện-điện tử (47%) và dịch vụ (33%) (Rendon, 2000). UNCTAD cũng giới thiệu bộ công cụ thúc đẩy liên kết trong *Báo cáo Đầu tư Thế giới 2001*, trong đó nêu lên các biện pháp để xây dựng và thắt chặt liên kết cũng như các chính sách nhằm tăng cường liên kết. Báo cáo cũng bao gồm hướng dẫn cụ thể việc thiết kế chương trình thúc đẩy liên kết dựa trên kinh nghiệm của một số quốc gia thành viên.

6.4. Tham gia vào các 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 hoá và tham gia vào mạng lưới sản xuất trong khu vực hoặc trên thế giới. Ví dụ, Đài Loan đã chuyên biệt hoá về thiết bị bán dẫn, Thái Lan tập trung vào phụ tùng ô tô, và 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 nhân 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 trình độ cao. Có rất nhiều ví dụ về thành công trong phát triển nguồn nhân lực ở các nước Châu Á. Ở Hồng Kông, Chương trình Công ty giảng dạy ra đời nhằm thúc đẩy quan hệ giữa trường đại học và công nghiệp, hỗ trợ các công ty trong nước thuê các sinh viên vừa tốt nghiệp đại học ở Hồng Kông vào làm các công việc nghiên cứu triển khai phù hợp. Qua chương trình này, các công ty có được nhiều lợi ích từ các kết quả nghiên cứu. Mỗi công ty và chương trình chịu một nửa chi phí thuê sinh viên (APO, 2002: 36). Ở Malaysia, Trung tâm Phát triển kỹ năng Penang được thành lập cũng nhằm mục đích tăng cung lao động lành nghề đáp ứng nhu cầu của các doanh nghiệp chế tạo ở Penang, đặc biệt là các MNC (UNCTAD, 2001). Ở Nhật Bản, các hệ thống Meister được thành lập từ cấp địa phương đến cấp quốc gia và thậm chí ở cả các công ty. Hệ thống này khuyến khích các kỹ sư, nhà quản lý không ngừng hoàn thiện kỹ năng, và truyền đạt kiến thức của mình cho thế hệ sau.

7. Bài học rút ra từ kinh nghiệm quốc tế

Từ những kinh nghiệm trên đây, Việt Nam có thể rút ra một số bài học dưới đây để phát triển công nghiệp hỗ trợ.

Thứ nhất, yêu cầu hàm lượng nội địa không còn có thể áp dụng được, nhưng mua hàng trong nước vẫn có thể tăng nếu có các biện pháp khuyến khích, như

giảm thuế cho máy móc và nguyên liệu thô mà Việt Nam chưa sản xuất được, và thiết lập các kênh trao đổi thông tin giữa các nhà lắp ráp nước ngoài với các nhà cung cấp trong nước để giảm khoảng cách về thông tin và hiểu biết lẫn nhau. Những biện pháp này phải được áp dụng đồng bộ đối với các doanh nghiệp, không phân biệt quốc tịch.

Thứ hai, môi trường đầu tư phải được cải thiện cho hấp dẫn hơn để thu hút đầu tư nước ngoài vào công nghiệp hỗ trợ. Ngày nay, trong bối cảnh thương mại tự do, Việt Nam không còn có thể áp dụng những chính sách công nghiệp mà các nước đi trước đã sử dụng. Việc mở cửa thuần tuý như tự do hoá thương mại và đầu tư chưa phải là đủ, để thu hút lượng lớn đầu tư nước ngoài, Việt Nam phải hợp tác với các nhà đầu tư nước ngoài, lắng nghe ý kiến của họ, thoả thuận với họ những mục tiêu về chuyển giao công nghệ và mua hàng trong nước, thiết lập các biện pháp hỗ trợ thống nhất... Hơn nữa, Việt Nam cũng phải chủ động giải quyết các vấn đề phát triển trong quá trình thực hiện mục tiêu. Việt Nam cũng cần phải sử dụng các chính sách để tạo ra được lợi thế so sánh cao hơn, và giảm chi phí về hoạt động kinh doanh, điều này đòi hỏi phải có sự cải thiện thích đáng về trình độ, kỹ năng quản lý (ví dụ như các trình độ, kỹ năng về quản lý sản xuất, marketing, kỹ thuật - không đơn giản chỉ là giáo dục sơ cấp), cơ sở hạ tầng, các cơ quan, tổ chức hỗ trợ, dịch vụ chính phủ, và quản lý khu công nghiệp và chế xuất (Ohno, 2006b: 2).

Thứ ba, hầu hết các nhà cung cấp linh phụ kiện đều là SME, vì vậy chính phủ Việt Nam, đặc biệt là Bộ Công nghiệp, cần phải quan tâm đến việc phát triển SME. Bộ Công nghiệp cần phải hợp tác chặt chẽ với các địa phương để hoạch định được các chính sách công nghiệp phù hợp, tạo thuận lợi cho hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp công nghiệp nói chung, chứ không chỉ doanh nghiệp thuộc Bộ.

Thứ tư, chuỗi giá trị toàn cầu đang là xu thế chung hiện nay của các MNC. Chính phủ cần rút kinh nghiệm từ các nước đi trước và hợp tác với các tổ chức quốc tế để thúc đẩy liên kết giữa doanh nghiệp trong nước với MNC. Kinh nghiệm từ các nước khác cho thấy thành công trong việc thúc đẩy liên kết công nghiệp là nhờ sự phản ứng kịp thời của chính phủ đối với những thay đổi trong môi trường kinh doanh (Nhật Bản); có các doanh nghiệp đủ mạnh dẫn đầu (Hàn Quốc, Đài Loan); và được chính phủ hỗ trợ về kỹ thuật và tài chính (Đài Loan, Nhật Bản). Nguyên nhân dẫn đến thất bại hoặc chỉ đạt được thành công ở mức vừa phải trong việc thúc đẩy liên kết công nghiệp là do thiếu sự phối hợp giữa các bộ (Thái Lan); doanh nghiệp thiếu hiểu biết về các chính sách của Chính phủ (Thái Lan); chính

sách của chính phủ không đáp ứng đúng nhu cầu của doanh nghiệp (Thái Lan); có sự phân biệt đối xử giữa các loại hình doanh nghiệp (Malaysia), và thiếu sự nhiệt tình của doanh nghiệp (Malaysia). Chính phủ nên tận dụng lợi thế của công nghệ thông tin để thu hẹp khoảng cách thông tin và hiểu biết giữa các doanh nghiệp trong nước với doanh nghiệp nước ngoài. Một cơ sở dữ liệu về công nghiệp hoàn chỉnh sẽ là chất xúc tác giúp các doanh nghiệp tiết kiệm được thời gian để tìm được nhà cung cấp hay khách hàng cho mình.

Thứ năm, vì sự phát triển công nghiệp ổn định lâu dài, hàng năm Bộ Công nghiệp nên xuất bản Sách trắng về công nghiệp. Lý do vì sao chính phủ Nhật Bản có thể đáp ứng kịp thời yêu cầu của doanh nghiệp là vì họ có bộ Sách trắng toàn diện phân tích, dự báo các điều kiện và xu thế phát triển thương mại, công nghiệp, SME và các vấn đề liên quan khác. Sách trắng cũng như cơ sở dữ liệu công nghiệp và hệ thống thống kê công nghiệp là tối cần thiết cho hoạt động nghiên cứu, phân tích và hoạch định chính sách về công nghiệp. Ngoài ra, để đáp ứng yêu cầu hiện nay và đuổi kịp các nước đi trước, các chính sách công nghiệp cần phải chú trọng xây dựng đồng thời xã hội công nghiệp và xã hội tri thức. Điều này có nghĩa là chính sách không chỉ tập trung vào việc giảm chi phí và nâng cao chất lượng cơ sở hạ tầng công nghiệp mà còn phải duy trì được môi trường thuận lợi cho việc cải cách, đổi mới trên cơ sở liên kết giữa doanh nghiệp, trường đại học và cơ quan nghiên cứu.

Cuối cùng, để hoàn thiện quy hoạch tổng thể về phát triển công nghiệp hỗ trợ, Bộ Công nghiệp cần phải đưa ra một định nghĩa về công nghiệp hỗ trợ phù hợp, không quá rộng, làm cơ sở cho việc hoạch định các chính sách hợp lý và đảm bảo tính khả thi của các chính sách này trong khả năng cho phép của đất nước. Trong quá trình hoạch định chính sách, Bộ Công nghiệp cần phối hợp chặt chẽ với các bộ liên quan và giới doanh nghiệp. Ngoài ra, Bộ Công nghiệp cũng nên thực hiện các giải pháp thúc đẩy sự phát triển của công nghiệp hỗ trợ, như phát triển nguồn nhân lực cho ngành công nghiệp thông qua việc phối hợp với Bộ Giáo dục và Đào tạo, cộng đồng doanh nghiệp, các trường dạy nghề, và các tổ chức quốc tế; đẩy mạnh phát triển SME; và thúc đẩy liên kết giữa các doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài/MNC.

8. Kết luận

Thuật ngữ "công nghiệp hỗ trợ" đã phát triển ít nhất qua hai thập kỷ nhưng về bản chất, thuật ngữ này cũng không quá khác biệt so với các thuật ngữ liên quan

được sử dụng cách đây đã lâu, như thầu phụ, công nghiệp phụ thuộc, công nghiệp linh phụ kiện. Cả công nghiệp hỗ trợ và các khái niệm liên quan đều được dùng để nhấn mạnh tầm quan trọng của các ngành công nghiệp sản xuất đầu vào cho các sản phẩm cuối cùng. Đây là một thuật ngữ định hướng chính sách, vì thế các nhà hoạch định chính sách của mỗi nước cần phải tự đưa ra một định nghĩa riêng cho phù hợp với các điều kiện kinh tế, xã hội của đất nước mình và phù hợp với các mục tiêu cần hướng tới của chiến lược công nghiệp.

Mặc dù Việt Nam bắt đầu sử dụng thuật ngữ tương đối muộn, nhưng điều này không có nghĩa là Việt Nam sẽ luôn luôn đi sau các nước khác trong quá trình công nghiệp hoá. Để đuổi kịp các nước đi trước, Việt Nam cần nỗ lực nhiều hơn các nước khác trong việc phát triển công nghiệp hỗ trợ. Để làm được việc này, Việt Nam cần kết hợp các biện pháp để thúc đẩy nội địa hoá, thu hút thêm nhiều đầu tư nước ngoài vào lĩnh vực công nghiệp (đặc biệt là công nghiệp hỗ trợ), thúc đẩy liên kết công nghiệp, và tích cực tham gia vào mạng lưới sản xuất khu vực và toàn cầu. Để phát triển công nghiệp hỗ trợ, Việt Nam cần phải nâng cao trình độ, kỹ năng nguồn nhân lực công nghiệp, hấp thu chuyển giao công nghệ, và thu hẹp khoảng cách thông tin và hiểu biết lẫn nhau giữa các doanh nghiệp trong nước với doanh nghiệp nước ngoài.

Tài liệu tham khảo

Bộ Công nghiệp và Thương mại Nhật Bản (MITI). (1985). *Keizai kyouryoku hakusho (Sách trắng về Hợp tác kinh tế)*. Tokyo: MITI.

_____. (1987). *Tsushou hakusho (Sách trắng về kinh tế quốc tế và thương mại)*. Tokyo: MITI.

Bộ Năng lượng Hoa Kỳ (DOE). (2005). *Supporting industries - Industries of the future: Fiscal year 2004 annual report (Công nghiệp hỗ trợ - ngành công nghiệp của tương lai: Báo cáo năm 2004)*. Washington, D.C.: DOE.

Bộ Ngoại giao Nhật Bản (MOFA). (1998). Press briefing on summary of meetings held by Prime Minister Keizo Obuchi at the ASEAN Summit (Thông cáo báo chí về tóm tắt nội dung các buổi họp của Thủ tướng Keizo Obuchi tại Hội nghị thượng đỉnh ASEAN). Tokyo: MOFA.

_____. (29 tháng 9 năm 1999). Press release on ODA loan to Vietnam: To support economic reform of Vietnam (Thông cáo báo chí về vốn vay ODA cho Việt Nam: Hỗ trợ cải cách kinh tế tại Việt Nam). Tokyo: MOFA.

_____. (2003). *Vietnam-Japan joint initiative to improve business environment with a view to strengthen the Vietnam's competitiveness*

(Sáng kiến chung Việt Nam - Nhật Bản nhằm cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh cho Việt Nam). Tokyo: MOFA.

Fuminori, I. (2004). Sapotingu indasutori kenkyu no tenkai: Kenkyu shiteki shiten wo motoni (Triển khai nghiên cứu về công nghiệp hỗ trợ: Dựa trên các quan điểm nghiên cứu trước đây). (Tiểu luận, Trường Quan hệ quốc tế, Đại học Ritsumeikan, 2003). *Tuyển tập tiểu luận*, 4, 1.

Hội nghị Liên hợp quốc về Thương mại và Phát triển (UNCTAD). (2001). *World investment report 2001: Promoting linkages (Báo cáo đầu tư thế giới 2001)*. New York và Geneva: UN.

Hiệp hội Doanh nghiệp Hải ngoại Nhật Bản (JOEA). (1994). *Sapotingu indasutori no kenkyu (Nghiên cứu về công nghiệp hỗ trợ)*. Tokyo: JOEA.

Ichikawa, K. (2005). *Building and strengthening supporting industries in Vietnam: A survey report (Xây dựng và đẩy mạnh công nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam: Báo cáo điều tra)*. Hà Nội: JETRO.

Karikomi, S. (1998). The development strategy for SME in Malaysia (Chiến lược phát triển SME ở Malaysia). Trung tâm nghiên cứu IDE APEC, Working Paper Series 97/98 - Số 4. Tokyo: Trung tâm nghiên cứu IDE APEC.

Kimura, F. (2001). *Subcontracting and the performance of small and medium firms in Japan (Thầu phụ và hoạt động của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Nhật Bản)* (In lần 1). Washington, D.C.: World Bank Institute.

Lauridsen, L.S. (2000). Policies and Institutions of Industrial Deepening and Upgrading in Thailand II - The Supporting Industry Policy with Particular Emphasis on the Downstream Plastic Parts and Mould Industries (Chính sách và cơ chế thúc đẩy phát triển công nghiệp ở Thái Lan II - Chính sách công nghiệp hỗ trợ với trọng tâm là công nghiệp linh phụ kiện nhựa hạ nguồn và công nghiệp khuôn mẫu). Working Paper Số 9, Khoa Địa lý và Nghiên cứu phát triển quốc tế, Trường Đại học Roskilde. Truy cập tại roskilde-university.com/inst3/IDS/Public/workpapers/no09.pdf/ngày 30/06/2006 .

Ngân hàng Hợp tác quốc tế Nhật Bản (JBIC). (2005). *Chiikikeizai apurochi wo fumaeta seisaku no ikkansei bunseki: Touazia no keiken to tadona no seisaku (Phân tích chính sách dựa trên cách tiếp cận kinh tế khu vực: Kinh nghiệm của Đông Á và chính sách của các nhà tài trợ khác)*. Tokyo: JBIC.

Ohno, K. (chủ biên). (2006a). *Hoạch định chính sách công nghiệp ở Thái Lan, Malaysia và Nhật Bản: Bài học kinh nghiệm cho các nhà hoạch định chính sách Việt Nam*. Hà Nội: VDF.

_____. (2006b). FDI strategy under global and regional integration (Chiến lược FDI trong hội nhập khu vực và toàn cầu). *Trong Lecture note of International Economics (Bài giảng về Kinh tế quốc tế)*. Truy cập tại http://www.grips.ac.jp/teacher/oono/hp/lecture_F/lec06.htm ngày 01/08/2006.

Porter, M.E. (1990). *The competitive advantage of nations (Lợi thế cạnh tranh của các quốc gia)*. New York: Free Press.

Quốc hội Ấn Độ. (1951). *Industries (development and regulation) act (Luật (phát triển và quy định về) Công nghiệp). Truy cập ngày 15/07/2006* tại http://www.vakilno1.com/bareacts/industriesdevact/industriesdevact.htm.

Ratana, E. (1999). The role of small and medium supporting industries in Japan and Thailand (Vai trò của công nghiệp hỗ trợ vừa và nhỏ ở Nhật Bản và Thái Lan). Trung tâm nghiên cứu IDE APEC, Working Paper Series 98/99. Tokyo: Trung tâm nghiên cứu IDE APEC.

Rendon, R. (2000). A global review of the industrial subcontracting and partnership exchanges (SPXs) established by UNIDO (Tổng quan về thầu phụ công nghiệp và trao đổi đối tác (SPXs) do UNIDO thành lập). Vienna: UNIDO.

Subrahmanya, M.H. Bala. (2006). Manufacturing SME in Japan: Subcontracting, structure and performance (Doanh nghiệp chế tạo vừa và nhỏ ở Nhật Bản: Thầu phụ, cơ cấu và hoạt động). Bản thảo. Tokyo: Viện Nghiên cứu chính sách Quốc gia.

Suzuki, S. (2006, February 6). Kankoku, buhin-sozai sangyou wo ikusei (Hàn Quốc, thúc đẩy công nghiệp linh phụ kiện và nguyên liệu). *Nihon Keizai Shinbun*, tr. 6.

Tổ chức Năng suất Châu *Á* (APO). (2002). *Strengthening of supporting industries: Asian experiences (Đẩy mạnh công nghiệp hỗ trợ: Kinh nghiệm Châu Á)*. Tokyo: APO.

Chương 3

Phân tích định lượng cơ cấu mua hàng của công nghiệp hỗ trợ ở ASEAN 4, Hàn Quốc, và Nhật Bản

Toshiyuki Baba *

1. Lời giới thiệu

Mục đích của bài viết này nhằm phân tích định lượng cơ cấu mua hàng của công nghiệp hỗ trợ trong các lĩnh vực sản xuất chủ yếu ở Châu Á. Thuật ngữ "công nghiệp hỗ trợ" dùng để chỉ một nhóm các ngành công nghiệp sản xuất các loại linh phụ kiện và nguyên liệu dùng trong sản xuất các sản phẩm công nghiệp, như ô tô và các sản phẩm điện, điện tử. Trong bài viết này, "công nghiệp hỗ trợ" được hiểu là một thuật ngữ chung chỉ mọi ngành công nghiệp cung cấp linh phụ kiện và nguyên liệu cho sản xuất sản phẩm cuối cùng, như ô tô và các sản phẩm điện tử tiêu dùng. Ví dụ như trong ngành công nghiệp ô tô, có vài chục nghìn linh phụ kiện và nguyên liệu được các nhà sản xuất ô tô sử dụng, do rất nhiều công ty sản xuất, đó là các nhà cung cấp bậc một, bậc hai và bậc ba. Để tạo ra một chiếc ô tô hoàn chỉnh, cần có nhiều loại nguyên liệu (kim loại, nhựa, cao su, kính và sợi…) và công nghệ chế tạo. Vì thế, sản xuất ra một chiếc ô tô phải có sự hợp tác không chỉ trong ngành công nghiệp sản xuất linh phụ kiện mà cả với nhiều ngành công nghiệp khác nhau.

Liên quan đến phát triển công nghiệp ở Châu Á, người ta đã bàn nhiều đến sự cần thiết phải đẩy mạnh công nghiệp hỗ trợ nhằm tăng cường khả năng cạnh tranh trong công nghiệp. Thực tế, các nước Châu Á đã mất nhiều thập kỷ để phát triển công nghiệp hỗ trợ, không chỉ cho công nghiệp ô tô mà cả các ngành công nghiệp khác. Vậy công nghiệp hỗ trợ ở Châu Á đã phát triển như thế nào nhờ những nỗ lực này? Trong bài viết này, chúng tôi phân tích định lượng cơ cấu mua hàng của các ngành công nghiệp sản xuất ô tô, xe tải và xe máy (dưới đây gọi chung là công nghiệp ô tô-xe máy) và sản phẩm điện, điện tử (từ máy điều hòa và máy giặt cho đến TV, máy nghe đĩa CD và DVD, và máy tính,…; dưới đây gọi chung là công nghiệp điện-điện tử) ở bốn nước Đông Nam Á (ASEAN 4: Thái Lan, Malaysia, Indonesia, Philippine), Cộng hòa Triều Tiên

* Phó giáo sư trường Đại học Hosei, Nhật Bản.

(dưới đây gọi là Hàn Quốc), Nhật Bản, và chỉ ra sự khác biệt về cơ cấu mua hàng giữa các ngành công nghiệp hỗ trợ của các nước này.

Hoạt động mua hàng của công nghiệp hỗ trợ rất phức tạp và có một số đặc điểm nhất định. Ví dụ như (1) nguyên liệu được mua từ nhiều ngành công nghiệp; (2) quan hệ nhà cung cấp rất phức tạp, các nhà cung cấp thường cung cấp hàng cho nhau, và vai trò nhà cung cấp - khách hàng đôi khi bị hoán đổi; và (3) trong nhiều trường hợp, nhà cung cấp bậc một, bậc hai và các nhà cung cấp khác nhập khẩu nguyên liệu từ nước ngoài mặc dù nguyên liệu đó có thể mua được ở trong nước. Thống kê thương mại và công nghiệp đơn thuần không đủ để phân tích cơ cấu thương mại và mối liên kết công nghiệp phức tạp này; việc này cần phải dùng đến bảng vào-ra. Các Bảng vào-ra quốc tế của Châu Á sử dụng trong bài viết này cho biết cơ cấu các ngành công nghiệp của từng nước (Hình 1). Sử dụng các bảng này cho phép phân tích chính xác đầu vào mà công nghiệp hỗ trợ cung cấp cho các ngành công nghiệp mục tiêu, là đối tượng phân tích của bài viết này. Ngoài ra, sử dụng phân tích liên kết ngược cho phép tiến hành phân tích hội tụ tính vô

Hình 1. Cấu trúc khái quát của Bảng vào-ra quốc tế của Châu Á

<table>
<tr><td colspan="2" rowspan="2"></td><td>Giao dịch trung gian</td><td>Nhu cầu cuối cùng</td><td colspan="2">Xuất khẩu</td><td>Sai số thống kê</td><td>Tổng</td></tr>
<tr><td>ASEAN 4
Hàn Quốc
Nhật Bản
Mỹ
Singapo
Trung Quốc
Đài Loan</td><td>ASEAN 4
...
Đài Loan</td><td>Hồng Kông
Anh
Pháp
Đông Đức
Tây Đức
ROW</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">ASEAN 4
Hàn Quốc
Nhật Bản
Mỹ
Singapo
Trung Quốc
Đài Loan</td><td>A</td><td>F</td><td colspan="2">L</td><td>Q</td><td>X</td></tr>
<tr><td colspan="2">F&I</td><td>BA</td><td>BF</td><td colspan="4"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">Nhập</td><td>Hồng Kông</td><td>HA</td><td>HF</td><td colspan="4"></td></tr>
<tr><td>ROW</td><td>WA</td><td>WF</td><td colspan="4"></td></tr>
<tr><td colspan="2">Lương</td><td>VV001</td><td colspan="6"></td></tr>
<tr><td colspan="2">Thặng dư kinh doanh</td><td>VV002</td><td colspan="6"></td></tr>
<tr><td colspan="2">Khấu hao vốn cố định</td><td>VV003</td><td colspan="6"></td></tr>
<tr><td colspan="2">Thuế gián thu</td><td>VV004</td><td colspan="6"></td></tr>
<tr><td colspan="2">Tổng</td><td>X</td><td colspan="6"></td></tr>
</table>

Ghi chú: F&I là viết tắt của Freight and Insurance (chi phí vận tải và bảo hiểm)
ROW là viết tắt của Rest of the World (các nước còn lại trên thế giới).

tận của các mối liên kết của từng ngành công nghiệp cung cấp đầu vào cho các ngành công nghiệp mục tiêu. Trong bài viết này, chúng tôi sử dụng các Bảng vào-ra để phân tích định lượng cơ cấu các ngành công nghiệp hỗ trợ cho công nghiệp ô tô-xe máy và điện-điện tử, là những ngành mà các nước Châu Á đã khuyến khích có chọn lọc trong phạm vi rất rộng của công nghiệp hỗ trợ. Đã có nhiều nghiên cứu phân tích vào-ra cho Châu Á, nhưng trong số đó hầu hết chỉ tập trung vào phân tích cơ cấu công nghiệp nói chung mà khó tìm thấy nghiên cứu nào phân tích về công nghiệp hỗ trợ.

2. Phương pháp luận

2.1. Bảng vào ra công nghiệp và mục tiêu phân tích

Các bảng vào-ra sử dụng trong bài viết này gồm các bảng năm 1975 (8 nước, 56 ngành công nghiệp), năm 1990 (10 nước, 78 ngành công nghiệp), và năm 1995 (10 nước, 78 ngành công nghiệp) thuộc các Bảng vào-ra quốc tế Châu Á của Viện Nghiên cứu các nền kinh tế đang phát triển (IDE 1982, 1998, 2001). Phân tích trong bài viết này so sánh các nước ASEAN 4, Hàn Quốc, và Nhật Bản với nhau. Việc lựa chọn các ngành công nghiệp để phân tích dựa vào mô hình phát triển kinh tế nói chung ở Châu Á đặt Nhật Bản ở vị trí dẫn đầu; trong bài viết này, với mô hình phát triển tương tự, Nhật Bản và Hàn Quốc được xem là các nước phát triển hơn so với ASEAN 4 về công nghiệp ô tô, điện và điện tử. Đối tượng phân tích của bài viết này là ô tô-xe máy và điện-điện tử. Các ngành này được lựa chọn vì chúng là những ví dụ điển hình cho các ngành công nghiệp đòi hỏi nhiều công nghiệp hỗ trợ, và chính phủ đã phát triển mang tính chiến lược các ngành này ở cả ASEAN 4 và Hàn Quốc.

2.2. Thuật ngữ và phương pháp phân tích

Trong bài viết này, chúng tôi tập trung phân tích cơ cấu đầu vào, chú ý đến việc thu mua nguyên liệu dùng cho sản xuất. Thứ nhất, chúng tôi đo lường hiệu ứng liên kết nội địa của các ngành công nghiệp ô tô-xe máy và điện-điện tử ở mỗi nước. Ngoài ra, để phân tích cụ thể hơn, chúng tôi giới thiệu thuật ngữ "mua trực tiếp" và "mua gián tiếp" cũng như các chỉ số liên quan đến các thuật ngữ này.

"Mua trực tiếp" được hiểu là những hoạt động mua hàng của ngành công nghiệp *j* từ rất nhiều ngành công nghiệp khi ngành công nghiệp *j* tiến hành sản xuất. Cột *j* trong chuỗi giao dịch trung gian của bảng vào-ra quốc tế cho biết "lượng mua" từ "nước" nào của các loại nguyên liệu cần cho sản xuất trong ngành công nghiệp *j*. Nguyên liệu cần cho sản xuất được thể hiện trong mục "đầu vào trung

gian". Sử dụng các đặc điểm này của bảng cho phép phân tích ngành công nghiệp *j* đã mua nguyên liệu từ ngành công nghiệp nào và ở nước nào. "Tỉ lệ mua trực tiếp trong nước" (DDPR) là phần mua trực tiếp được thực hiện trong nước trong tổng số nguyên liệu mua trực tiếp, được thể hiện trong Công thức 1.

$$DDPR = \frac{\sum_{i=1}^{m} {}^{a}c_{ij}}{\sum_{a=1}^{g}\sum_{i=1}^{m} {}^{a}c_{ij}} \times 100 \qquad (1)$$

trong đó DDPR: Tỉ lệ mua trực tiếp trong nước,

${}^{a}c_{ij}$: Hệ số đầu vào trung gian của ngành công nghiệp *j* của nước a,

m: Tổng số ngành công nghiệp ở mỗi nước, và

g: Tổng số nước.

Tuy nhiên, các hoạt động mua hàng trong công nghiệp hỗ trợ không chỉ được thể hiện qua hoạt động mua trực tiếp. Hiệu ứng liên kết sản xuất trong quá trình sản xuất của các ngành công nghiệp hỗ trợ phát sinh thêm nhiều hiệu ứng liên kết gián tiếp cả trong và ngoài nước, và tạo ra nhiều hoạt động mua hàng mới. Ví dụ, xét trường hợp ngành công nghiệp *i*, và ngành công nghiệp *j* là ngành cung cấp đầu vào cho ngành *i*. Khi ngành công nghiệp *i* mở rộng sản xuất, đương nhiên ngành công nghiệp *j* cũng phải mở rộng sản xuất. Tại thời điểm này, nếu ngành công nghiệp *j* phụ thuộc nhiều vào nguồn nguyên liệu nước ngoài thì càng mở rộng sản xuất để đáp ứng nhu cầu của ngành *i* bao nhiêu ngành công nghiệp *j* càng phải nhập khẩu nhiều bấy nhiêu. Nói cách khác, hoạt động mua hàng phát sinh phụ thuộc vào nước ngoài, nhưng khái niệm mua hàng trực tiếp lại không phản ánh tác động của sự phụ thuộc gián tiếp vào nước ngoài này. Để lý giải cơ cấu phụ thuộc sản xuất do hiệu ứng liên kết sản xuất gián tiếp gây ra, cần phải giới thiệu một khái niệm riêng, tách biệt với mua trực tiếp. Chúng tôi định nghĩa "mua gián tiếp" là hoạt động mua hàng được thực hiện trong quá trình sản xuất chuỗi liên tục sinh ra bởi hiệu ứng liên kết gián tiếp. "Tỉ lệ mua gián tiếp trong nước" (DIPR) được định nghĩa là phần mua gián tiếp được thực hiện trong nước, được thể hiện trong Công thức 2.

Mua trực tiếp dựa trên khái niệm tương tự tỉ lệ sản xuất trong nước mà các nước ASEAN và một số nước khác thường dùng trong việc hoạch định chính sách công nghiệp ô tô. Cần lưu ý rằng, mới nhìn có thể thấy tỉ lệ sản xuất trong nước khá cao, nhưng nhiều khi trên thực tế linh phụ kiện và nguyên liệu lại được nhập khẩu từ nước ngoài. Bằng việc nghiên cứu mua gián tiếp, chúng tôi hy vọng sẽ lượng hóa được cơ cấu phụ thuộc vào các nguyên liệu của nước ngoài trong việc sản xuất các linh phụ kiện này.

$$DIPR = \frac{\sum_{i=1}^{m} {}^{a}b_{ij} - 1}{{}^{a}B_{j} - 1} \times 100 \qquad (2)$$

trong đó DIPR: Tỉ lệ mua gián tiếp trong nước,

$^{a}b_{ij}$: Phần tử của ma trận nghịch đảo Leontief của ngành công nghiệp *j* tại nước a,

$^{a}b_{j}$: Tổng của các phần tử hàng của ma trận nghịch đảo Leontief của ngành công nghiệp *j* tại nước a, và

m : Tổng số ngành công nghiệp ở mỗi nước.

3. Kết quả

3.1. Hiệu ứng liên kết sản xuất trong nước

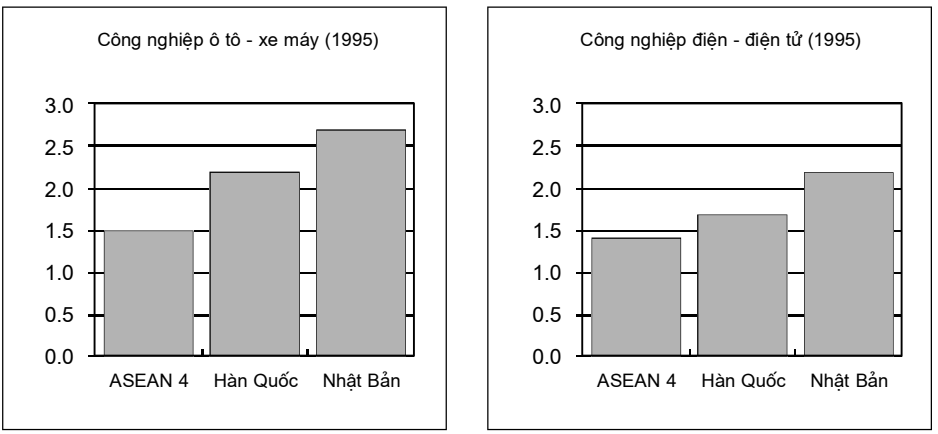
Công nghiệp ô tô-xe máy và điện-điện tử được hỗ trợ bởi rất nhiều ngành công nghiệp khác nhau, cho nên hiệu ứng liên kết của chúng cũng rất lớn. Đây là một trong những lý do vì sao mà các nước Châu Á dành ưu tiên phát triển hai ngành công nghiệp này. Vậy đến nay hiệu ứng liên kết trong nước của hai ngành này đã phát triển đến mức nào sau nhiều năm được bảo hộ? Hình 2 cho biết hiệu ứng liên kết trong nước của hai ngành ở từng nước/khu vực tính cho năm 1995. Giá trị của hiệu ứng liên kết trong nước cho biết số nhân sản xuất một ngành công nghiệp liên quan sinh ra cho một đơn vị sản xuất trong mỗi ngành công nghiệp chính[1].

Hình trên cho thấy ở Nhật Bản, giá trị này là 2,7 đối với ngành ô tô-xe máy, và 2,2 đối với ngành điện-điện tử. Đáng lưu ý là giá trị này đều lớn hơn 2 ở cả hai ngành của Nhật Bản. Điều này nói rằng hiệu ứng liên kết gián tiếp lớn hơn hiệu ứng trực tiếp, và rằng cả hai ngành có sức ảnh hưởng lớn đến nền kinh tế Nhật Bản. Đối với Hàn Quốc, các giá trị là 2,2 và 1,7 lần lượt đối với ô tô-xe máy và điện-điện tử. Ở ASEAN 4, các giá trị tương đương là 1,5 và 1,4[2]. Xét về hiệu ứng liên kết, Hàn Quốc đạt ở mức 80% so với Nhật Bản, còn ASEAN chỉ ở mức khoảng 60%. Kết quả này ngụ ý rằng ASEAN 4 có hiệu ứng liên kết

[1] Trong Baba, T. (2005). *Ajia no susonosangyou (Công nghiệp hỗ trợ của Châu Á)*. Tokyo: Hakutoushobou, tác giả định nghĩa "hiệu ứng liên kết sản xuất trong nước" là hiệu ứng do một đơn vị sản xuất của ngành công nghiệp j gây ra đối với các ngành công nghiệp trong nước. Giá trị này càng lớn thể hiện hiệu ứng liên kết của ngành công nghiệp j với các ngành công nghiệp có liên quan càng lớn. Điều này có nghĩa là công nghiệp hỗ trợ trong nước càng phát triển thì hiệu ứng liên kết sản xuất càng cao. (tr.46). [ND].

[2] Cũng theo Baba (2005), "hiệu ứng liên kết sản xuất" gồm "hiệu ứng trực tiếp" và "hiệu ứng gián tiếp". Nếu coi "hiệu ứng trực tiếp" bằng 1, thì "hiệu ứng liên kết sản xuất" = 1 + "hiệu ứng gián tiếp". (tr.33). [ND].

Hình 2. Hiệu ứng liên kết của công nghiệp ô tô-xe máy và điện-điện tử

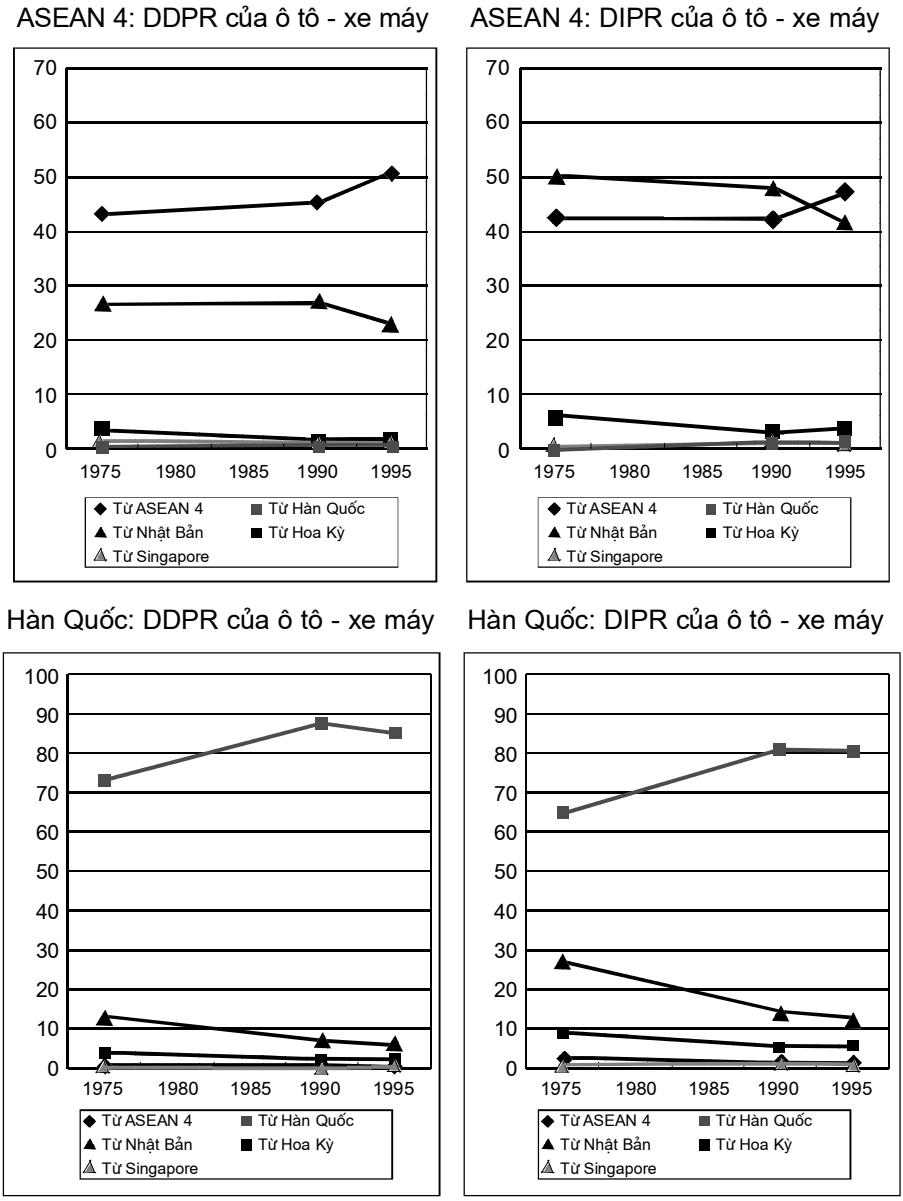


trong nước thấp hơn so với Nhật Bản rất nhiều do mức thu mua trong nước thấp mà nguyên nhân là vì công nghiệp hỗ trợ trong nước chưa phát triển đầy đủ.

3.2. Mua trực tiếp và gián tiếp trong công nghiệp ô tô-xe máy

Hình 3 cho thấy xu hướng của DDPR và DIPR trong công nghiệp ô tô-xe máy ở ASEAN 4 và Hàn Quốc. Đặc điểm của mỗi nước có thể tóm tắt như sau. Ở ASEAN 4, tỉ lệ mua trực tiếp và gián tiếp trong nước duy trì ở mức 40% từ năm 1975 cho đến 1990, cho thấy sự phụ thuộc vào nước ngoài rất lớn, chủ yếu là Nhật Bản. Đặc biệt, mua gián tiếp phụ thuộc vào Nhật Bản nhiều hơn các nguồn trong nước. Sau đó, từ năm 1990 đến 1995, mua hàng từ công nghiệp hỗ trợ trong nước tăng mạnh. Ở ASEAN 4, có thể thấy công nghiệp hỗ trợ không phát triển từ năm 1975 đến 1990 nhưng phát triển từ năm 1990 đến 1995. Giai đoạn mở rộng này trùng với thời kỳ bùng nổ kinh tế ở ASEAN 4. Trong khi đó, ở Hàn Quốc, mua trực tiếp và gián tiếp trong nước tăng mạnh từ năm 1975 đến 1990, 80% hoạt động mua hàng được thực hiện trong nước. Từ năm 1990 đến 1995, cơ cấu mua hàng vẫn duy trì ở mức này. Trong vòng hai mươi năm, sự phụ thuộc của Hàn Quốc vào Nhật Bản, nguồn cung cấp hàng quan trọng nhất, đã giảm đều. Có thể kết luận rằng công nghiệp hỗ trợ của Hàn Quốc đã tăng trưởng mạnh từ năm 1975 đến 1990, rồi duy trì ở mức như vậy. Xu thế dễ nhận thấy ở cả ASEAN 4 và Hàn Quốc là tỉ lệ mua trực tiếp trong nước thấp hơn mua gián tiếp, từ đó cho phép nói rằng công nghiệp hỗ trợ ở các nước này vẫn còn phụ thuộc vào việc mua nguyên vật liệu từ nước ngoài, đặc biệt là từ Nhật Bản. Tuy nhiên, đối với mua gián tiếp, đến năm 1990 Hàn Quốc đã đạt mức 80% mua trong nước. Còn với Nhật Bản, trong vòng hai mươi năm từ 1975 đến 1995, gần như không có gì thay đổi, mua trực tiếp và gián tiếp xấp xỉ 100% từ nguồn trong nước.

Hình 3. DDPR và DIPR của công nghiệp ô tô-xe máy



3.3. Mua trực tiếp và gián tiếp trong công nghiệp điện-điện tử

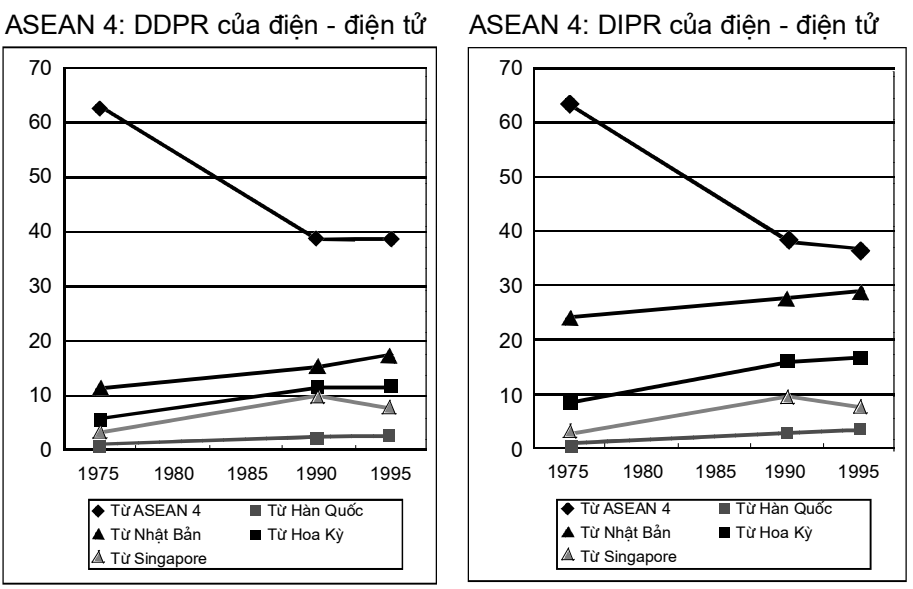
Hình 4 cho thấy xu hướng của DDPR và DIPR trong công nghiệp điện-điện tử ở ASEAN 4 và Hàn Quốc. Đặc điểm của các nước này có thể mô tả như sau. Ở

ASEAN 4, tỉ lệ mua trực tiếp và gián tiếp trong nước giảm đáng kể từ năm 1975 đến 1990, khi sự phụ thuộc chuyển từ nguồn trong nước sang các nguồn của nước ngoài. Sự phụ thuộc vào nước ngoài vẫn duy trì trong những năm 1990. Trong số các nguồn nước ngoài, phụ thuộc vào các nguồn của Nhật Bản và Hoa Kỳ tăng đều trong suốt giai đoạn này. Ở ASEAN 4, giai đoạn 1975 - 1990, cả mua trực tiếp và gián tiếp chuyển từ công nghiệp hỗ trợ trong nước sang nguồn của nước ngoài. Cho đến nay, cơ cấu này vẫn còn tiếp diễn. Trong khi đó, ở Hàn Quốc, mua trực tiếp và gián tiếp trong nước phát triển mạnh trong giai đoạn 1975 - 1990, đạt khoảng 60%. Từ 1990 - 1995, phần mua từ nước ngoài lại tăng lên. Ở Hàn Quốc, mua trực tiếp và gián tiếp từ công nghiệp hỗ trợ trong nước mở rộng từ năm 1975 đến 1990 nhưng sau 1990 lại có xu hướng ngược lại, và xuất hiện nhiều hoạt động mua hàng từ nước ngoài hơn. Trong những trường hợp này, nguồn nước ngoài chủ yếu là Nhật Bản và Hoa Kỳ. Đối với Nhật Bản, trong giai đoạn 1975 - 1995, phần mua trong nước ổn định ở mức trên 90%, tuy nhiên, tỉ lệ mua từ nước ngoài có xu hướng tăng đều, và nhà cung cấp nước ngoài lớn nhất là Hoa Kỳ.

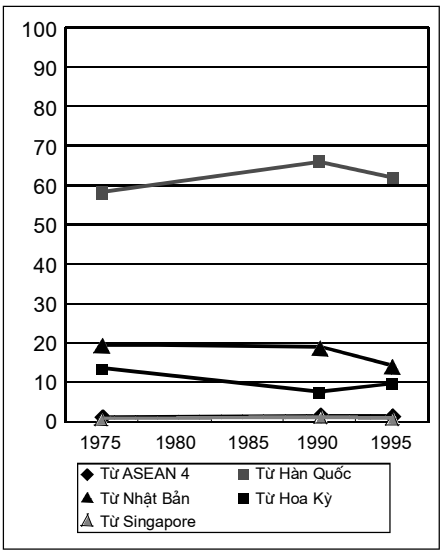
4. Tổng kết

Các phần trên đã xem xét cơ cấu mua hàng theo quốc gia, nhưng vì nghiên cứu này nhận thấy có sự khác biệt trong sự biến động của mua trực tiếp và gián tiếp

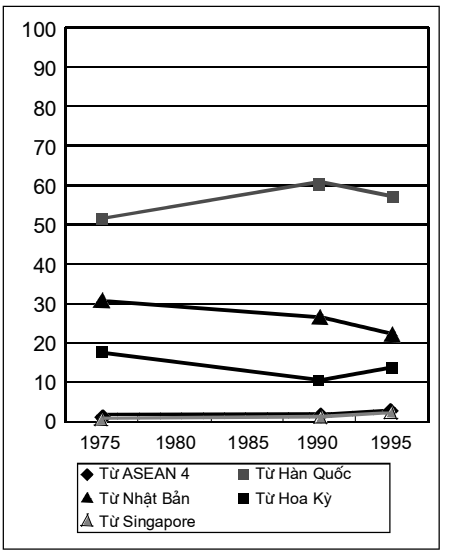
Hình 4. DDPR và DIPR của công nghiệp điện-điện tử



Hàn Quốc: DDPR của điện - điện tử



Hàn Quốc: DIPR của điện - điện tử



giữa công nghiệp ô tô-xe máy và điện-điện tử, vì vậy phần tiếp theo sẽ tập trung vào phân tích theo ngành. Trước hết, các kết quả phân tích được tóm tắt như sau. Đối với công nghiệp ô tô-xe máy (không tính Nhật Bản, vì Nhật mua gần như 100% hàng trong nước), từ năm 1975 đến 1995, Hàn Quốc tăng lượng mua trong nước lên hơn 80%, theo sau là ASEAN 4 với tỉ lệ mua trong nước cũng tăng. Biến động trong cơ cấu mua hàng ở cả ASEAN 4 và Hàn Quốc là sự tăng đều của hàng mua trong nước. Trong khi đó, từ năm 1975 đến 1995, đối với công nghiệp điện-điện tử của Hàn Quốc, mua trong nước chỉ tăng tạm thời, sau đó mua từ nước ngoài lại tăng trở lại.

Cơ cấu mua hàng của ASEAN 4 dịch chuyển theo hướng phụ thuộc vào nước ngoài, với tỉ lệ mua từ nước ngoài áp đảo tỉ lệ mua trong nước, và cơ cấu này vẫn tiếp tục tồn tại. Như đã phân tích ở trên, công nghiệp ô tô-xe máy tập trung mua trong nước, trong khi công nghiệp điện-điện tử lại có cơ cấu phụ thuộc vào nước ngoài.

4.1. Sự khác biệt về đặc điểm của linh phụ kiện

Tại sao lại có sự khác biệt này giữa hai ngành ô tô-xe máy và điện-điện tử? Điểm đầu tiên có thể giải thích cho sự khác biệt này là đặc điểm của linh phụ kiện. Đặc điểm của linh phụ kiện ô tô và điện tử có sự khác biệt lớn. Thứ nhất, đó là sự khác biệt về bản chất. Linh phụ kiện của ô tô thường cồng kềnh và nặng, trong khi linh phụ kiện điện tử lại nhỏ và nhẹ, do đó, linh phụ kiện ô tô khó vận chuyển hơn linh phụ kiện điện tử. Khi phỏng vấn các nhà sản xuất ô tô, những người phụ

trách về mua hàng nói rằng họ muốn thúc đẩy sản xuất và mua hàng trong nước vì bản chất và đặc tính liên quan đến vận chuyển của linh phụ kiện.

Ngược lại, linh phụ kiện điện tử lại nhẹ, và nhờ đó chúng có thể dễ dàng được vận chuyển bằng đường hàng không. Khi phỏng vấn các nhà sản xuất linh phụ kiện điện tử, họ cho biết nhiều hàng xuất khẩu của họ được vận chuyển bằng đường hàng không. Thêm vào đó, do có kích cỡ nhỏ và nhẹ, linh kiện điện tử có giá trị cao tính trên mỗi gram. Trong các nghiên cứu về thu mua linh phụ kiện điện tử ở các nước đang phát triển, Kodama và Kiba (1994), Letchumanan và Kodama (2000) và các nghiên cứu khác đã đánh giá định lượng rằng linh phụ kiện nào càng có giá trị cao trên mỗi gram thì càng có khả năng phụ thuộc nhiều hơn vào nước ngoài. Dựa vào sự khác biệt về bản chất của linh phụ kiện, có thể nói rằng, linh phụ kiện điện tử có đặc điểm là dễ dàng nhập khẩu hơn so với linh phụ kiện ô tô.

Điểm thứ hai liên quan đến thiết kế và tiêu chuẩn hóa. Thông thường, mỗi kiểu dáng xe lại có linh phụ kiện ô tô khác nhau, được thiết kế theo ý muốn của khách hàng. Còn linh kiện điện tử lại thường được kết hợp từ các bộ phận đã được tiêu chuẩn hóa. Kokuryo (1999) giới thiệu khái niệm "cấu trúc mở". Fujimoto và các cộng sự (2001) và Shibata (2001) khẳng định rằng ô tô gồm các bộ phận không được tiêu chuẩn hóa trong cấu trúc khép kín, trong khi các sản phẩm như điện tử tiêu dùng và máy tính cá nhân lại bao gồm các bộ phận đã được tiêu chuẩn hóa trong cấu trúc mở. Ngoài ra, Shibata gắn mác bộ phận "hộp đen" cho các linh phụ kiện ô tô được thiết kế bởi sự kết hợp giữa nhà sản xuất ô tô và nhà sản xuất linh phụ kiện, và chỉ ra rằng rất nhiều linh phụ kiện ô tô có chứa bộ phận hộp đen này. Việc thay thế các bộ phận hộp đen đã được chuyên biệt hóa này không đơn giản chút nào, cho nên không phải ở đâu cũng có thể mua được những linh phụ kiện này. Ngược lại, linh phụ kiện điện tử lại được tiêu chuẩn hóa nên có thể thay thế chúng dễ dàng nhờ thiết kế mô-đun, và có thể mua được ở bất kỳ đâu trên thế giới, tùy thuộc vào giá cả và hoạt động của chúng. Tuy nhiên, sự khác biệt về đặc điểm tự nhiên và khả năng tiêu chuẩn hóa mới chỉ tác động một phần đến sự khác biệt về cơ cấu mua linh phụ kiện giữa công nghiệp ô tô và điện tử.

4.2. Sự khác biệt về chất lượng đòi hỏi bởi các thị trường khác nhau

Một điểm nữa cũng có thể dẫn đến sự khác biệt nêu trên, đó là sự khác biệt về chất lượng đòi hỏi bởi mỗi thị trường. Khi tính toán tỉ lệ cầu trong nước của mỗi nước đối với công nghiệp ô tô-xe máy và điện-điện tử từ số liệu hàng năm có trong Bảng vào-ra quốc tế Châu Á, chúng tôi thấy rằng từ 1975 đến 1995, ở ASEAN 4 công nghiệp ô tô-xe máy chủ yếu hướng tới phục vụ thị trường trong nước, ở Hàn Quốc cũng tương tự như vậy. Trong khi đó, công nghiệp điện-điện tử trong giai đoạn 1975 đến 1990 ở ASEAN 4 lại tập trung cho xuất khẩu, và xu

hướng này bắt đầu mạnh lên từ sau năm 1990. Ở Hàn Quốc cũng vậy, tỉ lệ xuất khẩu của công nghiệp điện-điện tử rất cao so với công nghiệp ô tô-xe máy, và sản xuất để xuất khẩu tăng đều. Aoki (1993) cho biết khó khăn của ngành thiết bị điện-điện tử Malaysia là phải nhập khẩu hơn 50% nguyên liệu trung gian để sản xuất hàng xuất khẩu. Tác giả cũng chỉ ra rằng nguyên nhân của vấn đề này là những nguyên liệu này không thể mua được từ công nghiệp hỗ trợ trong nước, cho nên bắt buộc phải nhập khẩu. Từ đây có thể rút ra một số kết luận: công nghiệp ô tô-xe máy định hướng thị trường nội địa, sản phẩm được chấp nhận ở mức cạnh tranh nội địa. Vì thế, chất lượng linh phụ kiện không nhất thiết phải quá cao. Ngược lại, do công nghiệp điện-điện tử định hướng xuất khẩu nên sản phẩm buộc phải có khả năng cạnh tranh quốc tế. Do đó, có thể kết luận rằng, trong trường hợp linh phụ kiện sản xuất trong nước không đáp ứng được yêu cầu về chất lượng, thì phải nhập khẩu linh phụ kiện đó từ nước ngoài.

4.3. Sự khác biệt về chính sách

Điểm cuối cùng dẫn đến sự khác biệt trong cơ cấu mua hàng đó là sự khác biệt về chính sách. Các nước ASEAN hoặc cấm nhập khẩu hoặc đánh thuế nhập khẩu cao đối với linh phụ kiện ô tô song song với chính sách thúc đẩy sản xuất các linh phụ kiện này ở trong nước. Trong khi đó, cũng chính các nước này lại nỗ lực hết mình để khuyến khích xuất khẩu, và đưa ra nhiều ưu đãi cho công nghiệp xuất khẩu, ví dụ như ưu đãi về thuế nhập khẩu đối với linh phụ kiện và nguyên liệu thô cần thiết cho sản xuất hàng xuất khẩu. Vì công nghiệp điện-điện tử là ngành định hướng xuất khẩu như đã nêu trên, nên có thể nhập khẩu linh kiện điện tử miễn thuế hoặc với mức thuế nhập khẩu ưu đãi. Sự khác biệt giữa công nghiệp ô tô-xe máy và điện-điện tử xét cả về mua trực tiếp và gián tiếp có thể do yếu tố này tạo ra.

5. Kết luận

Trong bài viết này, chúng tôi đã tiến hành phân tích cơ cấu mua hàng của ngành công nghiệp ô tô-xe máy và điện-điện tử ở bốn nước Đông Nam Á (ASEAN 4), Cộng hoà Triều Tiên và Nhật Bản, và rút ra một số kết luận về tình hình phát triển công nghiệp hỗ trợ của hai ngành này. Chúng tôi nhận thấy rằng không thể đưa ra kết luận cụ thể về công nghiệp hỗ trợ theo nước, do đó cần xem xét chúng theo ngành công nghiệp. Trong công nghiệp ô tô-xe máy, chúng tôi đã thấy rằng mua trực tiếp và gián tiếp trong nước ở các nước càng ngày càng tăng, và công nghiệp hỗ trợ của ngành này mở rộng. Tuy nhiên, trong công nghiệp điện-điện tử, chúng tôi lại thấy kết quả ngược lại. Nói cách khác, từ kết quả phân tích, chúng tôi có thể kết luận rằng, công nghiệp ô tô-xe máy tập trung chủ yếu mua

trong nước, trong khi công nghiệp điện-điện tử lại có cơ cấu phụ thuộc vào nước ngoài. Nguyên nhân của sự khác biệt này bao gồm sự khác biệt về bản chất tự nhiên của linh phụ kiện, sự khác biệt về chất lượng đòi hỏi bởi các thị trường khác nhau, và sự khác biệt về chính sách của chính phủ.

Tài liệu tham khảo

Aoki, K. (1993). The export-oriented strategy: The light and shadow seen in Malaysia (Chiến lược định hướng xuất khẩu: Mặt sáng và tối nhìn nhận ở Malaysia. Tokyo: Japan External Trade Organization (JETRO).

Fujimoto, T. (2001). Aakitekucha no sangyouron (Lý thuyết công nghiệp về cấu trúc). Trong T. Fujimoto, A. Takeishi, & Y. Aoshima (Chủ biên), *Bijinesu aakitekucha (Cấu trúc kinh doanh)* (tr. 3-26). Tokyo: Yuhikaku.

Kodama, F. & Kiba, T. (1994). Emerging Trajectory of International Technology Transfer (Hướng đi mới của Chuyển giao công nghệ quốc tế). Occasional paper, Trung tâm nghiên cứu Asia/Pacific, Đại học Stanford.

Kokuryo, J. (1999). *Open architecture strategy (Chiến lược cấu trúc mở)*. Tokyo: Diamond Press.

Letchumanan, R. & Kodama, F. (2000). Reconciling the conflict between the "pollution-haven" hypothesis and emerging trajectory of international technology transfer (Giải quyết mâu thuẫn giữa giả thuyết "cảng ô nhiễm" và hướng đi mới của chuyển giao công nghệ quốc tế). *Research Policy, 29*, 59-79.

Shibata, T. (2001). The research on learning process of R&D of product (Nghiên cứu về quá trình học hỏi trong nghiên cứu & triển khai của sản phẩm). Luận án, Đại học Tokyo.

Viện Nghiên cứu các nền kinh tế đang phát triển (IDE). (1982). *International Input-Output Table for ASEAN Countries 1975 (Bảng vào-ra quốc tế của các nước ASEAN năm 1975)* (Statistical Data Series No.39). Tokyo: IDE-JETRO.

_____. (1998). *International Input-Output Table for ASEAN Countries 1990 (Bảng vào-ra quốc tế của các nước ASEAN năm 1990)* (Statistical Data Series No.81). Tokyo: IDE-JETRO.

_____. (2001). *International Input-Output Table for ASEAN Countries 1995 (Bảng vào-ra quốc tế của các nước ASEAN năm 1995)* (Statistical Data Series No.82). Tokyo: IDE-JETRO.

Chương 4

Thiết kế và Quản lý Cơ sở dữ liệu về Công nghiệp hỗ trợ[+]

*Junichi Mori**

1. Lời giới thiệu

Quan điểm chung cho rằng nội địa hoá linh phụ kiện mang lại lợi ích cho cả nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài và nhà cung cấp linh kiện trong nước. Càng có nhiều linh kiện sản xuất trong nước, các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài càng có cơ hội giảm chi phí vận tải nhờ không phải nhập khẩu, trong khi các nhà cung cấp trong nước cũng có thể mở rộng kinh doanh và tiếp thu công nghệ hiện đại nhờ có quan hệ với các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài. Do đó, thúc đẩy nội địa hoá là chìa khoá cho sự tăng trưởng do đầu tư trực tiếp nước ngoài dẫn dắt ở các nước đang phát triển.

Tuy nhiên, hầu hết các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài ở Việt Nam thiếu thông tin về các nhà cung cấp linh kiện Việt Nam dù họ đã nỗ lực rất nhiều trong việc tìm mua linh kiện sản xuất trong nước để tăng khả năng cạnh tranh về giá. Nhiều doanh nghiệp Nhật Bản sử dụng các biện pháp rất thô sơ như danh bạ điện thoại và các mối quan hệ cá nhân của nhân viên để tìm kiếm nhà cung cấp tiềm năng. Sự thiếu hụt thông tin này cản trở khả năng hợp tác kinh doanh hiệu quả giữa nhà cung cấp Việt Nam với các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài. Để bù đắp cho sự thiếu hụt này, các nhà lắp ráp Nhật Bản từ lâu đã đề nghị xây dựng một cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ[1]. Tuy nhiên, đề nghị này cho đến nay vẫn chưa được đáp ứng đầy đủ, một phần có lẽ vì phía Việt Nam vẫn chưa hiểu được những yêu cầu cụ thể của một cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ.

[+] Các nghiên cứu và điều tra cho bài viết này được thực hiện từ tháng 7 đến tháng 8 năm 2006. Trong thời gian này tác giả đang là nghiên cứu viên tại Diễn đàn Phát triển Việt Nam (VDF) và Viện Nghiên cứu chính sách Quốc gia Nhật Bản (GRIPS). Tác giả xin cám ơn các công chức, chuyên viên, và các nhà quản lý doanh nghiệp đã cung cấp thông tin hữu ích cho bài viết này.

* Cơ quan Phát triển Công nghiệp Liên Hợp quốc (UNIDO), Việt Nam.

[1] Sáu thành phố gồm Sumida (Tokyo), thành phố Kawasaki và thành phố Sagamihara (tỉnh Kanagawa), thành phố Hamamatsu (tỉnh Shizuoka), thành phố Okaya và thành phố Chino (tỉnh Nagano). Xem Phụ lục A để biết vị trí của các thành phố này.

Bài viết này phân tích những đặc điểm cần có của một cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ và xem xét những vấn đề nảy sinh trong quá trình vận hành cơ sở dữ liệu. Các cơ sở dữ liệu hiện có ở Nhật Bản, Malaysia, Thái Lan và Việt Nam sẽ được kiểm chứng để phục vụ cho mục đích trên. Cụ thể là, tác giả đã đến thăm và phỏng vấn các công chức và cơ quan địa phương tại sáu thành phố ở Nhật Bản, những thành phố đã thành công trong việc xây dựng cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ. Kinh nghiệm của họ gợi ý cho Việt Nam những bài học quan trọng không chỉ trong việc thiết kế mà cả vận hành và duy trì hoạt động của cơ sở dữ liệu. Nếu được thiết kế, vận hành và cập nhật một cách hợp lý, cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ sẽ góp phần mở rộng quan hệ kinh doanh giữa nhà cung cấp trong nước với nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài.

2. Tại sao cần có cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ

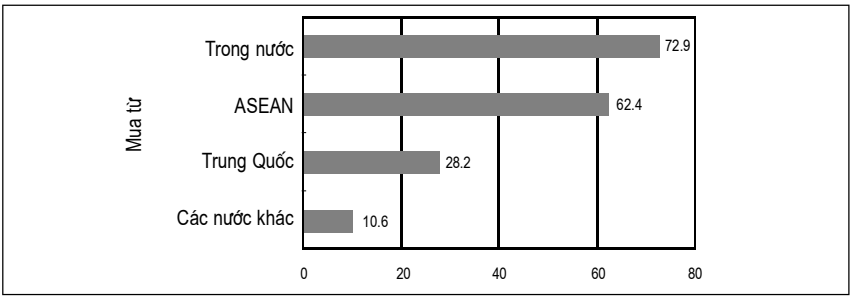
Nhu cầu ngày càng tăng đối với cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ gắn liền với sự phát triển của quản lý chuỗi cung cấp (supply chain management, SCM). Ý tưởng quản lý chuỗi cung cấp đã được các tập đoàn lớn, như Toyota, thực hiện từ rất lâu, nhưng khái niệm này mới trở nên thông dụng từ những năm 1990. Theo quan điểm của việc xây dựng SCM, càng có nhiều linh kiện nội địa hoá, doanh nghiệp càng có khả năng giảm chi phí hậu cần và thời gian sản xuất. Do đó, các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài ở Đông Á đã bắt đầu cố gắng nội địa hoá linh phụ kiện. Tỉ lệ nội địa hoá trung bình của các nhà sản xuất Nhật Bản ở ASEAN 4 (Malaysia, Thái Lan, Indonesia, Philippin) tăng từ 41,9% năm 1998 lên 51,8% năm 2003. Tỉ lệ này ở Trung Quốc cũng tăng từ 46,8% năm 1998 lên 55,9% năm 2003 (METI, 2006).

Xu hướng này cũng có thể thấy ở Việt Nam. Mặc dù hầu hết các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài ban đầu đến Việt Nam vì chi phí nhân công rẻ và nguồn lao động chất lượng cao, nhưng nay họ cũng đang cố gắng tăng cường cạnh tranh về giá bằng việc tăng thu mua linh kiện nội địa. Theo điều tra của JETRO năm 2004, 72,9% nhà sản xuất Nhật Bản tại Việt Nam nói rằng họ có kế hoạch tăng tỉ lệ nội địa hoá linh phụ kiện (Hình 1).

Tuy nhiên, các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài ở Việt Nam gặp rất nhiều khó khăn trong việc tăng cường nội địa hoá linh phụ kiện. Cũng theo kết quả cuộc điều tra trên, tỉ lệ nội địa hoá trung trình trong các ngành sản xuất mới đạt mức 22,6% về giá trị, thấp hơn rất nhiều so với các nước ASEAN khác[2].

[2] Tỉ lệ nội địa hoá của toàn ngành chế tạo của Nhật năm 2004 là 47,9% ở Thái Lan, 45,0% ở Malaysia, 38,3% ở Indonesia, và 28,3% ở Philippin.

Hình 1. Chiến lược nội địa hoá của các nhà sản xuất Nhật Bản tại Việt Nam



Nguồn: JETRO (2005).

Điều tra cũng nêu rằng chất lượng sản phẩm của các nhà cung cấp trong nước chưa đáp ứng được yêu cầu. Tuy nhiên, ở Việt Nam vấn đề nghiêm trọng hơn có lẽ là thiếu hụt thông tin đã cản trở quan hệ kinh doanh giữa nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài và nhà cung cấp trong nước. Mặc dù hầu hết các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài đã rất nỗ lực tìm kiếm nhà cung cấp trong nước, họ không biết phải tìm các nhà sản xuất linh kiện Việt Nam tiềm năng ở đâu. Hiện nay, nhiều doanh nghiệp Nhật Bản phải dùng danh bạ điện thoại và các mối quan hệ cá nhân của nhân viên để tìm đối tác. Một doanh nghiệp Nhật Bản cho biết họ đã đến thăm khoảng 100 doanh nghiệp mới tìm được một nhà cung cấp phù hợp (VDF, 2006). Đối với các doanh nghiệp tư nhân, việc làm này rất tốn kém và mất thời gian nên các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài không còn động cơ thay thế linh kiện nhập khẩu bằng linh kiện trong nước. Vì thế, xây dựng một cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ thực sự là cần thiết để giảm chi phí tìm kiếm nhà cung cấp tiềm năng.

Phát triển cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ sẽ giúp các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài rút ngắn quá trình lựa chọn nhà cung cấp. Quá trình này gồm giai đoạn tìm kiếm sơ bộ, khảo sát cơ sở sản xuất, và kiểm tra mẫu. Một cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ hiệu quả có thể giảm đáng kể thời gian tìm kiếm sơ bộ bởi nó sẽ cung cấp những thông tin cơ bản như tiểu sử công ty, các trang thiết bị sản xuất, các tiêu chuẩn chất lượng... Ngoài ra, cơ sở dữ liệu cũng có thể giảm thời gian khảo sát cơ sở sản xuất và kiểm tra mẫu vì nó giúp các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài loại bỏ các nhà cung cấp ít tiềm năng và chỉ tập trung vào các nhà cung cấp nhiều tiềm năng.

3. Những đặc điểm cần có của một cơ sở dữ liệu

Chính phủ Việt Nam và chính phủ Nhật Bản đã thực sự nhận thức được tầm quan

trọng của cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ trong Sáng kiến chung Việt Nam - Nhật Bản giai đoạn 1 (2003-2005), nhưng cơ sở dữ liệu này đến nay vẫn chưa được xây dựng[3]. Phía Việt Nam dường như vẫn chưa có đầy đủ thông tin về sự khác biệt giữa cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ với danh bạ doanh nghiệp.

Ở Việt Nam đã có một số danh bạ doanh nghiệp kiểu trang vàng được quản lý bởi các công ty cổ phần, các tổ chức công, và các hiệp hội doanh nghiệp. Ví dụ, Trang vàng Việt Nam[4] là một danh bạ phổ biến nhất, bao gồm dữ liệu của hơn 60.000 công ty. Danh bạ này cho phép tiếp cận miễn phí qua internet, phát hành thành sách và CD-ROM. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) cũng quản lý trang điện tử Danh bạ Doanh nghiệp Việt Nam[5] gồm dữ liệu của hơn 20.000 doanh nghiệp. Thông tin cũng được cung cấp ở dạng sách và CD-ROM. Ngoài ra, một số hiệp hội doanh nghiệp, như Hiệp hội Nhựa Sài Gòn Việt Nam, cũng xuất bản một số danh bạ doanh nghiệp của ngành.

Các danh bạ doanh nghiệp này có thể giúp các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài tìm được địa chỉ liên hệ của các nhà cung cấp trong nước qua tên công ty và sản phẩm chính. Tuy nhiên, những thông tin này chưa đủ để giúp các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài rút ngắn thời gian tìm kiếm sơ bộ. Để tìm kiếm có hiệu quả, họ cần những thông tin cụ thể hơn. Sự khác biệt chủ yếu giữa cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ với danh bạ doanh nghiệp là chiều sâu dữ liệu của mỗi doanh nghiệp. Danh bạ doanh nghiệp bao quát số lượng lớn các doanh nghiệp thuộc mọi lĩnh vực kinh doanh, nhưng dữ liệu của từng doanh nghiệp lại sơ sài và hạn chế. Ngược lại, cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ gồm ít doanh nghiệp hơn, tập trung vào một số lĩnh vực kinh doanh nhất định, nhưng dữ liệu của từng doanh nghiệp lại rất cụ thể. Điều này sẽ giúp các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài thu hẹp phạm vi các nhà cung cấp mục tiêu có công nghệ và trang thiết bị sản xuất phù hợp. Bằng cách này, các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài sẽ không tốn thời gian vì đã loại bỏ được các nhà cung cấp không có tiềm năng, và có thể tối thiểu hoá chi phí tìm kiếm hàng nội địa thay thế hàng nhập khẩu, đặc biệt trong giai đoạn tìm kiếm sơ bộ.

Nội dung của một cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ phải thực sự tương thích với những tiêu chí lựa chọn nhà cung cấp của các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài. Ngoài thông tin về sản phẩm chính - nội dung có thể tìm thấy ở các danh

[3] Xem MOFA (2003, tr. xii).

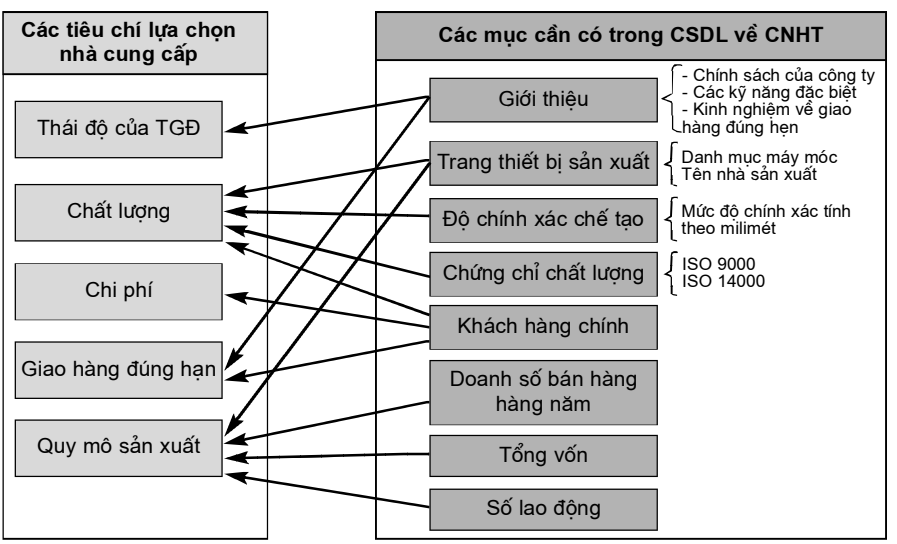
[4] Trang vàng Việt Nam: http://www.yellowpages.com.vn/

[5] Danh bạ Doanh nghiệp Việt Nam (VCCI): http://www.vidc.com.vn/Default1.htm

bạ doanh nghiệp - các nhà sản xuất Nhật Bản thường lựa chọn nhà cung cấp theo các tiêu chí sau: (i) thái độ của tổng giám đốc, (ii) chất lượng, (iii) giá thành, (iv) khả năng giao hàng đúng hạn, và (v) quy mô sản xuất[6]. Điều kiện tiên quyết để thiết lập mối quan hệ kinh doanh với các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài đó là sự nghiêm túc của tổng giám đốc trong việc cải tiến kinh doanh. Một vài nhà cung cấp trong nước đã thành công trong việc thiết lập quan hệ kinh doanh với doanh nghiệp Nhật Bản nói rằng doanh nghiệp Nhật Bản đã giúp họ ngay cả khi khả năng ban đầu của họ còn thấp, miễn là tổng giám đốc phải nỗ lực hết mình để đáp ứng yêu cầu của phía Nhật Bản (VDF, 2006). Khi sự nghiêm túc của người tổng giám đốc đã được khẳng định, tiêu chí chủ yếu trong việc chọn lựa nhà cung cấp là chất lượng, giá thành, và giao hàng (QCD). Hơn nữa, thông tin về quy mô sản xuất cũng cần thiết để biết được khả năng sản xuất tối đa của nhà cung cấp.

Để đáp ứng được những tiêu chí này, bên cạnh những thông tin cơ bản như tên công ty, địa chỉ liên hệ và các sản phẩm chính, cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ phải cung cấp đầy đủ thông tin về năm nội dung trên, hoặc công khai hoặc không (Hình 2).

Hình 2. Thông tin cần có trong Cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ



[6] Các tiêu chí này được xác định qua rất nhiều cuộc phỏng vấn do tác giả tiến hành từ năm 2004 đến năm 2006. Xem thêm VDF (2006).

Thứ nhất, phần giới thiệu được soạn thảo công phu sẽ thể hiện thái độ chân thành của người đứng đầu doanh nghiệp. Đây không phải là một chỉ số hoàn hảo vì bài viết tốt hay không còn phụ thuộc vào khả năng của người soạn thảo. Tuy nhiên, nó vẫn có thể giúp loại bỏ các nhà cung cấp ít tiềm năng do không có khả năng thể hiện điểm mạnh của mình một cách rõ ràng. Ngoài ra, nhà cung cấp cũng có thể cho biết khả năng giao hàng đúng hạn của mình trong mục này, vì không có cách nào khác để đo lường định lượng tính chính xác của việc giao hàng.

Thứ hai, thông tin cụ thể về trang thiết bị sản xuất (máy móc và thiết bị) sẽ giúp các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài dự đoán được chất lượng và quy mô sản xuất. Qua danh mục máy móc kèm theo tên nhà sản xuất, các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài có thể đoán được mức độ của chất lượng sản phẩm. Số lượng máy móc cũng có thể cho biết năng lực sản xuất tối đa.

Thứ ba, độ chính xác chế tạo tính bằng milimét có thể được dùng làm chỉ số đánh giá chất lượng sản phẩm, đặc biệt khi các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài cần những sản phẩm có độ chính xác cao như khuôn đúc và khuôn dập. Các nhà cung cấp có thể đề cao kỹ năng của kỹ sư và kỹ thuật viên trong mục này, kể cả khi doanh nghiệp chỉ có máy móc không còn mới.

Thứ tư, các chứng chỉ về chất lượng có liên quan như ISO 9000 và ISO 14000 là nội dung tham khảo rất tốt về chất lượng sản xuất nói chung. Chúng không cho biết khả năng về một công nghệ cụ thể nào, nhưng vẫn hữu ích trong việc loại bỏ các nhà cung cấp ít tiềm năng.

Thứ năm, danh mục các khách hàng chủ yếu là một chỉ số ẩn của QCD. Nếu nhà cung cấp có quan hệ kinh doanh ổn định với các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài khác, thì nhiều khả năng là mức độ QCD của họ có khả năng cạnh tranh cao. Ngoài ra, với danh mục này, các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài cũng có thể trao đổi thông tin với nhau về nhà cung cấp cụ thể nào đó.

Cuối cùng, thông tin về doanh số bán hàng hàng năm, vốn và lực lượng lao động cũng có ích trong việc xác định quy mô sản xuất.

4. Các cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ ở Nhật Bản

Thu thập thông tin cụ thể của doanh nghiệp không phải là một công việc đơn giản. Ngay cả các nước ASEAN phát triển hơn như Malaysia và Thái Lan vẫn chưa thành công trong việc xây dựng một cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ tốt. Tại Nhật Bản, một số địa phương đang vận hành những cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ có chất lượng cao (xem danh sách các địa phương tại Phụ lục B).

Nhật Bản đã xây dựng được ngành công nghiệp hỗ trợ có khả năng cạnh tranh cao, gồm phần lớn là các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME). Kết quả nghiên cứu của chúng tôi có thể khẳng định rằng một số chính quyền địa phương của Nhật Bản và phòng thương mại địa phương (dưới đây gọi chung là "các tổ chức công địa phương") có những cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ được thiết kế tốt, bao quát hầu hết những thông tin đã nêu trong mục 2. Các cơ sở dữ liệu này được xây dựng như là công cụ kết nối kinh doanh giữa nhà lắp ráp và nhà cung cấp. Vì các doanh nghiệp SME sản xuất tốt lại thường không làm tốt quan hệ công chúng và marketing, nên các tổ chức công địa phương cần phải giúp họ kết nối với khách hàng tiềm năng.

Hơn nữa, trong những năm 1980 và 1990, rất nhiều nhà lắp ráp lớn của Nhật Bản đã chuyển cơ sở sản xuất của họ ra nước ngoài do áp lực tăng giá của đồng yên sau Hiệp định Plaza năm 1985. Hậu quả là rất nhiều nhà cung cấp SME có cơ sở sản xuất ở gần các nhà lắp ráp lớn bị mất khách hàng lâu dài trong nước. Để giúp các doanh nghiệp này tiếp tục tồn tại, các tổ chức công địa phương bắt đầu hỗ trợ họ trong việc tìm kiếm cơ hội kinh doanh mới ở các vùng khác nhau của Nhật Bản thông qua các cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ.

4.1. Cơ sở dữ liệu của thành phố Okaya

Chính quyền thành phố Okaya, một địa phận của khu hồ Suwa thuộc tỉnh Nagano, đã xây dựng được một cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ có chất lượng cao[7]. Okaya là nơi tập trung rất nhiều nhà cung cấp linh phụ kiện, thường nhận được đơn đặt hàng lớn từ Seiko Epson, Olympus, và Kyocera. Có khoảng 700 đến 800 doanh nghiệp SME ở Okaya, trong đó 80% là doanh nghiệp nhỏ chỉ có 4 lao động hoặc ít hơn. Hầu hết các doanh nghiệp này sản xuất linh kiện kim loại chính xác cho máy ảnh và đồng hồ, nhưng một số công ty đang dần chuyển sang sản xuất linh phụ kiện ôtô[8].

Cơ sở dữ liệu của thành phố Okaya gồm những thông tin rất cụ thể về các công ty thành viên (Phụ lục C). Trong phần giới thiệu, các doanh nghiệp có thể công bố chính sách của công ty và các kỹ năng đặc biệt. Khách hàng tiềm năng có thể đánh giá chất lượng sản phẩm và quy mô sản xuất của các công ty thành viên từ các danh mục cụ thể về máy móc thiết bị, bao gồm cả thông tin về mã

[7] Cơ sở dữ liệu doanh nghiệp thành phố Okaya: http://www.tech-okaya.jp/top.html

[8] Một trong số các công ty này là Okaya Seiken Co., Ltd., sản xuất cả linh phụ kiện cho ô tô và điện tử, đã có công ty con tại thành phố Hồ Chí Minh, có tên là Okaya Vietnam Co., Ltd. Xem http://www.okaya-seiken.co.jp/

số, nhà sản xuất và số lượng. Phần công nghệ chế tạo cho biết độ chính xác tính theo đơn vị milimét sẽ nói lên chất lượng của sản phẩm. Một chỉ số khác là chứng chỉ chất lượng đã đạt được, như ISO, cũng có thể được tìm thấy trong mục các tiêu chuẩn quốc tế. Hơn nữa, các khách hàng tiềm năng có thể đánh giá mức độ QCD từ danh sách các khách hàng chủ yếu. Cuối cùng, năng lực sản xuất có thể được suy ra từ số vốn và số lao động.

Ngoài ra, một đặc điểm khác của cơ sở dữ liệu của thành phố Okaya là tìm kiếm dễ dàng. Khách hàng tiềm năng có thể nhanh chóng giới hạn nhóm các nhà cung cấp mục tiêu bằng cách lựa chọn bội số của loại hình kinh doanh, ngành nghề kinh doanh, và các kỹ năng đặc biệt.

4.2. Monozukuri-net

Một ví dụ khác về cơ sở dữ liệu tốt là Monozukuri-net, một dự án liên thành phố lập bởi bốn phòng thương mại của các thành phố: Hamamatsu[9] thuộc tỉnh Shizuoka, Sagamihara và Fujisawa thuộc tỉnh Kanagawa, và Ogaki thuộc tỉnh Gifu. Monozukuri-net sáng lập bởi Phòng Thương mại thành phố Hamamatsu, nơi đặt trụ sở của công ty Yamaha Motor Co., Ltd. và Suzuki Motor Co., Ltd. Năm 2003, nhận lời mời của Hamamatsu, Phòng Thương mại của Sagamihara tham gia Momozukuri-net, sau đó Phòng Thương mại Fujisawa và Phòng Thương mại Ogaki cùng tham gia vào năm 2004. Thành phố thành viên có thể sẽ tiếp tục tăng lên trong tương lai.

Bên cạnh việc thiết kế một cơ sở dữ liệu tinh vi, dự án liên thành phố còn có cơ chế giảm giá và chia sẻ thông tin trong việc quản lý mạng. Phòng Thương mại Hamamatsu đã thu hồi được vốn đầu tư ban đầu bằng việc thu phí sử dụng hàng tháng từ ba thành phố khác. Đổi lại, ba thành phố kia có thể tiết tiệm được chi phí đầu tư ban đầu nhờ tham gia vào cơ sở dữ liệu sẵn có và trả phí sử dụng hàng tháng tương đối rẻ. Hơn nữa, bằng việc chia sẻ thông tin liên vùng, có thể hy vọng rằng hoạt động kinh doanh liên thành phố sẽ được mở rộng nhờ lợi thế cạnh tranh của từng thành phố.

5. Động cơ để các SME tham gia cơ sở dữ liệu

Nhiều tổ chức công địa phương Nhật Bản đã rất nỗ lực trong việc xây dựng cơ sở dữ liệu tinh vi về công nghiệp hỗ trợ. Tuy nhiên, vận hành một cách hiệu quả

[9] Monozukuri-net của Hamamatsu: http://www.monodukuri.net/hamamatsu/

cơ sở dữ liệu này còn khó hơn nhiều so với việc thiết kế chúng. Các tổ chức công địa phương đã trải qua nhiều lần thử nghiệm và thất bại mới có thể vận hành được cơ sở dữ liệu này. Cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ dù có được thiết kế công phu đến đâu chăng nữa vẫn có thể hoạt động không tốt nếu không được vận hành hiệu quả và cập nhật thường xuyên.

Ở Nhật Bản, đăng ký dữ liệu thường được tiến hành như sau. Đầu tiên, tổ chức công địa phương gửi phiếu đăng ký đến các SME địa phương bằng bưu điện. Các công chức địa phương thường giao dịch với SME bằng văn bản, bởi vì hầu hết các SME không quen với công nghệ thông tin (IT). SME điền thông tin vào phiếu và gửi lại cho tổ chức công địa phương. Tiếp theo, tổ chức công địa phương kiểm tra thông tin do các SME địa phương cung cấp và nhập toàn bộ thông tin vào cơ sở dữ liệu. Cuối cùng, để cập nhật, một số tổ chức công địa phương cung cấp mật khẩu và đề nghị các doanh nghiệp đã đăng ký tự cập nhật dữ liệu của mình qua internet. Một số khác gửi phiếu đăng ký định kỳ bằng bưu điện đến các SME và đề nghị họ cung cấp thông tin mới nhất.

Để có được một cơ sở dữ liệu thiết thực, điều quan trọng là phải thu hút được đủ số lượng doanh nghiệp tham gia. Tuy nhiên, không có nhiều SME gửi lại phiếu đăng ký, mặc dù các tổ chức công địa phương đã tha thiết yêu cầu. Ví dụ, một tổ chức công địa phương ở Nhật Bản cho biết họ đã gửi đến khoảng 1.000 doanh nghiệp nhưng chỉ có 8 doanh nghiệp trả lời. Các doanh nghiệp nhỏ với 8 lao động hoặc ít hơn thường không trả lời vì họ không có thời gian và nhân lực để điền vào phiếu. Mặt khác, hầu hết SME không quen với IT và không nhận thức được lợi ích của việc đăng ký tham gia vào cơ sở dữ liệu điện tử. Vấn đề tương tự cũng xảy ra đối với việc cập nhật dữ liệu. SME thường không cập nhật thông tin, chẳng hạn như thông tin về đầu tư mới vào trang thiết bị sản xuất. Ngay cả khi được cấp mật khẩu để tự cập nhật qua internet, chỉ có ít SME tự mình điều chỉnh dữ liệu về bản thân.

Để giải quyết những vấn đề này, các tổ chức công địa phương đã có cơ sở dữ liệu thành công phải thực hiện ba biện pháp sau: (i) thiết kế cơ sở dữ liệu có sự cộng tác công - tư, (ii) tiến hành các cuộc viếng thăm công ty thường xuyên, và (iii) cung cấp dịch vụ kết nối kinh doanh. Mỗi biện pháp được giải thích cụ thể như sau.

5.1. Thiết kế cơ sở dữ liệu có sự cộng tác công-tư

Hầu hết các tổ chức công địa phương phối hợp với các doanh nghiệp IT địa phương chuyên cung cấp dịch vụ xây dựng trang web để thiết kế cơ sở dữ liệu

về công nghiệp hỗ trợ. Tuy nhiên, nếu các SME mục tiêu cũng tham gia vào việc thiết kế cơ sở dữ liệu, họ sẽ sẵn sàng tham gia vào cơ sở dữ liệu hơn. Ví dụ như thành phố Chino thuộc tỉnh Nagano đã thiết kế cơ sở dữ liệu gọi là *Monozukuri-net Chino*[10] theo cơ chế cộng tác công-tư. Chính quyền thành phố Chino thành lập uỷ ban cơ sở dữ liệu, thành viên gồm các công chức chính quyền địa phương, các đại diện của hiệp hội SME, và một giáo sư của Trường Đại học Công nghệ Suwa Tokyo. Sự cộng tác này khiến các SME tích cực tham gia vào cơ sở dữ liệu hơn. Nhờ vậy mà hơn 80% các doanh nghiệp sản xuất địa phương của thành phố Chino đã tham gia vào cơ sở dữ liệu ngay từ ban đầu. Tỉ lệ đăng ký tham gia cao hơn hẳn so với các thành phố khác. Một nguyên nhân khác giải thích cho tỉ lệ này có thể vì hầu hết SME ở thành phố Chino là doanh nghiệp vừa với 100-200 lao động, chứ không phải là doanh nghiệp nhỏ.

Ngoài ra, sự cộng tác công-tư có thể giúp xây dựng được cơ sở dữ liệu thân thiện người sử dụng, và sẽ khuyến khích doanh nghiệp SME tham gia vào cơ sở dữ liệu. Để có thể phát triển hơn nữa, nếu như các khách hàng tiềm năng cũng có thể tham gia trong quá trình thiết kế cơ sở dữ liệu thì lợi ích sẽ còn cao hơn. Đối với Việt Nam, những khách hàng này chủ yếu là nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài. Lắng nghe ý kiến của họ sẽ giúp cải thiện được việc thiết kế cơ sở dữ liệu, góp phần mở rộng quan hệ kinh doanh giữa doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài và nhà cung cấp trong nước.

5.2. Thăm công ty thường xuyên

Cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ là một sản phẩm công nghệ thông tin tinh vi, nhưng việc vận hành nó lại cần nhiều lao động và đòi hỏi dịch vụ gặp trực tiếp. Các tổ chức công địa phương đạt được tỉ lệ đăng ký cao từ các SME địa phương thường tuyển dụng những chuyên gia cao cấp có thâm niên làm việc trong các doanh nghiệp sản xuất như quản đốc hoặc kỹ sư. Những chuyên gia cao cấp này đến thăm từng SME để giúp họ điền vào phiếu đăng ký, và đồng thời cho họ những lời khuyên về mặt kỹ thuật hoặc quản lý. Tương tự, một tổ chức công địa phương kết hợp việc xây dựng cơ sở dữ liệu với dịch vụ đào tạo IT. Khi người hướng dẫn IT đến SME để tập huấn về IT, họ hướng dẫn doanh nghiệp cách điền thông tin vào phiếu đăng ký và giải thích lợi ích của việc tham gia vào cơ sở dữ liệu.

Các cuộc viếng thăm công ty thường xuyên phải mất vài năm mới có được thành công. Trong thời gian đó đòi hỏi người xây dựng cơ sở dữ liệu phải có sự

[10] Monozukuri-net Chino: http://kougyou.chinoshi.jp/

kiên nhẫn rất lớn. Ví dụ, chính quyền thành phố Okaya bắt đầu thu thập thông tin của doanh nghiệp từ năm 2003. Họ đã gửi phiếu đăng ký đến khoảng 800 doanh nghiệp, nhưng chỉ có 116 doanh nghiệp trả lời. Để tăng số lượng đăng ký, họ đã tuyển dụng hai chuyên gia cao cấp đến gặp từng doanh nghiệp địa phương để thu thập những thông tin cần thiết. Sau ba năm liên tục nỗ lực, đến năm 2006 họ đã thu thập được dữ liệu của 600 doanh nghiệp, chiếm khoảng 75% số doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Okaya.

Các cuộc viếng thăm thường xuyên cũng giúp tăng sự tin tưởng lẫn nhau giữa SME và tổ chức công địa phương nhờ giao tiếp trực diện. Sự tin tưởng này là yếu tố quan trọng góp phần tăng số lượng SME tham gia vào cơ sở dữ liệu. Một tổ chức công địa phương cho biết SME thường e ngại công bố dữ liệu bản thân vì họ không biết các tổ chức công địa phương sẽ sử dụng thông tin này như thế nào. Một tổ chức khác nói rằng một số SME không muốn đưa thông tin về mình cho công ty điều tra tư nhân mà cơ quan có thẩm quyền của địa phương đã ký hợp đồng với họ. Do đó, đến gặp trực tiếp, giao tiếp trực diện có thể giảm bớt rào cản tâm lý của các SME trong việc tham gia vào cơ sở dữ liệu. Một điểm khác nữa là các tổ chức công địa phương có thể chắc chắn về tính tin cậy của các thông tin trên cơ sở dữ liệu vì các chuyên gia sẽ kiểm tra được tính thống nhất giữa thông tin cung cấp với điều kiện thực tế của công ty và trang thiết bị trong các cuộc viếng thăm.

5.3. Cung cấp dịch vụ kết nối kinh doanh

Nếu cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ kết hợp được với việc cung cấp dịch vụ kết nối kinh doanh để giúp các SME mở rộng hoạt động thì sẽ thu hút thêm nhiều doanh nghiệp tham gia hơn. Để cung cấp được dịch vụ này cần phải thiết lập đầu mối dịch vụ tại tổ chức công địa phương để tiếp nhận các yêu cầu từ phía khách hàng và giới thiệu các nhà cung cấp địa phương thích hợp cho họ.

Khách hàng có thể liên hệ trực tiếp với nhà cung cấp nếu họ là những doanh nghiệp lớn có đội ngũ kinh doanh thành thạo, hoặc nếu họ đã tìm được những thông tin cần thiết từ cơ sở dữ liệu. Ngược lại, nếu khách hàng là doanh nghiệp nhỏ cần thêm thông tin, hoặc cần sự giới thiệu của các tổ chức công địa phương, hoặc không tìm đủ thông tin từ cơ sở dữ liệu, đầu mối dịch vụ sẽ đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối khách hàng với nhà cung cấp tiềm năng. Ví dụ, Trung tâm SME Sumida có dịch vụ tìm kiếm nhà cung cấp điều hành bởi các chuyên gia cao cấp về quản lý và kỹ thuật[11]. Dựa trên yêu cầu của khách hàng,

[11] Hướng dẫn doanh nghiệp Sumida: http://www.techno-city.sumida.tokyo.jp/sumida/index.htm

họ sẽ tìm kiếm trên cơ sở dữ liệu, lựa chọn một số nhà cung cấp phù hợp, gọi điện đến để hỏi xem họ có muốn có thêm khách hàng mới, sau đó lập danh sách sơ tuyển và gửi cho các khách hàng. Một số cơ sở dữ liệu khác như cơ sở dữ liệu của thành phố Okaya và Monozukuri-net cũng có dịch vụ kết nối kinh doanh tương tự.

6. Những vấn đề tồn tại xung quanh các chỉ số hoạt động

Phần còn lại của bài viết này sẽ xem xét ba vấn đề liên quan đến việc quản lý cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ, gồm: (i) các chỉ số hoạt động, (ii) sự lựa chọn giữa cơ sở dữ liệu quốc gia và địa phương, và (iii) công bố hay bảo mật dữ liệu của doanh nghiệp.

Bên cạnh ba hoạt động đã giải thích ở phần trên, con số thống kê cụ thể về cơ hội mở rộng kinh doanh sẽ là động lực quan trọng thu hút sự tham gia của các doanh nghiệp SME vào cơ sở dữ liệu. Tuy nhiên, rất ít tổ chức công địa phương ở Nhật Bản nắm rõ được tác động của cơ sở dữ liệu vào sự tăng trưởng trong kinh doanh. Một phần vì hầu hết các cơ sở dữ liệu mới được xây dựng từ sau năm 2000 nên chưa đủ thời gian để đánh giá. Tuy nhiên, quan trọng hơn đó là chưa có phương pháp đánh giá cơ sở dữ liệu một cách hiệu quả. Các tổ chức công địa phương thường chỉ nắm được số lượng yêu cầu gián tiếp từ phía khách hàng khi họ đề nghị cung cấp thông tin nhà cung cấp qua dịch vụ đầu mối, mà không biết được số lượng các yêu cầu trực tiếp của khách hàng với các doanh nghiệp SME trong nước được thực hiện sau khi họ tham khảo thông tin trên cơ sở dữ liệu. Ví dụ, Trung tâm SME Sumida đã nhận 130 yêu cầu gián tiếp trong năm 2006, trong đó có 40 trường hợp thành công, nhưng họ không có cách nào đếm được số lượng và kết quả của các giao dịch trực tiếp. Điều đáng nói là lượng giao dịch trực tiếp lại có xu hướng tăng nhiều hơn do các cơ sở dữ liệu ngày càng trở nên tinh vi và thân thiện người sử dụng hơn. Nếu khách hàng có thể tìm đủ thông tin trên cơ sở dữ liệu, họ không cần hỗ trợ thêm từ phía các tổ chức công địa phương.

Các chỉ số hoạt động cũng rất cần thiết để các tổ chức công địa phương chứng minh được tính hữu dụng của cơ sở dữ liệu và đảm bảo ngân sách cho sự hoạt động của cơ sở dữ liệu. Trên thực tế, một số tổ chức công địa phương gặp khó khăn khi muốn tăng ngân sách để tuyển dụng chuyên gia đi thăm công ty thường xuyên, bởi vì họ không thể đưa ra dẫn chứng rõ ràng về hiệu quả của cơ sở dữ liệu. Do đó, số lượng doanh nghiệp đăng ký tham gia vẫn có thể thấp cho dù cơ sở dữ liệu có được xây dựng một cách tinh vi.

Vấn đề này có thể được giải quyết dễ dàng nếu như có một cơ chế để các SME báo cáo thường kỳ số lượng giao dịch và mức tăng kinh doanh thực tế nhờ có cơ sở dữ liệu. Một vài tổ chức công địa phương có kế hoạch tiến hành điều tra về hoạt động của cơ sở dữ liệu. Nhưng thu thập thông tin chính xác về một hoạt động liên tục có thể rất tốn kém và mất thời gian đối với cả SME và các tổ chức công địa phương.

7. Cơ sở dữ liệu quốc gia hay địa phương

Một số ý kiến cho rằng chính phủ nên xây dựng một cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ trên phạm vi toàn quốc vì tiêu chuẩn hóa định dạng của cơ sở dữ liệu sẽ tăng hiệu quả vận hành. Tuy nhiên, theo đánh giá chung và qua kinh nghiệm của Nhật Bản, các tổ chức công địa phương có thể vận hành cơ sở dữ liệu hiệu quả hơn chính quyền trung ương.

Thứ nhất, không cần thiết và thậm chí là rất phiền phức nếu tiêu chuẩn hóa toàn bộ cơ sở dữ liệu của các vùng trên toàn quốc. Thay vì thế, định dạng của một cơ sở dữ liệu cần phải được thiết kế cho phù hợp với đặc điểm và ưu thế của từng vùng. Ngoài ra, tạo ra cạnh tranh lành mạnh giữa các vùng để cung cấp dịch vụ cơ sở dữ liệu tốt sẽ giúp nâng cao chất lượng của cơ sở dữ liệu.

Thứ hai, dung lượng của cơ sở dữ liệu quốc gia sẽ rất lớn đến mức không thể quản lý được. Cơ sở dữ liệu quốc gia sẽ đòi hỏi các nhà vận hành kiểm soát một khối lượng dữ liệu khổng lồ về các doanh nghiệp. Trên thực tế, đến thăm và thu thập dữ liệu cụ thể của rất nhiều doanh nghiệp là điều không thể. Ở Nhật Bản, nơi có 489.115 doanh nghiệp SME trong lĩnh vực sản xuất[12], không có một cơ sở dữ liệu cấp quốc gia nào được xây dựng thành công. Mặc dù Việt Nam có ít doanh nghiệp sản xuất hơn rất nhiều, Việt Nam vẫn gặp phải những khó khăn tương tự nếu lập cơ sở dữ liệu quốc gia, vì hệ thống thu thập dữ liệu vẫn chưa phát triển[13]. Ngược lại, nếu ở cấp địa phương, số doanh nghiệp đăng ký chỉ giới hạn trong phạm vi địa phương. Đó là lý do tại sao các cơ sở dữ liệu

---

[12] Dữ liệu năm 2004 trích dẫn từ Cục Doanh nghiệp vừa và nhỏ (2006). Ở Nhật Bản, một doanh nghiệp SME được định nghĩa là doanh nghiệp có vốn ít hơn 300 triệu yên (khoảng 2,6 triệu USD) hoặc có ít hơn 300 lao động.

[13] Theo GSO (2006), 20.531 doanh nghiệp sản xuất trên toàn quốc. Nghị định 90/2001/ND-CP định nghĩa rằng doanh nghiệp SME là doanh nghiệp có vốn ít hơn 10 tỉ đồng (khoảng 0,6 triệu USD) hoặc có ít hơn 300 lao động. Theo định nghĩa này, 76,1% doanh nghiệp sản xuất của Việt Nam là doanh nghiệp SME. Tuy nhiên, gần như toàn bộ doanh nghiệp ở Việt Nam được cho là doanh nghiệp SME theo tiêu chuẩn của Nhật Bản. Ví dụ, theo GSO (2005), năm 2003, khoảng 90% doanh nghiệp có vốn ít hơn 50 tỉ đồng (khoảng 3 triệu USD).

đã thành công ở Nhật Bản được vận hành bởi các tổ chức công cấp thành phố hoặc quận[14].

Vai trò thích hợp của chính quyền trung ương là hỗ trợ gián tiếp cho sự phát triển của các cơ sở dữ liệu cấp địa phương ở mỗi vùng. Thứ nhất, chính quyền trung ương có thể hướng dẫn về những thông tin tối thiểu cần có, hoặc thực hiện các chính sách giúp giảm chi phí truy cập hoặc cập nhật cơ sở dữ liệu. Thứ hai, chính quyền trung ương có thể xây dựng cơ sở dữ liệu mẫu để các địa phương học theo vì các tổ chức công địa phương thường không đủ năng lực để làm việc này. Trong cơ sở dữ liệu này, ngành mục tiêu nên được thu hẹp và số lượng các doanh nghiệp cũng không nên quá lớn để phù hợp với khả năng vận hành của hầu hết các tổ chức công địa phương. Ở giai đoạn ban đầu, cơ sở dữ liệu có thể bao gồm dữ liệu rất cụ thể của một vài doanh nghiệp, chẳng hạn như 10 hoặc 20 doanh nghiệp. Một ví dụ điển hình ở Việt Nam là chương trình kết nối kinh doanh thực hiện bởi Trung tâm Hỗ trợ kỹ thuật thuộc Cục Phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ, Bộ Kế hoạch và Đầu tư. Chương trình này đã thu thập thông tin tương đối cụ thể về 10 nhà cung cấp có tiềm năng cao thuộc một số lĩnh vực cụ thể và bắt đầu triển khai các cơ sở dữ liệu của họ có tính chất như cơ sở dữ liệu của một vùng.

8. Công khai hay bảo mật thông tin của công ty

Về nguyên tắc, doanh nghiệp không có nghĩa vụ phải công khai toàn bộ thông tin của mình trên cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ, bởi vì việc tham gia vào cơ sở dữ liệu là hoàn toàn tự nguyện. Doanh nghiệp phải có quyền lựa chọn những thông tin nào được phép công khai. Ở Nhật Bản, mẫu đăng ký thường bao gồm ba nhóm thông tin: (i) thông tin phải công khai đối với mọi doanh nghiệp, (ii) thông tin phải được bảo mật cho mọi doanh nghiệp, và (iii) thông tin có thể được công bố hay không tùy doanh nghiệp lựa chọn (Hình 3).

Nhóm thông tin thứ nhất thường bao gồm tên công ty, địa chỉ liên hệ, các sản phẩm chính, và lời giới thiệu. Nhóm thứ hai gồm thông tin về lãi lỗ, tuổi của tổng giám đốc, và đội ngũ kế cận. Thông tin này không được công khai trên cơ sở dữ liệu nhưng được dùng trong quá trình hoạch định chính sách.

[14] Từ ward *(ku)* là một đơn vị hành chính của những thành phố lớn như Tokyo, Yokohama, và Osaka, tương đương với *quận* ở Việt Nam.

Hình 3. Các loại thông tin trong các cơ sở dữ liệu của Nhật Bản

Nhóm thông tin thứ ba cấu thành nên phần cốt yếu của cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ. Nhóm này bao gồm rất nhiều nội dung có liên quan trực tiếp đến các tiêu chí lựa chọn nhà cung cấp như đã giải thích ở trên (Hình 2), như doanh số bán hàng hàng năm, lượng vốn, trang thiết bị sản xuất, độ chính xác chế tạo, khách hàng chủ yếu, số lao động, và chứng chỉ chất lượng. Mặc dù những dữ liệu này ít nhạy cảm hơn so với thông tin ở nhóm hai, các công ty đăng ký trên cơ sở dữ liệu vẫn có quyền quyết định thông tin nào được công bố và thông tin nào cần giữ bí mật. Nếu những người vận hành cơ sở dữ liệu yêu cầu doanh nghiệp công bố toàn bộ dữ liệu trong nhóm ba, họ có thể quyết định không tham gia cơ sở dữ liệu. Ví dụ, một tổ chức công địa phương đã yêu cầu các doanh nghiệp phải lựa chọn hoặc công khai, hoặc bảo mật toàn bộ dữ liệu trong phần này mà không cho phép họ lựa chọn theo từng hạng mục. Do vậy, hơn nửa số doanh nghiệp đã quyết định giữ bí mật thông tin của họ.

Mặt khác, cơ sở dữ liệu sẽ không hoạt động tốt nếu doanh nghiệp bảo mật quá nhiều thông tin ở nhóm thứ ba. Không công bố những thông tin này, cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ cũng sẽ giống như một danh bạ doanh nghiệp. Để tránh tình trạng này, người vận hành cơ sở dữ liệu cần kiên nhẫn thuyết phục doanh nghiệp cho công khai những thông tin này. Ở thành phố Okaya, trong số 600 doanh nghiệp cung cấp thông tin, chỉ có 520 doanh nghiệp đồng ý công bố toàn bộ dữ liệu của họ trên cơ sở dữ liệu. 80 doanh nghiệp còn lại điền đầy đủ thông tin yêu cầu trong bản đăng ký nhưng không muốn đưa lên trang web. Chính quyền thành phố Okaya hiện đang cố gắng chứng minh cho họ thấy lợi

ích của việc công bố thông tin trong nhóm thứ ba. Một giải pháp có thể giúp hạn chế lượng truy cập vào cơ sở dữ liệu của các khách hàng tiềm năng, đó là người vận hành cơ sở dữ liệu sẽ sàng lọc trước các khách hàng tiềm năng, cho tới khi các doanh nghiệp đăng ký nhận ra được lợi ích của việc công khai dữ liệu. Ở Việt Nam, đây có thể là một giải pháp cho các dự án thí điểm, nhưng việc sàng lọc như vậy chắc chắn sẽ tăng thêm gánh nặng hành chính cho người vận hành cơ sở dữ liệu.

9. Kết luận

Vài năm trước đây, chỉ có một số ít các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài quan tâm đến việc tăng tỉ lệ nội địa hoá ở Việt Nam bởi vì phần lớn trong số họ phải tập trung vào việc ổn định sản xuất hàng ngày. Trong giai đoạn ban đầu, các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài phải nhập khẩu linh phụ kiện là chủ yếu. Tuy nhiên, hiện nay càng có nhiều nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài muốn tăng tỉ lệ nội địa hoá trong giai đoạn tiếp theo, vì họ muốn nâng cao khả năng cạnh tranh về giá. Việc Việt Nam tham gia vào các hệ thống thương mại tự do khu vực và toàn cầu như WTO và AFTA cũng đẩy nhanh xu hướng này, vì các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài dù có tập trung chủ yếu vào thị trường trong nước cũng vẫn phải cạnh tranh với hàng nhập khẩu sau khi các hàng rào thuế quan bị dỡ bỏ.

Để bắt nhịp với làn sóng nội địa hoá, các cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ hiệu quả là yêu cầu cấp bách. Các cơ sở dữ liệu sẽ hỗ trợ các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài tăng tỉ lệ nội địa hoá và cho phép các nhà cung cấp trong nước thiết lập quan hệ kinh doanh với các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài. Một số người quan ngại rằng các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài sẽ chỉ giao dịch với các nhà cung cấp có vốn đầu tư nước ngoài, và các nhà cung cấp trong nước sẽ không thể mở rộng hoạt động của họ ngay cả khi cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ được xây dựng. Tuy nhiên, quan điểm này không có cơ sở và có vẻ thiển cận. Mặc dù các nhà lắp ráp có vốn đầu tư nước ngoài ban đầu mua linh phụ kiện chủ yếu từ các nhà cung cấp có vốn đầu tư nước ngoài, họ sẽ dần dần muốn tìm các nhà cung cấp trong nước với hy vọng có thể cắt giảm được chi phí. Hơn nữa, ngành công nghiệp linh phụ kiện có nhiều cấp bậc, và nhà cung cấp có vốn đầu tư nước ngoài cũng cần phải mua linh phụ kiện từ các nhà cung cấp trong nước. Vì những lý do này, cơ sở dữ liệu về công nghiệp hỗ trợ như là dầu bôi trơn cần thiết trong chiến lược phát triển công nghiệp do đầu tư trực tiếp nước ngoài dẫn dắt và mang lại lợi ích cho các doanh nghiệp trong nước.

Tài liệu tham khảo

Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp Nhật Bản (METI). (2006). *Dai 34 kai kaigai jigyou katsudou kihon chousa kekka gaiyou: 2003 nendo jisseki (Điều tra lần thứ 34 về hoạt động kinh doanh tại nước ngoài: Các kết quả thực tế năm 2003)*. Tokyo: METI.

Bộ Ngoại giao Nhật Bản (MOFA). (2003). *The report of Vietnam-Japan joint initiative to improve business environment with a view to strengthen Vietnam's competitiveness (Báo cáo về Sáng kiến chung Việt Nam - Nhật Bản nhằm cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh cho Việt Nam)*. Tokyo: MOFA.

Cục Doanh nghiệp vừa và nhỏ Nhật Bản. (2006). *Chuushoukigyou hakusho 2006 nenban (Sách trắng về các doanh nghiệp vừa và nhỏ Nhật Bản)*. Tokyo: Gyosei.

Diễn đàn Phát triển Việt Nam (VDF). (Tháng 6, 2006). *Supporting industries in Vietnam: From the perspective of Japanese manufacturing firms (Công nghiệp hỗ trợ Việt Nam: Dưới góc nhìn của các nhà sản xuất Nhật Bản)*, VDF Policy Note Số 2. Tokyo: VDF.

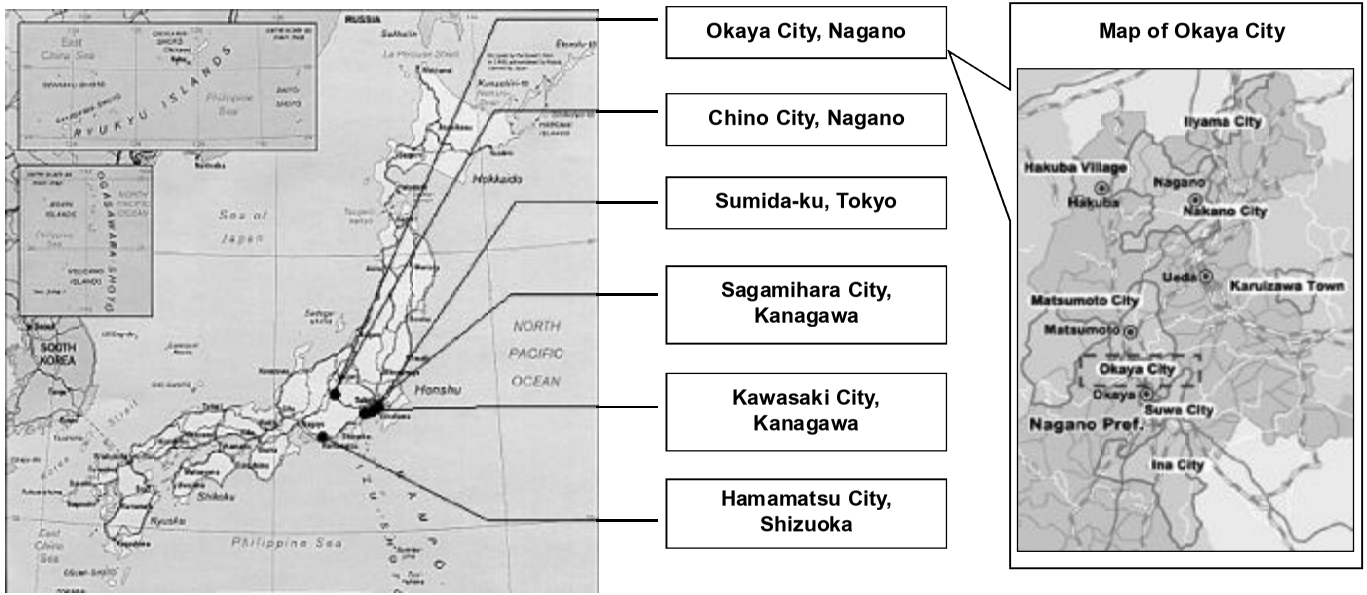
Tổ chức Xúc tiến thương mại Nhật Bản (JETRO). (2005). *Japanese-affiliated manufacturers in Asia (ASEAN and India): Survey 2004 (Các nhà sản xuất Nhật Bản tại Châu Á (ASEAN và Ấn Độ)*. Tokyo: JETRO.

Tổng cục thống kê (GSO). (2005). *Thực trạng doanh nghiệp qua kết quả điều tra các năm 2002, 2003, 2004*. Hà Nội: Nhà xuất bản Thống kê.

_____. (2006). *Niên giám thống kê Việt Nam*. Hà Nội: Nhà xuất bản Thống kê.

Phụ lục A

Sáu thành phố tác giả đến thăm và Bản đồ của thành phố Okaya City và các vùng lân cận



Phụ lục B

So sánh về Cơ sở dữ liệu công nghiệp hỗ trợ ở Nhật Bản, Malaysia, Thái Lan và Việt Nam

Nước	STT	Cơ quan quản lý	Tên CSDL	Số doanh nghiệp đăng ký	Thông tin đăng ký									
					Địa chỉ liên hệ	Năm thành lập	Tổng vốn	Doanh số bán hàng hàng năm	Số lao động	Giới thiệu	Các sản phẩm chính	Các khách hàng chính	Trang thiết bị sản xuất	ISO
Nhật Bản	1	Phòng thương mại Sagamihara	Monozukuri-net	98	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	2	Phòng thương mại Fujisawa		54	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	3	Phòng thương mại Hamamatsu		194	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	4	Phòng thương mại Ogaki		31	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	5	Techno Plaza Okaya	Okaya-city Enterprise Database	600	○	○	○	-	○	○	○	○	○	○
	6	Quỹ Phát triển Công nghiệp thành phố Kawasaki	Kawasaki Database	1,300	○	○	○	-	○	○	○	-	○	-
	7	Trung tâm SME Sumida	Enterprise Database	2,500	○	○	-	-	○	○	○	○	△	-
	8	Hiệp hội Phát triển Công nghiệp quận Ota	OTA-TECH.NET	?	○	-	○	-	○	○	○	-	-	-
	9	Thành phố Chino	Monozukuri-net Chino	Khoảng 400	○	○	○	-	○	○	○	-	○	-
	10	Thành phố Suwa	Suwa-city Industry Guide	?	○	○	○	-	○	○	○	-	○	-
Việt Nam	1	Yellow Pages JSC	Vietnam Yellow Pages	60,000	○	-	-	-	-	-	○	-	-	-
	2	Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam	Vietnam Business Directory	20,000	○	-	-	-	-	-	○	-	-	-
Các nước khác	1	Uỷ ban Đầu tư (BOI), Thái Lan	ASEAN Supporting Industry Database	?	○	-	○	○	○	-	○	-	-	-
	2	SMIDEC, Malaysia	Enterprise 50	?	○	○	-	-	-	-	○	-	-	-

Phụ lục C

Mẫu Dữ liệu công ty của Cơ sở dữ liệu của thành phố Okaya

Tên công ty	xxxxxxxxxx			
Chính sách của công ty	1. Cải thiện môi trường làm việc, kết hợp trí tuệ của toàn thể công nhân viên. 2. Luôn luôn nâng cao năng lực và bộc lộ tiềm năng.			
Địa chỉ	xxxxxx	xxxxxx		
Tên người đại diện	xxxxxx			
Điện thoại	xxxxxx			
FAX				
E-mail	xxxxxx			
Trang web của công ty	xxxxxx			
Số lao động	50 lao động			
Năm thành lập	Ngày 1 tháng 3 năm 1961			
Tổng vốn	25.000.000 JPY			
Chi nhánh trong nước				
Chi nhánh nước ngoài				
Loại hình kinh doanh	Công nghiệp cơ khí chế tạo			
Lĩnh vực kinh doanh	Máy ảnh, ô tô, thiết bị y tế			
Sản phẩm chính	Khuôn dập và khuôn đúc dùng cho linh phụ kiện kim loại chính xác của máy ảnh và hàng điện tử, gá, công cụ cắt			
Các khách hàng chính	Koshina, Sanko Manufacturing, Kyosera, HOYA-SCHOTT			
Tiếp nhận định dạng CAD	DXF	MI	IGES	
Sử dụng phần mềm CAD/CAM	JAPT	2MR	2MX	
Tiêu chuẩn quốc tế (ISO, etc.)				

Phương thức nhận đơn hàng
Hàng thành phẩm, gia công linh phụ kiện

Công nghệ sản xuất và gia công				
Công nghệ gia công	Kỹ năng đặc biệt	Phạm vi chế tạo		
		Lớn nhất	Nhỏ nhất	Độ chính xác
Cắt dây kim loại	Nguyên liệu khó cắt	W520 D370 H320		1/1000
Cắt dây kim loại	Gia công tinh vi			
Cắt dây kim loại	Thời gian ngắn			
Khác	Nguyên liệu khó cắt			
Khác	Gia công tinh vi			
Khác	Thời gian ngắn			
Khác	Chi phí thấp			

Nguyên liệu gia công			
Thép đúc	Thép	Thép không gỉ	Đóng, kim loại hợp kim
Hợp kim nhôm	Hợp kim magiê	Hợp kim chì	Hợp kim von-fram, mo-lip-đen
Hợp kim Niken	Khác		

Sản phẩm chính và trang thiết bị gia công				
Tên máy móc, thiết bị	Số hiệu	Nhà sản xuất	Số lượng	Ghi chú
Máy cắt dây kim loại	U53K, etc.	Makino, Sodec, etc	33	Gia công trong thời gian ngắn đối với mọi loại nguyên liệu
Máy phóng điện	M35C5, etc	Mitsubishi Electric	3	
Machining Center	V-M II	Roku-roku	3	Sử dụng chung
Máy cán	VHR_AF, etc	Shizuoka Tekko, etc.	0	
Máy tiện		Takizawa, etc.	3	Sử dụng chung
Máy mài bề mặt phẳng	GS-BM II	Kuroda Seiko	6	
Máy mài gá	3SB	Mitsui Seiki	1	
Máy mài công cụ siêu cứng	T-CTG4	Tsugami	1	
Máy dập điện (tự động)	HISG-35, etc.	Endo Press	30	
Tupper	BTO-263	Brother Industry	10	
Máy khoan lỗ nhỏ, chính xác	AFI-III	"	4	
High Spin	BRI-103	"	13	
Leveler	RP5-151	"	2	
Thiết bị gia công kim loại tấm	SGAC, etc.	Amada	1	
Shirring	AAA, etc.	Aizawa Tekkojo, etc.	5	
Máy cuốn thùng			5	Nối, cuộn, rung

Thiết bị CAD/CAM chính				
Tên máy móc, thiết bị	Số hiệu	Nhà sản xuất	Số lượng	Ghi chú
CAD/CAM	2MR/X	Y.J.S	6	
"	EAPT	Fanac	1	

Thiết bị đo kiểm chính				
Tên máy móc, thiết bị	Số hiệu	Nhà sản xuất	Số lượng	Ghi chú
Máy đo độ cứng	MVK-HI	Akashi	1	
Máy chiếu	PV-5000	Mitsutoyo	7	20 lần
Kính hiển vi	TM	"	5	
Pinch age	EP-2A	"	5	0.50 ~ 6.00

Ghi chú: Thông tin bảo mật được hiển thị bằng dấu xxx.
Nguồn: Cơ sở dữ liệu doanh nghiệp thành phố Okaya, có thể xem tại http://www.tech-okaya.jp/top.html bằng tiếng Nhật.

Giấy phép xuất bản số: 319-2007/CXB/24-64/LĐXH, do Nhà xuất bản Lao động
Xã hội cấp ngày 20 tháng 7 năm 2007. In 500 cuốn, khổ 16x24cm.
Thiết kế tại Công ty In Hoàng Minh.

VDF