

# Một số vấn đề về công nghiệp phụ trợ cho ngành ô tô, xe máy của Việt Nam

NGUYỄN TRỌNG XUÂN

*T*rong những năm cuối của thế kỷ XX công nghiệp ô tô, mô tô xe máy (dưới đây gọi chung là xe máy) của Việt Nam đã được hình thành và phát triển, từng bước đáp ứng nhu cầu ngày tăng của người tiêu dùng. Tuy nhiên, so với yêu cầu của sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước thì tốc độ và chất lượng phát triển như lâu nay là tương đối chậm và thiếu khả năng cạnh tranh. Ngành công nghiệp này tuy đã được sự chú ý, sự “bảo hộ” và quyết tâm đáng kể của Chính phủ, cũng như đã được bàn đến trong khá nhiều diễn đàn, sự thay đổi để phù hợp với tình hình của một số chính sách... nhưng cho đến nay vẫn còn tồn tại khá nhiều ý kiến khác nhau, nhiều vướng mắc chưa tìm ra lối thoát. Thực tiễn phát triển vừa qua đã đủ các yếu tố để nhận ra rằng: cũng như hầu hết các nền kinh tế khác trên thế giới, một trong những nòng cốt đảm bảo cho sự phát triển của công nghiệp ô tô, xe máy Việt Nam là công nghiệp phụ trợ. Bài viết bàn về công nghiệp phụ trợ cho ngành sản xuất ô tô, xe máy nhằm làm rõ một số vấn đề cần giải quyết góp phần thúc đẩy sự phát triển của công nghiệp nói chung và công nghiệp ô tô, xe máy nói riêng.

## 1. Khái quát thực trạng phát triển công nghiệp ô tô Việt Nam

Xuất phát từ nhu cầu của thị trường, thực hiện chiến lược phát triển của ngành công nghiệp, trong những năm 90 của thế kỷ trước, Việt Nam chủ trương thúc đẩy phát triển ngành công nghiệp ô tô, xe máy. Để khắc phục sự thiếu hụt về công nghệ, về năng lực tổ chức sản xuất, về vốn... Khởi đầu của chủ trương trên là việc tạo điều kiện thu hút một số doanh nghiệp nước ngoài đến thực hiện đầu tư trong lĩnh vực này. Các doanh nghiệp đã thực hiện đầu tư vào ngành công nghiệp ô tô tại Việt Nam như: Toyota, Ford, GM-Daewoo, Fiat, Mercedes-Benz, BMW, Mazda, Suzuki, Daihatsu, Honda, Kia, Mitsubishi, Isuzu, PMC, Sangyong, Hino.

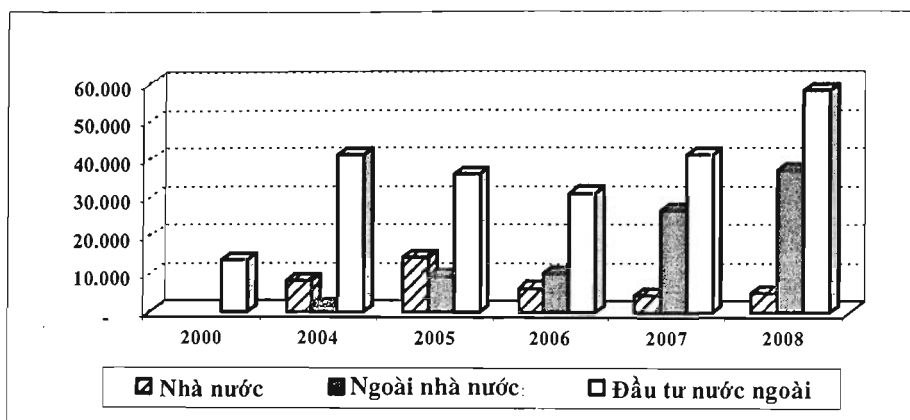
Về số lượng ô tô các loại: các doanh nghiệp trên đã cung cấp cho thị trường Việt Nam một khối lượng tăng lên đáng kể qua

các năm: từ 3.524 chiếc/năm 1995, lên 13.547 chiếc/năm 2000 (bằng 384,42% so với năm 1995) và 64.033 chiếc/năm 2005 (bằng 472,67% so với năm 2000 và bằng 1817,05% so với năm 1995); lên 71.892 chiếc/năm 2007 (bằng 112,27% so với 2005 và bằng 2040,07% so với 1995); và tăng tới 100.076 chiếc/năm 2008 (bằng 139,02% so với 2007 và bằng 2839,84% so với 1995). Từ năm 2000 trở về trước, hoạt động sản xuất kinh doanh ô tô chỉ do các doanh nghiệp đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) thực hiện. Từ năm 2001, các doanh nghiệp Việt Nam bắt đầu tham gia vào hoạt động này với số lượng sản phẩm tương đối khiêm tốn (315 chiếc, chỉ chiếm 1,53%), con số này đã tăng lên trong các năm tiếp theo (hình 1).

---

Nguyễn Trọng Xuân, TS, Viện Kinh tế Việt Nam.

HÌNH 1. Số lượng ô tô lắp ráp tại Việt Nam (Đơn vị tính: chiếc)



Nếu so sánh với mong muốn, với chiến lược phát triển thì những kết quả nêu trên cũng chỉ mới phản ánh phần nào về lượng, còn về chất thì sự phát triển của ngành này cũng đang dừng lại ở hoạt động lắp ráp là chủ yếu. Một số quy định của Chính phủ Việt Nam về nội địa hóa đối với công nghiệp ô tô còn thiếu đồng bộ, nên các doanh nghiệp đối phó dưới các hình thức khác nhau, cho đến nay những quy định đó đã không có đủ điều kiện để thực hiện đúng trong thực tế. Có nhiều nguyên nhân khiến các doanh nghiệp công nghiệp ô tô chọn hình thức lắp ráp từ các linh kiện nhập khẩu, trong đó nổi

bật nhất vẫn là do Việt Nam gần như chưa có công nghiệp phụ trợ đáp ứng nhu cầu của các doanh nghiệp này, mặt khác vẫn tồn tại sự khác nhau về biểu thuế mà theo đó các doanh nghiệp khi hạch toán thì phương thức nhập khẩu linh kiện vẫn hiệu quả hơn đầu tư cho thực hiện sản xuất các sản phẩm phụ trợ ở Việt Nam.

Về cơ cấu các thành phần kinh tế trong công nghiệp ô tô: cho đến nay, tỷ trọng của các doanh nghiệp Việt Nam trong tổng số ô tô lắp ráp tuy đã tăng lên nhưng số ô tô do các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài lắp ráp vẫn chiếm chủ yếu (gần 60%).

BẢNG 1. Tỷ trọng của các loại hình doanh nghiệp trong tổng sản lượng lắp ráp ô tô các loại tại Việt Nam (%)

Thành phần	2000	2004	2005	2006	2007	2008
Nhà nước		16,0	24,0	13,2	6,0	5,2
Ngoài nhà nước		3,3	15,3	21,6	36,7	36,9
Đầu tư nước ngoài	100,0	80,7	60,7	65,2	57,2	57,9
Tổng cả nước	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Nguồn: Tính toán từ "Công nghiệp Việt Nam 20 năm đổi mới và phát triển", Nxb Thống kê, Hà Nội, 2006; Niên giám thống kê 2008, Nxb Thống kê, 2009.

Về dung lượng thị trường: tuy sản lượng ô tô lắp ráp tại Việt Nam bình quân đầu người (chiếc/1000 người dân) đã có sự tăng lên qua các năm, từ 0,05 chiếc (năm 1995), 0,17 chiếc (năm 2000), 0,28 chiếc (năm 2001), 0,37 chiếc (năm 2002), 0,59 chiếc (năm

2003), 0,62 chiếc (năm 2004), 0,77 chiếc (năm 2005) và 1,16 chiếc (năm 2008); đồng thời, tốc độ tăng sản lượng ô tô lắp ráp tại Việt Nam trung bình của thời kỳ 1996-2008 là 34,78%/năm, nhưng đây vẫn là con số rất thấp so với nhu cầu. Cho dù sắp tới các điều

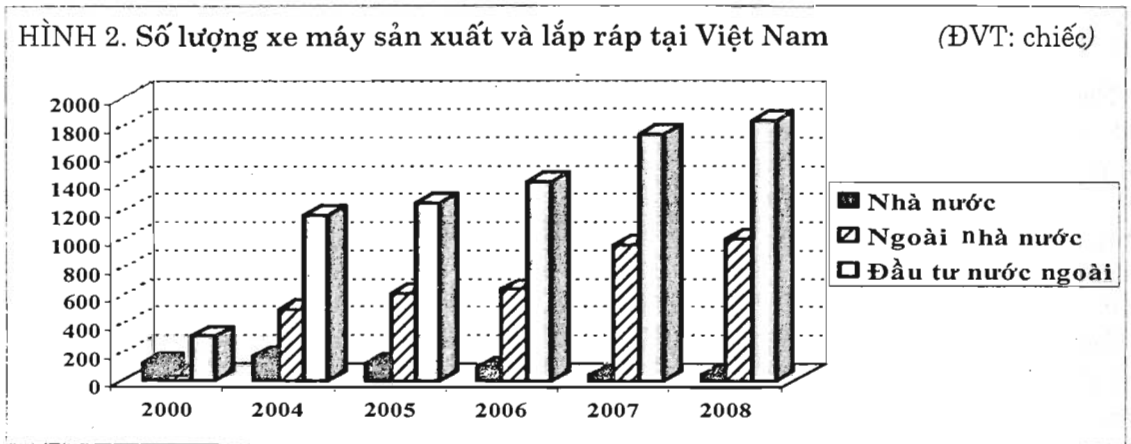
kiện cho nhập khẩu ô tô tương đối thuận lợi, thì Việt Nam vẫn là một thị trường tương đối lớn và hấp dẫn đối với sự phát triển của ngành công nghiệp ô tô trong nước.

## 2. Khái quát thực trạng phát triển công nghiệp xe máy của Việt Nam

Kể từ khi chiếc xe máy đầu tiên được lắp ráp tại Việt Nam, số lượng của loại sản phẩm này đã tăng lên với tốc độ thuộc loại nhanh nhất của ngành công nghiệp. Nếu năm 1995 mới có 62.200 chiếc xe máy được xuất xưởng, thì năm 2000 con số đó đã tăng

lên 463.400 chiếc (bằng 745,02% so với năm 1995); năm 2005 là 1.982.100 chiếc (bằng 427,73% của năm 2000 và bằng 3.186,66% so với năm 1995), đến năm 2008 con số đó đã lên tới 2.880.200 chiếc (bằng 145,31% của năm 2005 và bằng 4.630,55% so với năm 1995). Cơ cấu các thành phần kinh tế trong tổng số xe máy được sản xuất, lắp ráp tại Việt Nam thời kỳ 1995-2008 như sau: các doanh nghiệp nhà nước 7,74%, các doanh nghiệp ngoài nhà nước 26,43%, còn các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài chiếm tới 65,83%.

HÌNH 2. Số lượng xe máy sản xuất và lắp ráp tại Việt Nam (ĐVT: chiếc)



Về thị trường: mặc dù, số xe máy được sản xuất, lắp ráp hàng năm tại Việt Nam tính bình quân đầu người (chiếc/1000 người) đã tăng lên khá nhanh: từ 0,9 chiếc (năm 1995), 6 chiếc (năm 2000), 24,3 chiếc (năm 2005), lên 33,41 chiếc (năm 2008). Tuy vậy, có thể nói, Việt Nam là một trong số ít thị trường có nhu cầu tiêu thụ khá lớn và trong tương lai vẫn là một thị trường có dung lượng lớn của sản phẩm xe máy. Thời gian qua, thị phần của sản phẩm này tại Việt Nam chủ yếu thuộc về các doanh nghiệp đầu tư trực tiếp nước ngoài. Trong thời kỳ 1996 - 2008, chỉ có 1 năm (năm 2001) là các sản phẩm xe máy do các doanh nghiệp Việt Nam lắp ráp chiếm tỷ trọng 56,33% (trong đó doanh nghiệp nhà nước chiếm 40,11%).

Một thực tế mà nhiều người Việt Nam cũng như hầu hết những người nước ngoài

đến Việt Nam trong những năm gần đây đều có chung một nhận xét: ở Việt Nam mật độ phương tiện tham gia giao thông bằng xe máy thuộc loại cao nhất thế giới. Điều này là hoàn toàn đúng và phù hợp với điều kiện của Việt Nam trên tất cả các phương diện: kinh tế, cơ sở hạ tầng, giao thông, xã hội, thói quen,... Cụ thể, các yếu tố xác định nhu cầu xe máy tại thị trường Việt Nam chính là: (1) Về kinh tế: nếu so với cùng chủng loại và cùng chất lượng thì giá một chiếc xe máy ở Việt Nam cũng thuộc loại đắt nhất thế giới, do đó một mặt nếu so với mức thu nhập của số đông dân cư thì mua được chiếc xe máy đã là một sự cố gắng, mặt khác, chi phí cho chiếc xe hoạt động cũng tương đối hợp lý trong cơ cấu chi tiêu của nhiều người; (2) Về cơ sở hạ tầng và tổ chức giao thông: một mặt, tỷ lệ diện tích đất sử dụng dành cho xây dựng đường giao thông cũng như diện tích đường giao

thông bình quân đầu người của Việt Nam đều thuộc một trong những nước thấp nhất thế giới, chất lượng đường lại kém và chậm cải thiện. Mặt khác, cách tổ chức luồng tuyến thiếu khoa học, phương tiện giao thông công cộng đã kém phát triển lại bất hợp lý với số đông dân cư... Tất cả những điều đó đã đặt chiếc xe máy vào vị trí của một phương tiện đáp ứng tương đối đầy đủ yêu cầu về tính linh hoạt, tính hợp lý trong việc đi lại của người dân Việt Nam; (3) Về xã hội, thói quen tiêu dùng: đã một thời chiếc xe máy là một trong những tiêu chí phân biệt “dẳng cấp” trong xã hội Việt Nam. Một thời giá cả (thậm chí cả giá cả của màu xe) trên thị trường được định đoạt bởi những người nhiều tiền, đến nay, nhiều nơi chiếc xe máy là một trong những điều kiện cần để người lao động có việc làm... Hay nói cách khác, tuy ở các mức độ khác nhau, nhưng chiếc xe máy đã có có sức mạnh nhất định trong điều tiết một số quan hệ xã hội ở Việt Nam.

Trong đợt khảo sát, phỏng vấn trực tiếp lãnh đạo của một số doanh nghiệp sản xuất xe máy tại địa bàn các tỉnh khu vực phía bắc (cuối tháng 11-2009), khi được hỏi về những dự báo của họ đối với nhu cầu thị trường xe máy Việt Nam trong tương lai, thì tất cả họ đều đánh giá nhu cầu sử dụng xe máy của người dân Việt Nam vẫn tiếp tục tăng lên trong thời gian tới. Còn đối với thị trường ô tô, họ cũng đều có nhận xét: tuy về khối lượng chưa nhiều, nhưng nhu cầu sử dụng ô tô ở Việt Nam tăng nhanh hơn rất nhiều so với các thị trường khác trong khu vực cũng như trên thế giới. Hầu hết các doanh nghiệp được phỏng vấn đều khẳng định rằng: trong thời gian tới họ không những duy trì mà còn tiếp tục mở rộng quy mô sản xuất ô tô, xe máy tại Việt Nam. Để cạnh tranh được ở thị trường này thì một trong những vấn đề mà họ cần phải thay đổi ngay là phải hình thành, hoặc liên kết chặt chẽ với hệ thống các doanh nghiệp sản xuất linh kiện phụ trợ tại chỗ một cách phù hợp và hiệu quả.

### **3. Thực trạng cung cấp các sản phẩm phụ trợ cho công nghiệp ô tô, xe máy Việt Nam**

Trong điều kiện phát triển hiện nay, cùng với trình độ của nguồn nhân lực thì vấn đề địa bàn, hiệu quả và tính thuận lợi của nguồn cung cấp các sản phẩm phụ trợ cho sản xuất là những yếu tố quyết định khả năng cạnh tranh của các sản phẩm hàng hóa nói chung cũng như sản phẩm ô tô, xe máy nói riêng. Dù ở trình độ phát triển nào, công nghệ hiện đại đến đâu thì công nghiệp ô tô, xe máy sẽ không thể phát triển được nếu thiếu sự phát triển với trình độ tương ứng (kể cả chất lượng cũng như phương thức cung cấp) của công nghiệp phụ trợ. Công nghiệp phụ trợ có thể được hình dung như những tế bào cấu thành của ngành sản xuất ô tô, xe máy. Theo tính toán của các chuyên gia kỹ thuật trong ngành công nghiệp ô tô, xe máy thì một chiếc ô tô, xe máy được hình thành từ 20.000 đến 30.000 chi tiết. Để một doanh nghiệp sản xuất ô tô, xe máy hoạt động được và có hiệu quả, thì họ có liên quan tối thiểu đến hàng nghìn nhà cung cấp linh kiện chi tiết.

Thực trạng phát triển công nghiệp phụ trợ cho ngành sản xuất ô tô, xe máy của Việt Nam: trước năm 1990, ngành sản xuất và lắp ráp ô tô, xe máy tại Việt Nam, chủ yếu là chế tạo và sản xuất phụ tùng nhỏ, lẻ để sửa chữa; ngoài ra đã chế thử một số cụm tổng thành hoặc một số chi tiết của cụm tổng thành. Từ năm 1990 đến nay đã hình thành các cơ sở sản xuất - lắp ráp với linh kiện nhập ngoại. Hiện nay khả năng chế tạo các linh kiện và phụ tùng ô tô ở trong nước còn rất hạn chế, đa phần là các bộ phận có giá trị thấp như: săm, lốp, các loại nhíp lá, các sản phẩm nhựa có độ chính xác không cao, ghế đệm, công nghệ sơn mạ tĩnh điện các cụm chi tiết vừa và nhỏ, ốc quy, da bọc nệm ghế, bộ dây điện truyền dẫn... Tỷ lệ nội địa hóa trong sản xuất khoảng 7-10% và do dung lượng thị trường nội địa nhỏ, sản xuất chưa đạt hiệu quả kinh tế cao. Riêng xe con đến 5 chỗ do các doanh nghiệp FDI không

chế sản xuất và thị phần (chủ yếu là nhập khẩu linh phụ kiện để lắp ráp - hầu hết do công ty mẹ cung cấp), hơn nữa sản lượng dự báo theo Quy hoạch phát triển ngành công nghiệp ô tô Việt Nam (phê duyệt tháng 10-2004) chỉ là 60.000 chiếc vào năm 2010 và 116.000 chiếc vào năm 2020, nên công nghiệp sản xuất các chi tiết máy và linh phụ kiện cơ khí phụ trợ chưa thể phát triển được.

Về địa bàn: những năm cuối thế kỷ XX phần đông các doanh nghiệp đầu tư trực tiếp nước ngoài vào ngành công nghiệp ô tô, xe máy tại Việt Nam tập trung chủ yếu vào các tỉnh phía Nam (vùng lân cận thành phố Hồ Chí Minh). Chính đặc điểm này đã kéo theo sự tập trung đáng kể của các doanh nghiệp sản xuất sản phẩm phụ trợ cũng tập trung khá nhiều ở khu vực này. Các doanh nghiệp sản xuất lắp ráp ô tô, xe máy ở địa bàn khu vực phía Bắc trong một thời kỳ đã sử dụng chủ yếu các sản phẩm phụ trợ từ các doanh nghiệp đóng trên địa bàn các tỉnh phía Nam. Với khoảng cách địa lý khá xa và phương thức vận chuyển kém đã làm cho việc sử dụng các linh kiện phụ trợ tại khu vực trên ngày càng thiếu hiệu quả. Đặc điểm đó là cơ sở chủ yếu thúc đẩy các doanh nghiệp ô tô, xe máy đóng tại địa bàn các tỉnh khu vực phía Bắc chuyển hướng sang nhập khẩu linh kiện phụ trợ nhập khẩu từ Trung Quốc. Đây cũng là động lực thúc đẩy các nhà đầu tư Trung Quốc thực hiện đầu tư nhà máy sản xuất sản phẩm linh kiện phụ trợ cho ngành ô tô, xe máy tại Việt Nam.

Trên thực tế hiện nay, số lượng các doanh nghiệp cung cấp linh kiện cho công nghiệp sản xuất, lắp ráp ô tô, xe máy tại Việt Nam chỉ mới đáp ứng được khoảng 20-30%. Điều đó chứng tỏ rằng phải đến khoảng 70-80% các linh kiện, phụ tùng phục vụ cho sản xuất, lắp ráp ô tô, xe máy tại Việt Nam là phải nhập khẩu.

Các doanh nghiệp ô tô, xe máy đang hoạt động tại Việt Nam đều rất nỗ lực trong việc tăng cường sử dụng linh phụ kiện tại chỗ, nhằm thực hiện chủ trương nâng cao tỷ lệ

nội địa hóa. Cho đến nay, các doanh nghiệp cung cấp linh phụ kiện chủ yếu là các nhà cung cấp linh kiện Nhật Bản đang đầu tư vào Việt Nam, tiếp theo là các doanh nghiệp Đài Loan, cuối cùng là các doanh nghiệp Việt Nam. Các linh kiện, nguyên phụ liệu chưa được sản xuất tại Việt Nam chủ yếu được nhập khẩu từ Trung Quốc, số còn lại nhập khẩu từ Nhật Bản và một số nước khác.

#### **4. Một số vấn đề đặt ra đối với công nghiệp phụ trợ cho ngành sản xuất ô tô, xe máy tại Việt Nam**

4.1. Yêu cầu chung của các nhà sản xuất đối với dịch vụ cung cấp sản phẩm phụ trợ là tính kịp thời, độ chuẩn xác, cước vận chuyển thấp,... Những yêu cầu đó sẽ được đáp ứng tốt hơn khi các sản phẩm phụ trợ được sản xuất tại chỗ hoặc nhập khẩu từ các thị trường thuận lợi, gần địa bàn sản xuất. Trong những năm qua, tỷ trọng các sản phẩm phụ trợ cho ngành sản xuất ô tô, xe máy được sản xuất tại Việt Nam còn thấp, đây là bài toán khó và tương đối lúng túng khi tìm lời giải. Trong các mối quan hệ của toàn cầu hóa, tính hội nhập đang trở thành nhân tố quyết định khả năng tồn tại và phát triển của các nền kinh tế quốc gia, khi mà nền kinh tế thế giới đang đạt đến trình độ hợp tác, phân công, chuyên môn hóa cao như hiện nay, thì phương thức cung cấp các sản phẩm phụ trợ cho sản xuất của các doanh nghiệp công nghiệp ô tô, xe máy tại Việt Nam rất đa dạng: (1) Nhập khẩu các sản phẩm, chi tiết phụ trợ từ các nhà sản xuất vốn dĩ đã chuyên môn hóa và hiện đang chi phối thị trường thế giới (sản phẩm đạt trình độ chuẩn hóa cao, có công nghệ tiên tiến, có thương hiệu, dịch vụ tốt đáp ứng đúng yêu cầu của các nhà sản xuất...); (2) Hình thành các doanh nghiệp chuyên sản xuất các sản phẩm phụ trợ tại Việt Nam; (3) Tạo điều kiện để cho một số doanh nghiệp sản xuất ô tô, xe máy có quy mô đủ mạnh đang hoạt động tại Việt Nam tổ chức sản xuất sản phẩm phụ trợ phục vụ cho sản xuất của doanh nghiệp mình và cung cấp cho các

doanh nghiệp khác cùng ngành... Thực tiễn của công nghiệp ô tô, xe máy tại Việt Nam thời gian qua đều đã trải qua thử nghiệm các dạng này, nhưng rốt cuộc vẫn tập trung chủ yếu ở dạng thứ (1) - nhập khẩu các sản phẩm phụ trợ.

4.2. Vậy, điểm mấu chốt ở đâu? Tại sao đã trải qua một thời kỳ tương đối dài mà công nghiệp phụ trợ cho ngành sản xuất ô tô, xe máy Việt Nam phát triển vẫn hầu như không đáng kể? Tại sao khi đầu tư vào Việt Nam, các liên doanh ô tô, xe máy không tự sản xuất linh kiện phụ trợ để hạn chế chi phí?... Hiện đang tồn tại các ý kiến khác nhau khi lý giải vấn đề này: loại ý kiến thứ nhất cho rằng: do sự hạn chế về các điều kiện cơ sở hạ tầng, thu nhập của người dân thấp (khả năng thanh toán kém), thói quen tiêu dùng (hàng nhập khẩu nguyên chiếc được người tiêu dùng ưa chuộng hơn),... nên Việt Nam trong hiện tại cũng như tương lai chỉ là một thị trường nhỏ đối với sản phẩm ô tô sản xuất, lắp ráp tại chỗ. Với dung lượng thị trường như vậy thì việc sản xuất sản phẩm phụ trợ cho ngành này ngay tại địa bàn Việt Nam sẽ có khả năng rất kém hiệu quả; loại ý kiến thứ hai cho rằng: công nghiệp ô tô Việt Nam đang có điều kiện thuận lợi để phát triển mạnh mẽ công nghiệp phụ trợ như nguồn nhân lực được đánh giá là “khéo léo nhất thế giới”, nguồn nguyên - nhiên liệu, và đặc biệt là đang có hàng trăm doanh nghiệp hoạt động trong ngành cơ khí - chế tạo máy, đó là chưa kể đến lực lượng hùng hậu các xưởng, cơ sở cơ - kim khí, làng nghề trên toàn quốc; loại ý kiến thứ ba cho rằng: công nghiệp phụ trợ nói chung và trong lĩnh vực sản xuất ô tô tại Việt Nam nói riêng hiện còn rất sơ khai với đầu tư manh mún, quy mô sản xuất nhỏ, sản phẩm chủ yếu là các linh kiện giản đơn, công kênh, ít bí quyết công nghệ, có giá trị thấp trong cơ cấu nội địa hóa. Công nghệ sản xuất thì lạc hậu, hầu như không đáp ứng được yêu cầu của các doanh nghiệp ô tô có vốn đầu tư nước ngoài (FDI). Đây vẫn

đang là lực cản đáng kể đối với sự phát triển của công nghiệp phụ trợ cho ngành sản xuất ô tô, xe máy của Việt Nam. Tóm lại, tùy mục đích nghiên cứu cụ thể để lý giải theo cách tương ứng, khác nhau, nhưng tổng hợp các loại ý kiến trên đã phác họa cho chúng ta bức tranh tương đối đầy đủ về những thuận lợi, khó khăn của công nghiệp phụ trợ cho cho ngành ô tô, xe máy của Việt Nam.

4.3. Phát triển công nghiệp phụ trợ là nhân tố quan trọng, đảm bảo cho sự phát triển bền vững trong điều kiện hội nhập của ngành ô tô, xe máy của Việt Nam (tối thiểu cũng phải đáp ứng được yêu cầu về hàm lượng ASEAN khi thực hiện AFTA). Tuy nhiên, cho dù nhu cầu lớn đến đâu thì Việt Nam chưa thể (nếu không nói là không thể) có được công nghiệp phụ trợ đáp ứng đầy đủ cho sản xuất ô tô, xe máy hoàn chỉnh; mà chỉ có thể phát triển công nghiệp phụ trợ khi lựa chọn đúng những sản phẩm phụ trợ có lợi thế cạnh tranh, sản xuất sản phẩm có khả năng tạo ra giá trị gia tăng cao, sản phẩm có khả năng chi phối một số bộ phận trong sản phẩm hoàn chỉnh của ngành ô tô, xe máy tại Việt Nam (nhu cầu trong nước) cũng như tại một số quốc gia khác trên thế giới (xuất khẩu).

4.4. Thông thường, đối với các ngành kinh tế thì nguồn nhân lực, tiền vốn, công nghệ, cơ chế quản lý, thị trường,... là những yếu tố chi phối khả năng phát triển. Tuy nhiên, trong điều kiện của Việt Nam hiện nay, để công nghiệp phụ trợ cho ngành sản xuất ô tô, xe máy có thể có được bước chuyển biến tích cực (mang tính đột phá), thì hai yếu tố đóng vai trò động lực là vốn và công nghệ.

Tóm lại, qua các phân tích cho thấy rằng công nghiệp ô tô, xe máy có vị trí rất quan trọng trong chiến lược phát triển của Việt Nam nói chung và chiến lược phát triển công nghiệp nói riêng. Để công nghiệp ô tô, xe máy có thể phát triển bền vững thì nhất thiết phải có một hệ thống các doanh nghiệp sản xuất các sản phẩm phụ trợ tương ứng. Đối với lĩnh vực này, nếu trước

đây chúng ta đã trải qua nhiều phương thức, huy động được sự tham gia của nhiều thành phần kinh tế thì hiện nay rất cần sự tham gia mạnh mẽ của “*bàn tay Chính phủ*” nhằm: khuyến khích hợp tác sản xuất và chuyển giao công nghệ với các tập đoàn đa quốc gia vào sản xuất linh phụ kiện ô tô, xe máy; tạo cơ chế liên kết, hợp tác giữa các doanh nghiệp để chuyên môn hóa sản xuất; có chính sách thu hút các doanh nghiệp FDI đầu tư vào các dự án chuyển giao công nghệ và khuyến khích chuyển giao công nghệ tiên tiến vào sản xuất tại Việt Nam; hỗ trợ vốn (kể cả sử dụng vốn ODA) cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ mua bản quyền phát triển công nghiệp phụ trợ cho ngành sản xuất ô tô, xe máy./.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- “Công nghiệp Việt Nam 20 năm đổi mới và phát triển”, Nxb Thống kê, Hà Nội – 2006.

- 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.

- Bộ trưởng Bộ Công nghiệp (nay là Bộ Công thương) ngày 31-7-2007, phê duyệt “Quy hoạch phát triển công nghiệp hỗ trợ Việt Nam giai đoạn đến 2010, tầm nhìn đến 2020”.

- Tổ chức Xúc tiến thương mại Nhật Bản (JETRO): Kết quả “Điều tra tình hình kinh doanh của các doanh nghiệp Nhật Bản khu vực ASEAN - Ấn Độ” về tình hình nhập hàng nội địa của Việt Nam (20-8 – 31-8-2007).

- Niên giám Thống kê 2008, Nxb Thống kê, Hà Nội, 2009.

- Hoàng Lan: Công nghiệp phụ trợ Việt Nam vẫn như bộ phim dài tập; Ngọc Châu: Doanh nghiệp Nhật hối thúc Việt Nam về công nghiệp phụ trợ. <http://www.vnexpress.net/GL/Kinh-doanh/2009/03/3BA0BE40/>

- Phương Hà: Công nghiệp phụ trợ Việt Nam: 10 năm vẫn chưa lớn.

<http://www.vcci.com.vn> 09-11-2009.

- Câu chuyện về ngành công nghiệp phụ trợ ô tô chưa bao giờ nguội bởi sau 15 năm đường như mọi chuyện vẫn chỉ mới bắt đầu. <http://vietbao.vn>. 21-10-2009.