

# Công nghiệp ô tô Việt Nam thời kỳ hội nhập ASEAN: CẦN NHỮNG THAY ĐỔI LỚN

PGS.TS. Phạm Xuân Mai

Theo lộ trình cắt giảm thuế quan, từ năm 2018 thuế suất thuế nhập khẩu ô tô nguyên chiếc từ các nước ASEAN sẽ giảm về 0%. Khi đó, các mẫu xe từ các nước trong khu vực như Indonesia, Philippines hay Thái Lan... sẽ được nhập khẩu về Việt Nam với giá thấp hơn nhiều so với hiện nay. Điều này sẽ khiến ngành công nghiệp ô tô Việt Nam chịu nhiều sức ép do việc sản xuất ô tô trong nước còn khá nhỏ lẻ và manh mún. Bài viết phân tích những khó khăn và đưa ra một số gợi ý trong việc tìm hướng đi mới cho ngành công nghiệp ô tô Việt Nam thời kỳ hội nhập ASEAN.

## Công nghiệp ô tô Việt Nam phát triển không như kỳ vọng

Ngành công nghiệp ô tô Việt Nam ra đời muộn hơn so với các nước trong khu vực khoảng 30 năm. Thái Lan, Indonesia, Malaysia phát triển công nghiệp ô tô từ năm 1960, trong khi Việt Nam đến năm 1991 mới bắt đầu. Việt Nam đã bỏ lỡ cơ hội phát triển ngành công nghiệp ô tô giai đoạn 1991-2001, sau đó lại rơi vào những bất cập trong xây dựng chiến lược công nghiệp ô tô giai đoạn 2001-2011, khiến khoảng cách với các nước như Thái Lan hay Indonesia không được rút ngắn. Trong tương lai chúng ta sẽ chỉ hy vọng cải thiện được vị trí so với Philippines và Malaysia.

Với mục đích thu hút đầu tư và xây dựng một ngành công nghiệp ô tô theo kịp các nước trong khu vực, ngành công nghiệp ô tô của Việt Nam được coi là ngành trọng điểm và luôn được ưu đãi nhất trong số các ngành công nghiệp. Sự ưu ái đặc biệt được thể hiện qua chính sách thuế ưu đãi về tỷ lệ nội địa hóa, nhập khẩu linh kiện lắp ráp và thu nhập doanh nghiệp... Thế nhưng kết quả là, giá xe sản xuất trong nước cao gấp 2 đến 3 lần so với nhiều quốc gia khác. Sở dĩ như vậy vì doanh nghiệp lắp ráp ô tô ý lại sự bảo hộ của Nhà nước nên đưa ra giá bán cao để thu lãi cao;

lấy lý do thị trường ô tô Việt Nam có dung lượng chỉ bằng 1/10 thị trường của các nước trong khu vực để không giảm giá.

Tuy đã trải qua 26 năm, nhưng ngành công nghiệp ô tô Việt Nam vẫn chưa đạt được sự tự chủ và đáp ứng nhu cầu thị trường. Ngành này mỗi năm đóng góp khoảng 3% vào GDP, trong khi tỷ lệ đóng góp trung bình của các nước trong khu vực ASEAN là 10%. Doanh số xe các loại bán ra dù bắt đầu tăng từ năm 2014 và đến nay đạt 300.000 xe/năm nhưng vẫn chưa tương xứng với quy mô sản xuất và nhu cầu thị trường. Công nghiệp ô tô Việt Nam hiện mới chỉ đáp ứng 10 xe (xe con)/1.000 dân, trong khi tỷ lệ này ở các nước ASEAN là 80-144 xe/1.000 dân. Trong số 17 doanh nghiệp sản xuất lắp ráp ô tô của Việt Nam hiện nay, chỉ có 2 doanh nghiệp có thị phần lớn là Công ty cổ phần ô tô Trường Hải (Thaco) chiếm 41,3% và Toyota Việt Nam (chiếm 21,6%), còn các doanh nghiệp khác có quy mô nhỏ và rất nhỏ. Các doanh nghiệp FDI đa số chỉ đầu tư cho lắp ráp, không tập trung vào nội địa hóa vì đã có sẵn các cơ sở sản xuất ở ASEAN trước đó.

Công nghiệp ô tô Việt Nam đang đứng trước một số vấn đề cơ bản sau: Thị trường trong nước còn nhỏ,

do không có chính sách kích cầu hợp lý, cơ sở hạ tầng yếu; giá xe của Việt Nam cao hơn so với giá xe của các nước trong khu vực, do thuế và phí quá cao; công nghiệp hỗ trợ cho công nghiệp ô tô vẫn chưa phát triển, chưa đáp ứng được nhu cầu sản xuất, lắp ráp ô tô; áp lực cạnh tranh từ các nước trong khu vực ngày càng lớn khi lộ trình cắt giảm thuế quan hoàn tất vào năm 2018 với mức thuế suất về 0% đối với mọi loại xe ô tô nhập khẩu từ ASEAN. Bên cạnh đó, chính sách phát triển công nghiệp ô tô thiếu đồng bộ và ngắn hạn, gây khó khăn cho các doanh nghiệp sản xuất, lắp ráp trong việc lập kế hoạch sản xuất dài hạn. Các chính sách “trả thảm” vẫn theo kiểu cào bằng, không ràng buộc rõ trách nhiệm doanh nghiệp về tỷ lệ nội địa hóa, đặc biệt là quá phụ thuộc vào doanh nghiệp liên doanh và doanh nghiệp FDI là những nguyên nhân khiến ngành công nghiệp ô tô Việt Nam phát triển không như kỳ vọng.

## Một số đề xuất

Với hơn 90 triệu dân, trong đó 67% trong độ tuổi lao động (dân số vàng), Việt Nam hiện có một thị trường ô tô đầy tiềm năng. Nhu cầu đi lại, vận chuyển hàng hóa đường bộ có tốc độ tăng trưởng trên 10%/năm, trong



**Khu Công nghiệp hỗ trợ ở Chu Lai của Thaco.**

đó vận chuyển hành khách chiếm khoảng 91,4% và hàng hóa 70,6%. Có tiềm năng lớn nhưng Việt Nam lại phải bỏ ra hàng chục tỷ USD để nhập khẩu ô tô, trong khi nhiều doanh nghiệp lớn trong nước như Thaco đã chuẩn bị sẵn các điều kiện cần thiết để đón đầu cơ hội và thách thức. Để cải thiện tình hình này, trong thời gian tới, chúng ta cần quan tâm thực hiện 2 vấn đề lớn sau:

***Nâng cao vai trò của những doanh nghiệp đầu tàu và tăng cường hợp tác quốc tế***

Sau năm 2018, nếu không có doanh nghiệp đầu tàu với năng lực cạnh tranh đủ mạnh, Việt Nam sẽ trở thành thị trường tiêu thụ ô tô của các nước trong khu vực ASEAN, Ấn Độ... với các loại xe giá rẻ, gây ra thâm hụt nghiêm trọng cán cân thương mại; ngành công nghiệp ô tô, công nghiệp cơ khí không đạt mục tiêu đề ra, an sinh xã hội sẽ bị ảnh hưởng do người lao động mất việc làm. Cần phải khẳng định rằng, mục tiêu nhắm đến của công nghiệp ô tô Việt Nam không phải là có được một sản phẩm ô tô "Made in Vietnam" mà là tham gia chuỗi giá trị toàn cầu thông qua hợp tác với các đối tác nước ngoài tầm cỡ thế giới. Liên quan đến vấn đề này, khối ASEAN từ năm 2018 sẽ tiếp tục là thị trường màu mỡ đối với các nhà sản xuất ô tô Nhật Bản. Theo xu thế tất yếu, các doanh nghiệp Nhật Bản sẽ mở thêm các cơ sở sản xuất tại ASEAN, trong đó có Việt Nam. Một quốc gia châu Á khác cũng có ngành công nghiệp ô tô phát triển mạnh là Hàn Quốc, nhưng chưa có nhiều cơ sở sản xuất tại các nước ASEAN.

Vấn đề đặt ra là, những đối tác này cũng có những mục tiêu của họ khi quyết định đầu tư mở thêm các cơ sở sản xuất ở Việt Nam. Trong đó, tiêu chí quan trọng nhất là phải có doanh nghiệp trong nước hội đủ các chỉ tiêu mạnh về kinh tế, kỹ thuật, nguồn nhân lực, nghiên cứu - phát triển và quản trị hiệu quả... để hợp tác với họ, tức là phải có một doanh nghiệp đầu tàu.

Thaco với khu phức hợp công nghiệp ô tô ở Khu kinh tế mở Chu Lai có công suất 250.000 xe/năm và hệ thống phân phối 3S trải dài từ Bắc đến Nam là doanh nghiệp hội tụ đầy đủ các tiêu chí đó. Hợp tác chiến lược giữa Thaco và Mazda (hãng ô tô nổi tiếng với sự vượt trội và đa dạng về loại hình sản phẩm có sức thu hút thị trường cao) vừa qua cũng là một hướng đi mới. Trong thực tế, Hyundai, KIA và Mazda đã thâm nhập thị trường ASEAN với Việt Nam là cửa ngõ để đặt cơ sở sản xuất và xuất khẩu ra toàn khu vực.

Như vậy, năm 2018, công nghiệp ô tô Việt Nam sẽ phải xoay trục, hướng về các doanh nghiệp nội địa lớn trong nước với những chính sách mới, đột phá, nhất quán của Nhà nước và hướng về hợp tác quốc tế có định hướng chiến lược.

***Cần có những thay đổi chính sách ở tầm vĩ mô***

Đa số chính sách phát triển công nghiệp ô tô Việt Nam thời gian qua thiếu đồng bộ và thường mang tính ngắn hạn, chưa khuyến khích được các doanh nghiệp đầu tư phát triển. Đặc biệt là từ năm 2018 sẽ nảy sinh

ngịch lý mới, thuế suất xe nhập khẩu nguyên chiếc là 0%, trong khi thuế nhập linh kiện, phụ kiện vẫn là 15 đến 25%. Như vậy, ô tô ngoại nhập giá rẻ sẽ ồ ạt xâm nhập thị trường trong nước, khiến xe nội địa không thể cạnh tranh được. Ngoài ra, các chính sách thu hút đầu tư nước ngoài đối với công nghiệp hỗ trợ ngành công nghiệp ô tô Việt Nam hiện nay còn khá sơ sài, chưa trở thành công cụ hữu hiệu thúc đẩy sự phát triển của ngành. Do vậy, Nhà nước cần nhanh chóng thay đổi những chính sách này để tạo điều kiện cho công nghiệp ô tô Việt Nam đứng vững và cạnh tranh tốt sau năm 2018.

Điều kiện cần là Nhà nước phải thay đổi cả về chính sách vĩ mô ở cấp nhà nước và cấp quản trị doanh nghiệp để có thể nâng cao năng lực quản trị nguồn lực của ngành và doanh nghiệp theo mô hình tập trung, xuyên suốt, nhằm tới mục tiêu tạo ra một năng lực cạnh tranh mới mang tầm quốc gia, với năng suất lao động cao, chi phí thấp. Khi đó, công nghiệp ô tô Việt Nam mới tạo được sự khác biệt lớn từ sản phẩm, công nghệ, dịch vụ so với các đối thủ và làm hài lòng khách hàng, từng bước chiếm lĩnh thị trường. Việc thành lập những cụm công nghiệp ô tô với những doanh nghiệp ô tô đầu tàu như Thaco và các đối tác chiến lược nước ngoài tầm cỡ, đồng thời kết nối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa là điều kiện đủ để hội nhập thành công.

Có thể nói, khe cửa để phát triển công nghiệp ô tô của Việt Nam đang rất hẹp, sẽ có nhiều doanh nghiệp không chịu nổi sức ép cạnh tranh phải rời cuộc chơi. Nhưng đây lại là cơ hội dành cho những doanh nghiệp có chiến lược khác biệt, có năng lực công nghệ, có đội ngũ nhân lực kỹ thuật mạnh và năng động, có tiềm lực tài chính, có phương thức quản trị tốt và có đối tác chiến lược tầm cỡ... tồn tại và phát triển bền vững