

**Trong nhiều bài báo đã được trao đổi trên nhiều tạp chí khác nhau đã đề cập đến lĩnh vực nội địa hoá ngành công nghiệp ô tô, đến định hướng phát triển công nghiệp phụ trợ trong bối cảnh hậu WTO và triển khai Quy hoạch Phát triển công nghiệp ô tô...**

**A**i cũng đều biết rằng nhu cầu sử dụng ô tô của nước ta sẽ tăng lên đáng kể trong giai đoạn sau 2010. Khó có thể dự báo chính xác ngành công nghiệp ô tô của nước ta sẽ đạt được những gì vào thời kỳ đó mặc dù một số chỉ tiêu định hướng đã có được đề cập trong Bản Quy hoạch. Hiện nay một số doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài có mối quan hệ chặt chẽ với TOYOTA, HONDA v.v.. đã và đang hình thành một số cơ sở công nghiệp phụ trợ. Các đơn vị sản xuất lắp ráp ô tô trong nước thuộc Vinamotor cũng đã phát triển mạng lưới các nhà máy phụ trợ đáp ứng một số nhu cầu của mình. Tuy nhiên tổng số các doanh nghiệp phụ trợ đó chưa được là bao: chỉ vài chục đơn vị.

Làm sao để phát triển công nghiệp phụ trợ để đóng góp phần tỷ lệ nội địa hoá lên cao như đã được ghi trong Chiến lược phát triển ngành công nghiệp ô tô "Về các loại xe cao cấp: các loại xe du lịch do các liên doanh sản xuất phải đạt tỷ lệ nội địa hoá 20 - 25% vào năm 2005 và 40 - 45% vào năm 2010, đáp ứng 80% nhu cầu các loại xe tải, xe buýt cao cấp đạt tỷ lệ nội địa hoá 20% vào năm 2005 và 35 - 40% vào năm 2010"?

Đó là những bức xúc chẳng những của các nhà quản lý mà của các doanh nghiệp có mong muốn



## **Phát triển công nghiệp phụ trợ ô tô: giải pháp và bước đi.**

□ **TS. Nguyễn Trọng Hải**

đóng góp vào ngành công nghiệp ô tô nước nhà. Giải pháp nào cho phát triển công nghiệp phụ trợ?

### **Những điều kiện cần thiết để công nghiệp phụ trợ tồn tại và phát triển.**

Công nghiệp phụ trợ rất đa dạng. Có loại sản phẩm rất cơ bản như bulông, ốc vít, bánh răng và có nhiều loại phức tạp và hàm lượng công nghệ cao như bộ lọc khí, bộ lọc dầu, hệ thống ống xả, máy bơm nước, bơm dầu, máy nén khí, trang bị nội thất xe cao cấp, cầu xe, cụm phanh, hệ truyền động, ly hợp v.v... Để sản xuất ra được các sản phẩm này cần phải có:

- Thiết kế với đầy đủ tính năng kỹ thuật phù hợp với yêu cầu của hãng xe sử dụng linh kiện phụ trợ. Công nghệ sản xuất phù hợp đảm bảo chất lượng cao và có giá thành cạnh tranh.

- Nguồn cung cấp vật tư ổn định và đảm bảo đồng nhất về chất lượng, giá cả cạnh tranh, tiến độ kịp thời, tốt nhất là nguồn vật tư sẵn có trong nước.

- Thị trường tiêu thụ ổn định và đủ lớn để giảm tối đa khấu hao cơ

bản, nhưng vẫn đủ khả năng thu hồi vốn đầu tư.

- Trung tâm nghiên cứu phát triển để duy trì và phát triển sản xuất và tiếp cận công nghệ cao.

Những luận điểm trên xuất phát từ kinh nghiệm thực tế sản xuất kinh doanh trong nhiều năm qua về lĩnh vực sản xuất phụ tùng. Thực vậy trong nhiều năm qua nhiều đoàn chuyên gia kỹ thuật nước ngoài đã đi thăm nhiều cơ sở sản xuất phụ tùng ô tô của ta với hy vọng sẽ tìm ra nguồn cung cấp linh kiện cho chương trình nội địa hoá của các nhà lắp ráp ô tô. Tiếc rằng do hầu hết các cơ sở sản xuất của chúng ta chưa đạt các điều kiện trên nên chưa tiếp cận được các đối tác để trở thành nhà cung cấp linh kiện cho họ.

Đã có thời kỳ một số người trông đợi các liên doanh lắp ráp ô tô sẽ chủ động đầu tư vào lĩnh vực công nghiệp phụ trợ để nâng dần tỷ lệ nội địa hoá như họ đã cam kết trong các hồ sơ xin thành lập liên doanh. Tuy nhiên đến nay tỷ lệ nội địa hoá vẫn còn thấp. Lý do giải thích cho tình trạng này tập trung vào sản lượng tiêu thụ quá

nhỏ, trình độ công nghệ chế tạo lạc hậu, nếu đầu tư để sản xuất đạt chất lượng yêu cầu sẽ cần vốn lớn, giá thành chế tạo sẽ rất cao khó có khả năng cạnh tranh.

Một số doanh nghiệp khác đã đầu tư dây chuyền hiện đại để sản xuất một số linh kiện như nhíp, gioăng kính, thùng xe, kính an toàn, v.v... Chất lượng các sản phẩm này được thị trường trong nước đánh giá cao, tuy nhiên để có được lắp chính thức lên xe có thương hiệu nước ngoài phải được họ chấp nhận sau khi đã vượt qua nhiều quy trình thử nghiệm ngặt và thống nhất về giá cả. Đây là những rào cản kỹ thuật cần phải vượt qua trước khi trở thành nhà cung cấp chính thức. Thực ra có vượt được rào cản này thì mới mở ra khả năng xuất khẩu linh kiện sang các nhà máy lắp ráp ô tô đặt tại các nước khác trên thế giới. Rất nhiều doanh nghiệp phụ trợ tại Thái Lan, Trung Quốc v.v... đã đạt ngưỡng này và trở thành nhà xuất khẩu linh kiện cho nhiều hãng ô tô danh tiếng trên thế giới và các nước đó ngày càng thu hút thêm nhiều nhà đầu tư vào để phát triển công nghiệp phụ trợ!

**Giải pháp để phát triển công nghiệp phụ trợ?**

Từ phân tích về điều kiện cơ bản để công nghiệp phụ trợ tồn tại và phát triển sẽ lựa chọn giải pháp thích hợp trong đầu tư vào lĩnh vực này.

Tuy nhiên một chiến lược phát triển ngành công nghiệp cơ khí nói chung, công nghiệp ô tô nói riêng trong tổng thể phát triển kinh tế nước nhà cho một giai đoạn ít nhất 15-20 năm là vô cùng quan trọng. Kinh nghiệm xây dựng ngành công nghiệp ô tô tại các nước Hàn Quốc, Thái Lan, Malaysia, Trung Quốc... cho thấy để có được năng lực sản xuất ô tô thực sự, trong đó có động cơ, hệ truyền động, phải mất không dưới 20 năm trong điều kiện chỉ đạo, giám sát hết sức tập trung và chặt chẽ của chính phủ.



Như vậy mọi giải pháp để cập dưới đây dựa trên cơ sở là ngành công nghiệp ô tô sẽ được coi trọng trong chiến lược phát triển kinh tế nước nhà như đã được khẳng định trong Quy hoạch phát triển công nghiệp ô tô đến năm 2010 tầm nhìn đến 2020 đã được Thủ tướng phê duyệt năm 2004. Sau đây xin trao đổi một số giải pháp ưu tiên:

+ *Phát triển công nghiệp thượng nguồn* để tạo nguồn cung cấp vật tư sản xuất linh kiện ô tô và các ngành cơ khí khác. Giá trị vật tư chiếm tỷ lệ không nhỏ trong cơ cấu giá thành, có thể lên đến 60% và cao hơn nữa, tùy theo từng chủng loại chi tiết. Để cạnh tranh được trên thị trường thế giới không nên xuất nguyên vật liệu dưới dạng thô hoặc sơ chế và nhập nguyên liệu tinh chế về sản xuất. Nước ta có dự trữ lớn về nhiều loại khoáng sản như sắt, bô xít, ti tan, đồng, cát trắng làm thủy tinh, dầu mỏ để chế tạo thành chất dẻo, cao su thiên nhiên... Đó là những nguồn vật tư có giá trị để sản xuất ra nhiều linh kiện quan trọng cho nhiều ngành cơ khí trong đó có ô tô.

+ *Phát triển mạng lưới hiện có các doanh nghiệp sản xuất linh kiện* cho ô tô khách và ô tô tải làm tiền đề cho xây dựng ngành công

nghiệp phụ trợ hiện đại tiến tới xuất khẩu phụ tùng. Kinh nghiệm trong những năm giữa thập kỷ 90, khi thành lập các công ty liên doanh sản xuất ô tô, chúng ta hầu như chưa có kinh nghiệm và cả kiến thức về công nghiệp sản xuất ô tô. Phần đóng góp vốn của phía ta chủ yếu là đất đai và nhà xưởng sẵn có với tỷ lệ trên dưới 30%. Lực lượng lao động và quản lý hầu như phải qua đào tạo lại nên sự chủ động trong tham gia điều hành Công ty liên doanh bị hạn chế rất nhiều.

Ngày nay nhiều doanh nghiệp sau 10 năm tham gia vào lĩnh vực công nghiệp ô tô đã bước đầu trưởng thành và ít nhiều thu được một số kinh nghiệm trong đầu tư công nghệ, quản lý kỹ thuật - sản xuất, dịch vụ sau bán hàng v.v... Trong quá trình hợp tác kinh doanh với các đối tác nước ngoài số doanh nghiệp đó đã phát huy bước đầu hiệu quả trong kinh doanh. Việc đầu tư mở rộng này trước hết dựa vào nhu cầu ngày càng tăng trong sản xuất ô tô khách và ô tô tải nông dụng để có thị trường tiêu thụ. Bên cạnh đó số này sẽ là lực lượng nòng cốt để phát triển công nghiệp phụ trợ trong bối cảnh hội nhập. Tuy nhiên lực lượng này còn mỏng. Chỉ có tiếp tục nhân rộng thêm nhiều doanh nghiệp phụ trợ mới tạo thêm nhiều nhân tố tiềm năng để các nhà đầu tư nước ngoài lựa chọn đối tác thích hợp để phát triển công nghiệp phụ trợ.

Một điều cần lưu ý là việc xây dựng mạng lưới doanh nghiệp phụ trợ này nên ưu tiên vào các sản phẩm có sử dụng nguồn vật tư sẵn có trong nước. Cơ cấu các doanh nghiệp phụ trợ nên thành lập theo hướng chuỗi công nghiệp có giá trị gia tăng (sản phẩm của doanh nghiệp này là đầu vào của doanh nghiệp sau). Địa điểm xây dựng nên tập trung thành khu công nghiệp để có sự hợp tác và hỗ trợ chặt chẽ, đặc biệt là trong lĩnh vực nghiên cứu và phát triển (R&D).



+ *Chủ động tìm kiếm và lựa chọn đối tác* chuyển giao công nghệ và hợp tác kinh doanh sản xuất linh kiện. Thực vậy không thể bị động trông chờ các đối tác họ tìm đến với mình. Trong bối cảnh cạnh tranh sôi động của toàn cầu hoá, càng đi chậm sẽ càng mất lợi thế. Chủ động tìm kiếm đối tác, thông qua các kênh thông tin khác nhau từ Internet, Phòng thương mại và Công nghiệp, các nhà sản xuất ô tô có liên quan sẽ có thể sớm tìm ra đối tác. Ngày nay ít nhiều chúng ta đã có kinh nghiệm trong lựa chọn đối tác là các nhà sản xuất chính gốc (OEM) để đảm bảo thiết lập quan hệ sản xuất kinh doanh. Những kinh nghiệm thu được trong ngành dệt may, điện tử ... cũng là những bài học quý giá trong hợp tác gia công sản phẩm xuất khẩu với những thương hiệu được các thị trường khó tính như EU, Hoa Kỳ v.v.. chấp nhận. Sau hơn 10 năm ngành công nghiệp dệt may đã trưởng thành và trở thành một ngành kinh tế xuất khẩu quan trọng và bắt đầu có thương hiệu riêng của mình. Nếu như lĩnh vực sản xuất bông, sợi, phụ liệu ngành may và dệt phát triển hơn thì giá trị gia tăng của ngành hàng này còn lớn hơn nhiều.

Nói cách khác ngành công nghiệp phụ trợ trước mắt muốn có chỗ đứng trên thị trường thế giới cần phải dựa vào nguồn vật tư trong nước, gắn kết với các nhà sản xuất chính gốc (OEM) có tiềm lực trên thương trường để có thể xuất khẩu được và đem lại giá trị gia tăng lớn. Bằng cách đó việc tổ chức sản xuất của ngành công nghiệp phụ trợ mới có thể đạt quy mô kinh tế - cơ sở để giảm giá thành, tăng sức cạnh tranh.

Một vấn đề cần quan tâm là vốn đầu tư và vốn lưu động cho mỗi cơ sở sản xuất linh kiện không nhỏ chút nào, đặc biệt là loại linh kiện có hàm lượng khoa học cao. Vì vậy nguồn vốn đầu tư là điều mà các doanh nghiệp đều mong có được cơ chế hỗ trợ phù hợp để có thể triển khai các dự án đầu tư của mình.

+ *Nghiên cứu lựa chọn kiểu loại xe có lợi thế cạnh tranh* để tập trung sản xuất từ đó phát triển thị trường nội địa cho công nghiệp phụ trợ. Kinh nghiệm của Thái lan trong phát triển dòng xe pick-up đã chiếm lĩnh được thị trường trong và ngoài nước là bài học bổ ích. Cần lưu ý rằng không nhất thiết phải gắn thương hiệu của riêng mình vì sự cạnh tranh trên thương trường

rất nóng bỏng, chi phí quảng cáo, marketing cho một thương hiệu mới không nhỏ chút nào và đòi hỏi thời gian dài. Vì vậy nên kết hợp với nhà sản xuất ô tô đã có thương hiệu uy tín để cùng phát triển được kiểu loại xe có lợi thế cạnh tranh.

Hiện nay ta mới chủ động sản xuất được ô tô khách và bước đầu là ô tô tải nông dụng. Tuy nhiên hai loại sản phẩm này chiếm tỷ lệ nhỏ trong tổng đội hình xe. Các loại ô tô con của các Công ty liên doanh sản xuất ra cũng chưa có loại nào đạt mức quy mô kinh tế.

Việc phối hợp khảo sát thị trường trong và ngoài nước để phát hiện ra sản phẩm có lợi thế cạnh tranh phải là một nhiệm vụ trọng tâm trong Chiến lược xây dựng ngành công nghiệp ô tô nước nhà và được chỉ đạo, giám sát chặt chẽ của Nhà nước..

Chỉ khi có kiểu loại ô tô riêng với lợi thế cạnh tranh cao chúng ta mới có điều kiện cần thiết để sản xuất thương mại đáp ứng nhu cầu trong nước và xuất khẩu với quy mô kinh tế các cụm đặc thù của ô tô: động cơ, ly hợp, hộp số, hệ truyền động v.v... Có sản xuất được các cụm cơ bản này mới có thể khẳng định được là có ngành công nghiệp ô tô.

### **Kết luận**

Xây dựng được ngành công nghiệp ô tô nước nhà là định hướng phát triển kinh tế đã được nêu trong Chiến lược Phát triển công nghiệp ô tô đến năm 2010, tầm nhìn đến 2020 đã được chính phủ phê duyệt từ năm 2002.

Chắc chắn sẽ phải trải qua một lộ trình đi từ công nghiệp thượng nguồn, công nghiệp phụ trợ tiến dần lên công nghiệp ô tô hoàn chỉnh. Lộ trình này sẽ khả thi khi toàn bộ nền kinh tế tăng trưởng nhanh, sớm đạt và vượt mức GDP trên 1000 USD/ đầu người, khi được sự quan tâm chỉ đạo sát sao của Chính phủ và sự phối hợp chặt chẽ trong cộng đồng doanh nghiệp trong và ngoài nước. ■