

MẠNG LƯỚI SẢN XUẤT Ô TÔ TẠI ĐÔNG Á

VŨ DỨC THANH*

Ngoại trừ Nhật Bản, hầu hết các quốc gia Đông Á, đều có mạng lưới sản xuất điện tử khá ấn tượng, vượt trội công nghiệp sản xuất ô tô. Mặc dầu vậy, tốc độ phát triển của công nghiệp ô tô Đông Á là khá nhanh, các cơ sở sản xuất được thành lập trên diện rộng, phục vụ cho xuất khẩu. Đầu tư nước ngoài tại Đông Á hiện nay nhằm vào mục tiêu sản xuất các linh kiện, chi tiết để lắp ráp các ô tô xuất khẩu thông qua mạng lưới sản xuất toàn cầu và phục vụ cho thị trường nội địa. Tất nhiên, các cơ sở sản xuất đang phải đối mặt với những khó khăn trong hoạt động xuất khẩu, bởi các chính sách bảo hộ thị trường và bảo hộ cho công nghiệp ô tô đang tăng trưởng nhanh tại Đông Á. áp lực về chi phí sản xuất cao, cơ hội để thu lợi nhuận ở từng công đoạn sản xuất đang có xu hướng giảm, đã làm cho các công ty mở rộng sản xuất ra nước ngoài để tận dụng các yếu tố đầu vào rẻ tại các địa phương. Nói cách khác, các hãng sản xuất ô tô lớn chuyển hoạt động sản xuất ra nước ngoài chính là giải quyết bài toán tối ưu hóa lợi nhuận khi tiếp cận những cơ hội quan trọng từ các chi nhánh tại nước ngoài để mở rộng mạng lưới sản xuất đẩy mạnh xuất khẩu.

Cơ hội kinh doanh hiệu quả không phải lúc nào cũng đạt được, bởi vì hàng rào bảo hộ trong lĩnh vực sản xuất các phụ tùng linh kiện vẫn đang tồn tại ở nhiều quốc gia. Mặc dầu bảo hộ thương mại tại các nước Châu Á đang có xu hướng giảm, tuy nhiên lợi nhuận

và khả năng lựa chọn của các nhà sản xuất linh kiện phụ tùng trong ngành công nghiệp ô tô đã giảm nhiều so với trước đây. Dưới áp lực của tổ chức Thương mại thế giới, các nước Đông Á đã ký kết thành lập khu mậu dịch tự do. Để nâng cao năng lực cạnh tranh, các cơ sở lắp ráp đã đưa ra các yêu cầu với các cơ sở sản xuất, phải cung cấp các chi tiết, phụ tùng đạt tiêu chuẩn quốc tế, với giá thành rẻ. Mặt khác, các nhà cung cấp cũng phải thích ứng nhanh chóng với các thiết kế mới, và đây chuyên sản xuất hiện đại. Như vậy các cơ sở địa phương thiếu vốn, công nghệ lạc hậu, trình độ quản lý yếu kém... sẽ không thể đáp ứng được các yêu cầu này. Dĩ nhiên nhiều hãng đã phải giải thể hoặc chấp nhận sát nhập, liên doanh với các hãng nước ngoài khác. Cho nên nguồn vốn đầu tư và vai trò của các công ty nước ngoài trong lĩnh vực sản xuất ô tô tại Đông Á tiếp tục tăng lên. Mặc dù môi trường kinh doanh đã có nhiều thuận lợi, nhưng hoạt động sản xuất các linh kiện phụ tùng ô tô vẫn gặp nhiều khó khăn, mạng lưới sản xuất đang bị phân chia rải rác tại nhiều nước khác nhau trên thế giới.

Tại Trung Quốc, Hàn Quốc, Malayxia, Đài Loan và Thái Lan trong lĩnh vực công nghiệp sản xuất ô tô với tư cách là các nhà cung cấp bậc 1. Thị trường nội địa nhỏ bé, công nghệ lạc hậu, nguồn nhân lực có kỹ năng thiếu hụt, các nước Malayxia, Thái Lan, Trung Quốc chỉ có thể tối ưu hóa sản xuất bằng cách trở thành cơ sở lắp ráp và chế tạo các linh kiện phụ tùng cung cấp cho thị trường khu vực. Sau đó tham gia vào mạng

* Tiến sĩ. Đại học Quốc gia Hà Nội

lưới sản xuất toàn cầu. Hiện tại có nhiều ràng buộc, ba nước này chỉ có thể đạt tới địa vị thích hợp nếu vươn tới vị trí của các OEM nhà chế tạo thiết bị gốc hoặc sản xuất các thiết bị thay thế, đặc biệt hướng vào phục vụ thị trường nội địa, hoặc xuất khẩu.

Tuy vậy, tiềm năng không thể chuyển thành mục tiêu hiện thực. Tiềm năng phụ thuộc rất nhiều vào thể chế chính sách và môi trường chính trị ổn định. Hiệu quả của chính sách chỉ đạt được thông qua hoạt động giáo dục, hiện đại hóa cơ sở hạ tầng, tự do hóa thương mại và môi trường kinh doanh, đặc biệt là khả năng tham gia vào hệ thống đa quốc gia các nhà cung cấp bậc 1 trong mạng lưới sản xuất toàn cầu.

Công nghiệp ô tô Đông Á đang trong thời kỳ phát triển và chuyển đổi và đã từng có nhiều câu hỏi. Liệu rằng các hãng sản xuất ô tô của Nhật Bản và Hoa Kỳ có thể nâng cấp các cơ sở sản xuất ô tô tại Thái Lan, đầu tư lâu dài tại Trung Quốc? Liệu các cơ sở sản xuất ô tô tại Malayxia có áp dụng các tiêu chuẩn chất lượng của Daihatsu và liệu General Motors có mua lại Daewoo để trở thành một công ty con của Renault không? Cho đến nay, những nghi ngờ đó đã được khẳng định, bởi vì sự liên kết hợp tác sản xuất thiết bị, phụ tùng và linh kiện trong ngành công nghiệp ô tô đang hình thành trên cả hai phương diện phát triển theo chiều rộng và liên kết theo chiều sâu đúng như dự báo của các nhà công nghiệp ô tô hơn một thập niên trước đây.

1. Sản xuất linh kiện, phụ tùng ô tô tại Đông Á

Loại trừ trường hợp Nhật Bản, các quốc gia Đông Á khác chỉ chiếm một vị trí khiêm tốn trong hoạt động sản xuất ô tô của mạng lưới sản xuất ô tô toàn cầu. Xuất khẩu năm

1999 của năm nền kinh tế Đông Á như Trung Quốc, Hàn Quốc, Thái Lan, Malayxia, Đài Loan chỉ chiếm 4,3% tổng giá trị xuất khẩu công nghiệp ô tô trên thế giới. Không có nền kinh tế nào trong số đó đạt được giá trị xuất khẩu là 3% trong tổng giá trị xuất khẩu trên thị trường toàn cầu về linh kiện, phụ tùng ô tô. Giá trị xuất khẩu phụ tùng ô tô Hàn Quốc là ấn tượng hơn cả. Các linh kiện, phụ tùng của Hàn Quốc đã xuất khẩu sang các thị trường Hoa Kỳ, Canada và đang đủ sức cạnh tranh với các nhà sản xuất ô tô Mèhicô tại các thị trường này. Ngoài ra, Hàn Quốc cũng xuất khẩu các linh kiện, phụ tùng này sang Nhật Bản và đang giành ưu thế tại thị trường này so với các nhà sản xuất ô tô Thái Lan. Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu các phụ tùng ô tô của Hàn Quốc tăng khá nhanh. Năm 1988, giá trị xuất khẩu đạt hơn 1 tỷ USD, nhưng sau 10 năm đã đạt được doanh số 4,1 tỷ USD. Tiếp theo Hàn Quốc, Đài Loan giá trị xuất khẩu các loại phụ tùng linh kiện ô tô đạt 2,8 tỷ USD vào năm 1999. Chỉ có Hàn Quốc và Đài Loan đạt được thặng dư thương mại, năm 1999 thặng dư của Hàn Quốc là 1,85 tỷ USD, của Đài Loan là 1,16 tỷ USD. Các số liệu của Liên hợp quốc Trade database comtrade 1999 cũng cho thấy các nước Đông Á còn lại như Indonexia, Trung Quốc, Malayxia, Thái Lan đang bị thâm hụt thương mại trong hoạt động xuất khẩu linh kiện và phụ tùng ô tô. Có hai nguyên nhân dẫn đến thâm hụt, thứ nhất năng lực sản xuất của các cơ sở yếu kém. Thứ hai, chính sách bảo hộ thị trường nhập khẩu linh kiện, phụ tùng ô tô vẫn đang được áp dụng với tỷ lệ thuế nhập khẩu cao. Về lâu dài, cán cân thương mại vẫn khó cải thiện.

Ngược lại, với công nghiệp điện tử, kể từ năm 1995 đến năm 1999, khu vực Đông Á

đã chiếm tỷ trọng 37% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng điện tử trên thị trường toàn cầu. Công nghiệp điện tử tại khu vực này đã phát triển nhanh, có vị trí xứng đáng trong mạng lưới sản xuất toàn cầu. Các sản phẩm điện tử của Đông Á đã thâm nhập được vào các thị trường của các nước công nghiệp như Hoa Kỳ, Châu Âu. Các hãng điện tử lớn của Nhật Bản, Hàn Quốc đã tạo ra các công nghệ nguồn, sản xuất ra các sản phẩm cuối cùng để phục vụ cho mục tiêu xuất khẩu. Hầu hết các sản phẩm điện tử của Đông Á đều có sức cạnh tranh cao trên thị trường quốc tế.

Trong lĩnh vực công nghiệp ô tô, các cơ sở sản xuất địa phương chỉ trông cậy vào các hãng ô tô lớn của Nhật Bản, hoặc các hãng khác. Sự tương phản trong hai quá trình phát triển, một bên là công nghiệp điện tử, bên kia là công nghiệp ô tô ở Đông Á do một số yếu tố tạo nên. Đó là chi phí vận chuyển cao, lợi nhuận thu được của các nhà đầu tư phương Tây trong công nghiệp ô tô tại Đông Á thấp, thị trường nội địa bị các rào cản áp đặt mức thuế nhập khẩu cao đối với linh kiện và phụ tùng, công nghệ lắp ráp lạc hậu. Dường như các cơ sở lắp ráp ô tô tại các địa phương của khu vực Đông Á là không được đổi mới công nghệ. Chỉ có Hàn Quốc, nền công nghiệp ô tô của nước này hướng mạnh vào mục tiêu xuất khẩu, cho nên các nhà sản xuất đã đầu tư nhiều hơn để phát triển sản xuất và nâng cao chất lượng. Do đó, công nghiệp ô tô Đông Á muốn tham gia vào mạng lưới sản xuất toàn cầu cần phải thay đổi chiến lược phát triển.

2. Những thay đổi của ngành công nghiệp ô tô Đông Á

Hướng thay đổi chiến lược phát triển công nghiệp ô tô để thích ứng mau chóng với những biến đổi của hệ thống sản xuất, kinh

doanh toàn cầu là phải thu hút các nhà đầu tư phương Tây, đổi mới công nghệ, tham gia cạnh tranh trên thị trường quốc tế và thị trường nội địa và rút ngắn vòng đời sản phẩm.

Các cơ sở lắp ráp và sản xuất linh kiện, phụ tùng ô tô trong mạng lưới sản xuất toàn cầu đang phải đối mặt với áp lực cạnh tranh. Các thị trường lớn như Nhật Bản, Hoa Kỳ và Tây Âu trong hơn 10 năm qua đã dường như bão hòa và chỉ đạt tốc độ tăng trưởng hàng năm dưới 10%. Nhưng các nước đang phát triển lại đạt được tỷ lệ tăng trưởng khá hơn. Thị trường ô tô Đông Á kể từ năm 1997 đạt tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm là 15%. Khu vực Châu Á - Thái Bình Dương, trừ Nhật Bản và Ôxtraylia, được các nhà công nghiệp ô tô cho rằng chiếm tới 45% mức tăng sản lượng của ngành công nghiệp ô tô toàn cầu trong thời kỳ 1998 - 2006. Thị trường mới nổi có triển vọng là Trung Quốc, Hàn Quốc, ASEAN với mức tăng trưởng trung bình hàng năm trong khoảng 15 - 20%.

Các hãng sản xuất ô tô toàn cầu đang áp dụng mô hình thung lũng Silicon sản xuất ra hàng loạt các linh kiện phụ tùng với mức độ chuyên môn hóa cao. Các linh kiện phụ tùng này, được các nhà máy sử dụng trong các dây chuyền lắp ráp và tạo nên những ô tô hoàn chỉnh dựa vào các mẫu thiết kế gốc của các hãng nước ngoài.

Năm 1999, Trung Quốc đã thành lập 120 cơ sở chế tạo, lắp ráp ô tô, nhiều cơ sở chế tạo phụ tùng, linh kiện hàng năm có thể sản xuất, lắp ráp hơn 15.000 ô tô. Tại các nước ASEAN, việc lắp ráp ô tô đang được đẩy mạnh, những nhà máy lắp ráp có quy mô lớn hàng năm có thể sản xuất ra 200.000 ô tô. Mặc dầu ngành công nghiệp ô tô tại Malayxia, Indonexia và Philipin chưa phát

triển, nhưng các quốc gia này cũng đang đầu tư cho các cơ sở lắp ráp và sản xuất các linh kiện, phụ tùng ô tô. Tuy nhiên, việc đầu tư, thành lập nhiều nhà máy lắp ráp đã dẫn đến tình trạng dư thừa công suất và hiệu quả theo quy mô đạt tỷ lệ thấp.

3. Chiến lược lắp ráp

Trong khi các cơ sở lắp ráp ô tô Đông Á đang chi phối thị trường khu vực suốt cả thập niên 1980, 1990 thì họ rất cần các hãng lớn của thế giới đầu tư để đáp ứng nhu cầu đang tăng của người tiêu dùng trong tương lai. Xu hướng tăng trưởng tiêu dùng ô tô là rất rõ ràng tại Đông Á, kéo theo áp lực cạnh tranh giữa các cơ sở lắp ráp và sản xuất phụ tùng ô tô địa phương với các hãng sản xuất ô tô lớn trên thế giới rất gay gắt. Các nhà sản xuất ô tô Nhật Bản đã từ lâu chi phối thị trường các nước ASEAN và họ đã mở rộng đầu tư tại thị trường này từ năm 1990, đặc biệt là đầu tư lớn tại Thái Lan. Khác với Nhật Bản, các hãng sản xuất ô tô chỉ đóng vai trò là nhà cung cấp bậc 1 hoặc bậc 2 các linh kiện phụ tùng đồng thời mở rộng các hoạt động dịch vụ tại Đông Á, thì các nhà sản xuất phương Tây giúp cho các nhà sản xuất Đông Á trở thành các OEM. Sự liên minh giữa các hãng phương Tây đã tạo điều kiện cho các cơ sở sản xuất, lắp ráp tại Đông Á có thể sản xuất ra các phụ tùng theo thiết kế của các hãng nổi tiếng của phương Tây. Nhiều nhà sản xuất ô tô lớn trên thế giới đã đầu tư vào Trung Quốc và Hàn Quốc sau khủng hoảng tài chính. Điều cơ bản là các hãng lớn muốn tiến tới những thị trường có năng lực thiết kế, phát triển công nghệ chế tạo. Do đó, chiến lược phát triển công nghiệp ô tô của Đông Á phải đáp ứng được các yếu tố cơ bản, như kỹ năng, mở rộng thị trường, đổi mới công nghệ. Các nhà công nghiệp ô tô thế giới đã

tính toán và cho rằng 6 nhà sản xuất ô tô sẽ cung cấp 80% tổng số xe ô tô tại Đông Á. Nhật Bản với hai nhà sản xuất lớn là Honda và Toyota, cung cấp 4 triệu xe một năm. Còn các hãng khác như Daewoo, Samsung sẽ sử dụng công nghệ liên kết với General Motors và Renault. Hợp tác trong hoạt động sản xuất ô tô là một hướng đi đang hình thành rõ ràng giữa các hãng sản xuất ô tô thế giới.

Cần phải nhấn mạnh quá trình tự do hóa thương mại và tăng trưởng xuất khẩu là hai yếu tố thúc đẩy chiến lược sản xuất ô tô tại Đông Á. Hoạt động xuất khẩu đã mở đường cho các ô tô sản xuất tại Đông Á thâm nhập vào thị trường Hoa Kỳ. Các OEM sau thời kỳ khủng hoảng đã tích cực thâm nhập vào các thị trường mới. Đặc biệt là các hãng của Nhật Bản, đang mở rộng các hoạt động sản xuất ra nước ngoài, sau đó xuất khẩu trở lại cho thị trường Nhật Bản. Các hoạt động xuất khẩu được tiến hành rất thuận lợi nhờ mạng lưới các OEM khu vực hoặc toàn cầu. Hiệu quả của mạng lưới sản xuất ô tô Đông Á đang tăng do tự do hóa thương mại khu vực, và các công ty của Đông Á đã tham gia vào mạng lưới sản xuất toàn cầu. Các nước ASEAN đang ký kết các Hiệp định song phương với nhiều quốc gia, quá trình hình thành các khu vực mậu dịch tự do Đông Á đang được khởi động. Theo lộ trình giảm thuế được thực hiện từ năm 1996, các hãng lắp ráp ô tô chỉ phải chịu mức thuế nhập khẩu các linh kiện phụ tùng ô tô dưới 5%, nếu như 40% giá trị của sản phẩm có nguồn gốc từ các nước hoạt động sản xuất ô tô trong nội bộ ASEAN. Do đó, có thể khẳng định thị trường ô tô Đông Á sẽ phát triển sôi động, mức cạnh tranh giữa các nhà cung cấp linh kiện phụ tùng, lắp ráp trở nên gay gắt hơn. Đầu tư của các hãng sản xuất ô tô Nhật

Bản tại ASEAN sẽ tăng nhanh. Honda, Mitsubishi, Nissan, Toyota hiện đang nắm quyền kiểm soát các công ty đa quốc gia cung cấp linh kiện phụ tùng tại Đông Á và một số thị trường đang tăng trưởng tại Nam Á, ví dụ Ấn Độ.

Các nhà sản xuất ô tô đang tích cực điều chỉnh chiến lược, hướng tới các nền kinh tế có quy mô lớn. Chiến lược của họ là liên kết các cơ sở lắp ráp, sản xuất ô tô địa phương trở thành các cơ sở lớn hơn dựa vào ba tiêu chuẩn, địa phương hóa, chuyên môn hóa hoạt động sản xuất và hợp nhất. Sự phối hợp giữa các cơ sở, cho phép giảm đi một số công đoạn trong dây chuyền lắp ráp và sản xuất. Thí dụ hãng Chrysler và hãng Mitsubishi có thể giảm từ 12 công đoạn xuống còn 6 công đoạn. Ngoài ra các hãng cũng đang tích cực đầu tư để tạo ra các mẫu hình khung xe khác nhau và có thể sử dụng các mẫu hình đó chung cho nhiều hãng. Thí dụ Honda có thể dựa vào mẫu khung của Accord, Renault và Nissan.

4. Cơ hội và thách thức đối với các nhà cung cấp

Chi phí cho việc liên lạc giữa các cơ sở sản xuất ở nước ngoài trở thành một vấn đề khó khăn, buộc các nhà sản xuất của Hoa Kỳ, Nhật Bản chỉ liên lạc với những cơ sở lớn ở nước ngoài. Các OEM của Nhật Bản vẫn cố gắng duy trì quan hệ truyền thống với một số nhà cung cấp. Nhưng khi đối mặt với áp lực cạnh tranh họ bắt đầu thay đổi quan hệ và hướng tới các nhà cung cấp chi tiết phụ tùng từ các nước phương Tây. Trong cả hai trường hợp trên, nếu các công ty của Hoa Kỳ và Nhật Bản đều yêu cầu các nhà cung cấp phải đề cao trách nhiệm hơn nữa trong việc cung cấp các linh kiện, phụ tùng, thì những

yêu cầu khắt khe đó sẽ thúc đẩy quá trình vươn lên của các nhà cung cấp lớn.

Định hướng phát triển các quan hệ này đã lập nên những rào cản đối với các nhà cung cấp của các nước đang phát triển, khi mà họ đang nỗ lực để trở thành các OEM. Trong quá khứ, các cơ sở lắp ráp, các nhà thiết kế đã tiến hành sản xuất ra các bộ phận chính và họ chỉ mua một số chi tiết, phụ tùng đơn giản để chế tạo các ô tô nguyên chiếc. Họ đã thay đổi thiết kế, chính trong hoàn cảnh đó, các cơ sở lắp ráp có thể vươn lên đạt tới trình độ cao hơn, trở thành một thành viên trong chuỗi cung của công nghiệp sản xuất ô tô. Nhưng công nghệ tại các cơ sở lắp ráp, chế tạo tại các nước Đông Á vẫn ở mức thấp, đã cản trở bước tiến của họ muốn vươn lên trở thành các nhà cung cấp đạt tiêu chuẩn quốc tế.

Mức độ cạnh tranh của các cơ sở lắp ráp ô tô tại Đông Á đang tăng cao, đòi hỏi các cơ sở này phải đổi mới công nghệ và nâng cao năng lực quản lý. Sau đó, tiến tới mở rộng hoạt động sản xuất trong phạm vi khu vực và trên quy mô toàn cầu. Mở rộng sản xuất tại địa phương phải phù hợp với hai yêu cầu chiến lược của các OEM. Thứ nhất, là chuyên môn hóa sản xuất, thứ hai, đạt được tỷ lệ hợp lý giữa giá trị sản phẩm so với trọng lượng của nó. Các hãng ô tô lớn khi đầu tư vào các nước Đông Á thường suy tính tới khả năng chuyên môn hóa sản xuất của các cơ sở địa phương, quy mô của thị trường, nguồn nhân lực và các chính sách hỗ trợ của chính phủ. Khi các điều kiện đó đáp ứng yêu cầu của các nhà đầu tư, thì hệ thống cơ sở sản xuất, lắp ráp mới ở địa phương được thiết lập và hệ thống đó có thể tham gia vào mạng lưới sản xuất toàn cầu. Đặc biệt Brazil cuối năm 1997 là một thị trường tiêu thụ ô tô lớn,

đã tạo lập các cơ sở lắp ráp địa phương, nhưng chỉ có 1 cơ sở trong số 13 cơ sở được đánh giá là có quy mô lớn. Tại Thái Lan, hầu hết 250 nhà cung cấp phụ tùng ô tô bậc 1 là các chi nhánh của các công ty nước ngoài. Thậm chí ở Hàn Quốc sau khi mở cửa thu hút FDI thì các cơ sở lắp ráp lớn của nước này cũng chỉ là công ty thành viên của các nhà cung cấp bậc 1 phương Tây. Khi hệ thống các công ty bậc 1 tham gia các hoạt động liên kết thì có thể giảm được chi phí sản xuất, tiếp thu tri thức và công nghệ mới, hợp tác lao động và tạo ra chuỗi giá trị mới.

5. Nghiên cứu một số trường hợp

Trung Quốc

Công nghiệp ô tô của Trung Quốc bắt đầu được hình thành từ thập niên 1950 với sự giúp đỡ của Liên Xô cũ và được chỉ định phát triển tại một số khu vực. Từ năm 1960, do xung đột kéo dài với Liên Xô, các cơ sở lắp ráp, sản xuất phân tán vào sâu trong nội địa của các tỉnh. Thập niên 1970, Trung Quốc thực hiện chính sách cải cách mở cửa, các công ty ô tô nước ngoài bắt đầu thành lập các chi nhánh tại Trung Quốc. Đầu tiên là hãng Volkswagen, sau đó là General Motors, Toyota. Năm 2003, Trung Quốc sản xuất được hơn 2 triệu ô tô. Trung Quốc là một thị trường lớn, chính trị ổn định, hệ thống hạ tầng cơ sở hiện đại, do đó công nghiệp ô tô phát triển rất nhanh. Doanh thu của công nghiệp sản xuất ô tô năm 2005 tăng 26,9%. Năm 2005, Trung Quốc sản xuất được 3,1 triệu xe, trong đó xe của các hãng ô tô nội địa chiếm 29% thị phần nội địa với hai thương hiệu Chery và Gelrry, còn các công ty của Hoa Kỳ chiếm 14% thị phần. Trung Quốc đang hướng tới cung cấp các loại ô tô cao cấp cho các thị trường Nhật Bản, Hoa Kỳ và Châu Âu. Để sản xuất ra các loại ô tô

có chất lượng cao, giá thành rẻ, Trung Quốc đang tiến hành mua lại các nhà máy của Ford, nhà máy sản xuất động cơ BMW. Theo dự báo của các nhà sản xuất ô tô, thì năm 2010, số lượng ô tô xuất khẩu của Trung Quốc sẽ chiếm 10% tổng số xe của cả thế giới. Để lý giải cho khả năng lớn mạnh của các công ty sản xuất ô tô Trung Quốc cần xem xét một số hoạt động chủ yếu.

- Sản xuất linh kiện và phụ tùng

Hoạt động sản xuất linh kiện phụ tùng tăng trưởng rất nhanh trong thập niên 1990. Mạng lưới sản xuất tập trung vào ba trung tâm chính là Thượng Hải, Giang Tô, Triết Giang. Ngoài ra cũng có một số cơ sở sản xuất lớn tại các tỉnh phía Bắc như Hà Bắc, Tứ Xuyên, Thành Đô. Bắc Kinh và Quảng Châu là những thành phố có các nhà máy sản xuất lớn, đặt nền móng cho sự phát triển công nghiệp ô tô Trung Quốc trong tương lai. Năm 2000, tại Trung Quốc có khoảng 1.540 công ty sản xuất thiết bị ô tô xe máy, trong đó có 1/4 cơ sở sản xuất liên doanh với nước ngoài. Các hãng nước ngoài sở hữu khoảng 50% giá trị sản xuất của các cơ sở lắp ráp, họ tham gia thiết kế, chế tạo linh kiện phụ tùng, các bộ phận quan trọng như vành, điều hòa nhiệt độ, ắc quy, và chuyển giao công nghệ. Nhờ liên kết với các hãng nước ngoài mà các hãng sản xuất linh kiện ô tô của Trung Quốc đạt được tiêu chuẩn quốc tế.

- Hoạt động thương mại

Từ năm 1994 đến năm 1999, nhập khẩu phụ tùng, linh kiện ô tô tăng gấp đôi và mức xuất khẩu trong thời kỳ này tăng gấp ba. Thặng dư thương mại do xuất khẩu linh kiện, phụ tùng ô tô của Trung Quốc là khá lớn. Thị trường xuất khẩu chính của Trung Quốc là Nhật Bản, Châu Âu, Hoa Kỳ và một số thị trường đang lên tại Châu Á. Trung Quốc gia

nhập WTO, hàng rào thuế quan phải dỡ bỏ. Tuy nhiên, cơ sở hạ tầng hiện đại, nhân công rẻ, Trung Quốc đang thu hút nhiều hãng ô tô nước ngoài, đầu tư phát triển sản xuất đáp ứng yêu cầu trong nước và xuất khẩu.

- Mạng lưới sản xuất

Khủng hoảng tài chính năm 1997, đã gây áp lực cải cách và hợp tác sản xuất trong lĩnh vực công nghiệp ô tô trên quy mô toàn cầu. Trung Quốc đang cố gắng thiết lập mối liên kết với các nhà sản xuất lớn trên thế giới dưới các hình thức đầu tư, liên danh và liên kết. Ở Trung Quốc đại lục hiện có 116 công ty của Đài Loan đang tham gia sản xuất các chi tiết phụ tùng linh kiện có chất lượng cao phục vụ cho xuất khẩu. Các công ty của Đài Loan chủ yếu sản xuất ra các loại chi tiết thiết bị như phanh, điều hòa, đèn, radio, vành, động cơ. Gần đây nhiều công ty của Nhật Bản đã đầu tư vào Trung Quốc để sản xuất ra các chi tiết, phụ tùng ô tô. Hãng Denso đã xây dựng 5 nhà máy sản xuất ô tô tại Trung Quốc, để cung cấp phụ tùng cho hãng Toyota và đóng vai trò kiểm tra chất lượng các sản phẩm được sản xuất ra tại các xí nghiệp liên doanh với Trung Quốc. Còn các hãng phương Tây chủ yếu đầu tư vào Thượng Hải, thí dụ hãng ô tô Delphi có 15 nhà máy chủ yếu sản xuất ra các thiết bị quan trọng. Tất cả các nhà máy của các nhà sản xuất phương Tây đều phục vụ cho thị trường xuất khẩu, và tỷ trọng của các hãng này trong tổng kim ngạch xuất khẩu là 1/3. Ngoài Delphi, Borgwarner, Bosch và T & N cũng đang tích cực đầu tư vào Trung Quốc để sản xuất hệ thống điện, máy bơm dầu, xi lanh, piston...

Hàn Quốc

Hàn Quốc thành công hơn so với bất cứ quốc gia công nghiệp hóa mới tại Đông Á

trong lĩnh vực sản xuất ô tô. Công nghiệp ô tô của Hàn Quốc được thực hiện nhờ chương trình kế hoạch 5 năm lần thứ nhất, bắt đầu từ năm 1962, được ưu tiên nhờ các chính sách phát triển của chính phủ. Chính phủ đã cung cấp cho các nhà sản xuất những khoản tín dụng ưu đãi, áp dụng các mức thuế hợp lý để sản xuất linh kiện, phụ tùng, ô tô nguyên chiếc xuất khẩu và tiêu thụ tại thị trường nội địa. Nhập khẩu linh kiện và phụ tùng cũng được hỗ trợ bởi các chính sách của chính phủ, do đó các cơ sở lắp ráp đạt được tốc độ tăng trưởng nhanh. Trước khi xảy ra khủng hoảng tài chính, các công ty sản xuất ô tô khách Hàn Quốc là một trong bốn tập đoàn lớn nhất thế giới và một nửa giá trị xuất khẩu của công nghiệp ô tô Hàn Quốc ra thị trường nước ngoài là ô tô khách. Sau đó chính sách cải cách, cơ cấu trong ngành công nghiệp ô tô bị thất bại, lại chịu ảnh hưởng tiêu cực của khủng hoảng tài chính, cho nên công nghiệp ô tô Hàn Quốc chịu những hậu quả nặng nề.

- Sản xuất linh kiện và phụ tùng

Hệ thống sản xuất phụ tùng và linh kiện ô tô của Hàn Quốc phát triển rất mạnh, hầu hết là hướng về xuất khẩu. Năm 1999, lợi nhuận của các công ty thành viên tăng lên tới 10 tỷ USD. Hàn Quốc đã thực sự khôi phục lại ngành công nghiệp ô tô khi các hãng lớn như Hyundai, Daewoo đã được cải tổ và vào năm 2002, General Motors hoàn tất quá trình liên kết với Daewoo. Các hãng sản xuất ô tô tại Hàn Quốc hàng năm bán được 1,5 triệu xe tải và 1 triệu xe khách. Hàn Quốc cũng mở rộng thị trường nhập khẩu ô tô, với mức giá nhập khẩu 8%, khi lượng ô tô nhập khẩu tăng, giá hạ ép buộc các công ty của Hàn Quốc phải nâng cao năng lực cạnh tranh và hội nhập vào mạng lưới sản xuất toàn cầu. Thị trường nội địa về ô tô Hàn Quốc có nhu

cầu khá lớn, vì thu nhập bình quân đầu người của Hàn Quốc là khá cao. Do vậy, chính phủ đã khuyến khích các công ty trong nước nâng cao chất lượng sản phẩm và hạ giá thành để đáp ứng yêu cầu của thị trường. Trước năm 1997, các cơ sở sản xuất có quy mô nhỏ và vừa chiếm tỷ trọng 95% tổng số linh kiện, phụ tùng được sản xuất ra tại Hàn Quốc. Sau khủng hoảng, hàng loạt cơ sở đã bị phá sản, các cơ sở tồn tại được phải tiến hành nâng cấp. Hiện tại có 50 hãng ô tô của Hàn Quốc có quy mô lớn đang tích cực đầu tư cho hoạt động R & D, sản xuất các linh kiện, phụ tùng theo giấy phép của các hãng ô tô lớn từ nước ngoài. Do đó, trong lĩnh vực sản xuất ô tô khách thì Daewoo, Hyundai, Kia vẫn là những hãng lớn chiếm tới 1/3 tổng giá trị xuất khẩu.

- Thương mại

Tổng giá trị xuất khẩu công nghiệp ô tô của Hàn Quốc đã tăng 3 lần từ năm 1990 đến năm 2000. Xuất khẩu phụ tùng, linh kiện có tốc độ tăng trưởng cao nhất phục vụ cho các cơ sở lắp ráp trong nước, ngoài nước. Hiện tại khoảng 1/3 tổng giá trị xuất khẩu là hướng tới Hoa Kỳ, các nước Châu Á chiếm 25% và Châu Âu chiếm 21%. Nói chung ô tô xuất khẩu của Hàn Quốc có công nghệ thấp hoặc trung bình. Lớp ô tô là loại sản phẩm thu được lợi nhuận xuất khẩu cao nhất. Nhập khẩu công nghệ từ nước ngoài đang được đẩy mạnh để sản xuất ra các bộ phận truyền động, thiết bị điện, các thiết bị bảo đảm an toàn.

- Mạng lưới sản xuất

Sau khủng hoảng tài chính, các hãng sản xuất, lắp ráp ô tô của Hàn Quốc đã chủ động liên kết với mạng lưới sản xuất ô tô toàn cầu. Cả 4 trong 5 hãng lớn là Kia, Ssangyoung, Samsung và Daewoo đều gặp khó khăn về tài

chính, khoảng 300 - 500 cơ sở lắp ráp của các hãng này bị phá sản. Nhưng cuộc khủng hoảng tài chính lại là điều kiện để cho công nghiệp ô tô cải cách phát triển tốt hơn, vì tại đây đã xuất hiện các tập đoàn lớn, đầu tư nhiều hơn cho hoạt động R & D, đồng thời liên kết sản xuất được với các hãng có tên tuổi của thế giới như Autoliv, Britax, Delphi, FAG, Valeo từ đó tiếp thu công nghệ và nâng cao năng lực sản xuất.

Thái Lan

Giữa thập niên 1990, công nghiệp ô tô của Thái Lan đã phát triển mạnh nhất khu vực Đông Nam Á. Năm 1996, Thái Lan sản xuất được 559 nghìn ô tô các loại và số lượng các cơ sở lắp ráp, sản xuất ô tô tại nước này là 1.200. Công nghiệp ô tô Thái Lan phát triển nhanh nhờ các OEM của Nhật Bản hỗ trợ và hầu hết các ô tô sản xuất ra được tiêu thụ tại Thái Lan. Đầu thập niên 1990, Thái Lan thực hiện tự do hóa thương mại, cơ sở hạ tầng được nâng cấp, do đó khá nhiều công ty nước ngoài đã đầu tư vào Thái Lan. Cũng giống như Hàn Quốc, kể từ khi xảy ra khủng hoảng tài chính, công nghiệp ô tô của Thái Lan gặp nhiều khó khăn.

- Hoạt động sản xuất

Thị trường ô tô Thái Lan tăng trưởng nhanh từ năm 1981. Số lượng ô tô tiêu thụ trên thị trường nội địa là 304 nghìn chiếc vào năm 1986, và năm 1996 tăng lên 589 nghìn chiếc. Xuất khẩu ô tô và phụ tùng cũng tăng nhanh trước khi xảy ra khủng hoảng. Ô tô của Thái Lan được xuất khẩu ra nhiều nước đặc biệt là thị trường Hoa Kỳ. Các chi nhánh Nhật Bản tại Thái Lan đạt được doanh số bán ra trên thị trường trong và ngoài nước khoảng 90% vào những năm 1990. Trong đó Toyota chiếm tỷ trọng 28%, Isuzu chiếm 24%, Honda chiếm 13%, Nissan chiếm 12%

và Mitsubishi chiếm 8%. Giữa thập niên 1990, các hãng ô tô lớn của phương Tây đã đầu tư vào Thái Lan, trong đó có BMW, Daimler - Chrysler, Ford, General Motors.

- Chính sách phát triển

Thái Lan có chính sách phát triển công nghiệp ô tô từ cuối thập niên 1960. Chìa khóa của chính sách phát triển trong thời kỳ này là công cụ bảo hộ, để cho các cơ sở sản xuất trong nước hình thành mạng lưới và mở rộng sản xuất. Tuy nhiên, đối với phụ tùng xe tải, Thái Lan lại áp dụng mức thuế nhập khẩu thấp. Cho nên, số lượng xe tải được sản xuất ra tăng nhanh, đáp ứng yêu cầu giao thông vận tải tại khu vực nông thôn. Trong thời kỳ 1990 - 1995, Thái Lan đạt được tốc độ tăng trưởng cao, mở cửa thị trường, hạ thấp mức thuế nhập khẩu, do đó nhiều nhà máy sản xuất ô tô lớn đã được xây dựng từ năm 1994.

- Sản xuất phụ tùng, linh kiện

Năm 2001, có khoảng 60 các loại chi tiết được các nhà sản xuất tại Thái Lan, sản xuất cung cấp cho các nhà lắp ráp địa phương. Số còn lại được xuất khẩu sang thị trường các nước Đông Nam Á. Các phụ tùng, chi tiết chủ yếu phục vụ cho xuất khẩu và cơ sở lắp ráp là động cơ, máy điện, radio, lốp, khung xe. Mức tăng kim ngạch xuất khẩu rất ấn tượng. Ví dụ năm 1990, xuất khẩu phụ tùng đạt 78 triệu USD, năm 1999 là 1,4 tỷ USD. Cơ cấu xuất khẩu được phân chia theo tỷ lệ 30% thuộc các cơ sở sản xuất nội địa và 70% thuộc các công ty nước ngoài. Trong số đó, có hai hãng lớn của Nhật Bản là Denso và Thai Arrow đang chiếm vị trí đầu bảng. Khi Thái Lan đối mặt với cuộc khủng hoảng tài chính, xuất khẩu phụ tùng, linh kiện ô tô của Thái Lan giảm mạnh. Các cơ sở địa phương của Thái Lan với trình độ công nghệ thấp

hơn Hàn Quốc và Đài Loan, lại thiếu vốn do đó họ chịu lệ thuộc từ các OEM nước ngoài. Thâm hụt thương mại của Thái Lan năm 1996 là 14,6 tỷ USD, trong đó mức thâm hụt của công nghiệp ô tô là 3,8 tỷ USD. Kết quả là 230 nhà cung cấp bậc 1 còn sống sót là do các công ty nước ngoài mua lại. Năm 2002, các cơ sở sản xuất lắp ráp ô tô của Thái Lan đã giảm đi một nửa từ 1.200 xuống còn 600.

Thị trường Thái Lan có quy mô nhỏ, tham vọng của Chính phủ Thái Lan là xuất khẩu ô tô sang các nước Đông Nam Á và các nước phương Tây. Kể từ khi liên kết với các hãng lớn như Ford, General Motors, Mitsubishi, Isuzu, Toyota, số lượng xe tải, xe cần cẩu tiêu thụ trên thị trường xuất khẩu và nội địa đều tăng. Ví dụ hãng Ford tại Thái Lan đã xuất khẩu xe cần cẩu tới 130 nước. Khi khu vực thương mại tự do Đông Á được hình thành, Thái Lan hy vọng sẽ chiếm vị trí quan trọng trong lĩnh vực sản xuất ô tô tại khu vực này.

6. Chính sách công nghiệp ô tô Đông Á

Triển vọng phát triển công nghiệp ô tô tại Đông Á theo đánh giá của các nhà kinh tế là sáng sủa. Thị trường nội địa Trung Quốc rất lớn, đang có nhu cầu sử dụng các loại ô tô rẻ tiền và đắt tiền. Do đó mạng lưới các OEM tại Trung Quốc đang lớn mạnh. Hàn Quốc đang có chính sách phát triển công nghiệp ô tô hướng về xuất khẩu. Thái Lan và Malayxia là những quốc gia đã có những thành quả phát triển trong ngành công nghiệp ô tô và đang đặt rất nhiều hy vọng vào AFTA và AFTA mở rộng. Do đó, các quốc gia Đông Á đều đề ra các chính sách phát triển công nghiệp ô tô của riêng mình.

Phát triển nguồn nhân lực và hiện đại hóa hạ tầng cơ sở là bài toán khó khăn nhất đối với các quốc gia Đông Á. Khả năng đầu tư,

cải cách hệ thống sản xuất tùy thuộc nhiều vào chính sách công nghiệp. Hiện tại còn có nhiều quan điểm khác nhau. Một số lập luận cho rằng, cần mở rộng quy mô sản xuất, phát triển công nghệ, vượt qua khó khăn về tài chính. Với ý chí quyết tâm như thế, nhưng lại không được các chính sách của chính phủ hỗ trợ thỏa đáng, ví dụ không đầu tư ở mức cao cho R & D để tiếp thu công nghệ, tri thức, không chủ động hội nhập sâu vào mạng lưới sản xuất toàn cầu. Những hạn chế như thế thường bắt gặp ở Trung Quốc, Hàn Quốc nơi hàng năm xuất xưởng một số lượng lớn ô tô ra nước ngoài. Như vậy, thì các chính sách công nghiệp ô tô cần quan tâm tới hai vấn đề, một là chính sách của chính phủ có khuyến khích các hãng trong nước tập trung sản xuất các thiết bị theo mẫu gốc hay chỉ sản xuất ra các phụ tùng thay thế? Mặc dù Hàn Quốc có quy mô sản xuất lớn hơn Đài Loan, nhưng sản lượng xuất khẩu phụ tùng, linh kiện của Hàn Quốc thấp hơn Đài Loan. Bởi vì Hàn Quốc chú trọng sản xuất phụ tùng thay thế, trong khi Đài Loan, chú trọng sản xuất các phụ tùng xuất khẩu. Hai là, để nâng cao lợi thế cạnh tranh, các nhà sản xuất trong nước phải tham gia vào mạng lưới sản xuất toàn cầu để trở thành các nhà cung cấp bậc 1 hoặc các OEM. Muốn vậy các nhà sản xuất địa phương phải nâng cao khả năng công nghệ, phải sản xuất ra các phụ tùng, linh kiện đạt tiêu chuẩn quốc tế. Do vậy, các nước Đông Á đều phải tranh thủ sự hỗ trợ của nhà nước trong hoạt động giáo dục đào tạo, chuyển giao công nghệ và thu hút FDI chất lượng cao. Đối với công nghiệp ô tô, các chính sách của chính phủ nên ưu tiên cho các cơ sở sản xuất lớn, bởi vì cơ hội tăng trưởng chỉ có thể đạt được tại những cơ sở sản xuất này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Abrenica, Joy (2000), *Liberalization the ASEAN Automotive Market*. The ASEAN Auto industry processed.
2. Bell, Martin (2003), *Knowledge Resources Innovation Capabilities and Sustained Competitiveness in Thailand*, Policy Research Unit.
3. Brooke, James (2002), *Japan Caves out major in China's Auto future*, New York Time 11-11.
4. Brook Group (2002), *Thailand Automotive Industry*, Bangkok Processed.
5. Ravenhill, John (2002), *From national champions to Global Partner: Crisis Globalization and Korea Auto Industry*, Cambridge Univ. press.
6. Voloso, Francisco (2000), *The Automotive Supply Chain: Global Trend and Asian perspectives*, MIT, Cambridge Univ. press.