

VAI TRÒ CỦA CÔNG NGHIỆP HỖ TRỢ TRONG TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ: TRƯỜNG HỢP NGÀNH Ô TÔ TẠI VIỆT NAM

● **HỒ VĂN DŨNG**

TÓM TẮT:

Bài viết sử dụng phương pháp phân tích định tính và thống kê dữ liệu về ngành công nghiệp ô tô nhằm tóm lược những hạn chế làm cản trở sự phát triển của công nghiệp hỗ trợ (CNHT) ngành ô tô. Kết quả phân tích cho thấy một số vấn đề còn tồn tại như: tỷ lệ nội địa hóa nguyên vật liệu thấp, thiếu vốn, công nghệ và nguồn nhân lực chất lượng, hạn chế về năng lực nghiên cứu và đào tạo. Ngoài ra, dung lượng thị trường ô tô còn nhỏ, hạ tầng giao thông chưa đáp ứng. Qua kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất một số giải pháp khắc phục những tồn tại để thúc đẩy phát triển công nghiệp hỗ trợ ngành Ô tô tại Việt Nam.

Từ khóa: công nghiệp ô tô, công nghiệp hỗ trợ, tăng trưởng, chính sách, thị trường.

1. Đặt vấn đề

CNHT đóng một vai trò quan trọng trong tăng trưởng kinh tế quốc dân. Các ngành CNHT và liên quan được xem như nhân tố chính trong 4 nhân tố quyết định lợi thế cạnh tranh của một quốc gia về một ngành công nghiệp cụ thể (Porter, 1990). Việt Nam cũng như các quốc gia khác, quá trình phát triển cũng cần sự hỗ trợ từ các ngành nghề liên quan, điều này nhận thấy rõ qua phân tích về vai trò của CNHT trong tăng trưởng kinh tế Việt Nam.

Ở Việt Nam, thuật ngữ CNHT (công nghiệp phụ trợ) được chính thức sử dụng tương đối muộn, từ năm 2003 (Nguyễn Thị Xuân Thúy, 2007). Tài liệu chính thức đầu tiên của Chính phủ Việt Nam

sử dụng thuật ngữ CNHT là Quy hoạch phát triển CNHT đến năm 2010, tầm nhìn đến năm 2020, ban hành năm 2007.

Khái niệm CNHT được định nghĩa gần đây nhất tại Nghị định số 111/2015/NĐ-CP ngày 03 tháng 11 năm 2015 của Chính phủ, là “các ngành công nghiệp sản xuất nguyên liệu, vật liệu, linh kiện và phụ tùng để cung cấp cho sản xuất sản phẩm hoàn chỉnh”.

Về phạm vi, CNHT ở Việt Nam hiện nay khá rộng, trải dài với 6 nhóm ngành: (1) Dệt - may; (2) da - giày; (3) điện tử; (4) cơ khí chế tạo; (5) sản xuất lắp ráp ô tô; và (6) CNHT cho phát triển công nghiệp công nghệ cao.

Như vậy, có sự khác biệt về phạm vi trong định nghĩa CNHT của Việt Nam với các nước trong ASEAN 4 và Nhật Bản. Trong khi CNHT của các nước ASEAN 4 và Nhật Bản là chỉ nhằm phục vụ cho việc phát triển các ngành công nghiệp lắp ráp, thì CNHT của Việt Nam còn nhằm phục vụ cho phát triển các ngành lắp ráp (như ô tô, xe máy, điện tử) và ngành công nghiệp chế biến (như dệt may, da giày).

2. Các nghiên cứu liên quan

2.1. Lý thuyết mô hình viên kim cương của Michael Porter

Theo (Porter, 1990), lợi thế cạnh tranh của một quốc gia được xác định bởi 4 yếu tố cấu thành chính: (1) điều kiện về các yếu tố sản xuất, (2) điều kiện về cầu, (3) CNHT và các ngành liên quan, và (4) cơ cấu nội bộ, chiến lược và cạnh tranh trong ngành. 4 yếu tố này tương tác với nhau, tạo thành 4 đỉnh của một viên kim cương, được gọi chung là "Mô hình kim cương của Porter". Ngoài ra, Porter cũng gợi ý 2 biến bổ sung, (5) những sự kiện ngẫu nhiên và (6) vai trò của chính phủ, có thể ảnh hưởng đến mô hình kim cương quốc gia. Tất cả các yếu tố này có mối quan hệ hai chiều và tác động qua lại lẫn nhau, tạo nên lợi thế cạnh tranh có thể áp dụng cho bất kỳ quốc gia và ngành nào. Theo Porter, đơn vị phân tích cơ bản để hiểu được lợi thế cạnh tranh của một quốc gia là ngành. Sự yếu kém ở bất kỳ yếu tố quyết định nào trong 4 yếu tố chính của mô hình (được ví như 4 đỉnh của viên kim cương) sẽ cản trở tiềm năng phát triển và tiến bộ của một ngành.

2.2. Những nghiên cứu thành công tại Thái Lan từ những năm 1990

Những năm 1990, ngành điện và điện tử tại Thái Lan (1) phụ thuộc lớn vào các nhà cung cấp nước ngoài để cung cấp nguyên vật liệu và linh kiện, gây áp lực lên thương mại quốc tế; (2) Công nghệ lạc hậu, việc đầu tư vào máy móc hiện đại đòi hỏi vốn và thời gian dài, công nghiệp cơ khí cần phải liên kết chặt chẽ với nhu cầu kỹ thuật

của các doanh nghiệp lắp ráp nước ngoài, đặc biệt là công nghệ sản xuất khuôn mẫu và đúc nén; (3) Thiếu nguồn nhân lực kỹ thuật cao, đào tạo kỹ thuật viên chuyên nghiệp mất tới 3-4 năm, và người lao động thường từ bỏ việc học để tìm công việc có thu nhập cao hơn; (4) Doanh nghiệp trong nước thiếu năng lực, nhân viên chưa có ý thức lao động cao, chẳng hạn như vi phạm thời gian giao hàng và chậm trễ trong đáp ứng thời hạn giao hàng (Tsunekawa, 2004).

Theo báo cáo khảo sát của Tổ chức Xúc tiến thương mại Nhật Bản (JETRO), chỉ có 105 doanh nghiệp Thái Lan trong số 353 doanh nghiệp sản xuất linh kiện điện, điện tử tại Thái Lan (chỉ chiếm 30% tổng số), phần còn lại là các doanh nghiệp nước ngoài, trong đó các doanh nghiệp Nhật Bản, Đài Loan (Trung Quốc) và Mỹ chiếm gần 50%. Các nhà lắp ráp của Nhật Bản tại Thái Lan cũng thường chọn nhà cung cấp từ Nhật Bản và các quốc gia khác thay vì từ các nhà cung cấp nhỏ lẻ trong nước. Để cạnh tranh và giảm thiểu sự phụ thuộc vào mạng lưới doanh nghiệp nước ngoài tại Thái Lan, cần tăng cường năng lực của các doanh nghiệp CNHT trong nước (Nagai, 2001).

Kết quả các nghiên cứu đã đưa ra những chính sách để thúc đẩy phát triển ngành như: miễn thuế thu nhập doanh nghiệp cho các doanh nghiệp mở rộng hoạt động sản xuất trong cùng lĩnh vực đã được cấp phép trước đó; miễn thuế nhập khẩu nguyên vật liệu cần thiết để phục vụ xuất khẩu; miễn giảm thuế thu nhập doanh nghiệp cho các doanh nghiệp CNHT; cho phép người nước ngoài nắm giữ cổ phần của các doanh nghiệp sản xuất; cho phép người nước ngoài cư trú không thời hạn đầu tư vào các dự án mới và trái phiếu chính phủ; trong khủng hoảng kinh tế, nới lỏng chính sách thuế để thúc đẩy xuất khẩu thay vì nhập khẩu, miễn giảm thuế đối với máy móc công nghệ cao, khuyến khích nhập/xuất linh kiện giữa các công ty thành viên ASEAN; nới lỏng chính sách thuế đối với các doanh nghiệp liên doanh.

2.3. Những nghiên cứu về các ngành công nghiệp hỗ trợ chọn lọc

Các nghiên cứu phát triển thúc đẩy ngành công nghiệp tại Thái Lan có nhiều những điển hình về nghiên cứu triển vọng của các ngành CNHT chọn lọc tại Thái Lan để giải quyết các vấn đề như sau: (1) Thiếu năng suất và công nghệ mới, thiếu máy móc hiện đại và bảo dưỡng trong ngành Dệt - May. (2) Thiếu thông tin và chuyển giao công nghệ giữa chính phủ và tư nhân, cũng như giữa các công ty liên quan. (3) Thiếu kỹ thuật viên lành nghề có thể làm việc với quy trình sản xuất hiện đại. (4) Thiếu cấu trúc công nghiệp và sự liên kết giữa các doanh nghiệp sản xuất. (5) Khó khăn thâm nhập vào các thị trường mới do thiếu thông tin và mẫu thiết kế phù hợp. (6) Tập trung quá mức của ngành Dệt - May tại một vùng, gây chi phí nhân công cao. (7) Vấn đề chi phí môi trường đối với ngành Dệt - May và nhựa. (8) Khó khăn về nguồn nguyên liệu thô, như da giày, gốm sứ, trang sức, sắt thép. (9) Thiếu chiến lược dài hạn và nguồn vốn. (10) Chính sách chưa rõ ràng và các biện pháp cản trở như thuế trong ngành công nghiệp điện tử và đồ gia dụng điện tử (Limskul, 1997). Những kết quả này cần xem xét và kiểm định để áp dụng trong CNHT Việt Nam.

2.4. Những nghiên cứu bước đầu tại Việt Nam từ những năm 2000

Từ những năm 2000, các nghiên cứu bước đầu khảo sát thực trạng nhằm tạo môi trường thuận lợi cho các doanh nghiệp trong nước hợp tác với các doanh nghiệp Nhật Bản tại Việt Nam hoạt động trong các ngành CNHT (Ichikawa, 2004). Phương pháp phỏng vấn chuyên gia được vận dụng và khảo sát các công ty để tìm hiểu về CNHT Việt Nam, tập trung vào ngành CNHT xe máy và điện tử gia dụng. Kết quả nghiên cứu tập trung vào 7 nhóm vấn đề, bao gồm: (i) Xây dựng chính sách thúc đẩy CNHT; (ii) Cải tổ doanh nghiệp nhà nước; (iii) Hỗ trợ doanh nghiệp tư nhân; (iv) Phát triển nguồn nhân lực; (v) Truyền thông thông tin đến doanh nghiệp; (vi) Cải tiến kiểm soát chất

lượng; (vii) Tận dụng lợi thế vốn và công nghệ nước ngoài. Mặc dù đề tài chỉ khảo sát 2 ngành này, nhưng các khuyến nghị có thể áp dụng cho các ngành CNHT khác.

Trong một nghiên cứu khác sử dụng phương pháp thảo luận, phỏng vấn, khảo sát thực địa và lắng nghe ý kiến chuyên gia (Ohno, 2006) để thu thập thông tin từ 32 doanh nghiệp Nhật Bản và các nhà cung cấp phụ kiện tại Việt Nam trong ngành ô tô, xe máy, điện - điện tử, kết quả nghiên cứu nhận định: Để phát triển CNHT Việt Nam, cần chú ý đến các vấn đề như tỷ lệ nội địa hóa, tính cạnh tranh về chất lượng, chi phí và giao hàng, kích cỡ thị trường, xuất khẩu, nguồn nhân lực chất lượng cao, chính sách thuế, môi trường chính sách ổn định, tầm hiểu biết và thông tin, tiêu chuẩn công nghiệp và an toàn, tình trạng thiếu nguyên vật liệu.

3. Nội dung phân tích

3.1. Về thị trường và hạ tầng nền công nghiệp

Trong nghiên cứu này, thị trường công nghiệp bao gồm các chuỗi cung ứng nguyên vật liệu, sản phẩm và dịch vụ được doanh nghiệp sử dụng để sản xuất hàng hóa. Trường hợp phân tích trong nghiên cứu về thị trường ô tô (Gundlach et al., 2006).

Thị trường ô tô tại Việt Nam hiện tại tương đối nhỏ, với hơn 10 nhà sản xuất gốc (OEM: Original Equipment Manufacturing) tham gia, bao gồm Toyota, Honda, Suzuki, Isuzu, Mitsubishi, Nissan, Ford, Mercedes Benz, Thaco, TC Motor, VinFast và nhiều hãng khác. Tuy nhiên, sản lượng xe ô tô được sản xuất vẫn còn thấp so với công suất thiết kế. Tổng công suất của các hãng xe tại Việt Nam là khoảng 750.000 xe/năm, nhưng sản lượng thực tế năm 2022 chỉ đạt 439.600 xe, là mức cao nhất từ trước đến nay. Trong năm 2022, lượng xe ô tô cá nhân bán ra tại thị trường Việt Nam đạt kỷ lục 508.547 chiếc, vượt qua mốc 500.000 xe, là điểm dấu mốc cho thị trường ô tô phát triển (Hoàng Lâm, 2023). Tuy nhiên, do số lượng mẫu xe quá đa dạng, các hãng không thể tạo ra lợi thế kinh tế

theo quy mô, không đủ sản lượng để nội địa hóa phụ tùng và linh kiện, buộc các công ty lắp ráp phải nhập khẩu.

Trong quá trình sản xuất ô tô, Việt Nam thiếu sự chủ động về các vật liệu cơ bản. Mỗi chiếc ô tô cần sử dụng khoảng 30.000 chi tiết và linh kiện, bao gồm nhiều loại vật liệu như thép, nhựa, cao su, chất dẻo,... Tuy nhiên, hiện nay Việt Nam vẫn phụ thuộc chủ yếu vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu để cung cấp các loại vật liệu này. Theo Bộ Công Thương, khoảng 80-90% nguyên liệu chính như thép hợp kim, hợp kim nhôm, hạt nhựa, cao su kỹ thuật phải nhập khẩu. Ngay cả vật liệu làm khuôn mẫu cũng phải nhập khẩu. Mỗi năm, các doanh nghiệp phải chi khoảng hơn 5 tỷ USD để nhập khẩu linh kiện và phụ tùng phục vụ sản xuất, lắp ráp và sửa chữa xe (Nhật Linh, 2023). Điều này làm giảm tính chủ động trong quá trình sản xuất, làm tăng chi phí sản xuất và giảm sức cạnh tranh của các sản phẩm CNHT cho ngành Ô tô.

3.2. Về chính sách

Việt Nam đã trở thành thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và ký kết nhiều Hiệp định Thương mại Tự do, làm hẹp không gian điều chỉnh chính sách. Việt Nam phải tuân thủ các cam kết quốc tế, không thể ưu đãi ô tô sản xuất trong nước so với ô tô nhập khẩu (Nguyễn Văn Chung, 2008; Thùy An, 2023). Các chiến lược và chính sách phát triển ngành CNHT và công nghiệp ô tô chưa sát thực tế, thiếu khả thi và nhất quán, chưa có chế tài chặt chẽ ràng buộc các nhà đầu tư thực thi tỷ lệ nội địa hóa. Mục tiêu tăng tỷ lệ nội địa hóa nhằm hỗ trợ phát triển các doanh nghiệp CNHT nội địa, tuy nhiên, nội dung quy hoạch phát triển ngành công nghiệp ô tô với cách tiếp cận chỉ gắn với nhu cầu của thị trường nội địa nhỏ hẹp lại là rào cản, không tạo sự hấp dẫn thu hút các tập đoàn sản xuất chính đầu tư dẫn dắt. Chưa có chính sách tập trung phát triển cụm doanh nghiệp CNHT cho ngành ô tô. Các chính sách chưa tập trung phát triển hạ tầng giao thông

đồng bộ. Cần chính sách thúc đẩy phát triển doanh nghiệp chính có tài chính và nhân lực mạnh để kéo đẩy phát triển các doanh nghiệp CNHT.

3.3. Nội tại của các doanh nghiệp công nghiệp hỗ trợ ngành Ô tô tại Việt Nam

Đa phần các doanh nghiệp CNHT ngành Ô tô tại Việt Nam hiện chưa đáp ứng được yêu cầu của các doanh nghiệp sản xuất và lắp ráp ô tô, cũng như chưa tham gia nhiều vào chuỗi sản xuất cung ứng toàn cầu trong ngành Ô tô. Lý do chính là các doanh nghiệp CNHT này gặp phải một số vấn đề sau:

Nguồn lực về vốn, công nghệ, con người: Các doanh nghiệp CNHT ngành Ô tô tại Việt Nam thường có quy mô vừa và nhỏ, ban đầu hoạt động trong lĩnh vực cơ khí, sản xuất chất dẻo, nhựa... Trình độ công nghệ còn lạc hậu, chất lượng nguồn lao động chưa được đào tạo đúng chuyên môn và không có kinh nghiệm trong ngành ô tô, do vậy, chỉ sản xuất được các linh kiện giản đơn với giá trị kinh tế thấp, thiếu sự đa dạng về chủng loại, mẫu mã và chất lượng sản phẩm. Hầu hết các doanh nghiệp CNHT trong nước gặp khó khăn trong việc đáp ứng các yêu cầu khắt khe về chất lượng, thông số kỹ thuật, nguyên vật liệu và thời hạn giao hàng từ các tập đoàn lớn.

Năng lực nghiên cứu: Các doanh nghiệp CNHT ngành Ô tô tại Việt Nam thường thiếu nguồn lực về vốn và con người để đầu tư vào hoạt động nghiên cứu, thiết kế sản phẩm mới. Hầu hết các doanh nghiệp này không có bộ phận nghiên cứu phát triển, thiếu đội ngũ chuyên gia nghiên cứu và trang thiết bị thí nghiệm hiện đại. Do đó, sản phẩm của họ thường chỉ theo mẫu mã hiện có hoặc nhái lại mẫu mã đã có sẵn.

Nguồn lực lao động thiếu cả về chất lượng và số lượng. Nội dung đào tạo tại các trường nghề chưa gắn với thực tiễn sản xuất. Chưa có sự kết nối chặt chẽ giữa cung và cầu lao động, giữa đào tạo và thực tiễn, giữa các trường và doanh nghiệp CNHT ngành Ô tô sử dụng lao động có tay nghề kỹ thuật cao.

Sự liên kết trong mạng lưới sản xuất giữa các doanh nghiệp CNHT và lắp ráp ô tô, cũng như giữa các doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp FDI, và giữa các doanh nghiệp trong nước với nhau hiện còn hạn chế. CNHT ngành ô tô gồm nhiều phân ngành như sản xuất vật liệu, phụ tùng linh kiện cao su, điện - điện tử, hóa chất, da giày, dệt may... Các phân ngành này hoạt động độc lập nhưng lại có quan hệ kỹ thuật chặt chẽ với nhau, yêu cầu sự phối kết hợp để đạt độ chính xác cao phục vụ cho sản xuất ô tô. Các doanh nghiệp sản xuất linh phụ kiện thiếu khả năng tiếp cận và tham gia vào chuỗi cung ứng của doanh nghiệp lắp ráp nước ngoài, gây ra việc chất lượng sản phẩm không đáp ứng yêu cầu. Đồng thời, các doanh nghiệp lắp ráp ô tô mới thành lập trong nước còn thiếu kinh nghiệm và khả năng thu hút các nhà sản xuất linh kiện, phụ tùng, tạo nên một mắt xích yếu trong mạng lưới sản xuất.

4. Đề xuất một số giải pháp

CNHT cho ngành Ô tô có vai trò rất quan trọng không chỉ đối với sự phát triển của ngành sản xuất ô tô mà còn có vai trò rất quan trọng đối với phát triển kinh tế - xã hội. CNHT cho ngành Ô tô phát triển sẽ thúc đẩy giảm nhập khẩu các loại linh kiện, phụ tùng, bán thành phẩm phục vụ ngành sản xuất ô tô của một quốc gia, hạn chế nhập siêu, gia tăng tỷ lệ nội địa hóa, giảm giá thành sản phẩm, nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành Ô tô. Bên cạnh đó, sẽ tạo hiệu ứng kéo theo các ngành công nghiệp khác phát triển như các ngành luyện kim, cao su, nhựa, hóa chất, điện - điện tử..., tạo ra nhiều công ăn việc làm, góp phần vào tăng trưởng kinh tế. Để phát triển được ngành CNHT cho ngành Ô tô một cách toàn diện, cần thực hiện đồng bộ các giải pháp. Qua những phân tích từ lý luận, thực trạng, tác giả bài viết xin đề xuất một số giải pháp sau:

4.1. Tạo dựng khuôn khổ thể chế, chính sách phát triển công nghiệp hỗ trợ ngành Ô tô

Chiến lược phát triển ngành công nghiệp Ô tô và Quy hoạch tổng thể phát triển CNHT được ban

hành năm 2014, nhưng nhiều mục tiêu vẫn chưa được đạt, bao gồm mục tiêu tỷ lệ nội địa hóa ô tô dưới 9 chỗ ngồi. Chính phủ cần xây dựng lại Chiến lược phát triển ngành công nghiệp Ô tô và Quy hoạch tổng thể phát triển CNHT theo xu hướng thế giới, bao gồm Chương trình phát triển xe ô tô sử dụng điện và chuyển đổi từ xe chạy xăng, dầu sang xe sử dụng điện. Đồng thời, cần ban hành các chính sách phát triển ngành công nghiệp ô tô và CNHT liên quan, đồng bộ, nhất quán, ổn định và minh bạch, cũng như tạo môi trường kinh doanh thuận lợi cho doanh nghiệp thông qua sự phối hợp giữa các bộ ngành liên quan.

4.2. Phát triển thị trường ô tô nội địa

Các sản phẩm CNHT trong ngành ô tô chủ yếu được cung cấp cho các doanh nghiệp sản xuất, lắp ráp ô tô, không trực tiếp liên quan đến thị trường tiêu dùng. Do đó, để phát triển ngành CNHT Ô tô, cần phát triển ngành công nghiệp Ô tô để tạo nhu cầu cho các sản phẩm này. Chính phủ có thể tăng quy mô thị trường ô tô trong nước bằng cách cải thiện hạ tầng giao thông, xây dựng đường, cầu, hầm và các điểm đỗ xe. Đồng thời, điều chỉnh thuế tiêu thụ đặc biệt và giảm các phí liên quan để thúc đẩy người dân mua sắm ô tô. Kiểm soát nhập khẩu xe và áp dụng quy định, tiêu chuẩn kỹ thuật, và thuế đối với xe cũ nhập khẩu để bảo vệ thị trường trong nước. Để đảm bảo nhất quán, cần có sự phối hợp giữa các bộ, ngành như: Bộ Công Thương, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Tài chính, Bộ Giao thông Vận tải, Bộ Tài nguyên và Môi trường, Bộ Công an, xây dựng lộ trình phát triển thị trường ô tô trong từng giai đoạn và thực hiện các chính sách phù hợp để thúc đẩy phát triển ngành CNHT.

4.3. Phát triển nền khoa học kỹ thuật và nền công nghiệp vật liệu cơ bản

Việc phát triển CNHT ngành Ô tô đòi hỏi phải phát triển ngành công nghiệp vật liệu cơ bản, đặc biệt là sản xuất thép. Ngành thép có vai trò quan trọng trong quá trình phát triển, cung cấp nguyên

liệu cho các ngành kinh tế quan trọng như cơ khí chế tạo và CNHT. Để thúc đẩy phát triển công nghiệp sản xuất thép, cần xây dựng chính sách thúc đẩy đầu tư vào các dự án sản xuất thép và xây dựng tổ hợp luyện kim có quy mô lớn. Cần cung cấp ưu đãi về đất đai, hạ tầng, khoa học công nghệ và đào tạo nguồn nhân lực để hỗ trợ các dự án thép. Các bộ, ngành liên quan cần xây dựng chính sách liên bộ để tháo gỡ rào cản phát triển ngành CNHT ô tô và đánh giá nguyên vật liệu đầu vào. Cần tìm kiếm thị trường trong nước và xuất khẩu cho các nguyên liệu như cao su, thu hút đầu tư vào công nghệ và máy móc sản xuất. Điều này sẽ giúp các doanh nghiệp CNHT ô tô có nguồn cung cấp ổn định từ thị trường trong nước.

5. Kết luận

Các kết quả phân tích cho thấy, sự phát triển của CNHT có mối liên kết chặt chẽ với sự phát triển của ngành công nghiệp ô tô, thúc đẩy tương

hỗ lẫn nhau. Chính phủ, các ban ngành cần phối hợp thống nhất các chính sách hỗ trợ trực tiếp thúc đẩy ngành CNHT ô tô và ngành công nghiệp ô tô, gồm (1) Phát triển nguồn nguyên vật liệu cơ bản, đặc biệt là thép, cao su kỹ thuật, hạt nhựa... giảm nhập khẩu nguyên vật liệu cơ bản, giảm giá thành sản xuất, tăng sức cạnh tranh của sản phẩm CNHT; (2) Tạo cầu về ô tô trong nước thông qua các chính sách phát triển hạ tầng; (3) Các chính sách thúc đẩy gắn kết đào tạo giữa các trường nghề và doanh nghiệp, nâng cao tay nghề lao động, nội địa hóa dần các linh kiện phụ tùng đáp ứng chuẩn quốc tế; (4) Các chính sách tạo sự gắn kết trong mạng lưới nhà sản xuất CNHT và lắp ráp ô tô.

Các luận bàn về hướng quy hoạch, thúc đẩy các doanh nghiệp chính, doanh nghiệp vừa và nhỏ gắn kết cùng gia nhập ngành CNHT Ô tô sẽ được trình bày trong các nghiên cứu tiếp theo ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Hoàng Lâm. (2023). Ngành Ô tô Việt Nam hấp dẫn nhà đầu tư như thế nào?. Truy cập tại <https://vneconomy.vn/automotive/nganh-o-to-viet-nam-hap-dan-nha-dau-tu-nhu-the-nao.htm>
2. Ichikawa, K. (2004). Xây dựng và tăng cường ngành công nghiệp phụ trợ tại Việt Nam. Hà Nội. Báo cáo điều tra. Truy cập tại https://www.grips.ac.jp/vietnam/VDFTokyo/Temp/Doc/2005/BookMar05_IPF_VChapter4.pdf.
3. Nguyễn Thị Xuân Thúy (2007). Công nghiệp hỗ trợ, tổng quan về các khái niệm. Trong Xây dựng công nghiệp hỗ trợ tại Việt Nam, Ohno K.(Chủ Biên), VDFGRIPS.
4. Nguyễn Văn Chung (2008). Nghiên cứu các biện pháp hỗ trợ sản xuất và xuất khẩu một số sản phẩm công nghiệp (ô tô, xe máy, máy nông nghiệp) khi Việt Nam là thành viên WTO. Nxb Hà Nội.
5. Nhật Linh. (2023). Công nghiệp nội khó lớn vì phụ thuộc nguyên liệu ngoại. Truy cập tại <https://vnbusiness.vn/viet-nam/cong-nghiep-noi-kho-lon-vi-phu-thuoc-nguyen-lieu-ngoai-1091382.html>.
6. Thùy An. (2023). Bộ Tài chính không đồng ý giảm 50% lệ phí trước bạ ô tô. Truy cập tại <https://vtv.vn/kinh-te/bo-tai-chinh-khong-dong-y-giam-50-le-phi-truoc-ba-o-to->
7. Gundlach, G. T., Bolumole, Y. A., Eltantawy, R. A., & Frankel, R. (2006). The changing landscape of supply chain management, marketing channels of distribution, logistics and purchasing. *Journal of Business & Industrial Marketing*.
8. Limskul, K. (1997). Faculty of Economics, Chulalongkorn University. Future Prospects of Selected Supporting Industries in Thailand.

9. Nagai, F. (2001). Thailand's Attitude toward Trade Liberalization: In the Context of the ASEAN Free Trade Area (AFTA). IDE APEC Study Center Working Paper Series 00/01-No, 3. Available from: http://www.ide.go.jp/English/Publish/Download/Apec/pdf/2000_c.pdf.
10. Ohno, K. (2006). Vietnam's Industrial Policy Formulation: To Become a Reliable Partner in Integral Manufacturing. Industrialization of Developing Countries: Analyses by Japanese Economists, Tokyo: National Graduate Institute for Policy Studies.
11. Porter, M. (1990). Competitive advantage of nations. New York: The Free Press. Porter The Competitive Advantages of Nations 1990.
12. Eiamkanitchat R. (1999). The role of small and medium supporting industries in Japan and Thailand. APEC Study Center, Institute of Developing Economies.
13. Tsunekawa, J. (2004). Towards an East Asian Community and Japan. Southeast Asia, 26(3), 416.

Ngày nhận bài: 1/6/2023

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 16/6/2023

Ngày chấp nhận đăng bài: 3/7/2023

Thông tin tác giả:

ThS. HỒ VĂN DŨNG

Giảng viên, Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh

THE ROLE OF THE SUPPORTING INDUSTRY IN ECONOMIC GROWTH: THE CASE OF THE AUTOMOBILE INDUSTRY IN VIETNAM

● Master. **HO VAN DUNG**

Industrial University of Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

This study uses qualitative and statistical analysis of data methods to summarize the limitations that hinder the development of the supporting industry in the auto industry. The study finds that there are some problems, such as a low localization rate of raw materials, a lack of capital, low-quality technology and human resources, and limited research and training capacity. In addition, the automobile market's capacity is still small, and the traffic infrastructure has not yet met the automobile market's growth. Based on the study's findings, some solutions are proposed to overcome these shortcomings and promote the development of the supporting industry for the automobile industry in Vietnam.

Keywords: automotive industry, supporting industry, growth, policy, market.