

# NGUYÊN NHÂN THẤT BẠI CỦA NGÀNH CÔNG NGHIỆP Ô TÔ VIỆT NAM

Nguyễn Văn Trị  
Công ty tư vấn quản trị KanTa

## 1. Giới thiệu

Chính phủ Việt Nam xem ngành công nghiệp ô tô Việt Nam là một ngành quan trọng và đã có những chính sách ưu đãi để phát triển ngành công nghiệp này, như thuế và hạn ngạch nhập khẩu trong những năm qua. Phát triển ngành công nghiệp ô tô sẽ có thể kéo theo nhiều ngành công nghiệp khác phát triển, vì ngành này sẽ tạo ra nhiều mối liên kết công nghiệp khác nhau. Thật vậy, để sản xuất một chiếc ô tô hoàn chỉnh, cần khoảng 2.000-3000 linh kiện, và như vậy sẽ cần rất nhiều doanh nghiệp sản xuất các linh kiện như lốp xe, khung xe, kính, động cơ, ... và để sản xuất được những linh kiện và phụ tùng này thì đòi hỏi phải phát triển các ngành cơ bản để cung cấp nguyên vật liệu trong việc sản xuất linh kiện. Do vậy, phát triển ngành công nghiệp ô tô sẽ tạo ra động lực phát triển các ngành công nghiệp khác.

Nhận thức được điều này, chính phủ Việt Nam đã rất quan tâm trong việc phát triển ngành ô tô. Năm 2003, chiến lược về phát triển ngành công nghiệp ô tô đến năm 2010 và tầm nhìn đến 2020 đã ra đời. Đánh dấu một bước ngoặt trong chặng đường phát triển của ngành này. Sau khi chiến lược phát triển ra đời, tốc độ tăng trưởng sản lượng tiêu thụ có sự gia tăng, và đến năm 2010, sản lượng tiêu thụ đạt trên 100 ngàn xe. Mặc dù sản lượng tiêu thụ có sự tăng trưởng cao, nhưng những mục tiêu đề ra trong chiến lược phát triển ngành ô tô vẫn chưa đạt được. hay nói cách khác là Việt Nam đến nay vẫn chưa xây dựng thành công ngành công nghiệp ô tô. Vì vậy, nghiên cứu này ra đời để tìm những nguyên nhân để lý giải cho việc thất bại của ngành công nghiệp ô tô Việt Nam.

## **2. Mục tiêu nghiên cứu**

Nghiên cứu này lý giải sự thất bại trong việc hình thành một ngành công nghiệp ô tô ở Việt Nam, ngoài ra, còn đánh giá chính sách phát triển ngành công nghiệp ô tô của Chính Phủ trong những năm qua.

## **3. Phương pháp nghiên cứu**

Do thời gian có hạn, nên nghiên cứu này chỉ sử dụng phương pháp định tính và thống kê mô tả để làm rõ vấn đề cần nghiên cứu. Phương pháp định tính dựa trên những đánh giá của những chuyên gia và nhà nghiên cứu về ngành công nghiệp ô tô Việt Nam. Phương pháp thống kê mô tả chủ yếu là sử dụng dữ liệu thứ cấp thu thập được để hỗ trợ cho quá trình lập luận.

## **4. Tổng quan ngành công nghiệp ô tô Việt Nam**

### **4.1 Các giai đoạn phát triển**

Giai đoạn trước năm 1990, ngành công nghiệp ô tô Việt Nam chưa hình thành, Việt Nam chủ yếu nhập khẩu xe từ các nước xã hội chủ nghĩa và Đông Đức. Các công ty trong nước chủ yếu là các công ty thuộc sở hữu nhà nước và chức năng chủ yếu là sửa chữa xe đã nhập khẩu. Trong giai đoạn này, các loại xe nhập khẩu chủ yếu là xe tải và xe bus từ 46-50 chỗ ngồi.

Giai đoạn 1991- giữa 2003, năm 1991 là một dấu mốc đối với ngành công nghiệp ô tô ở Việt Nam<sup>1</sup>, với sự xuất hiện của hai công ty liên doanh là MeKong và VMC<sup>2</sup>. Trong giai đoạn này, có khoảng 11 công ty ô tô nước ngoài đầu tư vào Việt Nam và các công ty ô tô trong nước bắt đầu hình thành nhưng chủ yếu là nhập khẩu linh kiện từ nước ngoài về lắp ráp để tiêu thụ nội địa, điển hình là công ty ô tô Trường Hải và công ty ô tô Xuân Kiên. Đến cuối năm 2003, Việt Nam có khoảng 160 công ty nội địa chuyên lắp ráp, sửa chữa và sản xuất linh kiện phục vụ ngành công nghiệp ô tô. Khoảng thời gian này, thị trường ô tô Việt Nam được “thống trị” bởi các công ty nước ngoài, như Toyota, Hino, MeKong, Isuzu, Ford, VMC, Mercedes.

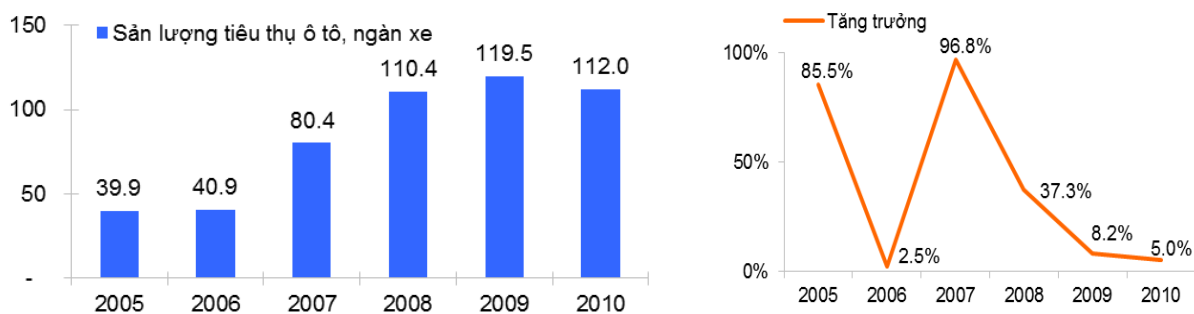
---

<sup>1</sup> Mặc dù hiện tại, ngành công nghiệp ô tô Việt Nam vẫn chưa hình thành (theo định nghĩa trong nghiên cứu này), tuy nhiên, để dễ dàng trong việc gọi tên, nhóm nghiên cứu vẫn tạm gọi là ngành công nghiệp ô tô.

<sup>2</sup> Trần Thủy, Công nghiệp ô tô hay công nghệ lắp ráp giản đơn?, <http://vietbao.vn/Kinh-te/Cong-nghiep-oto-hay-cong-nghe-lap-rap-gian-don/>, truy cập ngày 12/12/2011.

Giai đoạn từ giữa năm 2003 đến nay, năm 2003 đánh dấu một dấu ấn quan trọng, khi Chính Phủ Việt Nam lập chiến lược phát triển ngành công nghiệp ô tô Việt Nam đến năm 2010 và tầm nhìn đến năm 2020 và khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia đầu tư vào ngành công nghiệp ô tô. Trong giai đoạn này, các công ty ô tô nội địa của Việt Nam như Xuân Kiên và Trường Hải đã có sự phát triển rất nhanh về quy mô vốn và sản lượng. Mặc dù vậy, các công ty nội địa vẫn chỉ ở mức nhập khẩu bộ linh kiện CKD<sup>3</sup> về lắp ráp thành xe thành phẩm tiêu thụ ở nội địa. Hiện tại, Việt Nam có khoảng 46 công ty lắp ráp ô tô, trong đó chỉ có 02 công ty đã nhập khẩu và đầu tư dây chuyền công nghệ để sản xuất các linh kiện phụ trợ. Còn lại đa phần là nhập khẩu linh kiện về lắp ráp xe thành phẩm.

#### 4.2 Dung lượng thị trường ô tô (kích cỡ thị trường)



**Nguồn:** Tổng hợp của tác giả, số liệu 2005 - 2008 là từ WAMA, số liệu 2009-2010 từ KanTa

Sản lượng tiêu thụ ô tô Việt Nam có sự tăng trưởng cao trong những năm qua, năm 2000 đạt 14,490, năm 2001 là 18,258 chiếc, năm 2003 đạt 28,232 chiếc, đến năm 2005, sản lượng tiêu thụ đạt 38,876 chiếc. Năm 2008 là một năm đặc biệt đối với ngành công nghiệp ô tô Việt Nam khi sản lượng tiêu thụ vượt mốc 100 ngàn chiếc, đạt 110,4 ngàn chiếc. Tuy nhiên, do ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế nên sản lượng tiêu thụ ô tô trong các năm 2009, 2010 đã có sự suy giảm, tốc độ tăng trưởng sản lượng tiêu thụ trong những năm này lần lượt chỉ 8.2% và 5%.

<sup>3</sup> Nhập khẩu bộ linh kiện về lắp ráp xe hoàn chỉnh.

Sự tăng trưởng sản lượng tiêu thụ ô tô của Việt Nam thực sự bắt đầu khi Chính Phủ Việt Nam ban hành chiến lược phát triển ngành công nghiệp ô tô Việt Nam đến năm 2010 và tầm nhìn đến năm 2020. Theo nghiên cứu của Thuy (2006), mặc dù tốc độ tăng trưởng sản lượng tiêu thụ của Việt Nam có sự tăng trưởng cao nhưng vẫn chưa đạt hết công suất sản xuất của các công ty ô tô ở Việt Nam và người chơi chính trên thị trường chủ yếu là các công ty ô tô nước ngoài và một vài công ty nội địa. Với sự tham gia của các công ty ô tô nội địa thị phần ô tô Việt Nam có sự phân chia rõ rệt: các công ty nước ngoài chủ yếu tập trung vào các dòng xe du lịch cao cấp từ 4 đến 7 chỗ, họ cũng lắp ráp các dòng xe thương mại như xe tải, xe bus nhưng với giá thành tương đối cao. Trong khi đó các công ty nội địa chủ yếu lắp ráp các dòng xe thương mại và các dòng xe xu lịch cấp trung bình, chủ yếu là lắp ráp xe của hãng Hyundai và Kia Hàn Quốc.

Từ thị phần chưa đến 10% trong giai đoạn từ 1990-2000, đến năm 2003, tổng thị phần của các công ty ô tô nội địa của Việt Nam đạt khoảng 20%, và đến năm 2007 tổng thị phần của các công ty trong nước tăng lên khoảng 43%<sup>4</sup>. Điển hình trong các công ty này thì công ty ô tô Trường Hải đã đạt sản lượng tiêu thụ khoảng 29 ngàn xe trong năm 2010, vượt Toyota và đứng đầu về sản lượng tiêu thụ ở Việt Nam. Mặc dù là một công ty đã đầu tư rất lớn cho sản xuất và chú trọng phát triển các sản phẩm phụ trợ cho ngành ô tô, nhưng Trường Hải vẫn chủ yếu là lắp ráp các dòng xe thương mại của Hyundai và xe du lịch của hãng Kia, đối tượng hướng đến là những người có thu nhập trung bình khá.

Có thể nói rằng, nếu xét về dòng xe, thì các công ty ô tô nước ngoài chủ yếu tập trung vào phân khúc xe du lịch, các công ty trong nước tập trung vào phân khúc xe thương mại<sup>5</sup>. Mỗi nhóm các công ty có những chiến lược phát triển riêng, chẳng hạn, nhóm công ty nước ngoài tập trung vào các dòng xe cao cấp, trong khi đó các công ty trong nước tập trung vào các dòng xe cấp trung bình.

## **5. Thế nào là một ngành công nghiệp ô tô**

### **5.1 Định nghĩa tỷ lệ nội địa hóa**

---

<sup>4</sup> Không tính xe nhập khẩu

<sup>5</sup> Xe du lịch (passenger car) là xe ô tô từ 4 chỗ trở lên, không kể xe bus, Xe thương mại (commercial car) là xe tải, xe bus.

Tỷ lệ nội địa hóa là tỷ lệ tính theo giá trị của các linh kiện được sản xuất bởi các doanh nghiệp trong nước hoặc có nguồn gốc trong nước so với tổng giá trị sản phẩm.

### **5.2 Định nghĩa ngành công nghiệp phụ trợ**

Theo Thọ (2007), “Công nghiệp phụ trợ (supporting industries) là khái niệm chỉ toàn bộ những sản phẩm công nghiệp có vai trò hỗ trợ cho việc sản xuất các thành phẩm chính. Cụ thể là những linh kiện, phụ liệu, phụ tùng, sản phẩm bao bì, nguyên liệu để sơn, nhuộm, v.v., và cũng có thể bao gồm cả những sản phẩm trung gian, những nguyên liệu sơ chế. Nếu kể các sản phẩm tương tự thì phạm vi sẽ rất rộng nhưng nếu thêm một đặc tính nữa sẽ thấy phạm vi rõ ràng hơn: Sản phẩm công nghiệp phụ trợ thường được sản xuất với quy mô nhỏ, thực hiện bởi các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Do đó, trong ngành xe hơi chẳng hạn, các bộ phận như đầu máy xe, thân xe, bánh xe... thường không được kể là công nghiệp phụ trợ vì chủ yếu do các công ty lớn sản xuất với quy mô lớn. Trong ngành này, công nghiệp phụ trợ là những linh kiện, những phụ liệu ở cấp thấp hơn được cung cấp để sản xuất ra đầu máy xe, thân xe”. Trong nghiên cứu này, định nghĩa về công nghiệp phụ trợ như trên sẽ được sử dụng để phân tích.

### **5.3 Định nghĩa ngành công nghiệp ô tô**

Chính Phủ Việt Nam xem ngành công nghiệp ô tô là một ngành quan trọng trong chiến lược phát triển ngành công nghiệp ô tô đến năm 2020. Tuy nhiên, Ohno và Cương (2004) cho rằng việc phân biệt giữa ngành công nghiệp quan trọng và mũi nhọn của Chính Phủ Việt Nam là chưa rõ ràng đối với nhiều nhà nghiên cứu và có thể chưa có sự nhất quán trong các nhà hoạch định chính sách.

Quyết định 177/2003 của Thủ Tướng Chính Phủ, về phê duyệt chiến lược phát triển ngành công nghiệp ô tô Việt Nam đến năm 2010 và tầm nhìn đến năm 2020, chưa định nghĩa thế nào là một ngành công nghiệp ô tô. Tuy nhiên, trong chiến lược nêu

trên, Chính Phủ có đưa ra các mục tiêu định lượng rõ ràng về tỷ lệ nội địa hóa, dự báo nhu cầu sản lượng, phát triển ngành công nghiệp phụ trợ cho ngành ô tô<sup>6</sup>.

Có thể nói rằng, việc đề ra mục tiêu cụ thể trong chiến lược phát triển ngành công nghiệp ô tô là một bước khởi đầu để định hình cho việc hình thành ngành công nghiệp ô tô ở Việt Nam. Cần lưu ý rằng, để sản xuất một chiếc xe ô tô cần khoảng 2.000-3.000 ngàn linh kiện tùy dòng xe. Do vậy, nếu hiểu theo nghĩa một ngành công nghiệp ô tô hoàn chỉnh là có nghĩa tất cả các linh kiện để sản xuất một chiếc xe hơi phải được sản xuất ở Việt Nam và/hoặc do công ty nội địa sản xuất. Cách hiểu này, nếu đối chiếu với ngành công nghiệp ô tô thế giới thì trên thế giới có rất ít các quốc gia tự sản xuất 100% linh kiện để lắp ráp một chiếc xe hoàn chỉnh. Thay vào đó, các hãng xe của các quốc gia thường chuyển việc sản xuất linh kiện giản đơn sang các nước khác để tận dụng nguồn nhân công giá rẻ để tối thiểu hóa chi phí và tăng sức cạnh tranh<sup>7</sup>. Đồng tình với quan điểm này, các nhà nghiên cứu tại VDF<sup>8</sup> (2011) cho rằng trong bối cảnh toàn cầu hóa, việc đặt mục tiêu thu mua 100% linh kiện trong nước là điều không thể và mỗi quốc gia chỉ cần đạt một tỷ lệ nội địa hóa dưới 100% và điều này còn phụ thuộc vào đặc tính của từng linh kiện.

Một quan điểm khác cho rằng, để có được một ngành công nghiệp ô tô thực thụ thì những sản phẩm ô tô phải được sản xuất<sup>9</sup> ở Việt Nam. Một quan điểm nữa lại cho rằng sản phẩm ô tô được sản xuất tại Việt Nam thì phải có ít nhất 51% linh kiện được chế tạo tại Việt Nam<sup>10</sup>. Như vậy, theo các quan điểm này để hình thành một ngành công nghiệp thì phải phát triển ngành công nghiệp phụ trợ. Tuy nhiên, theo ông Phan Đăng Tuất<sup>11</sup> để có thể nâng cao tỷ lệ nội địa hóa cao thì dung lượng thị trường (nhu cầu tiêu thụ) phải đủ lớn để có thể khuyến khích phát triển ngành công nghiệp phụ

---

<sup>6</sup> Chưa đề cập đến chất lượng của các mục tiêu đề ra này, vì nếu mục tiêu đề ra quá thấp hoặc quá cao và không đánh giá đúng thực trạng thì những con số đó sẽ không có nhiều ý nghĩa.

<sup>7</sup> Ngành công nghiệp ô tô Việt Nam: Đau đê khó chờ sáng trăng!  
<http://cafe.vn/2011050811466102CA33/nganh-cong-nghiep-oto-viet-nam-dau-de-kho-cho-sang-trang.chn>, truy cập ngày 14-12-2011

<sup>8</sup> Diễn đàn phát triển Việt Nam

<sup>9</sup> Sản xuất khác với việc nhập khẩu linh kiện từ nước ngoài về lắp ráp ở Việt Nam, quan điểm này tương đồng với quan điểm là tất cả các linh kiện phải được sản xuất ở Việt Nam

<sup>10</sup> Nguyễn Văn Sơn, phát triển công nghiệp ô tô Việt Nam nhìn từ góc độ hội nhập kinh tế quốc tế, <http://www.scribd.com/doc/21176126/phan-tri-e1%bb%82n-cong-nghi-e1%bb%86p-o-to-vi-e1%bb%86t-nam>, truy cập ngày 13/12/2011

<sup>11</sup> Viện trưởng viện nghiên cứu chính sách công nghiệp, Bộ công thương

trợ phát triển<sup>12</sup> và như vậy mới có thể hình thành được một ngành công nghiệp ô tô thực chất. Theo quan điểm này, thì phía cầu là một nhân tố then chốt cho việc hình thành một ngành công nghiệp ô tô ở Việt Nam, hay nói cách khác là nếu dung lượng thị trường lớn (sản lượng tiêu thụ hàng năm) thì các nhà đầu tư mới có thể đầu tư phát triển các linh kiện phụ trợ<sup>13</sup> qua đó nâng cao tỷ lệ nội địa hóa.

Như vậy, các nhà nghiên cứu đã đưa ra nhiều quan điểm cho việc hình thành một ngành công nghiệp ô tô việc xác định thế nào là một ngành công nghiệp ô tô. Tuy nhiên, có thể chia ra hai nhóm quan điểm cho việc phát triển ngành công nghiệp ô tô. Nhóm quan điểm thứ nhất tập trung vào tỷ lệ nội địa hóa và công nghiệp phụ trợ, trong khi nhóm quan điểm thứ hai tập trung vào kích cỡ thị trường để phát triển ngành công nghiệp ô tô. Quan điểm của các tác giả thực hiện nghiên cứu này cho rằng: chỉ cần một tỷ lệ nội địa hóa<sup>14</sup> nhất định, cụ thể là khoảng 40%<sup>15</sup>, có nghĩa là đã thực sự bắt đầu hình thành được một ngành công nghiệp ô tô thực thụ và quan điểm này được sử dụng trong nghiên cứu này cho việc xác định một ngành công nghiệp ô tô ở Việt Nam.

## **6. Việt Nam đã hình thành một ngành công nghiệp ô tô?**

### **6.1 Tỷ lệ nội địa hóa ngành ô tô**

Như đã đề cập ở phần trên, để bước đầu hình thành một ngành công nghiệp ô tô Việt Nam thì tỷ lệ nội địa hóa ít nhất phải đạt 40%. Tỷ lệ nội địa hóa để xác định việc hình thành một ngành công nghiệp ô tô Việt Nam trong nghiên cứu này thậm chí thấp hơn tỷ lệ mục tiêu trong chiến lược phát triển công nghiệp ô tô đến năm 2010 và tầm nhìn đến năm 2020. Cụ thể, tỷ lệ nội địa hóa mục tiêu của các dòng xe theo chiến lược trên đến năm 2010 là: dòng xe thông dụng cấp trung bình (như xe tải, xe du lịch) đạt 60%; dòng xe cao cấp (xe tải, xe du lịch), 40-45%, dòng xe chuyên dụng đạt khoảng 60%.

---

<sup>12</sup> Đức Thọ, <http://vneconomy.vn/20090615110128172P0C23/di-tim-dong-xe-chu-luc-cua-nganh-oto-viet-nam.htm>, truy cập ngày 13/12/2011

<sup>14</sup> Tỷ lệ mà ở đó các linh kiện được sản xuất trong nước do các ông ty FDI hoặc/và các công ty nội địa sản xuất.

<sup>15</sup> Việc đưa ra một tỷ lệ nào đó chỉ là ước định, tuy nhiên, theo AFTA thì đến năm 2018, để hưởng thuế xuất từ 0-5% thì các công ty trong một quốc gia phải đạt tỷ lệ nội địa hóa 40% mới được hưởng thuế xuất khi xuất khẩu sang các nước tham gia AFTA. Vì lý do này, tác giả đưa ra tỷ lệ nội địa hóa 40% là tỷ lệ mà có thể định hình được việc hình thành một ngành công nghiệp ô tô ở Việt Nam.

Tuy nhiên, từ khi hình thành chiến lược phát triển ngành công nghiệp ô tô ở Việt Nam vào năm 2003 năm 2010 thì tỷ lệ nội địa hóa của các doanh nghiệp Việt Nam (bao gồm cả doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp nội địa) rất thấp, chỉ khoảng 10%<sup>16</sup>. Theo nghiên cứu của Thuy (2006) cho thấy rằng các công ty nội địa Việt Nam có sự gia tăng tỷ lệ nội địa hóa cao hơn so với các doanh nghiệp FDI, nhưng phần lớn các linh kiện được nội địa hóa phần lớn là giản đơn và có giá trị gia tăng thấp. Một vài sản phẩm xe tải, xe bus của các doanh nghiệp trong nước như Xuân Kiên và Trường Hải đã đạt tỷ lệ nội địa hóa khoảng 50-60%<sup>17</sup>. Trong khi đó, tỷ lệ nội địa hóa của các doanh nghiệp FDI là rất thấp cũng chưa tới 10%, trong đó Honda là công ty có tỷ lệ nội địa hóa cao nhất nhưng chỉ khoảng 10%, Toyota khoảng 7%, Suzuki 3%, Ford 2%<sup>18</sup>.

Nếu xét trên khía cạnh tỷ lệ nội địa hóa, thì theo định nghĩa về việc hình thành một ngành công nghiệp ô tô, tỷ lệ nội địa hóa tối thiểu đạt 40%. Tuy nhiên, số liệu thống kê cho thấy rằng, tỷ lệ này hiện tại của ngành công nghiệp ô tô là khá thấp khoảng 10%. Vì vậy, theo quan điểm này có thể kết luận là Việt Nam chưa thực sự hình thành một ngành công nghiệp ô tô thực sự.

## **6.2 Ngành công nghiệp phụ trợ**

Một sản phẩm ô tô hoàn chỉnh cần tới 2.000-3.000 linh kiện cho việc lắp ráp. Vì vậy, việc hình thành ngành công nghiệp phụ trợ<sup>19</sup> sẽ rất quan trọng cho việc định hình một ngành công nghiệp ô tô ở Việt Nam. Thật vậy, do các sản phẩm như động cơ, khung gầm không được xem là sản phẩm phụ trợ<sup>20</sup>, ngoài ra, các sản phẩm này là sản phẩm có hàm lượng công nghệ tương đối cao vì vậy việc phát triển các sản phẩm này là sẽ không khả thi đối với trình độ công nghệ hiện tại ở Việt Nam. Do đó, việc phát triển

---

<sup>16</sup> Theo Bộ Công Thương, đến nay xe ô tô sản xuất, lắp ráp trong nước đã đáp ứng được 68% nhu cầu, trong đó xe khách đáp ứng được 94%, xe tải đáp ứng 74%. Tuy nhiên, tính chung tỉ lệ nội địa hóa của tất cả doanh nghiệp sản xuất, lắp ráp ô tô trong nước vào thời điểm hiện nay đều không đạt mục tiêu đề ra so với con số cam kết Cụ thể, dòng xe dưới 9 chỗ, tỉ lệ nội địa hóa dưới 15% trong khi quy hoạch đề ra 50%; tỉ lệ nội địa hóa ở xe khách trên 10 chỗ, xe tải, xe chuyên dùng đạt 30 - 40%, trong khi theo quy hoạch là 60%.

<sup>17</sup> Các loại xe tải, xe bus loại này hầu hết là linh kiện trong nước trừ động cơ và khung gầm.

<sup>18</sup> Văn Xuyên, lối thoát nào cho ngành công nghiệp ô tô Việt Nam? <http://tamnhin.net/tieu-diem/17509/Loi-thoat-nao-cho-nganh-cong-nghiep-o-to-Viet-Nam>, truy cập ngày 13-12-2011.

<sup>19</sup> Tạo lập các doanh nghiệp sản xuất linh kiện, phụ tùng cho ngành ô tô.

<sup>20</sup> Xem định nghĩa về ngành công nghiệp phụ trợ trong nghiên cứu này.

ngành công nghiệp phụ trợ là rất quan trọng cho quá trình hình thành một ngành công nghiệp ô tô.

Do số lượng linh kiện và phụ tùng để sản xuất một xe ô tô hoàn chỉnh là tương đối lớn, và do đó sẽ cần rất nhiều các doanh nghiệp đầu tư để sản xuất các linh kiện và phụ tùng. Tuy nhiên, hiện tại số lượng các doanh nghiệp sản xuất linh kiện và phụ tùng cho ngành công nghiệp ô tô là tương đối thấp chỉ khoảng 75, trong đó có khoảng 35 doanh nghiệp liên doanh. Ngoài ra, các doanh nghiệp này chỉ sản xuất các loại linh kiện và phụ tùng giản đơn có giá trị gia tăng thấp.

Theo VDF (2011), nếu so sánh với các nước như Thái Lan và Malaysia thì các doanh nghiệp cung cấp linh kiện và phụ tùng ở Việt Nam, bao gồm cả các doanh nghiệp nước ngoài FDI và nội địa vẫn còn khiêm tốn và phân tán, và việc tìm kiếm nhà cung cấp linh kiện tốn kém và nhiều công sức. Thật vậy, số lượng các nhà cung cấp linh kiện và phụ tùng nội địa của Thái Lan hiện tại khoảng 1.716 doanh nghiệp, trong đó các doanh nghiệp nước ngoài khoảng 16<sup>21</sup>. Theo Trị (2010) thì Malaysia cũng có ngành công nghiệp phụ trợ cho ngành ô tô là tương đối phát triển, số lượng các nhà cung cấp linh kiện và phụ tùng của Malaysia khoảng 500. Cũng theo VDF (2006), họ cho rằng việc ngành công nghiệp phụ trợ ở Việt Nam chưa phát triển là xuất phát từ phía cầu, hay nói cách khác là dung lượng thị trường chưa đủ lớn để kích thích các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài đầu tư phát triển ngành công nghiệp phụ trợ cho ngành ô tô.

Như vậy, có thể kết luận rằng, Việt Nam chưa thực sự định hình được một ngành công nghiệp phụ trợ cho ngành ô tô. Do số lượng nhà cung cấp linh kiện cho ngành quá khiêm tốn và dung lượng thị trường của ngành chưa đủ để các doanh nghiệp đầu tư phát triển công nghiệp phụ trợ. Do đó, nếu theo quan điểm cho rằng, nếu ngành công nghiệp phụ trợ cho ô tô phát triển thì có thể nói rằng là đã có thể bước đầu hình thành được ngành công nghiệp ô tô thì Việt Nam thật sự chưa thực sự bước đầu có một ngành công nghiệp ô tô.

---

<sup>21</sup> Bảo Linh, Công nghiệp hỗ trợ: bài học chính sách từ láng giềng, <http://vef.vn/2011-09-07-cn-ho-tro-bai-hoc-chinh-sach-tu-lang-gieng>, truy cập ngày 14/12/2011.

## 7. Nguyên nhân thất bại của việc hình thành ngành công nghiệp ô tô ở Việt Nam

### 7.1 Thất bại từ chính sách bảo hộ ngành công nghiệp ô tô

Chính phủ Việt Nam rất quan tâm đến việc hình thành một ngành công nghiệp ô tô, và xem ngành này là một ngành quan trọng. Thực vậy, mặc dù trước năm 2003 chính phủ chưa thực sự ban hành một văn bản về chiến lược phát triển ngành công nghiệp này, nhưng cũng đã có những chính sách ưu đãi ngành công nghiệp ô tô trong nước như về thuế và hàng rào hạn ngạch. Năm 2003, Chính Phủ Việt Nam đã ban hành một chiến lược phát triển ngành công nghiệp ô tô đến năm 2010 và tầm nhìn đến năm 2010. Mặc dù vậy, các mục tiêu đề ra trong chiến lược đến năm 2010 vẫn chưa đạt được về tỷ lệ nội địa hóa<sup>22</sup>.

**Hộp:** Nguyên nhân thất bại của ngành công nghiệp ô tô Việt Nam

“Nguyên nhân của sự thất bại ấy, được ông Ngô Quốc Trụ (Vụ Cơ khí luyện kim, Bộ Công Thương) thẳng thắn chỉ ra: “Vừa qua chúng ta chỉ nói mà không làm. Hệ quả là mỗi năm Việt Nam sẽ phải bỏ ra từ 10-12 tỷ USD để nhập khẩu ô tô, nếu không có ngành công nghiệp ô tô”. Còn ông Nguyễn Văn Ích, Phó vụ trưởng Vụ Khoa học Công nghệ, Bộ Giao thông - Vận tải, thì đề nghị phải có những phân tích kỹ hơn về các số liệu dự báo, mục tiêu đặt ra trong bản Quy hoạch cũ để tìm hiểu xem vì sao số liệu không chính xác, vì sao có sự chênh lệch giữa dự kiến và thực tế quá lớn đến như vậy; vì sao các mục tiêu đặt ra hầu hết không thực hiện được...”

**Nguồn:** <http://cafef.vn/2011050811466102CA33/nganh-cong-nghiep-oto-viet-nam-dau-de-kho-cho-sang-trang.chn>, truy cập ngày 14-12-2011

Trong nhiều năm qua, Chính Phủ Việt Nam đã thực hiện chính sách thuế nhẫu ô tô khá cao để bảo hộ ngành ô tô “non trẻ” trong nước. Thuế suất nhập khẩu ô tô nguyên chiếc trong giai đoạn 1991 đến 2001 luôn ở mức giao, lên đến 100%. Sau đó, theo lộ trình hội nhập kinh tế toàn cầu (gia nhập WTO) thuế nhập khẩu ô tô đã có sự điều chỉnh giảm, năm 2007 chỉ còn 60%. Nhưng sau đó, năm 2008 thuế nhập khẩu lại được tăng lên 70%. Hiện tại, thuế suất nhập khẩu ô tô khoảng 83%. Có thể nói rằng, Chính Phủ Việt Nam luôn duy trì một tỷ lệ thuế cao để bảo hộ ngành ô tô trong những năm qua, để các doanh nghiệp có thể nâng cao tỷ lệ nội địa hóa, nhưng chính sách này đã thực sự thất bại, bằng chứng là tỷ lệ nội địa hóa vẫn chưa đạt được mục tiêu đề ra. Lý giải cho vấn đề này thì có nhiều nguyên nhân, có ý kiến cho rằng, quá

<sup>22</sup> Theo Thứ trưởng Bộ Công Thương Lê Dương Quang, việc thực hiện “Quy hoạch phát triển ngành công nghiệp ô tô Việt Nam đến năm 2010, tầm nhìn 2020” có thể xem là thất bại, khi mà hầu hết các mục tiêu đặt ra đều không thực hiện được.

trình sản xuất ô tô chính là một “chuỗi” trong một hệ thống sản xuất các linh kiện, phụ tùng và các thành phần tạo nên một thành phẩm hoàn chỉnh<sup>23</sup>. Vì vậy, không một công ty hay quốc gia nào làm tất cả mọi thứ từ đầu đến cuối. Do vậy, các quốc gia muốn phát triển ngành công nghiệp ô tô phải tham gia vào “chuỗi” trong hệ thống sản xuất đó. Hay nói cách khác, chỉ cần tham gia được vào chuỗi mắt xích đó xem như đã thành công trong việc phát triển ngành ô tô.

Nhìn lại chính sách và chiến lược phát triển ngành ô tô Việt Nam thì hình như chưa quan tâm và định hướng đến việc tham gia vào chuỗi giá trị sản xuất toàn cầu, mà chỉ quan tâm đến việc nâng cao tỷ lệ nội địa hóa, tuy nhiên lại không đạt được mục tiêu đề ra. Như vậy, có thể xem như chính sách và chiến lược để phát triển ngành công nghiệp ô tô Việt Nam đã thất bại.

Nếu đánh giá theo nấc thang phát triển thì ngành ô tô Việt Nam trong 20 năm qua vẫn chỉ ở giai đoạn nhập khẩu linh kiện và lắp ráp. Trong khi đó, Thái Lan và Malaysia đã tiên đến nấc 2 là đã hình thành được ngành công nghiệp phụ trợ, mặc dù vẫn phụ thuộc vào công nghệ ở nước ngoài và họ đang trong quá hình tiến đến nấc thứ 3 là tiến đến làm chủ công nghệ và có thể tự sản xuất được ô tô mang thương hiệu của chính họ<sup>24</sup>.

Theo Ohno và Cương (2004) nếu so với Thái Lan thì chính sách về phát triển ngành công nghiệp ô tô Việt Nam thực sự chưa rõ ràng và đó có thể là nguyên nhân đưa đến sự thất bại trong chính sách. Kế hoạch và chính sách đề ra, nhưng lại không có biện pháp thực hiện và không giám sát kế hoạch đặt ra. Ngoài ra, có ý kiến cho rằng, trong bối cảnh hiện nay, để phát triển thì chính sách bảo hộ là không nên và không thể thành công<sup>25</sup>. Bởi vì bảo hộ thường làm mất động cơ cho việc cải tiến và phát triển. Nếu nhìn vào sự phát triển ngành ô tô Việt Nam trong những năm qua thì lập luận này vẫn có cơ sở.

---

<sup>23</sup> Nguyễn Quang A, Nền công nghiệp điện tử và ô tô sẽ ra sao, <http://laodong.com.vn/tin-tuc/nen-cong-nghiep-dien-tu-va-oto-se-ra-sao/45941>, truy cập ngày 14-12-2011.

<sup>24</sup> Malaysia đã thực sự có sản phẩm ô tô của riêng họ mang nhãn hiệu Proton, dưới sự chuyển giao công nghệ của i Mitsubishi.

<sup>25</sup> Đỗ Mạnh Hồng, Lộ trình cho công nghiệp ô tô Việt Nam, <http://bee.net.vn/channel/4542/201106/Lo-trinh-cho-cong-nghiep-o-to-Viet-Nam-1802147/>, truy cập này 14-12-2011.

## **7.2 Dung lượng thị trường nhỏ**

Như đã đề cập ở các phần trên, có một vài quan điểm cho rằng do dung lượng thị trường nhỏ (quan điểm từ phía cầu) nên sẽ rất khó khăn cho việc đầu tư phát triển ngành công nghiệp phụ trợ từ đó nâng cao tỷ lệ nội địa hóa và bước đầu hình thành ngành công nghiệp ô tô. Thực vậy, nhu cầu tiêu thụ của Việt Nam mỗi năm trên 100 ngàn xe, là quá nhỏ để các doanh nghiệp đầu tư phát triển hệ thống ngành phụ trợ. Nếu so với Thái Lan và Malaysia<sup>26</sup> thì sản lượng tiêu thụ của Việt Nam là tương đối thấp. Tuy nhiên, các quốc gia này cũng đã trải qua thời kỳ như Việt Nam hiện tại, lúc đó dung lượng thị trường tiêu thụ của họ cũng khá thấp. Tuy nhiên họ đã nhanh chóng vượt lên mức 2 của quá trình phát triển ngành công nghiệp ô tô là nơi sản xuất linh kiện và phụ tùng của ngành công nghiệp ô tô của thế giới.

Mặc dù hiện tại dung lượng thị trường về tiêu thụ ô tô của Việt Nam khá nhỏ, nhưng đây không phải là nguyên nhân chính của việc không thể hình thành được ngành công nghiệp phụ trợ, bài học của Thái Lan và Malaysia là một minh chứng. Thay vì chỉ tập trung vào cầu nội địa thì các doanh nghiệp ô tô Việt Nam có thể định hướng xuất khẩu linh kiện bằng việc tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu, để làm được điều này cần thiết phải có sự hỗ trợ từ Chính Phủ thông qua chính sách. Tuy nhiên, các chính sách về phát triển ngành ô tô chưa chú trọng đến vấn đề này.

Như vậy, có thể kết luận rằng, dung lượng thị trường nhỏ cũng đóng góp một phần vào sự kém phát triển của ngành công nghiệp phụ trợ. Tuy nhiên, nếu có những chính sách phát triển hợp lý như định hướng xuất khẩu và tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu thì việc dung lượng thị trường nhỏ, mặc dù là một bất lợi thế, nhưng không phải là nhân tố quyết định đến sự thất bại của việc định hình một ngành công nghiệp ô tô.

## **7.3 Thiểu ngành công nghiệp phụ trợ**

Ohno (2004) cho rằng phát triển ngành công nghiệp phụ trợ sẽ làm tăng tỷ lệ nội địa hóa. Như vậy, việc phát triển ngành công nghiệp phụ trợ có liên quan mật thiết với vấn đề tăng tỷ lệ nội địa hóa. Tuy nhiên, trong những năm qua, Chính Phủ Việt Nam

---

<sup>26</sup> Sản lượng tiêu thụ là gần 1 triệu xe/năm.

chưa chú trọng phát triển ngành công nghiệp phụ trợ cho ngành ô tô, bằng chứng là các doanh nghiệp cung cấp linh kiện cho ngành ô tô còn rất ít. Theo Thọ (2007) thì hiện tại ngành công nghiệp phụ trợ của Việt Nam, ngoài trừ các doanh nghiệp FDI, thì phần lớn là do các công ty nhà nước cung cấp, tuy nhiên chất lượng của các linh kiện này tương đối thấp và giá thành cao, do đó không đáp ứng được yêu cầu chất lượng của các doanh nghiệp lắp ráp ô tô FDI<sup>27</sup>. Ngoài ra, sự liên kết của các doanh nghiệp và nhà sản xuất linh kiện hầu như chưa là chưa cao. Lý giải cho vấn đề này, có ý kiến cho rằng, Việt Nam thiếu vắng những doanh nghiệp cung cấp các nguyên vật liệu cơ bản như sắt thép, nguyên liệu nhựa, cao su cơ bản, điện tử<sup>28</sup>. Như vậy, một chuỗi những khó khăn như vậy từ việc thiếu nhà cung cấp nguyên liệu cơ bản, thiếu sự liên kết giữa nhà sản xuất và lắp ráp ô tô, dung lượng thị trường nhỏ, chưa có chính sách phát triển ngành công nghiệp phụ trợ thực chất, ... dẫn đến sự phát triển ỳ ạch của ngành công nghiệp phụ trợ ô tô Việt Nam trong những năm qua.

Để phát triển ngành công nghiệp phụ trợ thì phải có chính sách phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs), vì đây là thành phần quan trọng và thích hợp để làm điều này. Tuy nhiên, Ohno (2004) cho rằng hiện đang tồn tại các quan điểm về thành phần kinh tế dẫn dắt nền kinh tế và chính phủ vẫn cho rằng kinh tế nhà nước đóng vai trò quan trọng và một vài nhà hoạch định chính sách vẫn theo đuổi quan điểm này. Do đó, thiếu vắng chính sách phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Thật vậy, các SMEs là thích hợp nhất cho việc phát triển ngành công nghiệp phụ trợ. Theo nghiên cứu của VDF (2006) so với Malaysia thì Việt Nam thật sự chưa tạo ra một động lực để các doanh nghiệp SMEs tham gia vào sản xuất và cung cấp linh kiện cho ngành ô tô. Trong khi đó, Malaysia tạo ra những chính sách kết nối các doanh nghiệp SMEs với các nhà lắp ráp ô tô thông qua cách chính sách ưu đãi về tài chính, thuế, kết nối và hỗ trợ về kinh doanh, liên kết công nghiệp. Những chính sách như vậy đã tạo ra những thành công nhất định trong việc phát triển ngành công nghiệp phụ trợ cho ngành ô tô ở Malaysia. Thái Lan cũng giống như Malaysia đã thực hiện rất nhiều chính sách và tập trung vào các SMEs để phát triển ngành công nghiệp phụ trợ và đã đạt được những thành công nhất định. Hiện tại, trong khu vực Asean, Thái Lan là

---

<sup>27</sup> Các doanh nghiệp lắp ráp ô tô FDI, hiện vẫn là người chơi chính trên thị trường ô tô Việt Nam.

<sup>28</sup> Anh Quân, Cú hích từ công nghiệp phụ trợ, [http://dautunuoengoi.vn/Cu-hich-moi-cho-cong-nghiep-phu-tro\\_tc\\_272\\_0\\_541.html](http://dautunuoengoi.vn/Cu-hich-moi-cho-cong-nghiep-phu-tro_tc_272_0_541.html), truy cập ngày 15-12-2011.

quốc gia sản xuất và lắp ráp ô tô lớn nhất, với ngành công nghiệp phụ trợ rất phát triển.

Cũng theo VDF (2011), Chính sách phát triển ngành công nghiệp phụ trợ của Việt Nam, hiện tại đang có những bất cập. Việt Nam chỉ có duy nhất một văn bản là quy hoạch phát triển ngành công nghiệp phụ trợ đến năm 2010, tầm nhìn 2020, vào năm 2007. Tuy nhiên, mặc dù đã quy hoạch nhưng lại chưa có những chính sách thật sự thích hợp và rõ ràng trong việc phát triển ngành công nghiệp phụ trợ.

## **KẾT LUẬN**

Việc phát triển để hình thành ngành ô tô Việt Nam bắt đầu từ năm 1991 và được rất nhiều quan tâm của chính phủ. Tuy nhiên, đến nay theo những tiêu chí như tỷ lệ nội địa hóa và phát triển ngành công nghiệp phụ trợ, thì thực sự Việt Nam chưa xây dựng được ngành công nghiệp công nghiệp ô tô.

Lý giải cho sự thất bại này thì có nhiều nguyên nhân, tuy nhiên nhóm nghiên cứu thực hiện đề tài này cho rằng có 03 nguyên nhân chính dẫn đến sự thất bại trong việc xây dựng ngành công nghiệp ô tô của Việt Nam:

- (1) Chính phủ, mặc dù rất quan tâm đến việc hình thành ngành công nghiệp ô tô, nhưng chưa có những chính sách đúng và thích hợp để phát triển ngành. Điển hình là thất bại từ chính sách bảo hộ quá lâu để các doanh nghiệp ô tô có thể nâng cao tỷ lệ nội địa hóa, nhưng chính sách này đã không đạt được mục tiêu đề ra. Ngoài ra, Chính Phủ đã ban hành chiến lược về phát triển ngành công nghiệp ô tô, nhưng lại chỉ tập trung vào các doanh nghiệp nhà nước trong việc dẫn dắt để phát triển ngành công nghiệp ô tô, mà không tập trung vào các khu vực doanh nghiệp khác. Mặc dù, trong chiến lược này, Chính Phủ khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia vào phát triển ngành công nghiệp ô tô, nhưng những chính sách khuyến khích thực sự về tài chính, công nghệ, hỗ trợ kinh doanh, những ưu đãi khác lại thiếu vắng.

- (2) Dung lượng thị trường ô tô của Việt Nam quá thấp, mỗi năm tiêu thụ khoảng 100 ngàn xe, thì không thể khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào việc phát triển ô tô. Dung lượng thị trường thấp, sẽ không thể khuyến khích phát triển công nghiệp phụ trợ. Tuy nhiên, nếu nhìn vào dung lượng thị trường thấp để lý giải vấn đề này có thể sẽ không thích hợp. Các nước như Thái Lan, Malaysia cũng đã từng trải qua thời kỳ như Việt Nam, tuy nhiên họ đã có những chính sách phù hợp để phát triển ngành công nghiệp ô tô.
- (3) Các nhà nghiên cứu cho rằng, do để lắp ráp một chiếc xe hoàn chỉnh cần số lượng linh kiện và phụ tùng lớn. Vì vậy, cần thiết phải xây dựng một ngành công nghiệp phụ trợ phát triển thì mới có thể hình thành một ngành công nghiệp ô tô<sup>29</sup> và thành phần kinh tế thích hợp nhất là các doanh nghiệp SMEs, bài học thành công của Thái Lan và Malaysia là một minh chứng. Ngoài ra, phải phát triển các ngành công nghiệp cơ bản như sắt thép, cao su, điện tử để có thể cung cấp cho các doanh nghiệp sản xuất sản phẩm hỗ trợ và phải có những chính sách phù hợp để kết nối các nhà cung cấp linh kiện và nhà lắp ráp ô tô thì mới có thể thành công. Nhìn lại Việt Nam trong những năm qua, hầu như các chính sách này hầu như chưa được quan tâm đúng mức.

## HÀM Ý CHÍNH SÁCH

Đến năm 2018, là mốc mà hiệp định ưu đãi về thuế quan CEPT có hiệu lực. Theo đó, tỷ lệ thuế suất nhập khẩu của các quốc gia tham gia hiệp định<sup>30</sup> sẽ giảm còn 0-5%. Lúc đó các công ty trong nước sẽ chịu áp lực cạnh tranh rất lớn, do một thời gian dài được bảo hộ thuế. Tuy nhiên, theo hiệp định, chỉ những công ty nào có tỷ lệ nội địa hóa đạt từ 40%, mới được hưởng thuế suất ưu đãi trên. Chỉ còn khoảng 7 năm nữa là CEPT có hiệu lực, nếu như trong 7 năm còn lại, Chính Phủ không có những chính sách hợp lý thì có thể ngành công nghiệp ô tô của Việt Nam sẽ thực sự phát sản. Lúc đó, các doanh nghiệp ô tô do không thể cạnh tranh được với xe nhập khẩu, có thể sẽ chuyển sang nhập khẩu xe nguyên chiếc về phân phối. Do vậy, trong chặng đường còn lại sẽ rất khó khăn đối với ngành công nghiệp ô tô Việt Nam. Vì vậy, nhóm

<sup>29</sup> Xem định nghĩa về việc hình thành ngành công nghiệp ô tô trong nghiên cứu này.

<sup>30</sup> Các nước trong Asean

nghiên cứu gợi ý những chính sách sau đây đối với vấn đề phát triển ngành công nghiệp ô tô:

- (1) Hỗ trợ các doanh nghiệp nội địa (các doanh nghiệp tư nhân Việt Nam) về thuế, tài chính, đất đai, liên kết công nghiệp và chính sách công nghệ<sup>31</sup> để các doanh nghiệp nội địa nâng cao tỷ lệ nội địa hóa.
- (2) Hạ dần thuế nhập khẩu và các loại thuế khác như thuế tiêu thụ đặc biệt, phí trước bạ để các công ty nội địa dần cọ sát với sự cạnh tranh.
- (3) Có những chính sách ưu đãi các doanh nghiệp SMEs như thuế, đất đai, ưu đãi tín dụng lãi suất thấp, đào tạo, liên kết công nghiệp, chính sách công nghệ và liên kết vùng để các doanh nghiệp này tham gia vào sản xuất linh kiện và tiến đến hình thành ngành công nghiệp phụ trợ.

## **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

Thuy (2006), Nguyen Xuan, Industrial policy as determinant of localization: The case of Vietnamese automobile industry, VDF Working Paper No. 0810.

Kenichi Ohno (2004), Thiết kế một chiến lược công nghiệp hoàn thiện và hiện thực, Diễn đàn phát triển Việt Nam, VDF.

Kenichi Ohno and Cuong, Vu Duy (2006), The Automobile Industry in Vietnam, Remaining Issues in Implementing the Master Plan, VDF.

Diễn đàn phát triển Việt Nam và công ty tư vấn Goodwill (2011), điều tra so sánh bối cảnh, biện pháp chính sách và kết quả phát triển công nghiệp hỗ trợ ở Asean.

Thọ (2007), Trần Văn, Biến động kinh tế Đông Á và con đường công nghiệp hóa Việt Nam, NXB Trẻ.

Trị (2010), Nguyễn Văn, Ngành công nghiệp ô tô Việt Nam cơ hội và thách thức, tài liệu phục vụ đầu tư của ACBC.

---

<sup>31</sup> Chính Phủ có thể là cầu nối để các doanh nghiệp nội địa có thể nhập khẩu công nghệ của nước ngoài. Như công ty cổ phần ô tô Trường Hải đang trong quá trình nhận chuyển giao công nghệ sản xuất động cơ ô tô từ Hyundai Hàn Quốc.