



NGHIÊN CỨU VỀ CÔNG NGHIỆP HỖ TRỢ TRONG CÔNG NGHIỆP Ô TÔ TẠI VIỆT NAM

(Giai đoạn 1)

Báo cáo cuối cùng

Hà Nội, tháng 9 năm 2016

Thành viên nhóm nghiên cứu:

Nguyễn Thị Xuân Thúy

Đỗ Tuấn Linh

Nguyễn Hữu Trường

Trần Thị Ngọc Diệp

Với sự phối hợp của nhóm nghiên cứu ĐH Waseda:

Hideo Kobayashi

Martin Schroeder

Jin Yingshan

Và sự hỗ trợ từ chuyên gia JICA:

Takashi Matsushita

Hiroaki Yashiro

MỤC LỤC

1. Tổng quan về công nghiệp ô tô và phụ tùng ô tô tại Việt Nam.....	4
Hiện trạng công nghiệp ô tô Việt Nam.....	4
Hiện trạng công nghiệp phụ tùng linh kiện ô tô tại Việt Nam.....	5
Các yếu tố khách quan.....	6
2. Xu hướng toàn cầu và chính sách phát triển công nghiệp ô tô của một số quốc gia trong khu vực	10
Xu hướng phát triển của công nghiệp ô tô trên thế giới.....	10
Chính sách phát triển công nghiệp ô tô của các nước ASEAN	11
3. Hiện trạng các nhà cung cấp nội địa: Các kết quả chính từ nghiên cứu	13
Giới thiệu về nghiên cứu	13
Các kết quả chính từ nghiên cứu.....	14
Vai trò của ngành công nghiệp ô tô đối với nền kinh tế.....	14
Thị trường tiềm năng cao.....	14
Quy trình lựa chọn nhà cung cấp	15
Lộ trình mua nội địa	17
Nhu cầu về phụ tùng và kỹ năng lao động.....	17
4. Khuyến nghị.....	18
5. Kết luận và Đề xuất các bước tiếp theo.....	19
Tài liệu tham khảo	20
Phụ lục 1: Thuế tiêu thụ đặc biệt đối với xe ô tô tại Việt Nam	21
Phụ lục 2: Quy hoạch phát triển mạng lưới đường cao tốc Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030 (Đính kèm)	23
Phụ lục 3: Khoảng cách chi phí và cấu phần giá xe ô tô tại Việt Nam	24
Phụ lục 4: Các bài trình bày tại hội thảo (Đính kèm).....	25
Phụ lục 5: Danh sách các đại biểu tham dự hội thảo (Đính kèm).....	25
Phụ lục 6: Tóm tắt nội dung thảo luận với doanh nghiệp (Đính kèm).....	25
Hình 1: Sản lượng và doanh số bán hàng của VAMA.....	4
Hình 2: Nhập khẩu xe con và xe tải	5
Hình 3: Phân loại nhà cung cấp theo loại hình, chuyên môn, và quốc tịch	6
Hình 4: Sản Lượng, doanh số bán hàng, và tỉ lệ motorization tại ASEAN, 2015	7

Hình 5: Quy tắc xuất xứ của TPP đối với xe ô tô và phụ tùng.....	8
Hình 6: FTAs tạo ra hướng tiếp cận mới Trong việc phát triển CN ô tô tại Việt Nam	9
Bảng 1: Chính sách phát triển công nghiệp của các nước ASEAN.....	12

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

AAF	ASEAN AUTOMOTIVE FEDERATION
AEC	ASEAN ECONOMIC COMMUNITY
ASEAN	ASSOCIATION OF SOUTHEAST ASIAN NATION
CBU	COMPLETELY BUILT UNIT
CEPT	COMMON EFFECTIVE PREFERENTIAL TARIFF
CTH	CHANGE IN TARIFF HEADING
EVFTA	EU – VIETNAM FREE TRADE AGREEMENT
FTA	FREE TRADE AGREEMENT
IPSI	INDUSTRIAL POLICY AND STRATEGY INSTITUTE
JETRO	JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION
JICA	JICA INTERNATIONAL COOPERATION AGENCY
MFN	MOST FAVOURED NATION
MOIT	MINISTRY OF INDUSTRY AND TRADE
NAFTA	NORTH AMERICAN FREE TRADE AGREEMENT
OEM	ORIGINAL EQUIPMENT MANUFACTURER
OICA	INTERNATIONAL ORGANIZATION OF MOTOR VEHICAL MANUFACTURERS
RVC	REGIONAL VALUE CONTENT
SCT	SPECIAL CONSUMPTION TAX
SQCD	SAFETY, QUALITY, COST, DELIVERY
TPP	TRANS-PACIFIC PARTNERSHIP
VAMA	VIETNAM AUTOMOBILE MANUFACTURERS ASSOCIATION
WTO	WORLD TRADE ORGANIZATION

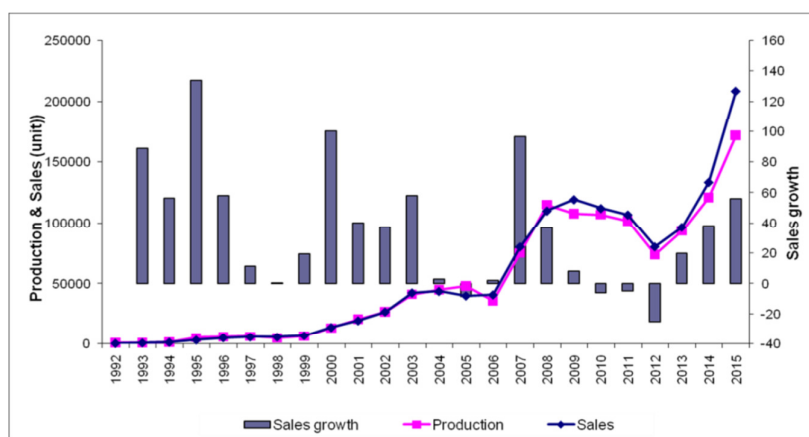
1. TỔNG QUAN VỀ CÔNG NGHIỆP Ô TÔ VÀ PHỤ TÙNG Ô TÔ TẠI VIỆT NAM

HIỆN TRẠNG CÔNG NGHIỆP Ô TÔ VIỆT NAM

Theo Tổng cục Thống kê Việt Nam, đến năm 2014 Việt Nam có khoảng 406 doanh nghiệp hoạt động trong ngành công nghiệp sản xuất xe có động cơ, rơ móc, tạo ra 105.655 việc làm. Trong số 406 doanh nghiệp, khoảng 82% là doanh nghiệp quy mô nhỏ và vừa, và khoảng 14% là doanh nghiệp sản xuất, lắp ráp ô tô. Công nghiệp ô tô Việt Nam chủ yếu dựa vào các doanh nghiệp thành viên Hiệp hội các nhà sản xuất ô tô (VAMA), gồm 16 doanh nghiệp liên doanh và một số doanh nghiệp sản xuất, lắp ráp ô tô trong nước. Các tập đoàn ô tô lớn trên thế giới đều đã đặt nhà máy tại Việt Nam như Toyota, GM, Ford, Honda, and Mercedes Benz...

Thị trường tiêu dùng ô tô tại Việt Nam vẫn còn khá nhỏ, doanh số bán hàng hàng năm mới chỉ đạt khoảng trên 200.000 xe. Hiện nay, ngành công nghiệp ô tô vẫn được bảo hộ bằng hàng rào thuế quan cao với mức thuế nhập khẩu từ ASEAN là 5-40%, và từ các nước thành viên WTO là 15-70%. Nhờ vậy, xe ô tô lắp ráp trong nước chiếm lĩnh được khoảng 60-70% thị phần trong nước. Xe ô tô con và xe tải là hai dòng xe chủ đạo của ngành công nghiệp ô tô Việt Nam. Trong hai năm gần đây, thị trường ô tô trong nước tăng trưởng tốt nhờ chính sách ổn định hơn và thuế nhập khẩu từ ASEAN cắt giảm dần theo lộ trình cam kết, từ 60% xuống 50% năm 2015 và 40% năm 2016. Năm 2015 vừa qua, sản xuất lắp ráp của các doanh nghiệp thành viên VAMA đạt 150.000 xe và doanh số bán hàng đạt trên 200.000 xe. Khoảng cách giữa doanh số bán và sản lượng mỗi năm một tăng cho thấy xu hướng nhập khẩu xe nguyên chiếc đang ngày càng tăng lên.

HÌNH 1: SẢN LƯỢNG VÀ DOANH SỐ BÁN HÀNG CỦA VAMA

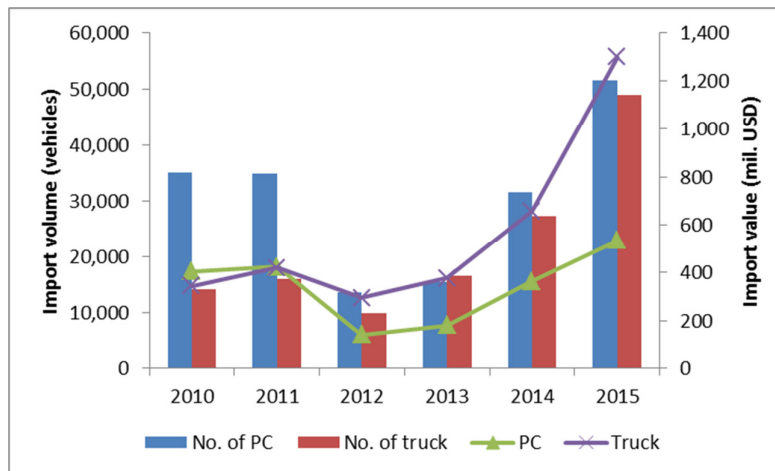


Nguồn: VAMA

Năm 2015, kim ngạch nhập khẩu xe ô tô đạt gần 3 tỉ USD, chiếm 1,8% tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam. Nhập khẩu xe tải chiếm tỉ trọng cao nhất, 43%, và xe dưới 9 chỗ đứng thứ hai, chiếm 16,7%. Xét về giá trị, các nước xuất khẩu xe ô tô sang Việt Nam chủ

yếu gồm Nhật Bản, Đức, Hàn Quốc, Ấn Độ, Thái Lan, Hoa Kỳ, và Anh. Xét riêng về xe tải, Việt Nam nhập khẩu chủ yếu từ Trung Quốc, Thái Lan, Hàn Quốc và Nhật Bản. Đáng chú ý là, xét về số lượng thì nhập khẩu xe con và xe tải gần như tương đương nhau, nhưng xét về giá trị thì nhập khẩu xe con lại thấp hơn gần một nửa so với xe tải. Năm 2012, nhập khẩu xe con giảm mạnh một phần do nhu cầu trong nước suy giảm, và một phần do ảnh hưởng từ việc ban hành Thông tư 20 quy định về việc nhập khẩu xe ô tô dưới 9 chỗ. Từ đó đến nay, nhập khẩu xe con và xe tải tăng ổn định với mức tăng trưởng bình quân đạt 37%/năm. Quy định mới về mức thuế tiêu thụ đặc biệt (SCT) được Quốc hội thông qua vào cuối năm 2015 và bắt đầu có hiệu lực từ ngày 1 tháng 7 năm 2016, với xu hướng cắt giảm thuế SCT đối với xe con dưới 2000cc và tăng đối với xe con từ 3000cc trở lên (Phụ lục 1). Sự thay đổi này khiến nhập khẩu xe con nguyên chiếc trong nửa đầu năm 2016 tăng vọt nhằm tránh mức thuế SCT cao, đặc biệt đối với dòng xe trên 3000cc.

HÌNH 2: NHẬP KHẨU XE CON VÀ XE TẢI



Nguồn: Hải quan Việt Nam.

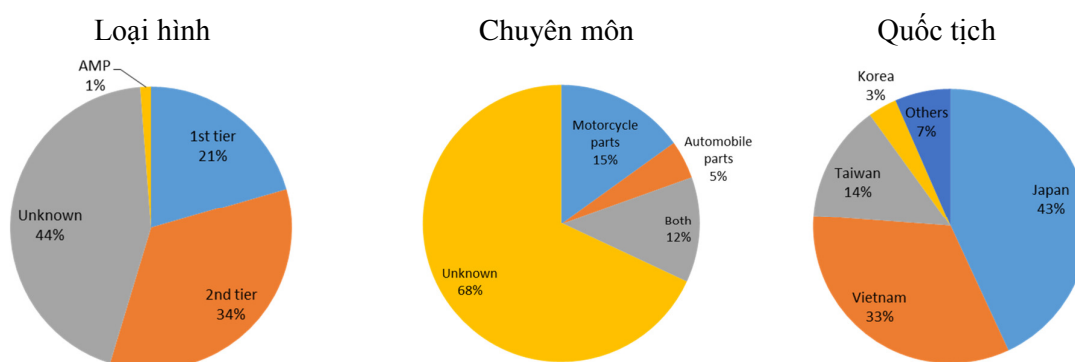
HIỆN TRẠNG CÔNG NGHIỆP PHỤ TÙNG LINH KIỆN Ô TÔ TẠI VIỆT NAM

Thị trường trong nước nhỏ đã không khuyến khích được sự phát triển của công nghiệp phụ tùng, linh kiện ô tô, thường được nhắc tới bằng các thuật ngữ khác như công nghiệp hỗ trợ trong ngành công nghiệp ô tô, tỉ lệ nội địa hóa, hay tỉ lệ thu mua trong nước. Hiện nay, tỉ lệ nội địa hóa của công nghiệp ô tô Việt Nam đạt được với mức độ khác nhau tùy chủng loại xe và tùy từng nhà sản xuất (10-30% đối với xe con, trên 30% đối với xe tải, và trên 40% đối với xe buýt). Trong số các nhà lắp ráp hiện nay, trên 90% là doanh nghiệp FDI, chỉ một số nhà cung cấp trong nước có thể tham gia vào chuỗi cung ứng của các nhà sản xuất, lắp ráp ô tô tại Việt Nam. So với Thái Lan, số lượng nhà cung cấp của Việt Nam trong ngành công nghiệp ô tô vẫn còn rất ít. Thái Lan có gần 700 nhà cung cấp cấp 1, nhưng Việt Nam chỉ có chưa đến 100. Thái Lan có khoảng 1.700 nhà cung cấp cấp 2, 3, trong khi Việt Nam chỉ có chưa đến 150. Hơn nữa, trong khi thị trường ô tô của Việt Nam chỉ bằng 1/10 của Thái Lan, nhưng Việt Nam lại có tới 20 nhà lắp ráp ô tô, nhiều hơn Thái Lan với 17 nhà sản xuất, lắp ráp. Nhiều nhà lắp ráp hơn, chia sẻ thị trường nhỏ và phân tán hơn khiến các nhà lắp ráp khó

có thể phát triển được mạng lưới nhà cung cấp. Phụ tùng linh kiện ô tô hiện đang sản xuất tại Việt Nam chủ yếu là các phụ tùng thâm dụng lao động, công nghệ giản đơn, như ghế ngồi, kính, săm lốp, bánh xe, v.v...

Phân cấp các nhà cung cấp hiện có, trong số 404 nhà cung cấp được xác định bởi JETRO và JICA, có 83 nhà cung cấp cấp 1; 138 nhà cung cấp cấp 2, 3; 5 nhà sản xuất phụ tùng thay thế, và 178 nhà cung cấp khác. Theo ngành nghề, có 61 doanh nghiệp chuyên cung cấp phụ tùng xe máy, 50 doanh nghiệp cung cấp cả phụ tùng xe máy và ô tô, 18 doanh nghiệp cung cấp phụ tùng ô tô, và 275 doanh nghiệp khác. Theo quốc tịch doanh nghiệp, có 177 doanh nghiệp Nhật Bản, 136 doanh nghiệp Việt Nam, 57 doanh nghiệp Đài Loan, 14 doanh nghiệp Hàn Quốc và số còn lại là doanh nghiệp của Đức, Malaysia, Hoa Kỳ, v.v...

HÌNH 3: PHÂN LOẠI NHÀ CUNG CẤP THEO LOẠI HÌNH, CHUYÊN MÔN, VÀ QUỐC TỊCH



Nguồn: Tổng hợp từ danh sách doanh nghiệp của JETRO và JICA

Để phục vụ lắp ráp trong nước, trong giai đoạn 2010 – 2015, Việt Nam đã nhập khẩu các loại phụ tùng, linh kiện khác nhau, với tổng giá trị nhập khẩu bình quân mỗi năm khoảng 2 tỉ USD, chủ yếu từ Nhật Bản (23%), Trung Quốc (23%), Hàn Quốc (16%) và Thái Lan (16%). Mặc dù chưa phát triển, nhưng xuất khẩu phụ tùng linh kiện ô tô thời gian gần đây cũng đạt được mức tăng trưởng bình quân 18% giai đoạn 2010-2015. Giá trị xuất khẩu đã tăng từ 0,7 tỉ USD năm 2010 lên 3,5 tỉ USD năm 2015. Phụ tùng xuất khẩu chủ yếu là cụm dây điện (HS8544), chiếm trên 50% và thị trường chủ yếu là Nhật Bản (50%) và Hoa Kỳ (13%). Phụ tùng xuất khẩu lớn thứ hai là linh kiện hộp số (HS870840) chiếm 10% tổng kim ngạch xuất khẩu phụ tùng, linh kiện ô tô, và điếm đến chủ yếu là Nhật Bản, Mexico, và Trung Quốc.

CÁC YẾU TỐ KHÁCH QUAN

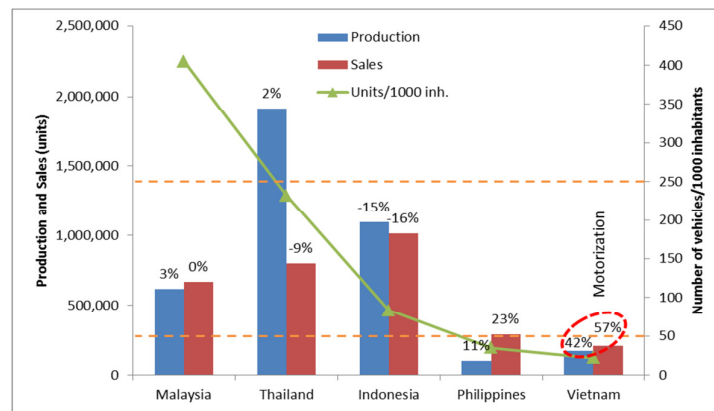
Bên cạnh sức mua của người tiêu dùng, thị trường ô tô phát triển được hay không còn phụ thuộc vào một số yếu tố bên ngoài như cơ sở hạ tầng, cơ cấu dân số, và mức độ hội nhập quốc tế của nền kinh tế trong nước.

Tháng 3 năm 2016, Chính phủ đã phê duyệt Quy hoạch phát triển mạng lưới đường cao tốc đến năm 2020, tầm nhìn 2030 tại Quyết định của Thủ tướng số 326/QĐ-TTg ngày 1 tháng 3 năm 2016. Theo Quy hoạch, các tuyến đường cao tốc Bắc-Nam phía Đông và phía Tây sẽ được xây dựng với tổng chiều dài trên 3.000km. Hiện nay, một số đoạn đường cao tốc

phía Đông đã và đang trong quá trình hoàn thiện. Bên cạnh đó, các tuyến đường cao tốc nối các tỉnh thuộc ba vùng với nhau cũng đang trong quá trình xây dựng. Đến năm 2020, dự kiến sẽ có 21 đường cao tốc được xây dựng với tổng chiều dài đạt gần 6.500 km (Phụ lục 2). Mạng lưới cao tốc này sẽ tạo sự thuận tiện và rút ngắn thời gian đi lại nên sẽ là một trong những yếu tố thúc đẩy tiêu dùng xe ô tô cá nhân và phát triển công nghiệp ô tô trong nước trong những năm tới đây.

Tính đến 2015, trong ASEAN, Việt Nam là nước đông dân thứ ba với 94,4 triệu dân, đứng thứ 7 về GDP bình quân đầu người đạt trên 2000 USD. Việt Nam có dân số trẻ với trên 60% dân số dưới 54 tuổi, và đang trong giai đoạn dân số vàng với trên 50% dân số đang ở tuổi lao động. Giai đoạn này dự báo sẽ kéo dài đến 2 thập kỷ nữa. Theo dự báo của WB, GDP bình quân đầu người của Việt Nam đến năm 2020 sẽ đạt mức 3000 USD. Bên cạnh đó, tỉ lệ sử dụng ô tô bình quân đầu người trong năm nước ASEAN có ngành công nghiệp sản xuất lắp ráp ô tô gồm Thái Lan, Malaysia, Indonesia, Philippines, và Việt Nam cho thấy Malaysia đã bước vào giai đoạn bão hòa, Thái Lan đang sắp hết giai đoạn motorization, Indonesia đang trong thời kỳ đầu của motorization, trong khi đó Việt Nam và Philippines mới sắp bắt đầu giai đoạn motorization. Thực tế này ngụ ý rằng cơ hội để mở rộng thị trường tiêu dùng ô tô ở Malaysia và Thái Lan là không lớn, trong khi thị trường ô tô của các nước Indonesia, Philippines và Việt Nam đang có nhiều triển vọng phát triển. Sự hội tụ của các yếu tố thuận lợi về cơ cấu dân số, GDP bình quân đầu người, và giai đoạn motorization sẽ khiến các nước ASEAN nói chung và Việt Nam nói riêng trở thành thị trường ô tô đầy tiềm năng trong tương lai.

HÌNH 4: SẢN LƯỢNG, DOANH SỐ BÁN HÀNG, VÀ TỈ LỆ MOTORIZATION TẠI ASEAN, 2015



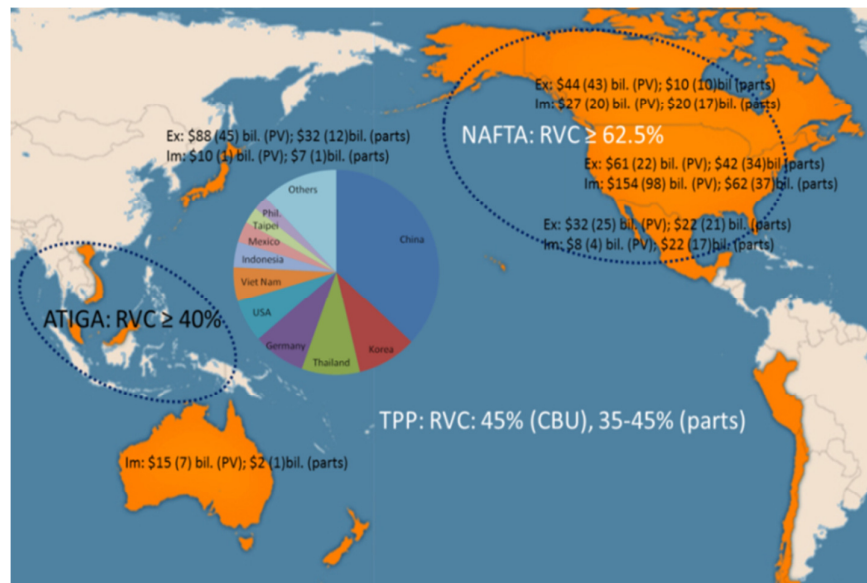
Nguồn: AFF, OICA

Bên cạnh đó, hội nhập sâu hơn vào nền kinh tế toàn cầu thông qua các hiệp định tự do thương mại tạo ra những cơ hội lớn hơn cho Việt Nam tiếp cận với thị trường toàn cầu, mở rộng xuất khẩu và thu hút đầu tư nước ngoài. Công nghiệp ô tô là một trong những ngành công nghiệp quan trọng trong các FTAs mà Việt Nam tham gia, gồm TPP, EVFTA, và AEC. Trong các FTAs này, phạm vi của TPP bao trùm cả hai vùng tự do thương mại khác là NAFTA và ASEAN, hai vùng năng động về thương mại và sản xuất lắp ráp ô tô. Trong khi

toàn bộ thành viên NAFTA đều là thành viên của TPP thì chỉ một số thành viên ASEAN cũng đồng thời là thành viên TPP, gồm Brunei Darussalam, Malaysia, Singapore, và Việt Nam. Bên cạnh đó, trong số 4 quốc gia này, chỉ có Malaysia và Việt Nam phát triển ngành công nghiệp ô tô. Việc tham gia TPP tạo ra lợi thế so sánh lớn cho hai quốc gia này so với các quốc gia ASEAN khác cũng có công nghiệp ô tô nhưng không tham gia TPP, là Thái Lan, Indonesia, và Philippines. Ba quốc gia này gần đây đã bày tỏ sự quan tâm và mong muốn tham gia TPP, có nghĩa là Việt Nam và Malaysia cần tận dụng tốt lợi thế này trước khi nó bị mất đi do các nước láng giềng cũng tham gia hiệp định này.

Mỗi khu vực tự do thương mại có những quy định cụ thể về hàm lượng giá trị khu vực (RVC). Quy tắc xuất xứ của NAFTA đối với ô tô và phụ tùng ô tô yêu cầu đáp ứng tiêu chí về chuyển đổi mã HS, hoặc đáp ứng cả hai tiêu chí chuyển đổi mã HS và hàm lượng giá trị khu vực, và phương pháp tính giá trị khu vực dựa trên chi phí tịnh. Cụ thể, yêu cầu về hàm lượng giá trị khu vực đối với xe con, động cơ và bộ truyền động của xe con là 62,5%. Đối với các loại xe khác (xe đầu kéo, xe khách trên 16 chỗ, xe tải), động cơ, bộ truyền động của chúng, và các loại phụ tùng, linh kiện khác, tỉ lệ nội khối phải đạt từ 60% trở lên. Trong khu vực ASEAN, để được công nhận là có xuất xứ, các sản phẩm ô tô và phụ tùng ô tô phải đáp ứng tiêu chí hàm lượng giá trị khu vực từ 40% trở lên theo phương pháp tính giá trị gia tăng, hoặc đáp ứng tiêu chí thay đổi mã HS (CTH).

HÌNH 5: QUY TẮC XUẤT XỨ CỦA TPP ĐỐI VỚI XE Ô TÔ VÀ PHỤ TÙNG

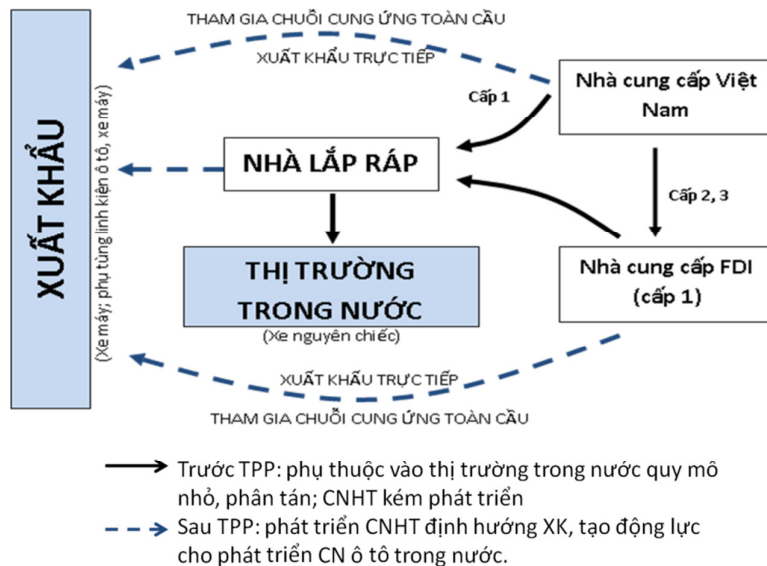


Nguồn: IEC (2016)

Sự khác biệt giữa các khu vực tự do thương mại về yêu cầu đối với hàm lượng giá trị khu vực và phương pháp tính tạo ra sự linh động cho các nhà sản xuất lắp ráp ô tô trong việc đáp ứng tiêu chí về quy tắc xuất xứ. Với yêu cầu cao hơn về tỉ lệ nội khối và có cùng phương pháp tính, các nước thuộc khối NAFTA có lợi thế hơn so với các nước không thuộc NAFTA trong việc đáp ứng các yêu cầu của TPP về hàm lượng giá trị khu vực. Nói cách khác, các

thành viên của TPP ở khu vực châu Á, Úc, và Mỹ Latin vẫn còn cơ hội khá lớn trong việc tận dụng TPP để tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị ô tô toàn cầu. Đáng chú ý là trong số các quốc gia có trao đổi thương mại lớn về ô tô, Nhật Bản không phải là thành viên NAFTA, và giao dịch thương mại về ô tô giữa Nhật Bản và các nước thành viên khác của TPP vẫn còn khá khiêm tốn. Đối tác thương mại chính của Nhật Bản hiện nay là Trung Quốc, Hàn Quốc, và Thái Lan, tuy nhiên, cả ba nước này đều không phải là thành viên TPP. Để có thể tận dụng tốt những cơ hội do TPP mang lại, Nhật Bản nên chủ động tăng cường hợp tác với các thành viên TPP, tái cấu trúc chuỗi cung ứng, chuỗi giá trị ô tô của mình. Trong số các thành viên TPP, Malaysia và Việt Nam là hai đối tác tiềm năng vì có ngành công nghiệp ô tô và cùng không thuộc khối NAFTA. Tuy nhiên, đối với Nhật Bản, cũng có ý kiến cho rằng mặc dù số liệu thống kê thương mại chỉ ra sự bất lợi của các nước ngoài NAFTA so với các nước thành viên NAFTA, trên thực tế các doanh nghiệp ô tô Nhật Bản không gặp quá nhiều trở ngại để tận dụng TPP bởi các doanh nghiệp này đã gần như đã đạt tỉ lệ nội địa hóa khá cao trong khối NAFTA và năng lực sản xuất lắp ráp của các doanh nghiệp này tại Mexico hoàn toàn có thể đáp ứng được các yêu cầu về hàm lượng giá trị khu vực của NAFTA và TPP. Chính vì vậy, so với các đối thủ cạnh tranh đến từ Hoa Kỳ (FCA, Ford, GM) thì các doanh nghiệp Nhật Bản có lợi thế hơn, và do vậy, tăng cường quan hệ đối tác với các nhà sản xuất, lắp ráp ô tô Nhật Bản là một chiến lược khôn ngoan của các nước ngoài NAFTA.

HÌNH 6: FTAS TẠO RA HƯỚNG TIẾP CẬN MỚI TRONG VIỆC PHÁT TRIỂN CN Ô TÔ TẠI VIỆT NAM



Nguồn: Nguyễn (2016)

Bên cạnh tiềm năng về xuất khẩu, các hiệp định tự do thương mại cũng tạo ra áp lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp ô tô trong nước. Đặc biệt, việc xóa bỏ hoàn toàn hàng rào thuế quan từ các nước ASEAN đối với ô tô và phụ tùng ô tô là áp lực lớn nhất bởi công nghiệp ô tô hiện nay đang được bảo hộ với hàng rào thuế khá cao (5-40% từ ASEAN, và 15-70% MFN). Điều này cho phép xe ô tô lắp ráp trong nước có thể cạnh tranh với xe nhập khẩu, chiếm thị phần khoảng 60-70% ngay cả khi chi phí sản xuất của các doanh nghiệp sản

xuất, lắp ráp trong nước cao hơn các nước trong khu vực khoảng 20%¹. Khi không còn được bảo hộ bởi hàng rào thuế quan, xe ô tô nguyên chiếc nhập khẩu từ ASEAN sẽ tăng lên trừ khi có những biện pháp hỗ trợ sản xuất trong nước nâng cao năng lực cạnh tranh, cắt giảm chi phí sản xuất trong nước.

2. XU HƯỚNG TOÀN CẦU VÀ CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP Ô TÔ CỦA MỘT SỐ QUỐC GIA TRONG KHU VỰC

XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA CÔNG NGHIỆP Ô TÔ TRÊN THẾ GIỚI

Nhờ những công nghệ đột phá trong công nghiệp ô tô, như xe ô tô điện, xe ô tô tự lái, kết nối internet và ứng dụng công nghệ thông tin trong công nghiệp ô tô, v.v... những xu hướng phát triển mới của công nghiệp ô tô đã bắt đầu đồng thời mở ra thị trường tiêu dùng mới. Trong năm 2015, cả thế giới đã sản xuất 90,6 triệu xe ô tô và tiêu thụ hết 89,1 chiếc. So với một năm trước đó, sản lượng và doanh số bán hàng đều tăng ở EU, châu Á và khu vực NAFTA, nhưng suy giảm ở các vùng còn lại trên thế giới. Doanh số bán hàng toàn cầu kỳ vọng sẽ vượt ngưỡng 100 triệu xe vào năm 2020. Trong vòng vài năm tới, thế giới có thể sẽ chứng kiến những xu hướng chính diễn ra trong công nghiệp ô tô, bao gồm:

Sự thay đổi về nhu cầu của người tiêu dùng: Ngày càng có nhiều người tiêu dùng chuyển sang dùng xe thân thiện môi trường, tiêu thụ nhiên liệu hiệu quả và bền vững. Với sự ra đời của xe ô tô điện, và các nhiên liệu thay thế như khí Shale gas, CNG... thời đại mà các tiêu chí về mẫu mã thiết kế, kiểu dáng là những yếu tố quyết định hành vi tiêu dùng sẽ không còn nữa.

Sự thay đổi về di chuyển, đi lại: Khái niệm về dịch chuyển, đi lại đã bị thay đổi do sự xuất hiện của những phương tiện, hình thức di chuyển mới. Ô tô không chỉ còn có nghĩa là “đi lại tự động” theo như nghĩa đen của từ “auto-mobile”. Xe ô tô tự lái không chỉ là xu hướng duy nhất thách thức ngành công nghiệp ô tô. Quan niệm, cách nhìn nhận về sự di chuyển, đi lại, về những gì mà con người có thể làm với một chiếc ô tô, về trạng thái sở hữu một chiếc xe ô tô đang có những thay đổi. Số lượng khách hàng là nữ cũng tăng lên và ngày càng trở nên phổ biến hơn.

Sự tiến bộ về khoa học công nghệ: Công nghiệp ô tô toàn cầu đã chứng kiến sự biến chuyển lớn lao trong hai thập kỷ vừa qua với việc ứng dụng công nghệ thông tin vào mỗi chiếc xe ô tô. Kết nối các thiết bị di động vào xe ô tô tạo ra rất nhiều sự lựa chọn. Chủ xe có thể dễ dàng kiểm tra xăng còn bao nhiêu, điều kiện của phanh xe như thế nào, khi nào thì cần bảo dưỡng, v.v... Chìa khóa xe cũng được số hóa, và công nghệ thông tin cũng cho phép người thuê xe cài đặt các thông số cá nhân trên chiếc xe họ thuê. Mỗi chiếc ô tô trở thành một nền hệ thống để phát triển các ứng dụng của khoa học công nghệ. McKinsey đưa ra dự báo

¹ Xem Phụ lục 3 để biết các cấu phần tạo nên giá xe ô tô tại Việt Nam, và so sánh chi phí sản xuất giữa Việt Nam với các nước ASEAN khác.

khoảng 15% lượng xe mới bán ra trong năm 2020 có thể sẽ là xe tự động hoàn toàn. Khái niệm về “xe kết nối”, là những xe ô tô được kết nối với thế giới bên ngoài nhằm tăng tiện ích trên xe cho người sử dụng khi đang lái xe, kết hợp với công nghệ thông tin, truyền thống để cung cấp các dịch vụ khác nhau như cập nhật trực tiếp tình trạng giao thông, đề xuất tuyến đường đi thích hợp, hỗ trợ bên lề đường trong trường hợp gặp sự cố, thanh toán phí tự động, hỗ trợ đỗ xe/đỗ xe tự động, giải trí trên xe, và nhiều tiện ích khác.

Sự thay đổi trong quan hệ giữa nhà lắp ráp và nhà cung cấp: Trong tương lai, công nghiệp ô tô toàn cầu sẽ thay đổi đáng kể với vòng đời xe ô tô ngắn hơn nhiều so với hiện nay. Các nhà sản xuất lắp ráp sẽ phải tăng tỉ lệ mua ngoài, và trở nên phụ thuộc hơn vào các nhà cung cấp. Do vậy, các nhà cung cấp sẽ có cơ hội tạo ra giá trị gia tăng cao hơn và đóng vai trò lớn hơn trong quá trình thiết kế ra một chiếc xe ô tô mới. Năng lực đổi mới, sáng tạo của các nhà cung cấp vì thế cũng sẽ trở nên cần thiết hơn, và rõ nét hơn. Việc cấu trúc lại chuỗi giá trị của ngành công nghiệp ô tô đòi hỏi các nhà cung cấp cấp 1 đóng vai trò lớn hơn trong việc quản lý mạng lưới các nhà cung cấp cấp dưới ngày càng rộng lớn và phức tạp hơn.

Thị trường các nước mới nổi tăng trưởng mạnh: Công nghiệp ô tô toàn cầu đã chứng kiến sự tăng trưởng mạnh mẽ trong vài năm vừa qua, chủ yếu ở các nước BRIC. Tuy nhiên, KPMG dự báo trong vài năm tới, làn sóng tăng trưởng mới sẽ xảy ra ở các nước mới nổi, và các nước đó chủ yếu tập trung ở ASEAN dẫn đầu là Thái Lan và Indonesia. Những vùng khác cũng trở nên quan trọng hơn đối với công nghiệp ô tô, gồm Châu Phi với trung tâm là Nam Phi, Nam Đông Âu với trung tâm là Thổ Nhĩ Kỳ, và Mỹ Latin do Argentina dẫn đầu.

Mặc dù những xu hướng trên thường được nhắc tới trong các dự báo về công nghiệp ô tô toàn cầu, và các kết quả dự báo này về nhu cầu của khách hàng, sự phát triển của khoa học công nghệ có thể đúng đối với các nước tiên tiến, nhưng trong bối cảnh của Việt Nam, một nước mới tham gia vào ngành công nghiệp ô tô, thì những xu hướng trên có vẻ như sẽ không sớm xảy ra như dự báo mà có một độ trễ nhất định về thời gian. Mặc dù vậy, trong kỷ nguyên internet hiện nay, những tiện ích, ứng dụng kết nối internet và kỹ thuật số trong ô tô sẽ ngày càng trở nên phổ biến ngay cả ở các nước có ngành công nghiệp ô tô non trẻ như Việt Nam. Ngoài ra, với các nước đã có công nghiệp hỗ trợ phát triển mạnh, các nhà cung cấp có thể có sự tự chủ, độc lập nhất định. Nhưng với các nước đang phát triển, mới bắt đầu phát triển công nghiệp hỗ trợ, thì các nhà lắp ráp và các nhà cung cấp cấp 1 sẽ vẫn duy trì sự kiểm soát chặt chẽ mạng lưới nhà cung cấp cấp dưới bởi năng lực doanh nghiệp trong nước chưa đáp ứng được yêu cầu của thị trường.

CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP Ô TÔ CỦA CÁC NƯỚC ASEAN

ASEAN trở thành trung tâm công nghiệp ô tô thế giới một phần nhờ chính sách hỗ trợ mạnh mẽ của các nước trong khu vực, như Thái Lan, Malaysia, Indonesia, và Philippines, được trình bày tóm tắt dưới đây.

Trở lại thời kỳ đầu của công nghiệp ô tô Thái Lan vào đầu những năm 1990 khi quy mô thị trường còn nhỏ, Chính phủ Thái Lan đã lựa chọn dòng xe bán tải 1 tấn làm dòng xe chiến lược và áp thuế nội địa (tương tự thuế TTĐB của Việt Nam) ở mức thấp (3% so với

mức thông thường từ 30-50%) nhằm khuyến khích tiêu dùng trong nước, tạo quy mô thị trường. Nhờ chính sách hỗ trợ của chính phủ, thậm chí vẫn còn được duy trì cho đến ngày nay, các nhà sản xuất lắp ráp ô tô đã đạt được quy mô kinh tế cần thiết, mở rộng sản xuất, và xuất khẩu xe bán tải nguyên chiếc sau vài thập kỷ phát triển. Năm 2007, chính phủ Thái Lan đã triển khai chương trình phát triển dòng xe chiến lược mới là “xe sinh thái” nhằm thu hút đầu tư vào dòng xe thân thiện môi trường, và đạt mức độ cao hơn về công nghệ và tỉ lệ nội địa hóa. Nếu các doanh nghiệp sản xuất, lắp ráp ô tô đáp ứng được các điều kiện của chương trình về mẫu mã, sản lượng, quy mô đầu tư và nội địa hóa, họ sẽ được hưởng các ưu đãi về thuế bao gồm miễn thuế thu nhập doanh nghiệp trong 8 năm, và dòng xe đó được mức thuế nội địa thấp hơn (17% so với mức thông thường từ 30-50%).

Học tập kinh nghiệm từ Thái Lan, năm 2013 Indonesia cũng giới thiệu chương trình xe xanh chi phí thấp nhằm tạo thị trường và thu hút đầu tư vào công nghiệp ô tô. Xe ô tô sản xuất trong nước dưới 1200cc, tiêu thụ ít hơn 5 lít xăng trên 100km, giá bán thấp hơn 9.500USD, và sử dụng động cơ và bộ truyền động lắp ráp trong nước sẽ được hưởng thuế TTĐB ở mức 10% so với mức thuế thông thường là từ 30% trở lên.

Tại Philippines, một thập kỷ trước thị trường ô tô luôn duy trì với quy mô 70.000 – 80.000 xe đăng ký mỗi năm, và thị trường chủ yếu do xe nhập khẩu chiếm ưu thế do thuế nhập khẩu xe nguyên chiếc từ ASEAN và các đối tác FTAs được giảm xuống rất thấp. Sản xuất trong nước trì trệ bởi không có sự hỗ trợ từ phía Chính phủ, trong khi quy mô thị trường lại quá nhỏ. Tuy nhiên, từ năm 2015, Chính phủ Philippines đã khởi động chiến lược toàn diện tái sinh ngành công nghiệp ô tô nhằm vực lại hoạt động sản xuất, lắp ráp ô tô trong nước. Khi một model xe mới, hoặc một model cũ được thay đổi toàn bộ có tổng sản lượng tích lũy đạt từ 200.000 xe trở lên trong toàn bộ vòng đời model đó (tối đa 6 năm), sử dụng phụ tùng, linh kiện nhựa cỡ lớn, công kênh, và toàn bộ phụ tùng linh kiện mua trong nước có tổng trọng lượng chiếm hơn một nửa tổng trọng lượng xe, thì mỗi xe sản xuất ra sẽ được hỗ trợ tối đa 1.000USD thông qua việc cắt giảm các khoản thuế, phí phải nộp.

BẢNG 1: CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP CỦA CÁC NƯỚC ASEAN

		Philippine (Chiến lược tái thiết toàn diện ngành công nghiệp ô tô - ban hành tháng 5/2015)	Thái Lan (Chính sách xe sinh thái)	Indonesia (Chính sách xe sinh thái giá rẻ)	Malaysia (Chính sách giảm thuế nội địa trong chương trình IAF - Quỹ hỗ trợ Công nghiệp)
Điều kiện	Động cơ		≤1.3L	≤1.2L	--
	Tiêu thụ nhiên liệu	Mẫu xe mới giới thiệu hoặc mẫu xe hiện tại được cải tiến hoàn toàn mới	5L/100km	5L/100km	--
	Phát thải CO ₂		<120g/km	--	--
	Tiêu chí khác		--	Giá: 9.500USD Thương hiệu của Indonesia	--
	Sản lượng (xe)		Sản lượng cộng dồn ≥200K trong suốt vòng đời sản phẩm (tối đa 06 năm)	100K/năm sau 5 năm	--
	Đầu tư	--	205 triệu USD ~	--	--
	Nội địa hóa	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nội địa hóa thân vỏ xe ≥50% trọng lượng của thân xe ✓ Nội địa hóa các chi tiết nhựa lớn 	Động cơ	Động cơ & hộp số	Có yêu cầu nội địa hóa
Ưu đãi	Tối đa 1.000 USD/xẻ (Cách làm: bán hành chứng chỉ (coupon) dùng để đóng các loại thuế như TTĐB, TNDN, NK hoặc GTGT)	Thuế TTĐB 30% → 17% 0% thuế TNDN (8 năm)	Thuế TTĐB 30% → 10%	Khấu trừ giá trị nội địa hóa vào giá tính thuế của xe	

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả phỏng vấn doanh nghiệp.

Trong năm, mười năm tới, công nghiệp ô tô Việt Nam phải vượt qua nhiều khó khăn, thách thức nhưng cơ hội mở rộng thị trường vẫn có nhiều hứa hẹn. Năm 2018 là một cột mốc đánh dấu sự thay đổi quan trọng về sự phân chia thị phần giữa xe sản xuất trong nước và xe nhập khẩu, về sự phát triển và tồn tại của các nhà lắp ráp xe ô tô tại Việt Nam. AEC và FTAs sẽ tạo thuận lợi hơn cho giao dịch thương mại phụ tùng xe ô tô giữa Việt Nam và các nước đối tác FTAs, tạo cơ hội cho doanh nghiệp trong nước hội nhập, tham gia chuỗi cung ứng khu vực và toàn cầu. Bên cạnh đó, trong tương lai công nghiệp ô tô Việt Nam cũng phải phát triển phù hợp với điều kiện trong nước về giao thông, cơ sở hạ tầng, thói quen, hành vi người tiêu dùng, đồng thời cũng phải hài hòa với xu thế toàn cầu, đặc biệt với những thay đổi về ứng dụng khoa học công nghệ mới trong sản xuất và trong sản phẩm. Để có một ngành công nghiệp ô tô phát triển, điều quan trọng là Việt Nam phải thiết kế được chính sách phát triển phù hợp để có thể tăng cường năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp sản xuất, lắp ráp trong nước.

3. HIỆN TRẠNG CÁC NHÀ CUNG CẤP NỘI ĐỊA: CÁC KẾT QUẢ CHÍNH TỪ NGHIÊN CỨU

GỚI THIỆU VỀ NGHIÊN CỨU

Nhằm thúc đẩy sự phát triển của ngành công nghiệp ô tô, chính phủ Việt Nam đã phê duyệt Chiến lược và Quy hoạch tổng thể phát triển ngành công nghiệp ô tô đến năm 2025 và tầm nhìn đến năm 2035 tại Quyết định số 1168/QĐ-TTg ngày 16 tháng 7 năm 2014 và Quyết định số 1211/QĐ-TTg ngày 24 tháng 7 năm 2014 của Thủ tướng Chính phủ. Mặt khác, từ năm 2011, Việt Nam và Nhật Bản đã bắt đầu một sáng kiến chung nhằm xây dựng chiến lược công nghiệp hóa Việt Nam trong khuôn khổ hợp tác giữa hai nước. Nội dung chiến lược đã được Thủ tướng Chính phủ Việt Nam phê duyệt tại Quyết định số 1043/QĐ-TTg ngày 01 tháng 7 năm 2013 của Thủ tướng Chính phủ. Trong khuôn khổ bản chiến lược này, sáu ngành công nghiệp đã được lựa chọn để tăng cường sự hợp tác giữa Việt Nam và Nhật Bản và góp phần cho quá trình công nghiệp hóa của Việt Nam. Mỗi ngành đều có Kế hoạch hành động riêng với sự đồng thuận của cả hai bên, và được chính thức hóa bằng cách quyết định của Chính phủ Việt Nam. Kế hoạch hành động phát triển công nghiệp ô tô và phụ tùng ô tô đã được Thủ tướng phê duyệt tại Quyết định số 1829/QĐ-TTg ngày 28 tháng 10 năm 2015. Kế hoạch này gồm 4 hành động với 20 hoạt động khác nhau, mỗi hành động nhằm khắc phục một vấn đề chiến lược của ngành, gồm (i) thuế và phí liên quan, (ii) giá trị gia tăng nội địa thấp và ngành công nghiệp phụ trợ yếu, (iii) nguồn nhân lực công nghiệp, và (iv) an toàn, môi trường và cơ sở hạ tầng.

Nghiên cứu này được thực hiện trong khuôn khổ hợp tác giữa Bộ Công Thương (MOIT) và Cơ quan Hợp tác Quốc tế Nhật Bản (JICA) nhằm triển khai thực hiện Kế hoạch hành động phát triển công nghiệp ô tô và phụ tùng ô tô nói trên. Cụ thể, nghiên cứu này hướng đến việc thực hiện hành động số (ii) nâng cao giá trị gia tăng trong nước và phát triển công nghiệp hỗ trợ. Nhóm nghiên cứu bao gồm các nghiên cứu viên của Viện Nghiên cứu chiến lược chính sách công nghiệp (IPSI), các giáo sư và nghiên cứu viên đến từ Viện Nghiên

cứ công nghiệp phụ tùng ô tô, Đại học Waseda. Để đạt được các mục đích của nghiên cứu, từ tháng 4 đến tháng 8 năm 2016, nhóm nghiên cứu đã tiến hành khảo sát và lắng nghe ý kiến của 10 nhà lắp ráp và nhà cung cấp cấp 1, và 6 doanh nghiệp trong nước là nhà cung cấp cấp 2. Trong các buổi làm việc với các nhà lắp ráp và nhà cung cấp cấp 1, nhóm nghiên cứu tập trung vào việc nắm bắt tình hình hiện tại của ngành công nghiệp ô tô và phụ tùng ô tô, nhu cầu mua sắm nội địa và quy trình lựa chọn nhà cung cấp của họ. Trong các buổi làm việc với các nhà cung cấp cấp 2 trong nước, nhóm nghiên cứu tập trung vào việc đánh giá những thuận lợi và khó khăn của họ khi tham gia chuỗi cung ứng trong ngành công nghiệp ô tô, xác định khoảng cách giữa năng lực của họ và yêu cầu của các nhà lắp ráp và cung cấp cấp 1. Trong các buổi làm việc, nhóm nghiên cứu cũng thảo luận với doanh nghiệp để tìm câu trả lời cho những thắc mắc (i) liệu Việt Nam có nên tiếp tục phát triển ngành công nghiệp ô tô hay không, và (ii) các vấn đề chính của ngành công nghiệp ô tô của Việt Nam hiện nay là gì.

CÁC KẾT QUẢ CHÍNH TỪ NGHIÊN CỨU

VAI TRÒ CỦA NGÀNH CÔNG NGHIỆP Ô TÔ ĐỐI VỚI NỀN KINH TẾ

Công nghiệp ô tô là ngành quan trọng đối với nền kinh tế của hầu hết các nước có nền kinh tế lớn trên thế giới. Theo OICA, ngành công nghiệp này được xem như là một ngành sáng tạo lớn, đầu tư trên 84 tỷ € vào nghiên cứu, triển khai và sản xuất, đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển công nghệ của các ngành công nghiệp khác và của toàn xã hội. Các hoạt động sản xuất và sử dụng ô tô cũng là nguồn đóng góp chính vào doanh thu Chính phủ trên khắp thế giới, với hơn 400 tỷ €. Ngành công nghiệp này còn đóng vai trò quan trọng trong việc tạo công ăn, việc làm với hơn 5 phần trăm tổng số việc làm của toàn ngành chế biến chế tạo thế giới. Người ta ước tính rằng mỗi công việc trực tiếp trong ngành ô tô hỗ trợ được ít nhất là năm việc làm gián tiếp, kết quả là có hơn 50 triệu việc làm trong ngành công nghiệp ô tô, và rất nhiều lao động làm việc trong các ngành sản xuất và dịch vụ liên quan. Xe hơi được sản xuất từ nguyên liệu, hàng hóa trung gian của nhiều ngành công nghiệp khác như thép, sắt, nhôm, thủy tinh, nhựa, thảm, dệt, chip máy tính, cao su và nhiều hơn nữa. Ở Việt Nam cho đến năm 2014, ngành công nghiệp ô tô tạo ra khoảng 100.000 việc làm và đóng góp khoảng trên 1 tỷ USD mỗi năm vào thu nhập từ thuế. Nếu ngành công nghiệp ô tô phát triển tốt, nó cũng sẽ giúp cải thiện cán cân thương mại bằng cách thay thế xe và phụ tùng nhập khẩu.

THỊ TRƯỜNG TIỀM NĂNG CAO

Trong quá trình khảo sát, nhóm nghiên cứu đã nhận thấy thị trường ô tô Việt Nam có những đặc điểm khác biệt so với những quốc gia ASEAN khác. Ví dụ, Việt Nam có hai thị trường lớn là Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh, trong khi các nước khác chỉ có một thị trường lớn ở thủ đô (Indonesia có thể có hai, gồm Jakarta và Sulabaya). Ở Việt Nam, thị trường tiềm năng được phân bố với quy mô lớn hơn, không chỉ ở hai thành phố lớn Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh, mà còn ở các thành phố khác như Hải Phòng, Đà Nẵng... Những đặc điểm thị trường này kết hợp với các yếu tố khác, như lợi tức dân số, cơ sở hạ tầng, tăng trưởng GDP/đầu người... sẽ làm cho Việt Nam trở thành một địa điểm có tiềm năng cao cho việc phát triển thị trường ô tô trong những năm tới. Bên cạnh đó, tốc độ tăng trưởng cao và tỷ

lệ cơ giới hóa đang đến gần ngưỡng 50 cũng là những yếu tố tích cực khác cho sự phát triển thị trường ô tô tại Việt Nam.

QUY TRÌNH LỰA CHỌN NHÀ CUNG CẤP

Một chiếc xe ô tô thông thường được lắp ráp từ hàng ngàn bộ phận đơn lẻ, bao gồm một số phụ tùng linh kiện lớn, chẳng hạn như động cơ, trong quá trình lắp ráp ô tô được xem như là một bộ phận của xe, nhưng thực tế lại cũng bao gồm hàng ngàn chi tiết riêng biệt. Số lượng lớn các phụ tùng trong một chiếc xe giải thích tại sao các hãng sản xuất xe lại có những chuỗi cung cấp nhiều tầng, mỗi tầng gồm nhiều nhà cung cấp khác nhau. Để tồn tại trong nền kinh tế toàn cầu cạnh tranh khốc liệt, đối với các nhà sản xuất ô tô, điều quan trọng là phát triển và quản lý mạng lưới nhà cung cấp của họ một cách hiệu quả. Quá trình lựa chọn nhà cung cấp của họ do đó thường tốn kém cả về thời gian và kinh phí, gồm nhiều bước khác nhau. Thông thường, quá trình này bao gồm các bước theo trình tự sau đây.

Tìm kiếm các nhà cung cấp tiềm năng: Các nhà lắp ráp ô tô hoặc các nhà cung cấp cấp 1 (sau đây gọi là người mua) thường tiến hành định kỳ tìm kiếm nhà cung cấp mới thông qua các cơ sở dữ liệu do các công ty tư vấn hoặc các tổ chức công xây dựng, các hội chợ thương mại, hoặc thông qua sự giới thiệu của các nhà cung cấp hiện tại hoặc từ chính nhân viên trong công ty.

Sàng lọc hồ sơ: Khi xác định được một nhà cung cấp tiềm năng, người mua sẽ xem xét hồ sơ doanh nghiệp để thu thập thông tin cần thiết về các sản phẩm chính, quy mô doanh nghiệp, năm thành lập, khách hàng chính, thiết bị và công nghệ đang sử dụng, tình trạng tài chính, v.v... Nếu tất cả các điều kiện này được thỏa mãn, người mua sẽ liên lạc với nhà cung cấp đặt lịch hẹn khảo sát nhà máy.

Khảo sát lần đầu: Mục đích của việc khảo sát lần đầu là để xác nhận các thông tin đã được thu thập từ vòng sàng lọc hồ sơ, đánh giá nhanh khả năng đáp ứng các yêu cầu về an toàn, hệ thống quản lý, đảm bảo chất lượng, v.v... Trong lần khảo sát này, người mua có thể đưa ra một số khuyến nghị về cải tiến cho nhà máy, chẳng hạn như việc sắp xếp bố trí lại máy móc, các biện pháp quản lý chất lượng v.v... Thông thường, người mua sẽ sử dụng một bảng liệt kê các nội dung cần đánh giá do chính người mua xây dựng.

Yêu cầu báo giá: Sau khảo sát lần đầu, nếu thấy có cơ hội hợp tác, người mua sẽ liên lạc để yêu cầu nhà cung cấp gửi báo giá cho các sản phẩm mà họ đặt hàng. Sau khi nhận được báo giá, nếu người mua thấy hợp lý, họ sẽ gửi yêu cầu đề nghị nhà cung cấp sản xuất sản phẩm mẫu.

Yêu cầu sản xuất sản phẩm mẫu: Có nhiều cách để yêu cầu sản xuất hàng mẫu. Người mua có thể gửi bản thiết kế chi tiết để các nhà cung cấp tiềm năng dựa vào đó sản xuất khuôn mẫu và làm sản phẩm mẫu. Người mua cũng có thể gửi sản phẩm mẫu, và các nhà cung cấp tiềm năng phải tự đo đạc sản phẩm mẫu để vẽ lại bản thiết kế, chế tạo khuôn mẫu và sau đó sản xuất một sản phẩm mẫu tương tự. Trong một số trường hợp, người mua cung cấp khuôn mẫu và yêu cầu các nhà cung cấp tiềm năng sử dụng những khuôn mẫu này để sản xuất các sản phẩm mẫu phù hợp với tiêu chuẩn kỹ thuật mà họ yêu cầu. Tóm lại dù bằng bất cứ cách

nào, người mua kỳ vọng nhận được một sản phẩm mẫu đáp ứng tất cả các yêu cầu của họ về chất lượng, tiêu chuẩn kỹ thuật, dung sai...

Khảo sát lần hai: Nếu các sản phẩm mẫu đáp ứng được yêu cầu của người mua, người mua sẽ đề xuất lần khảo sát thứ hai. Mục đích của lần khảo sát này chủ yếu để xác nhận những cải tiến mà họ đã khuyến nghị trong lần khảo sát thứ nhất đã được thực hiện hay chưa, sự sẵn sàng của các nhà cung cấp tiềm năng để trở thành nhà cung cấp của họ, cũng như sự nhiệt tình và đam mê nghề nghiệp của chủ doanh nghiệp.

Đặt hàng sản xuất hàng loạt: Nếu lần khảo sát thứ hai đạt kết quả tích cực, người mua sẽ xem xét đặt đơn hàng sản xuất hàng loạt đầu tiên. Thường mất khoảng 1,5-2 năm tính từ thời điểm này cho đến ngày ra mắt chiếc xe đầu tiên được lắp ráp từ những sản phẩm do nhà cung cấp mới sản xuất. Trong suốt khoảng thời gian này, khách hàng và nhà cung cấp vẫn phải thường xuyên hỗ trợ và làm việc với nhau để đảm bảo chất lượng và tiến độ công việc.

Trên đây là những bước cơ bản của một quá trình lựa chọn nhà cung cấp. Trình tự các bước và nội dung của từng bước có thể khác nhau tùy vào người mua. Nói chung, quá trình lựa chọn nhà cung cấp thường kéo dài từ 2 đến 3 năm hoặc ngắn hơn nếu nhà cung cấp tiềm năng đáp ứng hầu hết các tiêu chí của người mua. Như vậy, từ bước sàng lọc hồ sơ cho đến khi chiếc xe thành phẩm ra đời, phải mất tổng cộng khoảng 3-5 năm cho việc lựa chọn một nhà cung cấp đủ điều kiện, đòi hỏi sự kiên trì, quyết tâm và nhiệt tình của chủ doanh nghiệp, các kỹ sư và công nhân của nhà cung cấp.

Mỗi người mua sẽ có bộ tiêu chí của riêng mình để đánh giá và lựa chọn nhà cung cấp. Thông thường, các tiêu chí có liên quan đến bốn yếu tố chính, được gọi là SQCD, là viết tắt của các từ an toàn, chất lượng, chi phí và giao hàng. Khi xem xét yếu tố đảm bảo an toàn lao động của nhà cung cấp, người mua thường quan tâm đến các tiêu chí như nhà cung cấp đã có chứng chỉ ISO14000 hay chưa, các biện pháp áp dụng để đảm bảo an toàn lao động, điều kiện làm việc và môi trường xung quanh. Về yếu tố chất lượng, các tiêu chí được sử dụng phổ biến là các chứng chỉ quốc tế về chất lượng (ISO9000 hoặc TS16949), tỷ lệ phần trăm hàng hỏng, hệ thống quản lý chất lượng và cam kết đảm bảo chất lượng. Về yếu tố chi phí, tiêu chí đặt ra của người mua đối với nhà cung cấp bao gồm giá cả cạnh tranh toàn cầu, cam kết giảm chi phí hàng năm, điều khoản thanh toán v.v... Cuối cùng, liên quan đến yếu tố giao hàng, người mua sẽ kiểm tra xem nhà cung cấp tiềm năng có thể đáp ứng các điều kiện giao hàng của mình hay không, ví dụ như tiêu chí đúng hạn, kho ký gửi, yêu cầu về vận chuyển, giao dịch điện tử v.v...

Trong tình trạng công nghiệp hỗ trợ tại Việt Nam chưa phát triển, chỉ có rất ít doanh nghiệp trong nước đã được cấp chứng chỉ TS16949, do đó chứng chỉ này không phải là tiêu chí bắt buộc để trở thành một nhà cung cấp cho các nhà lắp ráp hoặc các nhà cung cấp cấp 1 trong công nghiệp ô tô. Tuy nhiên, đối với các nhà sản xuất phụ tùng thay thế, nếu muốn xuất khẩu và tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu thì việc sở hữu chứng chỉ TS16949 được coi như là giấy thông hành để gia nhập vào thị trường thương mại phụ tùng ô tô. Vì vậy, trong

dài hạn, các nhà sản xuất phụ tùng ô tô cũng nên hướng tới việc nâng cao năng lực quản lý và sản xuất để có thể đạt được chứng chỉ này.

LỘ TRÌNH MUA NỘI ĐỊA

Thường thì kế hoạch nội địa hóa của người mua có lộ trình nhất định tùy thuộc vào quy mô thị trường, năng lực của các doanh nghiệp trong nước, và một số yếu tố khác như kỹ năng của lực lượng lao động, khả năng xuất khẩu, nguồn cung cứng linh hoạt nguyên liệu đầu vào, hoặc các ưu đãi đầu tư v.v... Thông thường, khi quy mô thị trường nhỏ, người mua có xu hướng tập trung nội địa hóa các phụ tùng nặng, công kênh và thâm dụng lao động, sản xuất với công nghệ đơn giản, chẳng hạn như ghế, ốc quy, lốp, kính..., đồng thời nhập khẩu các phụ tùng có kích thước nhỏ, trọng lượng nhẹ, thâm dụng công nghệ và vốn, dễ vận chuyển như động cơ, hộp số, các cụm linh kiện điện tử... Khi quy mô thị trường tăng lên, số lượng linh kiện nội địa cũng sẽ tăng lên cả về số lượng và giá trị. Bên cạnh đó, việc ký kết các hiệp định thương mại tự do tạo ra các cơ hội thu hút các nhà sản xuất phụ tùng ô tô xuất khẩu. Ví dụ, hệ thống dây điện, túi khí, van điều khiển, và một số chi tiết nhỏ của động cơ, hộp số... đã được sản xuất tại Việt Nam để xuất khẩu sang nhiều nước trên thế giới nhưng không tiêu thụ ở thị trường trong nước. Khi thị trường trong nước đạt đến một quy mô nhất định, các nhà cung cấp này sẽ chuyển sang phục vụ thị trường nội địa hoặc cả hai.

NHU CẦU VỀ PHỤ TÙNG VÀ KỸ NĂNG LAO ĐỘNG

Trong điều kiện năng lực công nghiệp trong nước còn thấp, cùng với áp lực của cam kết giảm thuế trong ASEAN về 0% từ năm 2018, các nhà lắp ráp ô tô đang cố gắng tăng tỷ lệ nội địa hóa nhằm cắt giảm chi phí sản xuất. Các linh kiện và phụ tùng nằm trong kế hoạch nội địa hóa chủ yếu là bộ phận nhựa, cao su, và các bộ phận cơ khí đơn giản. Tại các nhà máy của mình, người mua thường trưng bày các phụ tùng linh kiện có nhu cầu tìm mua trong nước. Việc chế tạo, sản xuất các phụ tùng linh kiện này cần những kỹ năng và quy trình cơ bản, như tạo khuôn, dập, đúc, rèn, hàn... Bên cạnh những kỹ năng kỹ thuật này, các kỹ năng mềm khác cũng rất cần thiết đối với các nhà cung cấp nội địa tiềm năng, chẳng hạn như quản lý rủi ro, giải quyết vấn đề, năng lực sáng tạo, làm việc nhóm, và kỹ năng đàm phán, giao tiếp. Xu hướng toàn cầu của việc tích hợp các ứng dụng của sự sáng tạo và internet trong công nghiệp ô tô cũng tạo cơ hội cho sự phát triển của các phụ tùng linh kiện điện tử trong ngành ô tô. Những gì người mua mong đợi từ các nhà cung cấp tiềm năng của họ là một hồ sơ kinh doanh hấp dẫn và được cập nhật; chi phí và chất lượng cạnh tranh; sản phẩm mẫu tuân thủ theo bản vẽ; sự tâm huyết và kiên trì của chủ doanh nghiệp; chất lượng sản phẩm ổn định, dung sai chính xác; và khả năng cung cấp đơn hàng có quy mô khác nhau với nhiều loại khách hàng.

Tóm lại, kết quả của nghiên cứu này cho thấy quy mô thị trường và tốc độ tăng trưởng ổn định là những yếu tố quan trọng đối với ngành công nghiệp ô tô và phụ tùng ô tô. Điều này phụ thuộc phần lớn vào các chính sách kinh tế vĩ mô của Chính phủ và nỗ lực của các nhà lắp ráp để duy trì khả năng sản xuất ô tô sau năm 2018. Một khi quy mô thị trường đạt đến một mức độ nhất định, các nhà lắp ráp sẽ tăng tỷ lệ mua nội địa, phát triển hệ thống cung cấp cấp 1 của họ, và tạo hiệu ứng lan tỏa để phát triển mạng lưới các nhà cung cấp cấp 2 và cấp 3. Thông tin thu thập được từ các buổi làm việc với các nhà lắp ráp và các nhà cung cấp

cấp 1 cho thấy rằng kỹ năng kỹ thuật không phải là một vấn đề lớn của các công ty nội địa, mà những rào cản chính của họ khi tham gia vào chuỗi cung ứng ô tô là chi phí cao, kỹ năng quản lý thấp (sản xuất, chất lượng, nhà kho, con người ...), và nhận thức của họ về an toàn, môi trường. Để đạt được các mục tiêu của Chính phủ về phát triển ngành công nghiệp ô tô và phụ tùng ô tô, bên cạnh những nỗ lực của khối doanh nghiệp, còn cần có sự hỗ trợ mạnh mẽ từ các tổ chức hoạch định chính sách và các tổ chức phi Chính phủ. Phần tiếp theo sẽ đề xuất một số khuyến nghị chính sách và hỗ trợ cần thiết từ các tổ chức phi Chính phủ như những chương trình mà JICA đã thực hiện từ trước đến nay.

4. KHUYẾN NGHỊ

Khuyến nghị đối với các nhà hoạch định chính sách: Những phân tích trên cho thấy chính sách phát triển ngành công nghiệp ô tô và phụ tùng ô tô sẽ có tác động đáng kể đến sự phát triển của ngành, đặc biệt là các chính sách ngắn hạn trong vài năm tới. Để hỗ trợ doanh nghiệp vượt qua áp lực sau năm 2018, các nhà hoạch định chính sách nên thảo luận với các doanh nghiệp để thiết kế các giải pháp chính sách nhằm hỗ trợ cắt giảm chi phí và giá cả, thu hẹp khoảng cách chi phí sản xuất, kiểm soát việc nhập khẩu xe nguyên chiếc từ các nước ASEAN để tránh áp lực cạnh tranh quá lớn đối với xe lắp ráp trong nước, đặc biệt là đến năm 2018 khi thuế nhập khẩu giảm từ 30% xuống còn 0%. Các chính sách hỗ trợ và chương trình triển khai thực hiện ở các nước ASEAN khác là tài liệu tham khảo hữu ích cho các nhà hoạch định chính sách để thiết kế một chương trình hỗ trợ thích hợp cho ngành công nghiệp ô tô Việt Nam. Sau năm 2018, để ngành công nghiệp ô tô Việt Nam phát triển tốt thì điều cần thiết là tập trung vào việc tăng cường năng lực của các nhà cung cấp nội địa bằng cách phát triển các chương trình phù hợp để hỗ trợ kết nối doanh nghiệp, cập nhật cơ sở dữ liệu nhà cung cấp, và đào tạo nguồn nhân lực trong ngành công nghiệp ô tô.

Khuyến nghị với JICA: Cho đến nay, JICA đã triển khai một số chương trình hỗ trợ doanh nghiệp, chẳng hạn như chương trình cử chuyên gia tình nguyện đến tư vấn doanh nghiệp, cấp tín dụng hai bước, và hỗ trợ kỹ thuật cho các trường đào tạo, v.v... Các chương trình này nói chung đã góp phần nâng cao năng lực của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam. Tuy nhiên, để mang lại hiệu quả rõ rệt trong ngành công nghiệp ô tô, JICA nên thiết kế một chương trình cụ thể cho các doanh nghiệp mục tiêu để tăng cường năng lực của họ và kết nối họ với chuỗi cung ứng của các nhà lắp ráp hoặc các nhà cung cấp cấp 1. Các chương trình này cũng cần đi liền với các hành động được đề xuất trong Kế hoạch hành động đã được phê duyệt. Các chương trình này càng cụ thể, tập trung và có tính khả thi hơn thì kết quả đạt được trong tương lai càng rõ nét, dễ dàng theo dõi và đánh giá tiến độ hơn.

Khuyến nghị đối với các nhà lắp ráp: Gần đây, hầu hết các thông tin trên báo chí khi nói về ngành công nghiệp ô tô đều mang một hơi hướng tiêu cực, chẳng hạn như ngành được bảo hộ và hưởng nhiều ưu đãi nhưng không đáp ứng được các mục tiêu nội địa hóa; với sự bảo hộ của Chính phủ, người tiêu dùng phải mua xe với giá rất cao; các nhà lắp ráp đã đầu tư thời gian dài trước đây và tất cả các máy móc, thiết bị đã được khấu hao nhưng chi phí sản xuất của họ vẫn còn quá cao; và tất cả các biện pháp bảo hộ cho ngành công nghiệp ô tô,

chẳng hạn như Thông tư 20, nên được loại bỏ để làm cho thị trường ô tô trong nước lành mạnh hơn, cạnh tranh hơn v.v... Những phản ứng từ xã hội như vậy ít nhiều có ảnh hưởng đến định hướng chính sách, trực tiếp ảnh hưởng đến các doanh nghiệp lắp ráp ô tô và các nhà sản xuất phụ tùng ô tô. Để thay đổi thái độ của công chúng, nhận được sự thấu hiểu và đồng cảm của họ, cũng như nhận được sự đồng thuận của các nhà hoạch định chính sách, vai trò của VAMA, của các nhà lắp ráp ô tô và các nhà sản xuất phụ tùng ô tô là rất quan trọng trong việc xây dựng hình ảnh, vận động chính sách, và chuyển tải thông tin chính xác tới các phương tiện truyền thông đại chúng.

Khuyến nghị đối với các nhà cung cấp tiềm năng: Đối với doanh nghiệp trong nước, để trở thành nhà cung cấp phụ tùng và tham gia trong chuỗi cung ứng ô tô toàn cầu, quy trình lựa chọn nhà cung cấp được mô tả ở trên hàm ý một số gợi ý cho các doanh nghiệp nội địa, chẳng hạn như tham gia vào hệ thống cơ sở dữ liệu các nhà cung cấp và các chương trình kết nối doanh nghiệp, tạo hồ sơ kinh doanh hấp dẫn, nâng cao năng suất, giảm chi phí, cạnh tranh về giá cả và chất lượng, nâng cao năng lực quản lý, và tuân thủ các chuẩn mực quốc tế trong kinh doanh, đạt được các chứng chỉ quốc tế về chất lượng, môi trường.

5. KẾT LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT CÁC BƯỚC TIẾP THEO

Kết luận lại, có thể khẳng định một lần nữa rằng Việt Nam có nhiều tiềm năng để phát triển ngành công nghiệp ô tô, và sự kém phát triển của nó trong hai thập kỷ qua không phải vì sự thiếu nỗ lực của các nhà lắp ráp, hay thiếu hỗ trợ từ Chính phủ, mà chủ yếu là quá trình phát triển và tích lũy của ngành vẫn chưa đủ dài. Bốn nước ASEAN khác đã có hơn năm mươi năm phát triển công nghiệp ô tô, và thành tựu của họ có sự khác biệt đáng kể. Là một nước đi sau, nhưng Việt Nam đã vượt Philippines về sản lượng, và có thể bắt kịp dung lượng thị trường trong thời gian không xa.

Tuy nhiên, để phát triển một ngành công nghiệp ô tô và phụ tùng ô tô lành mạnh và bền vững trong ngắn hạn và dài hạn, Việt Nam vẫn còn nhiều việc phải làm, đòi hỏi nhiều nỗ lực không chỉ từ các nhà lắp ráp và sản xuất phụ tùng ô tô, mà còn từ các nhà hoạch định chính sách, cơ quan hỗ trợ, và các tổ chức phi Chính phủ. Cụ thể, từ nay đến năm 2018, điều cần thiết là đề xuất một danh sách các phụ tùng quan trọng nên được giảm hoặc loại bỏ thuế quan, một danh sách các phụ tùng tiềm năng cho quá trình nội địa hóa và cũng như các kỹ năng, nguồn nhân lực cần thiết; tiến hành một nghiên cứu toàn diện về thị trường nội địa (nhu cầu, nhu cầu đầu tư, kỹ năng, lao động ...) và đánh giá tác động của chính sách thuế/phí đối với ngành công nghiệp ô tô và phụ tùng ô tô; triển khai chương trình cụ thể phát triển ngành công nghiệp ô tô; lựa chọn các công ty nội địa có tiềm năng để hỗ trợ; và phát triển chương trình xây dựng năng lực cho các doanh nghiệp được lựa chọn. Sau năm 2018, có thể tập trung hơn nữa vào chương trình phát triển nguồn nhân lực trong ngành công nghiệp ô tô, xây dựng năng lực cho các doanh nghiệp nội địa, phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ trong lĩnh vực ô tô, và đẩy mạnh xuất khẩu phụ tùng ô tô.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- A Medium Corporation. (2016, March 26). *Global Automotive Industry: Trends & Forecasts*. Retrieved September 9, 2016, from <https://medium.com>
- Beil, D. R. (2010). *Supplier Selection*. Wiley Encyclopedia of Operations Research and Management Science.
- International Economics Consulting (IEC). (2016). Opportunities for Vietnam's Automotive Sector under the TPP. *IEC Newsletter, Quarter 1, Volume 2, Number 1*, pp. 17-21.
- Kohpaiboon, A. (2009, July 15). Global Integragion of Thai Automotive Industry. *Discussion Paper No. 0016*. Faculty of Economics, Thammasat University.
- Nguyen, T. (2016, June 15). How can Vietnam use TPP/EVFTA to Escape from Low-value-added Trap and Upgrade Manufacturing Industry. *Presented in the WB Seminar "Vietnam: Seizing the Opportunities from New-generation FTAs"*. Hanoi.
- Schroder, M. (2016). Viet Nam's Automotive Supplier Industry: Development Prospects under Conditions of Free Trade and Global Production Networks. *Under review*.

PHỤ LỤC 1: THUẾ TIÊU THỤ ĐẶC BIỆT ĐỐI VỚI XE Ô TÔ TẠI VIỆT NAM

STT	Hàng hoá/dịch vụ	Thuế suất (%)	
		Trước 1/7/2016	Sau 1/7/2016
4	Xe ô tô dưới 24 chỗ		
	a) Xe ô tô chở người từ 9 chỗ trở xuống, trừ loại quy định tại các điểm 4đ, 4e và 4g của Biểu thuế quy định tại Điều này		
	- Loại có dung tích xi lanh từ 1.500 cm ³ trở xuống	45	
	+ Từ ngày 01 tháng 7 năm 2016 đến hết ngày 31 tháng 12 năm 2017		40
	+ Từ ngày 01 tháng 01 năm 2018		35
	- Loại có dung tích xi lanh trên 1.500 cm ³ đến 2.000 cm ³	45	
	+ Từ ngày 01 tháng 7 năm 2016 đến hết ngày 31 tháng 12 năm 2017		45
	+ Từ ngày 01 tháng 01 năm 2018		40
	- Loại có dung tích xi lanh trên 2.000 cm ³ đến 2.500 cm ³	50	50
	- Loại có dung tích xi lanh trên 2.500 cm ³ đến 3.000 cm ³	50	
	+ Từ ngày 01 tháng 07 năm 2016 đến hết ngày 31 tháng 12 năm 2017		55
	+ Từ ngày 01 tháng 01 năm 2018		60
	- Loại có dung tích xi lanh trên 3.000 cm ³ đến 4.000 cm ³	60	90
	- Loại có dung tích xi lanh trên 4.000 cm ³ đến 5.000 cm ³	60	110
	- Loại có dung tích xi lanh trên 5.000 cm ³ đến 6.000 cm ³	60	130
	- Loại có dung tích xi lanh trên 6.000 cm ³	60	150
	b) Xe ô tô chở người từ 10 đến dưới 16 chỗ, trừ loại quy định tại các điểm 4đ, 4e và 4g của Biểu thuế quy định tại Điều này	30	15
	c) Xe ô tô chở người từ 16 đến dưới 24 chỗ, trừ loại quy định tại các điểm 4đ, 4e và 4g của Biểu thuế quy định tại Điều này	15	10
	d) Xe ô tô vừa chở người, vừa chở hàng, trừ loại quy định tại các điểm 4đ, 4e và 4g của Biểu thuế quy định tại Điều này		

	- Loại có dung tích xi lanh từ 2.500 cm ³ trở xuống	15	15
	- Loại có dung tích xi lanh trên 2.500 cm ³ đến 3.000 cm ³	15	20
	- Loại có dung tích xi lanh trên 3.000 cm ³	15	25
	đ) Xe ô tô chạy bằng xăng kết hợp năng lượng điện, năng lượng sinh học, trong đó tỷ trọng xăng sử dụng không quá 70% số năng lượng sử dụng	Bằng 70% mức thuế suất áp dụng cho xe cùng loại quy định tại các điểm 4a, 4b, 4c và 4d của Biểu thuế quy định tại Điều này	
	e) Xe ô tô chạy bằng năng lượng sinh học	Bằng 50% mức thuế suất áp dụng cho xe cùng loại quy định tại các điểm 4a, 4b, 4c và 4d của Biểu thuế quy định tại Điều này	
	g) Xe ô tô chạy bằng điện		
	- Loại chở người từ 9 chỗ trở xuống	25	15
	- Loại chở người từ 10 đến dưới 16 chỗ	15	10
	- Loại chở người từ 16 đến dưới 24 chỗ	10	5
	- Loại thiết kế vừa chở người, vừa chở hàng	10	10
	h) Xe mô-tô-hôm (motorhome) không phân biệt dung tích xi lanh		
	- Từ ngày 01 tháng 7 năm 2016 đến hết ngày 31 tháng 12 năm 2017	70	
	- Từ ngày 01 tháng 01 năm 2018	75	

Nguồn: Luật số 106/2016/QH13 ngày 06/4/2016

PHỤ LỤC 2: QUY HOẠCH PHÁT TRIỂN MẠNG LƯỚI ĐƯỜNG CAO TỐC VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2020, TẦM NHÌN 2030 (ĐÍNH KÈM)

PHỤ LỤC 3: KHOẢNG CÁCH CHI PHÍ VÀ CẤU PHẦN GIÁ XE Ô TÔ TẠI VIỆT NAM

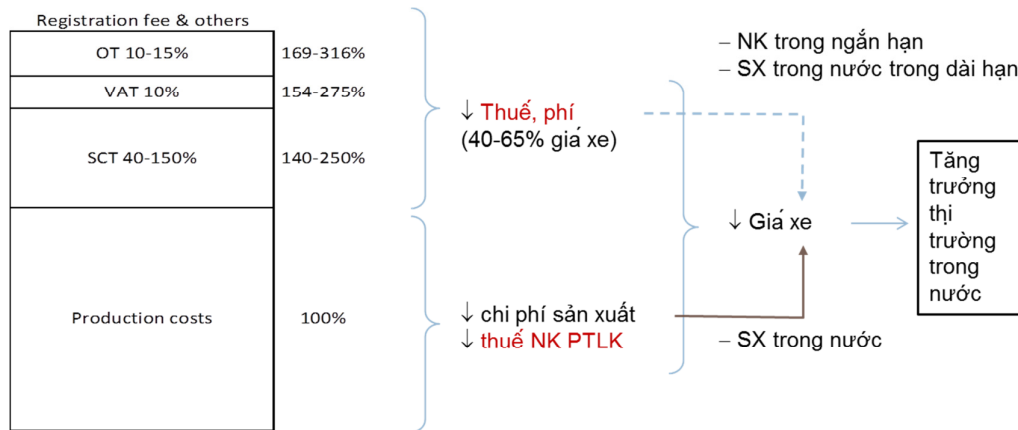
2.1. So sánh chi phí sản xuất giữa Việt Nam và các nước ASEAN

Chi phí sản xuất	(C) Chi phí SX tại nhà máy	<ul style="list-style-type: none"> □ (A) bao gồm (i) thuế NK, (ii) logistics, (iii) Giá PTLK <ul style="list-style-type: none"> □ CNHT chưa phát triển → NK nhiều PTLK hơn (+) □ VJEPA ký sau các nước ASEAN, lộ trình cắt giảm thuế chậm hơn, mức thuế NK PTLK từ NB và một số FTAs khác cao hơn (+) □ PTLK NK từ ASEAN không được hưởng 0% do không đáp ứng được yêu cầu RVC 40% (+) □ Chi phí hậu cần lớn hơn (+)
	(B) Chi phí mua LK trong nước	<ul style="list-style-type: none"> □ (B) CNHT ở các nước ASEAN khác phát triển hơn → chi phí mua PTLK trong nước lớn hơn (-)
	(A) Chi phí NK PTLK	<ul style="list-style-type: none"> □ (C) bao gồm (i) khấu hao, (ii) lao động, (iii) vận hành <ul style="list-style-type: none"> □ Chi phí khấu hao lớn hơn do dung lượng/sản lượng thấp hơn (+) □ Chi phí lao động thấp hơn, nhưng không nhiều (-) □ Chi phí vận hành giá định là như nhau <p>→ Chi phí sản xuất tại Việt Nam lớn hơn khoảng 20% (±) so với chi phí sản xuất tại các nước ASEAN khác (Thái Lan, Indonesia)</p>

Ghi chú: (+) chi phí cao hơn, không có lợi thế cạnh tranh; (-) chi phí thấp hơn, có lợi thế cạnh tranh.

VJEPA: Hiệp định đối tác kinh tế Việt Nam - Nhật Bản; RVC: Hàm lượng giá trị khu vực; SI: công nghiệp hỗ trợ.

2.2. Các cấu phần giá xe ô tô tại Việt Nam



PHỤ LỤC 4: CÁC BÀI TRÌNH BÀY TẠI HỘI THẢO (ĐÍNH KÈM)

PHỤ LỤC 5: DANH SÁCH CÁC ĐẠI BIỂU THAM DỰ HỘI THẢO (ĐÍNH KÈM)

PHỤ LỤC 6: TÓM TẮT NỘI DUNG THẢO LUẬN VỚI DOANH NGHIỆP (ĐÍNH KÈM)