TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

‘Độ vênh’ trong chiến lược phát triển ô tô của Việt Nam

07:54 28/10/2021

Việc gia tăng xuất khẩu linh kiện và phụ tùng ô tô trong những năm gần đây là tín hiệu vui cho ngành công nghiệp ô tô Việt Nam. Tuy nhiên, theo đánh giá của các chuyên gia, việc xuất đi rồi lại nhập về các linh kiện ô tô cho thấy độ vênh trong chiến lược phát triển ô tô của Việt Nam.

Theo Tổng cục Hải quan, tính đến ngày 15/10 cả nước đã chi hơn 3,9 tỷ USD để nhập khẩu linh kiện, phụ tùng ô tô, tăng hơn 1 tỷ USD so với cùng kỳ năm 2020. Các thị trường nhập khẩu chính của Việt Nam như: Hàn Quốc, Trung Quốc, Thái Lan, Nhật Bản, Ấn Độ. Riêng tháng 9 vừa qua, 5 thị trường trên chiếm đến 77% tổng kim ngạch nhập khẩu linh kiện và phụ tùng ô tô của cả nước.

Về xuất khẩu, số liệu của Tổng cục Hải quan cho thấy, tính đến ngày 15/10, xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ & phụ tùng, tăng 8,42 tỷ USD, tương ứng tăng 43%.

Có thể thấy, những năm gần đây, linh kiện phụ tùng ô tô liên tục vào nhóm hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn của Việt Nam và gấp đôi so với giá trị nhập khẩu. Cụ thể, năm 2017, xuất khẩu phụ tùng ô tô chỉ đạt 2,99 tỷ USD thì đến năm 2019 là 5,64 tỷ USD, và chưa đầy 10 tháng năm 2021 đạt con số này đạt kỷ lục 8,42 tỷ USD.



Linh kiện phụ tùng ô tô liên tục vào nhóm hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn của Việt Nam và gấp đôi so với giá trị nhập khẩu (Ảnh minh họa)

Việc gia tăng xuất khẩu linh kiện và phụ tùng ô tô trong những năm gần đây là tín hiệu vui cho ngành công nghiệp ô tô Việt Nam. Tuy nhiên, theo đánh giá của các chuyên gia, việc xuất đi rồi lại nhập về các linh kiện ô tô cho thấy độ vênh trong chiến lược phát triển ô tô của Việt Nam.

Một chiếc ô tô có đến khoảng 30.000 linh kiện, Việt Nam mới chỉ sản xuất được 256 chi tiết và cụm chi tiết cho xe ô tô dưới 9 chỗ ngồi, 14 chi tiết và cụm chi tiết cho xe ô tô trên 9 chỗ ngồi và 17 chi tiết và cụm chi tiết cho xe ô tô tải.

Trong đó, những phụ tùng và linh kiện ô tô do doanh nghiệp Việt Nam sản xuất phần lớn là những thứ "cồng kềnh", nhưng có giá trị thấp như: Kính, chi tiết nhựa, cụm dây điện, lốp, ắc quy, khung gầm… nhằm tiết kiệm chi phí logistics của nhà sản xuất.

Ngược lại, Việt Nam nhập về những bộ phận quan trọng hàng đầu và có giá trị gia tăng cao như động cơ, hộp số, khung sườn, sơn, trục, sơn, hệ thống điện, chip, bảng mạch... Đây là những máy móc, linh kiện độc quyền của các hãng Toyota, Honda, Hyundai vẫn sản xuất ở chính quốc ở Nhật Bản, Hàn Quốc nhằm giữ bí mật công nghệ, ít khi chuyển giao cho nước thứ 3.

Chưa kể, chính những sản phẩm được sản xuất trong nước với quy mô xuất khẩu hàng tỷ USD mỗi năm, nhưng tỷ lệ tiêu thụ nội địa không đáng kể do đây là những mắt xích trong chuỗi cung ứng toàn cầu của hãng xe, họ chỉ sản xuất theo đặt hàng của các tập đoàn mẹ từ Nhật Bản, Mỹ chứ không có nhu cầu chào bán sản phẩm trong nội địa. Vì vậy mới xảy ra nghịch lý, doanh nghiệp nội địa

phải nhập khẩu chính những sản phẩm là thế mạnh xuất khẩu của Việt Nam.

Lãnh đạo Công ty TNHH Dây và Cáp điện Ngọc Khánh (Hưng Yên) cho biết, toàn bộ các doanh nghiệp sản xuất dây điện dùng trong ô tô hiện đang sử dụng khoảng 25.000 công nhân. Tuy nhiên, tỷ lệ xuất khẩu của các DN này ra nước ngoài lên đến 90%...

Điều này có được cho là do doanh nghiệp Việt không đủ năng lực để sản xuất các sản phẩm đòi hỏi kỹ thuật cao, phức tạp? Theo đánh giá của Chuyên gia ô tô Nguyễn Minh Đồng, các doanh nghiệp tại Việt Nam hiện nay đủ năng lực và trình độ sản xuất được sản phẩm chuyên sâu, máy móc trình độ cao. Chẳng hạn, các sản phẩm cao là hệ thống khung gầm tiêu chuẩn, body xe cũng được các doanh nghiệp làm tốt, tuy nhiên thép chất lượng cao Việt Nam vẫn phải nhập khẩu từ nước ngoài. So về lợi thế so sánh, Việt Nam không có lợi khi xuất khẩu các mặt hàng này.

Bên cạnh đó, cần phải có thị trường, thời gian dài vừa qua các hãng xe Nhật, Hàn đều sản xuất theo chuỗi và các công ty trong chuỗi không mua sản phẩm doanh nghiệp "sân ngoài". Trong khi đó, hầu hết các doanh nghiệp nội chưa “chen chân” vào chỗi sản xuất của các thương hiệu ngoại.

Hiểu được điều này, thời gian qua, các doanh nghiệp Việt đẩy mạnh đầu tư máy móc công nghệ, gia tăng tỷ lệ nội địa hóa, hướng tới mục tiêu tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu. Chẳng hạn, Tập đoàn Thành Công đã đưa Tổ hợp công nghiệp phụ trợ ô tô ở Quảng Ninh vào vận hành. Tổ hợp được xây dựng trên diện tích 340ha đã thu hút và quy tụ nhiều doanh nghiệp trong ngành phụ trợ ô tô, sản xuất linh kiện và phụ tùng, đặc biệt là những bộ phận có hàm lượng công nghệ cao.

VinFast đạt tỷ lệ nội địa 40% ngay từ khi ra đời và có kế hoạch nâng lên 60% vào 2025. Đây cũng chính là lý do khiến một số mẫu xe của Vinfast có giá bán cạnh tranh. Ví dụ, số lượng tiêu thụ mẫu xe Vinfast Fadil liên tục dẫn đầu toàn thị trường lẫn phân khúc từ tháng 4 năm 2021 đến nay.

Hưng Khánh