

Nội địa hóa ngành ô tô: Phép thử bản lĩnh công nghiệp Việt Nam

06:56 19/09/2025

Ngành công nghiệp ô tô ở Việt Nam trong mấy năm vừa qua có những tiến bộ rõ rệt vượt bậc, đã có những thương hiệu lớn đưa được sản phẩm xuất khẩu ra nước ngoài, đáp ứng một phần nhu cầu sử dụng trong nước, nhưng nhìn chung, tỷ lệ nội địa hóa ngành công nghiệp ô tô ở Việt Nam vẫn chưa được như kỳ vọng.



Kim Long Motor, một hãng xe Việt, đang hướng đến giấc mơ đưa xe ô tô thương hiệu Việt với tỷ lệ nội địa hóa ít nhất 70-80%, thậm chí cao hơn

Chính vì vậy, việc chúng ta đặt mục tiêu nâng cao tỷ lệ nội địa hóa sản xuất ô tô là một tuyên bố về tầm vóc công nghiệp, về khát vọng tự chủ và phát triển.

Nội địa hóa - chìa khóa nâng tầm công nghiệp

Ở các quốc gia đi trước trong khu vực, tỷ lệ nội địa hóa luôn là thước đo quan trọng để khẳng định sức mạnh công nghiệp. Thái Lan đã thành công trong việc trở thành "Detroit của châu Á" nhờ đạt tỷ lệ nội địa hóa cao và xây dựng được

chuỗi cung ứng quy mô lớn, đủ sức sản xuất hơn 2 triệu xe mỗi năm để xuất khẩu khắp thế giới. Indonesia cũng nhanh chóng vươn lên nhờ kết hợp chính sách nội địa hóa với thu hút đầu tư có điều kiện, buộc các tập đoàn đa quốc gia gắn bó lâu dài và chuyển giao công nghệ.

Đối với Việt Nam, nếu chỉ dừng lại ở khâu lắp ráp, chúng ta sẽ mãi đứng ở "vùng đáy" của chuỗi giá trị, hưởng lợi ít ỏi và dễ bị lệ thuộc trước những biến động thương mại toàn cầu. Ngược lại, khi nâng tỷ lệ nội địa hóa lên 60% rồi tiến tới 80%, giá trị gia tăng sẽ được giữ lại trong nước, công nghiệp hỗ trợ có cơ hội cất cánh, và nền kinh tế sẽ thoát khỏi vòng luẩn quẩn "gia công" kéo dài.

Đây cũng là bước đi chiến lược để củng cố an ninh kinh tế: trong bối cảnh dịch bệnh, xung đột địa chính trị và biến đổi khí hậu liên tục gây đứt gãy chuỗi cung ứng, việc làm chủ công nghệ và linh kiện nội địa chính là "lá chắn mềm" bảo đảm cho sự phát triển bền vững và khả năng chống chịu của đất nước.

Quan trọng hơn, nội địa hóa ô tô không chỉ phục vụ cho chính ngành ô tô, mà còn tạo hiệu ứng lan tỏa mạnh mẽ cho toàn bộ nền công nghiệp. Trước hết là ngành cơ khí chế tạo: để sản xuất một chiếc xe với hàng chục nghìn chi tiết lớn nhỏ, ngành cơ khí Việt Nam buộc phải đạt tới trình độ chính xác, bền bỉ và đồng bộ, từ đó nâng cấp năng lực sản xuất máy móc, thiết bị công nghiệp và nông nghiệp. Tiếp đến là ngành luyện kim và vật liệu, bởi ô tô đòi hỏi thép cường độ cao, hợp kim nhẹ, nhôm đúc, vật liệu composite... Việc nâng tỷ lệ nội địa hóa sẽ thúc đẩy các nhà máy luyện kim, cao su, nhựa kỹ thuật hay sợi carbon đầu tư công nghệ mới, tạo ra "xương sống vật liệu" cho tiến trình công nghiệp hóa. Song hành với đó là ngành công nghệ phần mềm và điện tử. Một chiếc xe hiện đại chứa hàng triệu dòng mã lệnh, hệ thống điều khiển trung tâm, cảm biến, kết nối Internet và trí tuệ nhân tạo. Khi nội địa hóa, Việt Nam phải phát triển phần mềm nhúng, hệ thống an toàn, bản đồ số, thậm chí công nghệ tự lái – một cánh cửa để ngành công nghệ thông tin nước ta bước vào chuỗi giá trị toàn cầu ở tầng nấc cao hơn.

Đặc biệt, sự phát triển của công nghiệp ô tô còn có tác động lưỡng dụng đối với quốc phòng. Các công nghệ động cơ, khung gầm, cảm biến, pin điện, hệ thống điều khiển vừa phục vụ dân sự, vừa có thể ứng dụng trong lĩnh vực quân sự. Kinh nghiệm quốc tế cho thấy Hàn Quốc đã phát triển xe quân sự từ nền tảng công nghiệp ô tô dân sự, còn Israel tận dụng công nghệ ô tô để chế tạo xe bọc thép nhẹ.

Rõ ràng, nội địa hóa ô tô không phải là một mục tiêu kỹ thuật đơn lẻ, mà là "đòn bẩy tổng hợp". Nó có khả năng thúc đẩy cơ khí chính xác, luyện kim – vật liệu mới, công nghệ phần mềm – điện tử, và cả công nghiệp quốc phòng. Hiếm

có ngành nào hội tụ được sức lan tỏa sâu rộng như vậy. Chính vì thế, có thể khẳng định: nội địa hóa ô tô chính là chìa khóa mở ra cánh cửa cho một kỷ nguyên công nghiệp mới của Việt Nam.



TS. Nguyễn Sĩ Dũng: Con đường chắc chắn còn nhiều gian nan, nhưng như người ta vẫn nói: Không có con đường nào dẫn đến tự cường mà trải toàn hoa hồng cả

Thực trạng còn nhiều khoảng cách

Tuy nhiên, để từ khát vọng đi tới hiện thực, con đường phía trước không hề bằng phẳng. Hiện nay, về cơ bản, tỷ lệ nội địa hóa ô tô du lịch ở Việt Nam thấp. Những linh kiện giá trị cao như động cơ, hộp số, hệ thống điện tử gần như phụ thuộc hoàn toàn vào nhập khẩu. Đa phần các doanh nghiệp Việt chủ yếu mới sản xuất được linh kiện đơn giản như ghế, kính, lốp, nhựa nội thất.

Một nguyên nhân cốt lõi là nhiều doanh nghiệp thiếu tầm nhìn, thiếu khát vọng phải làm chủ thực sự công nghệ, thiết kế và chế tạo "trái tim" của chiếc xe như động cơ, hộp số, hệ điều hành... Bên cạnh đó, quy mô thị trường nhỏ. Tổng doanh số xe bán ra hàng năm chỉ ở mức 400 - 500 nghìn chiếc, trong khi Thái Lan đạt trên 1 triệu chiếc, Indonesia cũng tương tự. Sản lượng thấp kéo theo chi phí đơn vị sản phẩm cao, khó hình thành chuỗi cung ứng nội địa đủ mạnh.

Công nghiệp hỗ trợ còn yếu và manh mún. Phần lớn doanh nghiệp nhỏ và vừa chưa đủ vốn, công nghệ và nhân lực để sản xuất linh kiện chất lượng cao đạt

chuẩn quốc tế. Việc tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu gặp trở ngại bởi thiếu chứng chỉ, tiêu chuẩn kỹ thuật. Trong khi đó, môi trường thể chế vẫn còn nhiều điểm chưa khuyến khích doanh nghiệp đầu tư dài hạn, như thủ tục phức tạp, ưu đãi chưa gắn chặt với hiệu quả thực tế.

Điều kiện để bứt phá

Để hiện thực hóa mục tiêu nội địa hóa 60% rồi 80% hoặc cao hơn nữa, cần một chiến lược đồng bộ và kiên định.

Thứ nhất, hoàn thiện cơ chế ưu đãi và chính sách thuế thông minh. Ưu đãi phải gắn với hiệu quả, dựa trên tỷ lệ nội địa hóa, xuất khẩu, chuyển giao công nghệ. Thuế suất linh hoạt theo mức nội địa hóa và loại xe (xe điện, hybrid được ưu tiên). Kết hợp với cơ chế phòng vệ thương mại để bảo vệ thị trường khỏi hàng nhập giá rẻ.

Thứ hai, phát triển công nghiệp hỗ trợ và chuỗi giá trị trong nước. Tập trung vào những lĩnh vực có tiềm năng nhất; thành lập Quỹ hỗ trợ nâng cấp nhà cung ứng; hình thành cụm công nghiệp ô tô, nơi sản xuất, nghiên cứu và đào tạo gắn kết chặt chẽ. Đồng thời mở rộng mô hình PPP để doanh nghiệp nhỏ có thể cùng sử dụng hạ tầng sản xuất và thí nghiệm.

Thứ ba, đầu tư cho khoa học – công nghệ và nguồn nhân lực. Tăng đầu tư R&D cho động cơ, pin điện, cảm biến, phần mềm nhúng; xây dựng trung tâm nghiên cứu về ô tô xanh, ô tô thông minh. Đổi mới chương trình đào tạo kỹ sư theo hướng tích hợp cơ khí – điện tử – phần mềm, song song với chính sách thu hút chuyên gia trong và ngoài nước, kiểu bào ta ở nước ngoài.

Thứ tư, tạo môi trường cạnh tranh bình đẳng và hội nhập khu vực. Ban hành bộ tiêu chuẩn Việt Nam theo hướng xanh, thông minh, phù hợp chuẩn quốc tế để làm "luật chơi" minh bạch, bình đẳng cho tất cả doanh nghiệp. Tận dụng chuỗi cung ứng ASEAN, liên kết với các nước trong khu vực để hình thành cụm công nghiệp khu vực, tận hưởng lợi thế quy mô lớn và chia sẻ công nghệ. Ưu tiên nhất cho sản phẩm chất lượng cao, giá thành hạ và tỷ lệ nội địa hóa cao.

Thứ năm, vai trò dẫn dắt của Nhà nước thông qua mua sắm công và hợp tác quốc tế. Nhà nước đóng vai trò "khách hàng chiến lược" bằng đơn hàng xe bus điện, xe công vụ, xe chở học sinh, sinh viên, tạo quy mô ban đầu cho doanh nghiệp trong nước. Đồng thời, thu hút tập đoàn đa quốc gia nhưng ràng buộc bằng cam kết cụ thể: đặt nghiên cứu và phát triển (R&D) ở Việt Nam, chuyển giao công nghệ lõi, đạt mức nội địa hóa tối thiểu.

Những giải pháp nói trên, nếu được thực hiện nhất quán, sẽ mở ra một không gian phát triển mới cho công nghiệp ô tô Việt Nam. Khi ấy, nội địa hóa không chỉ là mục tiêu kỹ thuật, mà còn là bước đi chiến lược để nâng cao sức mạnh công nghiệp, bảo đảm an ninh kinh tế và hiện thực hóa khát vọng vươn lên của đất nước trong kỷ nguyên hội nhập.

Phép thử bản lĩnh công nghiệp

Chủ trương nâng tỷ lệ nội địa hóa ô tô không chỉ là mục tiêu ngành, mà còn là phép thử bản lĩnh công nghiệp của cả dân tộc. Nó đòi hỏi chúng ta phải dám chọn con đường khó: đầu tư dài hạn, kiên trì xây dựng chuỗi cung ứng, và cải cách thể chế để tạo môi trường thuận lợi.

Ở một khía cạnh khác, đây cũng là cơ hội để khẳng định trí tuệ và năng lực của người Việt. Chúng ta có đội ngũ kỹ sư trẻ đông đảo, khát vọng đổi mới mạnh mẽ, và một thị trường hơn 100 triệu dân đang vươn lên giàu mạnh hơn. Nếu biết khơi dậy nguồn lực này, Việt Nam hoàn toàn có thể tiến nhanh hơn dự báo.

Khi nội địa hóa ô tô đạt 60% – 80%, chúng ta không chỉ có thêm một ngành công nghiệp mũi nhọn, mà còn có nền tảng để bứt phá sang các lĩnh vực công nghệ cao khác: xe điện, pin, trí tuệ nhân tạo trong giao thông. Đó sẽ là cú huých mạnh mẽ đưa Việt Nam tiến gần hơn đến khát vọng 2045 – trở thành quốc gia phát triển, công nghiệp hiện đại, hùng cường và tự cường.

Cần sự can đảm và tầm nhìn

Trong dòng chảy hội nhập, mỗi quyết sách đều cần sự can đảm và tầm nhìn xa. Mục tiêu nội địa hóa ô tô lên 60% rồi 80% là một quyết sách như thế. Nó không chỉ trả lời cho câu hỏi: "Việt Nam có thể sản xuất ô tô của chính mình không?", mà quan trọng hơn, trả lời cho câu hỏi lớn hơn: "Việt Nam có đủ bản lĩnh để trở thành một cường quốc công nghiệp trong thế kỷ 21 hay không?".

Con đường chắc chắn còn nhiều gian nan, nhưng như người ta vẫn nói: không có con đường nào dẫn đến tự cường mà trải toàn hoa hồng cả. Và nếu kiên định với mục tiêu, biết cách huy động sức mạnh toàn dân, đồng thời cải cách mạnh mẽ để khơi thông nguồn lực, thì ngày chúng ta nhìn thấy chiếc ô tô "Made in Vietnam" với tỷ lệ nội địa hóa 80% trở lên lăn bánh trên mọi nẻo đường thế giới sẽ không còn xa nữa.

Bài viết của TS. Nguyễn Sĩ Dũng trên chinhphu.vn