

CÔNG NGHIỆP HỖ TRỢ VÀ VAI TRÒ CỦA KHU CÔNG NGHỆ CAO

LÊ HOÀI QUỐC

Ban Quản lý Khu Công nghệ cao TP Hồ Chí Minh

Mở đầu

Sau gần 30 năm đổi mới, kinh tế Việt Nam đã có những bước phát triển vượt bậc. Đây là điều không ai có thể phủ nhận. Tuy nhiên, khách quan nhìn lại phải nói rằng, chất lượng của phát triển vẫn còn rất thấp. Việt Nam đã đạt đến ngưỡng của một quốc gia có thu nhập trung bình thấp và nếu muốn tiếp tục vươn lên cần quyết liệt thay đổi mô hình tăng trưởng dựa quá nhiều vào tài nguyên thiên nhiên và sức lao động giá rẻ như hiện nay. Trong tương lai không xa, chúng ta sẽ mất lợi thế cạnh tranh với những nền kinh tế non trẻ trong khu vực như Myanmar, Lào, Campuchia... Nói cách khác, Việt Nam cần tích cực hơn trong việc nâng cao vị thế của mình trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) là một chiến lược phù hợp khi đất nước vừa mở cửa, cần vốn đầu tư và giải quyết công ăn việc làm cho người lao động. Tuy nhiên, thực tế ở Việt Nam và nhiều quốc gia khác cho thấy, nếu không quan tâm thúc đẩy mối liên kết giữa các công ty FDI và các nhà cung ứng nội địa, CNHT không thể phát triển và đến lượt nó sẽ không thể làm nền tảng cho những dự án đầu tư mới có trình độ công nghệ cao hơn. Kết quả là không những phần lớn giá trị của

sản phẩm tạo ra nằm ngoài lãnh thổ Việt Nam mà năng lực công nghệ nội địa sẽ dậm chân tại chỗ. Việc phát triển CNHT do đó là vô cùng cần thiết.

Chính phủ Việt Nam đã nhận thức được điều này và ban hành nhiều cơ chế, chính sách cho phát triển CNHT. Năm 2007, Bộ Công nghiệp đã ban hành Quyết định số 34/2007/QĐ-BCN phê duyệt “Quy hoạch CNHT đến năm 2010, tầm nhìn đến năm 2020”. Năm 2011, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành “Chính sách phát triển một số ngành CNHT” theo Quyết định số 12/2011/QĐ-TTg và “Danh mục sản phẩm CNHT ưu tiên phát triển” theo Quyết định số 1483/QĐ-TTg. Theo đó, CNHT được hiểu là “các ngành công nghiệp sản xuất vật liệu, phụ tùng linh kiện, phụ kiện, bán thành phẩm để cung cấp cho ngành công nghiệp sản xuất, lắp ráp các sản phẩm hoàn chỉnh là tư liệu sản xuất hoặc sản phẩm tiêu dùng”. Các ngành CNHT ưu tiên phát triển được xác định là dệt may, da giày, điện tử - tin học, lắp ráp ô tô, cơ khí chế tạo và công nghiệp công nghệ cao.

Các yếu tố ảnh hưởng đến CNHT

Để phát triển CNHT, trước hết cần xác định những yếu tố ảnh hưởng đến ngành này. Trong những yếu tố đó, cần phải lựa chọn ra một (hoặc một vài) yếu

Công nghiệp hỗ trợ (CNHT) là động lực quan trọng thúc đẩy đổi mới công nghệ, phát triển nền công nghiệp của mỗi quốc gia. Phát triển CNHT càng trở nên quan trọng đối với các nước đang trong quá trình công nghiệp hóa như Việt Nam. Bài viết phân tích vai trò và các yếu tố giúp phát triển CNHT, từ đó rút ra một số gợi ý đối với Khu Công nghệ cao TP Hồ Chí Minh về vấn đề này.

tố là cơ bản nhất, là điều kiện không thể thiếu nếu muốn thành công. Từ trước đến nay, chúng ta vẫn quen với việc ban hành cơ chế, chính sách một cách dàn trải. Chúng ta thường xác định rất nhiều yếu tố ảnh hưởng đến đối tượng cần phát triển và hỗ trợ một cách không có chọn lọc. Ngay cả sau khi chính sách được ban hành, việc thực thi chính sách cũng rất cần một quan điểm thống nhất, có trọng tâm để ra

quyết định đúng đắn. Kết quả là hoặc chính sách không thành công, hoặc là việc thực thi chính sách không thành công, hoặc cả hai.

Theo [1], các yếu tố ảnh hưởng đến CNHT bao gồm: (1) thị trường đủ lớn, (2) nguồn nhân lực kỹ thuật cao, (3) cơ chế chính sách phù hợp và ổn định, (4) liên kết thông tin hiệu quả giữa các nhà lắp ráp và nhà cung cấp, (5) các tiêu chuẩn công nghiệp và tiêu chuẩn an toàn ngang tầm khu vực và (6) nguyên vật liệu sẵn có. Trong đó, thị trường là yếu tố tiên quyết, hiểu theo nghĩa nếu không có thị trường đủ lớn và chín muồi, mọi cố gắng phát triển các yếu tố khác cũng là không đủ để phát triển CNHT. Tương tự như vậy, theo Sở Công thương TP Hồ Chí Minh [2], “CNHT chỉ phát triển khi công nghiệp sản xuất lắp ráp đã đạt đến một quy mô nhất định và có sự ổn định nhất định về năng lực cạnh tranh, thương hiệu, thị phần”. Điều này có thể thấy cả trong lý luận lẫn thực tiễn.

Cũng như các ngành công nghiệp khác, thị trường là yếu tố sống còn đối với CNHT. Điểm lại những nền CNHT thành công ở các nước đều thấy vai trò của thị trường lắp ráp như là đầu ra bền vững cho các nhà cung cấp linh phụ kiện. Công nghiệp điện - điện tử của Malaysia, công nghiệp ô tô của Thái Lan, Nhật Bản... ngay cả công nghiệp xe máy và điện tử dân dụng của Việt Nam cũng cho thấy điều này. Có thể nói, lắp ráp xe máy là ngành có tỷ lệ nội địa hóa cao nhất Việt Nam (khoảng 70%¹). Lý do là vì Việt Nam có thị trường xe máy khổng lồ, khoảng 4 triệu xe (năm 2011). Năm 2011, sản lượng lắp ráp ô tô của Việt Nam chỉ là 108.000 chiếc, trong

khi con số tương ứng ở Thái Lan là 1,4 triệu (xem bảng). Không thể nói chính sách hỗ trợ dành cho CNHT ô tô là không hấp dẫn bằng xe máy ở Việt Nam, chính dung lượng thị trường là yếu tố quyết định đến CNHT các ngành này.

	2005	2009	2010	2011
Việt Nam	59,2	112,5	112,3	108,2
Thái Lan	1.125	999	1.645	1.457

Sản lượng lắp ráp ô tô ở Việt Nam và Thái Lan theo từng năm (đơn vị: ngàn chiếc). Có thể thấy Thái Lan có thị trường ô tô vượt trội (hơn 10 lần) so với Việt Nam, là cơ sở để CNHT ngành này phát triển. Lưu ý rằng chỉ phân nửa số ô tô sản xuất tại Thái Lan dùng cho nội địa. Hướng đến xuất khẩu cũng là một cách để tăng dung lượng thị trường khi thị trường trong nước chưa chín muồi.
Nguồn: [3] và [4]

Để phát triển CNHT, thị trường lắp ráp còn cần phải vượt qua một ngưỡng tối hạn nhất định phụ thuộc vào từng lĩnh vực. Đặc trưng của ngành sản xuất linh phụ kiện là cần kỹ thuật cao, máy móc hiện đại và đắt tiền. Vì máy móc là không thể chia nhỏ được, việc khai thác hiệu quả hiệu suất của máy móc, hay quy mô của đơn đặt hàng, là yếu tố quyết định đến giá thành của sản phẩm và sức cạnh tranh của công ty sản xuất linh kiện². Nhìn chung các nhà sản xuất linh phụ kiện cho xe máy có thể tham gia thị trường với đơn đặt hàng khoảng 200.000 đến 300.000 sản phẩm [5]. Dưới ngưỡng này sẽ khiến giá thành vượt qua ngưỡng có thể cạnh tranh. Các ngành có tỷ lệ nội địa hóa cao ở Việt Nam như lắp ráp xe máy và điện tử dân dụng đều có thị trường trong nước đạt hoặc vượt ngưỡng. Một quốc gia láng giềng khác của Việt Nam

là Trung Quốc cũng có thị trường trong nước khổng lồ, là điều kiện rất thuận lợi cho việc phát triển CNHT.

Thị trường lắp ráp có thể là trong nước hoặc xuất khẩu. Đối với những ngành công nghiệp chưa có thị trường trong nước, CNHT hướng đến xuất khẩu cũng là một phương án khả thi. Tuy nhiên, xuất khẩu cần tập trung vào những linh phụ kiện nhỏ gọn (có chi phí vận tải thấp), giá trị cao và không có yêu cầu nghiêm ngặt về thời gian giao hàng. Những linh phụ kiện có giá trị thấp, chi phí vận tải cao và thời gian giao hàng nghiêm ngặt sẽ không thể cạnh tranh với các nhà cung ứng bản địa. Lĩnh vực xuất khẩu gia công phần mềm ở Việt Nam phát triển nhanh cũng là vì phần mềm hội đủ tất cả các yếu tố nêu trên. Lưu ý thêm rằng, xuất khẩu linh phụ kiện cũng có thể trực tiếp ra nước ngoài hoặc gián tiếp thông qua các công ty lắp ráp trong nước sản xuất thành phẩm để xuất khẩu (ví dụ các công ty trong các khu chế xuất).

Ngoài yếu tố tiên quyết là thị trường, không khó để thấy các yếu tố còn lại cũng có tầm ảnh hưởng rất quan trọng đến CNHT. Do đặc thù sử dụng máy móc thiết bị tiên tiến, nhân lực kỹ thuật cao là nhân tố then chốt trong các công ty cung ứng linh phụ kiện. Theo kinh nghiệm chung, công nhân có trình độ cao điều khiển máy móc cũ vẫn hiệu quả hơn công nhân trình độ thấp vận hành máy móc mới. Cơ chế chính sách ổn định và phù hợp, đặc biệt là ưu đãi về thuế (thuế nhập khẩu nguyên vật liệu, thuế thu nhập doanh nghiệp...) và tài chính nhằm hỗ trợ cho các công ty vừa và nhỏ cũng có tác dụng

rất tích cực. Chính phủ cũng có thể đóng vai trò thiết lập các kênh thông tin kết nối có hiệu quả các nhà lắp ráp và cung ứng linh kiện. Nhật Bản là quốc gia đã làm rất tốt điều này. Sự sẵn có của nguyên vật liệu đầu vào cho các nhà sản xuất linh phụ kiện ảnh hưởng trực tiếp đến giá bán cũng như tiến độ giao hàng của những công ty này. Cuối cùng, hệ thống các tiêu chuẩn công nghiệp và tiêu chuẩn an toàn minh bạch và hội nhập với khu vực là nền tảng rất quan trọng giúp lành mạnh hóa thị trường linh phụ kiện, đáp ứng yêu cầu khắt khe của các tập đoàn đa quốc gia và từng bước nâng cao năng lực của các nhà cung ứng.

Chính phủ có thể can thiệp vào tất cả các yếu tố nêu trên để thúc đẩy phát triển CNHT cho các ngành. Tuy nhiên, việc lựa chọn ngành nào để tập trung phát triển lại phụ thuộc vào câu hỏi cơ bản: thị trường nào đã thật sự chín muồi? Chính xác hơn là sau bao nhiêu năm thì thị trường đó đạt được quy mô và sự ổn định cần thiết cho việc phát triển CNHT, để từ đó có sự chuẩn bị phù hợp?

Quan điểm phát triển CNHT

Hiện nay, có hai quan điểm cơ bản trong việc hình thành và phát triển có hiệu quả các chuỗi cung ứng: quan điểm về cụm công nghiệp và hệ sinh thái kinh doanh. Lý thuyết cụm công nghiệp được đề xuất lần đầu tiên bởi Michael Porter năm 1990 [6] và sớm trở thành nền tảng cho việc hoạch định chính sách công nghiệp của nhiều quốc gia. Cụm công nghiệp được hiểu là một khu vực giới hạn về địa lý, tập trung các nhà sản xuất, nhà cung ứng, cơ

sở đào tạo và các tổ chức trung gian khác của một hoặc một số ngành công nghiệp có liên quan với nhau. Các công ty và tổ chức trong cụm công nghiệp có mối liên hệ thường xuyên và mật thiết về thông tin, nguồn lực và công nghệ dựa trên lợi thế về địa lý, từ đó nâng cao sức cạnh tranh chung của cụm. Có rất nhiều cụm công nghiệp trên thế giới hoạt động hiệu quả, đóng góp vào thành công của nền công nghiệp các nước. Đáng kể phải nói đến Cụm công nghiệp chế biến Đông Bắc Anh quốc (Northeast of England Process Industry Cluster), với 1.400 công ty và hơn 35.000 lao động đóng góp 50% và 35%, một cách tương ứng, giá trị sản xuất công nghiệp ngành hóa dầu và dược phẩm của đất nước này³. Hàn Quốc cũng là quốc gia rất thành công trong việc phát triển các cụm công nghiệp trở thành đầu tàu cho nền kinh tế, như các cụm công nghiệp đóng tàu (Gyeongnam), thép (Pohang), hóa dầu (Ulsan)... CNHT được xem là một cấu thành của cụm công nghiệp trong mối tương quan với các thành tố khác của chuỗi giá trị. Phát triển CNHT do đó không tách rời việc phát triển các cụm công nghiệp.

Lý thuyết thứ hai được phát triển bởi James Moore năm 1993 [7], xem nền kinh tế như là một tập hợp các hệ sinh thái kinh doanh (business ecosystem), là một hệ thống mở rộng gồm các nhà cung cấp, các nhà sản xuất, hệ thống tài chính, hiệp hội, chính phủ, các tổ chức xã hội và chính các khách hàng. Quan điểm này dựa trên sự tương đồng về hành vi giữa các cá thể kinh doanh với các sinh vật trong một hệ sinh thái, bao gồm cạnh tranh, cộng

sinh và cùng tiến hóa. Quan điểm này cho rằng khái niệm cụm công nghiệp đã không còn hoàn toàn phù hợp, khi mà với sự bùng nổ của thông tin truyền thông, khoảng cách về địa lý không còn là yếu tố quyết định cho sức cạnh tranh của chuỗi giá trị. Hơn nữa, cùng với sự xóa nhòa ranh giới của các ngành công nghiệp, khái niệm “cụm công nghiệp” liên quan đến một hoặc một số ngành công nghiệp cụ thể cũng trở nên lạc hậu. Nói cách khác, trong khi cụm công nghiệp vẫn còn chỗ đứng của mình đối với các ngành công nghiệp truyền thống, hệ sinh thái kinh doanh là khái niệm hiện đại và bao trùm hơn.

Trong mỗi hệ sinh thái kinh doanh, các cá thể có mối liên hệ song hành, bao gồm cạnh tranh và hợp tác. Cá thể thành công không hẳn là mạnh, mà là cá thể có thể thích ứng được với những thay đổi của môi trường kinh doanh⁴. Trong sự cạnh tranh với các hệ sinh thái kinh doanh khác, tất cả các cá thể của một hệ sinh thái chịu chung số phận. Sự thất bại của các nhà sản xuất sẽ kéo theo sự thất bại của các nhà cung ứng linh phụ kiện trong cùng một hệ sinh thái kinh doanh và ngược lại. Cuối cùng, tất cả các cá thể trong một hệ sinh thái hỗ trợ lẫn nhau cùng tiến hóa, tăng sức cạnh tranh của toàn bộ hệ thống.

Trong mỗi hệ sinh thái kinh doanh, tồn tại một hay một số cá thể đặc biệt, hay “chủ chốt”, đóng vai trò lãnh đạo và có ảnh hưởng rất lớn đến sự phát triển của cả hệ thống [8]. Những cá thể này thường là các doanh nghiệp sản xuất, lắp ráp thành phẩm lớn. Sản phẩm của các doanh nghiệp này được tiêu thụ trực tiếp bởi

khách hàng, và do đó, chúng có thể mạnh dẫn dắt sự tiến hóa của toàn bộ hệ sinh thái kinh doanh theo nhu cầu của thị trường. Vì các cá thể trong một hệ sinh thái kinh doanh sẽ phải chịu chung số phận, các doanh nghiệp chủ chốt này có trách nhiệm và quyền lợi trực tiếp đối với sự lớn mạnh của hệ sinh thái mà chúng thuộc về.

Đứng trên quan điểm của hệ sinh thái kinh doanh, có thể thấy chiến lược phát triển CNHT phù hợp là khai thác trách nhiệm và quyền lợi của các doanh nghiệp chủ chốt, dưới sự hỗ trợ của Chính phủ. Các công ty sản xuất, lắp ráp lớn, một khi nhận thức được vai trò của mình trong hệ sinh thái kinh doanh, có đủ tiềm lực về tài chính, con người và tầm ảnh hưởng để dẫn dắt sự phát triển CNHT và các tổ chức có liên quan khác. Chính phủ đóng vai trò khuyến khích bằng hành lang pháp lý và những cơ chế chính sách phù hợp, nhưng cần nhận thức được rằng sự đồng hành một cách tích cực của các doanh nghiệp chủ chốt mới là yếu tố cơ bản cho sự thành công. Nói cách khác, chính sự tham gia tích cực của các doanh nghiệp chủ chốt mới đảm bảo cho các nhà cung ứng một cam kết thị trường đủ lớn và ổn định để có thể mạnh dạn đầu tư sản xuất. Đây cũng là cách làm của các nước có nền CNHT vững mạnh như Nhật Bản, Thái Lan, Singapore...

Gợi ý đối với vai trò của Khu Công nghệ cao TP Hồ Chí Minh trong thúc đẩy CNHT

Khu Công nghệ cao TP Hồ Chí Minh nhận thấy quan điểm về hệ sinh thái kinh doanh là phù hợp cho sự phát triển CNHT của thành phố Hồ Chí Minh nói riêng và cả

nước nói chung. Với đặc thù thu hút nhiều tập đoàn đa quốc gia có thị trường rộng lớn trên thế giới như Intel, Jabil, Sonion, Nidec..., đồng thời nằm trong vùng kinh tế trọng điểm phía Nam năng động, Khu Công nghệ cao là nơi lý tưởng để thí điểm các chính sách và quan điểm phát triển CNHT ở Việt Nam. Cụ thể, trong khả năng của mình, Khu Công nghệ cao TP Hồ Chí Minh đang triển khai các bước sau đây đối với CNHT:

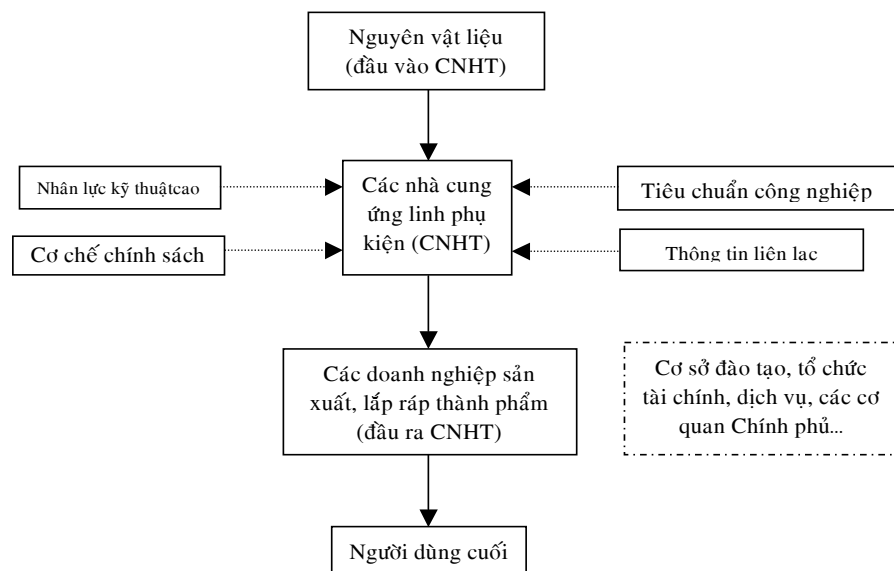
- Xác định các lĩnh vực CNHT có nhiều tiềm năng, trong đó thị trường là tiêu chí hàng đầu. Ưu tiên các lĩnh vực có sẵn thị trường trong nước.

quốc gia hoặc của Khu Công nghệ cao.

- Lập cơ sở dữ liệu, làm cầu nối về thông tin giữa các nhà sản xuất, lắp ráp và nhà cung ứng.

- Phối hợp với các cơ sở đào tạo, dựa trên nhu cầu thu thập được lập kế hoạch đào tạo nguồn nhân lực kỹ thuật cao cho CNHT.

- Đóng góp ý kiến về cơ chế chính sách, nguyên vật liệu, các tiêu chuẩn công nghiệp và tiêu chuẩn an toàn nhằm cải thiện hơn nữa môi trường phát triển CNHT.



Hệ sinh thái kinh doanh, trong đó phần chữ màu đỏ là các yếu tố Khu Công nghệ cao TP Hồ Chí Minh có thể tác động trực tiếp. Các yếu tố còn lại có thể tác động gián tiếp thông qua các góp ý về cơ chế chính sách thích hợp

- Làm việc với các doanh nghiệp sản xuất, lắp ráp chủ chốt trong hệ sinh thái kinh doanh đã xác định. Khuyến khích các doanh nghiệp này tích cực, chủ động dẫn dắt việc hình thành chuỗi cung ứng nội địa bằng các cơ chế chính sách sẵn có của

Một số kiến nghị về chính sách cần tập trung để thúc đẩy CNHT

Hai vấn đề cơ bản có liên quan mật thiết đến nhiệm vụ của Khu Công nghệ cao là tác động thúc đẩy phát triển CNHT và làm chủ công nghệ nguồn. Không khó để thấy rằng đây cũng là những vấn

đề của TP Hồ Chí Minh nói riêng và cả nước nói chung. Việc kiến nghị chính sách do đó cần được thực hiện ở tầm vĩ mô mới có hy vọng giải quyết rốt ráo được vấn đề. Về cơ bản, Việt Nam cần xem phát triển CNHT và làm chủ công nghệ nguồn là yếu tố then chốt của công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, từ đó có chiến lược và lộ trình cụ thể, khai thác tối đa và giải phóng các yếu tố cơ bản của phát triển, bao gồm: nhân lực, tài chính và công nghệ, trong đó chú trọng phát huy sự năng động của khu vực tư nhân và có vốn đầu tư nước ngoài. Qua kinh nghiệm thực tiễn của mình, Khu Công nghệ cao đề xuất các chính sách dưới đây: Các chính sách cụ thể và toàn diện hơn xin được trình bày trong khuôn khổ của bài trao đổi tiếp theo.

- Về phát triển công nghệ nền tảng, làm chủ công nghệ nguồn: xây dựng cơ chế, chính sách khuyến khích phát triển công nghệ nền tảng và làm chủ công nghệ nguồn, bao gồm các chính sách kích thích cung - cầu công nghệ, phát triển thị trường công nghệ, các dịch vụ đánh giá, định giá, chuyển giao công nghệ,... Nâng tầm đối tác chiến lược với các quốc gia sở hữu công nghệ nguồn (Mỹ, Đức, Nhật Bản, Hàn Quốc,...) nhằm gỡ bỏ các rào cản công nghệ, tận dụng tối đa sự hỗ trợ từ bên ngoài.

- Về thu hút đầu tư nước ngoài: tiếp tục thu hút đầu tư nước ngoài theo hướng xem phát triển CNHT và làm chủ công nghệ nguồn là mục tiêu thu hút đầu tư. Thương thảo với các nhà đầu tư cùng hợp tác tạo dựng nền CNHT bản xứ bằng những cam kết thích hợp. Tăng cường thu hút các nhà đầu tư CNHT nước ngoài, ưu tiên dưới

hình thức liên doanh, chuyển giao công nghệ với những doanh nghiệp trong nước. Thu hút đầu tư có trọng điểm xét đến tiềm năng khoa học và công nghệ của đất nước.

- Về đào tạo nhân lực: gấp rút cải tổ giáo dục để có thể tạo ra một lực lượng nhân lực có chuyên môn cao đáp ứng yêu cầu hấp thụ, thích nghi và làm chủ công nghệ. Mạnh dạn xã hội hóa giáo dục đào tạo, trao quyền tự chủ hơn nữa cho các cơ sở đào tạo. Hội nhập sâu hơn về giáo dục đào tạo với thế giới. Có cơ chế sử dụng hiệu quả người tài, các chuyên gia người Việt Nam ở nước ngoài và chuyên gia người nước ngoài.

- Về đầu tư tài chính: cần có chính sách khuyến khích để các ngân hàng có đủ sức chấp nhận rủi ro đầu tư vào những dự án công nghệ nền tảng. Thiết lập hệ thống ngân hàng dành riêng cho CNHT với các chính sách ưu đãi cần thiết; có chính sách phù hợp nhằm chuyển hướng một phần nguồn vốn khổng lồ từ những dự án đầu tư siêu lợi nhuận nhưng thiếu bền vững (như khai thác tài nguyên, bất động sản, chứng khoán...) vào đầu tư cho khoa học và công nghệ. Xây dựng chính sách hỗ trợ về tài chính cho các doanh nghiệp CNHT.

- Về phát triển doanh nghiệp CNHT: tăng hiệu quả quản lý và phát triển doanh nghiệp CNHT theo hướng tăng cường khu vực tư nhân, thu hẹp vai trò của quốc doanh thông qua cổ phần hóa, tiến tới đối xử bình đẳng giữa hai loại hình doanh nghiệp này. Xây dựng các chính sách hỗ trợ đăng ký kinh doanh, hỗ trợ về đất đai, thuế và xây dựng cơ sở hạ tầng

phục vụ phát triển doanh nghiệp CNHT ✍

Chú thích và tài liệu tham khảo

¹ Theo Vietnamplus <http://www.vietnamplus.vn/nganh-cong-nghiep-ho-tro-nhin-tu-linh-vuc-xe-may/184824.vnp>. Quy hoạch của Sở Công thương TP Hồ Chí Minh cho biết tỷ lệ nội địa hóa ngành lắp ráp xe đạp - xe máy hiện nay là khoảng 90%.

² Khi đơn hàng giảm, các công ty lắp ráp có thể sa thải nhân công, nhưng các nhà cung ứng linh kiện không thể chia nhỏ máy móc của mình ra được.

³ www.nepic.co.uk

⁴ Theo Darwin “thực thể sống sót không phải là loài thông minh nhất hay mạnh nhất, mà là loài có khả năng thích nghi tốt nhất”.

[1] Kenichi Ohno (2007), Xây dựng CNHT tại Việt Nam. Diễn đàn Phát triển Việt Nam.

[2] Sở Công thương TP Hồ Chí Minh (2013), Quy hoạch phát triển công nghiệp phụ trợ TP Hồ Chí Minh đến năm 2015, tầm nhìn đến năm 2020.

[3] Niên giám thống kê 2012.

[4] Thailand Automotive Industry (2013), Thailand Board of Investment.

[5] Mishima K. (2005), Hệ thống cung cấp của ngành công nghiệp xe máy ở Việt Nam, Thái Lan và Indonesia: quá trình nội địa hóa, mua sắm và cắt giảm giá thành. Trong Kenichi Ohno & V.T. Nguyễn (Chủ biên), Hoàn thiện chiến lược phát triển công nghiệp Việt Nam. Hà Nội: Nhà xuất bản chính trị quốc gia Hồ Chí Minh.

[6] Michael Porter (1990), The competitive advantage of nations. Harvard Business Review.

[7] James F. Moore (1993), Predators and Prey: A New Ecology of Competition, Harvard Business Review.

[8] Marco Iansiti & Roy Levien (2004), The keystone advantage: What the new dynamics of business ecosystems mean for strategy, innovation and sustainability. Harvard Business Press.