

THU HÚT ĐẦU TƯ CỦA NHẬT BẢN VÀO NƯỚC TA VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP PHỤ TRỢ

PHAN TRUNG CHÍNH*

Việt Nam và Nhật Bản là hai quốc gia Châu Á, có nhiều nét tương đồng về bề dày lịch sử, văn hóa và truyền thống dân tộc. Hơn 30 năm qua, kể từ khi hai nước thiết lập quan hệ ngoại giao, đặc biệt trong giai đoạn từ đầu thập kỷ 90 đến nay, Việt Nam - Nhật Bản đã có những bước phát triển mạnh mẽ cả về chính trị và kinh tế. Không những là đối tác hàng đầu về hỗ trợ phát triển chính thức (ODA) và về quan hệ thương mại, Nhật Bản còn là một trong những quốc gia có vốn đầu tư trực tiếp (FDI) lớn nhất vào nước ta.

Bài viết này tập trung phân tích một số nét chính về tình hình thu hút FDI của Nhật Bản vào Việt Nam, qua đó đề xuất một số kiến nghị về phát triển công nghiệp phụ trợ nhằm nâng cao hiệu quả thu hút FDI của Nhật Bản vào nước ta trong bối cảnh hiện nay.

1. Thực trạng thu hút đầu tư của Nhật Bản vào nước ta

Cách đây hơn 10 năm, chúng ta đã bỏ mất một thời cơ lớn để đón làn sóng đầu tư mới từ Nhật Bản, và thời cơ ấy đã được Trung Quốc nắm bắt. Nhưng hiện nay, một cơ hội mới lại đang đến, nếu biết nhanh chóng nắm bắt thì có thể khắc phục được sự lỡ nhip trước đây và tạo ra một sự bùng nổ về FDI ở Việt Nam. Theo đánh giá của nhiều chuyên

gia, các nhà đầu tư Nhật Bản đang chú ý nhiều hơn tới thị trường Việt Nam, bắt đầu xem nước ta là điểm đến thứ hai bên cạnh Trung Quốc và đây không chỉ đơn thuần là sự phân tán rủi ro đầu tư của Nhật Bản ở Trung Quốc mà là do môi trường đầu tư của Việt Nam ngày càng trở lên hấp dẫn hơn. Các doanh nghiệp cỡ vừa của Nhật Bản đã chuyển “cứ điểm” từ Trung Quốc sang Việt Nam. Còn các doanh nghiệp vừa và nhỏ, doanh nghiệp lần đầu tiên đầu tư ra nước ngoài của Nhật Bản, đã quyết định không đầu tư ở Trung Quốc mà đầu tư thẳng sang Việt Nam.

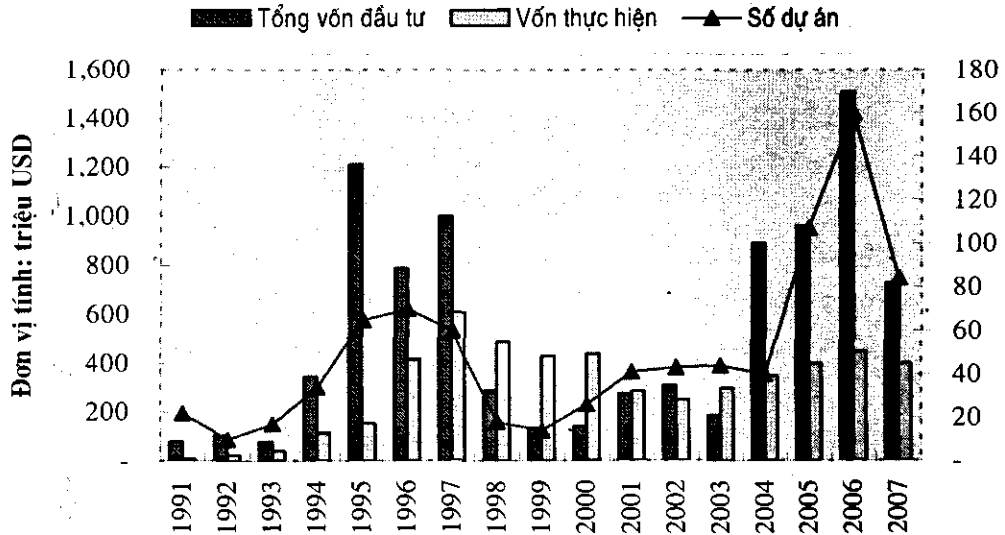
Từ năm 1998, do ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng tài chính, tiền tệ Châu Á, nguồn vốn FDI của Nhật Bản đổ vào Việt Nam đã giảm nhanh chóng với việc xuất hiện ngày càng ít các dự án đầu tư mới. Đến năm 2004, đầu tư của Nhật Bản vào nước ta có dấu hiệu phục hồi; đặc biệt, năm 2006 là năm đột phá, đánh dấu bước chuyển lớn về đầu tư của Nhật Bản vào Việt Nam, có 160 dự án, với số vốn đầu tư đăng ký lên đến hơn 1,5 tỷ USD. Theo số liệu của Cục Đầu tư nước ngoài, tính đến hết năm 2007, Nhật Bản có 928 dự án FDI còn hiệu lực (chiếm 10,8% so với cả nước), với tổng vốn đầu tư đăng ký hơn 9 tỷ USD (chiếm 10,9% so với cả nước), đứng thứ 4 trong số các nước và vùng lãnh

* Tiến sĩ, Học viện Chính trị-Hành chính Quốc gia Hồ Chí Minh

thổ có vốn đầu tư tại Việt Nam, nhưng lại là nước đứng đầu về vốn đầu tư thực hiện, với gần 5 tỷ USD (chiếm 17% so với cả nước). Vốn đầu tư đăng ký của Nhật Bản tập trung chủ yếu trong lĩnh vực công nghiệp, chiếm

gần 70% về số dự án và 79% về số vốn đăng ký; số vốn đầu tư còn lại thuộc các lĩnh vực dịch vụ (19%) và nông, lâm, ngư nghiệp (2%).

FDI của Nhật Bản vào Việt Nam (1991 – 2007)



Nguồn: Cục Đầu tư nước ngoài và một số nguồn khác.

Cho đến nay, nhiều tập đoàn lớn của Nhật Bản đã có mặt tại Việt Nam với các sản phẩm có uy tín, có sức cạnh tranh và hàm lượng kỹ thuật cao, trong đó, có nhiều sản phẩm thay thế hàng nhập khẩu và tham gia tích cực vào xuất khẩu. Trong lĩnh vực công nghệ thông tin điện tử, có Hợp doanh giữa Tổng Công ty Bưu chính viễn thông Việt Nam với Tập đoàn NTT (Tập đoàn viễn thông hàng đầu của Nhật Bản), Công ty sản xuất máy tính Fujitsu và các công ty Canon, Sony, Matsushita, Sumitomo, Sanyo. Trong ngành công nghiệp ô tô, xe máy có Toyota, Honda, Isuzu, Suzuki và Mitsubishi. Ngành công nghiệp vật liệu xây dựng cũng đã thu

hút được các dự án lớn của Nhật Bản như Công ty xi măng Nghi Sơn tại Thanh Hóa, dự án sản xuất kính nổi tại Bắc Ninh. Theo thống kê sơ bộ, đã có 28 tập đoàn xếp hạng trong danh sách Global 500 của Nhật Bản đã đầu tư 2,8 tỷ USD vào 100 dự án tại Việt Nam với một tỷ lệ giải ngân rất cao, hơn 50%.

Trong các dự án đầu tư của Nhật Bản còn hiệu lực, đến nay có khoảng 400 dự án đã đi vào sản xuất kinh doanh, với doanh thu hàng năm hơn 3 tỷ USD, giải quyết việc làm cho hàng trăm nghìn lao động trực tiếp và hàng trăm ngàn lao động gián tiếp khác. Các dự án đầu tư của Nhật Bản có mặt tại 40 tỉnh, thành

phố của Việt Nam, nhưng chủ yếu tập trung tại 5 địa phương chính là Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bình Dương và

Thanh Hóa. Trong 5 địa phương này thì Hà Nội luôn là địa bàn thu hút được nhiều đầu tư của Nhật Bản.

Bảng 1: FDI của Nhật Bản ở Việt Nam đến 31/12/2007

		Dự án		Vốn đăng ký		
		S.lượng	Tỷ lệ	Số vốn (triệu USD)	Tỷ lệ	Bình quân 1 dự án (triệu USD)
1	Hà Nội	217	23,1%	2.437.2	26,7%	11,23
2	TP Hồ Chí Minh	278	29,6%	1.477.0	16,2%	5,31
3	Đồng Nai	69	7,4%	1.141.4	12,5%	16,54
4	Bình Dương	92	9,8%	660.3	7,2%	7,18
5	Thanh Hóa	4	0,4%	628.0	6,9%	157,00
6	Còn lại	278	29,6%	2.772.8	23,7%	9,97
Cả nước		938	100,0%	9,116.7	100,0%	9,72

Nguồn: Cục Đầu tư nước ngoài.

Qua phân tích tình hình thu hút FDI của Nhật Bản vào nước ta, có thể rút ra một số nhận xét như sau:

- Về quy mô đầu tư: Trong những năm gần đây, đã có nhiều dự án lớn của các tập đoàn xuyên quốc gia Nhật Bản, với số vốn đầu tư lớn, từ hàng trăm triệu cho tới hàng tỷ USD đầu tư vào Việt Nam và ngày càng tăng mạnh. Nhiều dự án có số vốn lớn như dự án đầu tư xây dựng khách sạn 5 sao tại Hà Nội của Tập đoàn Rivier Nhật Bản, với số vốn đầu tư trên 500 triệu USD,... Chất lượng dự án đầu tư của Nhật Bản vào Việt Nam đã có những chuyển biến tích cực. Đặc biệt, từ trước cho đến nay, trong số các đối tác đầu tư nước ngoài lớn ở nước ta thì Nhật Bản

thường là nhà đầu tư có số vốn giải ngân nhất cao nhất.

- Về cơ cấu đầu tư: Cơ cấu đầu tư đã có sự chuyển biến tích cực theo hướng gia tăng tỷ trọng đầu tư vào lĩnh vực công nghệ thông tin và công nghệ cao. Đã xuất hiện và gia tăng những dự án đầu tư của các tập đoàn hàng đầu Nhật Bản vào miền Bắc như như dự án sản xuất thiết bị y tế của tập đoàn Terumo, sản xuất máy fax, máy in lazer của tập đoàn Brother Industries, các dự án tăng vốn xây dựng nhà máy mới của Công ty trách nhiệm Hữu hạn (TNHH) Canon Việt Nam (tại khu công nghiệp Quế Võ, Bắc Ninh), công ty TNHH Panasonic Việt Nam, Công ty TNHH Panasonic Communications Việt Nam (PCV)

sản xuất sản phẩm điện và điện tử công nghệ cao và Công ty TNHH Panasonic Electronic Devices (PEDV) sản xuất linh kiện điện tử đều đặt tại Khu công nghiệp Thăng Long, Đông Anh, Hà Nội; công ty TNHH Ritech Việt Nam,...

- *Về hình thức đầu tư*: Nhật Bản là một trong số ít nhà đầu tư đã có công ty hoạt động theo hình thức công ty mẹ - con có vốn đầu tư nước ngoài đầu tiên tại Việt Nam, đó là công ty Panasonic của tập đoàn Matsushita Nhật Bản đặt tại Hà Nội. Việc Panasonic theo mô hình công ty mẹ - con 100% vốn nước ngoài là một bước tạo điều kiện đa dạng hóa các hình thức đầu tư tại Việt Nam.

Tuy vậy, việc thu hút và sử dụng FDI của Nhật Bản tại ở nước ta nói chung, miền Bắc nói riêng vẫn gặp một số khó khăn, trở ngại cần được tháo gỡ. Nguồn vốn FDI của Nhật Bản vẫn còn tập trung chủ yếu tại các thành phố lớn của miền Bắc, có những lợi thế về kết cấu hạ tầng và thị trường tiêu thụ như ở Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh... còn việc đầu tư vào các tỉnh miền núi phía Bắc, vào vùng sâu, vùng xa và đầu tư vào lĩnh vực nông lâm nghiệp là chưa đáng kể. Một mặt, do cơ chế chính sách của ta chưa thật phù hợp; mặt khác do hệ thống kết cấu hạ tầng, nguồn nhân lực các vùng trung du, miền núi phía Bắc còn nhiều yếu kém nên đã làm hạn chế việc “hấp thụ” vốn FDI của Nhật Bản cũng như các quốc gia khác tại miền Bắc. Sự gắn kết giữa các doanh nghiệp FDI của Nhật Bản và các doanh nghiệp trong nước vẫn còn hạn chế, mức độ liên kết trong sản xuất và

kinh doanh của các doanh nghiệp FDI Nhật Bản và doanh nghiệp trong nước không cao. Các doanh nghiệp của Việt Nam hầu như vẫn duy trì phong cách làm ăn “tự cung tự cấp” và có xu hướng khép kín trong sản xuất. Theo ý kiến đánh giá của các chuyên gia kinh tế, các doanh nghiệp Việt Nam có thể “một mình một ngựa” được là bởi vì còn “dư địa hoang sơ”. Nhưng khi đã gia nhập WTO, các doanh nghiệp Việt Nam sẽ không còn yếu tố đó mà sẽ phải xếp hàng trong một cuộc chơi toàn cầu với những trật tự riêng của nó.

Đặc biệt, trước làn sóng đầu tư mới của các nhà đầu tư Nhật Bản, ngành công nghiệp phụ trợ ở Việt Nam vẫn chưa phát triển và chưa đáp ứng được yêu cầu về cung cấp nguyên liệu, phụ tùng. Ở Việt Nam cho đến nay, sản phẩm công nghiệp phụ trợ chủ yếu do các doanh nghiệp nhà nước sản xuất, phần lớn cung cấp những sản phẩm có chất lượng kém và giá thành cao nên chỉ tiêu thụ được trong nội bộ khu vực kinh tế nhà nước. Một bộ phận khác, phần lớn là những sản phẩm công nghiệp phụ trợ cấp thấp, do các hộ kinh doanh cá thể sản xuất cũng gặp khó khăn về vốn, công nghệ. Kết quả điều tra của Tổ chức Xúc tiến thương mại Nhật Bản (JETRO) đầu năm 2006 cho thấy, ngay cả những địa bàn tập trung các doanh nghiệp FDI của Nhật Bản với các dự án lớn của TNCs hàng đầu như Toyota, Honda, Suzuki, Canon, Fujitsu... do tình hình hoạt động kém hiệu quả của các doanh nghiệp nội địa, các doanh nghiệp FDI tuy muốn tăng tỷ lệ nội địa hóa để giảm giá thành sản phẩm

nhưng rất khó tìm được nguồn cung cấp công nghiệp phụ trợ đáng tin cậy.

Bảng 2: Tỷ lệ nội địa hóa trong một số ngành công nghiệp chế tác của Việt Nam

Ngành công nghiệp	Quy mô sản xuất (nghìn chiếc)	Tỷ lệ nội địa hoá (%)
Xe máy (a)	1.290 (Thái Lan: 1.740)	75
Tivi (b)	1.600 (Thái Lan: 6.500)	20-40
Ô tô (c)	35 (Thái Lan: 1.000)	5-10

Ghi chú: (a) số liệu năm 2003; (b) số liệu năm 2002; (c) số liệu năm 2005.

Nguồn: VDF, dẫn theo Nguyễn Công Liêm & Nguyễn Mạnh Hà (2007).

Theo Báo cáo tháng 6/2006 của VDF, các nhà sản xuất Nhật Bản cho rằng công nghiệp phụ trợ Việt Nam còn chậm phát triển. Tỷ lệ nội địa hoá của các nhà sản xuất Nhật Bản tại Việt Nam mới chỉ đạt 22,6% vào năm 2003, trong khi ở Malaixia và Thái Lan tỷ lệ này là 45% hoặc cao hơn. Còn theo một kết quả khảo sát ở các doanh nghiệp điện tử trong cả nước cho thấy: Công ty Fujitsu Việt Nam - một doanh nghiệp FDI lớn có kim ngạch xuất khẩu hàng năm khoảng nửa tỷ USD - phải nhập khẩu 100% linh kiện phụ tùng và nguyên vật liệu từ nước ngoài; Công ty Panasonic Việt Nam, Công ty Sanyo Việt Nam chỉ mua được thùng các tông, xếp chèn từ các doanh nghiệp Việt Nam; Công ty Canon, mặc dù đã đầu tư gần 300 triệu USD xây dựng các nhà máy in rất lớn ở Hà Nội và Bắc Ninh, nhưng cũng chỉ tìm được 1 nhà cung cấp linh kiện Việt Nam, hơn 30 nhà cung cấp phụ tùng khác cho Canon là các doanh nghiệp 100% vốn FDI.

Các doanh nghiệp FDI của Nhật Bản rất muốn phối hợp với các nhà cung cấp trong nước để giảm chi phí sản xuất, nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm, nhưng rất khó có thể tìm được nhà cung cấp thích hợp. Đôi khi, họ phải tìm các nhà cung cấp tiềm năng thông qua niên giám điện thoại hoặc dựa vào các mối quan hệ cá nhân của nhân viên, nhưng tiếp cận hàng trăm đơn vị mới tìm được một nhà cung cấp đạt yêu cầu. Công nghiệp phụ trợ mặc dù được coi là nền tảng cấu thành môi trường thu hút FDI, nhưng hiện mới đang ở vạch xuất phát. Các doanh nghiệp sản xuất, lắp ráp lại phân tán, chia rẽ theo các hướng khác nhau. Nguyên nhân của những yếu kém kể trên là do các nhà cung cấp Việt Nam chưa năng động và nhạy bén trong việc tiếp cận khách hàng, chưa tự tin và chưa có khái niệm “xây dựng qua hệ” trong kinh doanh. Ngoài ra, các doanh nghiệp phụ trợ hiện vẫn chủ yếu là các doanh nghiệp nhà nước, sản xuất ra những sản phẩm có chất lượng kém và giá thành cao (do công nghệ lạc hậu, trình độ quản lý kém...) nên chỉ tiêu

thụ được trong nội bộ các doanh nghiệp nhà nước. Trên thực tế luôn tồn tại một khoảng cách quá lớn giữa yêu cầu về chất lượng sản phẩm, giá bán cũng như thời hạn giao hàng của các doanh nghiệp nước ngoài so với khả năng đáp ứng của các doanh nghiệp Việt Nam.

2. Một số kiến nghị về phát triển công nghiệp phụ trợ

Để tăng cường thu hút đầu tư của Nhật Bản, Việt Nam cần giải quyết sớm bài toán phát triển ngành công nghiệp phụ trợ cùng với việc tháo gỡ các vướng mắc khác đang tồn tại trong ngành này – đây chính là chìa khóa để Việt Nam có thể đón bắt được làn sóng đầu tư mới của Nhật Bản. Công nghiệp phụ trợ có vai trò rất quan trọng trong việc thu hút dòng vốn FDI, bởi vì bản thân các tập đoàn và các công ty lớn về lắp ráp hiện cũng chỉ giữ lại trong quy trình của mình các khâu nghiên cứu, phát triển sản phẩm và lắp ráp thay vì tất cả gói gọn trong một công ty hay nhà máy.

Trên thực tế, Việt Nam rất có tiềm năng phát triển công nghiệp phụ trợ như lợi thế về nguồn nhân lực, tài nguyên thiên nhiên. Việc ngày càng nhiều các doanh nghiệp nước ngoài quan tâm đầu tư vào Việt Nam đang tạo ra cơ hội to lớn cho các doanh nghiệp trong ngành công nghiệp phụ trợ bởi khi quyết định đầu tư, các doanh nghiệp nước ngoài đánh giá rất cao sự hỗ trợ của các doanh nghiệp công nghiệp ở khu vực xung quanh nhằm gia tăng sức cạnh tranh cho sản phẩm. Ông Junichi Mori, chuyên gia

UNIDO cho biết, đối với các sản phẩm điện tử tiêu dùng, chi phí vật liệu và linh phụ kiện chiếm 70% chi phí sản xuất, phần còn lại bao gồm chi phí về lao động (khoảng 10%), chi phí chế tạo (18%) và chi phí hậu cần (2%). Chính vì vậy, việc cắt giảm chi phí lao động của sản phẩm sẽ không thu được nhiều kết quả so với việc cắt giảm chi phí theo linh phụ kiện. Điều tra của Ngân hàng hợp tác quốc tế Nhật Bản (JBIC) cũng cho thấy, khoảng 32% số công ty Nhật Bản coi Việt Nam là nước tiềm năng để phát triển sản xuất và tỏ rõ sự quan tâm tới Việt Nam. Ngành công nghiệp chế tạo Nhật Bản xác định, trong 3 năm tới, trong số các nước có tiềm năng phát triển sản xuất, Việt Nam được đặt ở vị trí thứ 4 sau Trung Quốc, Thái Lan và Mỹ.

Về phía Nhà nước, đứng trước sự yếu kém của ngành công nghiệp phụ trợ mũi nhọn là phải tập trung năng lực vật chất để giải quyết. Để thúc đẩy sự phát triển của ngành công nghiệp phụ trợ trước hết đòi hỏi Chính phủ Việt Nam phải có khuôn khổ chính sách phù hợp và sự hỗ trợ đúng mức từ các đối tác Nhật Bản. Muốn làm được điều đó, trước hết chúng ta cần phải dựa vào “Sáng kiến chung Việt Nam – Nhật Bản”. Nhưng điều quan trọng hơn là sự sẵn sàng của các doanh nghiệp, kể cả doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp tư nhân trong phát triển những công nghệ mới phù hợp với nhu cầu về sản phẩm phụ trợ do đầu tư mới đặt ra. Trước mắt, cần rà soát lại các doanh nghiệp nhà nước để tìm ra các đơn vị sản xuất có tiềm

năng cung cấp các bộ phận, linh kiện, phụ kiện với chất lượng và giá thành cạnh tranh, từ đó tăng cường hỗ trợ về vốn, công nghệ để tiềm năng trở thành hiện thực. Chính phủ cần phải có chế độ khuyến khích thỏa đáng cho các doanh nghiệp, kể cả doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, nhằm tạo điều kiện cho họ thực hiện thành công việc sản xuất và cung cấp sản phẩm công nghiệp phụ trợ đạt hiệu quả và chất lượng tốt.

Về phía doanh nghiệp, để có thể trở thành các nhà cung cấp linh, phụ kiện cho các hãng nước ngoài, cần chú trọng tuân thủ 3 nguyên tắc bất di bất dịch khi cộng tác với các đối tác nước ngoài: Đảm bảo giao hàng đúng hạn; chất lượng sản phẩm luôn ổn định; và giá cả luôn cạnh tranh. Đối với các doanh nghiệp FDI, tiêu chuẩn để lựa chọn đối tác là chỉ những doanh nghiệp nào đáp ứng được đủ các điều kiện về chất lượng, thời gian giao hàng thì mới được chọn. Các linh kiện chỉ đạt từ 80-90% chất lượng tiêu chuẩn để lắp ráp vào sản phẩm hoàn chỉnh sẽ không được chấp nhận. Điều này là thách thức lớn đối với các doanh nghiệp trong nước, đặt ra yêu cầu cho các công ty này phải tự trau dồi để nâng cao năng lực, cải tiến chất lượng. Một số nhà cung cấp trong nước hiện là đối tác của các công ty liên doanh, công ty vốn đầu tư nước ngoài đã phải bỏ nhiều công sức tìm hiểu đối tác, nắm bắt công nghệ và cách quản lý, điều hành của các công ty Nhật, bên cạnh đó là đầu tư thiết bị, nhà xưởng, cải tạo

điều kiện làm việc, áp dụng các tiêu chuẩn ISO...

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cục Đầu tư nước ngoài (2005), *Báo cáo về tình hình đầu tư của Nhật Bản vào Việt Nam tính đến ngày 25/4/2005*.
2. Cục Đầu tư nước ngoài (2008), *Số liệu đầu tư của Nhật Bản vào Việt Nam tính đến ngày 31/12/2007 (chỉ tính các dự án còn hiệu lực)*.
3. Kenichi Ohno (2007), *Building Supporting Industries in Vietnam - Vol.1*.
4. Khương Lực (2006), *Công nghiệp hỗ trợ tại Việt Nam chậm phát triển, vì sao?*, <http://www.vov.org.vn>, 13/09/2006.
5. Ngọc Quỳnh (2007), *Công nghiệp phụ trợ hướng thu hút đầu tư quan trọng*, Báo Hà Nội mới, ngày 11/4/2007.
6. Nguyễn Công Liêm, Nguyễn Mạnh Hà (2007), *Đi tìm lời giải cho ngành công nghiệp phụ trợ Việt Nam trong kỳ Chiến lược tới*, Tạp chí Thông tin và Dự báo Kinh tế - xã hội, số 19 - 7/2007.
7. Trần Quang Lâm, Đinh Trung Thành (2007), *Phát triển công nghiệp phụ trợ Việt Nam: Trước làn sóng đầu tư mới của các công ty xuyên quốc gia Nhật Bản*, Tạp chí Kinh tế Châu Á-Thái Bình Dương, số 22/2007.