

## GIỚI THIỆU THÔNG TIN

Ngày gửi bài	30/8/2017
Tên tác giả:	Trần Bá Thọ
Học hàm/học vị:	Thạc sĩ
Tổ chức tác giả công tác:	Trường Đại Học Kinh Tế TP HCM
Thông tin liên lạc:	Địa chỉ: 529/13 đường Điện Biên Phủ F 3 Q3 TP HCM. Email: <a href="mailto:batho64@ueh.edu.vn">batho64@ueh.edu.vn</a> Điện thoại: 0903838280
Lĩnh vực nghiên cứu chuyên sâu của tác giả:	Kinh tế học vi mô, Kinh tế học vĩ mô.
Tên bài viết:	Thực trạng ngành công nghiệp điện tử Việt Nam hiện nay, lợi thế cạnh tranh và các giải pháp
Ngôn ngữ:	Tiếng Việt
Lĩnh vực nghiên cứu của bài viết:	Kinh tế vi mô
Số từ của bài viết:	11.326
Giới thiệu bài viết:	Trong bối cảnh Cộng đồng Kinh tế Đông Nam Á có hiệu lực , các ngành công nghiệp nói chung và ngành điện tử Việt Nam nói riêng có sự cạnh tranh gay gắt với các nước trong khu vực . Vì vậy phân tích thực trạng, xem xét kỹ lưỡng các nhân tố lợi thích cạnh tranh của ngành điện tử Việt Nam để từ đó đề ra các giải pháp tích cực giúp cho ngành điện tử nước nhà phát triển là một vấn đề cấp bách cần làm.
Lời cam kết:	Đây là bài viết dựa trên số liệu thống kê được thu thập và các nguồn tài liệu tham khảo có dẫn chứng, bài viết chưa gửi đến các tạp chí khác trong thời gian xét duyệt.

# THỰC TRẠNG NGÀNH CÔNG NGHIỆP ĐIỆN TỬ VIỆT NAM HIỆN NAY, LỢI THẾ CẠNH TRANH VÀ CÁC GIẢI PHÁP

Thạc sĩ. Trần Bá Thọ  
Trường Đại học Kinh tế TP HCM

## TÓM TẮT

Trong bối cảnh đất nước ngày càng đổi mới và hội nhập sâu rộng với thế giới, đặc biệt là từ sau khi Việt Nam gia nhập Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) năm 1995, nước ta đã và đang phải cạnh tranh ngày càng gay gắt trên mọi lĩnh vực, mọi ngành nghề kinh tế, trong đó có ngành điện tử. Cho đến nay vị thế cũng như đóng góp của các doanh nghiệp nội địa trong ngành vẫn chưa cao, mặc dù số lượng doanh nghiệp nội địa chiếm tỷ lệ khá nhiều trong tổng số doanh nghiệp ngành điện tử, nhưng chỉ chiếm tỷ lệ nhỏ về thị trường trong nước và kim ngạch xuất khẩu. Chúng ta còn rất hạn chế trong việc sản xuất và phân phối sản phẩm ngành điện tử, chưa có các doanh nghiệp tầm cỡ thế giới trong ngành. Chính vì lẽ đó chúng ta cần phải nhìn nhận lại vị thế của ngành điện tử Việt Nam đang ở đâu trong Cộng đồng kinh tế Đông Nam Á (AEC). Phân tích những lợi thế và bất lợi thế trong cạnh tranh của ngành điện tử Việt Nam để từ đó đưa ra những giải pháp thiết thực, phù hợp nhằm đưa ngành điện tử Việt Nam lên tầm cao mới, có vị thế quan trọng trong khu vực.

**Từ khóa:** Lợi thế cạnh tranh, điện tử Việt Nam, giải pháp ngành điện tử Việt Nam, mô hình kim cương.

## ABSTRACT

In the context of the country's ever-changing and deep integration with the world, especially since Vietnam joined the Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) in 1995, Vietnam has been competing. Increasingly harsh in all fields, all economic sectors, including electronics. So far, the position as well as the contribution of local firms in the industry is still not high, although the number of domestic enterprises accounts for a high proportion of the total number of enterprises in the electronics sector. Domestic market and export turnover. We are limited in the production and distribution of electronic products, not the world-class companies in the industry. That is why we need to look back at where the electronics industry of Vietnam is in the ASEAN Economic Community (AEC). Analyze the advantages and disadvantages in the competition of Vietnam electronics industry to develop practical and appropriate solutions to bring Vietnam electronics to new heights and position in the region.

**Key Words:** Competitive advantage, Vietnamese electronics, Electronic law solution in Vietnam, Diamond shape.

### A. Giới thiệu

Cùng với ngành công nghệ thông tin, ngành công nghiệp điện tử là một trong những ngành công nghiệp quan trọng mũi nhọn có hàm lượng khoa học công nghệ cao, và là ngành có tỷ trọng xuất khẩu luôn chiếm vị trí dẫn đầu trong các ngành xuất khẩu của Việt Nam, theo Tổng cục Thống kê, từ 2013 đến nay, tổng giá trị xuất khẩu hàng năm của ngành đã vượt ngưỡng 30 tỷ USD. Bên cạnh đó, đây cũng là ngành được quan tâm đầu tư phát triển hàng đầu, mục tiêu đặt ra đối với ngành điện tử, công nghệ thông tin theo “Quy hoạch tổng thể phát triển ngành công nghiệp Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” được Thủ tướng chính phủ phê duyệt ngày 09 tháng 06 năm 2014 là tăng giá trị sản xuất công nghiệp của ngành giai đoạn đến năm 2020 đạt 17 - 18% và giai đoạn đến năm 2030 đạt 19 - 21%. Đồng thời, đến năm 2020 tỷ trọng ngành điện tử, công nghệ thông tin chiếm 9 - 10% trong cơ cấu ngành công nghiệp và đáp ứng 65 - 70% nhu cầu thị trường; đến năm 2030 chiếm tỷ trọng 12 - 13% và đáp ứng 75 - 80% nhu cầu. Tuy nhiên cho đến nay vị thế cũng như đóng góp của các doanh nghiệp nội địa trong ngành vẫn chưa cao, các doanh nghiệp nội địa chiếm tới 2/3 trong tổng số doanh nghiệp ngành điện tử, nhưng chỉ chiếm 20% thị trường trong nước và 10% kim ngạch xuất khẩu. Mặt khác, hiện nay chúng ta mới chỉ dừng ở mức độ là gia công và lắp ráp cho những dây chuyền sản xuất hiện đại của thế giới chứ chưa thể tự mình phát triển một dây chuyền khép kín từ khâu sản xuất cho đến khâu tiêu thụ, cũng như chưa tạo ra những doanh nghiệp nội địa có tầm cỡ thế giới trong ngành.

Trong bối cảnh đất nước ngày càng đổi mới và hội nhập sâu rộng với kinh tế thế giới, đặc biệt là từ sau khi Cộng đồng Kinh tế Đông Nam Á có hiệu lực, nước ta đã và đang phải cạnh tranh ngày càng gay gắt trên mọi lĩnh vực, mọi ngành nghề kinh tế, trong đó có ngành điện tử. Chính vì vậy, chúng ta cần phải nhận biết chính

xác thực trạng ngành điện tử Việt Nam hiện nay, phân tích những lợi thế của ngành điện tử trong nước có được và những bất lợi thế trong cạnh tranh để từ đó đề ra những giải pháp đúng đắn nhằm đưa công nghiệp điện tử nước nhà phát triển cho ngang tầm với các nước tiên tiến trong khu vực và trên thế giới.

Nội dung trong bài viết này sẽ phân tích mô hình kim cương của Micheal E.Porter trong việc đánh giá lợi thế cạnh tranh quốc gia và lợi thế cạnh tranh của ngành. Vận dụng mô hình vào việc đánh giá lợi thế cạnh tranh của ngành điện tử Việt Nam. Đề xuất giải pháp để nâng cao lợi thế cạnh tranh của ngành điện tử Việt Nam trong bối cảnh gia nhập AEC.

Phương pháp nghiên cứu trong bài viết này chủ yếu là phương pháp phân tích định tính kết hợp với phương pháp thống kê số liệu có liên quan đến nội dung bài viết để làm sáng tỏ vấn đề cần nghiên cứu.

## **B. Nội dung**

### **1. Cơ sở lý thuyết về lợi thế cạnh tranh.**

#### *1.1. Một số khái niệm*

##### *1.1.1. Cạnh tranh là gì?*

Cạnh tranh là một khái niệm đã được đề cập, quan tâm và phát triển cũng như được sử dụng trong nhiều lĩnh vực như kinh tế, chính trị, quân sự, thể thao,... Ở mỗi giai đoạn, khái niệm này lại được trình bày theo những góc độ khác nhau. Trong bài này quan tâm tới khái niệm cạnh tranh kinh tế, đây là sản phẩm tất yếu của sự phát triển nền kinh tế xã hội, vậy nên khi nhắc tới cạnh tranh, ta hiểu đó là cạnh tranh kinh tế. Cạnh tranh kinh tế là sự ganh đua giữa các chủ thể kinh tế: nhà sản xuất, nhà phân phối, bán lẻ, người tiêu dùng, thương nhân... nhằm giành lấy những vị thế tạo nên lợi thế tương đối trong sản xuất, tiêu thụ hay tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ hay các lợi ích về kinh tế, thương mại khác để thu được nhiều lợi ích nhất cho mình( theo Wikipedia tiếng Việt). Cần chú ý là cạnh tranh ở đây là nhằm tìm kiếm phương thức hoặc trật tự hợp tác mà mục tiêu và kết quả của mỗi bên liên quan đều cần phải đạt được, do vậy cạnh tranh là động lực nâng cao hiệu quả nền kinh tế, và mỗi doanh nghiệp cần phải có được những lợi thế cạnh tranh nhất định

##### *1.1.2. Lợi thế cạnh tranh quốc gia.*

Theo Viện quốc tế về quản lý và phát triển thế giới(IMD), lợi thế cạnh tranh quốc gia là khả năng tạo ra giá trị gia tăng và nhờ đó làm giàu tài sản quốc gia. Còn theo Diễn đàn kinh tế thế giới(WEF), lợi thế cạnh tranh là khả năng nâng cao mức sống một cách nhanh và bền vững, tức là đạt được mức tăng trưởng kinh tế cao và ổn định, được đo lường bằng mức độ thay đổi trong thu nhập bình quân đầu người qua các năm.

Cơ sở của các phương pháp này được xác định bởi năng suất lao động thông qua GDP bình quân đầu người. Hai cơ quan này xác định năng lực cạnh tranh quốc gia qua 8 yếu tố:

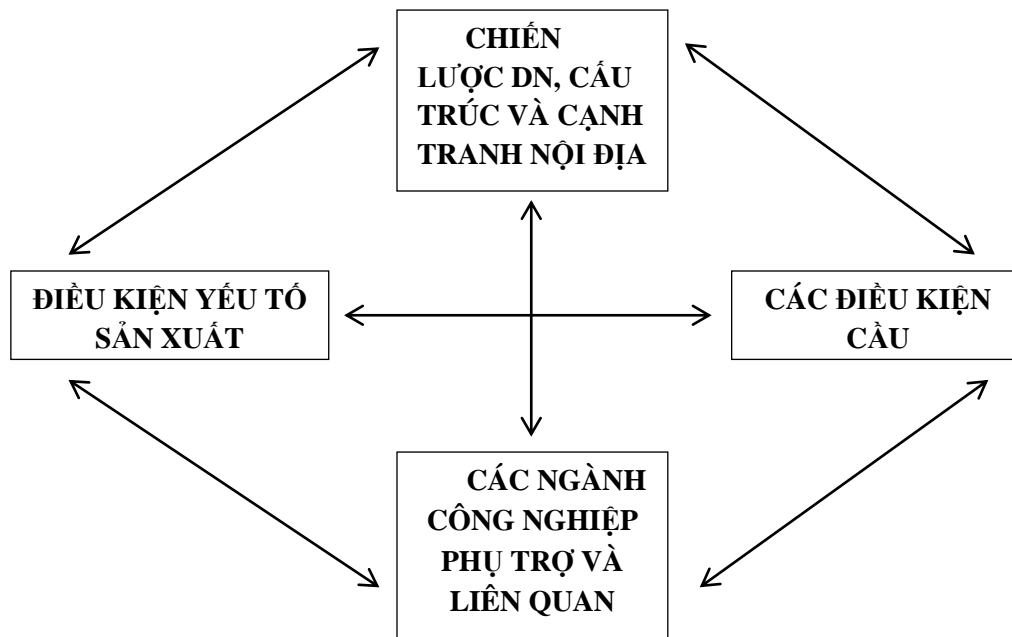
1. Mức độ mở cửa của nền kinh tế (gồm thương mại và đầu tư).
2. Vai trò của chính phủ.
3. Năng lực tài chính – tiền tệ.
4. Kết cấu hạ tầng.
5. Trình độ khoa học – công nghệ.
6. Trình độ quản lý doanh nghiệp.
7. Lực lượng lao động.
8. Thể chế kinh tế - chính trị.

##### *1.1.3. Lợi thế cạnh tranh doanh nghiệp.*

Lợi thế cạnh tranh là một bộ phận cấu thành tạo nên năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp. Theo Porter thì lợi thế cạnh tranh xuất phát từ giá trị mà một doanh nghiệp có thể tạo ra cho người mua, và giá trị đó vượt quá phí tổn của doanh nghiệp. Ông đề cao khái niệm tập hợp ngành và cần cải thiện môi trường doanh nghiệp bằng cách tổ chức chúng lại theo ngành. Ông chỉ ra rằng nhiều nguồn lợi thế cạnh tranh bắt nguồn từ vị trí địa lý và sự tụ họp trong một ngành.

Cả hai cấp độ của lợi thế cạnh tranh có mối quan hệ tương hỗ mật thiết với nhau. Một quốc gia hay nền kinh tế có khả năng cạnh tranh tốt sẽ giúp cho các doanh nghiệp tạo dựng được năng lực cạnh tranh tốt hơn trên thị trường thế giới. Nói cách khác, lợi thế cạnh tranh quốc gia là một nguồn hình thành lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp. Ngược lại, khi các doanh nghiệp có được lợi thế cạnh tranh, nó sẽ góp phần tích cực vào việc nâng cao thu nhập và tác động tích cực đến môi trường cạnh tranh và do đó góp phần vào việc nâng cao lợi thế cạnh tranh quốc gia.

### *1.2. Các yếu tố đánh giá lợi thế cạnh tranh theo mô hình kim cương của MICHEAL E.PORTER*



**Hình 1.** Những nhân tố quyết định lợi thế quốc gia

### 1.2.1. Tổng quan về mô hình kim cương.

Trong tác phẩm “Lợi thế cạnh tranh quốc gia” của mình, Micheal E.Porter đã đưa ra những phân tích chứng minh rằng những lý thuyết trước đây nhằm giải thích sức cạnh tranh của toàn bộ một quốc gia là không có tính thuyết phục và không đi đúng vấn đề trong bối cảnh hiện nay. Ông đưa ra một khái niệm rộng hơn về lợi thế cạnh tranh, chỉ ra rằng “chính các doanh nghiệp, chứ không phải các quốc gia, phải cạnh tranh trong những thị trường quốc tế”. Đơn vị phân tích cơ bản để hiểu được cạnh tranh là ngành công nghiệp. Một ngành công nghiệp( dù là sản phẩm hay dịch vụ) sẽ bao gồm một nhóm các đối thủ cạnh tranh sản xuất ra hàng hóa hoặc dịch vụ để cạnh tranh trực tiếp với nhau. Ngành công nghiệp là một đấu trường mà trong đó lợi thế cạnh tranh là chiến thắng hoặc thất bại.

Tại sao một quốc gia gặt hái được thành công quốc tế trong một ngành công nghiệp nhất định? Câu trả lời nằm trong bốn thuộc tính lớn của một quốc gia, định hình môi trường cạnh tranh cho doanh nghiệp nội địa, thúc đẩy hay kìm hãm việc tạo lập lợi thế cạnh tranh

1. Các điều kiện yếu tố sản xuất: vị thế của quốc gia về các yếu tố sản xuất đầu vào cần thiết cho cạnh tranh trong một ngành công nghiệp nhất định.
2. Các điều kiện về cầu: đặc tính của cầu hàng hóa trong nước đối với sản phẩm hoặc hàng hóa của ngành đó.
3. Các ngành công nghiệp phụ trợ và liên quan: sự tồn tại hay thiếu hụt các ngành công nghiệp phụ trợ và liên quan có tính cạnh tranh quốc tế ở quốc gia đó.
4. Chiến lược doanh nghiệp, cấu trúc và cạnh tranh nội địa: những điều kiện trong một quốc gia liên quan đến việc thành lập, tổ chức và quản lý doanh nghiệp, cũng như đặc tính cạnh tranh trong nước.

Mô hình trên đây được gọi là “hình thoi” quốc gia, các quốc gia có khả năng thành công nhất trong những ngành hoặc phân ngành khi hình thoi quốc gia có triển vọng nhất. Những quốc gia thành công trong những ngành công nghiệp nhất định bởi vì môi trường của họ năng động nhất, có nhiều thách thức nhất, thúc đẩy và khuyến khích doanh nghiệp phải không ngừng cải tiến và mở rộng lợi thế của họ qua thời gian.

Hình thoi là một hệ thống tự củng cố lẫn nhau. Ảnh hưởng của một nhân tố này phụ thuộc vào trạng thái của các nhân tố khác. Những lợi thế của nhân tố này cũng có thể tạo ra hay nâng cao những lợi thế của các nhân tố khác. Hai biến số có thể ảnh hưởng đến hệ thống quốc gia theo những cách rất quan trọng và cần thiết để hoàn thành lý thuyết, đó là các sự kiện khách quan và chính phủ.

### 1.2.2. Phân tích mô hình kim cương.

1.2.2.1. *Yếu tố sản xuất:* là những thứ mà bất kỳ quốc gia nào đều có, nó là các yếu tố đầu vào cần thiết để cạnh tranh trong bất cứ ngành sản xuất nào, chúng đóng vai trò quan trọng trong lợi thế cạnh tranh của doanh

ngành của một quốc gia. Những yếu tố đầu vào quan trọng nhất đối với lợi thế cạnh tranh trong hầu hết các ngành công nghiệp không phải là có sẵn, mà được tạo ra thông qua những quá trình rất khác nhau giữa các quốc gia và giữa các ngành công nghiệp. Vì vậy, số lượng các yếu tố sản xuất có trong một thời gian nhất định không quan trọng bằng tốc độ mà chúng được tạo ra như thế nào. Những yếu tố đầu vào có thể được phân thành các nhóm như: nguồn nhân lực, nguồn tài sản vật chất, nguồn kiến thức, cơ sở hạ tầng. Nếu phân loại theo vai trò quan trọng có thể chia hai hai nhóm: yếu tố sản xuất cơ bản và yếu tố sản xuất cao cấp. Nếu dựa vào đặc trưng có thể chia thành: yếu tố sản xuất phổ thông và yếu tố sản xuất chuyên biệt. Lợi thế cạnh tranh bền vững và có ý nghĩa nhất đạt được khi một quốc gia có những yếu tố đầu vào cả cao cấp và chuyên biệt cần thiết cho cạnh tranh trong một ngành công nghiệp nhất định. Số lượng và chất lượng của các yếu tố này quyết định lợi thế cạnh tranh tiềm năng có thể đạt được và mức độ phát triển của nó.

*1.2.2.2. Các điều kiện về cầu.* Cầu trong nước là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến lợi thế kinh tế nhờ quy mô của cầu, giúp định hình tốc độ, đặc điểm đổi mới và cải tiến của các doanh nghiệp trong một quốc gia.

Ba thuộc tính lớn và có ý nghĩa của cầu trong nước là: kết cấu(hay bản chất của nhu cầu khách hàng); quy mô, mô hình tăng trưởng và những cơ chế mà lan truyền sở thích trong nước ra thị trường nước ngoài. Tác động của hai thuộc tính sau phụ thuộc vào thuộc tính đầu tiên. Chất lượng của cầu trong nước quan trọng trong việc quyết định lợi thế cạnh tranh hơn là số lượng.

Kết cấu và đặc điểm của nhu cầu khách hàng trong nước là đặc tính quan trọng nhất của nhân tố này. Chúng sẽ giúp các doanh nghiệp nhận biết, hiểu và đáp ứng nhu cầu khách hàng nội địa, từ đó buộc các doanh nghiệp phải đổi mới nhanh hơn và thu được lợi thế cạnh tranh hơn các đối thủ nước ngoài.

Bên cạnh kết cấu, quy mô và mô hình phát triển của cầu trong nước có thể củng cố hơn lợi thế trong một ngành. Quy mô thị trường nội địa lớn đem đến lợi thế cạnh tranh trong những ngành có lợi thế nhờ quy mô hoặc đào tạo, bằng cách khuyến khích các doanh nghiệp tích cực đầu tư vào nhà máy quy mô lớn, phát triển công nghệ và nâng cao năng suất lao động. Quy mô thị trường là một lợi thế nếu nó khuyến khích đầu tư và tái đầu tư, hay khuyến khích sự năng động. Tuy nhiên, nó cũng có thể hủy hoại động lực và trở thành một bất lợi. Những nhân tố quyết định khác, đặc biệt là mức độ cạnh tranh của các đối thủ trong nước, quyết định việc một thị trường trong nước lớn là điểm mạnh hay điểm yếu.

Ngoài ra tăng trưởng cầu trong nước nhanh dẫn đến các doanh nghiệp nội địa chấp nhận những công nghệ mới nhanh hơn với ít sợ hãi về sự dư thừa đầu tư, và xây dựng các cơ sở vật chất lớn và hiệu quả với niềm tin chắc chắn chúng sẽ được sử dụng.

Các điều kiện cầu nội địa cũng có thể đóng góp thông qua những cơ chế quốc tế hóa cầu nội địa và đưa sản phẩm và dịch vụ của quốc gia đó ra nước ngoài. Nếu khách hàng của một nước di chuyển dễ dàng ra nước ngoài hoặc là các doanh nghiệp đa quốc gia sẽ mang lại lợi thế cho các doanh nghiệp của nước đó bởi vì khách hàng trong nước cũng là khách hàng ở nước ngoài. Khách hàng cơ động, những người đi nhiều quốc gia khác nhau, là những khách hàng trung thành thường xuyên ở thị trường nước ngoài. Nhu cầu trong nước được lan truyền sang hoặc khắc sâu vào người tiêu dùng ngoài nước thông qua nhiều nguồn khác nhau, như như phim, các chương trình tivi; các liên minh chính trị và quan hệ lịch sử.

### *1.2.2.3. Các ngành công nghiệp phụ trợ và liên quan.*

Sự tồn tại của các ngành công nghiệp phụ trợ có khả năng cạnh tranh quốc tế trong một quốc gia tạo ra những lợi thế cho các ngành công nghiệp sử dụng đầu ra theo các cách khác nhau.

Đầu tiên là thông qua việc tiếp cận hầu hết các yếu tố đầu vào sinh lời một cách hiệu quả, sớm, nhanh chóng và đôi khi được ưu đãi. Việc phụ thuộc vào một nhà cung cấp trong nước có chất lượng tốt có lợi ích nhiều hơn so với nhà cung cấp nước ngoài có chất lượng cao. Lợi thế cạnh tranh xuất hiện từ các mối quan hệ công việc giữa các nhà cung cấp hàng phụ trợ và nhà sản xuất. Nhà cung cấp giúp các doanh nghiệp nắm được các phương pháp mới và có cơ hội áp dụng công nghệ mới. Các doanh nghiệp được cập nhật nhanh chóng thông tin, những ý tưởng và kiến thức mới và những sáng chế của nhà cung cấp. Họ có cơ hội ảnh hưởng đến nỗ lực kỹ thuật của nhà cung cấp cũng như trở thành người kiểm tra cho việc phát triển các sản phẩm.

Thứ hai, các doanh nghiệp của một nước thu được lợi ích tối đa khi những nhà cung cấp của họ là những doanh nghiệp cạnh tranh toàn cầu. Họ sẽ có đủ năng lực để nâng cao những lợi thế của họ tốt nhất và thông qua đó cung cấp thông tin công nghệ cần thiết cho các khách hàng trong nước. Tuy nhiên, các nhà cung cấp địa phương mạnh theo tiêu chuẩn thế giới có thể giúp nâng lợi thế cạnh tranh cho các ngành sử dụng đầu ra của họ cho dù họ không phải là những ngành cạnh tranh toàn cầu.

Sự tồn tại một ngành công nghiệp liên quan thành công quốc tế trong một quốc gia cung cấp những cơ hội

cho dòng chảy thông tin và trao đổi kỹ thuật, sự gần gũi và tương đồng văn hóa làm cho việc trao đổi dễ dàng hơn so với các doanh nghiệp nước ngoài. Sự tồn tại của một ngành công nghiệp liên quan cũng làm tăng khả năng nhận biết những cơ hội mới trong ngành,

#### 1.2.2.4. Chiến lược doanh nghiệp, cấu trúc và cạnh tranh nội địa.

Cách thức quản lý doanh nghiệp và lựa chọn để cạnh tranh chịu ảnh hưởng bởi điều kiện quốc gia. Sự khác nhau quan trọng giữa các quốc gia trong thực tiễn quản lý và cách tiếp cận xuất hiện trong những lĩnh vực như đào tạo, kiến thức và định hướng của các nhà lãnh đạo, cách thức làm việc theo nhóm hay cá nhân, sức mạnh của sáng kiến cá nhân, những công cụ phục vụ việc ra quyết định, bản chất của mối quan hệ với khách hàng, khả năng phối kết hợp các chức năng, định hướng tới các hoạt động quốc tế, và quan hệ lao động. Những khác biệt này tạo ra những lợi thế và bất lợi trong cạnh tranh của các ngành công nghiệp khác nhau

Việc tạo ra và duy trì lợi thế cạnh tranh trong một ngành công nghiệp liên quan mật thiết đến cạnh tranh nội địa. Cạnh tranh buộc các bên phải giảm chi phí, nâng cao chất lượng dịch vụ và tạo ra những sản phẩm cũng như quy trình sản xuất mới. Đôi khi các doanh nghiệp có thể không duy trì được lợi thế trong dài hạn nhưng áp lực liên tục từ cạnh tranh có thể khuyến khích đổi mới vì nguy cơ bị tụt hậu lại phía sau cũng như từ tham vọng dẫn đầu. Thực tế, cạnh tranh nội địa không chỉ hạn chế trong giá cả, mà còn cả về công nghệ, trình độ quản lý, dịch vụ khách hàng,...

Cạnh tranh giữa các doanh nghiệp có cùng nơi xuất xứ đặc biệt có lợi bởi các lý do:

Thứ nhất: là các đối thủ cạnh tranh lớn tạo ra áp lực thực sự đặc biệt lên nhau trong việc cải tiến. Thành công của một đối thủ chứng minh cho các đối thủ khác rằng việc cải tiến là khả thi, phá vỡ tư tưởng ỷ lại vào lợi thế các yếu tố sản xuất.

Thứ hai: cạnh tranh nội địa không chỉ tạo ra lợi thế mà còn giúp hạn chế những bất lợi. Một nhóm những đối thủ cạnh tranh thực hiện những chiến lược cạnh tranh phong phú, ngành công nghiệp có thể có được thế đối trọng lại với những dạng can thiệp của chính phủ có thể cản trở sự tiến bộ và làm mòn tính cạnh tranh.

Thứ ba: cạnh tranh tạo ra các đối thủ cạnh tranh mới. Sự hình thành doanh nghiệp mới tiếp năng lượng cho quá trình đổi mới trong ngành bởi các doanh nghiệp mới sẽ phục vụ những phân đoạn mới và thử nghiệm những chiến lược tiếp cận mới mà những doanh nghiệp đi trước không nhận ra hoặc không thể phản ứng linh hoạt

#### 1.2.2.5. Các sự kiện khách quan.

Các sự kiện khách quan là những sự xảy ra nằm ngoài tầm kiểm soát của doanh nghiệp (và thường là cả chính phủ của các quốc gia). Những ví dụ điển hình như:

- Sự ra đời của những phát minh thuần túy.
- Sự gián đoạn của công nghệ quan trọng (Ví dụ, công nghệ sinh học, công nghệ điện tử vi mô).
- Sự gián đoạn về chi phí đầu vào như khủng hoảng dầu lửa.
- Sự dịch chuyển lớn của thị trường tài chính thế giới hoặc tỷ giá hối đoái.
- Sự bùng nổ của nhu cầu trong khu vực hoặc trên thế giới.
- Những quyết định chính trị của chính phủ nước ngoài.
- Chiến tranh.

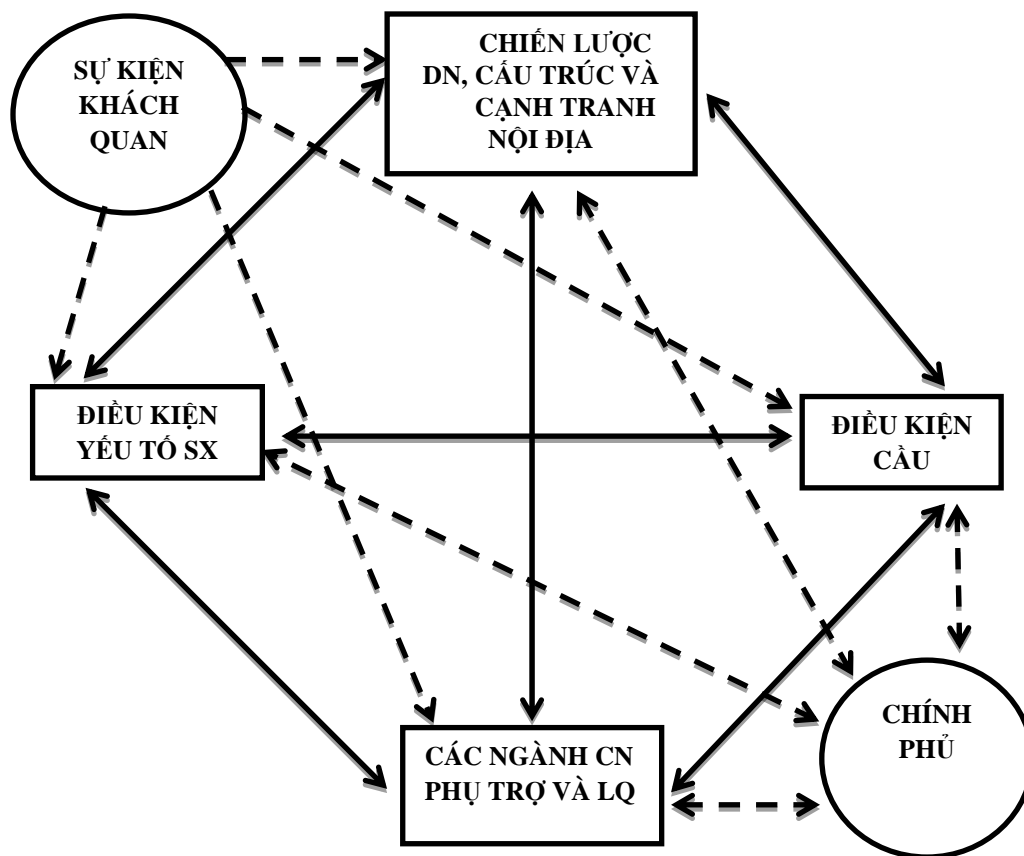
Những sự kiện khách quan tạo ra những sự gián đoạn cho phép hoán đổi vị trí cạnh tranh. Sự gián đoạn rất cần thiết để thay đổi cơ sở của những lợi thế, đủ để cho phép mô hình "hình thoi" quốc gia mới đánh đổ mô hình cũ.

#### 1.2.2.6. Vai trò của chính phủ.

Vai trò thực tế của chính phủ trong lợi thế cạnh tranh quốc gia là trong việc ảnh hưởng tới cả bốn nhân tố. Điều này được mô tả dưới dạng giản đồ hệ thống hoàn chỉnh trong (Hình 2).

Chiều hướng tác động của chính phủ là hai chiều (tác động hoặc chịu tác động), và kết quả có thể là tích cực hoặc tiêu cực.

Các nhân tố có sự tác động qua lại lẫn nhau. Ở một cấp độ rộng lớn hơn, sự yếu kém trong bất kỳ một yếu tố nhân tố quyết định nào cũng sẽ cản trở một ngành có tiềm năng phát triển và tiến bộ. Bởi vậy, để nâng cao lợi thế cạnh tranh quốc gia, cần có sự nghiên cứu chi tiết và đề xuất những giải pháp nhằm phát triển đồng đều các nhân tố trong mô hình mà không được bỏ sót bất kỳ nhân tố nào. Để thấy rõ điều này, chúng ta sẽ phân tích thực trạng ngành điện tử Việt Nam theo mô hình này và đề xuất những giải pháp hợp lý cho ngành này.



Hình 2. Mô hình kim cương hoàn chỉnh

## 2. Thực trạng và lợi thế cạnh tranh của ngành điện tử Việt Nam hiện nay.

### 2.1. Thực trạng ngành điện tử Việt Nam.

Ngành điện tử Việt Nam có thể chia thành năm nhóm chính như sau, ở đây dữ liệu về ngành điện tử Việt Nam căn cứ theo những nhóm này, kết hợp thêm dữ liệu đối với ngành công nghệ thông tin:

- Điện tử gia dụng: dạng sản xuất nhập tất cả linh kiện chiếm tới 80%. Khoảng 70% tổng số tivi và radio, cassette bán trên thị trường nội địa là lắp ráp trong nước, nhưng lại dùng linh kiện và các đầu vào khác của nước ngoài. Đây là ngành có quy mô sản xuất lớn nhất, sự tham gia của cả doanh nghiệp Việt Nam xác định đây là nhóm sản phẩm chủ lực, song lại là những sản phẩm mà ta chậm hơn các nước trong khu vực từ 10-15 năm công nghệ.

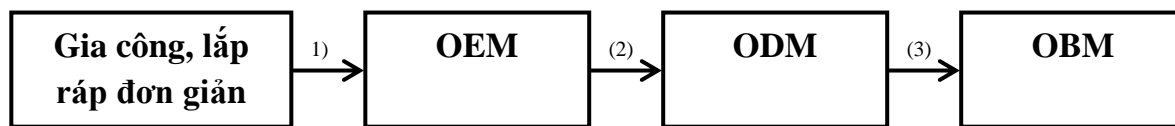
- Thiết bị thông tin: Chủ yếu là kinh doanh lắp ráp máy tính, thiết bị mạng và thiết bị ngoại vi. Từ năm 1998, Việt Nam đã lắp ráp máy tính mang thương hiệu Việt Nam như CMS, T&H...nhưng toàn bộ linh kiện điện cũng đều là nhập khẩu.

- Thiết bị viễn thông: Đây là lĩnh vực được nhà nước quan tâm nên đã được đầu tư chiều sâu với quy mô thích hợp có công nghệ hiện đại, sản xuất được một số sản phẩm có chất lượng cao, thay thế nhập khẩu và bước đầu có sản phẩm xuất khẩu. Tuy nhiên vẫn chỉ dừng ở mức độ lắp ráp và vẫn nhập khẩu phần lớn linh kiện.

- Sản xuất phụ kiện và vật liệu: Hiện nay, Việt Nam đã sản xuất được một số loại linh phụ kiện như đế mạch in, tụ điện các loại, cuộn cao áp, cuộn cảm, cuộn lái tia, chi tiết nhựa, tuy nhiên năng lực sản xuất phụ kiện và vật liệu vẫn còn hạn chế.

- Sản xuất điện tử chuyên dụng và công nghiệp: Bao gồm các máy móc và các thiết bị điện tử phục vụ các ngành công nghiệp khác như an ninh, y tế,...

Đối với Việt Nam nói riêng và các nước đang phát triển nói chung do nền tảng vật chất kỹ thuật lạc hậu, còn yếu và thiếu chưa thể sản xuất các sản phẩm điện tử chuyên dùng, do đó quy trình chuyển dịch giá trị sẽ trải qua bốn bước



- Bước 1: Gia công, lắp ráp đơn giản và lao động phụ thuộc vào thiết bị, công nghệ của nước ngoài.
- Bước 2: Cung ứng sản phẩm hoàn chỉnh với các thiết bị, linh kiện do địa phương sản xuất theo thiết kế của nước ngoài (Original equipment manufacturing - OEM).
- Bước 3: Đảm nhiệm cả khâu thiết kế (Original design manufacturing - ODM).
- Bước 4: Hình thành thương hiệu riêng, thoát khỏi vai trò nhà cung ứng và tự mình trở thành công ty dẫn đầu (Original brand manufacturing - OBM).

Với sự tiếp nhận hiệu ứng lan truyền công nghệ và tri thức, doanh nghiệp trong các ngành sẽ thực hiện những bước chuyển. Nhưng trên thực tế cho thấy tiến trình này gặp rất nhiều vấn đề. Phần lớn các nhà cung ứng địa phương quá phụ thuộc vào chiến lược của khách hàng, từ đó dễ bị tổn thương và không thể tạo ra bước chuyển. Đây cũng chính là thực trạng và vị trí của các doanh nghiệp điện tử Việt Nam hiện tại. Thông thường các nước chỉ mất 5-10 năm cho bước một, nhưng Việt Nam lại kéo dài suốt mấy thập niên. Đây là hệ lụy khiến ngành điện tử Việt Nam hiện mất cân đối khá nghiêm trọng giữa sản phẩm điện tử tiêu dùng và sản phẩm điện tử chuyên dụng

Theo quy hoạch tổng thể phát triển ngành công nghiệp Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 trong đó có đề cập đến một trong những nội dung nổi bật là việc sẽ xây dựng ngành điện tử, công nghệ thông tin trở thành ngành công nghiệp chủ lực để tạo cơ sở hỗ trợ cho các ngành khác phát triển. Với 3 mục tiêu lớn:

Thứ nhất, tiếp tục phát triển phương thức lắp ráp các thiết bị điện tử, tin học để đáp ứng nhu cầu sản phẩm điện tử trong nước và tham gia xuất khẩu; tăng cường liên kết với các tập đoàn điện tử, tin học lớn trên thế giới để tiếp nhận công nghệ hiện đại và tăng năng lực sản xuất linh kiện trong nước; khuyến khích phát triển sản xuất các phần mềm tin học phục vụ cho các ngành công nghiệp và tham gia vào thị trường xuất khẩu.

Thứ hai, đến năm 2020, nghiên cứu thiết kế, sản xuất, lắp ráp các thiết bị điện tử chuyên dụng, sản xuất robot công nghiệp, sản xuất một số linh kiện, phụ kiện điện tử, cơ điện tử thông dụng. Trong đó, tập trung vào bốn nhóm dự án và chương trình (máy tính và thiết bị văn phòng, thiết bị điện tử chuyên dụng, thiết bị điện tử dân dụng, công nghiệp phần mềm) với các mục tiêu cụ thể. Bên cạnh đó đề cao việc tiếp nhận và làm chủ các công nghệ mới trong những lĩnh vực đòi hỏi hàm lượng kiến thức cao.

Thứ ba, đến năm 2030, bên cạnh việc phấn đấu để tự cung cấp 80% nhu cầu phần mềm cho cả nước, sẽ đa dạng hóa chủng loại, mẫu mã các thiết bị phần cứng đáp ứng trên 70% nhu cầu trong nước, tăng tỷ trọng thiết bị không dây theo nhu cầu; và các thiết bị, công nghệ được chuyển hoàn toàn sang kỹ thuật số.

Hiện nay theo đánh giá của Hiệp hội doanh nghiệp điện tử Việt Nam, với sự xuất hiện của nhiều tập đoàn điện tử toàn cầu, Việt Nam đang trở thành một trong những trung tâm sản xuất điện thoại di động, máy in, photocopy lớn nhất trên thế giới. Điều này tạo ra cơ hội rất lớn cho doanh nghiệp Việt Nam tham gia hợp tác, sản xuất sản phẩm công nghiệp phụ trợ trong lĩnh vực điện tử, từ đó trở thành một mắt xích trong chuỗi giá trị sản xuất toàn cầu. Tuy nhiên, để có được vị trí trong chuỗi sản xuất giá trị toàn cầu của các tập đoàn lớn, doanh nghiệp Việt phải đối mặt với không ít thách thức. Nguyên nhân là dù xuất khẩu của ngành công nghiệp điện tử Việt Nam gần đây tăng trưởng mạnh nhưng giá trị gia tăng chưa cao, nguyên liệu phần lớn phải nhập khẩu. Đơn cử như năm 2014, ngành công nghiệp điện tử Việt Nam xuất khẩu trên 32 tỷ USD, nhưng nhập khẩu đã lên tới 28 tỷ USD. Hơn nữa, để trở thành đối tác cung cấp sản phẩm công nghiệp phụ trợ cho các tập đoàn lớn, doanh nghiệp Việt Nam còn phải cạnh tranh gay gắt với doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Điều này chứng tỏ rằng ngành điện tử nội địa hiện tại chỉ mới chỉ dừng lại ở bước gia công lắp ráp cho các thương hiệu nước ngoài chứ chưa thực sự có được những bước chuyển để có được những doanh nghiệp dẫn đầu. Các doanh nghiệp điện tử trong nước vẫn gần như chỉ khai thác sản phẩm cũ, công nghiệp sản xuất phụ tùng, linh kiện và công nghiệp phụ trợ phát triển chậm, tỷ lệ nội địa hóa thấp đạt chỉ đạt 20-30%, chủ yếu là bao bì, các chi tiết nhựa, cơ khí, khiến lợi nhuận thấp và giá trị gia tăng của sản phẩm không cao, chỉ ước tăng 5-10%/năm.

Vậy làm thế nào để các doanh nghiệp nội địa cạnh tranh được, và nâng cao giá trị gia tăng trong sản phẩm ngành điện tử Việt Nam, chúng ta cần nhận thức được lợi thế cạnh tranh của chúng ta ở đâu? Đây là câu hỏi sẽ được trả lời trong phần tiếp theo bài viết này.

## 2.2. Lợi thế cạnh tranh của ngành điện tử Việt Nam theo mô hình của MICHAEL PORTER.

### 2.2.1. Các yếu tố sản xuất



### 2.2.1.1. Nguồn nhân lực.

Đặc trưng của ngành điện tử là sản xuất theo quy trình, với tính tiêu chuẩn rất cao. Ở những công đoạn lắp ráp có giá trị gia tăng thấp, nguồn nhân lực giá rẻ trở thành yếu tố cơ bản đem lại lợi thế cho những nơi sở hữu nó. Tuy nhiên lợi thế này là không bền vững do nguồn nhân công này hoàn toàn có thể có được thông qua sự luân chuyển nhân lực nội địa và quốc tế. Do vậy, để có thể lan rộng trong mạng sản xuất toàn cầu, nguồn nhân lực cần phát triển về chất xám, có trình độ, kỹ năng thay vì tập trung vào các công đoạn với yêu cầu giản đơn. Bên cạnh đó, nguồn nhân lực chất lượng cao chính là yếu tố thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài trong ngành điện tử vì các doanh nghiệp nước ngoài muốn nhìn thấy triển vọng phát triển dài hạn, nếu như xuất phát điểm ban đầu là những khó khăn về nguồn nhân lực, các chính sách phải hết sức tập trung vào việc đào tạo đáp ứng đúng với nhu cầu của các doanh nghiệp. Trong khi giá nhân công rẻ biểu hiện như lợi thế so sánh tĩnh thì nguồn nhân lực chất lượng cao chính là yếu tố chuyên biệt tạo ra lợi thế so sánh động cho phần lớn các nước đi sau trong làn sóng công nghiệp hóa toàn cầu, điển hình như Việt Nam chúng ta.

Với dân số gần 93 triệu người (năm 2016), Việt Nam là một nước đang ở trong giai đoạn dân số vàng, lực lượng lao động chiếm tỷ lệ cao trong tổng dân số (trên 50%), tốc độ tăng trưởng trung bình giai đoạn 2011 – 2016 là 1,3%

**Bảng 1. Lực lượng lao động của Việt Nam giai đoạn 2011 - 2016**

Đơn vị: nghìn người

Năm	Dân số cả nước	Lực lượng lao động	Tỷ lệ lực lượng lao động so với dân số cả nước(%)
2011	87840	51724	58.88
2012	88776	52348	58.97
2013	89716	53246	59.35
2014	90729	53748	59.24
2015	91709	53.984	58.86
2016	92695	54.445	58.73

(Nguồn: Báo cáo lao động việc làm năm 2016 Tổng cục Thống kê).

Tuy nhiên, lao động Việt Nam chủ yếu chưa qua đào tạo, tỷ lệ lao động không có trình độ chuyên môn kỹ thuật chiếm hơn 80%. Nhưng điều đáng mừng là tỷ lệ này có xu hướng giảm dần, từ 84,4% năm 2011 xuống 81,4% năm 2014 và 79,1% năm 2016, thay vào đó là sự tăng lên của tỷ lệ lao động qua đào tạo đại học đã tăng 3,1 % từ 6,1% năm 2011 lên 9,2% năm 2016.

Năng suất lao động của lao động Việt Nam mặc dù có sự tăng trưởng qua các năm, năm 2011 là 53,74 triệu đồng/người tăng lên 73,27 triệu đồng/người năm 2014 và 84,5 triệu đồng/người năm 2016, tuy nhiên con số này vẫn còn thấp so với các nước trong khu vực và thế giới.

Như vậy có thể thấy, nguồn nhân lực của Việt Nam hiện tại chỉ có thể đem lại lợi thế cạnh tranh về mặt số lượng( tạo ra tác động ngắn hạn do là yếu tố cơ bản phù hợp với công đoạn lắp ráp có giá trị gia tăng thấp) và ở phẩm chất nghề nghiệp (người Việt Nam vốn được biết đến với sự cần cù, thông minh và sáng tạo). Hai lợi thế này tạo tiền đề để phát triển về mặt chất lượng, phát triển yếu tố cơ bản thành cao cấp, phổ thông thành chuyên biệt, đây sẽ là một vấn đề cấp thiết cần được ưu tiên giải quyết.

### 2.2.1.2. Nguồn tài sản vật chất và cơ sở hạ tầng.

Theo báo cáo về mức độ cạnh tranh toàn cầu “Global Competitiveness” của Diễn đàn kinh tế thế giới, điểm cơ sở vật chất của Việt Nam đã cải thiện trong thập kỷ vừa qua, cho thấy sức tăng trưởng mạnh và được hỗ trợ bởi các dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài lớn hơn. Tuy nhiên, Việt Nam vẫn chỉ xếp thứ 81 ở hạng mục cơ sở vật chất trong tổng số 144 quốc gia trong báo cáo mới nhất. Những cơ sở vật chất tạo nên lợi thế của Việt Nam thể hiện ở: hệ thống khu công nghiệp, khu chế xuất (KCN, KCX) và vị trí giao thương quốc tế. Theo thống kê, cả nước hiện có hơn 300 KCN, KCX với tổng diện tích hơn 114000 ha, trong đó tập trung nhiều ở các tỉnh, thành phố như: Hà Nội, Bắc Ninh, Hải Dương, Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bình Dương, Long An, Bà Rịa – Vũng Tàu, Cần Thơ với quy mô trên 10 KCN, KCX. Các KCN, KCX này đã có đóng góp không nhỏ vào kim ngạch xuất nhập khẩu hàng năm, tạo thêm nhiều việc làm cho lao động, bên cạnh đó cũng góp phần hiện đại hóa công

nghe sản xuất nước nhà, phát triển cơ sở hạ tầng, giảm bớt thủ tục hành chính cũng như chi phí vận hành quản lý và thúc đẩy liên kết mạnh mẽ trong các lĩnh vực kinh tế. Kết hợp với sự phát triển hệ thống đường cao tốc những năm gần đây, điển hình là tuyến Láng – Hòa Lạc, Đà Nẵng – Quảng Ngãi, Long Thành – Dầu Giây, Sài Gòn – Trung Lương đã trở thành những yếu tố cao cấp của ngành điện tử, giúp việc giao thương giữa các tỉnh thành, vùng kinh tế được thuận lợi hơn, việc lưu chuyển hàng hóa, nguyên vật liệu trong ngành điện tử cũng nhờ thế được nhanh chóng và hiệu quả.

Ngoài ra Việt Nam có vị trí địa lý vô cùng thuận lợi cho việc giao thương quốc tế. Lãnh thổ nước ta có hai mặt giáp biển, hai mặt giáp lục địa với tổng chiều dài đường biên giới hơn 4500km và đường biển hơn 3200km. Với 49 cảng biển, 8 cảng hàng không và 23 cửa khẩu, Việt Nam là trung tâm trung chuyển hàng hóa quốc tế trên trục giao thương Châu Á – Thái Bình Dương, có đủ điều kiện để mở rộng giao thương với các quốc gia trong khu vực và trên thế giới.

### 2.2.1.3. Những bất lợi về yếu tố sản xuất.

Về ngành điện tử Việt Nam có một số bất lợi sau đây:

Thứ nhất, Mặc dù chúng ta có lợi thế về số lượng và phẩm chất nghề nghiệp nhưng ngược lại nguồn nhân lực chất lượng cao trong ngành điện tử Việt Nam còn khá thấp dưới 20% /lao động trong ngành điện tử. Thêm vào đó chất lượng đội ngũ lao động qua đào tạo cũng còn hạn chế. Nguồn kiến thức khoa học và công nghệ lỗi thời

Thứ hai, nguyên vật liệu để sản xuất các sản phẩm tinh vi đa phần đều phải nhập khẩu với giá thành cao. Doanh nghiệp Việt Nam đang phải nhập khẩu nhiều loại linh kiện từ các nước ngoài khối ASEAN và chịu thuế nhập khẩu ưu đãi (MFN) với mức thuế suất cao, bình quân từ 15% đến 20%, còn sản phẩm nguyên chiếc nhập từ các nước ASEAN chỉ có thuế suất bằng hoặc thấp hơn 5%.

Hai bất lợi điển hình này buộc những doanh nghiệp nội địa phải không ngừng đổi mới với tốc độ ngày càng nhanh để bắt kịp với các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài cũng như vươn lên để tạo ra lợi thế cạnh tranh cho riêng mình.

### 2.2.2. Các điều kiện về cầu.

Theo số liệu thống kê GDP bình quân đầu người ngày càng gia tăng do đó người Việt cũng chi tiêu mạnh tay hơn, chi tiêu hàng tháng của mỗi người cao hơn.

**Bảng 2. GDP bình quân đầu người của Việt Nam**

Năm	GDP/người(ngàn đồng)	USD
2005	11093	700
2010	24818	1273
2015	45719	2109
2016	48756	2215

(Nguồn tổng cục thống kê)

Các phân khúc khách hàng ngành điện tử của Việt Nam chủ yếu tập trung vào dòng thứ cấp, tuy nhiên trong những năm gần đây cùng với những quốc gia như Trung Quốc, Ấn Độ, Malaysia, Singapore... Việt Nam đang thể hiện những triển vọng của mình với tiềm năng internet phát triển, dân số trẻ và lượng người sử dụng internet ngày càng cao, những sản phẩm hiện đại như điện thoại di động truy cập internet, smartphone, notebook, laptop,... đang chiếm được sự quan tâm và yêu thích của khách hàng. Do đó thị trường ngành điện tử tiêu dùng ở Việt Nam đang trở thành một trong những thị trường đầy tiềm năng của các nhà đầu tư, với tâm lý tiêu dùng sành điệu, thể hiện đẳng cấp cá nhân đã thúc đẩy nhu cầu tiêu dùng của khách hàng hướng sang dòng cao cấp, phân khúc này ngày càng phát triển. Thực tế cho thấy tăng trưởng cầu các mặt hàng điện tử Việt Nam có sự tăng lên trong giai đoạn 2011 – 2015, điển hình như tivi, các thiết bị điện tử gia dụng và thiết bị nghe nhìn.

**Bảng 3. Quy mô thị trường một số mặt hàng điện tử.**

Hạng mục	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Tăng trưởng quy mô thị trường bán lẻ (%)	6.7	3.9	3.8	9.5	8.4	7.8	6.0	6.5
Tăng trưởng cầu thị trường: Thiết bị điện tử gia dụng(%)	8.4	9.9	9.9	10.2	10.8	10.7	10.6	10.6

Tivi (số lượng trên 1000 dân)	241.3	244.5	248.4	253.5	259.2	265.6	272.8	280.7
Tăng trưởng cầu thị trường: Thiết bị nghe nhìn gia đình(%)	10.8	10.9	10.7	11.2	11.8	11.9	11.6	11.9

Nguồn: 2015-16 Outlook for the Retail and Consumer Products Sector in Asia ([www.pwc.com](http://www.pwc.com))

### 2.2.3. Các ngành công nghiệp hỗ trợ và liên quan.

#### 2.2.3.1. Các ngành công nghiệp hỗ trợ.

Hiện tại, các sản phẩm chủ yếu của công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử Việt Nam bao gồm :

- Các loại khuôn mẫu: Khuôn mẫu có độ chính xác cao, khuôn đúc nhựa có độ chính xác cao;
- Các loại chi tiết cơ khí tiêu chuẩn chất lượng cao: Các loại đai ốc, bu lông, ốc vít có độ chính xác cao dùng cho các thiết bị điện tử, cơ điện tử, điện tử y tế, rô bốt công nghiệp;
- Các loại linh kiện điện tử, mạch vi điện tử để phát triển các thiết bị: Thiết bị ngoại vi, máy vi tính, đồ điện tử gia dụng, thiết bị nghe nhìn, pin mặt trời;
- Các cụm linh kiện, phụ tùng cho hệ thống thiết bị sản xuất điện năng từ năng lượng mới và năng lượng tái tạo;
- Các loại chi tiết nhựa chất lượng cao: Các bộ truyền động chính xác, các chi tiết có độ bền và tuổi thọ cao, chịu nhiệt và chịu mài mòn bằng nhựa.

Nhìn chung cho đến nay đến ngành công nghiệp hỗ trợ của Việt Nam còn cực kỳ sơ khai, thể hiện ở các mặt sau:

Thứ nhất, số lượng các doanh nghiệp hoạt động trong khu vực này chủ yếu là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, thuộc sở hữu nhà nước, vẫn còn thói quen bao cấp nên rất thụ động trong việc tìm kiếm khách hàng và ngại đổi mới. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp này thường gặp khó khăn trong việc tiếp cận vốn và công nghệ.

Thứ hai, chất lượng của các sản phẩm của các doanh nghiệp sản xuất trong ngành công nghiệp hỗ trợ rất thấp và kém ổn định. Theo kết quả khảo sát của Hiệp hội doanh nghiệp điện tử Việt Nam, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài có tên tuổi đều phải nhập khẩu trên 90% linh kiện của nước ngoài, thậm chí có doanh nghiệp nhập khẩu cả 100% như doanh nghiệp Fujitsu Việt Nam.

Thứ ba, tỷ lệ nội địa hóa trong các ngành công nghiệp của Việt Nam là rất thấp, chỉ đạt khoảng 20% và chủ yếu là các sản phẩm bao bì, linh kiện nhựa. Theo nghiên cứu của Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương (CIEM), 32/80 doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài khi được hỏi đều cho rằng việc cung ứng nguyên vật liệu và các hoạt động kinh tế hỗ trợ của Việt Nam rất kém. Các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài 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. Việc thiếu vắng các nhà cung cấp linh phụ kiện cũng khiến nhiều nhà đầu tư nước ngoài trong lĩnh vực này có xu hướng ngại đầu tư vào Việt Nam và đây là điểm yếu căn bản trong thu hút vốn đầu tư nước ngoài vào lĩnh vực điện tử.

Tóm lại, quá trình phát triển công nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam chưa diễn ra một cách có hiệu quả. Doanh nghiệp nội địa đã có nhưng chưa đáp ứng yêu cầu của thị trường. Do vậy, dẫn đến khó khăn trong việc tạo ra mối liên kết thượng – hạ nguồn giữa doanh nghiệp nội với nhau cũng như với doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Điều này làm giảm sức thu hút đầu tư vào Việt Nam.

#### 2.2.3.2. Các ngành công nghiệp liên quan.

Có thể kể đến hai ngành là công nghệ thông tin và kinh doanh bán lẻ thiết bị điện tử viễn thông. .

Trong những năm gần đây, ngành công nghệ thông tin của Việt Nam có sự phát triển mạnh mẽ nhờ đội ngũ nhân lực trẻ đầy tiềm năng, thông qua những cuộc thi như Robocon, E-sport,... ngành công nghệ thông tin có cơ hội để thể hiện mình với thế giới cũng như học hỏi tiếp thu từ những nước tiên bộ. Tạo điều kiện để đổi mới và phát triển chính mình và hỗ trợ ngành điện tử nước nhà.

Ngoài ra, với sự mở rộng kinh doanh của các tập đoàn kinh doanh bán lẻ lớn như Thế giới di động, Vin Group,... đã tạo điều kiện cho các sản phẩm và dịch vụ của ngành điện tử Việt Nam có cơ hội đáp ứng không những nhu cầu trong nước mà còn có thể lan rộng ra thị trường thế giới, từ đó đem về những tín hiệu phản hồi cho ngành điện tử, thể hiện được sự thay đổi của cấu trúc thị trường, giúp các doanh nghiệp điện tử cải tạo, nâng cấp các sản phẩm của mình để bắt kịp cũng như đi trước những thị hiếu của khách hàng.

#### **2.2.4. Các chiến lược, cơ cấu kinh doanh và môi trường cạnh tranh.**

Ngành điện tử có đóng góp không nhỏ trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng năm và có sự tăng trưởng mạnh qua các năm. Tuy nhiên, doanh nghiệp nội địa chỉ chiếm con số khiêm tốn với 8,74% trong tổng tỷ trọng doanh thu. Mặc dù vậy, khối doanh nghiệp tư nhân trong số các doanh nghiệp nội địa hiện đang nổi lên và nắm bắt nhiều cơ hội phát triển hơn là các doanh nghiệp Nhà nước. Có thể kể đến như: doanh nghiệp Viettronics Tân Bình (VTB) chuyên sản xuất linh kiện tivi, Công ty Điện tử Bình Hòa thuộc Tổng công ty cổ phần Điện tử và Tin học Việt Nam (VEIC) chuyên gia công các sản phẩm điện tử dành cho xe hơi hay một số doanh nghiệp vừa và nhỏ khác chuyên về các linh kiện như bộ biến áp đèn dành cho ampli, loa... là một trong số các doanh nghiệp lớn ở trong nước, mỗi năm xuất khẩu vào khu vực Đông Nam Á lượng hàng giá trị 3,4 triệu USD/năm, chủ yếu là hàng gia công với mức tăng trưởng hàng năm khoảng 5%. Trong những năm gần đây ngành điện tử Việt Nam dần dần bước qua giai đoạn thay thế hàng nhập khẩu và đang tiến xuất khẩu thể hiện qua kim ngạch xuất nhập khẩu hàng điện tử ngày càng thặng dư.

Về phạm vi doanh nghiệp số lượng doanh nghiệp nội địa ít; nguồn kiến thức khoa học công nghệ còn yếu; năng lực sản xuất hiện tại mới chỉ ở mức gia công lắp ráp; chất lượng nguồn nhân lực thấp, thua kém về khả năng thiết kế, sáng tạo sản phẩm, thiếu kinh nghiệm quản lý và tác phong công nghiệp, chưa đáp ứng yêu cầu của ngành; cộng thêm mức độ liên kết và hợp tác giữa các doanh nghiệp điện tử với các doanh nghiệp khác còn hạn chế, chưa tạo được mối liên kết chặt chẽ để phát triển theo hướng hợp tác, chuyên môn hoá phù hợp với cơ chế thị trường và xu thế toàn cầu hoá đã khiến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nội địa bị giảm xuống rõ rệt. Bên cạnh đó, rào cản rút lui cho ngành điện tử là khá cao bởi để đầu tư phát triển trong ngành này, nhà đầu tư phải bỏ ra một lượng vốn lớn cho các dây chuyền máy móc, công nghệ, đầu tư cho nguồn nhân lực.

Những yếu tố đã được phân tích như trên tạo ra một môi trường cạnh tranh hết sức gay gắt, buộc các doanh nghiệp nội địa phải nỗ lực hơn trong việc phát triển chính mình để không bị thua trên chính sân nhà.

#### **2.2.5. Các yếu tố khác.**

##### **2.2.5.1. Các sự kiện khách quan.**

Có nhiều sự kiện xảy ra trên phạm vi toàn thế giới có ảnh hưởng đến ngành điện tử, có thể kể đến như:

Khủng hoảng dầu hỏa kéo theo việc giảm giá xăng dầu và thay đổi tỷ giá hối đoái của đồng nội tệ, từ đó ảnh hưởng đến việc nhập khẩu nguyên vật liệu cũng như xuất khẩu thành phẩm.

Sự ra đời của những phát minh thuần túy cũng như sự gián đoạn trong công nghệ đem đến chiến lược cạnh tranh theo kiểu bất chước cho các doanh nghiệp nội địa, doanh nghiệp làm tốt điều này có thể nói đến BKAV với sự ra đời của dòng smartphone Bphone, tuy nhiên BKAV lại gặp vấn đề trong việc phân phối sản phẩm này.

Sự bùng nổ của nhu cầu trong khu vực cũng như trên thế giới về các dòng sản phẩm điện tử cảm ứng đã tạo ra động lực để các doanh nghiệp đổi mới cũng như nâng cấp dây chuyền sản xuất, đáp ứng đúng và đủ nhu cầu khách hàng.

##### **2.2.5.2. Vai trò Chính phủ**

Những năm gần đây, với việc nhận thức rõ ràng hơn về tầm quan trọng có tính chiến lược của ngành điện tử, Chính phủ đã không ngừng có những động thái để khuyến khích phát triển mạnh mẽ ngành điện tử nước nhà như là một ngành công nghiệp mũi nhọn. Việc của Chính phủ là tạo ra môi trường pháp lý và kinh tế có đủ sự thuận lợi cho ngành điện tử phát triển, thông qua đó tác động tới cả bốn nhân tố trong mô hình. Ngược lại, sự phát triển của ngành điện tử sẽ tác động đối với những động thái tiếp theo của Chính phủ.

Ngày 31/7/2014, Thủ tướng ký quyết định phê duyệt bốn kế hoạch hành động thực hiện chiến lược công nghiệp hóa của Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030, trong đó có mục tiêu đến năm 2030, Việt Nam trở thành một nước sản xuất lớn về thiết bị điện tử với công nghệ mới, thông minh và thân thiện với môi trường. Để thực hiện được mục tiêu trên, theo quyết định, có sáu vấn đề chiến lược cần tập trung thực hiện gồm: phát triển công nghiệp hỗ trợ phục vụ ngành ngành điện tử; phát triển nguồn nhân lực ngành ngành điện tử; phát triển, mở rộng thị trường trong nước và xuất khẩu cho ngành ngành điện tử; thu hút đầu tư các doanh nghiệp điện tử hàng đầu trên thế giới; phát triển các sản phẩm trọng điểm trong ngành ngành điện tử; hình thành các cụm ngành điện tử.

### **3. Một số giải pháp nâng cao lợi thế ngành điện tử Việt Nam khi gia nhập AEC.**

#### **3.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến ngành điện tử khi Việt Nam gia nhập AEC**

AEC xác định 12 lĩnh vực ưu tiên đẩy nhanh liên kết trong đó có lĩnh vực điện tử. Khi các mục tiêu của AEC được hoàn tất, AEC sẽ mang lại nhiều cơ hội cũng như không ít thách thức lớn cho ngành điện tử Việt Nam, đặc biệt là:

AEC đem đến nguồn nhân lực chất lượng cao: việc tự do lưu chuyển lao động cho phép ngành điện tử cũng như những ngành công nghiệp hỗ trợ và liên quan thu hút nguồn lao động chất lượng cao từ đó tăng cường lợi thế của các yếu tố sản xuất chuyên biệt, ngoài ra lao động trong ngành có thể dễ dàng đi ra nước ngoài học hỏi, nâng cao năng lực và trở về phục vụ phát triển nước nhà. Tuy nhiên, hiện tại mới chỉ có 8 nghề được cho phép lưu chuyển, và trong đó chỉ có dịch vụ kỹ thuật mới có khả năng tạo ra lợi thế yếu tố sản xuất chuyên biệt cho ngành điện tử.

AEC mở ra một khu vực thị trường chung rộng lớn: với gần 100% hàng hóa được tự do lưu chuyển trong nội khối, AEC tạo ra một khu vực thị trường hàng hóa chung giữa các nước ASEAN. Hàng rào thuế quan trong nội và ngoại khối có nhiều ưu đãi càng giúp cho hàng hóa và dịch vụ lưu chuyển tốt hơn. Điều này đem đến cơ hội để mở rộng thị trường, tăng sản lượng xuất khẩu đối với các mặt hàng của ngành điện tử, từ thị trường 90 triệu dân tăng lên gấp 7 lần (625,1 triệu dân), ngoài ra việc nhập khẩu nguyên vật liệu cũng trở nên thuận lợi hơn do chi phí giao dịch được giảm.

AEC mở ra cơ hội thu hút đầu tư nước ngoài vào Việt Nam: trong vòng 5 năm qua, các nước AEC đã nhận dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài hơn 400 tỷ USD, trong đó 271 tỷ đến từ Châu Á (68 tỷ trong số này đến từ nội khối), môi trường kinh doanh được mở rộng theo hướng minh bạch và bình đẳng hơn sẽ là điều kiện để thu hút đầu tư nước ngoài không những từ các nước ASEAN mà cả từ các nước ngoại khối, đặc biệt là các nước đối tác FTA của ASEAN vào Việt Nam để tham gia và chuỗi giá trị khu vực.

AEC tạo ra sức ép, nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam: tham gia vào một sân chơi chung và chịu áp lực cạnh tranh từ các đối tác khu vực cả về trình độ quản lý, công nghệ và nhân lực sẽ buộc các doanh nghiệp Việt Nam phải tự cải tổ, thay đổi, nâng cao năng lực cạnh tranh để có thể tồn tại và phát triển.

AEC tạo ra cơ sở để phát triển và kết nối về hạ tầng: như đã trình bày, cơ sở hạ tầng là một trong những nhân tố chuyên biệt đem lại lợi thế cạnh tranh, việc ASEAN xây dựng mạng lưới đường cao tốc kết nối các tuyến đường chính, ưu tiên vận tải quá cảnh để tạo ra các hành lang kinh tế liên vùng; cộng thêm chính sách mở cửa bầu trời có hiệu lực sẽ giúp tăng công suất vận chuyển hàng hóa; hạ tầng viễn thông được tăng cường giúp kết nối mạnh mẽ hơn.

AEC tạo điều kiện cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ tham gia chuỗi giá trị toàn cầu: theo Kế hoạch chính sách tổng thể ASEAN về phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ, sẽ có cơ hội đẩy mạnh liên kết để tham gia chuỗi giá trị toàn cầu, các lĩnh vực được ưu tiên phát triển sẽ góp phần hình thành các tam giác, khu vực tăng trưởng.

### **3.2. Một số giải pháp nâng cao lợi thế cạnh tranh ngành điện tử khi Việt Nam gia nhập AEC**

#### **3.2.1. Về phía Chính phủ**

Thứ nhất, hoàn thiện môi trường pháp lý và chính sách thuế quan.

Một hành lang pháp lý thông thoáng, rõ ràng sẽ tạo ra một môi trường kinh doanh thuận lợi để thu hút đầu tư nước ngoài. Đặc biệt cần quan tâm là tích cực cải tiến những thủ tục hành chính, chấm dứt gây khó khăn cho các doanh nghiệp như thủ tục kê khai thuế và sao y chứng từ, cấp giấy phép, xây dựng quy trình làm thủ tục hiện đại, nhanh chóng và thuận tiện cho người dân cũng như doanh nghiệp.

Ngoài những chính sách nhằm hoàn thiện khung pháp lý kể trên, cần phải củng cố bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp điện tử bằng các văn bản pháp luật. Điều này được xem như những chính sách khuyến khích sáng tạo cho các doanh nghiệp, mặc dù chỉ với quy mô doanh nghiệp vừa và nhỏ như hiện nay. Ngoài ra, đây cũng như là một sự đầu tư dài hạn về cơ sở hạ tầng để phát triển thị trường trong nước, có sự bảo hộ quyền sở hữu thì mới có sự sáng tạo trong lĩnh vực này.

Bên cạnh đó không quên sự thành lập và khuyến khích phát triển các Hiệp hội, điển hình như Hiệp hội doanh nghiệp điện tử Việt Nam (VEIA), những định chế hay điều luật hội được chính phủ ban hành sẽ là những kim chỉ nam cho sự tăng cường tác động của những Hiệp hội này trong việc liên kết thúc đẩy phát triển ngành điện tử nói chung và các doanh nghiệp trong hội nói riêng.

Hoàn thiện các chính sách thuế để tạo điều kiện thuận lợi cho việc xuất nhập khẩu nguyên vật liệu cũng như hàng hóa thành phẩm, đem đến một môi trường kinh doanh lành mạnh và bình đẳng.

Thứ hai, đầu tư và phát triển cơ sở hạ tầng.

Đặc thù ngành điện tử là ngành công nghệ kỹ thuật cao, do vậy cơ sở hạ tầng kỹ thuật cần đảm bảo chất lượng đủ tốt. Đặc biệt là về hạ tầng giao thông và năng lượng. Chính phủ cần đưa ra những chính sách phát triển giao thông đường biển, hàng không, đường bộ tại những khu vực có ngành điện tử phát triển, kết hợp đầy

manh liên kết giữa các hạ tầng này để tạo điều kiện cho việc lưu chuyển hàng hóa cũng như đem lại tác động lan tỏa đến các vùng lân cận.

Thứ ba, thu hút và sử dụng có hiệu quả vốn đầu tư trực tiếp của nước ngoài.

Với năng lực về vốn và công nghệ như hiện nay thì nước ta khó lòng đạt được những mục tiêu đòi hỏi công nghệ cao và vốn lớn như sản xuất linh kiện bán dẫn, vi mạch điện tử,... Do vậy để nhanh chóng chuyển đổi từ nền công nghiệp gia công lắp ráp đơn thuần sang thiết kế, chế tạo phục vụ trong nước và xa hơn là đạt mục tiêu như vừa nói, biện pháp tốt nhất là tận dụng nguồn vốn dồi dào từ nước ngoài thông qua các hình thức đầu tư liên doanh và doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài. Do vậy Chính phủ cần có những cơ chế để thu hút cũng như sử dụng một cách hiệu quả nhất nguồn vốn đầu tư trực tiếp của nước ngoài, nhờ vào các hoạt động xúc tiến thương mại để hỗ trợ cho ngành điện tử trong nước.

Thứ tư, chú ý nâng cao trình độ khoa học công nghệ.

Thực trạng cho thấy trình độ khoa học công nghệ của chúng ta còn lạc hậu đi sau các nước trên thế giới từ 10 – 15 năm, do vậy để đáp ứng được với đặc thù của ngành điện tử là đòi hỏi công nghệ cao, chúng ta không những phải đẩy nhanh tốc độ phát triển khoa học kỹ thuật bằng nhiều hình thức. Để làm được điều này cần ba nhóm giải pháp: Thứ nhất, tăng cường thu hút và tranh thủ nguồn vốn đầu tư nước ngoài để chuyển giao công nghệ vào các sản phẩm có hàm lượng công nghệ cao. Thứ hai, Chính phủ cần khuyến khích đầu tư phát triển và sử dụng công nghệ mới, phải có những chính sách ưu đãi cho những doanh nghiệp đi đầu như giảm thuế, hoàn thuế,... Và cuối cùng, cần thiết phải có những chính sách nhằm khuyến khích hoạt động nghiên cứu khoa học, song song đó cần có cơ chế thương mại hóa những nghiên cứu có giá trị. Khuyến khích cho các doanh nghiệp tham gia chương trình xây dựng hệ thống quản lý chất lượng. Hướng dẫn đăng ký sở hữu công nghiệp và đăng ký nhãn hàng.

Thứ năm, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

Với số lượng lao động dồi dào như hiện nay, Việt Nam đang có một yếu tố sản xuất phổ thông vô cùng thuận lợi, nếu biết cách, chúng ta có thể biến yếu tố phổ thông này thành những yếu tố chuyên biệt thông qua việc khuyến khích học tập nâng cao tay nghề, kết hợp học với hành nhằm đảm bảo đầu ra phù hợp với những tiêu chuẩn đầu vào của các doanh nghiệp. Bên cạnh đó, có thể thông qua chương trình liên kết đào tạo giữa các trường đại học trong nước và quốc tế, chương trình trao đổi lao động để nâng cao chất lượng lao động cũng như chất lượng dạy và học ở trong nước.

Thứ sáu, cần phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ.

Công nghiệp hỗ trợ là yếu tố sống còn của ngành điện tử, do vậy việc phát triển công nghiệp hỗ trợ sẽ dẫn đến sự phát triển ngành điện tử. Chính phủ cần có sự quan tâm mạnh mẽ hơn cho sự phát triển của khối ngành này. Tuy nhiên, cần hỗ trợ mạnh mẽ hơn nữa bằng cách: giảm hoặc miễn thuế nhập khẩu đối với các loại nguyên vật liệu phục vụ phát triển công nghiệp hỗ trợ cũng như ngành điện tử, từ đó giảm giá thành sản phẩm cuối cùng để duy trì lợi thế cạnh tranh với các nước trong khu vực và trên thế giới; khuyến khích sự gia nhập ngành cũng như tiến lên trong chuỗi giá trị của không chỉ doanh nghiệp nhà nước mà còn là doanh nghiệp tư nhân.; thêm nữa, cần hỗ trợ về hạ tầng kỹ thuật, thông tin nhằm giúp ngành công nghiệp hỗ trợ cập nhật thêm kiến thức từ thế giới để tránh tụt hậu, nhanh chóng vươn lên.

### **3.2.2. Về phía các doanh nghiệp trong nước**

Cần phải thực hiện một số vấn đề sau:

Thứ nhất, xây dựng chiến lược phát triển.

Trước hết, các doanh nghiệp trong ngành điện tử và cả trong ngành công nghiệp hỗ trợ cần nhận định rõ tình hình hiện tại của ngành, vị thế của bản thân đang ở đâu trong chuỗi giá trị, từ đó thiết kế những chiến lược ngắn, trung và dài hạn để phát triển; tăng cường việc liên doanh, không những thông qua việc góp vốn đầu tư, gia công sản phẩm đơn giản mà còn qua việc liên kết dưới dạng đối tác chiến lược, doanh nghiệp vệ tinh, chuyển nhượng bản quyền, thương hiệu.

Thứ hai, xác định thị trường mục tiêu.

Thị trường lớn đem lại cho các doanh nghiệp nhiều lợi ích, tuy nhiên cần xác định rõ phân khúc mục tiêu phù hợp với thế mạnh của mình chứ không nên phát triển tràn lan. Đi từng bước chậm, khi một phân khúc ổn định và các doanh nghiệp đã tạo ra được thương hiệu cho riêng mình rồi mới bắt đầu lấn sang phân khúc khác. Đây cũng là bài toán khó bởi ở thời điểm hiện tại chưa có bất kỳ một doanh nghiệp điện tử nào của Việt Nam có được thương hiệu mang đủ sức cạnh tranh.

Thứ ba, đào tạo nguồn nhân lực.

Đào tạo nguồn nhân lực không chỉ là việc của Chính phủ mà còn là việc trọng tâm trong nội bộ các doanh nghiệp. Việc có được đội ngũ lao động lành nghề và trung thành với doanh nghiệp sẽ quyết định vị thế của doanh nghiệp đó trong ngành, do vậy các doanh nghiệp cần tăng cường các hoạt động chiêu mộ nhân tài, như những chương trình thực tập sinh dành cho sinh viên mới ra trường, chương trình đào tạo quản trị viên,... Bên cạnh đó, chú trọng việc đánh giá, khen thưởng và đầu tư nâng cao năng lực cho lao động trong chính doanh nghiệp của mình, việc này sẽ đem đến động lực cống hiến cũng như ý thức tự trao dồi bản thân của họ, qua đó góp phần nâng cao hiệu suất làm việc và kết quả tạo ra.

### **C. Kết luận**

Qua phân tích tổng quát chúng ta cần nhận thức rằng hiện tại năng lực cạnh tranh của ngành điện tử nước ta còn yếu so với các nước tiên tiến trong khu vực và trên thế giới và cũng chưa tương xứng với tiềm năng sẵn có. Lý do được đưa ra là do Nhà nước còn chậm trong việc nhận định về tầm quan trọng của những nhân tố tạo ra lợi thế cạnh tranh cho ngành điện tử Việt Nam, ngoài ra còn thiếu chính sách phát triển hoàn thiện và có định hướng. Bên cạnh đó là do các doanh nghiệp chưa có những nhận định chiến lược phù hợp với thế mạnh bản thân cũng như tình hình phát triển của thế giới. Vì vậy để nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành điện tử, cần có nhận thức rõ ràng hơn về lợi thế cạnh tranh và những mặt còn hạn chế của ngành ở thời điểm hiện tại. Thấy được điều đó sẽ giúp Chính phủ và các doanh nghiệp ngành điện tử trong nước tìm ra các chiến lược và giải pháp phù hợp trong bối cảnh hội nhập AEC.

Có thể thấy việc AEC có hiệu lực sẽ ảnh hưởng tới cả các nhân tố trong mô hình xác định lợi thế cạnh tranh ngành điện tử, điều quan trọng là xu hướng cũng như mức độ tác động như thế nào sẽ là một hướng nghiên mở rộng thêm cho bài viết này.

### **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Micheal E. Porter, 1990. Lợi thế cạnh tranh quốc gia. Dịch từ tiếng Anh. Nguyễn Ngọc Toàn và các đồng sự, 2008. Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Trẻ.
2. Trần Văn Tùng, 2004. Cạnh tranh Kinh tế. Hà Nội: Nhà xuất bản Thế giới.
3. Trần Văn Thọ, 2005. Biến động Kinh tế Đông Á và con đường công nghiệp hóa Việt Nam. Hà Nội: Nhà xuất bản Chính trị quốc gia.
4. Viện Nghiên cứu Phát triển Thành phố Hồ Chí Minh, 2008. Định hướng và giải pháp phát triển công nghiệp phụ trợ phục vụ phát triển ngành điện tử trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh và vùng kinh tế trọng điểm phía Nam. Hồ Chí Minh: 07/2008.
5. Lê Xuân Sang và Nguyễn Thị Thu Huyền, Chính sách thúc đẩy công nghiệp hỗ trợ: Lý luận, thực tiễn và định hướng cho Việt Nam. Kỷ yếu Hội thảo Chính sách tài chính hỗ trợ phát triển công nghiệp hỗ trợ Việt Nam. Hà Nội, 12/2011, Viện Chính sách Công nghiệp (Bộ Công thương) và Viện Chiến lược và chính sách tài chính (Bộ Tài chính).
6. Phạm Bình An, 2015. Cộng đồng kinh tế ASEAN và thị trường lao động Việt Nam. Kỷ yếu Hội thảo khoa học Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC): Cơ hội và thách thức cho thị trường lao động Thành phố Hồ Chí Minh. Hồ Chí Minh, 08/2015, Viện Nghiên cứu Phát triển Thành phố Hồ Chí Minh.
7. Chính phủ nước CHXHCN Việt Nam, 2009. Quyết định ngày 15/10/2009 về Quy hoạch phát triển vận tải biển Việt Nam đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030.
8. Chính phủ nước CHXHCN Việt Nam, 2011. Quyết định ngày 26/08/2011 về Ban hành Danh mục sản phẩm công nghiệp hỗ trợ ưu tiên phát triển.
9. Chính phủ nước CHXHCN Việt Nam, 2014. Quyết định ngày 09/06/2014 về Phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển ngành công nghiệp Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

### **Website**

1. Báo Sài Gòn giải phóng Online, 2015. Công nghiệp điện tử Việt Nam: Miếng ngon thuộc về doanh nghiệp ngoại.  
<<http://www.sggp.org.vn/kinhte/2015/9/397789/>>  
Wikipedia tiếng Việt. Cạnh tranh (kinh doanh).  
<[https://vi.wikipedia.org/wiki/C%E1%BA%A1nh\\_tranh\\_\(kinh\\_doanh\)](https://vi.wikipedia.org/wiki/C%E1%BA%A1nh_tranh_(kinh_doanh))>

2. Tạp chí Cộng sản, 2014. Giáo dục đào tạo với phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao ở nước ta hiện nay.

<<http://www.tapchicongsan.org.vn/Home/Nghiencuu-Traodoi/2014/30648/Giao-duc-dao-tao-voi-phat-trien-nguon-nhan-luc-chat-luong.aspx>>

3. Café F, 2015. Thu nhập bình quân đầu người tại Việt Nam đang tăng lên nhanh chóng.

<<http://cafef.vn/vi-mo-dau-tu/thu-nhap-binh-quan-dau-nguoi-tai-viet-nam-dang-tang-len-nhanh-chong-20150914083809848.chn>>

4. Báo Sài gòn giải phóng Online, 2015. Ngành công nghiệp điện tử nội địa khó cạnh tranh.

<<http://www.sggp.org.vn/congnghiepkt/2015/1/373717/>>

5. Tinvn, 2014. Nỗi đau của một quốc gia không sản xuất nổi con ốc vít.

<<http://tinvn.info/noi-dau-cua-mot-quoc-gia-khong-san-xuat-noi-con-oc-vit.html>>