

# Kết nối kinh tế giữa Việt Nam và Nhật Bản: Cách tiếp cận từ phía doanh nghiệp<sup>(\*)</sup>

PHẠM HỒNG CHƯƠNG\*

*Tóm tắt:* Bài viết này trình bày tổng quan về kết nối kinh tế giữa các doanh nghiệp Việt Nam và Nhật Bản và chỉ ra các rào cản chính cản trở sự kết nối kinh tế giữa hai nước bao gồm: i) Các lĩnh vực ưu tiên chủ yếu trong việc kết nối kinh tế của Việt Nam với các đối tác trong đó có Nhật Bản ở cả cấp độ chính vĩ mô (chính phủ) và vi mô (doanh nghiệp) còn mơ hồ và chung chung; ii) Chính sách hợp tác và thu hút FDI của Việt Nam không có cấu trúc định hướng mục tiêu; iii) Việt Nam vẫn còn là nơi tương đối khó khăn cho hoạt động sản xuất kinh doanh so với các nước trong khu vực và; iv) Liên kết giữa các doanh nghiệp Nhật Bản và doanh nghiệp trong nước còn thiếu và yếu. Việt Nam không những cần chỉ ra các biểu hiện và nguyên nhân của việc kết nối kinh tế chưa hiệu quả giữa các doanh nghiệp Việt Nam và Nhật Bản mà còn phải có những hành động cụ thể để thúc đẩy và nâng cao hiệu quả của mỗi liên kết này. Để làm được điều đó, Việt Nam cần nâng cao năng lực của doanh nghiệp với hai trụ cột chính là: i) nâng cao năng suất và ii) học hỏi, chuyển giao công nghệ trong liên kết với các doanh nghiệp Nhật Bản.

*Từ khóa:* Kết nối kinh tế, doanh nghiệp, Việt Nam, Nhật Bản.

## 1. Kết nối kinh tế

### 1.1. Quan niệm về kết nối kinh tế

Về mặt học thuật, hiện chưa có định nghĩa thống nhất về "Kết nối kinh tế" (Economic linkages) mặc dù giới chính sách và nghiên cứu đã đề cập và nghiên cứu một số khái niệm tương tự như hợp tác kinh tế (economic cooperation), hội nhập kinh tế (economic integration)... Hợp tác kinh tế (economic cooperation) giữa các quốc gia là sự phối hợp giữa các quốc gia trên lĩnh vực kinh tế và ở các cấp độ song phương hoặc đa phương, cấp khu vực và cấp quốc tế. Các lĩnh

vực kinh tế này bao gồm xuất khẩu và nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ, cho vay và vay vốn, tín dụng và các dịch vụ khác (acceptance services). Thông thường, các quốc gia hợp tác kinh tế nhằm mục đích giảm thiểu khoảng cách kinh tế giữa các bên, tăng cường năng lực tài chính, thương mại, dịch vụ, công nghiệp và nông nghiệp, cải thiện điều kiện sống cho người dân, gia tăng tình hữu hảo giữa các quốc gia và duy trì hòa bình thế giới. Như vậy, hợp tác kinh tế không chỉ góp phần nâng cao hiệu quả kinh tế của mỗi quốc gia mà còn hướng tới những mục tiêu phát triển bền vững trong tương lai. Hội nhập kinh tế

\*Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

(\*) Bài viết này là sản phẩm của của Đề tài cấp quốc gia

KX01.13/16-20 thuộc Chương trình KH&CN trọng điểm cấp quốc gia giai đoạn 2016-2020 KX.01/16-20.



(economic integration) đề cập tới thỏa thuận giữa các quốc gia trong cùng một vùng địa lý được phép giảm hoặc gỡ bỏ hàng rào thuế quan và phi thuế quan đối với các dòng hàng hóa, dịch vụ, các điều kiện sản xuất giữa các thành viên hoặc bất kỳ thỏa thuận nào về hợp tác thương mại, tài chính và/hoặc các chính sách tiền tệ. Cho tới nay các cấp độ hội nhập hay liên kết kinh tế do Béla Balassa (1928 - 1991) đưa ra trong công trình "*Lý thuyết về hội nhập kinh tế*" (1961) được các nghiên cứu về hội nhập kinh tế sử dụng như là khung khái niệm chung trong quá trình phân tích những vấn đề hội nhập kinh tế. Công trình của Béla Balassa (1961) phát triển theo hướng nghiên cứu của Viner (1950) và Meade (1955) trình bày năm hình thức liên kết và hội nhập kinh tế khu vực xét theo cấp độ cam kết tự do hóa thương mại và liên kết kinh tế từ " nông " tới " sâu ".

Tuy vậy, các khái niệm hội nhập kinh tế hay hợp tác kinh tế vẫn chưa thực sự bao hàm hết ý nghĩa của kết nối kinh tế. Về bản chất, kết nối kinh tế giữa hai quốc gia được hiểu như một dạng hợp tác song phương trong đó các quốc gia dựa trên sự tương đồng về mặt địa lý, văn hoá, tính bổ trợ của nền kinh tế hợp tác toàn diện với trọng tâm là kết nối chiến lược phát triển kinh tế, năng lực sản xuất và nguồn nhân lực trên nguyên tắc bổ sung, tương trợ lẫn nhau và cùng có lợi. Kết nối kinh tế được thể hiện ở góc độ vĩ mô và vi mô. Ở tầm vĩ mô, kết nối kinh tế được xem như sự kết nối về chính sách, chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của hai quốc gia. Ở tầm vi mô kết nối kinh tế thể hiện thông qua kết nối về năng lực sản xuất và nguồn nhân lực của các doanh nghiệp và các địa phương của hai nước.

### **1.2. Quan điểm chung về kết nối kinh tế giữa Việt Nam và Nhật Bản**

Mối quan hệ chiến lược Việt Nam - Nhật Bản đã được vun đắp ngay từ những năm đầu của thời kỳ đổi mới và đã được nâng lên một tầm chiến lược mới vào năm 2002 khi lãnh đạo hai quốc gia

nhất trí xây dựng quan hệ Việt Nam - Nhật Bản theo phương châm "đối tác tin cậy, ổn định lâu dài". Năm 2004 hai quốc gia đã ký kết Tuyên bố chung "Vươn lên tầm cao mới của quan hệ đối tác bền vững". Tháng 10/2006, Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng thăm chính thức Nhật Bản. Sự kiện này đánh dấu một giai đoạn mới trong quan hệ giữa nước với Tuyên bố chung "Hướng tới quan hệ đối tác chiến lược vì hòa bình và phồn vinh ở châu Á". Năm 2009, Tuyên bố chung "Quan hệ đối tác chiến lược Việt Nam - Nhật Bản vì hòa bình và phồn vinh ở châu Á" và Quyết định số 57/2009/QĐ-TTg về phê duyệt "Hiệp định Đối tác kinh tế giữa Việt Nam và Nhật Bản" được ban hành. Trên cơ sở những thành tựu đã đạt được và với tầm nhìn chiến lược chung về tiềm năng hợp tác và tương lai quan hệ Việt Nam - Nhật Bản, tháng 9/2015 trong chuyến thăm chính thức tới Nhật Bản, Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng và Thủ tướng Nhật Shinzo Abe đã thông qua Tuyên bố "Về tầm nhìn chung quan hệ Việt Nam - Nhật Bản" nhằm thúc đẩy toàn diện và làm sâu sắc hơn quan hệ Đối tác chiến lược sâu rộng Việt Nam - Nhật Bản vì hòa bình và phồn vinh ở châu Á. Hai bên khẳng định "Việt Nam và Nhật Bản là đối tác quan trọng của nhau, có nhiều lợi ích cơ bản tương đồng, sự phát triển của nước này sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của nước kia. Việt Nam khẳng định Nhật Bản tiếp tục là đối tác quan trọng hàng đầu và lâu dài, Nhật Bản khẳng định coi trọng vị trí của Việt Nam trong chính sách đối ngoại của Nhật Bản ở khu vực châu Á - Thái Bình Dương". Về kết nối hai nền kinh tế, xuất phát từ nhu cầu và lợi ích của nhau, "hai bên chia sẻ mong muốn kết nối hai nền kinh tế phát triển bền vững lâu dài với trọng tâm là kết nối chiến lược phát triển kinh tế, năng lực sản xuất và nguồn nhân lực trên nguyên tắc bổ sung, tương trợ lẫn nhau và cùng có lợi". Nhật Bản khẳng định sẽ hỗ trợ Việt Nam nâng cao năng lực cạnh tranh, chuyển đổi mô hình tăng trưởng, triển khai Chiến lược công nghiệp hóa trong khuôn khổ hợp tác Việt Nam -



Nhật Bản hướng đến năm 2020, tầm nhìn 2030 và sớm triển khai Giai đoạn VII Sáng kiến chung Việt Nam - Nhật Bản về cải thiện môi trường đầu tư của Việt Nam nhằm tăng cường năng lực cạnh tranh của Việt Nam<sup>1</sup>.

Gần đây nhất trong chuyến thăm chính thức của Thủ tướng Nhật Bản Shinzo Abe tới Việt Nam vào tháng 1/2017 và chuyến thăm của cố Chủ tịch nước Trần Đại Quang tới Nhật Bản tháng 5/2018, hai bên tái khẳng định chính sách nhất quán coi Nhật Bản là đối tác quan trọng hàng đầu và lâu dài của Việt Nam. Về phía Nhật Bản, Thủ tướng Shinzo Abe khẳng định sẽ tiếp tục hỗ trợ Việt Nam phát triển kinh tế - xã hội thông qua nguồn vốn ODA cũng như thúc đẩy hợp tác các dự án cơ sở hạ tầng chất lượng cao, cam kết cung cấp thêm khoản ODA vốn vay cho Việt Nam trong các lĩnh vực an ninh hàng hải, ứng phó với biến đổi khí hậu, thoát nước và xử lý nước thải; Nhật Bản sẵn sàng thúc đẩy các hoạt động ứng dụng công nghệ cao, đầu tư trong các hình thức huy động vốn của các doanh nghiệp nhà nước, đào tạo cán bộ, tạo điều kiện để người Việt Nam du lịch Nhật Bản, thúc đẩy giao lưu văn hóa. Hai bên nhất trí cao về những phương hướng lớn và các biện pháp cụ thể nhằm đưa quan hệ đối tác chiến lược sâu rộng Việt Nam - Nhật Bản phát triển toàn diện, thực chất và hiệu quả hơn nữa trong thời gian tới.

### 1.3. Các nhân tố thúc đẩy kết nối kinh tế giữa Việt Nam và Nhật Bản

Trong bối cảnh xu hướng thế giới đa cực, khu vực hóa và toàn cầu hóa sâu sắc, bốn nhân tố cơ bản tác động đến quá trình kết nối kinh tế giữa Việt Nam và Nhật Bản gồm:

*Thứ nhất, Nhật Bản tiếp tục là đối tác chiến lược của Việt Nam trong nhiều lĩnh vực trên cơ*

*sở hai bên cùng có lợi.* Trong điều kiện già hóa dân số, hợp tác với Việt Nam là lối đi thích hợp và khôn ngoan nhất của cả Chính phủ và các doanh nghiệp Nhật Bản. Việt Nam có khả năng đáp ứng nhu cầu đồ của Nhật Bản. Mặt khác, Việt Nam cũng rất cần vốn và công nghệ của Nhật Bản để phát triển đất nước. Đây chính là cốt lõi tạo nên tình huống đôi bên cùng có lợi. Hai bên cũng sẽ có được lợi ích lớn hơn trong hợp tác về chính trị và ngoại giao.

*Thứ hai, quan hệ thương mại Việt Nam - Nhật Bản ngày càng phát triển và gắn bó chặt chẽ hơn.* Nhật Bản là một trong bốn nhóm đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam trong những năm vừa qua (bên cạnh Mỹ, Trung Quốc và EU). Nhật Bản là thị trường xuất khẩu lớn thứ hai về rau quả của Việt Nam và thứ ba về thủy sản (Bộ Công thương, 2018). Nhật Bản luôn là thị trường xuất khẩu lớn thứ hai của Việt Nam sau Mỹ với hầu hết các sản phẩm chủ lực của công nghiệp Việt Nam như thủy sản, dệt may, da giày, đồ gỗ và gần đây là công nghiệp phần mềm. Cơ cấu hàng hóa của Nhật Bản và Việt Nam mang tính bổ sung, không cạnh tranh. Một điểm rất quan trọng là Việt Nam có cán cân thương mại thặng dư hoặc thâm hụt nhỏ đối với Nhật Bản trong khi cán cân thương mại với đối tác lớn nhất là Trung Quốc lại luôn thâm hụt lớn. Theo số liệu của Tổng cục Hải quan<sup>2</sup> trong giai đoạn 2011 - 2014, mức xuất siêu hàng hóa của Việt Nam sang Nhật Bản lần lượt là 380 triệu USD; 1,45 tỷ USD; 2,02 tỷ USD và 1,77 tỷ USD. Sang giai đoạn 2015 - 2017, cán cân thương mại chuyển sang trạng thái thâm hụt thấp về phía Việt Nam với các mức lần lượt là 228 triệu USD; 393 triệu USD và 119 triệu USD. Mặc dù Nhật Bản mới đang dần từng bước thoát ra khủng hoảng và suy thoái nhưng tiềm năng của thị trường Nhật Bản đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam là rất lớn.

<sup>1</sup> Việt Nam đã phê duyệt chiến lược công nghiệp hóa trong khuôn khổ Việt Nam - Nhật Bản hướng đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030. Chiến lược này ưu tiên phát triển 6 ngành công nghiệp gồm điện tử, máy nông nghiệp, chế biến nông-thủy sản, đóng tàu, môi trường và tiết kiệm năng lượng, sản xuất ô tô và phục tùng ô tô.

<sup>2</sup>Website Hải quan Việt Nam: <https://www.customs.gov.vn/Lists/ThongKeHaiQuan/ViewDetails.aspx?ID=1393&Category=Ph%C3%A2n%20t%C3%ADch%20chuy%C3%AAn%20%C4%91%E1%BB%81&Group=Ph%C3%A2n%20t%C3%AD>



Nhật Bản cũng rất cần khai thác thị trường Việt Nam với hơn 90 triệu dân cho các sản phẩm công nghiệp chủ lực của mình như điện tử, ô tô, xe máy, cơ khí máy móc và các sản phẩm công nghiệp khác.

Thứ ba, *Nhật Bản tiếp tục là nhà tài trợ lớn nhất cung cấp vốn ODA và ngày càng tham gia sâu sắc hơn vào công cuộc phát triển kinh tế của Việt Nam.* Nhật Bản là quốc gia viện trợ phát triển chính thức lớn nhất cho Việt Nam, chiếm khoảng 30% - 35% tổng cam kết ODA của cộng đồng quốc tế đối với Việt Nam (Umeda Kunio, 2018). Trong 25 năm (từ 1992 đến 2017), Nhật Bản cung cấp khoảng 27 tỷ USD vốn ODA cho Việt Nam. Nhiều dự án của Nhật Bản đã hoàn thành và đưa vào khai thác rất hiệu quả, đóng góp to lớn vào sự phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam. Năm 2009, Việt Nam đạt được mức thu nhập bình quân đầu người 1.070 USD và trở thành quốc gia có thu nhập trung bình thấp (theo chuẩn của Ngân hàng Thế giới<sup>3</sup>), nhưng ODA mà Nhật Bản dành cho Việt Nam cũng không vì thế mà suy giảm. Sự gắn bó sâu sắc hơn của các doanh nghiệp Nhật Bản vào công cuộc phát triển kinh tế của Việt Nam có thể tạo ra những nguồn ODA lớn hơn nữa từ Nhật Bản cho Việt Nam trong việc xây dựng cơ sở hạ tầng và phát triển nguồn nhân lực, hai điểm yếu cơ bản trong môi trường đầu tư của Việt Nam. Trong 5 năm từ 2012 đến 2016, trung bình mỗi năm Nhật Bản hỗ trợ Việt Nam 160 tỷ yên (32.500 tỷ đồng) theo hình thức vốn vay; 2,3 tỷ yên (467 tỷ đồng) theo hình thức viện trợ không hoàn lại và 8,7 tỷ yên (1.760 tỷ đồng) theo hình thức hợp tác kỹ thuật. Năm 2018, Cơ quan Hợp tác quốc tế Nhật Bản

(JICA) tiếp tục triển khai vốn ODA Nhật Bản tại Việt Nam với ba vấn đề trọng tâm: i) thúc đẩy các dự án đang thực hiện; ii) tái khởi động các dự án bị đình trệ, và iii) triển khai các dự án đã được hai bên thông qua<sup>4</sup>. Đến năm 2020, Nhật Bản sẽ phối hợp với Ngân hàng Phát triển châu Á (ADB) cung cấp 110 tỷ yên viện trợ ODA cho châu Á để xây dựng cơ sở hạ tầng chất lượng cao trong đó có Việt Nam<sup>5</sup>.

Thứ tư, Việt Nam tiếp tục là điểm thu hút đầu tư lớn của Nhật Bản, đặc biệt trong lĩnh vực sản xuất công nghiệp. Tính đến năm 2017, 125 quốc gia và vùng lãnh thổ có dự án đầu tư FDI còn hiệu lực tại Việt Nam, trong đó Nhật Bản đứng thứ hai với tổng tích lũy 3.599 dự án, tổng vốn tích lũy 49,46 tỷ USD (chiếm 15,5% tổng vốn đầu tư), chỉ xếp sau Hàn Quốc (chiếm 18,1% tổng vốn đầu tư)<sup>6</sup>. Hiện đang có xu thế tích cực hơn của các doanh nghiệp Nhật Bản trong việc đầu tư vào Việt Nam. Những bất ổn chính trị mới đây của Thái Lan và tầm ảnh hưởng quá lớn của Trung Quốc cũng như những nguy cơ khác đã khiến cho các doanh nghiệp Nhật Bản phải quan tâm hơn nữa tới Việt Nam. Tiềm năng của lực lượng lao động và ổn định chính trị, vị trí thuận lợi của Việt Nam đang thu hút mạnh mẽ các nhà sản xuất công nghiệp hàng đầu của Nhật Bản. Kết quả “Khảo sát về thực trạng hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp Nhật Bản tại châu Á và châu Đại Dương trong năm 2017” của Tổ chức Xúc tiến Thương mại Nhật Bản (JETRO, 2017) cho thấy, các nhà đầu tư Nhật Bản vẫn xem Việt Nam là quốc gia hứa hẹn trong khu vực về lợi nhuận hoạt động trong tương lai.

<sup>3</sup> Với các mục tiêu tác nghiệp, hàng năm, Ngân hàng Thế giới phân loại các quốc gia thành viên thành các nhóm nước theo thu nhập bình quân đầu người. Ngưỡng thu nhập để phân nhóm quốc gia dựa trên số liệu năm 2012 như sau: Thu nhập thấp (dưới 1.035 USD/người); thu nhập trung bình thấp (1.036 - 4.085 USD); thu nhập trung bình cao (4.086 - 12.615 USD); và thu nhập cao (từ 12.616 USD trở lên). Điều đó có nghĩa là các quốc gia đạt mức thu nhập bình quân đầu người vào khoảng 1.000 USD sẽ chuyển từ nhóm nước thu nhập thấp sang nhóm

nước thu nhập trung bình thấp.

<sup>4</sup> <https://www.baodautu.vn/nhat-ban-tiep-tuc-ho-tro-oda-cho-viet-nam-d78808.html>

<sup>5</sup> Website Trung tâm xúc tiến đầu tư phía Nam - Cục đầu tư nước ngoài, Bộ Kế hoạch và đầu tư: <http://www.ipcs.vn/vn/nhat-ban-van-la-nha-tai-tro-oda-lon-nhat-cho-viet-nam-W1192.htm>

<sup>6</sup> <http://www.tapchitaichinh.vn/nguyen-cuu--trao-doi/trao-doi-binh-luan/fdi-va-nhung-ky-luc-moi-135396.html>



69,5% doanh nghiệp đầu tư tại Việt Nam có kế hoạch mở rộng kinh doanh và tiếp tục coi Việt Nam là địa điểm đầu tư quan trọng. 28,8% cho biết sẽ giữ nguyên quy mô, trong khi chỉ có chưa tới 2% cho biết sẽ giảm hoặc chuyển hoạt động ra khỏi quốc gia. Như vậy, xét về tỷ lệ doanh nghiệp Nhật Bản dự kiến mở rộng hoạt động kinh doanh ở khu vực ASEAN, Việt Nam đứng thứ hai, chỉ sau Myanmar (70,7%) và cao hơn mức trung bình của các quốc gia trong khu vực (53,7%). Khoảng 88% doanh nghiệp cho rằng, lý do chính để mở rộng kinh doanh là khả năng tăng doanh thu. Trong ngành công nghiệp phi chế tạo, khoảng 58% số doanh nghiệp cho rằng, lý do chính là khả năng tăng trưởng và tiềm năng cao.

## 2. Thực trạng kết nối kinh tế giữa các doanh nghiệp Việt Nam và Nhật Bản

Kết nối kinh tế giữa các doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp trong nước thể hiện trên phương diện liên kết kinh tế - tức là các doanh nghiệp trong nước đóng vai trò vừa là những nhà cung cấp những hàng hóa dịch vụ đầu vào và đồng thời là khách hàng trực tiếp mua sản phẩm do các doanh nghiệp FDI. Ngoài ra sự liên kết còn được thể hiện trên phương diện chuyển giao công nghệ, kiến thức, kỹ năng các doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp trong nước. Theo đó, các doanh nghiệp FDI có thể chủ động chia sẻ những kiến thức, kỹ năng, công nghệ, những bí quyết về quản lý, nâng cao tay nghề lao động cho quốc gia tiếp nhận đầu tư thông qua môi trường làm việc chuyên nghiệp, những khóa đào tạo hoặc luân chuyển lao động... Ngược lại, các doanh nghiệp trong nước tiếp thu những tri thức hiện đại nhằm nâng cao hiệu quả của quá trình chuyển giao. Có thể nhận thấy, đây là một mối quan hệ dựa trên nền tảng đôi bên cùng có lợi trong đó, doanh nghiệp FDI được hưởng lợi từ việc hạ giá thành đầu vào sản phẩm, nâng cao năng suất lao động và tăng cường khả năng cạnh tranh trước các đối thủ kinh doanh. Tham gia chặt chẽ vào mối liên kết, các doanh nghiệp trong nước có khả năng tiếp cận/thâm nhập thị trường rộng lớn và bền

vững cho các sản phẩm do mình chế tạo, đồng thời nâng cao năng suất, hiệu quả kinh doanh nhờ những kiến thức học hỏi được từ các doanh nghiệp FDI.

Cho đến nay, mặc dù chưa có một sự thống nhất chung về các tiêu chí đánh giá mức độ liên kết giữa các doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp nội địa, nhưng các nghiên cứu về vấn đề này đều đưa ra một kết luận khá đồng nhất rằng: i) tỷ lệ nội địa hóa và ii) thị trường của các doanh nghiệp FDI được xem xét là những tiêu chí quan trọng quyết định mối quan hệ về sản xuất giữa các doanh nghiệp. Mức độ liên kết càng cao nếu khối lượng sản phẩm phân phối hoặc nguyên liệu cung cấp càng lớn. Kết quả khảo sát và tham vấn các bên liên quan về kết nối kinh tế giữa các doanh nghiệp Việt Nam và Nhật Bản trong cung ứng nguyên vật liệu và tiêu thụ sản phẩm cho thấy một số vấn đề sau:

### 2.1. Tỷ lệ nội địa hóa

McAleese và McDonald (1978), Gorg và Ruane (1998), Mohd Noor (1999), Driffield và Mohd Noor (1999), Scott và Enderwick (2001) chỉ ra rằng các doanh nghiệp FDI có xu hướng sử dụng ngày càng nhiều hơn nguyên liệu được sản xuất tại nước sở tại khi tích lũy được những kinh nghiệm đầu tư, nâng cấp được các yếu tố nội địa tại chỗ và có thể hạ thấp được chi phí mua sắm, chi tiêu nội địa và tiết kiệm thời gian. Tác động tích cực của quá trình này đến nhà cung cấp nội địa có thể xuất hiện thông qua việc các doanh nghiệp FDI yêu cầu nhà cung cấp phải sản xuất đầu vào trung gian chất lượng hơn, qua đó tạo động lực cho sản xuất, cải tiến quy trình. Cuối cùng, liên kết này có thể phát sinh từ việc cải thiện tính kinh tế theo quy mô, cạnh tranh lớn hơn trong một thị trường cụ thể nhờ nhu cầu tăng thêm từ phía doanh nghiệp FDI.

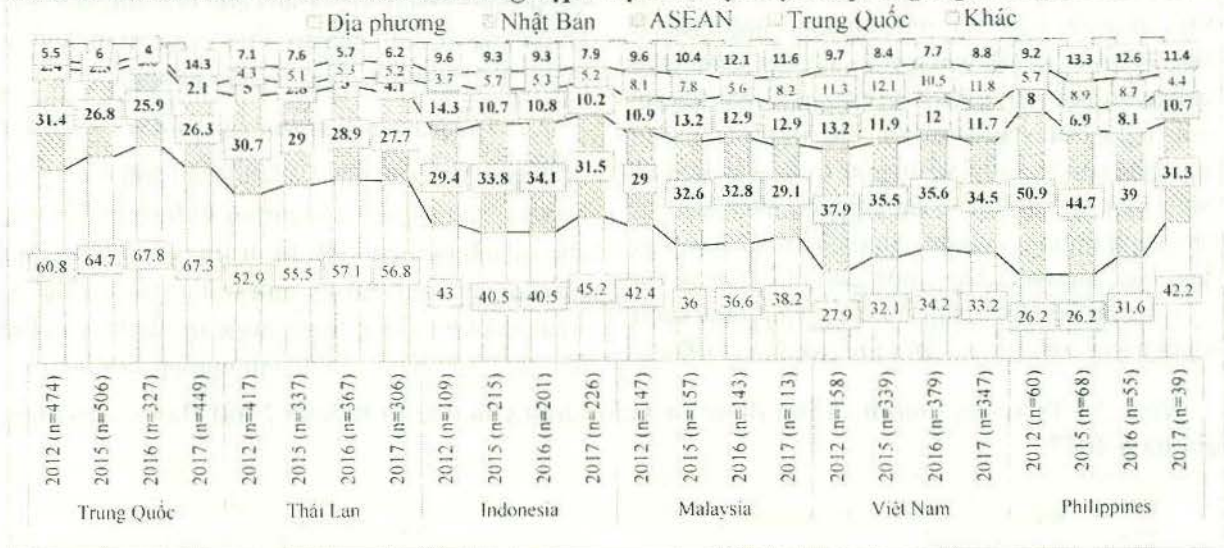
Kết quả khảo sát của JETRO (2017) cho thấy, khả năng cung ứng nguyên liệu, linh kiện, tỷ lệ nội địa hóa của Việt Nam có sự cải thiện trong giai đoạn 2012 - 2017, tăng 5,3 điểm phần trăm



từ 27,9% năm 2012 lên 33,2% năm 2017. Tỷ lệ tăng này cao hơn Thái Lan (3,9 điểm phần trăm), Indonesia (2,2 điểm phần trăm), Malaysia (-4,2 điểm phần trăm) nhưng thấp hơn Philippines (16 điểm phần trăm) và Trung Quốc (6,5 điểm phần trăm). Tuy nhiên, cần lưu ý rằng mặc dù đạt mức tăng trưởng cao hơn Thái Lan, Indonesia, Malaysia, tỷ lệ nội địa hóa của Việt Nam năm 2017 còn tương đối thấp, chỉ bằng 63% của tỷ lệ nội địa hóa của Thái Lan năm 2012, 77% của Indonesia, 78% của Malaysia và 55% của Trung Quốc. Thậm chí với xuất phát điểm cao hơn Philippines năm 2012 (27,9% so với 26,2%) tỷ lệ nội địa hóa năm 2017 của Việt Nam chỉ bằng 79% so với Philippines.

Mặc dù có tỷ lệ tăng trưởng dương trong giai đoạn 2012 - 2017, tỷ lệ nội địa hóa năm 2017 của Việt Nam giảm 1 điểm phần trăm so với năm trước, thấp hơn Trung Quốc (67,3%); Thái Lan (56,8%), Indonesia (45,2%), Philippines (42,2%), Malaysia (38,2%) và mức trung bình chung trong khu vực (48,6%). So sánh giữa khu vực miền Bắc và khu vực miền Nam thì khu vực miền nam có tỷ lệ nội địa hóa (35,4%) cao hơn khu vực miền bắc (34,3%). Nguồn cung ứng nguyên vật liệu, linh kiện chủ yếu cho các doanh nghiệp Nhật Bản hoạt động tại Việt Nam đến từ các doanh nghiệp Nhật Bản (34,5%). Nguồn cung ứng này có xu hướng giảm nhẹ và giữ ổn định trong giai đoạn 2012 - 2017 với tỷ lệ giảm cho toàn giai đoạn là 3,4%.

**Hình 1: Cơ cấu đầu vào của các doanh nghiệp Nhật Bản tại một số quốc gia giai đoạn 2012 - 2017**



**Nguồn:** Tổng hợp từ báo cáo của JETRO qua các năm.

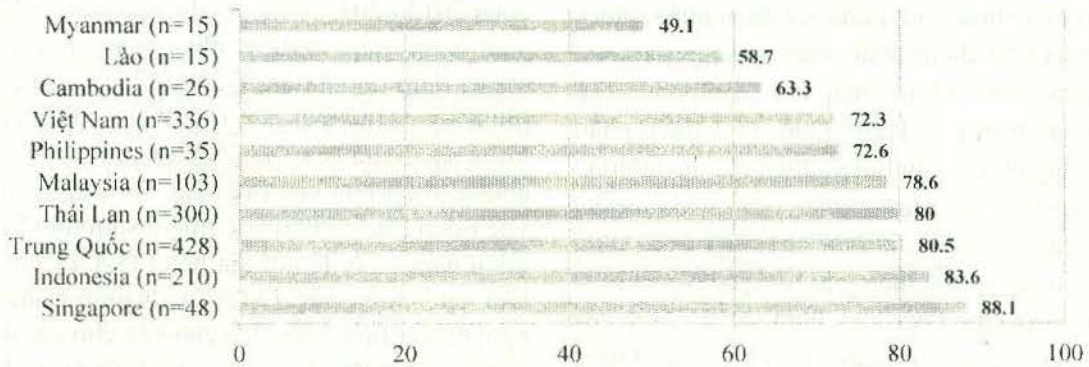
Mặc dù tỷ trọng cung ứng đầu vào của doanh nghiệp Việt Nam chỉ đứng sau kênh cung cấp của các doanh nghiệp Nhật Bản, điều này chứng tỏ các doanh nghiệp Việt Nam không tận dụng được lợi thế “sân nhà” trong việc đáp ứng nhu cầu về nguyên liệu đầu vào cho doanh nghiệp Nhật Bản. Tại các nước khác, tỷ lệ này thường ở mức trên 50%, thậm chí có thể là 70% đối với một số ngành đặc thù.

Báo cáo của JETRO (2017) chỉ ra rằng: i) giảm chi phí sản xuất; ii) rút ngắn thời gian; iii)

đa dạng hóa rủi ro là những lý do chính để doanh nghiệp Nhật Bản nâng cao tỷ lệ cung ứng nội địa tại châu Á và châu Đại Dương. Xét về chi phí, hiện tại Việt Nam đang có lợi thế tương đối so với quốc gia trong khu vực. Mức chi phí sản xuất tại Việt Nam so với Nhật Bản là 72,3% thấp hơn hẳn mức chi phí sản xuất tại Singapore (88,1%), Indonesia (83,6%), Trung Quốc (80,5%), Thái Lan (80%), Philippines (72,6%). Tuy nhiên, mức chi phí này cao hơn hẳn Campuchia (63,3%), Lào (58,7%) và đặc biệt là Myanmar (49,1%).



**Hình 2:** Chi phí sản xuất tại các quốc gia so với Nhật Bản



Nguồn: JETRO (2017).

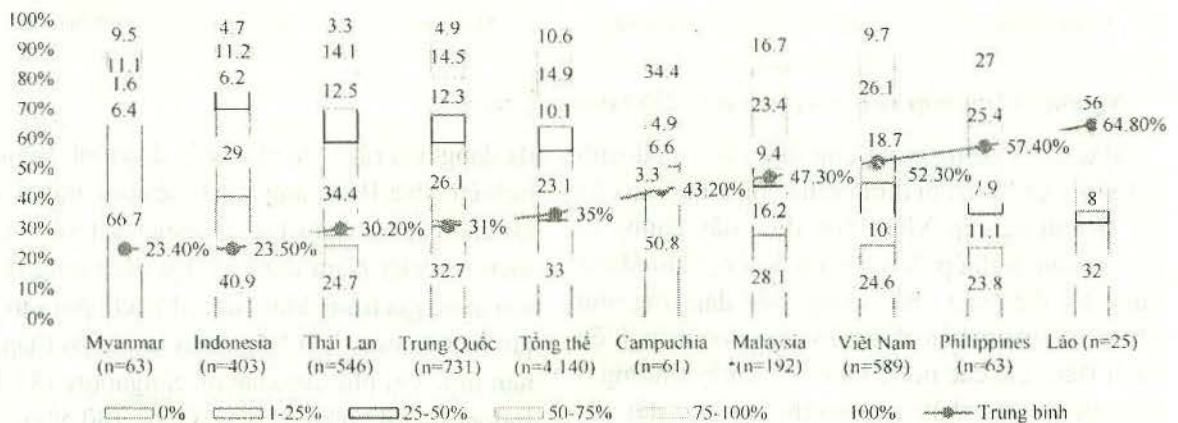
Mặc dù Việt Nam có lợi thế tương đối về chi phí sản xuất so với các quốc gia trong khu vực, kết quả khảo sát các doanh nghiệp Nhật Bản cũng chỉ ra các nguyên nhân khiến các doanh nghiệp Nhật Bản ưu tiên lựa chọn nguồn cung ứng từ Nhật Bản gồm: i) doanh nghiệp nội địa không thể sản xuất được sản phẩm đạt yêu cầu chất lượng, công nghệ của Nhật Bản (83,3%); ii) yêu cầu trực tiếp của khách hàng về nguồn cung vật liệu từ Nhật Bản (37,5%); iii) doanh nghiệp Nhật Bản có tính cạnh tranh tốt, cung cấp dịch vụ vận chuyển đảm bảo, an toàn, đúng thời gian (17,2%) và iv) nguyên vật liệu từ Nhật Bản cũng có lợi thế cạnh tranh trong cùng kỹ sư với mức giá đưa ra (9%).

Sự linh hoạt, nhanh chóng khi cần thay đổi đặc điểm kỹ thuật, dịch vụ, phục vụ bảo trì và sự khó khăn trong việc thỏa thuận ngừng quan hệ cung cấp với doanh nghiệp Nhật Bản cũng là những trở ngại khiến các doanh nghiệp FDI Nhật Bản không muốn lựa chọn nhà cung cấp địa phương.

**2.2. Thị trường tiêu thụ sản phẩm**

Trong khi tỷ lệ nội địa hóa phản ánh mối quan hệ về doanh nghiệp trong nước cung ứng đầu vào cho doanh nghiệp FDI, thị trường tiêu thụ trong liên kết sản xuất hàm ý một trạng thái ngược lại – các doanh nghiệp trong nước trở thành chủ thể tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp FDI.

**Hình 3:** Tỷ trọng doanh số thu được từ xuất khẩu của doanh nghiệp Nhật Bản ở các quốc gia năm 2017



Nguồn: JETRO (2017).

**Ghi chú:** Các thị trường định hướng xuất khẩu nếu tỷ trọng xuất khẩu > 50%.  
 Các thị trường định hướng thị trường nội địa nếu tỷ trọng xuất khẩu < 50%.



Kết quả khảo sát của JETRO (2017) về tỷ trọng xuất khẩu của doanh nghiệp Nhật Bản cho thấy, xu hướng tương tự như đối với vấn đề nội địa hóa. Các khách hàng của doanh nghiệp Nhật Bản đến từ nội địa chỉ chiếm 24,6% xét về doanh số. Điều này chứng tỏ thị trường tiêu thụ của các doanh nghiệp FDI Nhật Bản là hướng về xuất khẩu, với sự chủ đạo của doanh nghiệp FDI chế xuất. Việt Nam thuộc nhóm quốc gia định hướng xuất khẩu của doanh nghiệp Nhật Bản với tỷ trọng doanh số thu được từ xuất khẩu đạt 52,3% so với mức trung bình chung về doanh số xuất khẩu của các doanh nghiệp Nhật Bản đặt tại các nước là 35%. Thị trường xuất khẩu chủ yếu của các doanh nghiệp Nhật Bản đặt tại nước ngoài là Nhật Bản (59,3%), ASEAN (18,5%), Trung Quốc (5,3%), Hoa Kỳ (4,3%) và EU (2,9%). Trong vòng 3 năm tới, các doanh nghiệp FDI Nhật Bản tại Việt Nam định hướng thị trường quan trọng số một vẫn là Nhật Bản (32,7%); tiếp đến là Campuchia, Lào, Myanmar (13,2%) và thứ ba là Thái Lan (11,4%).

### 3. Các rào cản đối với kết nối kinh tế giữa Việt Nam và Nhật Bản

Kết quả nghiên cứu cho thấy các rào cản chính cản trở sự kết nối kinh tế giữa các doanh nghiệp Việt Nam và Nhật Bản bao gồm:

*Thứ nhất*, Việt Nam chưa có một chiến lược phát triển quốc gia tổng thể dài hạn có tính khả thi và có thể giám sát được để định hướng cho quá trình công nghiệp hóa đến năm 2020 và xa hơn nữa. Khẩu hiệu *Công nghiệp hóa và hiện đại hóa*, cùng với khát vọng trở thành một nước công nghiệp hóa hoàn toàn vào năm 2020, là một mục tiêu dài hạn, nhưng các tiêu chí chất lượng để đánh giá và giám sát thành tích này vẫn chưa được xác định. Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm và chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm có quá nhiều mục tiêu và giải pháp cần thực hiện có hiệu quả. Sáng kiến của Chiến lược công nghiệp hóa trong khuôn khổ hợp tác Việt Nam - Nhật Bản chỉ giải quyết một khía cạnh của chính sách công nghiệp (thúc đẩy phát triển sáu lĩnh vực được lựa chọn) và phạm vi quá hẹp. Trong khi đó, một số nước trong khu vực có

một tầm nhìn quốc gia dài hạn được xác định rõ ràng với sự hỗ trợ của nhiều giải pháp cụ thể. Do vậy phạm vi, lĩnh vực các ưu tiên chủ yếu trong việc kết nối kinh tế với các đối tác trong đó có Nhật Bản ở cả cấp độ chính vĩ mô (chính phủ) và vĩ mô (doanh nghiệp) còn mơ hồ và chung chung.

*Thứ hai*, chính sách hợp tác và thu hút FDI của Việt Nam không có cấu trúc định hướng mục tiêu. Trong hai thập kỷ qua, Việt Nam đã nỗ lực xây dựng chính sách để bước đầu thiết lập, sau đó cải thiện khung chính sách của đất nước cũng như nguồn nhân lực và cơ sở hạ tầng để thu hút nhiều FDI nhất có thể và đẩy nhanh công nghiệp hóa. Việt Nam đã áp dụng các chuẩn quốc tế, trở thành thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và tham gia ký kết các thỏa thuận quốc tế khác, sửa đổi luật và quy định để tạo thuận lợi cho các hoạt động thương mại và đáp ứng yêu cầu của nhà đầu tư... Đây là những kết quả bước đầu đáng ngưỡng mộ, nhưng chủ yếu là để ứng phó với hoàn cảnh đang thay đổi, đặc biệt là định hướng thị trường và hội nhập toàn cầu, chứ chưa phải là để chuẩn bị trước cho những mục tiêu dài hạn về năng lực cạnh tranh, năng suất và đổi mới. Vì đã không có những mục tiêu như vậy, nên đối tác mục tiêu/chiến lược, lĩnh vực ưu tiên và những điều chỉnh chính sách cần thiết cho các doanh nghiệp còn thiếu vắng. Thành công của chính sách FDI được đo lường định lượng bằng số dự án và lượng vốn FDI hàng năm.

*Thứ ba* là môi trường kinh doanh. Trong hai thập kỷ gần đây của hội nhập toàn cầu và khu vực, Việt Nam đã đạt được nhiều tiến bộ trong việc cải thiện điều kiện kinh doanh cho các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Việt Nam đã sửa đổi, thống nhất các luật và quy định, xây dựng thủ tục cấp giấy phép và ưu đãi, lắng nghe và thực hiện các yêu cầu của nhà đầu tư. Diễn đàn Doanh nghiệp Việt Nam, Sáng kiến chung Việt Nam - Nhật Bản, các cuộc họp với phòng thương mại nước ngoài, và các diễn đàn trao đổi khác với cộng đồng doanh nghiệp đã từng bước loại bỏ các rào cản kinh doanh và tạo điều kiện thuận lợi



hơn cho hoạt động kinh tế. Mặc dù đã đạt được những tiến bộ như vậy, là nước đi sau trong ASEAN, Việt Nam vẫn còn là nơi tương đối khó khăn cho hoạt động sản xuất kinh doanh so với các nước đi trước như Singapore, Thái Lan, Malaysia... Kết quả khảo sát của JETRO (2017) cho thấy rủi ro kinh doanh ở Việt Nam được đánh giá ở mức trung bình trong các nước. Liên quan đến mức độ nghiêm trọng của 10 loại rủi ro kinh doanh (cao hơn so với mức trung bình chung của khu vực), các nhà đầu tư Nhật Bản cho rằng chỉ có một nguy cơ nghiêm trọng ở Philippines (chất lượng nguồn lao động), một nguy cơ ở Singapore (gia tăng thị phần của đối thủ cạnh tranh) và bốn ở Lào (khó kiểm soát chất lượng, chất lượng nguồn lao động, khó tìm kiếm các nhà cung cấp, khó phát triển thị trường). Trong khi đó, họ thấy có năm rủi ro nghiêm trọng ở Việt Nam (mức lương cao, khó kiểm soát chất lượng, khó tìm kiếm các nhà cung cấp, khó phát triển thị trường và gắng nặng về thuế), sáu rủi ro ở cả Thái Lan, Myanmar và Campuchia. Trường hợp kém nhất là Indonesia và Malaysia. Mặc dù vậy, hai quốc gia này vẫn thu hút được nhà đầu tư nước ngoài vì ở đây có những cơ hội kinh doanh lớn. Cần đặc biệt lưu ý là ở Việt Nam, các nhà đầu tư vẫn thường hay phàn nàn về tham nhũng, thiếu minh bạch chính sách, thuế và thủ tục hải quan tùy tiện, thiếu thông tin và chương trình hỗ trợ nhà đầu tư... Đánh giá của các nhà đầu tư nước ngoài về chính sách và công chức Việt Nam nói chung là thấp. Ngược lại, những vấn đề như thế này hầu như không được nhắc đến khi nói về Singapore, Malaysia hay Thái Lan. Các nước này có cơ quan một cửa đủ năng lực và thẩm quyền chịu trách nhiệm thu hút và hỗ trợ các doanh nghiệp FDI. Các chính sách và dịch vụ của họ được các nhà đầu tư nước ngoài đánh giá cao.

*Thứ tư*, liên kết giữa các doanh nghiệp Nhật Bản và doanh nghiệp trong nước còn thiếu và yếu. Thực tế cho thấy, bên cạnh những mặt tích cực trong đóng góp vào sự phát triển kinh tế - xã hội, FDI Nhật Bản tại Việt Nam vẫn chưa thực sự thúc đẩy sự liên kết sản xuất, phân phối, đào

tao nhân lực, chuyển giao công nghệ. Việc đưa các doanh nghiệp trong nước trở thành một mắt xích trong chuỗi giá trị toàn cầu vẫn còn nhiều việc phải làm. Một trong những nguyên nhân khiến cho mối liên kết giữa các doanh nghiệp Nhật Bản và doanh nghiệp nội địa còn lỏng lẻo là do các doanh nghiệp Nhật Bản còn hạn chế trong việc sử dụng các sản phẩm nội địa. Mặt khác, các doanh nghiệp trong nước cũng còn khá dè dặt trong việc tiếp cận với các doanh nghiệp Nhật Bản, chỉ coi các doanh nghiệp FDI như đối tác cạnh tranh chứ chưa chủ động tìm kiếm các cơ hội liên kết. Các doanh nghiệp Việt Nam chưa có khả năng tham gia vào chuỗi của các doanh nghiệp Nhật Bản mà thường thực hiện gia công một phần linh/phụ kiện đơn giản hoặc các sản phẩm như khay xốp, nilon, giá kệ... Đối với những sản phẩm có giá trị cao, thường các doanh nghiệp Việt Nam không đáp ứng được yêu cầu về kỹ thuật hoặc giá thành quá cao, không có minh chứng về nguồn gốc sản phẩm hoặc vấn đề môi trường. Doanh nghiệp Việt Nam có khả năng hơn thì chưa tạo được sự tin cậy với đối tác Nhật Bản cũng như chưa có cơ hội để chứng minh năng lực. Người Nhật thường thích ký kết, hợp tác với doanh nghiệp Nhật hoặc công ty có lãnh đạo là người Nhật. Kết quả khảo sát về dự kiến mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh cho thấy các doanh nghiệp Nhật Bản chủ yếu muốn mở rộng phân khúc sản xuất hàng hóa thông thường có giá trị thấp tại Việt Nam, trong khi đó các phân khúc có giá trị gia tăng cao như bán hàng sẽ mở rộng chủ yếu tại Ấn Độ, Trung Quốc, Indonesia, Thái Lan, phân khúc sản xuất sản phẩm có giá trị cao sẽ tiến hành tại Thái Lan và Trung Quốc (JETRO, 2017).

#### **4. Một số giải pháp thúc đẩy kết nối kinh tế giữa các doanh nghiệp Việt Nam và Nhật Bản**

Hiện nay, chỉ thảo luận về các biểu hiện và nguyên nhân của việc kết nối kinh tế chưa hiệu quả giữa các doanh nghiệp Việt Nam và Nhật Bản là chưa đủ. Việt Nam cần có những hành động cụ thể để thúc đẩy và nâng cao hiệu quả của



mối liên kết này. Các đề xuất trong khuôn khổ nghiên cứu này có thể được coi như là những đề xuất rất truyền thống mà nhiều nhà kinh tế đã đề cập. Mục tiêu chính ở đây là gợi ý các chính sách phù hợp cho Việt Nam dựa trên sự hiểu biết chung này. Đây cũng là chiến lược được nhiều quốc gia khác trong khu vực áp dụng với mức độ phức tạp và thành công khác nhau. Với tình trạng hiện tại của Việt Nam, động lực chính để thúc đẩy kết nối kinh tế giữa các doanh nghiệp Việt Nam và Nhật Bản cần xác định rõ ràng là nâng cao năng lực của doanh nghiệp Việt Nam với hai trụ cột chính là i) nâng cao năng suất; và ii) học hỏi, chuyển giao công nghệ.

#### 4.1. Nâng cao năng suất lao động

Năng suất lao động là chìa khoá để nâng cao năng lực của doanh nghiệp nói riêng và nền kinh tế nói chung. Nâng cao năng suất lao động cũng là một trong những nội dung trọng yếu của chương trình hợp tác Việt Nam - Nhật Bản<sup>7</sup>. Như đã lưu ý trong Mục 3, một áp lực liên tục và mạnh mẽ đối với các doanh nghiệp Nhật Bản đầu tư tại một số nền kinh tế châu Á trong đó có Việt Nam là vấn đề tăng lương. Khả năng cạnh tranh của Việt Nam sẽ bị mài mòn nếu lương tăng nhanh hơn so với năng suất lao động. Trong trường hợp như vậy, các ngành thâm dụng lao động sẽ dịch chuyển sang các nước khác để tìm kiếm chi phí nhân lực với mức lương thấp hơn. Điều này có nghĩa là khả năng cạnh tranh về chi phí của Việt Nam sẽ mất đi. Trong khi đó, nếu vẫn chưa trang bị cho nguồn nhân lực kỹ năng, kiến thức và năng lực tổ chức cao hơn thì các ngành công nghiệp công nghệ có giá trị cao sẽ không xuất

hiện và quá trình công nghiệp hoá sẽ dừng lại<sup>8</sup>. Để nâng cao năng suất, ba vấn đề cần lưu ý gồm:

- *Thứ nhất*, cần phải thu thập, phân tích và xây dựng hệ thống thông tin và thông tin và dữ liệu quốc gia về năng suất lao động và tiền lương. Dựa trên dữ liệu được thu thập, biến động của tiền lương và năng suất cần được phân tích và công bố công khai.

- *Thứ hai*, xây dựng phong trào năng suất quốc gia và nâng cao nhận thức của tất cả mọi tầng lớp trong xã hội về tầm quan trọng của năng suất. Chính phủ, nhà quản lý và người lao động cần cam kết rằng sẽ nỗ lực hết sức để nâng cao năng suất như một mục tiêu chung của quốc gia.

- *Thứ ba*, hợp tác với các đối tác đặc biệt là Nhật Bản để thực hành nâng cao năng suất.

Trong ba vấn đề trên, nâng cao nhận thức là vấn đề quan trọng nhất và khó khăn nhất. Tất cả các tầng lớp trong xã hội phải được thuyết phục và cam kết thực hiện. Trong quá khứ, Nhật Bản tương đối thành công trong việc hướng dẫn phong trào năng suất quốc gia cho các quốc gia khác, đặc biệt là Singapore. Trong giai đoạn 1983 - 1990, Nhật Bản đã hỗ trợ phong trào năng suất quốc gia của Singapore thông qua một dự án lớn về đào tạo nhân viên, xây dựng mô hình công ty, xúc tiến tư vấn tư nhân... (Ohno 2013). Mô hình của Singapore là bài học kinh nghiệm tốt cho Việt Nam và các nước học hỏi.

#### 4.2. Học hỏi và chuyển giao công nghệ

Cải thiện năng suất có thể đạt được bằng cách tạo dựng các mối quan hệ hiệu quả với khu vực FDI thông qua chuyển giao công nghệ. FDI của

<sup>7</sup> Trong chuyến thăm Nhật Bản và tham dự Hội nghị cấp cao Mê Công - Nhật Bản vào tháng 10/2018, Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc đã chính thức đề nghị Nhật Bản hỗ trợ Việt Nam nâng cao năng suất lao động.

<sup>8</sup> Theo số liệu của Tổng cục thống kê, từ năm 2007 đến năm 2016, năng suất lao động của tất cả các ngành tăng với tốc độ trung bình hàng năm 4.2% cao hơn so với mức tăng bình quân của Singapore (1.5%), Malaysia (1.9%), Thái Lan (2.5%), Philippines (2.8%), Indonesia (3.5%) (Tổng cục thống kê, 2017). Tuy nhiên, năng suất lao động của Việt

Nam hiện nay vẫn rất thấp so với các nước trong khu vực. Tính theo PPP 2011, năng suất lao động Việt Nam năm 2016 đạt 9.894 USD, chỉ bằng 7.0% mức năng suất của Singapore, 17.6% của Malaysia, 36.5% của Thái Lan, 42.3% của Indonesia và bằng 56.7% của Philippines. Điều này cho thấy khoảng cách và thách thức nền kinh tế Việt Nam phải đối mặt trong việc bắt kịp mức năng suất lao động của các nước. Trong khi đó, tiền lương danh nghĩa tăng với tỷ lệ trung bình hàng năm 25.9% cho toàn bộ nền kinh tế.



Nhật Bản là nguồn vốn FDI lớn thứ hai vào Việt Nam, rất phù hợp với chiến lược chuyển giao công nghệ trong liên kết FDI. Các đặc điểm nổi bật trong mô hình kinh doanh của Nhật Bản là: i) định hướng sản xuất; ii) luôn theo đuổi chất lượng tốt nhất và sự hài lòng của khách hàng; iii) có định hướng lâu dài; iv) xây dựng quan hệ sản xuất lâu dài; v) luôn sẵn sàng truyền đạt các kỹ năng, kỹ thuật phức tạp cho các công ty địa phương và người lao động và vi) tuân thủ nghiêm túc các quy định về lao động, thuế và môi trường của địa phương. Những đặc điểm riêng biệt này của khu vực FDI đến từ Nhật Bản cần được lưu ý và áp dụng triệt để trong bối cảnh của Việt Nam.

Mặc dù vậy, cần phải nhấn mạnh rằng, liên kết với các doanh nghiệp FDI không tự động nâng cao trình độ công nghệ và năng lực của doanh nghiệp và quốc gia (Ohno, 2014). Quá trình chuyển giao công nghệ không diễn ra tự phát. Sự có mặt của các doanh nghiệp toàn cầu của Nhật Bản như Honda, Toyota, Canon... không có nghĩa là công nghệ sẽ tự động chuyển giao cho Việt Nam. Những công ty đa quốc gia như vậy thường đến các nước đang phát triển để thực hiện các công đoạn lắp ráp thâm dụng lao động, vốn là phân khúc tạo ra giá trị thấp nhất của chuỗi cung ứng toàn cầu, bởi các công đoạn này quá tốn kém khi thực hiện ở các nước đang phát triển. Trong khi các nước đang phát triển thường mong muốn công nghệ cao, thì kiến thức độc quyền là bí mật của công ty được bảo vệ nghiêm ngặt bởi quyền sở hữu trí tuệ và sẽ không được chuyển giao cho các đối tác là các nước

phát triển nếu không được trả phí cao. Hơn nữa, chuyển giao công nghệ sẽ không xảy ra trừ khi nước chủ nhà được đánh giá là có khả năng hấp thụ và là vị trí tốt nhất cho mục đích này, và rằng việc chuyển giao sẽ mang lại lợi ích cho các công ty đa quốc gia trong chiến lược kinh doanh toàn cầu của mình. Do vậy, với trình độ phát triển ở mức trung bình thấp, mô hình chuyển giao công nghệ thích hợp nhất cho Việt Nam là học hỏi các kiến thức/công nghệ phổ cập do các công ty Nhật Bản truyền đạt lại. Các công ty nước ngoài truyền đạt lại công nghệ vì họ muốn mua được các thiết bị đã được cải tiến từ các công ty tiếp nhận chuyển giao công nghệ sau quá trình giảng dạy. Chuyển giao công nghệ theo cách này thực sự hữu dụng, tránh được việc chi học lý thuyết và sẽ lãng quên ngay sau đó. Việc giảng dạy như vậy diễn ra hoàn toàn tự động vì các tập đoàn đa quốc gia cần các nhà cung cấp đáng tin cậy để cạnh tranh toàn cầu. Việt Nam cũng đã có những trường hợp tự phát như Sanyo huấn luyện công ty ép nhựa địa phương, Honda tập huấn doanh nghiệp nhà nước về kỹ thuật sản xuất các linh kiện kim loại, các công ty thủy sản của Nhật Bản hướng dẫn cách xuất khẩu tôm đông lạnh đảm bảo chất lượng và an toàn sang thị trường Nhật Bản... Tuy nhiên, những cải tiến bằng lợi ích cá nhân thường bị giới hạn về quy mô so với quy mô của nền kinh tế quốc dân và không thể tạo ra kết quả đáng kể để thúc đẩy tiến trình công nghiệp hóa. Do vậy, cần có chính sách để thúc đẩy và mở rộng hoạt động dạy và học theo hướng "đôi bên cùng có lợi"♦

### Tài liệu tham khảo:

1. Altenburg, T., (2000): *Linkages and Spillovers between Transnational Corporations and Small and Medium-sized Enterprises in Developing Countries: Opportunities and Best Policies*, TNC-SME Linkages for Development: Issues- Experiences-Best Practices, United Nations Conference on Trade and Development.
2. Béla Balassa (1961): *The Theory of Economic Integration*. Richard D. Irwin.
3. Bellak, C. (2004): *How performance gaps between domestic firms and foreign affiliates matter*



- for economic policy, Transnational Corporations,
4. Bộ Công thương (2018): *Báo cáo xuất nhập khẩu 2017*. NXB. Bộ Công thương
  5. Chen, E. (1996): *Transnational corporations and technology transfer to developing countries*, in UNCTAD, *Transnational Corporations and World Development*, London: ITBP.
  6. Driffield, N and Mohd Noor (1999): "Foreign direct investment and local input linkages in Malaysia", *Transnational corporations*, Vol.8(3), pp.1-25.
  7. Gorg, H. and Ruane, F. (1998): "Linkages between Multinationals and Indigenous Firms: Evidence for the Electronics Sector in Ireland", *Trinity Economic Paper Series*, Technical Paper No. 98/13.
  8. JETRO (2017): *JETRO Survey on Business Conditions of Japanese Companies in Asia and Oceania*.
  9. McAleese and McDonald (1978): "Employment Growth and Development of Linkages in Foreign-owned and Domestic Manufacturing Enterprises", *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 40(4), pp. 321-39.
  10. Meade, J. (1955): *The theory of customs union*. North Holland Publ. Co, Amsterdam.
  11. Mohd Noor, H. (1999): *Technological effort: A study of the influencing factors in MNCs and local firms in the electronics and electrical industries in Malaysia*. PhD thesis, Cardiff University.
  12. Nguyễn Ngọc Sơn và Phạm Hồng Chương (chủ biên) (2011), *Chất lượng tăng trưởng kinh tế Việt Nam; Mười năm nhìn lại và định hướng tương lai*, Diễn đàn Phát triển Việt Nam, NXB Giao thông vận tải, Hà Nội.
  13. Ohno, Kenichi (2009): "Avoiding the Middle-income Trap: Renovating Industrial Policy Formulation in Vietnam", *ASEAN Economic Bulletin*, vol.26, no.1, pp.25-43.
  14. Ohno, Kenichi (2013): *Learning to Industrialize: From Given Growth to Policy-aided Value Creation*, Routledge.
  15. Ohno, Kenichi (chủ biên) (2014): *Tiếp cận bẫy thu nhập trung bình: Một số gợi ý chính sách cho Việt Nam*. Diễn đàn Phát triển Việt Nam, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân. Nhà xuất bản Giáo dục, Hà Nội, Việt Nam.
  16. Phạm Hồng Chương (2016a): *Chính sách công nghiệp của Nhật Bản và cơ hội phát triển công nghiệp Việt Nam*. NXB. Lao động - xã hội, 2016.
  17. Phạm Hồng Chương (2016b): *Tăng cường liên kết các doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp nội địa tại Việt Nam*. Tạp chí Những vấn đề kinh tế và chính trị thế giới. Số 5/2016
  18. Scott-Kennel, J. and Enderwick, P. (2001): "Economic Upgrading and Foreign Direct Investment: Exploring the Black Box of the IDP", Mimeo, University of Waikato, New Zealand.
  19. Umeda Kunio (2018): *Tình hình quan hệ Nhật Bản – Việt Nam hiện nay. Bài thuyết trình kỷ niệm 45 năm thiết lập quan hệ ngoại giao Nhật Bản và Việt Nam*, trình bày ngày 3/4/2018 tại trường đại học Ngoại thương.
  20. Viner J. (1950): *The Customs Union Issue*. New York: Carnegie Endowment for International Peace.

**Thông tin tác giả:**

**PGS. TS. PHẠM HỒNG CHƯƠNG** Trường Đại học Kinh tế Quốc dân  
**Email:** chuongph@neu.edu.vn