

R

BỘ THƯƠNG MẠI
ĐỀ TÀI :99-78-160

THỊ TRƯỜNG HÀNG ĐIỆN TỬ VÀ TRIỂN VỌNG PHÁT TRIỂN CỦA VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2010

CƠ QUAN QUẢN LÝ ĐỀ TÀI: BỘ THƯƠNG MẠI
**CƠ QUAN CHỦ TRÌ THỰC HIỆN: VIỆN NGHIÊN CỨU
THƯƠNG MẠI**

Chủ nhiệm đề tài: CNKT. Nguyễn Thị Thu Hương

Phó chủ nhiệm đề tài: CNKT. Đỗ Kim Chi

Thư ký đề tài: CNKT. Nguyễn Việt Hưng

CƠ QUAN CHỦ TRÌ THỰC HIỆN

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG NGHIỆM THU

CƠ QUAN QUẢN LÝ ĐỀ TÀI

2001-78-128 (KQ)

HÀ NỘI, THÁNG 12/2000

3892

19/7/01

MỤC LỤC

Trang
1

MỞ ĐẦU

Phần thứ nhất

THỊ TRƯỜNG HÀNG ĐIỆN TỬ THẾ GIỚI

1.	VỊ TRÍ, VAI TRÒ VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA THỊ TRƯỜNG HÀNG ĐIỆN TỬ THẾ GIỚI.....	4
1.1	Vị trí, vai trò của ngành điện tử trong nền kinh tế và thương mại thế giới.....	4
1.2.	Một số đặc điểm cơ bản của thị trường hàng điện tử thế giới	5
2.	THỰC TRẠNG VÀ XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG HÀNG ĐIỆN TỬ THẾ GIỚI.....	8
2.1.	Thực trạng thị trường hàng điện tử thế giới.....	8
2.1.1	<i>Tình hình cung cầu</i>	8
2.1.2	<i>Tình hình buôn bán</i>	14
2.2	Xu hướng phát triển thị trường hàng điện tử thế giới.....	17
2.2.1	<i>Xu hướng về công nghệ</i>	17
2.2.2	<i>Xu hướng về sản phẩm điện tử</i>	18
2.2.3	<i>Xu hướng về thị trường</i>	19
3	MỘT SỐ THỊ TRƯỜNG HÀNG ĐIỆN TỬ CHỦ YẾU.....	20
3.1	Thị trường các nước phát triển	20
3.2	Thị trường các nước đang phát triển	24
3.3	Một số kinh nghiệm phát triển thành công ngành công nghiệp điện tử ở các nước đang phát triển châu Á.....	34

Phần thứ hai

THỊ TRƯỜNG HÀNG ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

1.	THỰC TRẠNG CUNG ỨNG CÁC SẢN PHẨM ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM	38
1.1	Nguồn cung ứng trong nước.....	38
1.1.1	<i>Năng lực sản xuất</i>	38
1.1.2	<i>Tăng trưởng giá trị sản xuất</i>	42
1.1.3	<i>Tình hình sản xuất một số sản phẩm chủ yếu</i>	43
1.2	Tình hình nhập khẩu.....	48
1.2.1	<i>Nhập khẩu hàng điện tử dân dụng và linh kiện điện tử</i>	48
1.2.2	<i>Nhập khẩu máy tính và linh kiện máy tính</i>	50

2.	THỰC TRẠNG TIÊU THỤ CÁC SẢN PHẨM ĐIỆN TỬ.....	52
2.1	Tiêu thụ trong nước.....	52
2.2	Tình hình xuất khẩu.....	62
3.	MỘT SỐ NHẬN XÉT VỀ TÌNH HÌNH CUNG ỨNG VÀ TIÊU THỤ SẢN PHẨM ĐIỆN TỬ CỦA VIỆT NAM	65
4.	MỘT SỐ DỰ BÁO CHỦ YẾU VỀ THỊ TRƯỜNG HÀNG ĐIỆN TỬ VIỆT NAM ĐẾN 2010.....	67
4.1	Những nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của thị trường hàng điện tử Việt Nam	67
4.2	Dự báo thị trường hàng điện tử Việt Nam đến 2010.....	71

Phần thứ ba

MỘT SỐ ĐỀ XUẤT VỀ PHƯƠNG HƯỚNG, CHÍNH SÁCH VÀ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU NHẪM PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG HÀNG ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

1	PHƯƠNG HƯỚNG PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG HÀNG ĐIỆN TỬ VIỆT NAM.....	77
1.1	Các quan điểm phát triển thị trường hàng điện tử Việt Nam	77
1.2	Những phương hướng phát triển chủ yếu.....	81
2	CÁC CHÍNH SÁCH VÀ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU NHẪM PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG HÀNG ĐIỆN TỬ VIỆT NAM	87
2.1	Các chính sách và giải pháp đối với sản xuất.....	87
2.1.1	Chính sách và giải pháp về đầu tư và thu hút vốn đầu tư.....	87
2.1.2	Chính sách và giải pháp phát triển năng lực công nghệ công nghiệp điện tử	90
2.1.3	Chính sách và giải pháp nhằm đổi mới tổ chức sản xuất kinh doanh trong ngành công nghiệp điện tử.....	92
2.1.4	Chính sách và giải pháp phát triển nguồn nhân lực.....	93
2.1.5	Chính sách và giải pháp nhằm cải thiện cơ sở hạ tầng, giảm chi phí đầu vào cho các doanh nghiệp điện tử.....	94
2.2	Các chính sách và giải pháp phát triển thị trường	95
2.2.1	Chính sách phát triển sản phẩm điện tử Việt Nam.....	95
2.2.2	Chính sách phát triển thị trường cho sản phẩm điện tử Việt Nam.....	97
2.2.3	Chính sách thương mại đối với ngành điện tử.....	98
2.3	Các chính sách và giải pháp khác.....	99
	KẾT LUẬN	102
	PHỤ LỤC	
	TÀI LIỆU THAM KHẢO	

MỞ ĐẦU

Cùng với những thành tựu trong sự nghiệp đổi mới và phát triển kinh tế đất nước, thị trường hàng điện tử đã có những bước phát triển mạnh mẽ cả về qui mô, chất lượng và ngày càng có vị trí quan trọng trong nền kinh tế nước ta: Các sản phẩm điện tử tiêu dùng trong dân cư không ngừng tăng lên ở cả khu vực thành thị lẫn nông thôn; chủng loại sản phẩm trên thị trường ngày càng phong phú, đa dạng theo các mục đích sử dụng khác nhau; chuyển từ thị trường nhập khẩu 100% sang thị trường các sản phẩm được nội địa hoá từng phần với sự ra đời của hàng loạt các xí nghiệp liên doanh lắp ráp và sản xuất **hàng điện tử**; đã có sản phẩm điện tử xuất khẩu và kim ngạch xuất khẩu tăng trong vài năm gần đây;... Tuy nhiên, thị trường hàng điện tử nước ta là thị trường trẻ, tiềm năng còn lớn cả về phương diện sản xuất, cung ứng và nhu cầu tiêu dùng. Do đó, cần có những nghiên cứu, đánh giá xác đáng những tiềm năng đó của thị trường hàng điện tử Việt Nam trong tương lai.

Xu thế toàn cầu hoá, tự do hoá thương mại và xu thế chuyển giao công nghệ nhanh dưới sức ép của tốc độ phát triển khoa học, công nghệ hiện nay **đã tác động mạnh đến sự phát triển của thị trường hàng điện tử ở mỗi quốc gia và trên toàn thế giới.** Điều này vừa tạo thuận lợi vừa gây khó khăn cho sự nghiệp phát triển thị trường hàng điện tử của Việt Nam. Một mặt, Việt Nam có thể xây dựng chiến lược "đi tắt" trong công nghệ để nhanh chóng xây dựng thị trường hàng điện tử vững mạnh, có sức cạnh tranh trong khu vực thị trường được xem là có tốc độ phát triển nhanh nhất về các sản phẩm điện tử. Nhưng mặt khác, thị trường hàng điện tử Việt Nam sẽ có nguy cơ bị thao túng bởi thị trường nước ngoài. Cụ thể là việc áp dụng lịch trình giảm thuế quan ngay để đẩy mạnh xuất khẩu ở các nước thành viên của AFTA đối với các mặt hàng thuộc lĩnh vực điện và điện tử. Việt Nam có thể trở thành thị trường tiêu thụ hàng điện tử cho các nước ASEAN. Như vậy, chiến lược phát triển thị trường hàng điện tử của Việt Nam, trong điều kiện nền kinh tế mở, cần phải tính đến những vấn đề của thị trường thế giới, mà trước hết là khu vực ASEAN, khu vực Đông Á-Thái Bình Dương thông qua những nghiên cứu cụ thể.

Nghị quyết TƯ Đảng lần thứ VIII đã ghi rõ: cần xây dựng ngành công nghiệp điện tử trở thành ngành quan trọng (mũi nhọn) trong nền kinh tế. Vấn đề đặt ra ở đây là cần lựa chọn đúng chiến lược phát triển cho thị trường hàng điện tử, từ đó xây dựng ngành công nghiệp điện tử trong những năm tiếp theo.

Để cung cấp những luận cứ khoa học cho công tác hoạch định chính sách và giải pháp phát triển thị trường hàng điện tử Việt Nam, đồng thời giúp cho ngành công nghiệp điện tử có căn cứ xây dựng kế hoạch đầu tư, phát triển sản xuất cho phù hợp với nhu cầu thị trường trong và ngoài nước. Viện Nghiên cứu thương mại đã tiến hành nghiên cứu đề tài cấp Bộ mang tên: "Thị trường hàng điện tử và triển vọng phát triển của Việt Nam đến năm 2010" với các mục tiêu chính sau:

- Nghiên cứu thực trạng và xu hướng phát triển của thị trường điện tử thế giới, đánh giá thực trạng và triển vọng phát triển thị trường hàng điện tử Việt Nam.

- Xây dựng một số định hướng chiến lược phát triển thị trường, đồng thời đề xuất những kiến nghị và giải pháp thích hợp nhằm phát triển thị trường hàng điện tử Việt Nam.

Mặt hàng điện tử rất phong phú, đa dạng về chủng loại và mục đích sử dụng. Trong điều kiện hạn chế về thời gian, kinh phí và nguồn thông tin nên đề tài chỉ tập trung nghiên cứu các nhóm sản phẩm chính là: điện tử gia dụng, thiết bị tin học và linh kiện điện tử. Ngoài ra, đề tài cũng sẽ đề cập đến một số nhóm sản phẩm khác như điện tử công nghiệp và phần mềm tin học như là các lĩnh vực có liên quan đến sự phát triển của thị trường các nhóm sản phẩm trên.

Nghiên cứu tại văn phòng và nghiên cứu thực chứng (điều tra, khảo sát) là những phương pháp chính được sử dụng để thực hiện đề tài. Việc khảo sát thực tế chỉ có thể tiến hành ở một số đơn vị sản xuất, kinh doanh phía Bắc. Ngoài ra, Ban chủ nhiệm đề tài cũng sử dụng phương pháp trưng cầu ý kiến chuyên gia thông qua các bản đóng góp ý kiến riêng cho từng chuyên đề nghiên cứu, thông qua các buổi hội thảo và các cuộc trao đổi ý kiến trực tiếp để nội dung đề tài được phong phú và sâu sắc.

Nội dung nghiên cứu được thiết kế thành 3 phần (ngoài mở đầu và kết luận)

Phần thứ nhất, thị trường hàng điện tử thế giới, bao gồm: Phân tích thị trường hàng điện tử thế giới trong khoảng thời gian từ 1990 trở lại đây. Trong đó đi sâu phân tích một số trung tâm sản xuất và buôn bán chính của thế giới như Mỹ, Nhật Bản, Tây Âu, các nước trong khu vực Đông Á-Thái Bình Dương và các nước khối ASEAN; phân tích những đặc điểm cơ bản và xu hướng phát triển của thị trường hàng điện tử thế giới trong thời gian qua về các mặt sản xuất, tiêu thụ, buôn bán, giá cả và triển vọng phát triển của thị trường hàng điện tử thế giới những năm tới.

Phần thứ hai, thị trường hàng điện tử Việt Nam: Nghiên cứu thị trường hàng điện tử trong nước cả về tình hình cung ứng và tiêu thụ trong phạm vi từ 1990 đến nay. Phân tích nguyên nhân của thành tựu và tồn tại, những vấn đề đặt ra đối với phát triển thị trường hàng điện tử và một số dự báo về thị trường hàng điện tử Việt Nam đến 2010.

Phần thứ ba, xây dựng những quan điểm, những định hướng chính và các chính sách, giải pháp chủ yếu nhằm phát triển thị trường hàng điện tử Việt Nam.

Phần thứ nhất

THỊ TRƯỜNG HÀNG ĐIỆN TỬ THẾ GIỚI

1. VỊ TRÍ, VAI TRÒ VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA THỊ TRƯỜNG HÀNG ĐIỆN TỬ THẾ GIỚI

1.1. Vị trí, vai trò của ngành điện tử trong nền kinh tế và thương mại thế giới:

Mặc dù ra đời chậm hơn so với các ngành công nghiệp khác, ngành công nghiệp điện tử - tin học - viễn thông (ĐT-TH-VT) là ngành phát triển **nhẹ nhàng và mạnh mẽ** nhất trong sự phát triển chung của khoa học công nghệ trong hai thập kỷ qua. Các sản phẩm của ngành có hàm lượng trí tuệ cao, có vai trò thúc đẩy sự phát triển của cuộc cách mạng khoa học và kỹ thuật của thế giới, làm dịch chuyển mạnh mẽ cơ cấu sản xuất, cơ cấu kinh tế và các quan hệ văn hoá xã hội.

Công nghiệp điện tử - tin học - viễn thông được coi là công nghệ cơ sở **không thể thiếu** của xã hội hiện đại, có vai trò đặc biệt quan trọng trong công nghiệp hoá, hiện đại hoá: đẩy nhanh quá trình tự động hoá trong công nghiệp, giúp tối ưu hoá quá trình sản xuất, hợp lý hoá sử dụng tài nguyên, nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm.

Theo đánh giá chung về ngành ĐT- TH- VT thế giới, trong gần 20 nhóm ngành công nghiệp khác nhau, công nghiệp ĐT- TH- VT đứng thứ nhất về thu hút lao động, đứng thứ hai về doanh số trên vốn (sau ngành luyện kim), đứng thứ ba về doanh số tuyệt đối (sau ngành lọc dầu và ô tô).

Ở Mỹ, khu vực ĐT- TH - VT chỉ chiếm 8,3% GDP, nhưng đã đóng góp 1/3 trong tăng trưởng kinh tế và 1/2 về tăng năng suất lao động từ năm 1995 đến nay, với mức tăng trung bình 2,8%, gấp đôi so với giai đoạn từ 1973-1995. Một phần ba phát minh công nghệ mới được áp dụng vào sản xuất máy tính và bán dẫn.

Cơ quan Kế hoạch kinh tế Nhật Bản cho biết, ĐT- TH - VT được coi là động lực chính có ảnh hưởng đến kinh tế nước này. Sự đóng góp của các sản phẩm điện tử như hàng bán dẫn cho xuất khẩu là rất đáng kể, tương tự như điện và ô tô thời kỳ trước đây.

Các sản phẩm ĐT- TH cũng đã trở thành động lực tăng trưởng xuất khẩu của nhiều nước công nghiệp mới và các nước đang phát triển. Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu hàng điện tử trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Singapore năm 1998 lên tới 66%, Malaixia - 60%, Đài Loan - 54%, Philipin - 51%, Hàn Quốc - 36,2%.

Trong xu thế toàn cầu hoá, mạng hoá kinh tế toàn cầu, Việt Nam - một nước đang phát triển cũng không phải là ngoại lệ. Nghị quyết đại hội lần thứ VIII Đảng Cộng sản Việt Nam đã xác định: ưu tiên phát triển ngành công nghiệp điện tử và công nghệ thông tin thành ngành kinh tế mũi nhọn.

1.2. Một số đặc trưng cơ bản của thị trường hàng điện tử thế giới

1.2.1. Đặc điểm về sản phẩm.

Đặc điểm nổi bật của công nghiệp điện tử và công nghệ thông tin là phát triển với tốc độ rất nhanh, nhờ đó rút ngắn chu kỳ sống của sản phẩm. Cơ cấu sản phẩm thay đổi nhanh chóng, sản phẩm mới ra đời thường xuyên. Ví dụ như máy tính cá nhân - sản phẩm được coi là có vòng đời ngắn nhất: cứ 1,5 năm lại thay đổi gam một lần, riêng đối với mẫu kiểu máy thì thay đổi theo chu kỳ 6-8 tháng. Trong 10 năm gần đây các đặc tính kỹ thuật và giá (rẻ hơn) đối với máy tính điện tử đã tăng lên 150 lần.

Các sản phẩm mới ra đời với tính năng đa dạng hơn, chất lượng cao hơn đã kích thích nhu cầu luôn đổi mới thiết bị và tạo nên thị trường tiêu thụ luôn luôn sống động, ngay cả với các khu vực thị trường được coi là có mức tiêu thụ bình quân đầu người ở mức gần như bão hoà như Mỹ, Nhật Bản, EU. Tuy nhiên, các sản phẩm với trình độ công nghệ thấp hơn vẫn có thị trường tiêu thụ riêng, phục vụ cho khu vực thị trường có khả năng thanh toán thấp hơn.

Việc nghiên cứu triển khai các sản phẩm điện tử mới trước hết đòi hỏi vốn đầu tư lớn và lực lượng lao động có trình độ chuyên môn cao. Mặt khác, do đặc tính kế thừa và bảo mật cao trong sản xuất, hầu hết các sản phẩm điện tử nổi tiếng trên thế giới đều thuộc về các công ty đa quốc gia có tiềm lực mạnh về vốn, công nghệ và nhân lực. Họ cũng là các nhà cung cấp chính các sản phẩm công nghệ cơ bản như linh kiện, thiết bị điện tử công nghiệp, thiết bị viễn thông... trong khi các nhà sản xuất có trình độ công nghệ thấp hơn chủ yếu sản xuất thiết bị điện tử dân dụng hoặc lắp ráp linh kiện ... Các dòng sản phẩm khác nhau làm hình thành nên những đặc điểm khác biệt trên thị trường tiêu thụ cũng như thị trường cung ứng.

1.2.2. Đặc điểm về thị trường

* Thị trường cung ứng

Trong sản xuất hàng điện tử luôn có sự cạnh tranh quyết liệt giữa các tập đoàn xuyên quốc gia để tạo ra các sản phẩm mới, làm công nghệ sản xuất thay đổi với tốc độ rất nhanh. Do vậy, công tác nghiên cứu triển khai là một trong những yếu tố quyết định sự thành bại của các hãng lớn. Ở đây khoa học đã trở thành lực lượng sản xuất trực tiếp.

Cùng với sự cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các tập đoàn kinh tế, giữa các nước trong sản xuất các sản phẩm điện tử, với mục đích hội đủ các điều kiện cần thiết để có thể đứng vững trong cạnh tranh, các tập đoàn, các hãng vẫn phải tìm cách liên kết, hợp tác với nhau theo từng lĩnh vực, từng nhóm sản phẩm và lập nên mạng lưới sản xuất kinh doanh mang tính toàn cầu.

Hình thức tổ chức kiểu mạng lưới là một đặc trưng của thị trường cung ứng hàng điện tử. Giữa các nước sản xuất có sự liên kết và bổ sung cho nhau. Các nước phát triển - Mỹ, Nhật Bản ... thực hiện các dự án nghiên cứu và triển khai sản phẩm mới, cung cấp linh kiện và vốn; các công ty Singapore, Hàn Quốc, Đài Loan ... sản xuất các loại chi tiết, cụm linh kiện, thiết bị ngoại vi, rồi ráp ráp thành phẩm được tiến hành tại các nước có trình độ thấp nhưng chi phí rẻ hơn - Malaixia, Indônêxia, Thái Lan...

Trong những năm gần đây, do có lợi nhuận cao và do tầm chiến lược của ngành công nghiệp điện tử đối với nền kinh tế trong tương lai nên các nước đều đổ xô vào phát triển công nghiệp điện tử, dẫn đến khủng hoảng thừa các sản phẩm điện tử thông dụng. Tuy nhiên, về lâu dài thị trường điện tử vẫn luôn rộng mở không ngừng cho các sản phẩm công nghệ cao, có những tính năng mới, phù hợp với xu hướng tiêu dùng hiện đại.

Quá trình phát triển của công nghiệp điện tử của thế giới là quá trình chuyển dịch đầu tư từ khu vực phát triển sang khu vực kém phát triển hơn do có sự chuyển dịch về lợi thế so sánh. Đầu tiên là từ các nước phát triển như Nhật Bản, Mỹ và Tây Âu sang các nước phát triển ở trình độ thấp hơn như Hàn Quốc, Đài Loan, Hồng Kông... và gần đây nhất là tới các nước ASEAN, Trung Quốc và Việt Nam hiện nay. Công nghiệp điện tử ở các nước phát triển đã tiến tới cấp độ cao hơn, sản phẩm làm ra có hàm lượng khoa học kỹ thuật cao, có giá trị gia tăng cao. Kể từ giữa thập kỷ 1980, các hãng điện tử ở Nhật Bản và các nước NIEs đã thực thi chiến lược toàn cầu hoá hoạt động của mình bằng cách tìm kiếm các cơ sở sản xuất ở nước ngoài nhằm đối phó với những

nhân tố như gia tăng cạnh tranh quốc tế, gia tăng chính sách bảo hộ, gia tăng chi phí sản xuất và thay đổi tỷ giá hối đoái.

*** Thị trường tiêu thụ**

Chính sự phát triển như vũ bão của công nghiệp điện tử đã tạo ra các sản phẩm hết sức đa dạng và phong phú, không những đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng của con người mà còn hướng dẫn nhu cầu như TV màn hình tinh thể lỏng, máy tính thông minh, điện thoại có hình.... Sự khác biệt về cách thức tiêu thụ các sản phẩm điện tử là không nhiều giữa các nước và các khu vực. Ngoài những yếu tố về chất lượng, giá cả và mẫu mã, đối với sản phẩm điện tử người tiêu thụ còn quan tâm đến tính tiêu chuẩn hoá và độ tương thích của sản phẩm.

Trong tiêu thụ hàng điện tử thì những nhân tố như: mức sống, điều kiện về cơ sở hạ tầng (hệ thống phát thanh truyền hình, hệ thống điện), trình độ dân trí... có ảnh hưởng rất lớn khả năng tiêu thụ. Nắm bắt nhu cầu ở các khu vực thị trường khác nhau với những điều kiện phát triển khác nhau có tác dụng rất lớn trong việc tiêu thụ sản phẩm.

Một đặc trưng trong buôn bán hàng điện tử trên thế giới là vai trò của nhãn hiệu sản phẩm. Các nhà sản xuất lớn thường có thương hiệu hàng hoá của riêng mình. Người tiêu thụ thường coi thương hiệu sản phẩm như là yếu tố chứng nhận chất lượng hàng hoá và uy tín của nhà sản xuất. Đây là vấn đề cần lưu ý trong chiến lược sản phẩm vì người tiêu dùng không chỉ tính đến giá cả mà còn rất quan tâm xem sản phẩm do ai sản xuất.

Theo các thoả thuận trong khuôn khổ WTO đối với buôn bán hàng điện tử, nhiều nước đã cam kết dỡ bỏ các rào cản nhằm tạo môi trường kinh doanh lành mạnh, thông thoáng, thúc đẩy buôn bán. Tuy nhiên, nhiều nước phát triển đang sử dụng những công cụ phi thương mại như các tiêu chuẩn về môi trường nhằm mục đích bảo hộ. Đây là vấn đề bất lợi cho các nước đang phát triển khi tham gia vào buôn bán hàng điện tử trên thị trường thế giới. Một khía cạnh nữa chúng ta không thể không tính đến là Hiệp định về Quyền sở hữu trí tuệ liên quan tới hoạt động thương mại (TRIPS). Các đối tượng thuộc sự điều chỉnh của Hiệp định rất rộng, bao gồm bản quyền và các quyền có liên quan đến nhãn hiệu hàng hoá, kiểu dáng công nghiệp, sáng chế, thiết kế bố trí mạch tích hợp... chúng sẽ có tác động rất lớn tới các hoạt động sản xuất, kinh doanh hàng điện tử của thế giới.

2. THỰC TRẠNG VÀ XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG HÀNG ĐIỆN TỬ THẾ GIỚI

2.1. Thực trạng thị trường hàng điện tử thế giới

2.1.1. Tình hình cung cầu:

Sau giai đoạn phát triển mạnh trong những năm 1990 - 1995 nhờ chính sách tập trung đầu tư của nhiều nước và khu vực, từ năm 1997, thị trường hàng điện tử thế giới bước vào giai đoạn suy giảm do ảnh hưởng nặng nề của cuộc khủng hoảng kinh tế Châu Á và chỉ hồi phục lại trong năm 1999. Có thể xem xét động thái của thị trường điện tử thế giới qua một số nhóm sản phẩm chủ yếu sau:

2.1.1.1 - Thị trường hàng điện tử dân dụng:

a. Sản xuất

Thiết bị điện tử dân dụng (TBĐTDD) chiếm khoảng 9 - 10% tổng sản lượng công nghiệp điện tử toàn cầu. Theo ý nghĩa hạn hẹp, TBĐTDD bao gồm các thiết bị điện tử sử dụng trong đời sống sinh hoạt gia đình như radio, television (TV), radiocassette (R/C), đầu video (V/C) ... Tuy nhiên, cùng với sự phổ cập hơn các thiết bị chuyên dụng và thiết bị thông tin khác như máy tính cá nhân (PC), máy quay video, điện thoại ... cũng như xu hướng phát triển của các thiết bị đa tính năng (TV kết hợp với V/C, PC, điện thoại...) ở nhiều nước, các thiết bị này cũng được xếp vào nhóm TBĐTDD.

Trước thập niên 90, các nước Mỹ, Nhật Bản và Tây Âu sản xuất khoảng 71% TBĐTDD toàn cầu (Nhật Bản - 40%, Tây Âu - 18% và Mỹ - 13%). Tuy nhiên, sản xuất, đặc biệt là khâu lắp ráp các thiết bị nghe nhìn đang có xu hướng chuyển dịch sang các nước khác ở khu vực Châu Á - Thái Bình Dương. Vào những năm đầu 90, các nước NICs đã nổi lên như những nhà cung cấp TBĐTDD giá rẻ hàng đầu thế giới. Trong giai đoạn 1990-1992, trong khi sản xuất TBĐTDD giảm bình quân 1,4%/năm ở Nhật Bản và 1,3%/năm ở Mỹ thì sản xuất TBĐTDD của Hàn Quốc đạt tốc độ tăng bình quân 3,6%/năm, Trung Quốc 6,8%/năm và Malaysia tới 33,4%/năm. Sản xuất TBĐTDD chiếm trên 30% tổng sản lượng của ngành công nghiệp điện tử Hàn Quốc, 40% của Trung Quốc và trên 32% của Ấn Độ... Tuy nhiên, cũng cần phải nói rằng, sản xuất TBĐTDD ở các nước đang phát triển phụ thuộc nhiều vào linh kiện nhập khẩu hoặc là luân chuyển hàng hoá nội bộ trong công ty xuyên quốc gia (như trường hợp của Malaysia và Thái Lan).

Sản xuất TBĐTDD ở các nước phát triển - Mỹ và Nhật Bản chuyển sang tập trung vào các sản phẩm công nghệ cao - TV, V/C, VCD độ nét cao,

thiết bị gia dụng đa tính năng... Vì vậy, xét về mặt giá trị sản lượng, TBĐTDD của Mỹ và Nhật Bản vẫn giữ vị trí quan trọng trên thị trường thế giới. Trong khi đó, sản xuất TBĐTDD của các nước Tây Âu có xu hướng giảm cả về giá trị và tỷ trọng trong toàn bộ ngành do sức cạnh tranh của sản phẩm thấp và mức bão hoà khá cao.

b. Tiêu thụ

Về cơ cấu thị trường, Mỹ là nước đứng đầu về tiêu thụ TBĐTDD, thứ hai là Nhật Bản, tiếp theo là Đức, Anh và Pháp. Một xu hướng nổi bật trong tiêu thụ TBĐTDD là số lượng thiết bị tăng mạnh nhưng giá thiết bị giảm đáng kể (20 - 40% trong 5 năm qua, tùy loại thiết bị).

Nếu tính về mức sử dụng thiết bị bình quân đầu người, thị trường TBĐTDD ở các nước phát triển hầu như đã bão hoà. Tỷ trọng TBĐTDD trong tổng mức tiêu thụ hàng điện tử đang có xu hướng giảm đi, mức tăng tiêu thụ ở các nước này chỉ đạt khoảng 3- 3,5%/năm, chủ yếu là nhu cầu với các thiết bị mới, công nghệ cao (máy phát hình độ nét cao, màn hình tinh thể lỏng), thiết bị đa chức năng. Ở các nước đang phát triển, TBĐTDD vẫn chiếm một tỷ trọng khá lớn trong tổng mức tiêu thụ hàng điện tử. TBĐTDD thế hệ cũ với mức giá thấp đang được tiêu thụ phổ biến trên thị trường khu vực này. Có thể lấy số liệu của một số nước ở Châu Á và Tây Âu làm ví dụ (Bảng 1)

Bảng 1: Tiêu thụ TBĐTDD ở một số nước

Đơn vị: triệu USD, %

	1994	1995	1996	1997	Nhịp độ b/q 94-97
1. Tây Âu	21.976	23.665	23.671	24.361	3,50
- Tỷ trọng/tổng mức t.thụ hàng đ.tử	12,2	9,58	9,43	9,36	
2. Hàn Quốc	2.307	2.397	2.469	2.594	4,00
- Tỷ trọng/tổng mức t.thụ hàng đ.tử	14,4	14,4	14,4	14,7	
3. Trung Quốc	4.395	4.623	4.837	5.033	4,62
- Tỷ trọng/tổng mức t.thụ hàng đ.tử	20,8	19,9	19,3	18,7	
4. Ấn Độ	1.225	1.297	1.374	1.440	5,55
- Tỷ trọng/tổng mức t.thụ hàng đ.tử	23,6	23,9	24,2	24,7	

Nguồn: Year book of World Electronics, Oxford, UK, 1997

Về cơ cấu sản phẩm, tiêu thụ thiết bị nghe nhìn chiếm tỷ trọng lớn nhất 87 - 90%, các thiết bị khác 10 - 13% tổng doanh thu TBĐTDD toàn cầu. Tuy nhiên, các Videogame gần đây đã trở thành lĩnh vực phát triển nhanh nhất trong nhóm sản phẩm TBĐTDD với những tính năng kết hợp được cả PC và TV cáp. Hiện nay, 1/3 số hộ gia đình Mỹ, 1/5 hộ gia đình Anh và 1/2 hộ gia đình Nhật Bản đã chuyển sang dùng máy Videogame, cao hơn nhiều so với tỷ lệ dùng PC.

2.1.1.2 Thị trường thiết bị tin học

a. Sản xuất

Thị trường máy tính là một trong những lĩnh vực chủ yếu của thị trường thiết bị tin học, trong đó Mỹ là quốc gia giữ vai trò chi phối, cung cấp khoảng 96% tổng lượng CPU trên thị trường thế giới. Tuy nhiên, hầu hết các bộ phận khác của máy tính cá nhân được sản xuất tại các nước khác, chủ yếu là ở châu Á. Châu Á đang trở thành trung tâm của ngành công nghiệp máy tính do chi phí sản xuất thấp hơn. Hầu hết các hãng sản xuất PC lớn - IBM, COMPAQ, AST, HP ... đã thiết lập các nhà máy lắp ráp PC tại Châu Á và xuất khẩu trở lại các nước Âu, Mỹ. Các nước Châu Á hiện đã trở thành khu vực cung cấp chủ yếu nhiều loại cấu kiện PC: 80% cấu kiện PC của Seagate Technology được sản xuất tại Thái Lan, Singapore và Malaixia. Đài Loan sản xuất 80% bộ mạch chủ PC; Nhật Bản chi phối 90% màn hình tinh thể lỏng cho PC lưu động; Singapore đang đứng đầu về sản xuất ổ cứng và có tới 50% PC của Apple bán trên thế giới được sản xuất tại nước này.

Xu hướng chung của phần cứng tin học và viễn thông là nhanh hơn, nhỏ hơn, tiện lợi hơn và rẻ hơn. Riêng giá máy tính bình quân hàng năm giảm 40-50% trong 5 năm gần đây.

Hiện nay PC đang có dấu hiệu trở thành hàng tiêu dùng phổ thông. Đặc trưng của sản xuất máy tính là gia tăng mức độ tiêu chuẩn hoá nhằm tạo nên sự tương thích của tất cả các loại máy, từ nhỏ nhất đến máy lớn đa năng. Cạnh tranh trên thị trường ngày càng trở nên gay gắt mà trước hết là giữa các hãng của Mỹ như IBM, Compaq, Apple, DEL, Hewlett Packard và sau đó là Toshiba, NEC, Bull, Acer... Các hãng đều cố gắng giảm chi phí từ khâu sản xuất đến phương thức bán hàng, cải tạo hệ thống bán lẻ, đáp ứng yêu cầu của khách hàng.

Nếu tính cả các dịch vụ thì phần mềm và phần cứng đạt được sự thăng bằng vào năm 1991, nhưng từ năm 1992 giá trị phần mềm và dịch vụ lớn hơn phần cứng và mức chênh lệch này ngày càng cao.

Việc giảm giá bán các loại máy tính kéo theo sự giảm giá của các phần mềm. Mỹ cũng là nước chi phối thị trường phần mềm với 6/10 hãng cung cấp phần mềm lớn nhất thế giới. Tuy nhiên, thị trường phần mềm hiện đã có sự tham gia của một số nước đang phát triển như Đài Loan, Ấn Độ và Philippin...

b. Tiêu thụ:

Doanh thu máy tính toàn cầu đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 11,58%/năm trong giai đoạn 1995 - 2000, từ 125 tỷ USD năm 1995 lên 216 tỷ USD năm 2000. (Bảng 2)

Theo số liệu của "World Economic Forum", trong năm 1999, Mỹ vẫn là thị trường tiêu thụ PC lớn nhất, chiếm 43% tổng số máy tính đang sử dụng; Nhật Bản chiếm tỷ trọng 7,03%; Trung Quốc - 3,75%; kế tiếp là các nước EU - Đức, Anh, Pháp, Tây Ban Nha, Hà Lan, Australia và Canada. Mỹ cũng đứng đầu về số PC bình quân đầu người - 0,228, Australia - 0,193, Canada - 0,188; Na-uy - 0,173; Singapore - 0,125; Nhật Bản - 0,098; Hàn Quốc - 0,037; Trung Quốc - 0,001.

Bảng 2: Tiêu thụ máy tính toàn cầu

	1995	1996	1997	1998	1999	2000*
Số lượng (tr. ch)	58	70	80,6	92,9	102,6	116
So năm trước (%)	-	120,7	115,1	115,2	110,4	113,1
Trị giá (tỷ USD)	125	144	155,3	166	187,6	216
So năm trước (%)	-	115,2	107,8	106,9	113,0	115,1

* Số ước tính

Nguồn: Dataquest 1998, 1999

Về cơ cấu sản phẩm, PC xách tay là một trong các sản phẩm được tiêu thụ mạnh nhất, chiếm khoảng 33% tổng tiêu thụ PC ở Mỹ và 20% tổng tiêu thụ PC ở Tây Âu.

Tuy nhiên, tốc độ tăng tiêu dùng cao nhất trong những năm qua thuộc về các loại máy chủ (server) xuất phát từ nhu cầu phát triển công nghệ thông tin, các hệ thống mạng nội bộ và sử dụng dịch vụ Internet. Lợi nhuận trong lĩnh vực sản xuất và kinh doanh máy chủ cao hơn cũng khuyến

khích các nhà sản xuất đầu tư vào ngành này. Thị phần của các nhà cung cấp máy chủ (Compaq, HP, IBM, Dell Computer) tăng lên trong khi thị phần của các hãng cung cấp PC nhỏ - NCR, Olivetti, Acer... giảm đi.

Doanh thu các loại PC xách tay giá rẻ đạt tốc độ tăng tiêu thụ 18%/năm trong khi mức tăng tiêu thụ PC nói chung chỉ đạt 11,58%/năm. PC xách tay giá rẻ được tiêu thụ nhiều nhất tại thị trường Mỹ, nơi công nghệ máy tính phát triển mạnh. Ước tính, các PC có mức giá dưới 1000 USD chiếm tới 40% thị trường PC Mỹ, trong khi ở Châu Âu và Nhật, 2/3 tổng số máy bán ra là loại máy chuyên dụng với giá cao.

2.1.1.3- Thị trường linh kiện điện tử:

a. Sản xuất:

Nhu cầu chuyển dịch sản xuất các loại linh kiện thông thường từ Mỹ và Nhật Bản sang khu vực có chi phí sản xuất thấp cũng như các chính sách khuyến khích nâng cao tỷ lệ nội địa hoá, tự sản xuất linh kiện ở các nước khác thuộc Châu Á-Thái Bình Dương đã tạo điều kiện cho khu vực này phát triển nhanh chóng. Sản xuất linh kiện của Hàn quốc trong giai đoạn 1990-1994 đạt tốc độ tăng bình quân 5,15%/năm (so với tốc độ 2,6%/năm của toàn ngành điện tử), Trung quốc 12,15%/năm (so với 10,50% năm của toàn ngành điện tử).

Một đặc điểm của sản xuất điện tử ở các nước Châu Á là định hướng vào lĩnh vực sản xuất linh kiện và cụm linh kiện, ví dụ như các DRAM. Trong điều kiện giá DRAM và các linh kiện rời giảm mạnh do nhu cầu tiêu thụ giảm trong thời kỳ khủng hoảng kinh tế, nhiều công ty Nhật Bản, Châu Âu và Mỹ đã dừng không tiếp tục đầu tư vào lĩnh vực sản xuất này trong khi các nhà sản xuất ở khu vực Châu Á (Thái Lan, Indônêxia ...) vẫn giữ được sức cạnh tranh về giá và trở thành những nước sản xuất và xuất khẩu lớn về nhóm sản phẩm này.

Một bộ phận cơ bản của thị trường linh kiện điện tử là linh kiện bán dẫn. Có thể nói, linh kiện bán dẫn là nền tảng của công nghiệp điện tử với tỷ trọng ngày càng tăng trong tổng giá trị thiết bị điện tử (khoảng 50% trị giá linh kiện điện tử nói chung).

Đặc trưng của ngành sản xuất linh kiện bán dẫn là tính tập trung cao. Năm 1994, 10 công ty hàng đầu thế giới kiểm soát tới 54,6% thị trường linh kiện bán dẫn, trong đó, đứng đầu là Intel, NEC và Toshiba. Tới năm 1998, Intel, NEC và Motorola vẫn kiểm soát tới 27,9% thị trường bán dẫn toàn cầu.

Cũng như sản xuất TĐTĐD và máy tính, sản xuất linh kiện bán dẫn đang được chuyển dịch dần sang các nước NICs và một số nước Châu Á khác xuất phát từ nhu cầu cạnh tranh về giá cả. Tuy nhiên, trong những năm tới, Nhật Bản và Mỹ vẫn là những nước đứng đầu về cung cấp các sản phẩm bán dẫn, mặc dù tỷ trọng của hai nước này trong tổng sản lượng bán dẫn toàn cầu có xu hướng giảm đi trong khi tỷ trọng của các nước Châu Á - Thái Bình Dương khác tăng lên cùng với xu hướng chuyển dịch sản xuất các thiết bị đơn lẻ sang khu vực thị trường này. (xem phụ lục 1)

b. Tiêu thụ:

Trong giai đoạn 1992 - 1997, tiêu thụ linh kiện điện tử toàn cầu tăng trưởng với tốc độ bình quân 10,4%/năm, nhưng trong năm 1998, tiêu thụ linh kiện điện tử đã giảm đi 4,11%. Mỹ vẫn là thị trường tiêu thụ linh kiện điện tử lớn nhất với tỷ trọng trên 30% tiêu thụ linh kiện điện tử toàn cầu. Các nước khác trong khu vực Châu Á - Thái Bình Dương - với tốc độ tăng tiêu thụ bình quân 13,7%/năm trong giai đoạn 1992 - 1997 so với tốc độ tăng bình quân 6,4%/năm của Nhật Bản - đã trở thành khu vực tiêu thụ linh kiện điện tử lớn thứ hai thế giới. (Bảng 3)

Bảng 3: Cơ cấu tiêu thụ linh kiện điện tử theo thị trường

Khu vực	Tiêu thụ linh kiện điện tử (tỷ USD)			Tốc độ tăng bình quân 1992-1997 (%/năm)
	1992	1997	1998	
Toàn cầu	148	268	257	10,4
Tỉ trọng (%)	100	100	100	
- Mỹ	41,44	83,03	79,67	12,25
Tỉ trọng (%)	28,0	31,0	31,0	
- C.Á - TBD*	31,08	67,03	64,25	13,70
Tỉ trọng (%)	21,0	25,0	25,0	
- Nhật Bản	40,40	64,32	59,11	6,40
Tỉ trọng (%)	30,0	24,0	23,0	
- Châu Âu	31,08	53,62	53,97	9,60
Tỉ trọng (%)	21,0	20,0	21,0	

Nguồn: Hiệp hội kỹ thuật điện tử Đức (Zentralverband Elektrotechnik and Electronic Industries - ZEEI), Biki, N^o17, 1999

* Trừ Mỹ, Nhật Bản

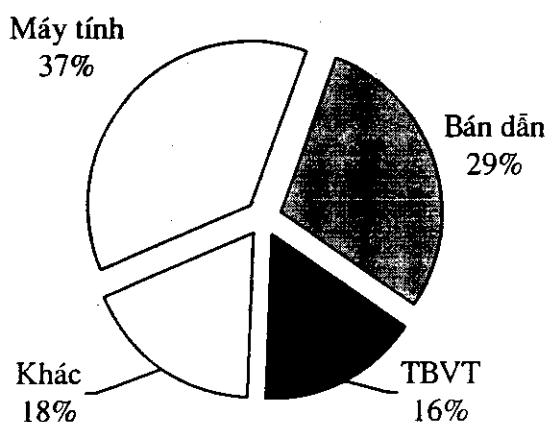
Sau khi giảm mạnh trong năm 1998 do ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế châu Á, tiêu thụ linh kiện toàn cầu đã hồi phục trở lại cùng với sự phục hồi của các nền kinh tế từ quý II/1999. Xét riêng các linh kiện bán dẫn, tốc độ tăng tiêu thụ toàn cầu trong năm 1999 đạt 17,8% và ước đạt 20,8% trong năm 2000, trong đó mức tăng tiêu thụ của Mỹ đạt tương ứng 13% và 21%, Nhật Bản - 21% và 19%, châu Âu - 6% và 27% và khu vực châu Á - Thái Bình Dương - 23% và 28,1% (xem phụ lục 2).

2.1.2. Tình hình buôn bán hàng điện tử trên thị trường thế giới:

Buôn bán hàng điện tử là một trong các lĩnh vực phát triển mạnh mẽ nhất trong 20 năm gần đây, với tốc độ tăng trưởng bình quân khoảng 14,5%/năm (từ 500 tỷ USD năm 1991 lên khoảng trên 1000 tỷ USD năm 2000) so với tốc độ 8%/năm của thương mại toàn cầu.

Về cơ cấu sản phẩm, máy tính các loại chiếm tỷ trọng đáng kể - 37% trong tổng kim ngạch buôn bán hàng điện tử toàn cầu, thiết bị bán dẫn - 29%, thiết bị viễn thông - 16% và các sản phẩm điện tử khác chiếm 18% trong tổng kim ngạch buôn bán hàng điện tử trên toàn cầu năm 1998. (biểu đồ 1)

Biểu đồ 1: Cơ cấu sản phẩm trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng điện tử thế giới năm 1998

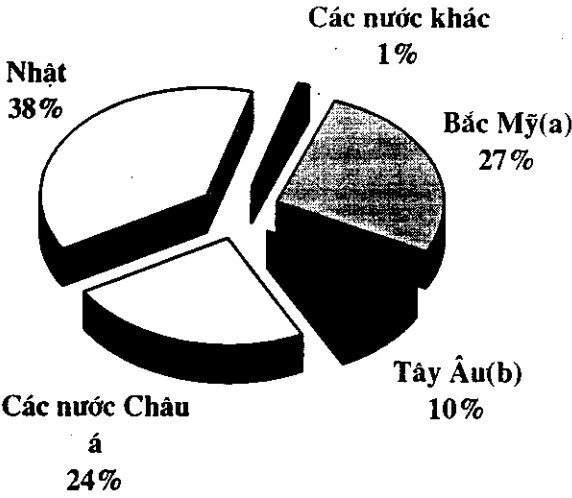


Nguồn: International Trade in IT Products, WTO, July, 1999

a. Xuất khẩu:

Tính tới năm 1998, Nhật Bản vẫn là nước đứng đầu thế giới về xuất khẩu hàng điện tử, chiếm tới 38% tổng kim ngạch xuất khẩu toàn cầu, đứng thứ hai là Mỹ - 27%, các nước Châu Á khác ngoài Nhật - 24%, 10% là xuất khẩu của các nước Tây Âu và chỉ 1% thuộc các khu vực khác. (biểu đồ 2)

Biểu đồ 2: Cơ cấu xuất khẩu hàng điện tử theo thị trường năm 1998



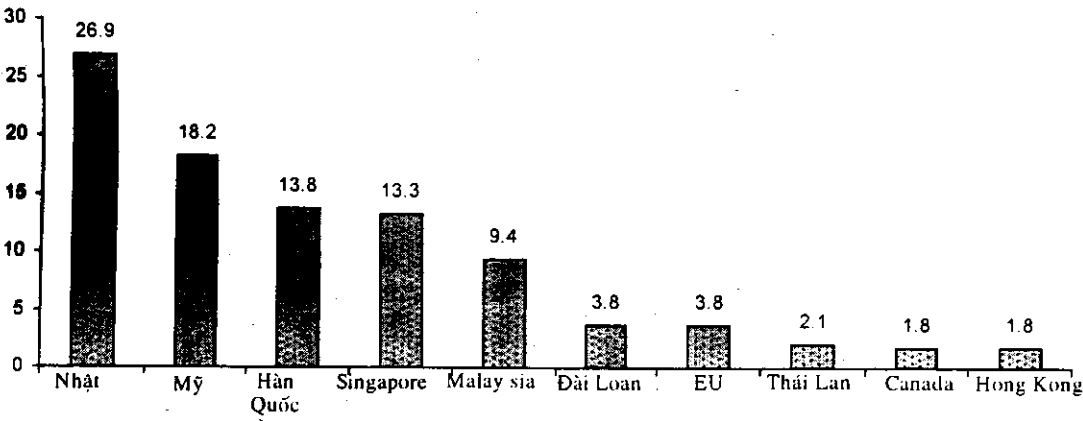
(a). Bao gồm cả XK nội khu vực NAFTA

(b). Không tính nội khu vực EU.

Nguồn: International Trade in IT Products, WTO, July, 1999

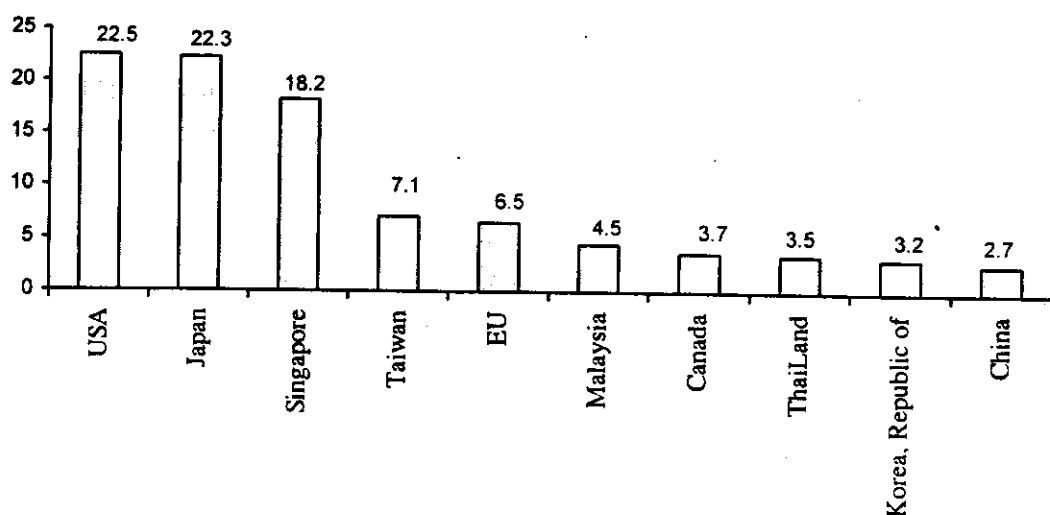
Nhật Bản và Mỹ cũng là những nước xuất khẩu linh kiện lớn nhất thế giới với tỷ trọng 26,9% và 18,2% tổng kim ngạch xuất khẩu các linh kiện bán dẫn toàn cầu. (biểu đồ 3)

Biểu đồ 3: Những nước xuất khẩu sản phẩm bán dẫn lớn nhất năm 1998
(% so với KNXK toàn cầu)



Trên thị trường máy tính, Mỹ là nước xuất khẩu lớn nhất thế giới với kim ngạch xuất khẩu chiếm 2,5% tổng kim ngạch xuất khẩu máy tính toàn cầu. Mỹ cung cấp chủ yếu các máy chủ nhờ ưu thế về công nghệ kỹ thuật cao.(biểu đồ 4)

Biểu đồ 4: Những nước xuất khẩu máy tính lớn nhất thế giới năm 1998
(% so với tổng kim ngạch xuất khẩu)

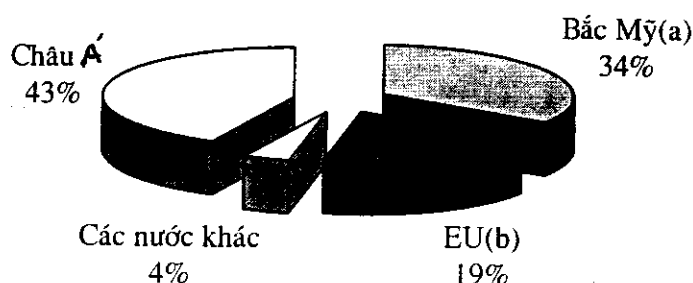


Nguồn: International Trade in IT Products, WTO, July, 1999.

b. Nhập khẩu:

Các nước Châu Á đứng đầu về nhập khẩu hàng điện tử với kim ngạch **nhập khẩu** chiếm tỷ trọng 43% tổng kim ngạch nhập khẩu toàn cầu để **đáp ứng** nhu cầu linh kiện các loại cho công nghiệp lắp ráp hàng điện tử trong nước (phục vụ cho nhu cầu nội địa và tái xuất khẩu). (biểu đồ 5)

Biểu đồ 5: Cơ cấu thị trường nhập khẩu hàng điện tử năm 1998



a. Bao gồm cả buôn bán nội khu vực NAFTA

b. Không tính buôn bán nội khu vực EU.

Nguồn: International Trade in IT Products WTO, July, 1999.

2.2. Xu hướng phát triển thị trường hàng điện tử thế giới:

2. 2.1. Xu hướng về công nghệ:

“Định luật Moore” về xu hướng phát triển công nghệ thông tin (trên cơ sở phát triển tốc độ của bộ xử lý với chi phí không đổi) đã được kiểm chứng trong hơn 3 thập kỷ qua vẫn là cơ sở nền tảng của xu hướng phát triển công nghệ trong những năm tới. Tuy nhiên, sau năm 2010, định luật này có thể sẽ bị chi phối bởi các quy luật vật lý và quy luật kinh tế, khi mật độ các Transistor trên các chip đã tăng tới mức giới hạn mà độ rộng của từng mạch cho phép. Về nguyên tắc, đến một giới hạn nhất định, chi phí để thử nghiệm chip sẽ cao hơn chi phí sản xuất ra chúng, vì vậy mục tiêu tăng giá thành sản phẩm (giá của chip tính trên một Transistor hay một đơn vị tốc độ) sẽ không đạt được. Tuy nhiên, những thành công bước đầu về công nghệ lượng tử và công nghệ siêu nhỏ sẽ cho phép công nghệ tin học duy trì được tốc độ phát triển theo định luật này trong tương lai.

Trong một vài năm tới, những thay đổi về công nghệ sản xuất linh kiện với các bộ nhớ có năng lực cao gấp bội bằng công nghệ chồng 2 chip bộ nhớ 256 MB và bộ nhớ hệ thống mới - RDRAM (Direct Rambus DRAM) thay thế cho SDRAM hiện nay với kết nối tốc độ cao sẽ làm thay đổi cơ bản các máy tính cá nhân. Việc điều chỉnh hoá được thực hiện dễ dàng với giải pháp lắp linh kiện trên mạch in cho các hệ thống dòng điện nhỏ và tín hiệu. Việc xuất hiện công nghệ lắp ráp bề mặt (SMT) thay dần cho cách xuyên chân linh kiện qua lỗ kim mạch in đã tạo chất lượng sản phẩm có độ tin cậy cao hơn.

Đã xuất hiện chất bán dẫn hữu cơ polimer. Tương lai máy tính điện tử tiến tới máy tính quang điện tử, máy tính quang tử, máy tính lượng tử...

Công nghệ truyền hình và phát thanh số hoá có độ nét cao sẽ phát triển và có xu hướng phổ cập trên toàn thế giới trong những năm tới. Công nghệ truyền thông qua vệ tinh trở nên phổ biến hơn. Trong giai đoạn 2000 - 2006, các nước Mỹ, Nhật Bản và các nước Tây Âu sẽ đưa kỹ thuật số thay cho kỹ thuật analog. Các thiết bị thu phát analog dần được thay thế. Tuy nhiên, vẫn có thể tận dụng các thiết bị kỹ thuật analog để thu được chương trình kỹ thuật số thông qua các bộ giải mã D-A (Digital-Analog) trong vòng 10-15 năm nữa.

Các hệ thống thiết bị như máy ảnh, máy quay video,... cũng sẽ được chế tạo theo kỹ thuật số hoá, các bộ nhớ tín hiệu ảnh và âm thanh sẽ là các

DRAM có dung lượng siêu lớn, rất thuận tiện, gọn nhẹ với chất lượng tín hiệu rất cao và trung thực.

Công nghệ tin học ngày càng có xu hướng thâm nhập vào lĩnh vực điện tử dân dụng, mở ra khả năng kết hợp giữa hai lĩnh vực này, tạo ra những sản phẩm phối hợp giữa các chức năng của TBĐTDD với các thiết bị điều khiển và xử lý dữ liệu, đồng thời dẫn đến những thay đổi về cơ cấu và xu hướng thị trường điện tử.

2. 2.2. Xu hướng các sản phẩm điện tử

Những tiến bộ về công nghệ và sự thay đổi về yêu cầu đối với PC như nhu cầu về lưu trữ giảm đi trong khi nhu cầu về tính tiện dụng tăng lên buộc các nhà sản xuất hướng tới thay thế các PC công kênh bằng các thiết bị nhỏ gọn nhưng vẫn thực hiện được hầu hết các tính năng chủ yếu:

- Các máy tính để bàn nhỏ và đơn giản hơn, thích ứng được với điều kiện hạn chế về không gian - loại bỏ dây cáp, thao tác dễ dàng hơn với các ổ đĩa, tái định vị những khe cắm PCI dễ tháo lắp. Gateway đã bố trí đĩa mềm, CD - ROM và đĩa cứng trên khay có thể gắn bằng card, tiện lợi cho bảo trì, sửa chữa và dễ dàng thao tác với các bộ phận chủ yếu.

- Xu hướng phổ biến sẽ là các sản phẩm PC/TV để sử dụng, bao gồm: **máy** thu, điều chỉnh, giải mã, CPU và hệ điều hành nhúng, gần giống như TV hiện nay có bổ sung thiết bị đĩa VIDEO quang số.

- Những thiết bị hiện đang được đưa vào sử dụng như điện thoại VIDEO và thiết bị viễn thông có thể nhận và gửi ảnh từ 2 phía sẽ trở thành phổ biến vào năm 2001 tại Nhật Bản (trước EU 1 năm và Mỹ 2 năm). Nhật Bản sẽ phủ sóng hệ thống điện thoại thế hệ thứ 3 (3G) dùng công nghệ thông tin di động băng rộng (CDMA).

- Trong công nghệ điện tử dân dụng, những hình thức đầu tiên của Home Server có thể được thương mại hoá rộng rãi trong một vài năm tới.

Xu hướng kết hợp giữa công nghệ tin học và TBĐTDD dẫn đến những thay đổi lớn về cơ cấu sản xuất điện tử toàn cầu. Các hãng công nghệ tin học hàng đầu thế giới - Compaq, Microsoft, Gateway... có xu hướng kết hợp với các nhà cung cấp sản phẩm TBĐTDD - Sony, Phillips Electronics, Mitsubishi Electronics... để cho ra đời các sản phẩm TBĐTDD có công nghệ cao.

Đồng thời, xu hướng quốc tế hoá của các sản phẩm điện tử tin học sẽ trở thành yêu cầu thiết yếu đối với các lĩnh vực khác của ngành công nghiệp điện tử, trong đó bao gồm cả TBĐTDD để đáp ứng yêu cầu về độ tương thích và tính linh hoạt của các sản phẩm điện tử trong tương lai.

2.2.3. Xu hướng về thị trường

Do những thay đổi về cơ cấu sản xuất, về mức độ cạnh tranh trong sản xuất và tiêu thụ, đặc biệt là do sự kết hợp ngày càng chặt chẽ giữa sản xuất thiết bị xử lý dữ liệu và sản xuất TBĐTDD nên các phương thức buôn bán trên thị trường điện tử ngày càng có nhiều thay đổi.

- Nhằm đáp ứng yêu cầu thuận tiện trong mua sắm sản phẩm công nghệ thông tin, hãng HP và IBM đã thực hiện bán trực tiếp thiết bị của họ trên Internet, không thông qua các đại lý theo mô hình 2 cấp trước đây.

- Các hãng sản xuất lớn áp dụng chiến lược giảm giá PC cho những khách hàng sử dụng Internet nhằm đẩy mạnh mức bán ra và bù lại lợi nhuận quá thấp của sản xuất và kinh doanh phân cứng từ các hợp đồng truy cập Internet.

- Chiến lược "Thin client" - sản xuất PC chuyên dụng cho các đối tượng tiêu dùng riêng biệt, loại bỏ các chức năng không cần thiết của PC đa dụng, nhằm hướng tới các nhóm đối tượng tiêu dùng khác nhau đang là hướng đi của hầu hết các hãng sản xuất điện tử hàng đầu thế giới.

Bên cạnh những khó khăn do sức ép cạnh tranh ngày càng lớn, chi phí sản xuất tăng nhưng giá bán trên một đơn vị sản phẩm đang có xu hướng giảm đi..., thị trường hàng điện tử thế giới vẫn được dự báo là có triển vọng sáng sủa và duy trì chu kỳ tăng trưởng từ nay cho đến năm 2003 cùng với chu kỳ tăng trưởng kinh tế toàn cầu. Theo dự báo của IDC và SIA, thị trường linh kiện bán dẫn - nền tảng của công nghiệp điện tử sẽ tăng gần 14% trong 5 năm 1998 - 2002, trong đó, thị trường Mỹ tăng tới 21% trong năm 2001 và 11% trong năm 2002; thị trường Nhật Bản tăng tương đương 16% và 10%; EU tăng 20% và 11%; đặc biệt các nước Châu Á - Thái Bình Dương tăng tới 23% trong năm 2001 và 14% trong năm 2002.

3.1.1. Tóm lại, tình hình thị trường hàng điện tử thế giới trong những năm qua mang những nét đặc trưng như sau:

- Các nước công nghiệp phát triển có ưu thế về vốn và công nghệ vẫn tiếp tục chi phối thị trường hàng điện tử thế giới trên cơ sở khống chế việc sản xuất và xuất khẩu linh kiện điện tử cũng như nghiên cứu triển khai các sản phẩm mới.

- Sản xuất TBĐTDD và các linh kiện đơn giản đã dịch chuyển sang các nước có trình độ sản xuất thấp hơn, chủ yếu là các nước đang phát triển ở khu vực Châu Á. Tỷ trọng tiêu thụ linh kiện điện tử của các nước Châu Á - Thái Bình Dương tăng lên nhanh chóng do sự gia tăng nhu cầu lắp ráp hàng điện tử tại các nước này.

- Trên cơ sở đó, hình thành cơ cấu buôn bán trên thị trường hàng điện tử thế giới: các nước phát triển sản xuất, xuất khẩu linh kiện điện tử và nghiên cứu triển khai công nghệ mới; các nước đang phát triển nhập khẩu linh kiện và nhận chuyển giao công nghệ, đồng thời sản xuất, xuất khẩu lại các sản phẩm điện tử thành phẩm. Trong đó, xuất nhập khẩu trong nội bộ các công ty xuyên quốc gia chiếm một tỷ trọng đáng kể.

- Tiêu thụ TBĐTDD tại các nước phát triển đã gần đạt tới mức bão hoà. Vì vậy, nhu cầu TBĐTDD tại khu vực này tăng chậm hơn, chủ yếu là với những sản phẩm mới, công nghệ cao. Các nước đang phát triển có tốc độ tăng tiêu thụ TBĐTDD cao, chủ yếu là các sản phẩm thế hệ thứ hai với giá rẻ.

Tỷ trọng tiêu thụ thiết bị điện tử chuyên dụng trong cơ cấu tiêu thụ hàng điện tử ngày càng có xu hướng tăng lên cùng với sự phát triển của thị trường này.

- Sự phát triển của khoa học và công nghệ sẽ dẫn đến những thay đổi nhanh chóng của các sản phẩm điện tử trên thị trường và sự đan xen giữa các lĩnh vực sản xuất thiết bị xử lý dữ liệu với sản xuất TBĐTDD và thiết bị điện tử công nghiệp. Tuy nhiên, thị trường hàng điện tử vẫn chịu sự chi phối của động thái thị trường linh kiện: bên cạnh các ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế Châu Á năm 1997, các yếu tố cung cầu về linh kiện điện tử đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành động thái thị trường - tăng trưởng cao trong những năm 1991 - 1995, giảm dần trong giai đoạn 1996 - 1998 và bắt đầu lại chu kỳ tăng trưởng từ năm 1999 đến 2003.

3. MỘT SỐ THỊ TRƯỜNG HÀNG ĐIỆN TỬ CHỦ YẾU

3.1. Thị trường các nước phát triển:

3.1.1. Mỹ:

Mỹ là nước đứng đầu thế giới về công nghiệp điện tử- tin học và viễn thông. Giá trị sản lượng ngành công nghiệp này đứng thứ hai trong nền kinh tế. Mỹ là nước cung cấp các công nghệ điện tử hàng đầu, có ý nghĩa then chốt với sự phát triển công nghiệp điện tử toàn cầu và cũng là nước khống chế thị trường thiết bị bán dẫn, công nghệ máy tính, công nghệ phần mềm.

Tuy nhiên, cơ cấu sản phẩm trong ngành công nghiệp điện tử của Mỹ đã có những thay đổi căn bản, trong khi công nghệ thông tin và các thiết bị phụ trợ phát triển mạnh mẽ thì sản xuất TBĐTDD có xu hướng chuyển sang các nước có trình độ công nghệ thấp hơn nhưng có chi phí rẻ hơn.

Trong năm 1999, trị giá sản lượng máy tính và thiết bị văn phòng đạt 113.332 triệu USD tăng 19,4% so với 1998; thiết bị viễn thông đạt 80.573 triệu USD tăng 12,5% trong khi TĐTĐD chỉ đạt 9.993 triệu USD, giảm 5,5% so với năm 1998.*

Mặc dù thị phần của Mỹ trên thị trường thiết bị bán dẫn đã giảm từ 43,8% trong năm 1992 xuống 33,5% trong năm 1998 nhưng Mỹ vẫn giữ vị trí hàng đầu thế giới về sản phẩm này, cung cấp các loại thiết bị đòi hỏi công nghệ cao cũng như đầu tư cho nghiên cứu triển khai các sản phẩm mới.

Mỹ cũng chi phối thị trường thiết bị điện tử tin học thế giới, chiếm tới 96% tổng giá trị CPU toàn cầu.

Với tốc độ tăng trưởng trên 8%/năm trong giai đoạn 1993 - 1999 (trong đó, tăng trưởng dịch vụ phần mềm là 10,7%/năm, phần cứng - 9,9%/năm và dịch vụ viễn thông - 4,6%/năm), công nghệ thông tin chiếm gần 35% trong tổng giá trị tăng trưởng của Mỹ.

3.1.2. Nhật Bản:

Nhật Bản là siêu cường về công nghiệp điện tử, đứng sau Mỹ nhưng phát triển hơn nhiều so với Tây Âu. Công nghiệp sản xuất thiết bị tin học và viễn thông Nhật Bản dựa trên nền tảng công nghiệp sản xuất linh kiện điện tử bán dẫn mạch với tỷ trọng khoảng 40% thị trường thế giới và chiếm 50% thị trường thế giới về các linh kiện bán dẫn đại trà như DRAM. Tuy thua xa Mỹ về vi mạch tính toán và thiết bị chuyên dùng nhưng sản lượng màn hình tinh thể lỏng của Nhật chiếm tới 90% thị trường thế giới.

Công nghiệp điện tử đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế Nhật. Chỉ riêng doanh thu từ các thiết bị tin học (không kể viễn thông) đã chiếm khoảng 1,5% GDP.

Sở dĩ Nhật Bản đạt được nhiều thành tựu, trong đó, sản xuất phần cứng rất phát triển là nhờ có chính sách phát triển công nghệ và xuất nhập khẩu đúng đắn. Từ năm 1972, Nhật Bản đã xây dựng "Kế hoạch về một xã hội thông tin tới năm 2000". Nhà nước và các công ty lớn đầu tư rất nhiều cho các hoạt động R & D.

Về cơ cấu, mặc dù tốc độ tăng trưởng trong lĩnh vực sản xuất linh kiện, đặc biệt là linh kiện bán dẫn và đồ điện dân dụng trong những năm gần đây có giảm đi trong khi sản xuất thiết bị tin học tăng nhanh, thiết bị bán dẫn và linh kiện vẫn chiếm một tỷ trọng đáng kể trong ngành công

* Nguồn: USITC Trade database Web Access tháng 12/1999

ngành điện tử Nhật Bản - 30% tổng giá trị sản lượng ngành điện tử và gần 60% kim ngạch xuất khẩu hàng điện tử.

Năm 1999, xuất khẩu PC của Nhật đạt 8 triệu chiếc, tăng 9% so với 1998.

3.1.3. Tây Âu:

Về dung lượng thị trường, Tây Âu là thị trường điện tử lớn thứ hai thế giới (sau Mỹ) với tốc độ tăng trưởng doanh số đạt 4,05%/năm trong 5 năm 1994 - 1998, từ 213.278 triệu USD lên 271.422 triệu USD.

Về cơ cấu sản phẩm, các thiết bị xử lý dữ liệu (EDP) chiếm tỷ trọng khá lớn - trên 30% dung lượng thị trường điện tử Tây Âu, trong đó, riêng các loại máy tính chiếm khoảng 15% và có tốc độ tăng trưởng cao trong những năm gần đây, trong khi tỷ trọng thị trường thiết bị điện tử dân dụng giảm mạnh do mức tiêu thụ chững lại vì thị trường hầu như đã bão hoà. (Bảng 4)

Bảng 4: Doanh số và cơ cấu thị trường điện tử Tây Âu

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000*
Doanh số (Tr.USD)	213.278	246.789	250.760	260.168	271.422	280.957	286.214
Cơ cấu(%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
1.EDP	30,4	30,3	31,3	31,7	31,8	31,8	31,8
Trong đó:							
Máy tính	13,6	13,7	14,4	14,6	14,7	14,8	14,9
2. TĐĐTĐD	10,2	9,59	9,44	9,36	9,27	9,17	9,1
3. Linh kiện	22,4	23,9	23,3	23,5	24,2	25,1	25,8

Nguồn: Year book of World Electronics- Oxford, UK, 1998, 1999

** Số ước tính*

Tuy dung lượng thị trường lớn nhưng sản xuất ở hầu hết các lĩnh vực trong ngành điện tử Tây Âu không theo kịp sự phát triển của nhu cầu thị trường (Bảng 5) do nhiều nguyên nhân:

- Định hướng theo đơn đặt hàng của Nhà nước nhiều, nay chuyển không kịp theo thị trường thế giới.

- Chi phí tiền lương cao hơn nhiều so với các nước Đông Nam Á, số giờ làm việc trong năm thấp, chi phí bảo vệ môi trường và giá năng lượng cao.

- Các chương trình R & D nhìn chung ít có hiệu quả, chậm đưa các tiến bộ khoa học công nghệ vào sản xuất.

Bảng 5: Tình hình sản xuất và tiêu thụ hàng điện tử ở Tây Âu

Đơn vị: triệu USD

	1994	1995	1996	1997
Tổng				
+ Sản xuất	178.864	213.110	218.627	228.746
+ Tiêu thụ	213.278	246.789	250.760	260.168
<i>Trong đó:</i>				
1. Linh kiện				
+ Sản xuất	32.965	41.394	41.461	43.382
+ Tiêu thụ	41.748	59.148	59.490	61.102
2. EDP				
+ Sản xuất	42.620	53.160	56.482	60.395
+ Tiêu thụ	64.757	74.785	78.516	82.512
3. TBĐTDD				
+ Sản xuất	14.792	16.848	17.127	17.728
+ Tiêu thụ	21.976	23.665	23.671	24.362

Nguồn: Year book of World Electronics, Oxford, UK, 1998.

Để bảo vệ và khuyến khích sản xuất nội địa, EU đã áp dụng mức thuế nhập khẩu cao với hàng điện tử của các nước Châu Á, mặc dù mức thuế này đã được giảm bớt theo các yêu cầu về tự do hoá buôn bán hàng điện tử. Mức thuế nhập khẩu năm 1997 với máy Fax của Trung Quốc là 58,1%, Nhật Bản - 34,9%; Hàn Quốc - 33,8%; Malaixia - 89,9%; Singapore - 39,5%; Đài Loan - 36%; Thái Lan - 22% và năm 1999 tương ứng là 51,6%; 34,9%; 25,1%; 89,8%; 39,5%; 36% và 22,6%).

3. 2. Các nước đang phát triển:

Trong các nước đang phát triển ở khu vực Châu Á, đặc biệt là các nước và lãnh thổ mới công nghiệp hoá như: Hàn Quốc, Đài Loan, Hồng Kông, Singapore là những nước có nền công nghiệp điện tử phát triển nhanh và mạnh nhất. Ngoài ra, Trung Quốc, Ấn Độ, Malaixia và Thái Lan cũng phát triển nhanh công nghiệp điện tử, song Trung Quốc tiến nhanh và hoàn thiện hơn, chỉ sau hơn 15 năm đã đuổi kịp các nước NICs, chỉ đứng sau Hàn Quốc. Ngành công nghiệp điện tử của các nước này phát triển nhanh chóng là nhờ một hệ thống chính sách khuyến khích phát triển thích hợp và đúng đắn.

3.2.1. Hàn Quốc:

Công nghiệp điện tử Hàn Quốc phát triển mạnh, tương đối toàn diện với các sản phẩm có hàm lượng khoa học cao, có thể so sánh với Mỹ, Nhật ngay cả trong việc sản xuất các linh kiện quan trọng nhất.

Công nghiệp điện tử - tin học - viễn thông đóng vai trò quan trọng bậc nhất trong nền kinh tế. Trong năm 1999, xuất khẩu hàng điện tử giữ vị trí hàng đầu và chiếm 36,2% tổng kim ngạch xuất khẩu của Hàn Quốc. TBĐTDD chiếm gần 31% sản lượng và là mặt hàng xuất khẩu lớn của Hàn Quốc, chiếm 24,6% tổng giá trị xuất khẩu hàng điện tử, chỉ đứng sau xuất khẩu linh kiện (58%). Có lúc, Hàn Quốc đã đứng đầu về xuất khẩu TV trên thế giới và hiện nay đang là nước đứng thứ 3 về sản lượng TV màu.

Hàn Quốc phát triển nhanh trong lĩnh vực sản xuất bán dẫn. Năm 1990, Hàn Quốc mới xuất khẩu được 0,4 triệu USD linh kiện bán dẫn thì đến năm 1994, kim ngạch xuất khẩu đạt 10 tỷ USD và tiếp tục tăng bình quân khoảng 17%/năm trong 3 năm tiếp theo từ 1994 - 1997.

Linh kiện điện tử cũng chiếm tỷ trọng lớn trên thị trường điện tử Hàn Quốc - trên 40% tổng doanh thu về điện tử trong khi tiêu thụ TBĐTDD chỉ khoảng 15%. (Bảng 6)

Ngành điện tử Hàn Quốc có mức độ tập trung hoá cao: 3 hãng Sam Sung, Goldstar và Hyndai chiếm 40% doanh số của ngành; 51 trong số 700 xí nghiệp sản xuất TBĐTDD chiếm tới 87% tổng sản lượng, trong đó, riêng 9 cơ sở đã chiếm 50% giá trị xuất khẩu; các thiết bị phụ trợ, linh kiện (các bộ nhớ) cũng như máy vi tính hoàn chỉnh đều tập trung ở Sam Sung và Goldstar với giá trị xuất khẩu trên 1,5 tỷ USD/năm.

Bảng 6: Cơ cấu tiêu thụ hàng điện tử của Hàn quốc*Đơn vị: triệu USD, %*

	1993	1994	1995	1996	1997
Tổng doanh số	15.453	15.990	16.679	17.205	17.670
1. EDP (Thiết bị xử lý dữ liệu)	2.337	2.430	2.552	2.654	2.734
Tỉ trọng	15,1	15,2	15,3	15,4	15,4
Trong đó: Máy tính	978	1.030	1.095	1.052	1.201
Tỉ trọng	6,3	6,4	6,6	6,7	6,8
2. TĐĐTĐD	2.240	2.307	2.397	2.469	2.599
Tỉ trọng	14,5	14,4	14,4	14,4	14,7
3. Linh kiện	6.562	6.783	7.060	7.252	7.451
Tỉ trọng	42,5	42,4	42,3	42,2	42,2

Nguồn: Yearbook of World Electronics Data, 1997

Công nghiệp điện tử Hàn Quốc trước đây phát triển chủ yếu dựa vào đầu tư nước ngoài, nhưng tình hình hiện nay đã thay đổi, các hãng điện tử Hàn Quốc không chỉ mở rộng sản xuất sản phẩm điện tử trong nước mà còn đưa vốn của mình ra nước ngoài, trước hết là các nước Đông Nam Á như Thái Lan, Malaixia, sau đó là Tây Âu.

Trước đây, Hàn Quốc chủ yếu xuất khẩu sang Mỹ dưới hình thức lưu chuyển trong nội bộ công ty mẹ với giá trị xuất khẩu chiếm trên 30% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng điện tử. Hiện nay, xuất khẩu sang Nhật và các nước Đông Nam Á, ... có xu hướng tăng lên.

Bên cạnh những thành tựu đã đạt được, ngành công nghiệp điện tử Hàn Quốc cũng gặp nhiều vấn đề trong thực hiện mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu:

- Mặc dù thị trường xuất khẩu đã dần được đa phương hoá, Hàn Quốc vẫn phụ thuộc vào thị trường Mỹ và Tây Âu. Vì vậy, những chính sách hạn chế nhập khẩu từ các nước này đã ảnh hưởng lớn đến tăng trưởng xuất khẩu của Hàn Quốc.

- Phụ thuộc vào công nghệ, linh phụ kiện cũng như đầu tư của các nước phát triển - Nhật, Mỹ cũng như sự chi phối của các công ty xuyên quốc gia của nước ngoài và các Chaebol Hàn Quốc.

- Sức ép cạnh tranh mạnh mẽ từ các nước Châu Á khác, đặc biệt là về chi phí sản xuất trên thị trường các sản phẩm chất lượng thấp và trung bình trong khi Hàn Quốc vẫn kém cạnh tranh hơn về công nghệ so với Mỹ, Nhật Bản.

Tuy còn nhiều khó khăn nhưng xét về tổng thể, Hàn Quốc có một nền công nghiệp điện tử mạnh với chiến lược phát triển hướng về xuất khẩu và đầu tư cho phát triển công nghệ phù hợp.

3.2.2. Trung Quốc:

Công nghiệp ĐT-TH Trung Quốc là một ngành phát triển năng động nhất trong nền kinh tế quốc dân nước này. Ngành này có 5000 hạng mục hàng hoá, trong đó, có nhiều mặt hàng đạt trình độ quốc tế từ những năm đầu thập kỷ 90.

- Về thiết bị điện tử dân dụng:

Giá trị sản lượng TBĐTDD năm 1993 đạt 8,5 tỷ USD, chiếm 60% tổng sản lượng ngành nhưng đã giảm xuống còn 40% vào năm 1998, trong đó, sản phẩm chủ yếu là TV. Ti vi màu Trung Quốc có sức cạnh tranh lớn, được xuất sang Châu Âu, Liên Xô cũ với giá rẻ, các nước EC phải dùng chính sách thuế quan để hạn chế nhập TV màu từ Trung Quốc.

Tiêu thụ TBĐTDD của Trung Quốc vào khoảng 20 triệu sản phẩm hàng năm, chiếm 40% lượng tiêu thụ ở Châu Á.

- Về sản xuất, tiêu thụ linh kiện:

Mặc dù có cố gắng và có sự chỉ đạo sâu của Nhà nước song ngành công nghiệp điện tử, nhất là sản xuất máy tính còn phụ thuộc vào nhập linh kiện chủ chốt. Trung Quốc đã có lúc tự sản xuất trong nước đến 80% số hạng mục linh kiện máy tính và 90% linh kiện TV màu. Nhưng do nhu cầu tăng nhanh, các xí nghiệp ĐT-TH- VT Trung Quốc phải nhập từ 50 - 70% nhu cầu linh kiện điện tử.

- Về sản xuất, tiêu thụ các thiết bị tin học:

Theo số liệu của IDC, doanh số bán máy tính cá nhân tăng hết sức mạnh mẽ tại Trung Quốc nên từ năm 1996, Trung Quốc đã trở thành thị trường lớn nhất trong khu vực Châu Á - Thái Bình Dương (không kể Nhật Bản), vượt Hàn Quốc. Năm 1997, Trung Quốc chiếm hơn 1/4 số máy tính cá

nhân bán ra tại khu vực này (không kể Nhật). Tuy nhiên, xét về giá trị thì Trung Quốc chỉ chiếm 18%. Điều này cho thấy rằng trên thị trường Trung Quốc các loại máy tính giá rẻ chiếm vị trí chủ đạo.

Bảng 7: Tình hình sản xuất và tiêu thụ máy tính của Trung quốc

Đơn vị: triệu chiếc

	1995	1996	1997	1998	2000*
Tiêu thụ	1,15	2,10	3,0	4,5	10,0
Sản xuất	0,46	1,16	1,8	2,6	7,0

Nguồn: Dataquest, 1998

** Số dự báo*

Theo số liệu chính thức của Trung Quốc, lần đầu tiên các nhà sản xuất máy tính trong nước nắm được thị phần lớn hơn so với các công ty nước ngoài vào năm 1996. Tuy nhiên, 5 trong 7 nhà cung ứng máy tính lớn nhất tại thị trường Trung Quốc vẫn là các hãng nước ngoài. Hiện nay, các công ty Trung Quốc vẫn đang trong thời kỳ cạnh tranh với các nhà sản xuất máy vi tính nước ngoài, chủ yếu trong chủng loại máy tính để bàn.

Tuy TBĐTDD vẫn chiếm một tỷ trọng lớn trong cơ cấu tiêu thụ sản phẩm điện tử của Trung quốc, chỉ sau tiêu thụ linh kiện nhưng có xu hướng giảm đi trong khi tỷ trọng tiêu thụ thiết bị xử lý dữ liệu tăng lên. (Bảng 8)

Bảng 8: Cơ cấu tiêu thụ sản phẩm điện tử của Trung Quốc

Đơn vị: triệu USD, %

	1993	1994	1995	1996	1997
Tổng doanh số	18.093	21.182	23.182	25.038	26.957
	100	100	100	100	100
1.EDP	2.549	2.930	3.300	3.650	4.000
Tỉ trọng	13,5	13,9	13,8	14,5	14,8
2.TBĐTDD	4.160	4.395	4.623	4.837	5.033
Tỉ trọng	21,9	20,8	19,9	19,3	18,7
3.Linh kiện	5.983	6.657	7.306	7.866	8.447
Tỉ trọng	31,7	31,6	31,5	31,4	31,4

Nguồn: Year book of World Electronics Data, 1997

- Tình hình xuất nhập khẩu:

Tổng kim ngạch xuất khẩu điện tử của Trung Quốc đã tăng từ 8,1 tỷ USD năm 1993 lên 66,54 tỷ USD trong năm 1998 và ước tính tăng 71,5 tỷ USD trong năm 1999. Trong đó, xuất khẩu sang Mỹ, EU, Mỹ Latinh, Châu Phi và Australia tăng 20% trong khi xuất khẩu sang Châu Á chỉ tăng chút ít do ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng tài chính.

Mỹ là thị trường tiêu thụ lớn chiếm 23,1% tổng giá trị xuất khẩu hàng điện tử của Trung Quốc, tiếp đó là Hồng Kông và Nhật Bản.

Trung Quốc hiện đang cố gắng tìm kiếm thị trường ở Châu Phi và Mỹ Latinh và đây được coi là một phương pháp hữu hiệu mà qua đó Trung Quốc hy vọng có thể đạt được mục tiêu tăng trưởng cũng như có cơ hội thành lập các nhà máy chế biến và chế tạo ở nước ngoài.

3.2.3. Đài Loan:

Ngành công nghiệp điện tử là một trong các lĩnh vực phát triển mạnh nhất của nền kinh tế Đài Loan, đặc biệt là sản xuất linh kiện máy tính và TBĐTDD.

Với các chính sách khuyến khích phát triển, từ một nước chủ yếu chỉ lắp ráp các TBĐTDD, Đài Loan đã vượt lên thứ 3 thế giới về bán linh kiện máy tính; dẫn đầu thế giới về sản xuất monitor, main board, bàn phím, chuột, bộ lưu điện, máy tính văn phòng hay xách tay, các modem; chiếm 1/2 số lượng Display máy vi tính bán trên thị trường thế giới, 2/3 số lượng main board, 60% số lượng bàn phím và chuột, 46% máy quét cầm tay để đọc các mã vạch.

Bên cạnh đó, Đài Loan còn chiếm vị trí thứ 4 thế giới về doanh số thiết bị bán dẫn, chỉ xếp sau Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc. Đứng đầu về sản xuất các tấm Silic dùng cho IC với 45% sản lượng toàn cầu.

Do dung lượng thị trường nội địa hạn chế nên 45% sản lượng của ngành công nghiệp điện tử được định hướng tiêu thụ ở nước ngoài. Thiết bị điện tử (chủ yếu là các máy vi tính và thiết bị ngoại vi) chiếm gần 28% tổng xuất khẩu của Đài Loan.

Suy thoái trên thị trường thiết bị bán dẫn thế giới trong năm 1998 đã tác động mạnh đến ngành điện tử Đài Loan, mặc dù xuất khẩu sang thị trường Mỹ (nơi tiêu thụ gần 40% sản phẩm điện tử của Đài Loan) và Châu Âu (35%) vẫn khá thuận lợi.

Để khắc phục tình trạng này, các nhà công nghiệp Đài Loan đã phải thay đổi cơ cấu sản xuất, mở rộng sản xuất các IC phức tạp hơn dùng cho các phương tiện liên lạc và phương tiện đa chức năng cũng như tích cực nghiên cứu chế tạo các IC riêng của mình. Tuy nhiên, Đài Loan vẫn nhập khẩu một khối lượng lớn các loại linh kiện quan trọng, đặc biệt là các IC chuyên dụng, chủ yếu từ thị trường Mỹ.

3. 2.4. Malaixia:

Công nghiệp ĐT - TH - VT Malaixia là ngành công nghiệp trẻ và phát triển năng động nhất trong nền kinh tế nước này.

Sản xuất

- *Sản xuất linh kiện* là nền tảng của công nghiệp ĐT - TH Malaixia, chiếm 83% tổng giá trị sản xuất hàng điện tử, 70% giá trị xuất khẩu, trong đó, 75% là xuất sang Mỹ, Nhật, Anh, Đức (xuất sang Mỹ theo hệ thống ưu đãi chung). Linh kiện sản xuất chủ yếu là: transistor, linh kiện bán dẫn, mạch in lưỡng cực, MCP, DRAM.

- *Sản xuất TBĐTDD*: Cho đến đầu những năm 1980, Malaixia chủ yếu sản xuất máy tính, TV và máy ghi âm đơn giản đáp ứng nhu cầu trong nước với sản lượng vài triệu chiếc năm. Nhưng từ khi có nguồn đầu tư mạnh của Sharp và Sam Sung, sản lượng TBĐTDD đã tăng mạnh với tỷ lệ sử dụng linh kiện tại chỗ trên 80%. Malaixia đã trở thành nước sản xuất nhiều TV màu thứ 3 thế giới, chủ yếu là để xuất khẩu.

Tiêu thụ

Linh kiện điện tử chiếm tới 60% tổng doanh số trên thị trường điện tử Malaixia và có xu hướng gia tăng nhờ nhu cầu sử dụng của các xí nghiệp sản xuất và lắp ráp hàng điện tử. Tỷ trọng tiêu thụ thiết bị xử lý dữ liệu cũng tăng lên trong khi tỷ trọng TBĐTDD giảm đi trong tổng mức tiêu thụ hàng điện tử. (bảng 9)

Bảng 9: Cơ cấu tiêu thụ sản phẩm điện tử của Malaixia*Đơn vị: triệu USD, %*

	1993	1994	1995	1996	1997
Tổng doanh số	6.411	7.059	7.897	8.349	8.391
	100	100	100	100	100
1. EDP	675	743	810	891	962
Tỉ trọng	10,5	10,5	10,3	10,7	10,8
2. TĐĐTĐD	456	488	522	558	586
Tỉ trọng	7,1	6,9	6,6	6,6	6,6
3. Linh kiện	3.626	4.086	4.538	4.969	5.407
Tỉ trọng	56,6	57,9	57,5	59,5	60,5

*Nguồn: Year book of World Elictronics Data, 1997***- Xuất nhập khẩu**

Malaixia chủ yếu nhập khẩu các sản phẩm linh kiện điện tử trong nước chưa sản xuất được, trong đó, phần lớn là bán thành phẩm cần thiết để lắp ráp các sản phẩm hoàn chỉnh, chủ yếu từ Nhật, Mỹ, Đức, Anh, Pháp, Singapore và Hồng Kông.

Thiết bị điện tử dân dụng và thiết bị xử lý dữ liệu là những sản phẩm xuất khẩu chính, chủ yếu là TV màu, radio, video, máy điện thoại ... Khoảng 75% linh kiện được xuất khẩu sang các nước phát triển, nhiều nhất là sang Mỹ, tiếp sau là Nhật, Anh, Đức; chỉ 18,8% sản phẩm điện tử được xuất sang các nước đang phát triển.

Đặc điểm của ngành công nghiệp ĐT - TH Malaixia:

- Các công ty xuyên quốc gia chiếm vị trí rất quan trọng trong ngành công nghiệp điện tử Malaixia. Đầu tư nhiều nhất vào công nghiệp ĐT - TH Malaixia là Mỹ, Nhật, gần đây là Hàn Quốc.

- Phần lớn xuất khẩu của ngành là luân chuyển hàng hoá trong nội bộ công ty xuyên quốc gia, thể hiện rõ nhất là linh kiện điện tử: 80% tổng giá trị linh kiện xuất khẩu là cung cấp trong nội bộ hãng, trong đó, các hãng Mỹ chiếm 60%.

- 60% sản phẩm điện tử xuất khẩu là từ các khu chế xuất vì sản xuất và kinh doanh ở đây được nhiều ưu đãi.

Bên cạnh những bất lợi do quá phụ thuộc vào các công ty xuyên quốc gia và thị trường nước ngoài cũng như do các xí nghiệp vừa và nhỏ trong nước yếu kém, không cạnh tranh được với các nhà sản xuất quốc tế, ngành điện tử Malaixia còn phải đương đầu với nhiều thách thức - không được hưởng nhiều ưu đãi theo GSP của các nước nhập khẩu; chính sách hạn chế nhập khẩu của các nước EU; kỹ thuật công nghệ của ngành điện tử khá thấp và kém khả năng cạnh tranh so với nhiều nước trong khu vực.

Để đạt được sự phát triển ổn định và bền vững, ngành công nghiệp điện tử Malaixia đang tập trung đầu tư vào các chương trình nghiên cứu triển khai, giảm sự phụ thuộc vào công nghệ và vốn đầu tư nước ngoài, cũng như xây dựng một cơ cấu sản xuất phù hợp.

3.2.5. Thái Lan:

Công nghiệp ĐT - TH là ngành tương đối phát triển ở Thái Lan. Trước đây, các liên doanh với Anh và Mỹ chiếm tỷ trọng lớn nhưng gần đây, số xí nghiệp của Nhật Bản và các nước Đông Nam Á tăng lên, trong đó, có nhiều liên doanh sản xuất máy tính và máy sao chụp. Sản phẩm chủ yếu của ngành là vi mạch, loa, mạch in, phụ tùng thu phát, máy tính, TV, video và máy sao chụp.

Về cơ cấu sản phẩm, linh kiện điện tử chiếm trên 45% giá trị sản xuất của ngành điện tử, TBĐTDD khoảng 40 - 45%, còn lại là thiết bị viễn thông.

Những năm gần đây, Thái Lan đã trở thành một trong những nước sản xuất TBĐTDD và điện tử công nghiệp lớn nhất Đông Nam Á, chủ yếu nhằm định hướng xuất khẩu. Năng lực sản xuất của ngành công nghiệp điện tử Thái Lan hiện khoảng 9,8 triệu TV, 7 triệu VCRs, 48 triệu máy tính, 6,3 triệu telephone, 20 triệu ổ đĩa cứng ... Đồng Baht giảm giá đã làm tăng khả năng cạnh tranh của sản phẩm điện tử xuất khẩu của Thái Lan trên thị trường thế giới.

Thái Lan mới chỉ sản xuất máy tính từ năm 1985, đa số là liên doanh giữa Thái Lan với Mỹ, Nhật, Singapore và Đài Loan với định hướng xuất khẩu nhưng nhu cầu nội địa cũng rất lớn. 70% xuất khẩu máy tính là chuyển giao cho các công ty mẹ ở Mỹ, Singapore, Hà Lan, Nhật Bản và Hàn Quốc. Máy tính sản xuất ở Thái Lan còn được xuất khẩu sang Tây Âu, có lúc Thái Lan đã chiếm 0,3% số máy tính nhập khẩu vào khu vực này.

Đặc điểm của công nghiệp ĐT - TH Thái Lan:

- Trình độ kỹ thuật và công nghệ thấp, gần như toàn bộ vật liệu là nhập từ bên ngoài, trước đây, sản phẩm lắp ráp xong phải đưa về Hồng Kông, Singapore cân chỉnh, kiểm tra chất lượng.

- Thị trường điện tử Thái Lan là thị trường độc quyền cao với ưu thế áp đảo của Mỹ và Anh, gần đây thêm của Nhật Bản, bởi vậy chen vào thị trường này rất khó.

- Ngành điện tử Thái Lan phát triển sau nên bị cạnh tranh mạnh từ các nước khác như Malaixia, Singapore, Hồng Kông, Hàn Quốc và các nước phát triển, mặc dù Thái Lan hiện đang có lợi thế về chi phí nhân công thấp hơn tất cả các đối thủ trên.

- Chỉ một số rất ít chủ đầu tư là người Thái Lan song công nghệ ở các xí nghiệp này cũng là công nghệ mua từng phần của nước ngoài.

3.2.6 Ấn Độ

Công nghiệp ĐT - TH - VT Ấn Độ phát triển trong 13 năm gần đây, sản phẩm chủ yếu của ngành là thiết bị điện tử dân dụng, thiết bị viễn thông, thiết bị tin học và các cụm linh kiện. Ấn Độ đang thành một "Con rồng" về công nghệ thông tin. Trong lĩnh vực này, Ấn Độ đã đạt được những bước tiến vượt bậc, đặc biệt là kỹ thuật phần mềm.

Sản xuất thiết bị điện tử dân dụng chiếm tỷ trọng từ 1,2 - 1,5% tổng sản phẩm xã hội với các sản phẩm chủ yếu là TV đen trắng, TV màu, máy thu thanh, Radiocassette. Sản phẩm xuất khẩu chiếm tỷ trọng rất thấp, chỉ khoảng 15% tổng sản phẩm toàn ngành và chủ yếu là từ các khu chế xuất.

Công nghiệp công nghệ thông tin ở Ấn Độ là lĩnh vực tăng trưởng mạnh nhất trong các ngành công nghiệp kỹ thuật cao. Dự kiến, sản lượng công nghiệp công nghệ thông tin đạt 2,7 tỷ USD vào năm 2001 và xuất khẩu tới 1,8 tỷ USD.

Mặc dù phát triển nhanh, công nghiệp ĐT - TH - VT Ấn Độ phụ thuộc chủ yếu vào nhu cầu trong nước, thị trường rộng lớn nhưng sức mua hạn chế vì thu nhập nói chung của người dân thấp, hơn nữa, gần đây thuế tiêu dùng đặc biệt tăng nên nhu cầu lại giảm hơn. Hiện nay, công nghiệp ĐT - TH - VT còn phụ thuộc nhiều vào linh kiện nhập khẩu, sản xuất qui mô nhỏ, tỷ suất thuế nhập vật liệu cao đã không cho phép ngành điện tử đạt được mức chi phí sản xuất theo trình độ quốc tế. Các sản phẩm điện tử của Ấn Độ kém sức cạnh tranh cả trên thị trường trong và ngoài nước.

TBĐTDD vẫn chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu tiêu thụ hàng điện tử của Ấn Độ: 14 - 25% so với mức trên dưới 10% của các nước khác. (Bảng 10)

Bảng 10: Cơ cấu tiêu thụ sản phẩm điện tử của Ấn Độ

Đơn vị: triệu USD, %

	1993	1994	1995	1996	1997
Tổng doanh số	4.574	4.949	5.299	5.648	5.912
	100	100	100	100	100
1. EDP	562	607	668	721	779
Tỉ trọng	12,3	12,3	12,6	12,7	13,0
2. TBĐTDD	1.124	1.225	1.297	1.374	1.440
Tỉ trọng	24,5	24,6	24,4	24,3	24,0
3. Linh kiện	1.063	1.169	1.269	1.377	1.481
Tỉ trọng	23,2	23,6	23,9	24,2	24,7

Nguồn: Year book of World Electronics Data, 1997

Nhìn chung, công nghiệp ĐT - TH - VT Ấn Độ tuy đã đạt được một số thành tựu song còn ở trình độ thấp, thị phần còn rất nhỏ trên thị trường thế giới. Chính phủ Ấn Độ đang dành nhiều biện pháp khuyến khích để phát triển công nghiệp ĐT - TH - VT, đặc biệt trong sản xuất thiết bị tin học, thiết bị viễn thông và xuất khẩu phần mềm, phát huy khả năng của đội ngũ chuyên gia lập trình giỏi của nước này.

Tóm lại, qua phân tích quá trình phát triển thị trường hàng điện tử của các nước trên, có thể thấy một số đặc trưng sau:

- Do đòi hỏi về kỹ thuật, công nghệ và vốn đầu tư lớn, các nước công nghệ nguồn - Mỹ, Nhật Bản đang giữ vai trò chi phối trên thị trường hàng điện tử thế giới.

- Ngoài Mỹ và Nhật Bản, các nước có nền công nghiệp điện tử phát triển nhanh hầu hết tập trung ở khu vực Châu Á. Quá trình phát triển của ngành công nghiệp điện tử của các nước này có thể chia làm 3 giai đoạn:

(1). Chủ yếu là lắp ráp sản phẩm hoàn chỉnh từ những chi tiết trọn bộ nhập từ nước ngoài, bắt đầu từ TBĐTDD đến thiết bị tin học và thiết bị viễn thông.

(2). Thay thế dần nhập khẩu các cấu kiện bằng các chi tiết sản xuất nội địa. Tăng dần tỷ lệ nội địa hoá các sản phẩm điện tử. Hình thành công nghiệp

sản xuất linh kiện điện tử trong nước từ linh kiện đơn giản đến các linh kiện đòi hỏi công nghệ cao.

(3). Mở rộng sản xuất, xuất khẩu các sản phẩm điện tử, đầu tư cho nghiên cứu triển khai, tự sản xuất các thiết bị công nghệ, đo lường, kiểm nghiệm.

Tuy nhiên, tùy thuộc vào dung lượng thị trường nội địa, các nước này có thể phát triển theo hai hướng - hướng vào thị trường trong nước (Trung Quốc, Ấn Độ, ...) và hướng ra xuất khẩu (Đài Loan, Hàn Quốc, Malaixia...).

- Phát triển công nghiệp điện tử đòi hỏi vốn lớn, công nghệ cao nên không thể thiếu các chính sách hỗ trợ của Chính phủ, đặc biệt cho các công trình nghiên cứu triển khai cũng như chính sách khuyến khích vốn đầu tư nước ngoài. Đồng thời, có chính sách quản lý thích hợp, vừa tận dụng được vốn và công nghệ nước ngoài, vừa bảo hộ và khuyến khích ngành công nghiệp điện tử nội địa phát triển.

3.3 Một số kinh nghiệm phát triển thành công ngành công nghiệp điện tử ở các nước đang phát triển châu Á

3.3.1. Chiến lược phát triển thị trường

Điều quan trọng là phải đảm bảo một thị trường vững chắc để thúc đẩy ngành công nghiệp điện tử. Do thị trường nội địa của các nước đang phát triển vẫn còn hạn chế, nhất là vào thời kỳ đầu phát triển công nghiệp, nên cần phải tiếp cận các thị trường xuất khẩu. Ngoài ra, đặt mục tiêu sản xuất hướng ra thị trường bên ngoài có thể làm tăng khả năng cạnh tranh về giá do giảm được chi phí sản xuất và tăng hiệu quả kinh tế nhờ mở rộng qui mô. Tuy nhiên, đối với các nước đang phát triển có thị trường nội địa rộng lớn, ban đầu có thể dựa vào thị trường trong nước để tạo động lực phát triển ngành công nghiệp điện tử.

Khả năng tăng trưởng kinh tế của đất nước và tiềm năng của thị trường nội địa rộng lớn cũng là những nhân tố quan trọng để phân bổ lực lượng sản xuất, như trường hợp của Trung Quốc, Ấn Độ...

3.3.2. Khuyến khích đầu tư trực tiếp nước ngoài và dỡ bỏ các rào cản

Nhiều nước đang phát triển phải dựa vào đầu tư trực tiếp nước ngoài FDI, cả về vốn đầu tư và công nghệ sản xuất. Để thu hút dòng FDI, các nước đang phát triển phải thoả mãn một số yêu cầu nhất định đối với các nhà đầu tư nước ngoài như: điều kiện cơ sở hạ tầng hiệu quả và phù hợp, lực lượng lao

động có tay nghề và được đào tạo, những khuyến khích về thuế và tài chính cũng như sự hỗ trợ của Chính phủ. Chính phủ cũng cần tạo ra nhiều hình thức khuyến khích khác như xây dựng các khu chế xuất, các khu liên hợp công nghiệp điện tử và hệ thống thuế ưu đãi...

3.3.3. Kế hoạch dài hạn để phát triển cân bằng và tự chủ ngành công nghiệp điện tử

Hệ thống sản xuất thiết bị nội địa của Hàn quốc đã chứng tỏ một phương pháp marketing hiệu quả và thiết thực trong giai đoạn phát triển ban đầu của ngành công nghiệp điện tử. Tuy nhiên, giá trị gia tăng của nó thấp và không ổn định vì người mua có xu hướng chuyển sang những nhà xuất khẩu rẻ hơn. Do đó, những cố gắng liên tục để nâng cao hơn nữa khả năng tiếp thị thông qua việc phát triển nhãn hiệu hàng hóa của riêng mình cũng như thiết lập các mạng lưới tiếp thị ở nước ngoài là hết sức quan trọng.

Các nước đang phát triển cần xây dựng chiến lược phát triển dài hạn bắt đầu từ việc xây dựng một ngành công nghiệp cân bằng và tự chủ. Tận dụng quá trình chuyển giao công nghệ có thể là một cách để phát triển ngành công nghiệp điện tử mà không cần phải đầu tư nhiều cho nghiên cứu triển khai, nhưng sẽ gặp nhiều trở ngại và không hiện thực khi vấn đề bảo hộ công nghệ đang ngày càng trở nên sâu sắc.

3.3.4. Các hoạt động hỗ trợ kinh doanh

Mặc dù FDI tạo thuận lợi cho việc chuyển giao công nghệ và tạo nguồn tài chính, nhưng cần xây dựng một kế hoạch đặc biệt để khuyến khích sự hợp tác kinh doanh giữa các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài. Ngoài ra, cũng có thể thành lập các ngân hàng dữ liệu của các công ty trong nước được vi tính hóa và có trách nhiệm hợp tác với các công ty nước ngoài. Hệ thống này có thể do cơ quan hữu quan của Chính phủ phối hợp với các công ty nước ngoài tổ chức.

3.3.5. Đảm bảo tự cung ứng linh kiện qua các chương trình phát triển công nghệ và nghiên cứu - triển khai

Trong giai đoạn đầu, nhận chuyển giao công nghệ là con đường hiện thực nhất để có được công nghệ mong muốn cho ngành công nghiệp điện tử. Tuy nhiên, khi doanh nghiệp đã phát triển thì việc xây dựng năng lực công nghệ của riêng mình trở nên ngày càng quan trọng vì các hãng nước ngoài có thể dừng chuyển giao công nghệ do họ lo sợ sẽ xảy ra tình trạng "gây ông lại đập lưng ông". Mặt khác, hiệp định TRIPS thuộc vòng đàm phán thương mại Uruguay yêu cầu tăng cường luật pháp về quyền sở hữu trí tuệ. Như vậy, công

nghe sẽ được bảo hộ ở mức độ cao hơn và chi phí bản quyền sẽ lớn hơn. Trong bối cảnh này, các nước đang phát triển cần nỗ lực hơn để tăng cường khả năng công nghệ của nước mình.

Để nâng cao năng lực công nghệ, bản thân các doanh nghiệp cần tiến hành các hoạt động hỗ trợ cho công tác nghiên cứu triển khai như:

- Tăng cường tỉ lệ đầu tư cho công tác nghiên cứu triển khai, thành lập bộ phận nghiên cứu riêng của doanh nghiệp, tổ chức liên kết nghiên cứu giữa các doanh nghiệp cùng loại.

- Xây dựng hệ thống khuyến khích trong nội bộ doanh nghiệp nhằm động viên, kích thích phát triển công nghệ và kỹ thuật trong công nhân.

- Hợp tác với các hãng tiên tiến trên thế giới trong việc ứng dụng kỹ thuật công nghệ cao của các tập đoàn nghiên cứu.

- Phấn đấu để có thể có nhiều bằng sáng chế cấp độ quốc tế phù hợp với xu hướng bảo hộ công nghệ và mở ra khả năng hợp tác phát minh sáng chế với nước ngoài.

Bên cạnh đó, việc tham gia trực tiếp của Chính phủ vào nghiên cứu triển khai là điều cốt lõi để phát triển công nghiệp điện tử. Hoạt động nghiên cứu triển khai trong lĩnh vực điện tử đòi hỏi vốn đầu tư rất lớn và mức độ rủi ro cao, do đó bản thân các doanh nghiệp không thể thực hiện các hoạt động này một cách hiệu quả nếu không có sự hỗ trợ của Chính phủ. Chính phủ có thể triển khai các dự án nghiên cứu lớn hoặc đứng ra thành lập các tổ chức nghiên cứu của Nhà nước và trợ cấp cho các hoạt động nghiên cứu cụ thể. Chính phủ cũng nên xây dựng và thực hiện các kế hoạch hệ thống để phát triển sản xuất các linh phụ kiện bằng công nghệ trong nước và đảm bảo thị trường cho các sản phẩm này. Trong giai đoạn phát triển ban đầu, Chính phủ có thể thông qua hệ thống chính sách để phát triển nhu cầu hàng điện tử trong nước nhằm hỗ trợ ngành công nghiệp điện tử.

Phát triển hệ thống thông tin cho khu vực tư nhân về kế hoạch mua sắm của Chính phủ có thể khuyến khích công tác nghiên cứu triển khai ở doanh nghiệp vì qua đó có thể hạn chế rủi ro do nhu cầu thị trường không ổn định. Hệ thống thuế và tài chính ưu đãi cũng là nhân tố kích thích nghiên cứu triển khai nhằm phát triển công nghệ và nâng cao trình độ tay nghề của đội ngũ lao động. Khả năng nâng cao chất lượng công nghệ thông qua các trường đại học và hệ thống giáo dục đào tạo là rất lớn. Ngoài ra, có thể xây dựng hệ thống khuyến khích chuyển giao công nghệ cao từ các công ty đầu tư nước ngoài và phối hợp với họ để đối phó với tình trạng bảo vệ công nghệ.

3.3.6. Khai thác các hiệp định trong khuôn khổ GATT

Hiệp định về trợ cấp và các biện pháp đối kháng thuộc vòng đàm phán Uruguay sẽ hạn chế sự hỗ trợ của Chính phủ cho ngành công nghiệp điện tử. Tuy nhiên, Hiệp định có qui định đặc biệt đối với các nước đang phát triển có thu nhập bình quân đầu người dưới 1.000 USD. Những nước này được phép trợ cấp xuất khẩu và được gia hạn 8 năm để bãi bỏ trợ cấp thay thế hàng nhập khẩu. Các nước đang phát triển khác được phép trợ cấp xuất khẩu và trợ cấp sản xuất thay thế hàng nhập khẩu trong thời hạn dài hơn. Việc điều tra liên quan đến thuế đối kháng sẽ được dừng ngay lập tức nếu mức trợ cấp không quá 2% đối với các nước đang phát triển (1% đối với các nước phát triển). Do vậy, các nước đang phát triển nên cố gắng hỗ trợ ngành công nghiệp điện tử càng nhiều càng tốt bằng việc khai thác những điều khoản nhân nhượng đặc biệt này của Hiệp định.

Hiệp định cũng cho phép Chính phủ trợ cấp đến 75% chi phí cho nghiên cứu cơ bản và 50% cho các hoạt động triển khai tiên cạnh tranh (ứng dụng kết quả nghiên cứu), vì vậy các nước đang phát triển cần coi trọng việc tham gia của Chính phủ vào nghiên cứu triển khai như một cách thức hữu hiệu để hỗ trợ ngành công nghiệp điện tử.

Phần thứ hai

THỊ TRƯỜNG HÀNG ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

1. THỰC TRẠNG CUNG ỨNG CÁC SẢN PHẨM ĐIỆN TỬ Ở VIỆT NAM

1.1. Nguồn cung ứng trong nước

1.1.1. Năng lực sản xuất

- *Tình hình doanh nghiệp sản xuất và vốn đầu tư*

Theo nguồn số liệu của Bộ Công Nghiệp, toàn ngành điện tử tin học hiện có 176 doanh nghiệp với tổng số vốn đầu tư hơn 996 triệu USD, thu hút gần 19.000 lao động. Các doanh nghiệp trong nước chiếm hơn 2/3 tổng số doanh nghiệp và hơn 60% lao động nhưng vốn đầu tư chỉ chiếm khoảng gần 6% (bảng 11). Nhờ chính sách mở cửa, hầu hết các công ty điện tử hàng đầu thế giới như Sony, Tohsiba, JVC, SamSung, Daewoo đã có mặt tại Việt Nam. Tổng số doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tăng từ 33 doanh nghiệp năm 1995 lên 50 doanh nghiệp năm 1999. Các công ty này có ưu thế hơn hẳn các doanh nghiệp trong nước về vốn đầu tư, công nghệ và năng suất lao động và đã góp phần quan trọng làm cho ngành công nghiệp điện tử Việt Nam tăng trưởng nhanh trong mấy năm qua.

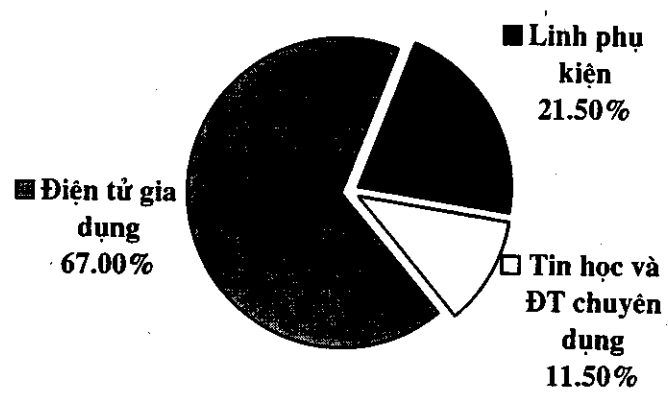
Bảng 11: Tình hình doanh nghiệp và vốn đầu tư trong ngành điện tử tin học Việt nam năm 1999

	Doanh nghiệp		Vốn đầu tư		Lao động	
	Số lượng	Tỉ trọng (%)	Giá trị (tr.USD)	Tỉ trọng (%)	Lao động (người)	Tỉ trọng (%)
- Doanh nghiệp Nhà nước	74	42,1	38,0	3,8	10.138	53,6
- Doanh nghiệp ngoài QĐ	52	29,5	18,5	1,9	1.907	10,1
- Công ty liên doanh	29	16,5	491,8	49,4	3.713	19,6
- C.ty 100% vốn nước ngoài	21	11,9	448,2	44,9	3.165	16,7
Tổng	176	100,0	996,5	100,0	18.923	100,0

Nguồn: Vài nét về công nghiệp điện tử tin học Việt Nam hiện nay và trong thời gian tới - TCTy Điện tử tin học Việt Nam, 5/1999.

Vốn đầu tư trong ngành điện tử - tin học tập trung chủ yếu trong lĩnh vực sản xuất hàng điện tử dân dụng. Sản xuất linh phụ kiện là khâu quan trọng, là nền tảng để phát triển ngành điện tử thì mức đầu tư chưa tương xứng. Đầu tư cho sản xuất hàng điện tử chuyên dụng còn rất nhỏ bé (biểu đồ 6). Cơ cấu vốn như vậy đã phần nào phản ánh trình độ phát triển còn lạc hậu và non trẻ của ngành điện tử Việt Nam trong khi các nước có ngành công nghiệp điện tử phát triển đang chuyển dịch cơ cấu đầu tư vào lĩnh vực sản xuất linh phụ kiện và dịch vụ tin học. Tuy nhiên, đây cũng là tình trạng chung của các nước đang phát triển, khi ngành công nghiệp điện tử của họ mới bắt đầu được định hình.

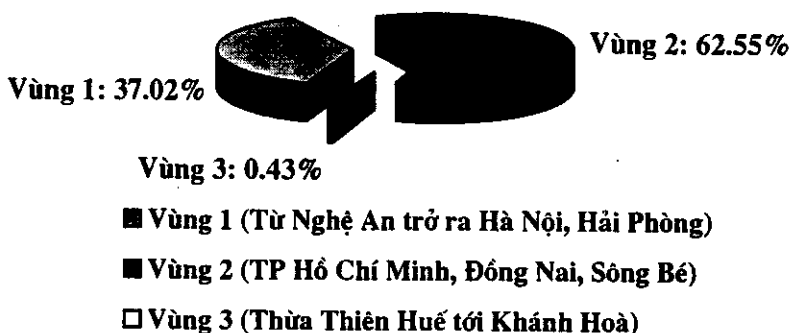
Biểu đồ 6: TỈ LỆ VỐN ĐẦU TƯ THEO LĨNH VỰC SẢN XUẤT



Nguồn: Tổng công ty điện tử tin học Việt Nam

Xét theo khu vực địa lý, ngành điện - tử tin học hầu như chỉ tập trung phát triển ở vùng Đồng bằng Sông Hồng và vùng Đông Nam bộ, đặc biệt là ở Thành Phố Hồ Chí Minh và các tỉnh Đồng Nai, Sông Bé. Đây là vùng có thị trường lớn, có môi trường kinh doanh và cơ sở hạ tầng tương đối thuận lợi để mở rộng sản xuất hàng điện tử. Ngược lại, ở khu vực miền Trung, do các điều kiện kinh tế - xã hội chưa phát triển nên đầu tư cho sản xuất điện tử ở khu vực này còn rất thấp. (biểu đồ 7)

Biểu đồ 7: TỈ LỆ VỐN ĐẦU TƯ THEO VÙNG



(Nguồn: Quy hoạch phát triển công nghiệp điện tử tin học Việt Nam tới năm 2010 - Bộ Công nghiệp 12/1996)

- **Năng lực sản xuất**

Theo nguồn tin từ Bộ Công nghiệp, năng lực sản xuất và trình độ công nghệ sản xuất của ngành công nghiệp điện tử Việt Nam như sau:

- Nhóm điện tử gia dụng:

Các sản phẩm chính mà Việt Nam có khả năng sản xuất (dưới dạng lắp ráp) là máy thu hình (tivi) và máy thu thanh (radio). Cả nước có khoảng 40 dây chuyền lắp ráp với tổng công suất 1,5 triệu radio và 3 triệu tivi trong một năm (trong đó khoảng 60-70% là tivi màu). Riêng các công ty có vốn nước ngoài chiếm gần 70% công suất sản xuất tivi (2.042 cái/năm). Lắp ráp sản phẩm từ linh kiện rời hoàn toàn nhập ngoại chiếm 90%. Ngoài ra, một số doanh nghiệp đã bắt đầu xây dựng dây chuyền lắp ráp dàn âm thanh Hifi và dây chuyền lắp ráp đầu Video.

- Nhóm điện tử chuyên dụng:

Năng lực sản xuất các sản phẩm điện tử chuyên dụng ở Việt Nam còn rất hạn chế, chỉ đáp ứng 5-10% nhu cầu trong nước. Các sản phẩm chính mà Việt Nam sản xuất là các loại cân tự động, cân băng tải, cân đóng bao, hệ thống kiểm tra hành lý xuất nhập cảnh, một số thiết bị y tế như điện não đồ, điện tâm đồ, máy siêu âm.... Thiết bị điện tử chuyên dụng thường được thiết kế và chế tạo đơn chiếc hoặc loạt nhỏ. Các cơ sở sản xuất có qui mô nhỏ, trình độ thủ công. Hiện nay, đã có một vài công ty nước ngoài quan tâm đến

lĩnh vực này nhưng chỉ mới dừng ở mức thăm dò thị trường.

- Nhóm thiết bị tin học:

Sản phẩm thiết bị tin học của Việt nam cũng chỉ được sản xuất dưới dạng lắp ráp, chủ yếu là lắp ráp máy vi tính. Một số công ty liên doanh đã đầu tư các dây chuyền hiện đại lắp ráp máy vi tính (như dây chuyền của GENPACIFIC công suất 50.000 cái/năm). Các đơn vị kinh doanh tin học cũng tổ chức lắp ráp dạng modun từng loạt vài trăm chiếc. Một vài cơ sở gia công sản xuất các phụ kiện máy tính (bộ nguồn, monitor) nhưng qui mô còn rất nhỏ.

Trong lĩnh vực phần mềm, Việt Nam chưa có công nghệ sản xuất phần mềm để sản xuất được hàng thương phẩm ở qui mô công nghiệp.

- Nhóm linh phụ kiện:

Các sản phẩm linh kiện điện tử chính đã sản xuất được tại Việt Nam là đèn hình tivi (công suất: 2 triệu chiếc/năm), đế mạch in (công suất: 8,5 triệu cái/năm), tụ điện các loại, cuộn cao áp, cuộn cảm, cuộn lái tia, các chi tiết nhựa, các chi tiết cơ khí cho lắp ráp đèn hình, các loại anten. Ngoài ra, còn lắp ráp gia công để tái xuất khẩu linh kiện điện tử và linh kiện máy tính (công ty FUJITSU Việt Nam).

• Công nghệ sản xuất:

Nhìn chung, công nghệ sản xuất của ngành điện tử Việt Nam vẫn còn ở trình độ đơn giản, loại hình lắp ráp đang chiếm ưu thế. Giá trị gia tăng của các sản phẩm điện tử Việt Nam chỉ khoảng 5-10%. Phần lớn hoạt động chế tác được thực hiện trên cơ sở hợp đồng mua bản quyền của đối tác nước ngoài bao gồm thiết kế nguyên bản sản phẩm, cách trang bị và tổ chức dây chuyền sản xuất. Hiện nay, Việt Nam chưa phát triển thiết kế gốc và chế tác mang tính thương mại, chưa có nhãn mác thương mại đáng kể cho cả các mặt hàng điện tử gia dụng lẫn điện tử công nghiệp, chưa có công nghệ sản xuất linh kiện, vật liệu. Ngay cả ở các công ty liên doanh hay công ty 100% vốn nước ngoài, dây chuyền và công nghệ sản xuất cũng không thực sự hiện đại.

Như vậy, năng lực sản xuất và công nghệ sản xuất còn nhiều hạn chế hiện nay chưa cho phép ngành công nghiệp điện tử Việt Nam cung ứng được nhiều

chủng loại sản phẩm điện tử cho các nhu cầu tiêu dùng trong nước và cho xuất khẩu.

1.1.2. Tăng trưởng giá trị sản xuất

Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, ngành công nghiệp điện tử Việt Nam những năm gần đây đã có tiến bộ đáng kể về tăng trưởng giá trị sản xuất hàng năm. Năm 1999, giá trị sản xuất các thiết bị điện và điện tử, radio, tivi và thiết bị truyền thông chiếm 3,8% trong tổng giá trị sản xuất toàn ngành công nghiệp, cao hơn mức 3,0% của năm 1995. Mức tăng tương đối trong 5 năm (1995-1999) là 104,0%, như vậy mức tăng trung bình hàng năm là 19,50%/năm, cao hơn mức tăng trung bình 12,73%/năm trong cùng thời kỳ của giá trị sản xuất toàn ngành công nghiệp.

Tuy nhiên, mức tăng trưởng đáng kể chỉ diễn ra trong một số ít sản phẩm lắp ráp như bản mạch in, bóng đèn hình.... Hơn nữa, tăng trưởng sản xuất diễn ra không đồng đều giữa các thành phần kinh tế tham gia sản xuất hàng điện tử. Sản xuất của khu vực kinh tế trong nước tăng với tốc độ chậm, riêng các ngành sản xuất tivi, radio, thiết bị truyền thông đang suy giảm. Ngược lại, sản xuất của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tăng nhanh, vượt khu vực kinh tế trong nước cả về tốc độ và giá trị tuyệt đối. Nếu như năm 1995, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chỉ chiếm 35% tổng giá trị sản xuất các thiết bị điện, điện tử, radio, ti vi và thiết bị truyền thông thì năm 1999, con số này là 57,9%.

Bảng 12: Tăng trưởng giá trị sản xuất hàng điện tử 1995-1999

(Thiết bị điện, điện tử, radio, tivi, thiết bị truyền thông)

	Đơn vị: %			
	96/95	97/96	98/97	99/98
Cả nước	140,2	111,5	117,4	111,2
- Khu vực kinh tế trong nước	112,8	88,2	119,1	110,9
- Khu vực kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài	191,4	137,1	111,7	111,4

Nguồn: Niên giám Thống kê - 1998, Số liệu thống kê sơ bộ năm 1999 - Tổng cục Thống kê.

Mặt khác cũng có thể thấy rõ rằng, nhịp độ tăng trưởng giá trị sản xuất hàng điện tử ở cả hai khu vực kinh tế trong nước và khu vực có vốn đầu tư nước ngoài đang chậm dần (bảng 12). Như vậy, sự phát triển của ngành công nghiệp điện tử cũng không nằm ngoài tình hình suy giảm chung của toàn ngành công nghiệp kể từ năm 1997 đến nay. Đồng thời cũng phù hợp với biến động của thị trường hàng điện tử thế giới trong giai đoạn này như đã phân tích ở phần trên. Nguyên nhân chủ yếu là do ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế, biến động tài chính làm giảm nguồn đầu tư để đổi mới công nghệ và phát triển sản xuất không chỉ trong ngành công nghiệp điện tử Việt Nam mà cả trên thế giới.

Tóm lại, giá trị sản xuất hàng điện tử tăng lên chủ yếu là do có đầu tư nước ngoài. Trong khi các doanh nghiệp trong nước không có đủ tiềm lực về vốn và công nghệ để mở rộng sản xuất, thì các công ty nước ngoài đã nhìn thấy ở Việt Nam một thị trường rộng lớn với giá lao động rẻ thích hợp để đầu tư sản xuất hàng điện tử. Đây cũng là một hướng để ngành công nghiệp điện tử nước nhà có thể tiếp cận với công nghệ sản xuất hiện đại, rút ngắn khoảng cách tụt hậu so với khu vực và thế giới trong điều kiện nền kinh tế còn nhiều khó khăn hiện nay. Tuy vậy, nếu các doanh nghiệp điện tử Việt Nam không tìm cách vươn lên thì thị trường hàng điện tử nước ta sẽ khó tránh khỏi nguy cơ ngày càng bị thao túng bởi các công ty nước ngoài.

1.1.3. Tình hình sản xuất một số sản phẩm chủ yếu

Như đã phân tích ở trên, ngành công nghiệp điện tử Việt nam chỉ có khả năng sản xuất và lắp ráp một số ít các mặt hàng điện tử. Các sản phẩm chính trong nhóm hàng điện tử dân dụng là tivi và radio, nhóm hàng thiết bị tin học là máy vi tính và một số sản phẩm trong nhóm linh kiện điện tử, linh kiện vi tính.

• Tivi - radio

Vào đầu những năm 90, lắp ráp tivi và radio ở Việt Nam tăng nhanh với nhịp độ trung bình hơn 50%/năm với sự đóng góp chủ yếu của các doanh nghiệp Nhà nước. Nhưng từ giữa những năm 90 trở lại đây, sản xuất các mặt hàng điện tử có diễn biến phức tạp, tăng giảm không đồng đều theo các thành phần kinh tế. Trong giai đoạn 1994-1997, tổng sản lượng tivi lắp ráp trong nước giảm với nhịp độ - 12,35%. Sản lượng suy giảm do giảm sản xuất của khu vực kinh tế trong nước, cả ở các doanh nghiệp quốc doanh và ngoài quốc

doanh. Năm 1999, số lượng tivi do các doanh nghiệp quốc doanh lắp ráp giảm 4 lần so với năm 1995, tỉ trọng trong tổng sản lượng tivi của cả nước giảm từ 78,8% năm 1995 xuống còn 22,9% năm 1999. Ngược lại, sản lượng tivi của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đang tăng nhanh với nhịp độ trung bình 39,42%/năm. Chính sự tăng trưởng này đã làm cho tổng số tivi lắp ráp trong nước hai năm 1998 và 1999 tăng lên.(bảng 13).

Bảng 13: Số lượng tivi, radio lắp ráp trong nước

Đơn vị: 1000 chiếc

	1990	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999*
Tivi	141	365	791,6	770	741	533	921	662
So năm trước (%)				(97,3)	(96,2)	(71,9)	(172,8)	(71,8)
- Quốc doanh				607	468	166,4	162	152
So năm trước (%)					(77,1)	(35,6)	(97,3)	(93,8)
- Ngoài QD	16	127	110,5	28	43	13,4	...	...
So năm trước (%)					(153,6)	(31,2)		
- ĐTN				135	230	353,2	759	510
So năm trước (%)					170,4	(153,6)	(214,9)	(67,2)
Radio				111	94	145	204	220
So năm trước (%)				100,5	84,7	(154,3)	(140,7)	(107,8)

Nguồn: Niên giám thống kê 1995, 1998 - Tổng cục Thống kê

** Số liệu sơ bộ - Niên giám thống kê 1999.*

Các nguyên nhân chính làm giảm sản lượng tivi và radio của các doanh nghiệp quốc doanh là:

- Do thiếu vốn, thiếu đầu tư vào phát triển công nghệ và nghiên cứu triển khai nên chưa có các sản phẩm cạnh tranh về chất lượng và giá cả trên thị trường. Đặc điểm của công nghiệp điện tử là ngành sản xuất công nghệ cao, phát triển với tốc độ nhanh, đòi hỏi vốn đầu tư lớn nhưng số vốn hiện có của Tổng công ty Điện tử tin học Việt Nam - doanh nghiệp Nhà nước hàng đầu của ngành điện tử tin học Việt Nam chỉ là 20 triệu USD. Theo nhận định của

các chuyên gia trong ngành, nguồn vốn hạn hẹp chính là khâu yếu kém nhất kìm hãm sự phát triển của các doanh nghiệp điện tử trong nước.

- Không còn các điều kiện thuận lợi về giá cả nhập khẩu linh kiện mà các công ty nước ngoài đã ưu đãi như thời kỳ đầu mới tiến hành lắp ráp sản phẩm điện tử dân dụng, ngược lại, các doanh nghiệp trong nước phải cạnh tranh gay gắt với những sản phẩm tương tự của các doanh nghiệp có uy tín của nước ngoài sản xuất tại Việt Nam. Hơn nữa, tâm lý thích mua hàng ngoại và chỉ tin tưởng các sản phẩm có nhãn mác danh tiếng của không ít người tiêu dùng hiện nay đã làm hạn chế mức tiêu thụ các sản phẩm do doanh nghiệp trong nước lắp ráp.

- Không có sản phẩm thương hiệu Việt Nam với chủng loại phong phú đa dạng và mức giá phù hợp với thu nhập rất khác nhau của dân cư cả ở khu vực thành thị lẫn khu vực nông thôn.

- Khó khăn về thị trường tiêu thụ: Sức mua giảm sút của thị trường trong nước thời gian qua đã làm giảm mức tiêu thụ không chỉ của các mặt hàng điện tử mà nhiều sản phẩm công nghiệp khác cũng bị ảnh hưởng. Mặt khác, sản phẩm của các doanh nghiệp trong nước chưa có thị trường xuất khẩu ổn định.

Ngoài hai sản phẩm nghe nhìn là tivi và radio, các công ty điện tử Việt Nam cũng lắp ráp một khối lượng không lớn các sản phẩm điện tử gia dụng khác như stereo, VCR... nhưng tình hình sản xuất cũng đang cầm chừng giống như lắp ráp tivi và radio.

• Máy vi tính

Máy vi tính lắp ráp trong nước bao gồm hai loại chính: loại thứ nhất được lắp ráp thủ công, giá rẻ nhưng không đảm bảo chất lượng và không được bảo hành nghiêm chỉnh, thường được gọi là máy "Không tên" - (no name). Loại thứ hai được lắp ráp trên dây chuyền công nghệ hiện đại, chất lượng tốt hơn, mang thương hiệu Việt Nam (như VIEC, Mekong Green, T&H)

Nếu như vào đầu thập kỷ 90, máy vi tính lắp ráp trong nước chưa xuất hiện trên thị trường Việt Nam thì đến nay đã chiếm khoảng 65% thị phần. Theo số liệu của Tổng cục Hải Quan, dựa trên trị giá nhập khẩu linh kiện máy tính để qui đổi thì ước tính trong năm 1996, các cơ sở nhập thiết bị đã lắp ráp khoảng 7000 máy/tháng.

Cũng theo nguồn số liệu của Tổng cục hải quan, giá trị linh kiện máy tính nhập khẩu tăng liên tục qua các năm. Năm 1999, kim ngạch linh kiện vi tính nhập khẩu tăng 76% so với năm 1996. Điều này chứng tỏ sự tăng trưởng rõ rệt của các sản phẩm vi tính lắp ráp trong nước.

Có thể lấy sản lượng máy vi tính ở các doanh nghiệp thuộc Tổng công ty Điện tử và tin học Việt Nam làm ví dụ. Trong khi sản xuất các sản phẩm nghe nhìn đang liên tục suy giảm (như phân tích ở trên) thì số lượng máy vi tính của các doanh nghiệp này (chiếm khoảng 5% tổng lượng máy vi tính lắp ráp trong nước) có xu hướng tăng trở lại. (bảng 14)

Bảng 14: Sản lượng thiết bị tin học
(Tổng công ty điện tử - tin học Việt Nam)

Đơn vị: chiếc

	1994	1995	1996	1997	1998	1999
- Máy vi tính	2.841	5.807	2.900	3.100	4.164	1700*
So năm trước (%)		(204,4)	(49,9)	(106,9)	(134,3)	
- Máy in	7.061	7.000	2.177	4.050	7.711	2.762
So năm trước (%)		(99,1)	(31,1)	(186,0)	(190,4)	

Nguồn: Báo cáo tổng kết của Tổng công ty Điện tử tin học Việt Nam các năm 1994-1999.

** Riêng máy thương hiệu Việt Nam VIEC*

Ưu thế nổi trội của máy tính lắp ráp trong nước là giá thành rẻ, phù hợp với mức thu nhập còn chưa cao của đa số người tiêu dùng. Vào thời điểm 3/1997, giá một máy tính 486/100 của hãng IBM đắt hơn máy tính cùng loại lắp ráp trong nước 1,5 lần. Giá một máy tính Petium 166-233 IBM vào tháng 8/1998 đắt gấp 2 lần máy tính cùng loại lắp ráp trong nước, máy Pentium 166-233 Compaq đắt gấp 2,2 lần.

Tuy nhiên, do chất lượng của linh kiện không đồng đều vì được nhập khẩu từ nhiều nguồn khác nhau, do chưa có hệ thống kiểm tra, đánh giá và xác nhận chất lượng sản phẩm nên máy nội địa chưa tạo được uy tín cao đối

với khách hàng. Hơn nữa, chính sách thuế (thuế doanh thu, thuế nhập khẩu linh kiện, thuế lợi tức) chưa hợp lý nên hầu hết các cơ sở lắp ráp loại máy "noname" đều hoạt động không công khai. Các đơn vị làm ăn nghiêm túc thì không đủ lãi để hoàn vốn đầu tư, sản phẩm không đạt được mức cạnh tranh cao về giá. Đây là một trong những yếu tố trở ngại chưa khuyến khích các doanh nghiệp lắp ráp máy vi tính phát triển sản xuất, đồng thời gây khó khăn cho việc ổn định thị trường máy tính nội địa.

• Linh kiện điện tử

Linh kiện điện tử là một trong những nhóm sản phẩm tăng trưởng chính của ngành điện tử tin học Việt Nam. Trong khi sản xuất hàng điện tử dân dụng đang ở tình trạng không ổn định thì có thể thấy rõ rằng, sự gia tăng liên tục giá trị sản lượng của ngành công nghiệp điện tử trong những năm qua là do gia tăng sản xuất và lắp ráp các sản phẩm linh kiện điện tử và linh kiện máy tính.

Các dạng sản phẩm chính là mạch in, đèn hình, tụ điện các loại, cuộn cao áp, cuộn lái tia, các chi tiết nhựa... Một phần những linh kiện này được cung ứng cho các doanh nghiệp trong nước nhằm tăng tỉ lệ nội địa hoá của sản phẩm điện tử sản xuất tại Việt nam. Một phần lớn khác là để xuất khẩu. Sản phẩm xuất khẩu chủ yếu là của các doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài.

Sản lượng một số mặt hàng linh kiện điện tử chủ yếu trong hai năm 1998 và 1999 như sau:

Đơn vị: Triệu cái

	1998	1999
- Mạch in	6,8	7,0
- Đèn hình	1,6	1,7
- Tụ điện các loại	400,0	500,0

Nguồn: Vụ Công nghiệp - Bộ Kế hoạch và đầu tư

Với khả năng tiêu thụ như hiện nay, nhóm sản phẩm linh kiện điện tử có triển vọng mở rộng sản xuất. Xu hướng tăng cường đầu tư phát triển sản

xuất linh kiện điện tử cũng phù hợp với yêu cầu xây dựng một ngành công nghiệp điện tử tiên tiến trong thời đại ngày nay.

1.2. Tình hình nhập khẩu

Do năng lực sản xuất trong nước còn rất hạn chế nên hàng năm nước ta phải nhập khẩu một khối lượng lớn hàng điện tử với các chủng loại mặt hàng rất phong phú đa dạng. Tổng trị giá nhập khẩu hàng điện tử dân dụng, máy tính và linh kiện năm 1999 là 639 triệu USD bao gồm từ những sản phẩm phục vụ cho nhu cầu sinh hoạt hàng ngày đến các thiết bị chuyên dụng phục vụ cho các ngành sản xuất công nghiệp, nông nghiệp, giao thông vận tải, bưu chính viễn thông, y tế, giáo dục, nghiên cứu khoa học... Tuy nhiên, mỗi nhóm hàng khác nhau có những biến động rất khác nhau về tình hình nhập khẩu trong thời gian qua.

1.2.1. Nhập khẩu hàng điện tử dân dụng (tivi, radio) và linh kiện điện tử

Trong giai đoạn 1991-1995, số lượng tivi và radio¹ nguyên chiếc nhập khẩu vào thị trường Việt Nam tăng nhanh. Nhịp độ tăng bình quân của số lượng tivi nhập khẩu trong giai đoạn này là 35,88%/năm, của radio là 13,21%/năm. Đây cũng chính là thời kỳ lấp rập ti vi và radio trong nước có mức tăng trưởng nhanh như phân tích ở trên. Từ năm 1996 đến nay, nhập khẩu tivi giảm đáng kể. Số lượng tivi nhập khẩu năm 1999 chỉ bằng 1/57 số lượng nhập khẩu của năm 1995. (bảng 15)

Bảng 15: Tình hình nhập khẩu tivi và radio

Đơn vị: 1000 chiếc

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999*
Tivi	142,1	224,5	368,2	390,4	484,2	96,4	64,3	7,0	8,5
Radio	27,7	38,8	66,9	30,4	45,5	23,9	61,7	...	...

Nguồn: Niên giám thống kê 1996, 1998

** Số liệu sơ bộ của Tổng cục Thống kê*

Nguyên nhân chính làm giảm nhập khẩu tivi trong thời gian qua là:

- Thuế suất thuế nhập khẩu hàng điện tử nguyên chiếc rất cao do chính sách bảo hộ của Nhà nước nhằm khuyến khích các doanh nghiệp điện tử trong

nước phát triển. Mức thuế suất nhập khẩu từ 40-50% đối với những sản phẩm điện tử dân dụng trong nước đã có khả năng sản xuất.

- Mức tiêu thụ hàng điện tử dân dụng nói chung của cả nước trong thời kỳ này cũng giảm sút.

Thị trường nhập khẩu ti vi và radio của Việt Nam chỉ tập trung ở một số ít nước thuộc khu vực châu Á. Riêng 5 nước Hồng Kông, Hàn Quốc, Trung Quốc, Nhật Bản và Singapore chiếm tới 98,45% tổng số ti vi và 100% tổng số radio nhập khẩu vào thị trường Việt Nam.

Ngoài hai nguồn cung cấp chính từ doanh nghiệp sản xuất trong nước và nhập khẩu chính ngạch, còn một số lượng không nhỏ các sản phẩm điện tử dân dụng, đặc biệt là các mặt hàng đã qua sử dụng của nước ngoài vào thị trường Việt Nam qua đường nhập lậu, phi mậu dịch.... Số tivi nhập lậu của năm 1997 ước tính khoảng 200 nghìn chiếc, chiếm 28,5% tổng số tivi tiêu thụ trong năm của cả nước. Hàng hoá nhập lậu và gian lận thương mại đã gây tác hại nghiêm trọng đến việc tiêu thụ các sản phẩm điện tử lắp ráp trong nước. Hàng trốn thuế được bán với giá rẻ, thấp hơn giá thành sản phẩm của các cơ sở sản xuất. Đây cũng chính là một nguyên nhân quan trọng ảnh hưởng đến tình hình sản xuất của các doanh nghiệp điện tử trong nước và tình hình nhập khẩu qua con đường chính ngạch.

Nhập khẩu linh kiện điện tử để lắp ráp hàng điện tử dân dụng có biến động phù hợp với thực trạng sản xuất lắp ráp các sản phẩm điện tử dân dụng của các doanh nghiệp trong nước. Theo nguồn số liệu của Tổng cục Hải quan, kim ngạch nhập khẩu linh kiện điện tử liên tục giảm trong 3 năm 1996-1998 và tăng đáng kể trong năm 1999. (bảng 16)

Bảng 16: Nhập khẩu linh kiện điện tử

Đơn vị: triệu USD

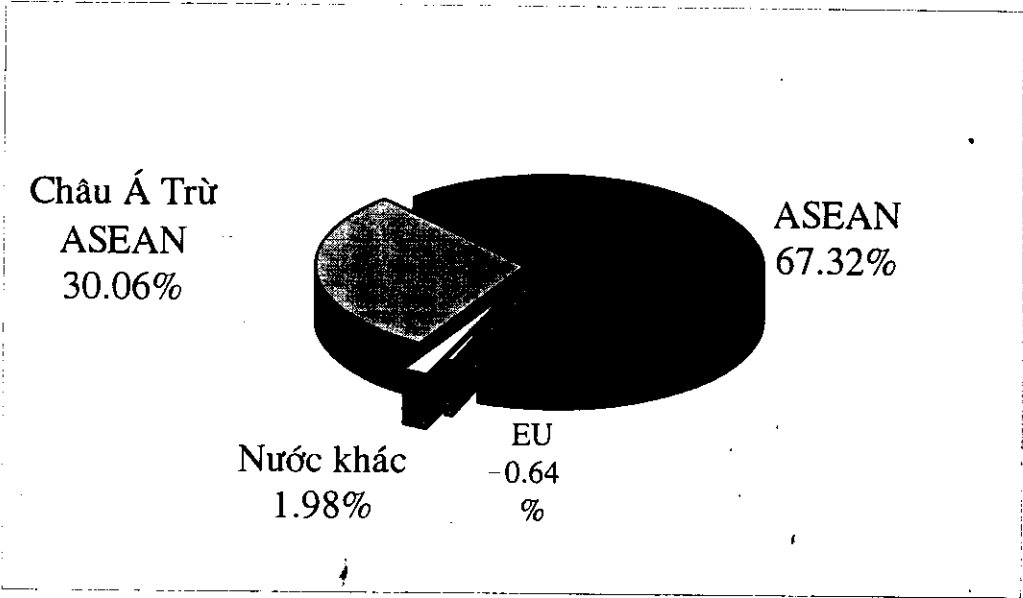
	1996	1997	1998	1999
- Kim ngạch nhập khẩu	184,82	163,64	135,26	494,59
- So với năm trước (%)		88,5	82,7	365,6

Nguồn : Tổng cục Hải quan

Linh kiện điện tử cũng được nhập khẩu chủ yếu từ các nước thuộc khu vực châu Á, chiếm hơn 97% kim ngạch nhập khẩu của năm 1999. Các thị

trường cung cấp lớn nhất là Nhật Bản, Đài Loan, Singapore, HongKong. (biểu đồ 8)

Biểu đồ 8: Thị trường nhập khẩu linh kiện điện tử năm 1999



Nguồn: Tổng cục Hải quan

1.2.2. Nhập khẩu máy vi tính và linh kiện máy tính

Phân tích số liệu thống kê cho thấy, máy vi tính nguyên chiếc nhập khẩu tăng liên tục trong các năm 1993-1997 với nhịp độ tăng bình quân 43,36%/năm. Máy nguyên chiếc được nhập khẩu từ hai nguồn chính là:

- Các nước Đông Nam Á: Chủ yếu là nhập khẩu từ Đài Loan và Singapore. Đây là hai thị trường chính của Việt Nam trong các năm trước 1990. Vào đầu những năm 1990, nhập khẩu từ các nước này giảm dần, nhất là từ khi Mỹ bỏ cấm vận với Việt Nam.
- Các hãng danh tiếng trên thế giới: máy vi tính chất lượng cao của các hãng sản xuất hàng đầu thế giới như IBM, COMPAQ, HEWLET PACKARD, APPLE, SIEMENS.... Loại máy tính này trên thị trường Việt Nam không nhiều, chiếm khoảng 12,8% tổng số máy vi tính nhập khẩu của năm 1997.

Tuy vậy, nhập khẩu máy vi tính chỉ tăng nhanh trong các năm 1993-1995, còn các năm sau đã giảm nhịp độ. Từ 1995-1997, nhập khẩu máy vi tính chỉ tăng với nhịp độ trung bình 0,75%/năm. Đến năm 1999, máy tính nhập khẩu đã giảm cả về số lượng, chưa bằng một nửa lượng máy tính nhập khẩu của

năm 1997 (bảng 17). Nguyên nhân chủ yếu là do máy tính lắp ráp trong nước tăng lên và đang dần thay thế nguồn máy nhập khẩu.

Bảng 17: Nhập khẩu máy tính

	88-92	1993	1994	1995	1997	1999
- Máy PC các loại (1000 chiếc)	10	10	25	42	42,2	29
- Giá trị nhập khẩu (triệu USD)		25,0	54,4	75,0		28,0

Nguồn: Hội Tin học TP. Hồ Chí Minh, Tổng cục Hải quan

Ngược lại, nhập khẩu linh kiện máy tính tăng liên tục với nhịp độ cao để đáp ứng nhu cầu linh kiện cho lắp ráp máy tính trong nước. Trong các năm 1996-1999, kim ngạch nhập khẩu linh kiện máy tính tăng trung bình 20,53%/năm. Trong năm 1999, trị giá linh kiện máy tính nhập khẩu đã lớn hơn trị giá máy vi tính nguyên chiếc nhập khẩu. (bảng 18)

Bảng 18: Nhập khẩu linh kiện máy tính

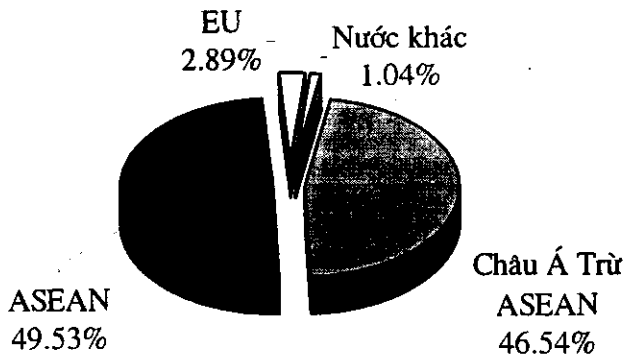
Đơn vị: triệu USD

	1996	1997	1998	1999
- Giá trị nhập khẩu	100,72	128,37	146,27	176,03
- So với năm trước (%)		127,4	113,9	120,3

Nguồn: Tổng cục Hải Quan

Linh kiện máy tính được nhập khẩu chủ yếu từ các nước châu Á, đặc biệt là từ các nước Singapore, Đài Loan, Hồng Kông, Thái Lan, Malaixia. (biểu đồ 9)

Biểu đồ 9: Thị trường nhập khẩu linh kiện máy tính năm 1999



Nguồn: Tổng cục Hải quan

2. THỰC TRẠNG TIÊU THỤ CÁC SẢN PHẨM ĐIỆN TỬ

2.1. Tiêu thụ trong nước

Với số dân gần 80 triệu người, nền kinh tế tăng trưởng khá ổn định (tổng sản phẩm quốc nội tăng trung bình 7,6%/năm giai đoạn 1991-2000, thu nhập bình quân đầu người năm 2000 dự tính tăng gấp 1,7 lần năm 1991), đất nước đang trong thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hoá, Việt Nam được coi là thị trường tiêu thụ lý tưởng của các mặt hàng điện tử, từ các sản phẩm điện tử cho đời sống sinh hoạt đến các sản phẩm điện tử cho các ngành sản xuất của nền kinh tế.

Do không có số liệu thống kê chính thức về tình hình tiêu thụ các sản phẩm điện tử trong nước thời gian qua nên đề tài sử dụng nguồn số liệu điều tra về mức sống dân cư của Tổng cục Thống kê làm tài liệu chính để đánh giá các xu hướng tiêu thụ hàng điện tử trên thị trường Việt Nam trong thời kỳ 1990 trở lại đây.

2.1.1. Tình hình sử dụng và tiêu thụ một số sản phẩm điện tử gia dụng (Tivi-radio)

Theo nguồn số liệu điều tra của Tổng cục Thống kê, tivi các loại và radio các loại là những sản phẩm được sử dụng nhiều nhất trong nhóm đồ dùng lâu bền và đắt tiền trong các hộ gia đình nước ta. Trong năm 1998, tỉ lệ hộ có tivi và radio trong dân cư cả nước là 57,64% và 43,89%, trong khi đó, các mặt hàng điện gia dụng đắt tiền có mức giá tương đương khác như máy lạnh, tủ lạnh, tủ đá chỉ đạt 10,95% và bếp ga, bếp điện, nồi cơm điện, nồi áp suất chỉ đạt 30,65%.... Như vậy, chứng tỏ tivi và radio đang được người dân coi trọng hơn cả vì đây là những phương tiện nghe nhìn rất cần thiết trong đời sống hàng ngày.

Trong giai đoạn 1992-1998, do đời sống dần được cải thiện nên tỉ lệ hộ có tivi và radio trong dân cư Việt Nam đã có sự tăng trưởng nhất định. Tỉ lệ hộ có tivi trong cả nước năm 1998 tăng gấp 2,57 lần năm 1992, tỉ lệ hộ có radio tăng gấp 1,22 lần. Cơ cấu tiêu dùng các mặt hàng điện tử cũng thay đổi theo hướng tiến bộ hơn, phong phú đa dạng hơn. Với tốc độ tăng bình quân là 28,36%/năm, tivi màu đã trở nên phổ biến trong các hộ gia đình, thay thế vị trí trước đây của tivi đen trắng (bảng 19). Tỉ lệ giữa hộ sử dụng tivi đen trắng và tivi màu năm 1992 là 59/41, năm 1995 là 40/60 và năm 1998 là 29/71. Ngoài radio là phương tiện nghe tin tức, người dân còn sử dụng thêm các dàn máy nghe nhạc chất lượng cao. Tỉ lệ hộ có dàn máy nghe nhạc các loại tăng từ 1,6% năm 1992 lên 5,95% năm 1998.

Tuy nhiên, tốc độ mua sắm và trang bị hàng điện tử gia dụng trong dân cư đang có chiều hướng chậm lại. Điều này thể hiện rất rõ ở hai mặt hàng tivi và radio. Nếu như nhịp độ tăng của tỉ lệ hộ có tivi trong các năm 1992-1995 là 27,73%/năm, của radio là 5,45%/năm thì đến các năm 1995-1998 đã giảm rõ rệt, chỉ còn 7,27% và dưới 1,00%/năm. Xu hướng giảm mua sắm trong dân cư như vậy đã phần nào giải thích được thực trạng giảm tiêu thụ hàng điện tử gia dụng nói chung, tivi và radio nói riêng trên thị trường cả nước trong các năm 1996-1999. Theo nguồn số liệu của Tổng cục Thống kê và Bộ Công nghiệp, số lượng ti vi bán ra năm 1995 là 800 nghìn cái, năm 1996 khoảng 1.100 - 1.200 nghìn cái, từ năm 1997 đến nay, tổng số tivi bán ra chỉ còn khoảng hơn 800 - 900 nghìn cái/năm.

Bảng 19: Tỷ lệ hộ gia đình có đồ dùng điện tử 1992-1998

Đơn vị: %

	1992	1994	1995	1998	Nhịp độ tăng b. quân/năm
- Tivi	22,42	38,69	46,71	57,64	17,03
+ Tivi đen trắng	13,29	17,39	18,66	16,82	4,00
+ Tivi màu	9,13	21,30	28,05	40,82	28,36
- Radio	37,69	43,14	44,21	46,01	3,32

Nguồn: Điều tra mức sống dân cư Việt Nam 1997-98 và Điều tra kinh tế - xã hội hộ gia đình 1994-97, Tổng cục Thống kê, 1999

Tình hình trang bị thiết bị điện tử gia dụng phụ thuộc nhiều vào mức thu nhập của các hộ gia đình. Có sự khác biệt rất lớn về số lượng và chất lượng đồ dùng điện tử giữa các nhóm chi tiêu trong dân cư. Theo điều tra về mức sống dân cư của Tổng cục Thống kê năm 1998, tỷ lệ hộ có tivi màu của nhóm dân cư có mức chi tiêu cao nhất là 77,78%, của nhóm có mức chi tiêu thấp nhất là 6,20%. Như vậy mức chênh lệch là 12,5 lần. Sự chênh lệch tương tự về dàn máy nghe nhạc các loại là 13,8 lần, về radio là 2,2 lần. Ngược lại, nhóm có mức chi tiêu thấp nhất lại sử dụng tivi đen trắng nhiều gấp 1,5 lần nhóm có mức chi tiêu cao nhất.

Mức độ trang bị hàng điện tử gia dụng trong các hộ gia đình cũng rất khác nhau theo khu vực thành thị nông thôn, theo các vùng kinh tế và theo ngành sản xuất - kinh doanh.

Trong những năm gần đây, đã có sự thay đổi về nhịp độ mua sắm hàng điện tử dân dụng của khu vực nông thôn và thành thị. Tỷ lệ hộ có ti vi và tivi màu ở khu vực nông thôn tăng nhanh hơn so với mức chung của cả nước và của khu vực thành thị. Nhịp độ tăng bình quân của tỷ lệ hộ có ti vi khu vực nông thôn giai đoạn 1994-1998 là 12,30%, của tivi màu là 26,25% cao hơn so với khu vực thành phố với các con số tương ứng là 4,93%/năm và 15,50%/năm (bảng 20). Như vậy, địa bàn nông thôn Việt Nam với 77,57% dân số là thị trường tiêu thụ rộng lớn của các mặt hàng điện tử gia dụng.

Tuy nhiên, cho tới nay vẫn còn có sự chênh lệch rất lớn về mức trang bị đồ dùng điện tử giữa các hộ gia đình nông thôn và thành thị, nhất là các loại đồ dùng đắt tiền. Theo số liệu năm 1998, có tới hơn 80,72% hộ gia đình thành

thị đã sử dụng tivi, trong khi ở nông thôn con số này chỉ là 49,12%. Tỷ lệ hộ có tivi màu của khu vực thành thị cao gấp 2,6 lần khu vực nông thôn, có dàn máy nghe nhạc cao gấp 3,1 lần, máy vi tính cao gấp 44,1 lần. Tỷ lệ hộ có tivi còn đặc biệt thấp ở các tỉnh thuộc vùng nông thôn miền núi phía Bắc và các tỉnh vùng khu bốn cũ. Theo điều tra về tình hình cơ bản và cơ sở hạ tầng nông thôn Việt Nam năm 1995, trong khi tỷ lệ hộ có tivi ở các xã vùng nông thôn Hà Nội là 44,48% thì ở Cao Bằng chỉ là 4,16%, Hà Giang 5,57%, Quảng Bình 6,81%, Sơn La 7,94%, Quảng Trị 8,04%.

Bảng 20: Tỷ lệ hộ có các loại đồ dùng điện tử gia dụng
(phân theo khu vực thành thị, nông thôn)

	Đơn vị: %		
	1994	1995	1998
- Tivi màu	21,31	28,05	40,82
+ Thành thị	41,68	62,89	74,17
+ Nông thôn	11,22	16,80	28,51
- Tivi đen trắng	17,39	18,66	16,82
+ Thành thị	24,49	12,57	6,55
+ Nông thôn	19,64	20,63	20,61
- Radio	43,14	44,21	49,84
+ Thành thị	55,69	58,06	62,65
+ Nông thôn	41,88	39,74	45,15

Nguồn: Điều tra mức sống dân cư Việt Nam 1997-98 và Điều tra kinh tế - xã hội hộ gia đình 1994-97, Tổng cục Thống kê, 1999

Những hộ gia đình làm nghề nông, lâm nghiệp, thủy sản có thu nhập thấp nên mức trang bị đồ điện gia dụng cũng kém hơn rất nhiều so với các hộ làm các ngành nghề kinh doanh khác. Trong khi tỷ lệ có tivi màu của các hộ gia đình làm việc trong các ngành công nghiệp - xây dựng, dịch vụ.... từ 55-60% thì các hộ gia đình nông, lâm, thủy sản chỉ là 15,41%. Tỷ lệ hộ có máy nghe nhạc, radio các loại của các ngành nghề khác là 52- 59% thì của các hộ gia đình nông, lâm, thủy sản là 38,97%.

Qua nghiên cứu về tình hình mua sắm và tiêu thụ một số sản phẩm điện tử gia dụng chủ yếu trong các năm 1992-1998, chúng tôi có những nhận xét sau:

- *Mức trang bị hàng điện tử gia dụng trong dân cư đã tăng lên qua các năm, chủ yếu là tăng ở các mặt hàng có chất lượng cao như tivi màu, dàn máy nghe nhạc.... Nhu cầu các mặt hàng điện tử dân dụng đã phong phú, đa dạng hơn ở khu vực thành thị và nhóm dân cư có thu nhập cao.... Tuy vậy, vẫn còn hơn 40% hộ gia đình Việt Nam chưa có tivi và gần 50% hộ gia đình chưa có radio và máy nghe nhạc các loại. Hơn nữa, việc tiêu thụ các sản phẩm điện tử nhìn chung vẫn chỉ hạn chế ở một vài chủng loại chính là tivi, radio và vidio, tiêu thụ các mặt hàng điện tử dân dụng khác còn ở mức thấp. Đây là một khoảng cách lớn về mức trang bị đồ điện tử gia dụng không chỉ giữa Việt nam với các nước phát triển mà còn cả với các nước khác trong khu vực.*

- *Nhịp độ mua sắm và tiêu thụ các mặt hàng tivi và radio những năm cuối thập kỷ 90 đã giảm rõ rệt so với các năm trước đó. Nguyên nhân chính của tình trạng này là do giảm mua sắm của dân cư ở khu vực thành thị, một phần vì hầu hết các mặt hàng này đã tạm đáp ứng được nhu cầu hiện tại của cư dân thành phố, mặt khác, do ảnh hưởng của khủng hoảng tài chính tiền tệ khu vực châu Á năm 1997 gây tác động xấu đến tình hình kinh tế đất nước và mức sống của mỗi gia đình, làm giảm sức mua các mặt hàng công nghiệp tiêu dùng nói chung, hàng điện tử nói riêng - là các mặt hàng có mức giá cao so với thu nhập bình quân của các hộ gia đình nước ta hiện nay.*

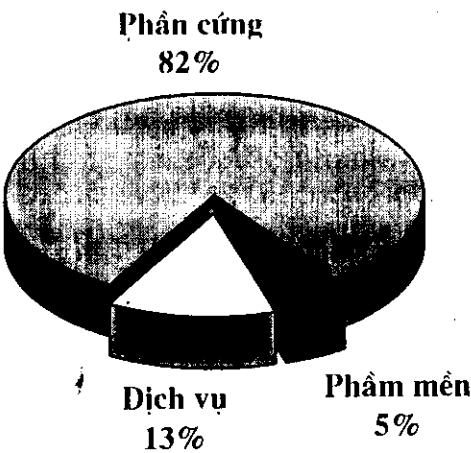
- *Hầu hết những hộ gia đình chưa có các đồ dùng điện tử gia dụng thông thường như tivi, radio là dân cư ở vùng nông thôn và các tầng lớp dân cư có mức thu nhập thấp. Tuy nhiên, khó khăn của người dân nông thôn không chỉ ở mức thu nhập thấp mà còn phụ thuộc vào cơ sở hạ tầng điện sinh hoạt. Theo số liệu điều tra của Tổng cục Thống kê, cho tới năm 1998, tỉ lệ hộ dùng điện làm nguồn thắp sáng trên cả nước là 76,75%, trong đó vùng nông thôn chỉ là 71,12%. Những vùng có mức trang bị đồ điện gia dụng thấp cũng là những vùng mà tỉ lệ xã có điện không cao.*

2.1.2. Tình hình sử dụng và tiêu thụ máy vi tính

Thiết bị tin học (chủ yếu là máy vi tính, máy in) chỉ mới bắt đầu được sử dụng rộng rãi ở Việt Nam vào những năm đầu 1990. Cùng với quá trình phát triển và hội nhập của nền kinh tế nước ta với nền kinh tế thế giới, sự phát triển

của chương trình phổ cập tin học trong cả nước, máy vi tính đã ngày càng trở nên cần thiết và giữ vai trò quan trọng trong nhiều lĩnh vực của các cơ quan hành chính, sản xuất kinh doanh cũng như nghiên cứu giáo dục, quốc phòng, an ninh ở nước ta. Các thiết bị phần cứng (máy tính, máy in....) đang chiếm ưu thế trên thị trường tin học cả nước. Theo đánh giá của các chuyên gia, cơ cấu thị trường tin học Việt Nam hiện nay như sau:

Biểu đồ 10: Cơ cấu thị trường tin học Việt Nam



Cơ cấu này phản ánh trình độ phát triển còn non trẻ của ngành công nghệ thông tin nước ta. Hiện nay, tỉ lệ giữa phần cứng, phần mềm và dịch vụ trong thị trường tin học các nước Đông Nam Á là 50-60/20-35/10-20, của các nước Nhật - Mỹ là 30-40/30-45/30-40. Trong những năm tới, phần cứng vẫn sẽ tiếp tục chiếm vị trí quan trọng cho đến khi công nghiệp phần mềm và dịch vụ Việt Nam bắt kịp với sự phát triển của thế giới.

Theo nguồn tư liệu của Tuần lễ tin học Hà Nội và các chuyên gia của Tổng công ty Điện tử tin học, số lượng máy vi tính sử dụng trên cả nước đã tăng rất nhanh trong gần một thập kỷ qua. Tổng số máy vi tính tăng từ 60 nghìn chiếc năm 1995 lên 460 nghìn chiếc năm 1999 (sau khi đã trừ đi các máy không còn sử dụng) với nhịp độ tăng trung bình hàng năm là 68,18%/năm. Chỉ tiêu số máy vi tính trên đầu người đã tăng từ 0,7 máy/1000 người năm 1993 lên 5,8 máy/1000 người năm 1999. Tuy vậy, đây vẫn là con số thấp so với các nước khác trong khu vực. (bảng 21)

Máy vi tính cũng đã có nhiều đối tượng sử dụng hơn, không chỉ ở các cơ quan, doanh nghiệp mà cả ở các hộ gia đình. Theo số liệu điều tra của Tổng

cục Thống kê năm 1998, tỉ lệ hộ gia đình có máy vi tính trên cả nước là 0,88%.

Bảng 21: Số lượng máy vi tính sử dụng tại Việt Nam

	1991	1995	1999
Số máy vi tính (chiếc)	7500	60.000	450.000
Số máy/1000 người	0,1	0,8	5,8

Nguồn: Bộ Công nghiệp, Tổng công ty điện tử tin học Việt Nam

Tuy số lượng máy tính tăng với tốc độ nhanh, việc sử dụng máy tính đã trở nên phổ cập hơn, bức tranh phân bố đã thay đổi nhưng vẫn có sự chênh lệch về trang bị máy tính giữa các thành phần kinh tế, giữa các vùng, các ngành nghề khác nhau. Các cơ quan Nhà nước chiếm tỉ lệ máy tính lớn nhất so với các thành phần kinh tế khác. Những ngành sử dụng nhiều máy tính là: ngân hàng, tài chính, hải quan, dầu khí, giáo dục đào tạo.... Cơ cấu sử dụng máy vi tính trong cả nước hiện nay như sau:

Cơ quan Nhà nước và các doanh nghiệp: 75%

Cơ quan nghiên cứu và quốc phòng: 10%

Cơ sở giáo dục: 10%

Các gia đình: 5%

Mặt khác, máy vi tính chỉ tập trung ở các thành phố lớn, riêng Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh chiếm tới 70% số lượng máy vi tính của cả nước (Hà Nội: 30%, Thành phố Hồ Chí Minh: 40%). Tỉ lệ hộ gia đình có máy vi tính ở thành phố là 3,9%, cao hơn rất nhiều so với mức 0,07% của vùng nông thôn.

Chính do nhu cầu sử dụng tăng nhanh nên khối lượng máy tính, máy in tiêu thụ hàng năm cũng tăng liên tục (bảng 22). Trong các năm 1995-1999, số lượng máy vi tính và máy in bán ra tăng trung bình 49,52%/năm, cao hơn so với mức tăng của các nước trong khu vực. Theo số liệu năm 1996, thị phần máy vi tính của Việt Nam chiếm 0,2% doanh số thị trường máy tính thế giới, chiếm 1,4% doanh số thị trường máy tính châu Á-Thái Bình Dương.

Bảng 22: Tình hình tiêu thụ thiết bị tin học*Đơn vị: 1000 chiếc*

	1995	1996	1997	1998	1999	2000*
Máy tính	24	75	99	133	132	165
Máy in	20	30	50	70	85	100

*Nguồn: Tổng công ty điện tử tin học Việt Nam*** Số ước đoán*

Thị phần của máy tính lắp ráp trong nước đang được cải thiện dần, năm 1999 là 66% so với 64% của năm 1998. Đối tượng sử dụng máy lắp ráp trong nước là các cơ quan hành chính, các doanh nghiệp, cơ quan giáo dục, các hộ gia đình với tỉ lệ 75-90% tổng số máy sử dụng. Máy tính nhập khẩu nguyên chiếc chỉ phổ biến ở một số ít ngành như tài chính, hàng không (80-90% số máy sử dụng) và các liên doanh, các doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài (50% số máy sử dụng).

Tóm lại, thị trường thiết bị tin học Việt Nam tuy mới phát triển và còn nhỏ bé nhưng đang có tốc độ tăng trưởng nhanh. Nhu cầu sử dụng máy vi tính ngày càng cao do sự phát triển của nền kinh tế và đời sống văn hoá xã hội của đất nước. Tuy nhiên thị trường tiêu thụ chủ yếu vẫn chỉ ở các thành phố lớn. Vì vậy, nhu cầu máy vi tính còn rất lớn trong các doanh nghiệp, cơ quan, trường học, các hộ gia đình ở Việt Nam.

** Thị trường phần mềm*

Cùng với sự phát triển nhanh chóng của thị trường thiết bị tin học, việc phát triển sản xuất phần mềm và dịch vụ tin học ở nước ta hiện nay cũng đang được quan tâm. Phần mềm là khâu quan trọng và thiết yếu trong quá trình sử dụng các sản phẩm điện tử nói chung và thiết bị công nghệ thông tin nói riêng. Ngày nay, xu hướng tin học hoá các sản phẩm điện tử ngày càng tăng nên phần mềm được coi là bộ phận không thể thiếu trong một thiết bị điện tử.

Thị trường phần mềm của nước ta còn rất nhỏ bé, chỉ chiếm khoảng 5% doanh số thị trường công nghệ thông tin. Phần mềm được sử dụng phổ biến trong văn phòng và quản lý đơn giản, chủ yếu là những sản phẩm xoay quanh việc giải quyết chữ Việt trong soạn thảo, nhận dạng trong quản lý tài chính,

tài nguyên, sản xuất. Khách hàng chính của các doanh nghiệp sản xuất phần mềm là Chính phủ. Các loại phần mềm ứng dụng chưa được sử dụng rộng rãi. Theo một tài liệu điều tra ở Thành phố Hồ Chí Minh, phần mềm ứng dụng chỉ được dùng chủ yếu trong lĩnh vực kế toán, ngân hàng.

Có nhiều nguyên nhân làm thị trường phần mềm nước ta chưa phát triển. Trước hết là do nhận thức về công nghệ thông tin của các cơ quan quản lý Nhà nước còn hạn chế, còn thiếu các cơ chế, chính sách về trao đổi thông tin kinh tế - xã hội giữa các cơ quan Bộ, ngành. Thứ hai là do chi phí cho công nghệ thông tin của nước ta còn rất thấp, năm 1999 chỉ chiếm 0,67% GDP, trong khi ở các nước Đông Âu là 2%. Thứ ba là nhu cầu phần mềm còn ở mức sơ khởi, người tiêu dùng Việt Nam chưa có thói quen mua và sử dụng phần mềm. Khách hàng là các cơ quan, doanh nghiệp Nhà nước chưa đề ra được nhu cầu về ứng dụng công nghệ thông tin vào quản lý nên không quan tâm đầu tư cho các giải pháp phần mềm. Từ đó có thể thấy rằng, với trình độ phát triển như vậy, thị trường phần mềm chưa có những tác động tích cực tới việc sử dụng thiết bị phần cứng ở nước ta trong thời điểm hiện nay.

Các phần mềm đang sử dụng ở nước ta chủ yếu là từ nguồn nhập khẩu. Phần mềm trong nước sản xuất chiếm 35% thị phần. Một vài đơn vị đã tham gia xuất khẩu phần mềm, nhưng mới chỉ dừng ở mức thăm dò thị trường, giá trị xuất khẩu không đáng kể, chiếm khoảng 10-15% tổng trị giá phần mềm sản xuất trong nước.

Việt Nam rất có điều kiện trong phát triển phần mềm với nguồn lao động dồi dào, có trí thông minh, sáng tạo và khả năng tư duy toán học cao. Việt Nam còn có lợi thế hơn so với một số nước phát triển khác về giá nhân công, về ngôn ngữ do sử dụng phông chữ Latin. Hơn nữa, dung lượng thị trường cả trong nước và thế giới là vô hạn. Nếu có những định hướng và đầu tư đúng đắn của Nhà nước, sản xuất phần mềm phát triển một mặt tạo cơ hội để thâm nhập vào thị trường thế giới, mặt khác sẽ thúc đẩy việc ứng dụng công nghệ thông tin vào các lĩnh vực của nền kinh tế, làm cơ sở để phát triển nhu cầu các thiết bị phần cứng. Làm thế nào để phát triển thị trường phần mềm của Việt Nam là một vấn đề cần thiết, quan trọng cần được quan tâm nghiên cứu. Tuy nhiên, trong phạm vi đề tài, chúng tôi chỉ dừng lại ở việc phân tích vai trò và ảnh hưởng của thị trường phần mềm tới việc phát triển thị trường các thiết bị điện tử - tin học như đã trình bày trên đây.

2.1.3. Tình hình giá cả và thị hiếu tiêu dùng hàng điện tử ở Việt Nam

** Giá cả*

Cũng như biến động giá cả trên thị trường thế giới, giá các mặt hàng điện tử trong nước nói chung có xu hướng ngày càng giảm. Sau khi loại sản phẩm mới ra đời, các sản phẩm thế hệ cũ, lỗi mốt hạ giá nhanh so với lần bán đầu tiên. Trong hai năm 1992 - 1993, giá máy tính sản xuất tại châu Á giảm khoảng 30%, các máy của Mỹ giảm 15% trên thị trường Việt Nam. Trước năm 1994, bình quân 6 tháng có một đợt giảm giá nhưng từ đầu năm 1995 đến nay, hầu như tháng nào máy tính cũng giảm giá khoảng 4%. Có thể nói, sự giảm giá của thiết bị đã góp phần làm tăng trưởng thị trường công nghệ thông tin nước ta. Biến động giá cả của một số loại máy vi tính trên thị trường Việt Nam tại một số thời điểm trong các năm 1995-1998 được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 23: Giá máy vi tính trên thị trường Việt nam

Đơn vị: USD/chiếc

Loại máy	12/1995	12/1996	3/1997	8/1998
Lắp ráp trong nước				
486/100	980	650	630	-
Pentium	1.200	900	830	550*
Com paq				
486/100	1.750	1.000	800	-
Pentium	-	1.350	1.250	1.230*
IBM				
486/100	1.800	1.100	900	-
Pentium	-	1.490	1.350	1.145*

** Pentium từ 166 Mhz đến 233 Mhz*

Nguồn: Tài liệu Tuần lễ IT98

Tuy nhiên, giá các mặt hàng điện tử nói chung vẫn cao so với thu nhập trung bình của dân cư Việt Nam hiện nay. Mặt khác, giá cả các sản phẩm điện tử rất khác nhau, chất lượng không đồng đều do nhiều đơn vị cùng sản

xuất và nhập nguyên liệu từ nhiều nguồn. Thực trạng giá cả như vậy phần nào gây khó khăn cho người tiêu dùng khi lựa chọn sản phẩm.

** Thị hiếu tiêu dùng*

Theo tài liệu thăm dò dư luận của Tạp chí Thời báo Kinh tế Việt Nam, 51% số người được hỏi muốn mua tivi hiệu SONY. Theo điều tra tình hình trang bị đồ dùng lâu bền cho thấy, tivi JVC chiếm 32% trong tổng số tivi đang sử dụng ở các hộ gia đình, SONY 24%, SAMSUNG 9%, Philip 6%, các loại khác 29%. Như vậy có thể nhận xét rằng, người tiêu dùng Việt Nam ưa chuộng những sản phẩm có uy tín, có chất lượng. Sản phẩm điện tử phải thích nghi với môi trường nhiệt đới nóng ẩm, có độ bền cao, đạt yêu cầu là vật trang trí trong gia đình nên hình thức phải đẹp và bền chắc. Họ rất chú ý xem sản phẩm do ai sản xuất và có tâm lý thích mua hàng của các hãng danh tiếng vì tin tưởng vào chất lượng sản phẩm và hình thức bảo hành của hãng đó. Những đặc điểm này có thể là gợi ý cho các doanh nghiệp điện tử trong nước nghiên cứu sản xuất ra những sản phẩm mang thương hiệu Việt Nam đạt tiêu chuẩn xuất khẩu, sau đó đem bán tại thị trường Việt Nam có thể sẽ được người tiêu dùng chấp nhận như các sản phẩm của ngành công nghiệp may mặc, da giày....

2.2. Tình hình xuất khẩu

Mặt hàng điện tử mới chỉ được xuất khẩu từ năm 1996, và từ đó đến nay đã có sự tăng trưởng đáng kể. Kim ngạch xuất khẩu hàng điện tử tăng từ 90 triệu USD năm 1996 lên 585 triệu năm 1999. Như vậy chỉ trong 4 năm, kim ngạch đã tăng lên 6,5 lần với mức tăng tương đối là 650%. Trong 10 tháng đầu năm 2000, xuất khẩu hàng điện tử đạt 650 triệu USD, tăng 38,5% so với cùng kỳ năm 1999. Kim ngạch xuất khẩu tăng nhanh đã đưa hàng điện tử trở thành mặt hàng xuất khẩu được chú ý những năm gần đây. (bảng 24)

Bảng 24: Kim ngạch xuất khẩu hàng điện tử

	Đơn vị: triệu USD			
	1996	1997	1998	1999
Kim ngạch xuất khẩu	90	400	500	585
So năm trước (%)		(444,4)	(125,0)	(117,0)

Nguồn: Bộ Thương mại

Chỉ các công ty liên doanh và công ty 100% vốn nước ngoài mới có hàng điện tử xuất khẩu. Có hai dạng sản phẩm điện tử xuất khẩu chính. Loại thứ nhất là hàng điện tử gia dụng, chủ yếu là ti vi. Loại thứ hai là linh kiện điện tử và linh kiện máy tính. Các mặt hàng chủ yếu là bóng đèn hình tivi do liên doanh Orion - Hanel sản xuất và bản mạch in do công ty Fujitsu tại Việt Nam sản xuất. Những sản phẩm này được xuất khẩu cho các cơ sở lắp ráp của chính các công ty đó trong khu vực. Linh kiện điện tử và linh kiện máy tính chiếm tỉ trọng lớn trong kim ngạch xuất khẩu hàng điện tử nói chung của Việt Nam. Tình hình xuất khẩu linh kiện điện tử và linh kiện máy tính trong 4 năm 1996-1999 như sau:

Bảng 25: Xuất khẩu linh kiện 1996-1999

Đơn vị: triệu USD

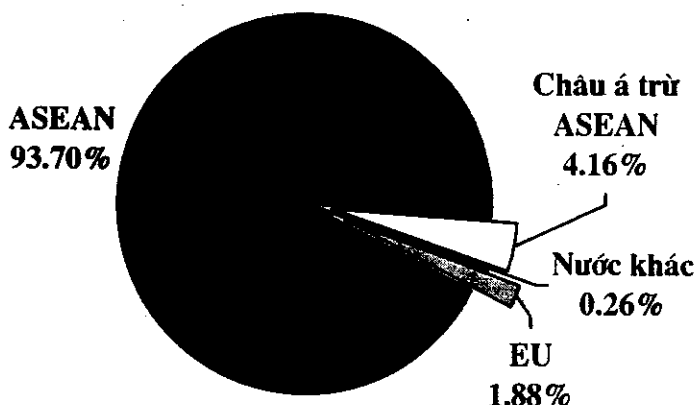
	1996	1997	1998	1999
Tổng	89,7	190,8	473,9	517,2
Linh kiện điện tử	88,2	182,5	73,0	97,7
Linh kiện máy tính	1,5	8,3	400,9	419,5

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Qua phân tích bảng 25 có thể thấy rằng, xuất khẩu linh kiện, đặc biệt là xuất khẩu linh kiện máy tính đóng vai trò chính trong tăng trưởng xuất khẩu hàng điện tử. Trong năm 1999, linh kiện máy tính chiếm tới 71,7% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng điện tử. Kim ngạch xuất khẩu linh kiện máy tính tăng là do tăng cường sản xuất và xuất khẩu của công ty Fujitsu Nhật Bản tại Việt Nam.

Về thị trường xuất khẩu, theo số liệu của Tổng cục Hải Quan, trong vòng 4 năm 1996-1999, xuất khẩu linh kiện điện tử đã được mở rộng từ 28 nước lên 41 nước, xuất khẩu linh kiện vi tính tăng từ 12 nước lên 38 nước. Tuy nhiên, vẫn có sự mất cân đối lớn trong cơ cấu thị trường xuất khẩu, nhất là đối với linh kiện máy tính. Hơn 90% linh kiện máy tính được xuất khẩu sang Philippin và Thái Lan - đây chính là hai địa chỉ xuất khẩu của công ty Fujitsu. Chỉ 1.88% kim ngạch linh kiện máy tính được xuất sang các nước EU. (biểu đồ 11)

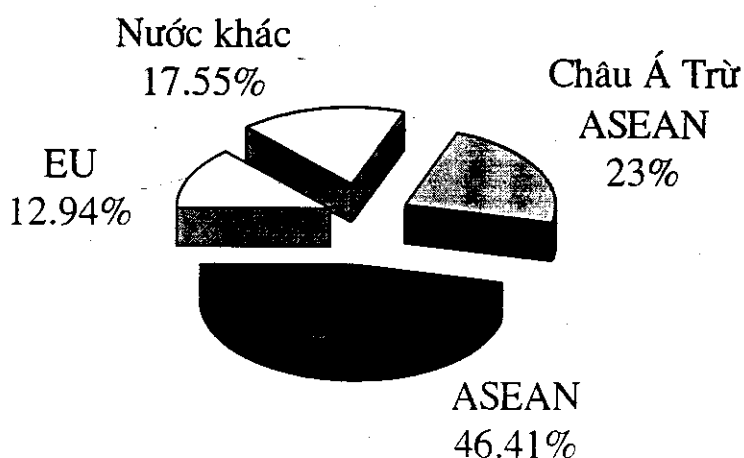
Biểu đồ 11 Thị trường xuất khẩu linh kiện vi tính năm 1999



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Thị trường xuất khẩu của mặt hàng linh kiện điện tử tuy ít mất cân đối hơn nhưng riêng xuất khẩu sang các nước châu Á cũng đã chiếm 70% tổng kim ngạch. EU là một trong những thị trường tiêu thụ linh kiện điện tử tiềm năng của thế giới nhưng xuất khẩu của Việt Nam sang EU chỉ chiếm gần 13% tổng kim ngạch xuất khẩu.

Biểu đồ 12: Thị trường xuất khẩu linh kiện điện tử năm 1999



Nguồn: Tổng cục Hải Quan

Tóm lại, có thể nhận xét về thực trạng xuất khẩu hàng điện tử những năm qua như sau:

+ Kim ngạch xuất khẩu hàng điện tử tăng với nhịp độ cao nhưng một phần là do xuất phát thấp. Thực tế, kim ngạch xuất khẩu hàng điện tử mới chỉ chiếm trên 5% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước, kim ngạch xuất khẩu linh kiện chỉ chiếm 0,09% so với xuất khẩu linh kiện toàn thế giới¹ - quá nhỏ bé nếu so với vị trí là ngành được ưu tiên nhất trong các lĩnh vực phát triển công nghệ cao và so với tỉ trọng hàng điện tử xuất khẩu của các nước trong khu vực.

+ Giá trị thực tế thu về trong hoạt động xuất khẩu hàng điện tử rất thấp. Kim ngạch xuất khẩu hàng điện tử năm 1999 là 585 triệu USD nhưng giá trị thu về chỉ khoảng 100 triệu USD.²

+ Tăng trưởng xuất khẩu chủ yếu thuộc về các công ty liên doanh hoặc 100% vốn nước ngoài. Xuất khẩu hàng điện tử là của Công ty đèn hình Orion - Hanel, xuất khẩu linh kiện máy tính là của công ty Fujitsu (chiếm 90% kim ngạch xuất khẩu của ngành điện tử - tin học). Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu nghèo nàn, thị trường xuất khẩu chính chỉ bó hẹp ở một vài nước trong khu vực và hoàn toàn phụ thuộc vào chiến lược kinh doanh của các công ty nước ngoài.

3. MỘT SỐ NHẬN XÉT VỀ TÌNH HÌNH CUNG ỨNG VÀ TIÊU THỤ HÀNG ĐIỆN TỬ CỦA VIỆT NAM

- Nguồn cung ứng của hầu hết các mặt hàng điện tử đều phụ thuộc vào thị trường nước ngoài. Ngay cả với hai nhóm hàng điện tử dân dụng (tivi, radio) và thiết bị tin học (máy tính, máy in) mà sản xuất trong nước đã có thể đáp ứng được khoảng 70% nhu cầu nội địa thì phần lớn nguyên liệu để lắp ráp cũng là từ nguồn nhập khẩu. Hàm lượng chất xám chiếm một tỉ trọng lớn trong giá trị sản phẩm vẫn thuộc về nhà sản xuất nước ngoài. Các doanh nghiệp sản xuất trong nước vẫn ở trong tình trạng không chủ động được về công nghệ và nguyên liệu, chưa tự chủ được sản xuất và chưa điều tiết được thị trường.

- Mặc dù đã được bảo hộ bằng hàng rào thuế quan nhưng do gặp khó khăn cả trong phát triển sản xuất, cả trong tiêu thụ nên sản lượng các mặt hàng điện tử dân dụng của các doanh nghiệp trong nước đang suy giảm. Sản

¹ Nguồn: ITC - Calculations based on comtrade of UNSD - 1999

² Tạp chí Thương mại số 5 - tháng 3/2000

lượng sản xuất chỉ đạt 30-40% so với công suất thiết kế. Trong tình trạng này, các doanh nghiệp sản xuất trong nước sẽ còn gặp khó khăn hơn khi nền kinh tế Việt Nam tiến tới hội nhập với nền kinh tế thế giới. Vào năm 2006, tất cả các nước tham gia AFTA đều phải cam kết cắt giảm thuế quan từ 0-5% của 15 mặt hàng đầu tiên trong đó có hàng điện tử, như vậy các doanh nghiệp Việt Nam sẽ phải đối mặt với môi trường kinh doanh khắc nghiệt hơn trước. Một mặt, họ phải cạnh tranh với các sản phẩm điện tử nhập khẩu rẻ hơn từ các nước khác trong khu vực vào thị trường nội địa với sức mua còn hạn chế. Mặt khác, trên thế giới đã và đang có sự phân công sản xuất và phân chia thị trường hàng điện tử ở mức độ rất sâu và rất cao. Việc chiếm lĩnh thị trường xuất khẩu sẽ trở nên rất khó khăn đối với một nền công nghiệp điện tử còn quá non trẻ như Việt Nam hiện nay.

- Sức mua của thị trường trong nước còn hạn chế, đặc biệt đối với những sản phẩm điện tử tiên tiến do thu nhập trung bình của dân cư chưa cao. Các phẩm điện tử thông dụng đã gần như bão hoà ở các thành phố và đô thị, ở các tầng lớp dân cư có mức thu nhập cao nên tốc độ mua sắm của khu vực này đã chững lại sau một thời kỳ tăng trưởng nhanh. Còn ở các khu vực kinh tế kém phát triển và dân cư vùng nông thôn, giá cả các sản phẩm điện tử vẫn còn quá cao so với mức thu nhập nên đồ dùng điện tử vẫn chưa được coi là nhu cầu bức thiết của đời sống. Theo số liệu năm 1999, còn tới 24,7% dân số có mức thu nhập bình quân dưới 100.000 VNĐ/người/năm. Do đó, sự phát triển của thị trường hàng điện tử trong nước sẽ phụ thuộc rất nhiều vào sự phát triển chung của nền kinh tế và khả năng nâng cao mức sống của người dân, đặc biệt là dân cư nông thôn. Địa bàn nông thôn sẽ là thị trường tiềm ẩn cho các sản phẩm điện tử, đặc biệt là các sản phẩm điện tử thông dụng.

- Nhờ chính sách mở cửa, chính sách hợp tác đầu tư với nước ngoài, chính sách nhập khẩu công nghệ, thiết bị của Nhà nước thời gian qua đã tác động mạnh đến ngành công nghiệp điện tử. Các sản phẩm điện tử lắp ráp trong nước đã có chỗ đứng trên thị trường. Tuy vậy, một trong những nguyên nhân ảnh hưởng đến nguồn cung trong nước các mặt hàng điện tử là những bất cập trong chính sách bảo hộ và chính sách thuế hiện nay. Theo ý kiến của các doanh nghiệp, mức thuế suất đối với các sản phẩm điện tử lắp ráp là chưa hợp lý, cụ thể là: mức thuế lợi tức đối với sản xuất các sản phẩm công nghệ thông tin (lắp ráp máy tính, làm phần mềm, dịch vụ tin học) là 45%, trong khi ở Singapore chỉ là 27%. Thuế doanh thu đối với hàng nguyên chiếc nhập khẩu chỉ là 1% trong khi thuế doanh thu của sản phẩm lắp ráp trong

nước là 4%. Mức thuế nhập khẩu linh kiện máy tính 10% bằng với mức thuế nhập khẩu sản phẩm nguyên chiếc. Bên cạnh đó, linh kiện nhập khẩu để lắp ráp phải chịu thuế theo giá nhập qui định tối thiểu thường là rất lạc hậu so với giá thị trường thay đổi hàng tuần. Tất cả những điều đó chưa khuyến khích việc sản xuất và lắp ráp các sản phẩm điện tử trong nước.

4. MỘT SỐ DỰ BÁO CHỦ YẾU VỀ THỊ TRƯỜNG HÀNG ĐIỆN TỬ VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2010

4.1. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển thị trường hàng điện tử Việt Nam.

Có thể nói rằng, sự phát triển của công nghiệp sản xuất hàng điện tử nói riêng và thị trường hàng điện tử nói chung được dựa trên nền kinh tế - xã hội phát triển có tiềm lực vốn lớn và trình độ công nghệ, tri thức cao. Trong khi đó, Việt Nam là nước nghèo, nền kinh tế chậm phát triển so với trình độ chung của thế giới và so với các nước trong khu vực. Vì vậy, việc phát triển thị trường hàng hoá dựa trên những yếu tố phát triển ở trình độ cao là vấn đề hết sức khó khăn trong điều kiện kinh tế nước ta hiện nay. Tuy vậy, bên cạnh đó cũng có những yếu tố trong và ngoài nước đã, đang và sẽ có những tác động tích cực đến quá trình hình thành và phát triển của thị trường hàng điện tử nước ta như quá trình hội nhập nền kinh tế nước ta với kinh tế khu vực và thế giới; tác động của thị trường hàng điện tử thế giới và những kinh nghiệm phát triển thị trường hàng điện tử của các nước đi trước; các chính sách của Nhà nước liên quan đến phát triển sản xuất và phát triển thị trường hàng điện tử; tình hình phát triển kinh tế xã hội thời gian tới (tốc độ tăng dân số, tăng trưởng kinh tế, thu nhập và sức mua của dân cư); sự phát triển của các ngành kinh tế khác có liên quan như ngành công nghiệp điện, ngành phát thanh truyền hình...

Trước hết, bối cảnh quốc tế và khu vực đang tạo ra thời cơ thuận lợi cho các nước chậm phát triển nắm lấy để phát triển nền kinh tế đất nước. Đó là quá trình tích tụ vốn trên thị trường tài chính thế giới làm tăng vọt các dòng vốn đầu tư. Đó là sự tiến bộ của khoa học kỹ thuật làm rút ngắn tuổi thọ của công nghệ, do đó dẫn đến thúc đẩy chuyển giao công nghệ để thu hồi vốn. Đó là quá trình chuyển hoá quan hệ giữa các quốc gia từ "đối đầu" sang "đối thoại"....

Đồng thời, xu thế toàn cầu hoá và hội nhập nền kinh tế nước ta với kinh tế khu vực và thế giới đòi hỏi ngành điện tử tin học Việt Nam phải có một sự tương hợp nhất định với thông lệ quốc tế. Đây là một thách thức nhưng đồng thời cũng tạo ra cơ hội mới, thúc đẩy cải cách trong các doanh nghiệp, tập trung nỗ lực phát huy mọi tiềm năng để vươn lên tạo ra các sản phẩm điện tử có sức cạnh tranh; mặt khác cũng thúc ép các doanh nghiệp trong các ngành khác quan tâm hơn tới đổi mới công nghệ. Nhờ đó, đẩy nhanh quá trình tạo lập thị trường hàng điện tử trong nước.

Hơn nữa, thị trường hàng điện tử thế giới đã hồi phục sau một thời kỳ suy giảm và được dự báo có triển vọng sáng sủa hơn và sẽ bắt đầu thời kỳ tăng trưởng kể từ năm 2001. Tương tự như vậy, tình hình sản xuất và tiêu thụ hàng điện tử Việt Nam thời gian gần đây nhìn chung cũng đã có dấu hiệu khả quan hơn cùng với sự hồi phục của nền kinh tế Việt Nam.

Hai là, các sản phẩm điện tử được xem là động lực thúc đẩy và phát huy tác dụng của hàng loạt công nghệ khác, do đó được xem là một công nghệ cơ sở đặc biệt quan trọng của xã hội hiện đại. Nhiều quốc gia trên thế giới đã xác định điện tử tin học là một trong những ngành công nghiệp hàng đầu của thế kỷ 21. Chính vì vậy, nhiều nước đi sau như các nước khối NICs, các nước Đông Nam Á đã bứt phá lên được trong một thời gian ngắn nhờ phát triển ngành công nghiệp điện tử. Kinh nghiệm của các nước này cho thấy, có thể tiến hành hiện đại hoá ngay trong giai đoạn công nghiệp hoá nhờ các sản phẩm điện tử - tin học và có thể rút ngắn những khoảng cách tụt hậu của các nước phát triển muộn so với các nước đã phát triển.

Ba là, trong những năm đổi mới và phát triển kinh tế đất nước, Đảng và Nhà nước đã nhận rõ vị trí quan trọng của các sản phẩm điện tử - tin học trong sự nghiệp công nghiệp hoá - hiện đại hoá. Nghị quyết Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ 8 đã nêu: cần xây dựng ngành công nghiệp điện tử thành ngành mũi nhọn trong nền kinh tế. Như vậy, ngành công nghiệp điện tử tin học nước ta sẽ có những thuận lợi cơ bản về chính sách hỗ trợ của Nhà nước như các chính sách hỗ trợ vốn, thuế, chính sách thu hút đầu tư nước ngoài để phát triển sản xuất các sản phẩm điện tử. Thực tế trong những năm vừa qua đã khẳng định quyết tâm của Nhà nước trong việc phát triển sản xuất (và thị trường) các sản phẩm điện tử.

Bốn là, mặc dù Việt Nam là nước nghèo, kinh tế chậm phát triển nhưng thành tựu về giáo dục đào tạo trong nhiều thập kỷ qua đã tạo nên mặt bằng tri

thức xã hội khá phát triển so với các nước trong khu vực và trên thế giới. Người Việt Nam có khả năng nắm bắt và tiếp thu nhanh khoa học - kỹ thuật và công nghệ cao. Các nhà đầu tư nước ngoài đã nhận xét: đào tạo bổ xung cho công nhân Việt Nam thường ngắn hơn so với nước láng giềng. Đó là một trong những cơ sở quan trọng cho việc phát triển sản xuất và phát triển thị trường hàng điện tử nước ta.

Năm là, thực tế phát triển sản xuất và thị trường các sản phẩm điện tử mặc dù còn hạn chế, còn nhiều vấn đề đặt ra cần giải quyết, nhưng rõ ràng ngành sản xuất đã bước đầu được định hình và thị trường đã có phát triển cả ở trong nước và ngoài nước. Hiện nay, một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực (những mặt hàng thô, ít qua chế biến và hàng sử dụng nhiều lao động) đang có dấu hiệu giảm dần về lợi thế cạnh tranh đã đặt ra vấn đề cần xác định lại cơ cấu hàng xuất khẩu trong những năm 2000-2010. Trong đó, các sản phẩm điện tử - tin học là một trong những mặt hàng trọng tâm và có triển vọng trong chiến lược xuất khẩu của Việt Nam.

Sáu là, sự phát triển kinh tế - xã hội nói chung cũng như sự phát triển của các ngành liên quan như điện lực, phát thanh truyền hình cũng sẽ tạo ra những thuận lợi cơ bản để phát triển sản xuất và cải thiện điều kiện thị trường tiêu thụ cho các sản phẩm điện tử.

- Theo số liệu của Tổng cục Thống kê từ cuộc tổng điều tra dân số cả nước tháng 4/1999, trong thời kỳ 1990-1999, nhịp độ tăng dân số bình quân cả nước là 1,75%/năm. Kết hợp với mục tiêu mà Nhà nước đề ra trong chương trình kế hoạch hoá gia đình là giảm 0,04% dân số/năm giai đoạn 2000-2010, dân số cả nước năm 2000 được dự báo vào khoảng gần 78 triệu người, năm 2005 khoảng 85 triệu người và năm 2010 khoảng 92 triệu người. Theo kết quả điều tra về mức sống dân cư cho thấy, số nhân khẩu bình quân trong một hộ gia đình đang có xu hướng giảm. Vì vậy, dự báo số hộ gia đình cũng tăng từ 17 triệu hộ năm 2000 lên 19 triệu hộ năm 2005 và 21 triệu hộ năm 2010.

Theo số liệu của Tiểu ban Kinh tế - xã hội chuẩn bị cho Đại hội Đảng lần thứ 9, trong giai đoạn 2000-2010, nhịp độ tăng trưởng kinh tế bình quân dự kiến hàng năm trên 7%, đưa mức GDP năm 2010 lên gấp đôi năm 2000, GDP bình quân đầu người từ 400USD năm 2000 lên 600USD năm 2005 và 800 USD năm 2010. Cơ cấu kinh tế chuyển dịch theo hướng tăng tỉ trọng công nghiệp và dịch vụ trong GDP lên tới 80-85%. Cho tới năm 2010, sẽ có khoảng 32-33% dân cư sống ở thành thị. Kinh tế tăng trưởng sẽ làm tăng thu nhập và

cải thiện đời sống dân cư, tăng tỉ lệ hộ có mức sống trung bình đến khá và giàu. Kinh tế phát triển mặt khác cũng tạo điều kiện để Chính phủ thực hiện các chương trình hỗ trợ phát triển kinh tế xã hội như chương trình xoá đói giảm nghèo trên địa bàn nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa.... Mức tiêu dùng các mặt hàng điện tử tính bình quân đầu người hoặc bình quân hộ gia đình sẽ cao hơn so với thời kỳ trước. Do vậy, nhu cầu và sức mua các mặt hàng điện tử cũng sẽ tăng cao hơn các năm trước đây.

Các chỉ tiêu kinh tế xã hội đến năm 2010

	2000	2005	2010
Dân số (triệu người)	78	85	92
Số hộ gia đình (triệu hộ)	17	19	21
GDP bình quân đầu người (USD)	400	600	800
Tỉ lệ dân số có mức sống từ trung bình đến khá và giàu (%)	60	80	100

- Điện lực có vai trò quan trọng trong sự phát triển của nền kinh tế quốc dân và có ảnh hưởng lớn tới khả năng tiêu thụ các sản phẩm điện tử. Các mặt hàng điện tử và đặc biệt là các thiết bị nghe nhìn chỉ có thể được sử dụng một cách rộng rãi trong khu vực được cung cấp điện và trong vùng phủ sóng của hệ thống truyền thanh, truyền hình. Theo Chiến lược phát triển ngành điện tới năm 2010, với nhịp độ tăng bình quân 9,75% thời kỳ 2000-2005 và 2005-2010, nhu cầu tiêu thụ điện năm 2005 sẽ tăng gấp 1,7 lần, năm 2010 tăng gấp 2,7 lần so với mức tiêu thụ (26.000 Gwh) của năm 2000. Mục tiêu phấn đấu của ngành điện trong chương trình đưa điện về nông thôn, miền núi và hải đảo phục vụ sự nghiệp phát triển nông thôn là: tới năm 2010, về cơ bản thực hiện công cuộc điện khí hoá nông thôn với khoảng 80% hộ nông thôn được sử dụng điện lưới quốc gia; mặt khác, sẽ phát triển thủy điện cỡ nhỏ, năng lượng điện tái tạo để cung cấp điện cho các xã vùng cao, vùng sâu, vùng xa chưa có khả năng kéo điện lưới quốc gia.

- Theo dự báo của ngành phát thanh truyền hình tới năm 2005, cùng với chương trình "Truyền dẫn và phủ sóng phát thanh trong những năm 1995-

2000 và sau năm 2000" sẽ phủ sóng phát thanh và truyền hình tới 100% vùng lãnh thổ cả nước.

- Việc thực hiện các mục tiêu của chương trình công nghệ thông tin quốc gia, chương trình phổ cập tin học cùng với việc phát triển các dịch vụ thông tin cũng có ảnh hưởng trực tiếp sự phát triển của thị trường điện tử - tin học. Trong thời kỳ 2000-2010, công nghệ thông tin sẽ được ứng dụng rộng rãi trong mọi lĩnh vực từ công việc quản lý Nhà nước đến các hoạt động kinh tế xã hội, giáo dục đào tạo: các ngành nghề sẽ thực hiện tin học hoá hoạt động kinh doanh, dịch vụ của mình; phát triển dịch vụ thông tin trên mạng Internet và Intranet; phát triển thương mại điện tử. Chính vì vậy, nhu cầu về các sản phẩm tin học (phần cứng, phần mềm) sẽ tăng trong các năm tới.

Nhìn chung, trong giai đoạn 2000-2010, những cơ sở để xây dựng và phát triển thị trường hàng điện tử Việt Nam sẽ được củng cố vững chắc hơn từ cả hai phía bên trong và bên ngoài.

4.2. Dự báo thị trường hàng điện tử Việt Nam đến năm 2010

4.2.1. Dự báo sản xuất

Theo "Chiến lược phát triển công nghiệp Việt Nam" của Bộ Công nghiệp -9/1999, năng lực sản xuất và khả năng phát triển sản xuất của ngành điện tử tin học thời kỳ 2000-2010 được dự báo theo hai phương án:

- Phương án cao dựa trên cơ sở GDP của cả nước tăng nhanh, khoảng trên 6,5%/năm, ngành công nghiệp điện tử thực sự được ưu tiên đầu tư phát triển, môi trường đầu tư được cải thiện đáng kể, các doanh nghiệp trong nước có định hướng phát triển lâu dài, có kế hoạch cụ thể để phát triển tiềm lực nội sinh của mình cả về vốn, công nghệ, nguồn nhân lực và kỹ năng quản lý.

- Phương án thấp dựa trên cơ sở GDP cả nước tăng dưới 6,5% với các điều kiện phát triển kém thuận lợi hơn so với phương án cao đã nêu.

Từ những căn cứ trên kết hợp với thực trạng phát triển sản xuất thời gian qua, một số chỉ tiêu cụ thể về năng lực sản xuất, giá trị sản xuất trong các năm mốc 2000, 2005 và 2010 đã được dự báo như sau:

Đơn vị: tỉ USD

	2000		2005		2010	
	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao	PA thấp	PA cao
- Năng lực sản xuất	1,1	1,6	4,6	6,2	12,8	15,9
- Giá trị sản xuất	1,12	1,48	2,15	4,5	4,7	11,2

Nguồn: Dự thảo chiến lược phát triển công nghiệp Việt Nam - Bộ Công nghiệp 9/1999

Trên cơ sở so sánh với những nhân tố ảnh hưởng đến thị trường hàng điện tử Việt nam kết hợp với phân tích các số liệu thống kê và tham khảo ý kiến của các chuyên gia, chúng tôi cho rằng phương án cao dự báo về khả năng sản xuất với nhịp độ tăng giá trị sản lượng toàn ngành trung bình 22,40%/năm là có khả năng thực thi.

Từ dự báo chung về giá trị sản lượng ngành điện tử tin học như trên, các mục tiêu phát triển của toàn ngành và của từng nhóm hàng được dự báo theo hai giai đoạn:

Giai đoạn 2000-2005:

- Đầu tư xây dựng một số cơ sở hạ tầng cần thiết nhất cho công nghiệp điện tử và công nghệ thông tin, xây dựng và thực hiện chương trình nội địa hoá các sản phẩm điện tử - tin học, thiết kế và sản xuất một số sản phẩm thương hiệu Việt Nam, phát triển nguồn nhân lực.

- Tốc độ tăng trưởng toàn ngành đạt khoảng 20-25%. Các nhóm sản phẩm chính có khả năng sản xuất là:

+ Nhóm điện tử tiêu dùng: tivi màu, videoplayer trên đĩa CD và DVD, radio, dàn audio HIFI, thiết bị đa phương tiện. Tỷ lệ nội địa hoá các sản phẩm này khoảng 50%.

+ Nhóm thiết bị tin học: Máy tính PC, máy in, các card giao diện.... Tỷ lệ nội địa hoá 40%.

+ Nhóm linh, phụ kiện: linh kiện bán dẫn (chip IC), các bảng mạch điện tử, các chi tiết nhựa và kim loại phục vụ cho lắp ráp sản phẩm điện tử. Chuẩn bị cho sản xuất phiến bán dẫn (silicon wafer).

Giai đoạn 2005-2010:

- Đầu tư có chọn lựa các công nghệ mới nhằm hoàn thiện thêm cơ sở hạ tầng cho công nghiệp điện tử. củng cố, phát triển và mở rộng các kết quả của giai đoạn trước, tạo cơ sở để năm 2010 ngành công nghiệp điện tử thực sự trở thành một ngành quan trọng trong nền kinh tế quốc dân, có cơ cấu ngành hợp lý, tự cân đối trong cán cân thanh toán ngoại tệ. Đội ngũ cán bộ tương đối mạnh trong một số nhóm sản phẩm chính.

- Tốc độ tăng trưởng toàn ngành 20%/năm.

- Xu hướng phát triển sản phẩm: phát triển sản phẩm có các thế hệ đan xen nhau, phát triển sản phẩm thương hiệu Việt Nam.

4.2.2. Dự báo xuất khẩu

Theo số liệu dự báo của Bộ Thương mại, trong giai đoạn 2000-2005, điện tử là một trong những mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu tăng với nhịp độ nhanh nhất, khoảng 29%/năm. Như vậy, kim ngạch xuất khẩu hàng điện tử và linh kiện máy tính năm 2005 sẽ đạt khoảng 2,5-3 tỉ USD.

Theo dự báo của Bộ Công nghiệp, xuất khẩu mặt hàng điện tử giai đoạn 2000 - 2010 sẽ tăng với nhịp độ thấp hơn, khoảng 20,55%/năm thời kỳ 2000-2005 và 26,80%/năm giai đoạn 2005-2010, tức là sẽ bằng 50% giá trị sản lượng toàn ngành trong thời kỳ này. Với nhịp độ tăng như vậy, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng điện tử sẽ đạt mức 1,8 tỷ USD năm 2005 và 5,8 tỷ USD năm 2010. Theo chúng tôi, dự báo này được thực hiện từ những năm trước đây nên chưa thấy được khả năng thực tế của xuất khẩu hàng điện tử những năm vừa qua. Vì vậy, số liệu dự báo thấp, nhất là số liệu của thời kỳ 2000-2005.

Theo nhận định của các chuyên gia, khả năng xuất khẩu hàng điện tử trong tương lai chủ yếu vẫn phụ thuộc vào các doanh nghiệp có vốn đầu tư

nước ngoài hiện đang có sản phẩm xuất khẩu, vào triển vọng đầu tư cho lĩnh vực này của các công ty nước ngoài trong những năm tới. Tuy nhiên, đầu tư nước ngoài nói chung vào nước ta và vào ngành công nghiệp điện tử kể từ năm 1997 đến nay đang có xu hướng giảm. Trên cơ sở tham khảo ý kiến chuyên gia kết hợp với phân tích số liệu thực trạng xuất khẩu hàng điện tử của Việt Nam, có thể dự báo khả năng xuất khẩu hàng điện tử như sau:

	2000	2005	2010
Kim ngạch xuất khẩu (tỷ USD)	0,7	2-2,2	6-6,5

Như vậy, kim ngạch xuất khẩu hàng điện tử sẽ tăng trung bình 25%/năm trong thời kỳ 2000-2010. Tuy nhiên, có thể hy vọng nhịp độ tăng trưởng cao hơn ở thời kỳ sau (2005-2010), tùy thuộc vào khả năng cải thiện tình hình đầu tư và khả năng mở rộng xuất khẩu sản phẩm thương hiệu Việt Nam.

Thị trường xuất khẩu sẽ được mở rộng hơn theo hướng tăng cường xuất khẩu sang châu Mỹ, các nước EU. Tuy nhiên, châu Á vẫn là thị trường xuất khẩu chủ yếu.

4.2.3. Dự báo nhu cầu tiêu thụ một số mặt hàng điện tử chủ yếu

- Theo số liệu dự báo của Bộ Công nghiệp, nhu cầu tiêu thụ sản phẩm điện tử trên thị trường Việt Nam thời kỳ 2000-2010 sẽ thay đổi về cơ cấu theo hướng giảm tỉ trọng của các thiết bị điện tử (phần cứng), tăng tỉ trọng các sản phẩm phần mềm và dịch vụ. Tuy nhiên, nhóm linh phụ kiện, nhóm điện tử dân dụng, nhóm thiết bị tin học và thông tin liên lạc vẫn tiếp tục chiếm tỉ trọng cao trên thị trường cho tới năm 2010. Qua tham khảo ý kiến chuyên gia, chúng tôi cho rằng dự báo này phản ánh đúng xu hướng phát triển tiêu dùng các sản phẩm điện tử và phù hợp với điều kiện nền kinh tế Việt Nam trong thời gian tới. Như vậy, các nhóm hàng linh kiện điện tử, điện tử dân dụng, thiết bị tin học chiếm 64,5% thị trường hàng điện tử Việt Nam vào năm 2005 và 62,9% năm 2010.

Dự báo cơ cấu nhu cầu sản phẩm điện tử

Đơn vị: %

	2005	2010
1. Thiết bị điện tử dân dụng	17,5	16,6
2. Thiết bị tin học	11,6	9,5
3. Thiết bị thông tin liên lạc	16,3	15,1
4. Thiết bị ĐTCN và chuyên dụng	9,9	9,2
5. Dịch vụ tin học và phần mềm	4,6	8,8
6. Dịch vụ ĐTCN và chuyên dụng	4,4	6,1
7. Linh phụ kiện điện tử	35,4	36,8

Nguồn: Định hướng chiến lược phát triển ngành công nghiệp điện tử tin học Việt Nam - Bộ Công nghiệp.

- Từ kết quả trên, dự báo nhu cầu tiêu thụ các nhóm sản phẩm khác nhau sẽ có tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm khác nhau tuy nhiên đều có diễn biến chung là nhịp độ tăng trong giai đoạn 2000-2005 cao hơn so với giai đoạn 2005-2010:

+ Giai đoạn 2000-2005: Thiết bị điện tử dân dụng tăng với nhịp độ trung bình hàng năm là 15%, thiết bị tin học tăng 22%, thiết bị điện tử công nghiệp và chuyên dụng 20%, dịch vụ tin học và phần mềm 30%, dịch vụ điện tử công nghiệp và chuyên dụng 30%.

+ Giai đoạn 2006-2010: Thiết bị điện tử dân dụng tăng 13%, thiết bị tin học tăng 18%, thiết bị thông tin liên lạc 15%, thiết bị điện tử công nghiệp và chuyên dụng 18%, dịch vụ tin học và phần mềm 25%, dịch vụ điện tử công nghiệp và chuyên dụng 25%.

- Dự báo nhu cầu một số sản phẩm điện tử cụ thể:

+ Hàng điện tử dân dụng: Nhu cầu tiêu thụ các mặt hàng điện tử gia dụng sẽ tiếp tục tăng cả về số lượng và chủng loại. Theo chương trình xây dựng đời sống văn hoá trong cả nước nhằm thực hiện nghị quyết trung ương 5 (khoá VIII) với mục tiêu 95% hộ gia đình đồng bằng, 80% hộ gia đình miền núi có

phương tiện nghe nhìn vào năm 2005 và 100% hộ gia đình cả nước có phương tiện nghe nhìn vào năm 2010. Kết hợp với phân tích động thái tình hình trang bị đồ điện tử gia dụng trong hộ gia đình, dự báo nhu cầu tivi trên thị trường nội địa vào năm 2005 khoảng 1.300-1.400 nghìn chiếc với nhịp độ tăng trung bình hàng năm giai đoạn 2000-2005 là 9,5%. Nhu cầu tivi năm 2010 khoảng 1.800 - 2.000 chiếc với nhịp độ tăng trung bình hàng năm giai đoạn 2005-2010 là 7,5%/năm. Nhu cầu radio là 500-600 nghìn cái/năm trong giai đoạn 2000-2010.

Nhu cầu về chủng loại sản phẩm sẽ ngày càng phong phú. Đối với dân cư khu vực thành phố và nhóm dân cư có mức thu nhập cao, nhu cầu các sản phẩm tiên tiến, cao cấp như các loại máy thu hình từ vệ tinh, dàn âm thanh chất lượng cao, các tổ hợp thiết bị multimedia và máy vi tính.... sẽ tăng nhanh. Đối với cư dân khu vực nông thôn, nhu cầu chính là các dạng sản phẩm loại trung bình, giá rẻ, bền, đẹp. Theo chúng tôi, các dạng sản phẩm này vẫn chiếm tỉ trọng lớn hơn trên thị trường Việt Nam trong những năm tới.

+ Các sản phẩm tin học: Theo mục tiêu chương trình công nghệ thông tin quốc gia, tới năm 2005, Việt Nam phấn đấu đạt chỉ tiêu 8-10 máy/1000 dân. Như vậy đến năm 2005, tổng số máy vi tính sử dụng trên cả nước là 700-850 nghìn chiếc tức là nhu cầu trung bình hàng năm vào khoảng 100 nghìn chiếc. Dựa vào thực trạng phát triển của thị trường máy tính những năm qua và phân tích những xu thế ảnh hưởng đến thị trường máy vi tính những năm tới và tham khảo ý kiến chuyên gia, chúng tôi cho rằng, nhu cầu máy vi tính sẽ tăng cao hơn so với mục tiêu mà chương trình công nghệ thông tin đã đưa ra. Đến năm 2005, nhu cầu máy tính sẽ vào khoảng 450 nghìn chiếc với nhịp độ tăng bình quân 22,20%/năm giai đoạn 2000-2005. Như vậy, số máy tính bình quân trên 1000 dân là 20-25 chiếc/1000dân. Trong giai đoạn 2005-2010, nhu cầu máy tính sẽ tăng với nhịp độ bình quân 18%/năm, tiêu thụ máy tính vào năm 2010 sẽ vào khoảng 1000 - 1200 nghìn máy và số máy tính bình quân trên 1000 dân là 45-50 máy.

Phần thứ ba

MỘT SỐ ĐỀ XUẤT VỀ PHƯƠNG HƯỚNG, CHÍNH SÁCH VÀ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU NHẪM PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG HÀNG ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

1. PHƯƠNG HƯỚNG PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG HÀNG ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

1.1. Các quan điểm phát triển thị trường hàng điện tử Việt Nam

1.1.1. Phát triển thị trường hàng điện tử Việt Nam theo hướng thị trường mở cửa, nhưng vẫn duy trì những hạn chế thương mại tạm thời phù hợp với tiến trình phát triển của tự do hoá thương mại, hội nhập quốc tế và sự cải thiện năng lực của thị trường hàng điện tử Việt Nam.

Ngày nay, xu thế tự do hoá thương mại và hội nhập quốc tế đang tạo nên sức ép lớn đối với mỗi quốc gia về mở cửa thị trường trong nước, tăng thêm cơ hội tiếp cận thị trường cho các sản phẩm nước ngoài. Đồng thời, Việt Nam đã trở thành thành viên của Hiệp hội các nước Đông Nam Á, tham gia khu vực mậu dịch tự do các nước ASEAN, đang tích cực mở rộng quan hệ, đàm phán và ký kết các Hiệp định thương mại với các nước và các khu vực khác trên thế giới, đã nộp đơn xin gia nhập Tổ chức thương mại thế giới (WTO). Do đó, yêu cầu mở cửa thị trường trong nước nói chung và mở cửa thị trường hàng điện tử Việt Nam nói riêng là tất yếu trong giai đoạn hiện nay và những năm tiếp theo. Hơn nữa, những phân tích kinh tế quốc tế cho thấy, lợi ích mà tự do hoá thương mại có thể mang lại cho mỗi quốc gia là: phân bổ nguồn lực đã được cải thiện phù hợp với chi phí và lợi nhuận xã hội cận biên; tăng thêm công nghệ tiên tiến; tăng các yếu tố đầu vào và các luồng hàng hoá trung gian tốt hơn; phát huy tốt hơn lợi thế so sánh của nền kinh tế quốc dân và của ngành sản xuất ... Điều đó có nghĩa là tự do hoá thương mại sẽ tạo ra những điều kiện làm tăng thêm tính hiệu quả của thị trường.

Tuy nhiên, thị trường hàng điện tử Việt Nam đang trong giai đoạn hình thành cả từ hai phía cung và cầu. Năng lực sản xuất và năng lực thị trường của các doanh nghiệp sản xuất - kinh doanh hàng điện tử Việt nam còn non kém. Vì

vậy, nếu không có chiến lược mở cửa phù hợp với trình độ phát triển thì thị trường hàng điện tử Việt nam sẽ bị thao túng bởi các nhà sản xuất nước ngoài và quan trọng hơn là không mở ra khả năng phát triển thị trường xuất khẩu cho hàng điện tử Việt Nam.

Theo quan điểm này, mở cửa thị trường hàng điện tử Việt Nam cần chú trọng đến thị trường các yếu tố đầu vào cho ngành công nghiệp điện tử, như: các sản phẩm trung gian cần nhập khẩu (linh kiện, phụ kiện), vốn đầu tư và đặc biệt là công nghệ; cần chú trọng đối với thị trường các nước và khu vực có trình độ công nghệ tiên tiến về sản xuất hàng điện tử, đặc biệt chú trọng là những thị trường mở ra khả năng cân bằng thương mại nói chung và trong ngành hàng điện tử nói riêng. Ngược lại, với những thị trường (nước, khu vực và sản phẩm điện tử) không mang lại triển vọng phát triển của thị trường hàng điện tử Việt nam, nên thi hành những hạn chế thương mại tạm thời. Những hạn chế này sẽ được dỡ bỏ dần khi các sản phẩm điện tử Việt nam có năng lực cạnh tranh trên thị trường xuất khẩu, hoặc khi chịu áp lực lớn của hội nhập quốc tế.

1.1.2. Phát triển thị trường hàng điện tử Việt nam với ưu tiên dành cho phát triển thị trường các sản phẩm linh kiện điện tử và điện tử công nghiệp, cả trên thị trường nội địa cũng như thị trường xuất khẩu.

Đến giai đoạn hiện nay, nhìn tổng thể, thị trường hàng điện tử gia dụng của Việt nam đã phát triển khá rõ nét hơn so với thị trường linh kiện cả về cung (mặc dù chủ yếu là các sản phẩm cung ứng ở công đoạn lắp ráp), cầu và giá cả, cũng như các điều kiện thị trường khác. Đồng thời, triển vọng phát triển của thị trường hàng điện tử dân dụng của Việt nam đang gặp phải những giới hạn như: sức mua của thị trường trong nước còn hạn chế; thị trường xuất khẩu khó phát triển do khả năng cạnh tranh kém (đối với hàng điện tử gia dụng, lợi thế cạnh tranh có được nhờ phát triển qui mô sản xuất là khá rõ nét, trong khi các doanh nghiệp Việt nam mới phát triển ở qui mô nhỏ và chủ yếu thực hiện lắp ráp sản phẩm công đoạn cuối); lịch trình giảm thuế nhập khẩu hàng điện tử gia dụng của AFTA đang đến gần nên khó có thể duy trì chế độ bảo hộ cao để mở rộng qui mô sản xuất, Ngược lại, thị trường linh kiện điện tử có khả năng phát triển tốt hơn cả ở thị trường trong nước và thị trường xuất khẩu do tính đa dạng của nhu cầu sử dụng và tính liên kết trong sản xuất, chế tạo sản phẩm điện tử ở qui mô quốc tế. Hơn nữa, thị trường linh kiện và điện tử công nghiệp có vị trí chủ đạo trong ngành điện tử tin học của mỗi quốc gia, nhất là trong giai đoạn công

nghiệp hoá, hiện đại hoá ở nước ta, vị trí đó càng trở nên cấp thiết và quan trọng hơn.

Những ưu tiên hàng đầu dành cho phát triển thị trường hàng linh kiện điện tử và điện tử công nghiệp đặt ra các nhiệm vụ như: rà soát, phân loại các doanh nghiệp sản xuất - kinh doanh (kể cả doanh nghiệp trong nước và đầu tư nước ngoài) dựa vào cơ cấu giá trị sản phẩm sản xuất; từ đó, xây dựng chế độ ưu đãi có phân biệt trên các phương diện như thu hút đầu tư, giảm giá các chi phí dịch vụ, hỗ trợ trong tiêu thụ sản phẩm,...; "kích cầu" hàng điện tử công nghiệp của các ngành kinh tế trong nước bằng chính sách tín dụng, lãi suất; hình thành các hợp đồng lớn thu hút được các nhà thầu quốc tế - những công ty điện tử xuyên quốc gia vào chế tác sản phẩm tại Việt nam và sử dụng một số cơ sở cung cấp linh kiện trong nước... Qua đó, các cơ sở cung ứng trong nước có thể tiếp cận và tạo ra mối liên hệ với thị trường hàng điện tử công nghiệp và linh kiện trên thế giới.

1.1.3. Phát triển thị trường hàng điện tử Việt Nam với các sản phẩm mang nhãn hiệu "Sản xuất tại Việt nam" có uy tín trên thị trường trong nước và thị trường xuất khẩu.

Như đã phân tích ở phần thực trạng, công nghiệp điện tử Việt nam vẫn chủ yếu là loại hình lắp ráp dựa trên bản quyền chế tác của đối tác nước ngoài. Đại bộ phận các doanh nghiệp điện tử Việt nam không muốn phát triển thiết kế các sản phẩm có nhãn thương mại của riêng mình. Thông thường, các doanh nghiệp này thích lắp ráp các sản phẩm theo thiết kế của nước ngoài để giảm bớt rủi ro thương mại và giảm được chi phí nghiên cứu thiết kế sản phẩm mới.

Điều đáng quan tâm là, nếu các nhà sản xuất hàng điện tử Việt nam không tạo ra được nhãn hàng của riêng mình, thì họ không thể tạo nên danh tiếng trên thị trường, do đó, không có cơ hội cạnh tranh quốc tế và rất khó khăn trong việc phát triển thị trường, nhất là thị trường xuất khẩu. Tuy nhiên, để tạo nên nhãn hàng của riêng mình, các nhà sản xuất hàng điện tử phải có năng lực thiết kế, có đội ngũ chuyên gia phát triển sản phẩm giỏi và quan trọng hơn là phải có lực lượng khách hàng lớn (đủ để đạt đến qui mô sản xuất có lợi thế về chi phí). Vì vậy, nhãn hàng điện tử "Sản xuất tại Việt nam" là một trong những mục tiêu cơ bản, quan trọng trong quá trình phát triển thị trường hàng điện tử Việt nam, là những vật chứng khẳng định sự hiện hữu của thị trường hàng điện tử Việt nam trong thị trường hàng điện tử thế giới.

Theo quan điểm này, các doanh nghiệp sản xuất - kinh doanh hàng điện tử Việt nam phải xây dựng chiến lược phát triển hợp lý, kết hợp giữa hiệu quả trước mắt và mục tiêu phát triển lâu dài trên cơ sở nỗ lực tiếp cận công nghệ mới, tiên tiến; chú trọng đến các hoạt động nghiên cứu và triển khai; nỗ lực tiếp thị và phân phối sản phẩm vào mạng sản xuất toàn cầu để phát triển khách hàng.

1.1.4. Phát triển thị trường hàng điện tử Việt nam gắn kết với thị trường khu vực ASEAN như một thành tố của thị trường khu vực và tham gia vào mạng sản xuất, cung ứng hàng điện tử của khu vực, trên cơ sở đó sẽ nỗ lực để tham gia vào mạng sản xuất - cung ứng hàng điện tử quốc tế.

Hiện nay, ngành công nghiệp điện tử thế giới đang phát triển quá nhanh, có hàm lượng công nghệ quá cao và hàm lượng vốn quá lớn. Trong khi đó, ngành công nghiệp điện tử Việt nam lại phát triển quá muộn với những bất lợi như: năng lực chế tác thấp; năng lực thiết kế và hậu cần ở các công ty trong nước còn hạn hẹp; đầu tư vào nghiên cứu triển khai sản phẩm và thiết kế ở cấp công ty hầu như không có; sản xuất linh kiện rất kém phát triển; không có khả năng theo sát và đánh giá những xu hướng mới nhất trong phát triển chế tác và kỹ thuật; các công ty trong nước không có khả năng tiếp cận dễ dàng với các chi tiết kỹ thuật cập nhật và tiêu chuẩn sản phẩm điện tử thế giới,... Trước tình hình đó, nếu Việt nam phát triển theo mô hình định hướng xuất khẩu từ dưới lên theo mô hình của Hàn Quốc sẽ càng làm cho ngành công nghiệp điện tử tụt hậu xa hơn.

Tuy nhiên, Việt nam lại có cơ hội khá tốt để thâm nhập vào mạng sản xuất và phân phối các sản phẩm điện tử toàn cầu. Trong mạng đó, các doanh nghiệp sản xuất - kinh doanh hàng điện tử Việt nam tham gia vào các mối quan hệ sản xuất với bạn hàng, tìm kiếm nguồn linh kiện, tiếp thị và phân phối sản phẩm của riêng mình,... Từ đó, Việt nam có thể xây dựng nền móng cho sự phát triển của thị trường hàng điện tử. Điều này có thể thực hiện được bằng nỗ lực của các doanh nghiệp để xây dựng quan hệ với các "Văn phòng mua sắm quốc tế", ví dụ tại Singapore.

Trước mắt, do quá trình hội nhập trong khu vực, các doanh nghiệp điện tử Việt nam có thể tham gia vào hệ thống cung cấp linh kiện và các dịch vụ sản xuất của khu vực. Điều quan trọng là phải gắn thị trường hàng điện tử Việt nam với thị trường hàng điện tử khu vực để tìm kiếm các cơ hội kinh doanh tại các

trung tâm công nghiệp điện tử của Malaysia, Singapore, Philippin và các nước khác trong khu vực.

Theo quan điểm này, Việt nam phải phác hoạ được triển vọng phát triển của thị trường hàng điện tử khu vực, trong đó có hình ảnh của thị trường hàng điện tử Việt nam trong bố cục tổng thể của thị trường khu vực này.

1.2. Những phương hướng phát triển chủ yếu

1.2.1. Định hướng phát triển nhu cầu trong nước

Trong giai đoạn 2000-2010, theo phân tích thực trạng và kết quả dự báo, nhu cầu về nhóm hàng điện tử gia dụng có nhịp độ tăng trưởng thấp nhất, tiếp đến là nhóm thiết bị tin học, nhóm điện tử công nghiệp có nhịp độ tăng cao nhất. Nhu cầu về hàng điện tử trong nước sẽ mở rộng trong nhiều lĩnh vực khác nhau và gia tăng với nhịp độ cao. Vì vậy, thị trường trong nước được xác định là khu vực quan trọng trong chiến lược phát triển thị trường hàng điện tử Việt Nam. Tuy nhiên, do tính đảm bảo các điều kiện kinh tế - kỹ thuật trong sử dụng các sản phẩm điện tử nên cần phải có những định hướng trong việc phát triển nhu cầu, nhất là nhu cầu trong các lĩnh vực của nền kinh tế quốc dân:

Một là, tiếp tục phát triển nhu cầu về hàng điện tử dân dụng trong các hộ gia đình dân cư.

- Đối với các vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa, cần đảm bảo phát triển hệ thống điện lưới quốc gia, phát triển mạng lưới thông tin liên lạc, phủ sóng phát thanh và truyền hình (đến năm 2010, phủ sóng phát thanh 100% diện tích đất liền, hải đảo và phủ sóng truyền hình đến 80-90% dân số). Đồng thời, quan tâm phát triển kinh tế nhằm cải thiện thu nhập và nâng cao sức mua của dân cư. Ở khu vực này, cần chú trọng phát triển các loại sản phẩm điện tử thông dụng, giá rẻ là chủ yếu.

- Đối với khu vực thành thị và khu vực nông thôn kinh tế phát triển nhanh, cần chú trọng phát triển truyền hình vệ tinh, truyền hình cáp, hoàn chỉnh các mạng thông tin chuyên biệt, thông tin di động, truyền dẫn số liệu.... Qua đó, kích thích nhu cầu mua sắm và sử dụng sản phẩm điện tử ở mọi tầng lớp, mọi khu vực dân cư, đặc biệt mở rộng và đa dạng hoá tiêu dùng các sản phẩm điện tử dân dụng ở khu vực đô thị.

Hai là, phát triển nhu cầu sử dụng các sản phẩm điện tử trong các lĩnh vực của nền kinh tế, cần thực hiện những chương trình, đề án cụ thể như:

- Nâng cao kiến thức và kỹ năng sử dụng các sản phẩm điện tử - tin học cho mọi đối tượng thông qua chương trình giáo dục phổ thông, giáo dục cộng đồng; soạn thảo biên tập các hướng dẫn sử dụng kèm theo sản phẩm điện tử với nội dung ngắn gọn, dễ hiểu, dễ nhận biết....

- Phát triển nhanh các phần mềm ứng dụng trong các lĩnh vực quản lý Nhà nước, tài chính, ngân hàng, giao thông vận tải.

- Xây dựng các chương trình khuyến cáo rộng rãi đến các bộ, ngành sản xuất về khả năng ứng dụng công nghệ điện tử tin học vào các quá trình sản xuất nhằm kích thích các ngành đổi mới, cải tiến qui trình công nghệ, nghiên cứu thiết kế sản phẩm mới...

1.2.2. Định hướng phát triển nguồn cung ứng các sản phẩm điện tử cho nhu cầu trong nước

Từ những phân tích về thực trạng thị trường hàng điện tử Việt Nam cho thấy, nguồn cung ứng chủ yếu cho nhu cầu tiêu dùng trong nước là từ nguồn nhập khẩu. Trong giai đoạn 2000-2010, chiến lược phát triển ngành công nghiệp điện tử - tin học Việt Nam được xác định đi từ "thay thế nhập khẩu" đến "định hướng xuất khẩu". Điều đó dường như trong giai đoạn tới, để đáp ứng nhu cầu trong nước, nguồn cung trong nước sẽ được chú trọng phát triển. Tuy nhiên, do đặc tính liên kết toàn cầu trong sản xuất và luân chuyển các sản phẩm điện tử, việc phát triển nguồn cung trong nước cũng đồng nghĩa với sự phát triển nguồn cung nhập khẩu. Do vậy, cần phải có định hướng phát triển đúng đắn đối với cả nguồn cung trong nước và nguồn cung nhập khẩu nhằm đạt đến sự phát triển cân đối của thị trường nói chung và lĩnh vực sản xuất nội địa nói riêng.

- Theo lịch trình cắt giảm thuế quan (CEPT) của các nước trong khu vực AFTA, trong giai đoạn từ 2000-2006, thuế suất nhập khẩu hàng điện tử (chủ yếu là hàng điện tử gia dụng) sẽ bị cắt giảm (ở mức 5%). Do đó, định hướng phát triển nguồn cung ứng các sản phẩm điện tử trong giai đoạn này như sau:

- + Tận dụng thời gian chưa cắt giảm thuế nhập khẩu để hạn chế nguồn cung từ nhập khẩu các sản phẩm điện tử gia dụng và khuyến khích nguồn cung nội địa. Tuy nhiên, nguồn cung nội địa lại có xuất xứ từ nguồn nhập khẩu linh kiện.

Vì vậy, việc bảo hộ sản xuất trong nước cần chú trọng qui mô sản xuất, phát triển nguồn linh kiện trong nước, nâng cao chất lượng sản phẩm và sức cạnh tranh với thị trường khu vực.

+ Mở rộng các cơ sở cung ứng linh kiện và các đầu vào khác cho công nghiệp điện tử. Thực thi các chính sách ưu đãi tạo môi trường kinh doanh thuận lợi để thu hút nhiều nhà cung cấp linh kiện quốc tế vào kinh doanh tại Việt Nam mà không vào các nước khác trong khu vực.

+ Nhìn chung, trong giai đoạn 2000 - 2006, bên cạnh việc hạn chế nguồn cung nhập khẩu các sản phẩm điện tử gia dụng cần tăng cường nguồn cung nhập khẩu các sản phẩm linh kiện điện tử không chỉ cho sản xuất sản phẩm điện tử gia dụng mà còn cho sản xuất các sản phẩm điện tử công nghiệp và bảng vi mạch. Đồng thời, tạo dựng các cơ sở cung ứng trong nước cả về các phụ kiện công nghệ thấp như vỏ nhựa, bao bì cũng như các linh kiện, bảng vi mạch.

- Sau giai đoạn 2000-2006, thị trường hàng điện tử gia dụng trong nước sẽ chịu sự cạnh tranh lớn hơn từ các nước trong khu vực. Các nguồn cung về các sản phẩm điện tử sẽ ngày càng rộng mở và đa dạng hơn. Các nguồn cung được thiết lập cụ thể là:

+ Các nhà sản xuất (100% vốn nước ngoài) sản xuất tại Việt Nam nhưng chỉ cung ứng nội bộ cho mạng sản xuất của hãng ở nước ngoài mà không cung ứng cho công nghiệp điện tử Việt Nam.

+ Các nhà sản xuất (liên doanh với Việt Nam) cung cấp các sản phẩm điện tử cung ứng cho thị trường trong nước nhưng dựa vào nguồn cung ứng linh kiện nội bộ từ các nước khác.

+ Các nhà sản xuất (Việt Nam) cung cấp các sản phẩm điện tử từ sản phẩm cuối cùng đến linh kiện cho thị trường trong nước dựa vào nguồn cung cấp đầu vào cả trong nước và xuất khẩu.

+ Các nhà sản xuất nước ngoài thiết lập cơ sở sản xuất linh kiện tại Việt Nam và mua linh kiện từ các nguồn cung ứng toàn cầu để phục vụ cho chế tạo sản phẩm điện tử, sản xuất bản mạch của sản xuất trong nước. Sau đó, nhà sản

xuất nước ngoài sẽ tiêu thụ một phần hoặc toàn bộ sản phẩm của các nhà sản xuất Việt Nam dựa vào hợp đồng trên phạm vi toàn cầu của họ.

Như vậy, định hướng phát triển nguồn cung ở đây có thể là:

Một là, tiếp tục mở rộng nguồn cung cấp linh kiện và các dịch vụ đầu vào nhập khẩu khác cho các nhà sản xuất trong nước có năng lực sản xuất bằng mạch, thiết kế sản phẩm mới để tạo nguồn cung trong nước cho các nhà sản xuất nước ngoài tại Việt Nam nhưng chỉ cung ứng trong nội bộ hãng.

Hai là, phát triển nguồn cung cấp linh kiện của các nhà sản xuất tại Việt Nam (trong nước và nước ngoài). Trên cơ sở đó, thâm nhập vào hệ thống cung cấp đầu vào cho các nhà sản xuất nước ngoài tại Việt Nam đang sử dụng mạng cung cấp nội bộ.

Ba là, phát triển nguồn cung ứng cho thị trường xuất khẩu thông qua các công ty nước ngoài tại Việt Nam trên cơ sở phát triển các công ty trong nước và thu hút đầu tư nước ngoài. Đồng thời, hạn chế nguồn cung nhập khẩu không chỉ đối với nhà sản xuất trong nước mà cả với nhà sản xuất nước ngoài tại Việt Nam trên cơ sở nâng cao năng lực sản xuất và sức cạnh tranh của sản phẩm.

1.2.3. Định hướng phát triển thị trường xuất khẩu các sản phẩm điện tử của Việt Nam.

Các dạng sản phẩm điện tử xuất khẩu của Việt Nam trong những năm vừa qua bao gồm tivi, đèn hình và linh kiện máy tính. Tuy nhiên, xuất khẩu linh kiện máy tính (của Fujitsu) là nhóm cung cấp cho mạng sản xuất nội bộ của hãng, cho nên nó mang tính chất "nội bộ" nhiều hơn chứ không phải hoạt động có tính chất quốc tế. Vì vậy, có thể xem hoạt động xuất khẩu hàng điện tử của Việt Nam còn rất kém phát triển. Ví dụ, năm 1998 xuất khẩu hàng điện tử đạt 500 triệu USD nhưng trong đó có hơn 400 triệu USD là xuất khẩu linh kiện máy vi tính do Fujitsu thực hiện.

Trong giai đoạn 2000-2010, một trong những mục tiêu chiến lược quan trọng hàng đầu của ngành công nghiệp - điện tử tin học Việt Nam là hướng đến thị trường xuất khẩu. Tuy nhiên, cần phải xác định hướng xuất khẩu rõ ràng hơn. Đó là: xuất khẩu các sản phẩm điện tử mang tính thương mại nhiều hơn dựa trên chất lượng và giá cả cạnh tranh của các sản phẩm trong nước sản xuất hoặc liên doanh với nước ngoài.

- Đối với xuất khẩu các sản phẩm mang tính "nội bộ" của các nhà sản xuất 100% vốn nước ngoài: trên cơ sở cải thiện chính sách thu hút vốn đầu tư nước ngoài, lôi cuốn các nhà sản xuất nước ngoài vào sản xuất hàng điện tử xuất khẩu. Đồng thời, cần gia tăng phân cấp cấp linh kiện sản xuất trong nước (kể cả linh kiện rời và bản mạch) cho các nhà sản xuất này trên cơ sở chất lượng và giá cả cạnh tranh so với nguồn nhập khẩu của họ.

- Đối với các doanh nghiệp sản xuất hàng điện tử do trong nước đầu tư có thể định hướng xuất khẩu như sau:

+ Định hướng phát triển xuất khẩu các sản phẩm điện tử gia dụng đến các thị trường mà ngành công nghiệp điện tử còn kém phát triển, mức sống dân cư còn thấp, trình độ tiêu dùng chưa cao như thị trường một số nước ASEAN, các nước châu Phi hoặc Mỹ la tinh... Sau đó, trên cơ sở phát triển năng lực sản xuất trong nước và phát triển hoạt động nghiên cứu triển khai, thiết kế sản phẩm mới và chế tạo sản phẩm thương hiệu Việt Nam để có thể tiến tới xuất khẩu sang thị trường khác có trình độ phát triển cao hơn.

+ Tăng cường cung ứng các dịch vụ đầu vào và linh kiện cho các nhà sản xuất nước ngoài tại Việt Nam có bạn hàng tiêu thụ ở nước ngoài. Cách thức này có thể coi như định hướng phát triển xuất khẩu "tại chỗ" của Việt Nam.

+ Tìm kiếm và phát triển thị trường ngách cho xuất khẩu các sản phẩm điện tử chuyên dụng, số lượng ít giá trị gia tăng cao. Trong đó, kể cả xuất khẩu các sản phẩm phần mềm và dịch vụ.

+ Đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu dưới hình thức gia công tái xuất (theo địa chỉ của người đặt gia công). Từng bước gia tăng sử dụng nguyên liệu, linh kiện trong nước sản xuất.

1.2.4. Định hướng phát triển thị trường hàng điện tử Việt nam theo hướng tăng dần mức độ cạnh tranh trên thị trường nội địa và nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường quốc tế, giảm dần chi phí trợ cấp, bảo hộ của Chính phủ.

Một trong những vấn đề hết sức quan trọng trong quá trình phát triển thị trường hàng điện tử Việt Nam trong giai đoạn 2000-2010, nhất là sau 2006 là phải tạo ra môi trường cạnh tranh công bằng trên thị trường trong nước và nâng cao năng lực cạnh tranh cho các nhà sản xuất trong nước để tham gia vào thị

trường cạnh tranh của khu vực và thế giới. Do đó, ngay cả trong giai đoạn được xác định là "phát triển công nghiệp điện tử thay thế nhập khẩu" cũng cần phải tạo ra các yếu tố của một môi trường cạnh tranh công bằng, nâng cao chất lượng các yếu tố thuộc về lợi thế so sánh để nâng cao "sức cạnh tranh thực" của các nhà sản xuất trong nước. Những can thiệp của chính phủ nhằm tạo dựng và phát triển thị trường điện tử của Việt Nam phải được giới hạn về thời gian và lĩnh vực để khuyến khích các doanh nghiệp sản xuất - kinh doanh hàng điện tử đương đầu với các đối thủ cạnh tranh càng sớm càng tốt và để các doanh nghiệp đã trưởng thành tự đủ sức vươn lên trong điều kiện cạnh tranh công bằng. Về lâu dài, Chính phủ cần hạn chế những can thiệp trực tiếp hoặc quá mức làm mất tính năng động của doanh nghiệp mà chỉ tạo điều kiện để các doanh nghiệp này tiếp cận một cách có hệ thống với các qui trình công nghệ và sản phẩm mới, có quan hệ chặt chẽ với thị trường khu vực và thị trường thế giới. Trong định hướng này cần chú trọng phát triển các mặt sau:

Một là, khuyến khích mọi thành phần kinh tế đầu tư phát triển công nghiệp điện tử nhằm tạo nên cơ cấu doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng điện tử có tính cạnh tranh cao.

Hai là, các chính sách nhằm bảo hộ sản xuất trong nước hay trợ cấp xuất khẩu cần có giới hạn thời gian và xác định cụ thể cho một số sản phẩm cần thiết.

Ba là, cải tổ khu vực doanh nghiệp Nhà nước nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động đạt tiêu chuẩn quốc tế, nâng cao năng lực quản lý.

Bốn là, thay vì bảo hộ hay trợ cấp trực tiếp không có hiệu quả cho các nhà sản xuất quốc doanh, Chính phủ cần có những chính sách nhằm cải thiện khả năng và tính cạnh tranh của các nhà sản xuất Việt Nam như: nâng cao chất lượng cơ sở hạ tầng, phát triển nguồn nhân lực dồi dào có kỹ năng, khuyến khích các hoạt động nghiên cứu triển khai, xây dựng các trung tâm chuyển giao công nghệ và tri thức, hỗ trợ xúc tiến xuất khẩu thương mại và phát triển thị trường.

Năm là, Nhà nước và ngành cần phải cộng tác trong việc tạo ra và duy trì những mạng lưới xuyên quốc gia hiệu quả về mặt kinh tế cho ngành công nghiệp điện tử. Mục tiêu chung là giúp các doanh nghiệp Việt Nam tham gia vào các mối quan hệ sản xuất với các bạn hàng thương mại trong khu vực.

2. CÁC CHÍNH SÁCH VÀ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU NHẪM PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG HÀNG ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

2.1. CÁC CHÍNH SÁCH VÀ GIẢI PHÁP ĐỐI VỚI SẢN XUẤT

Phát triển ngành công nghiệp điện tử không chỉ có ý nghĩa đối với sự tăng trưởng kinh tế đất nước, thúc đẩy quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá các ngành, lĩnh vực kinh tế - xã hội mà còn tạo nên cơ sở vững chắc cho quá trình phát triển và ổn định của thị trường hàng điện tử Việt Nam. Tuy nhiên, với trình độ phát triển của ngành công nghiệp điện tử Việt Nam hiện nay, cũng như khả năng về vốn và trình độ công nghệ trong nước, Nhà nước cần phải có những chính sách, giải pháp thúc đẩy mạnh mẽ và có hiệu quả đối với ngành sản xuất này trong giai đoạn 2000-2010 để rút ngắn khoảng cách tụt hậu so với các nước trong khu vực và thế giới. Trong đó, vấn đề quan trọng hàng đầu là thu hút vốn đầu tư, phát triển năng lực công nghệ quốc gia và sau đó là các vấn đề về tổ chức quản lý sản xuất, đào tạo nâng cao kỹ năng cho người lao động, hỗ trợ chi phí đầu vào cho sản xuất.

2.1.1. Các chính sách và giải pháp về đầu tư và thu hút vốn đầu tư

Hiện nay, đầu tư vào ngành công nghiệp điện tử Việt Nam bao gồm: đầu tư 100% vốn của nhà nước (trung ương, địa phương), đầu tư 100% vốn nước ngoài, liên doanh với nước ngoài, đầu tư tư nhân (người Việt Nam). Trong tổng số vốn đầu tư vào ngành công nghiệp điện tử Việt Nam (khoảng 700 triệu USD) có tới 92% số vốn thuộc về đầu tư nước ngoài. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp tư nhân Việt Nam trong ngành này so với phần lớn các nước khác vừa ít về số lượng, vừa nhỏ về qui mô và trình độ công nghệ thấp. Như vậy, trong giai đoạn 2000-2010, Việt Nam vẫn cần mở rộng đầu tư đối với mọi thành phần kinh tế và tăng cường qui mô đầu tư.

- Đối với đầu tư nước ngoài

Thu hút vốn đầu tư nước ngoài là một trong những cách thức quan trọng để phát triển ngành công nghiệp điện tử Việt Nam trong điều kiện nền kinh tế nước ta hiện nay. Các nhà sản xuất nước ngoài với tiềm lực vốn lớn một mặt sẽ cung cấp công nghệ và mở ra thị trường mới cho xuất khẩu, mặt khác có thể giúp cơ

cấu lại các cơ sở sản xuất của ngành công nghiệp điện tử Việt Nam. Vì vậy, cần phải có con đường và cách thức thích hợp để thu hút đầu tư dưới mọi hình thức như hợp tác sản xuất - kinh doanh, liên doanh, 100% vốn nước ngoài và hơn nữa để các nhà đầu tư nước ngoài coi Việt Nam như một địa điểm lựa chọn trong mạng lưới sản xuất và tiêu thụ hàng điện tử toàn cầu. Trước hết, cần chú trọng đến các dự án đầu tư sản xuất các sản phẩm mới, công nghệ cao, đặc biệt là trong lĩnh vực sản xuất linh kiện điện tử và điện tử công nghiệp. Chú trọng đến các nhà sản xuất hàng đầu có kinh nghiệm sản xuất - kinh doanh như Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc... Điều quan trọng là chúng ta không chỉ dừng lại ở việc tiếp thu công nghệ (phần cứng) mà còn cần học tập các kinh nghiệm quản lý sản xuất, sử dụng công nghệ, xúc tiến thương mại.... Từ đó, tạo lập được các mối liên hệ gần gũi hơn với thị trường khu vực và thế giới, với các hãng nước ngoài khác, với các tổ chức R&D và các tổ chức giáo dục, đào tạo.... nhằm trợ giúp cho việc phát triển công nghiệp điện tử Việt Nam.

Thực tế, môi trường đầu tư vào ngành công nghiệp điện tử ở nước ta hiện nay cho các nhà sản xuất nước ngoài đã được cải thiện và khá thuận lợi. Luật sửa đổi, bổ sung Luật Đầu tư nước ngoài tại Việt Nam mà Chủ tịch nước vừa công bố gần đây đã bổ xung các biện pháp khuyến khích và đảm bảo hoạt động đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Việt Nam. Nghị định này đã góp phần cải thiện hơn nữa môi trường đầu tư của Việt Nam như cam kết bảo đảm lợi ích và giảm đến mức thấp nhất rủi ro cho các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài bằng cơ chế, chính sách về thuế, ngoại tệ, đất đai, thế chấp, xử lý tranh chấp; khuyến khích đầu tư nước ngoài vào các dự án, địa bàn ưu tiên (nhà đầu tư được hưởng mức thuế suất lợi tức ưu đãi trong suốt thời gian hoạt động); cải thiện thủ tục đầu tư (xoá bỏ việc xin giấy phép kinh doanh hoặc hành nghề sau khi được cấp phép đầu tư....); sửa đổi những qui định không phù hợp về các thủ tục hành chính....

Trong danh mục các dự án đặc biệt khuyến khích đầu tư, có các dự án sản xuất vật liệu điện tử mới, ứng dụng công nghệ mới trong công nghiệp điện tử - tin học.

Tuy nhiên, để thu hút đầu tư nước ngoài nhiều hơn nữa, Nhà nước có thể thực hiện một số chính sách mạnh hơn như:

+ Xây dựng chính sách "bảo hộ theo giai đoạn" trong một khoảng thời gian nhất định nhằm thu hút các công ty điện tử hàng đầu trên thế giới.

+ Xây dựng một số đơn hàng hấp dẫn để thu hút các nhà sản xuất nước ngoài thiết lập cơ sở sản xuất tại Việt Nam.

+ Giảm giá thuê đất và các sắc thuế đối với các dự án sản xuất linh kiện, cụm linh kiện điện tử....

- *Đối với đầu tư trong nước*

Đầu tư trong nước vào công nghiệp điện tử của cả khu vực Nhà nước và tư nhân còn rất thấp mặc dù Nhà nước đã có những chính sách khuyến khích rất cụ thể. Theo nghị định 07/1998/NĐ-CP ngày 15/10/1998 của Chính phủ, qui định chi tiết thi hành luật khuyến khích đầu tư trong nước (đã sửa đổi) trong đó ngành điện tử được ưu đãi: "các dự án đầu tư nếu được Nhà nước giao đất thì không phải trả tiền sử dụng đất, nếu thuê đất thì được miễn trả tiền thuê đất trong 5 năm đầu và giảm 50% tiền thuê đất trong 5 năm tiếp theo kể từ khi ký hợp đồng thuê"

Các dự án đầu tư sản xuất hàng xuất khẩu, thay thế hàng nhập khẩu hoặc sản xuất nguyên liệu, phụ liệu trực tiếp làm hàng xuất khẩu, thay thế hàng nhập khẩu được:

+ Các ngân hàng thương mại quốc doanh cho vay tín dụng xuất khẩu với lãi suất ưu đãi.

+ Ưu tiên đầu tư từ quỹ hỗ trợ đầu tư quốc gia

+ Rút ngắn 50% thời gian khấu hao tài sản cố định được sử dụng vào sản xuất, chế biến hoặc lắp ráp hàng xuất khẩu.

Như vậy, nguyên nhân đầu tư trong nước vào ngành công nghiệp điện tử còn kém phát triển không phải là do thiếu chính sách khuyến khích đầu tư mà là do khả năng đầu tư trong nước không lớn, hiệu quả của các chính sách huy động vốn thấp.

Để tăng cường đầu tư trong nước vào ngành công nghiệp điện tử trong thời gian tới, Nhà nước có thể thực thi một số chính sách và giải pháp sau:

+ Nhà nước cần xây dựng lại cơ cấu đầu tư theo hướng tăng tỉ lệ đầu tư trên GDP cao hơn. Coi đầu tư cho điện tử - tin học như đầu tư cho phát triển cơ sở

hạ tầng. Chú trọng đầu tư chiều sâu theo hướng nâng cấp, hiện đại hoá một số dây chuyền sản xuất hiện có trong các doanh nghiệp Nhà nước (DNNN).

+ Ngoài đầu tư trực tiếp của Nhà nước cho ngành công nghiệp điện tử, Nhà nước có thể đầu tư gián tiếp bằng việc tạo nhu cầu và đầu tư dưới hình thức tín dụng cho mua sắm các sản phẩm điện tử của các ngành, các lĩnh vực kinh tế - xã hội khác...

+ Ban hành chính sách thúc đẩy tích tụ và tập trung vốn thông qua các kênh khác nhau, nhất là thị trường chứng khoán.

+ Đẩy mạnh cải cách DNNN trong ngành công nghiệp điện tử bằng các hình thức cổ phần hoá, giao, bán, khoán, cho thuê DNNN để huy động được vốn nhàn rỗi trong dân, huy động vốn của các thành phần kinh tế, khuyến khích sự tham gia của khu vực tư nhân, các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

+ Cần khẳng định vai trò tích cực và có chính sách phát triển lâu dài đối với kinh tế tư bản tư nhân để khuyến khích họ bỏ vốn đầu tư vào phát triển công nghiệp điện tử.

+ Thực hiện chính sách thuế phù hợp như giảm thuế nhập khẩu linh kiện, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp trong những năm đầu cho các doanh nghiệp sản xuất và lắp ráp hàng điện tử.

2.1.2. Các chính sách và giải pháp phát triển năng lực công nghệ công nghiệp điện tử

Trong ngành công nghiệp điện tử, lợi thế so sánh của quốc gia dựa trên cơ sở nguồn nhân lực rẻ đã giảm dần và có thể không còn ý nghĩa do trình độ phát triển quá cao và quá nhanh của công nghệ công nghiệp điện tử. Mặt khác, công nghệ đang có xu hướng được bảo hộ ở mức độ cao hơn và chi phí bản quyền sẽ lớn hơn. Vì vậy, việc nỗ lực để xây dựng năng lực công nghệ của riêng mình là rất cần thiết.

Để tạo điều kiện nâng cao năng lực cho công nghệ công nghiệp điện tử phù hợp với định hướng xuất khẩu của ngành và Chính Phủ đặt ra, Nhà nước cần có các chính sách phù hợp như:

2.1.2.1. Có chính sách tạo môi trường cạnh tranh cho phát triển và nâng cấp công nghệ:

Thị trường cạnh tranh tạo ra những tác nhân kích thích hiệu nghiệm nhất đối với đầu tư và nâng cao năng lực sản xuất. Đối với một công ty thì động cơ cơ bản nhất khuyến khích họ phát triển năng lực công nghệ sản xuất của mình là do phải cạnh tranh trên thị trường trong và ngoài nước.

Ở nước ta hiện nay vẫn chưa đưa ra được một khuôn khổ pháp lý hoàn chỉnh và những chính sách thích hợp khuyến khích cạnh tranh bình đẳng giữa các doanh nghiệp Nhà nước và tư nhân, hiện tượng độc quyền và hạn chế cạnh tranh thường xảy ra giữa các doanh nghiệp Nhà nước.

Như vậy, việc tạo ra khung khổ pháp lý và sử dụng các biện pháp có hiệu quả đối với cạnh tranh không chỉ nhấn mạnh đến khía cạnh luật lệ đối với cạnh tranh mà cả chính sách tài chính, tiền tệ và thương mại nhằm nâng cao tính cạnh tranh giữa các doanh nghiệp.

2.1.2.2. Chính sách chuyển giao công nghệ và tri thức

Việc chuyển giao công nghệ ở nước ta chủ yếu được tiến hành thông qua nhập khẩu công nghệ. Trong ngành công nghiệp điện tử, chuyển giao công nghệ chủ yếu là qua liên doanh giữa trong nước và ngoài nước. Tuy nhiên, trong việc nhập khẩu thiết bị còn thiếu các tiêu chuẩn rõ ràng, chất lượng thiết bị nhập khẩu hoàn toàn phụ thuộc vào các nhà nhập khẩu trong nước và các nhà cung cấp nước ngoài. Do đó, hiệu quả chuyển giao công nghệ của đầu tư nước ngoài (kể cả liên doanh lẫn các doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài) chưa cao. Theo nhận định chung của các doanh nghiệp, có hai lý do làm hiệu quả chuyển giao công nghệ thấp: một là, phần lớn công nghệ được chuyển giao không phải là loại đạt tiêu chuẩn hàng đầu quốc tế; hai là, còn thiếu các biện pháp triển khai nhằm tiếp thu và phát triển công nghệ thông qua việc thu hút các kỹ sư, kỹ thuật viên tham gia hoàn thiện, sửa đổi chúng cho phù hợp với điều kiện trong nước.

Như vậy, chính sách chuyển giao công nghệ của Việt Nam không chỉ tạo điều kiện cho nhập khẩu công nghệ mà còn đòi hỏi các nhà cung cấp nước ngoài phải chuyển giao toàn bộ kỹ năng thực hành công nghệ. Các biện pháp cụ thể như:

- Xây dựng tiêu chuẩn kỹ thuật quốc gia cho các thiết bị nhập khẩu
- Vấn đề quyền sở hữu trí tuệ cần được thực hiện nghiêm ngặt hơn với hệ thống pháp lý có hiệu lực.

- Cho phép các công ty nước ngoài ký kết trên phạm vi rộng hơn các hợp đồng dịch vụ chuyên gia với các doanh nghiệp trong nước, tiến hành mua bán với các doanh nghiệp trong nước nhằm phát triển các loại hình kinh doanh.

- Dành các biện pháp khuyến khích và đối xử đặc biệt đối với các công ty nước ngoài hiện đang tham gia vào đào tạo trình độ cao, chuyển giao công nghệ và hoạt động nghiên cứu triển khai ở Việt Nam.

2.1.2.3. Các chính sách và giải pháp nhằm đẩy mạnh nghiên cứu và triển khai

Để đảm bảo sự phát triển độc lập và vững vàng của công nghiệp điện tử ngoài những chính sách trên thì việc đẩy mạnh nghiên cứu triển khai (R&D) là yếu tố cực kỳ quan trọng. Hoạt động nghiên cứu và triển khai đòi hỏi sự đầu tư về trang bị, về đội ngũ cán bộ có trình độ cao trong nhiều ngành kỹ thuật cùng phối hợp với nhau để cùng tạo ra một sản phẩm mới.

Trong khía cạnh này, Nhà nước cần đưa ra các chính sách nhằm hỗ trợ, khuyến khích như:

- Thành lập quỹ dành cho phát triển công nghệ trên cơ sở tăng tỷ lệ chi ngân sách cho khoa học và công nghệ, thực hiện miễn thuế, cung cấp tín dụng và bảo lãnh tín dụng để giúp cho việc ứng dụng công nghệ mới, phát triển các công cụ tài chính mới cho đầu tư R&D.

- Nâng cấp các trung tâm nghiên cứu khoa học kỹ thuật tại các trường đại học; phối hợp các dự án, các chương trình nghiên cứu với các doanh nghiệp công nghiệp và các ứng dụng thương mại.

- Củng cố lĩnh vực dịch vụ kỹ thuật trong nước, đưa ra những biện pháp khuyến khích sự phát triển của các văn phòng tư vấn thiết kế và kỹ thuật tư nhân.

2.1.3. Các chính sách và biện pháp nhằm đổi mới tổ chức sản xuất kinh doanh trong ngành công nghiệp điện tử.

Hiện nay ở nước ta có sự lẫn lộn giữa chức năng quản lý Nhà nước về mặt kinh tế (do bộ máy Nhà nước tiến hành) và quản lý sản xuất kinh doanh (do các tổ chức, đơn vị kinh tế tiến hành). Điều đó đã dẫn đến hiện tượng: cơ cấu quản lý nặng nề, mệnh lệnh, hành chính và bao cấp. Các cơ quan quản lý Nhà nước không làm đúng và đủ chức năng mà lại đi vào kinh doanh, dùng quyền lực Nhà

nước và mệnh lệnh hành chính, biện pháp độc quyền Nhà nước để kinh doanh. Do đó, các đơn vị kinh doanh vừa bị gò bó, kìm hãm vừa được buông lỏng vượt qua luật pháp. Chế độ Nhà nước không có tính hiệu quả và thiên về mượn quyền và mệnh lệnh hành chính để kinh doanh.

Như vậy, vấn đề đặt ra là cần làm rõ nội dung khái niệm "vai trò quản lý Nhà nước" trong phát triển kinh tế. Không nhấn mạnh hoạt động của Nhà nước trong sản xuất kinh doanh mà nhấn mạnh vai trò của Nhà nước trong việc xây dựng môi trường kinh doanh có hiệu quả mà trong đó nhiều hình thức sở hữu doanh nghiệp tồn tại. Theo nghĩa đó, việc đổi mới mạnh mẽ khu vực doanh nghiệp Nhà nước là cần thiết để có thể đạt được những kết quả về tăng năng suất, khả năng cạnh tranh, thu nhập và việc làm.

Trong lĩnh vực công nghiệp điện tử - tin học cần một lần nữa sắp xếp lại các doanh nghiệp trên cơ sở chiến lược phát triển của ngành và lấy các hãng nước ngoài làm đối tác liên doanh và cạnh tranh để sắp xếp. Thực tế, mô hình Tổng công ty (TCT) quốc doanh - trường hợp Tổng công ty điện tử tin học Việt Nam bao gồm các doanh nghiệp Nhà nước và liên doanh đã tồn tại như một doanh nghiệp hàng đầu để thực hiện chiến lược phát triển ngành công nghiệp điện tử Việt Nam. Tuy nhiên, tình hình tài chính của TCT này chưa bao giờ đủ mạnh để dẫn đầu và đã trở nên xấu đi trong vài năm gần đây. Vì vậy, cần đổi mới các doanh nghiệp điện tử thuộc sở hữu Nhà nước hiện có và cho phép các doanh nghiệp này hợp tác với các công ty nước ngoài nhằm nâng cao năng lực quản lý, nâng cao hiệu quả hoạt động đạt tiêu chuẩn quốc tế.

Đồng thời, do yêu cầu cao về vốn và công nghệ đối với một doanh nghiệp điện tử thì việc thành lập TCT lại là cần thiết. Nhưng việc thành lập TCT cần được hạn chế về số lượng để tập trung nâng cao năng lực thực hiện vai trò chủ đạo. Cơ cấu TCT bao gồm các công ty cổ phần. Việc chuyển giao vốn giữa các công ty thành viên được hiện dưới hình thức vốn cho vay hoặc vay thương mại. Lãi cổ tức, phí sử dụng vốn phải được trả cho TCT.

2.1.4. Các chính sách và giải pháp phát triển nguồn nhân lực

Mặc dù trình độ giáo dục phổ thông của lực lượng lao động nước ta khá cao so với các nước khác có mức thu nhập tương tự, nhưng lao động thiếu kỹ năng chiếm khoảng 86% tổng nguồn lao động. Nếu chỉ tính lao động công nghiệp thì 67% thiếu kỹ năng và 33% tay nghề chưa thành thạo. Do vậy, cần phải có các

chính sách và giải pháp đào tạo nguồn nhân lực cho công nghiệp nói chung và cho ngành công nghiệp điện tử nói riêng phù hợp với nhu cầu sử dụng của các doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường hiện đại.

Nhà nước cần có các chính sách hỗ trợ để các doanh nghiệp và tư nhân tham gia vào đào tạo dạy nghề nhiều hơn. Quan hệ đối tác chặt chẽ giữa Nhà nước và đào tạo tư nhân được thông qua hệ thống quốc gia về qui định tiêu chuẩn tay nghề, kiểm tra và cấp chứng chỉ. Chứng chỉ tay nghề được công nhận trong phạm vi quốc gia và tốt hơn là trong khu vực ASEAN. Điều đó làm tăng tính cơ động cho lực lượng lao động, nhất là trong ngành công nghiệp có tính toàn cầu cao.

Các chính sách và giải pháp của Nhà nước trong phát triển nguồn nhân lực có thể là:

- Tạo lập một quỹ hỗ trợ nghề nghiệp, với nguồn kinh phí ban đầu từ phía chính phủ và đóng góp từ các doanh nghiệp. Sau này nguồn kinh phí sẽ được sử dụng bằng đóng góp của người học nghề.

- Nâng cao nội dung về mặt thực tiễn trong các chương trình giáo dục và đào tạo.

- Quan tâm nhiều hơn và tăng cường các nguồn lực dành cho đào tạo nghiệp vụ, đào tạo lao động có kỹ năng và đào tạo cán bộ có trình độ cao đủ năng lực để định hướng chiến lược phát triển cho ngành và doanh nghiệp.

- Xúc tiến và đưa ra các biện pháp khuyến khích đào tạo tại chỗ do doanh nghiệp tổ chức.

- Có các ràng buộc cụ thể về đào tạo đối với đầu tư nước ngoài và chuyển giao công nghệ (như qui định tỉ lệ kinh phí đầu tư dành cho đào tạo). Vấn đề này có thể được đưa vào luật đầu tư nước ngoài và các qui định về chuyển giao công nghệ.

2.1.5. Chính sách và giải pháp nhằm cải thiện cơ sở hạ tầng, giảm chi phí đầu vào cho các doanh nghiệp điện tử.

Công nghiệp điện tử là một trong những ngành sản xuất đòi hỏi một hệ thống cơ sở hạ tầng phát triển, có chất lượng để duy trì và nâng cao khả năng

cạnh tranh của ngành. Do vậy, Nhà nước cần có chính sách và giải pháp cải thiện cơ sở hạ tầng cho ngành công nghiệp điện tử trên các phương diện như:

- Tạo lập và duy trì cơ sở dữ liệu về ngành công nghiệp điện tử trong nước và thế giới.

- Hỗ trợ các doanh nghiệp nâng cao công tác bảo đảm chất lượng và các hoạt động liên quan đến tiêu chuẩn ISO-9000.

- Duy trì các tiêu chuẩn trong ngành công nghiệp điện tử, thực hiện việc chuẩn hoá các sản phẩm để Việt Nam sớm đạt được sự công nhận lẫn nhau về tiêu chuẩn và chất lượng hàng điện tử giữa các nước trong khối ASEAN.

- Nâng cấp và duy trì hạ tầng viễn thông mạnh và thông suốt trên cơ sở hoạt động cao của mạng máy tính.

- Chọn lọc một vài khu công nghiệp hiện có và dành ưu tiên để tìm kiếm các nguồn lực nhằm nâng cấp hạ tầng công nghiệp điện tử.

2.2. CÁC CHÍNH SÁCH VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG

Trong phần trên đã nêu những chính sách và giải pháp phát triển sản xuất hàng điện tử ở nước ta. Đó là một phần quan trọng trong các chính sách và giải pháp phát triển thị trường hàng điện tử vì sản xuất, trên phương diện cung ứng hàng hoá cho thị trường, là một yếu tố của thị trường. Sự tách bạch ở đây chỉ có ý nhấn mạnh đến yếu tố sản xuất trong giai đoạn quyết định tính chất phụ thuộc hay có sức cạnh tranh của thị trường hàng điện tử nước ta hiện nay. Như vậy, trong phần này sẽ đề cập đến một số chính sách và giải pháp phát triển thị trường có tính toàn diện hơn.

2.2.1. Chính sách phát triển sản phẩm điện tử Việt Nam

Về nguyên tắc, chính sách sản phẩm nằm trong phạm vi hoạt động của doanh nghiệp. Tuy nhiên, do bản chất nền kinh tế thị trường theo định hướng XHCN và sự ảnh hưởng của chiến lược phát triển sản phẩm điện tử hiện nay đến qui mô và cơ cấu đầu tư của Nhà nước cho ngành công nghiệp điện tử nên cần phải xác định chính sách phát triển sản phẩm điện tử đúng đắn.

Cho đến nay, các doanh nghiệp điện tử Việt Nam tuy có đưa ra thị trường một số sản phẩm mang thương hiệu Việt Nam nhưng đó chỉ là hình thức. Hơn nữa, thị phần của các sản phẩm đó cũng hết sức nhỏ bé. Vì vậy, không thể nói đến phát triển thị trường hàng điện tử Việt Nam mà lại không có nhiều sản phẩm mang thương hiệu Việt Nam với thị phần cạnh tranh.

Sản phẩm điện tử rất đa dạng về chủng loại, mục đích sử dụng và trình độ kỹ thuật. Do vậy, với khả năng hạn chế về vốn và công nghệ, các doanh nghiệp điện tử Việt Nam, kể cả doanh nghiệp hàng đầu cần phải lựa chọn một số loại sản phẩm để ưu tiên phát triển. Tiêu chuẩn lựa chọn có thể là: khả năng kỹ thuật và công nghệ của các cơ sở nghiên cứu và doanh nghiệp trong nước; khả năng cung cấp vật tư, linh kiện trong nước; thị trường tiêu thụ trong nước và khả năng xuất khẩu; khả năng hợp tác quốc tế để sản xuất thiết bị trong nước. Trong giai đoạn trước mắt, Việt Nam có thể phát triển một số sản phẩm điện tử gia dụng, một số sản phẩm tin học đơn giản, một số sản phẩm sử dụng trong bưu chính viễn thông và sản phẩm điện tử chuyên dụng.

Cụ thể các chính sách và giải pháp ở đây là:

- Về phía chính phủ, có chính sách khuyến khích các nhà sản xuất theo hợp đồng thương mại, thực hiện các hoạt động đầu tư cung cấp dịch vụ chế tạo cao cấp cho các sản phẩm thiết kế trong nước từ các nhà sản xuất thiết bị chính gốc; xúc tiến các nỗ lực nhằm liên kết ngành công nghiệp điện tử Việt Nam với các "phòng mua sắm quốc tế" trong khu vực - như ở Singapore, nhằm cung cấp linh kiện cạnh tranh về giá, về chất lượng và tiếp thị các sản phẩm, thành phẩm và bán thành phẩm sản xuất trong nước; có chính sách hỗ trợ xuất khẩu khi các sản phẩm thương hiệu Việt Nam được xuất khẩu.

Ngoài ra, cần xây dựng một số trung tâm thông tin và xúc tiến thương mại ở các vùng, các địa phương với mục đích thu thập nhu cầu về chủng loại sản phẩm, giá cả và thị hiếu của người tiêu dùng ở mọi tầng lớp. Đồng thời, cung cấp các thông tin về thị trường hàng điện tử thế giới nhằm trang bị cho doanh nghiệp những thông tin đầy đủ về thị trường trong và ngoài nước phục vụ cho việc xây dựng các định hướng phát triển sản phẩm và phát triển thị trường.

- Về phía doanh nghiệp sản xuất, cần có chiến lược phát triển sản phẩm cụ thể, phối hợp với các tổ chức nghiên cứu kỹ thuật, công nghệ và đầu tư thích đáng cho hoạt động này; tổ chức nghiên cứu nhu cầu của dân cư, các nhà sản

xuất trong nước (kể cả nhu cầu thị trường ngoài nước) để hình thành ý đồ thiết kế sản phẩm mới, cải tiến chất lượng sản phẩm.

2.2.2. Chính sách phát triển thị trường cho sản phẩm điện tử Việt Nam

Trên thực tế, thị trường cho các sản phẩm điện tử Việt Nam, kể cả thị trường trong nước và thị trường xuất khẩu, đều là những thị trường sẵn có. Đối với thị trường trong nước, đó là thị trường sản phẩm đã được hình thành do hoạt động nhập khẩu các sản phẩm nước ngoài. Đối với thị trường xuất khẩu, đó là thị trường của các nhà đầu tư nước ngoài như Fujitsu, Daewoo, SAMSUNG.... Mặc dù việc tìm kiếm thị trường là vấn đề cốt lõi nhằm giải quyết tình trạng đình đốn sản xuất trong các doanh nghiệp điện tử quốc doanh hiện nay nhưng hầu như chưa có những nỗ lực đáng kể nhằm phát triển thị trường cho sản phẩm điện tử Việt Nam. Nguyên nhân có từ hai phía: thứ nhất, chúng ta chưa thực sự tạo ra sản phẩm điện tử mang thương hiệu Việt Nam nên chưa tạo ra động cơ phát triển thị trường; thứ hai, trình độ phát triển của nhu cầu thị trường, cả thị trường trong nước và thị trường xuất khẩu đã vượt quá sự phát triển của trình độ sản xuất hàng điện tử của nước ta.

Như vậy, muốn phát triển thị trường cho các sản phẩm điện tử Việt Nam, trước hết phải tạo ra sản phẩm mang thương hiệu Việt Nam và sản phẩm đó phải phù hợp với trình độ phát triển của nhu cầu thị trường và có sức cạnh tranh (về chất lượng, giá cả); tiếp đến mới là các chính sách tiếp cận thị trường và chính sách hỗ trợ, xúc tiến phát triển thị trường cho các sản phẩm điện tử Việt Nam.

Trong nội dung này, có thể đề cập đến một số khía cạnh về phát triển thị trường hàng điện tử Việt Nam như sau:

Đối với doanh nghiệp, cần xác định rõ phát triển thị trường sản phẩm là mục tiêu và nhiệm vụ chủ yếu của doanh nghiệp, được thực hiện trên cơ sở năng lực marketing của doanh nghiệp. Tuy nhiên, đối với doanh nghiệp Việt Nam hiện nay, do mô hình tổ chức vẫn còn mang nặng dấu ấn của thời kỳ kế hoạch hoá tập trung nên tỏ ra không thích hợp trong điều kiện thị trường cạnh tranh. Giải pháp có thể đưa ra ở đây là, các doanh nghiệp này cần phải tổ chức lại hoạt động của mình theo mô hình hướng đến thị trường chứ không phải là tập trung vào mục tiêu sản xuất như trước đây. Mô hình này đề cao vai trò, nhiệm vụ của phòng marketing cũng như địa vị và năng lực của người phụ trách nó.

Đối với Chính phủ, bên cạnh việc tạo ra môi trường kinh doanh thuận lợi cũng cần thực thi các chính sách và giải pháp nhằm hỗ trợ phát triển thị trường sản phẩm cho các doanh nghiệp như:

- Thực hiện các chính sách tối đa hoá việc mua sắm các sản phẩm điện tử sản xuất trong nước thông qua các cơ quan Chính phủ và các doanh nghiệp Nhà nước lớn, thông qua các chương trình hướng dẫn tiêu dùng cho dân cư bằng phong trào "người Việt Nam dùng hàng Việt Nam".

- Đẩy mạnh công tác chống buôn lậu, xoá bỏ những điểm buôn lậu hàng điện tử qua các cửa khẩu biên giới đất liền và đường biển. Tăng cường kiểm tra thị trường để phát hiện các trường hợp bán hàng không rõ nguồn gốc.

- Xây dựng một số chương trình xúc tiến xuất khẩu điện tử, bao gồm tăng cường các cơ hội tiếp cận thị trường ngoài nước cho các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế, cải thiện điều kiện tài trợ xuất khẩu như:

- + Thành lập các chi nhánh, văn phòng đại diện của doanh nghiệp ở nước ngoài để tìm hiểu về nhu cầu, thị hiếu của các khu vực thị trường nước ngoài và xúc tiến việc ký kết hợp đồng, tổ chức tiêu thụ sản phẩm.

- + Thành lập một số trung tâm thương mại (bao gồm hệ thống kho ngoại quan, phòng trưng bày và giao dịch hàng hoá, bộ phận thông tin...) để khuyến khích, giới thiệu hàng hoá xuất khẩu nói chung và hàng điện tử nói riêng tại các thị trường nước ngoài.

- + Hỗ trợ một phần chi phí đi lại, chi phí thuê gian hàng... cho cơ sở tham gia hội chợ triển lãm ở nước ngoài và tiếp tục hỗ trợ thêm chi phí nếu ký kết được các hợp đồng xuất khẩu.

2.2.3. Chính sách thương mại đối với ngành điện tử

Chính sách thương mại của nước ta đã đạt được những tiến bộ đáng kể trong nhiều năm qua. Nhờ chính sách "mở cửa" và những cải cách khác, quan hệ thương mại của Việt Nam đã được mở rộng hơn, tăng trưởng kinh tế tốt hơn. Nhìn chung, các chính sách thương mại Việt Nam đã được cải thiện, ngày càng tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tham gia hoạt động xuất nhập khẩu.

Tuy nhiên, đối với ngành điện tử, bên cạnh những thuận lợi được tạo ra do sự cải thiện chính sách thương mại, vẫn còn những vấn đề cần tiếp tục tháo gỡ.

Chẳng hạn, thuế nhập khẩu máy tính nguyên chiếc và bán trong nước được tính theo giá tối thiểu, nhưng giá tối thiểu lại không được điều chỉnh kịp thời, phù hợp với xu hướng giảm giá nhanh của sản phẩm này. Hoặc, xuất khẩu máy tính phải chịu thuế suất 30% và không được hoàn thuế. Hoặc, vẫn tồn tại khái niệm SKD, CKD, IKD trong tính thuế nhập khẩu ...

Trên quan điểm phát triển ngành công nghiệp điện tử nói riêng và phát triển thị trường hàng điện tử Việt Nam nói chung, các vấn đề về chính sách thương mại cần được cải thiện trên các mặt:

- + Tạo ra những ưu đãi tập trung vào chế tạo linh kiện điện tử và điện tử công nghiệp, xem như một khu vực tăng trưởng quan trọng, trên cơ sở kết hợp hạn ngạch và thuế nhập khẩu tạm thời đối với sản phẩm nguyên chiếc với các biện pháp khuyến khích tích cực dành cho việc đầu tư vào các phương tiện sản xuất.

- + Tạo ra sự hài hoà, theo nghĩa cân nhắc nặng, nhẹ giữa thu nhập từ thuế và hạn ngạch xuất nhập khẩu các sản phẩm điện tử với tác động của nó đến sự tăng trưởng của công nghiệp điện tử và sức cạnh tranh trong tương lai của nó.

- + Các sản phẩm điện tử công nghiệp mang nhãn hiệu nước ngoài cần buộc phải sử dụng các sản phẩm chế tạo theo hợp đồng chế tác thương mại trọn gói trong nước nếu sản phẩm đó bán ở thị trường trong nước (cho các ngành do Nhà nước kiểm soát).

- + Xoá bỏ cách tính thuế nhập khẩu các mặt hàng điện tử - tin học theo qui định giá tối thiểu không phù hợp với xu thế giảm giá nhanh trên thị trường.

- + Sửa đổi cách tính thuế nhập khẩu bộ linh kiện phân theo công nghệ lắp ráp SKD, CKD, IKD, chuyển sang đánh thuế theo loại hàng hoá như nguyên vật liệu, linh kiện, phụ kiện...

2.3. CÁC CHÍNH SÁCH VÀ GIẢI PHÁP KHÁC

2.3.1. Đối với hợp tác liên ngành và hợp tác khác

Do vị trí của ngành công nghiệp điện tử trong nền kinh tế quốc dân và do đặc điểm tổ chức Nhà nước và cơ cấu Chính phủ ở nước ta, hiện nay việc quản lý và ban hành các chính sách phát triển đối với lĩnh vực công nghiệp điện tử -

tin học do nhiều bộ, cơ quan và một uỷ ban liên bộ về công nghệ thông tin cùng tham gia. Vì vậy, để nâng cao hiệu quả của hoạt động quản lý và đảm bảo tính tập trung trong việc huy động các nguồn lực xã hội trong quá trình phát triển công nghiệp điện tử - tin học ở Việt Nam cần phải có sự phối hợp đồng bộ và nhất quán hơn giữa các ngành, các cơ quan chính phủ.

Hiện nay ở Việt Nam đã có các hội như: hội tin học, hội vô tuyến - điện tử, hội tự động hoá, hội doanh nghiệp điện tử Việt Nam, trong đó, Hiệp hội các doanh nghiệp điện tử Việt Nam đã bước đầu đặt các mối quan hệ hợp tác lâu dài với Hiệp hội các doanh nghiệp điện tử các nước ASEAN. Về phía chính phủ, vào cuối 1996, Nhà nước đã có quyết định hợp nhất 4 ban xây dựng qui hoạch chuyên ngành (công nghiệp điện tử, công nghệ thông tin, bưu chính viễn thông, tự động hoá), nhưng không tạo được sự "kết dính" chặt chẽ giữa 4 ban này cũng như với các Hội do thiếu chỉ đạo từ một cấp có quyền lực. Nhìn chung, sự phối hợp liên ngành, sự phối hợp giữa cơ quan chính phủ và các hiệp hội, giữa các Hiệp hội cũng như trong nội bộ hiệp hội ở nước ta hiện nay còn nhiều hạn chế. Nguyên nhân chủ yếu là thiếu cơ chế lãnh đạo, điều hành với chương trình, mục tiêu rõ ràng. Vì vậy, để tạo ra sự hợp tác chặt chẽ hơn, cần có một cơ quan chính phủ đủ quyền lực (cả về pháp quyền và uy tín) để liên kết các hoạt động liên ngành và đưa ra được chương trình, mục tiêu cụ thể như:

- + Tăng cường hợp tác chặt chẽ giữa chính phủ và các ngành công nghiệp (đặc biệt là Hiệp hội các doanh nghiệp điện tử) nhằm thúc đẩy và thu hút nước ngoài, xây dựng chiến lược tổng hợp.

- + Hợp tác chặt chẽ hơn giữa các doanh nghiệp trong phạm vi Hiệp hội nhằm mục đích tiếp cận thị trường tốt hơn và đạt hiệu quả kinh tế nhờ hợp tác tạo ra qui mô sản xuất lớn.

- + Tham gia vào các hiệp định quốc tế có liên quan đến điện tử và công nghệ thông tin nói chung, tham gia với tư cách là thành viên trong các Hiệp hội của thế giới và khu vực.

2.3.2. Cải tiến các qui định về thủ tục hành chính

Một trong những yếu tố làm cho môi trường đầu tư nước ngoài ở Việt Nam kém hấp dẫn và gây cản trở, giảm hiệu quả (tăng chi phí) cho hoạt động sản xuất kinh doanh là những qui định về thủ tục hành chính. Mặc dù trong những năm qua, Nhà nước đã tiến hành cải cách hành chính, tiến tới thực hiện chế độ

"một cửa, một dấu" nhưng trong thực tế, những tiến bộ trong cải cách hành chính vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu tạo môi trường thuận lợi thúc đẩy nhanh các hoạt động sản xuất kinh doanh. Vì vậy, trong những năm tới, Việt Nam cần thúc đẩy mạnh hơn, sâu sắc hơn cải cách hành chính. Cụ thể:

- Cải tiến thủ tục và giảm bớt chậm chễ trong việc cấp mã số hải quan cho các doanh nghiệp xuất nhập khẩu nói chung và hàng điện tử - tin học nói riêng, bao gồm từ việc xác định lĩnh vực kinh doanh của doanh nghiệp theo giấy đăng ký kinh doanh, đơn đăng ký mã thuế đến việc cấp mã thuế của Bộ Tài chính và mã hải quan của Tổng cục hải Quan.

- Thống nhất cách tính toán "tỉ lệ nội địa hoá" đối với các sản phẩm điện tử - tin học giữa các Bộ Tài chính, Kế hoạch đầu tư, Công nghiệp, Thương mại và bộ Khoa học công nghệ và môi trường để làm cơ sở điều chỉnh thuế suất và cách tính thuế xuất, nhập khẩu các sản phẩm điện tử - tin học.

- Cải tiến thủ tục đăng ký và thành lập doanh nghiệp vừa và nhỏ trong lĩnh vực công nghệ thông tin phù hợp với xu hướng phát triển nhanh, nhạy bén của lĩnh vực này, như hợp nhất hai giai đoạn cấp phép thành lập và đăng ký kinh doanh, loại bỏ các qui định về vốn pháp định tối thiểu...

- Sửa đổi và ban hành các luật, các qui định nhằm xây dựng khung pháp luật toàn diện và hiện đại để tạo điều kiện dễ dàng cho người vay vốn thực hiện và thực thi tài sản cầm cố thế chấp.

- Tiếp tục đơn giản hoá thủ tục và giảm bớt chi phí đối với các cán bộ kỹ thuật, nhà khoa học khi xuất, nhập cảnh. Cho phép chuyển giao công nghệ theo các hợp đồng được thực hiện trên cơ sở tự do thoả thuận và chịu sự điều chỉnh của các Bộ luật mà không cần đòi hỏi sự phê duyệt của Bộ Khoa học - công nghệ trong từng trường hợp.

KẾT LUẬN

Xu thế chuyển dịch sản xuất trong ngành công nghiệp điện tử cũng như xu thế phát triển nhanh chóng của thị trường hàng điện tử thế giới một mặt đã tạo cho Việt Nam những cơ hội "đi tắt" để hình thành và phát triển ngành công nghiệp điện tử dựa trên lợi thế về nguồn lao động dồi dào và chi phí sản xuất thấp, cũng như để phát triển một thị trường tiềm năng còn rất lớn cả trong lĩnh vực sản xuất và tiêu dùng.

Mặt khác, sự phân công sâu sắc trong sản xuất và phân phối của thị trường hàng điện tử trên thế giới cùng với đặc điểm riêng biệt của ngành công nghiệp điện tử là đòi hỏi một khối lượng vốn lớn, công nghệ sản xuất hiện đại, giá trị chất xám kết tinh trong sản phẩm cao lại đặt việc phát triển một thị trường hàng điện tử còn non kém trong điều kiện nền kinh tế đất nước còn nghèo vào tình trạng hết sức khó khăn: nguồn cung ứng các sản phẩm điện tử phụ thuộc nặng nề vào thị trường nước ngoài, khả năng cạnh tranh kém của sản phẩm sản xuất trong nước, khả năng tiêu thụ hạn chế do sức mua trong nước thấp và do chưa có thị trường xuất khẩu....

Tuy vậy, quá trình phát triển thị trường hàng điện tử trong tương lai vẫn được dựa trên những tác động tích cực cả ở bên trong và bên ngoài, đó là: thị trường hàng điện tử thế giới dự báo sẽ bắt đầu trở lại chu kỳ tăng trưởng sau thời kỳ suy thoái 1996-1998; bối cảnh quốc tế đang tạo ra những thuận lợi cơ bản để tiếp thu công nghệ, vốn đầu tư và tiếp thu những bài học thành công của các nước đi trước; sự quan tâm của Đảng, Nhà nước trọng phát triển sản xuất và phát triển thị trường hàng điện tử; khả năng hiện thực về nâng cao thu nhập, cải thiện mức sống dân cư do nền kinh tế đất nước tăng trưởng trở lại cũng như những khả năng cải thiện các điều kiện về thị trường tiêu thụ trong các năm tới như: trình độ dân trí, hạ tầng cơ sở điện, phát thanh truyền hình....

Tất cả những điều đó là cơ sở để có thể đưa ra những dự báo lạc quan về cung - cầu các mặt hàng điện tử giai đoạn 2000-2010 như: giá trị sản xuất của ngành điện tử tin học tăng trung bình 22,40%/năm, đạt 6,2 tỉ USD vào năm 2005 và 15,9 tỉ USD vào năm 2010. Xuất khẩu hàng điện tử tăng trung bình 25,0%/năm đạt 2,2 triệu USD năm 2005 và 6,5 triệu USD năm 2010. Nhu cầu các sản phẩm điện tử cũng sẽ mở rộng hơn cả về số lượng và chất lượng với nhu

cầu tivi từ 1.300 - 1.400 nghìn chiếc vào năm 2005 và 1.800-2000 nghìn chiếc năm 2010, nhu cầu máy vi tính 450 nghìn chiếc năm 2005 và 1.200 nghìn chiếc năm 2010....

Các quan điểm chính về "mở cửa" từng bước thị trường phù hợp với xu thế tự do hoá thương mại và hội nhập quốc tế; quan điểm nâng cao dần mức độ cạnh tranh của hàng điện tử; quan điểm phát triển các sản phẩm điện tử thương hiệu Việt Nam và phát triển thị trường hàng điện tử Việt Nam gắn kết với khu vực thị trường ASEAN, tham gia vào mạng sản xuất, cung ứng hàng điện tử của khu vực, từ đó tham gia vào sản xuất, cung ứng hàng điện tử quốc tế.... mà đề tài đưa ra trước mắt là nhằm tránh cho thị trường điện tử Việt Nam khỏi nguy cơ bị thao túng bởi các nhà sản xuất nước ngoài, sau đó là nhằm tăng cường sức cạnh tranh thực của các doanh nghiệp điện tử trong nước trong điều kiện cạnh tranh công bằng và mở ra khả năng phát triển thị trường trong nước và thị trường xuất khẩu cho các sản phẩm Việt Nam.

Xuất phát từ các quan điểm trên, việc định hướng phát triển thị trường hàng điện tử bao gồm các nội dung: phát triển nhu cầu trong nước, phát triển nguồn cung ứng, phát triển thị trường xuất khẩu và phát triển thị trường hàng điện tử Việt Nam theo hướng nâng cao tính cạnh tranh và hội nhập quốc tế. Cụ thể là:

1/ Phát triển nhu cầu mua sắm các sản phẩm điện tử dân dụng trong hộ gia đình dân cư cả ở khu vực thành thị và khu vực nông thôn, trong đó cần coi trọng phát triển kinh tế và cải thiện các điều kiện cơ sở hạ tầng nhằm nâng cao sức mua của dân cư nông thôn và đa dạng hoá tiêu dùng các sản phẩm điện tử của dân cư đô thị. Bên cạnh đó, cần phải có các chương trình, đề án cụ thể nhằm phát triển nhu cầu sản phẩm điện tử trong các lĩnh vực của nền kinh tế quốc dân.

2/ Định hướng phát triển nguồn cung trong nước được xác định theo hai giai đoạn 2000-2006 và sau 2006 với nội dung chính: hạn chế nguồn cung nhập khẩu ở giai đoạn đầu đối với các sản phẩm điện tử gia dụng và thiết bị tin học để bảo hộ sản xuất trong nước đồng thời với việc mở rộng nguồn cung linh kiện nhập khẩu và phát triển nguồn linh kiện trong nước. Ở giai đoạn sau, tiếp tục phát triển nguồn cung các sản phẩm điện tử và linh kiện cho thị trường nội địa

và xuất khẩu trên cơ sở nâng cao năng lực sản xuất cũng như khả năng cạnh tranh của sản phẩm trong nước.

3/ Phát triển thị trường xuất khẩu cho các sản phẩm điện tử Việt Nam theo các hướng: trước mắt, xuất khẩu sản phẩm điện tử dân dụng đến các thị trường kém phát triển hơn, mức sống dân cư còn thấp, trình độ tiêu dùng chưa cao. Sau đó, trên cơ sở phát triển năng lực sản xuất trong nước tiến tới xuất khẩu sang các thị trường khác có trình độ cao hơn; tìm kiếm các thị trường ngách để xuất khẩu các sản phẩm điện tử chuyên dụng với số lượng ít nhưng giá trị gia tăng cao; phát triển xuất khẩu "tại chỗ" các linh kiện và dịch vụ đầu vào cho các nhà sản xuất nước ngoài có bạn hàng tiêu thụ ở nước ngoài; tăng cường xuất khẩu dưới hình thức gia công tái xuất, từng bước gia tăng sử dụng nguyên liệu linh kiện trong nước sản xuất...

4/ Định hướng phát triển thị trường hàng điện tử Việt Nam theo hướng nâng cao tính cạnh tranh và hội nhập quốc tế, khu vực bằng cách thực hiện bảo hộ sản xuất trong nước hay trợ cấp xuất khẩu có giới hạn về thời gian và sản phẩm; khuyến khích mọi thành phần kinh tế đầu tư phát triển ngành công nghiệp điện tử nhằm tạo ra môi trường sản xuất, kinh doanh có tính ganh đua cao; cải tổ khu vực doanh nghiệp Nhà nước nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động đạt tiêu chuẩn quốc tế; nâng cao chất lượng các yếu tố đầu vào của sản xuất.....

Để thực hiện các định hướng chiến lược phát triển thị trường hàng điện tử Việt Nam đến năm 2010 theo quan điểm nghiên cứu, đề tài đã kiến nghị một số chính sách và giải pháp chủ yếu, trong đó các chính sách và giải pháp theo chúng tôi cần chú trọng hơn là:

- Chính sách và giải pháp về đầu tư và thu hút vốn đầu tư nhằm huy động mọi thành phần kinh tế mở rộng và tăng cường qui mô vốn đầu tư cho sản xuất hàng điện tử, trong đó, các giải pháp tăng cường nguồn vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài đóng vai trò quan trọng;

- Chính sách và giải pháp phát triển năng lực công nghệ công nghiệp điện tử để nâng cao tính hiệu quả của chuyển giao công nghệ từ đầu tư nước ngoài và dần tạo thế tự chủ về công nghệ cho ngành công nghiệp điện tử trong nước;

- Chính sách và giải pháp đổi mới tổ chức sản xuất kinh doanh trong ngành công nghiệp điện tử, mà đặc biệt là khu vực doanh nghiệp nhà nước để có thể vượt qua những khó khăn hiện nay, đạt được các kết quả về tăng năng suất, tăng khả năng cạnh tranh, thu nhập và việc làm, tiến tới nâng cao năng lực thực hiện vai trò chủ đạo;

- Chính sách và giải pháp phát triển sản phẩm điện tử Việt Nam nhằm khuyến khích các doanh nghiệp trong nước nghiên cứu, thiết kế và sản xuất được sản phẩm của riêng mình, từ đó gia tăng nguồn cung các sản phẩm điện tử cho thị trường trong nước và thế giới;

- Chính sách và giải pháp phát triển thị trường cho sản phẩm điện tử Việt Nam nhằm tăng cường khai thác thị trường tiêu thụ, cả ở thị trường trong nước và thị trường xuất khẩu cho sản phẩm điện tử của Việt Nam;

- Chính sách thương mại đối với ngành điện tử nhằm hỗ trợ và tạo thêm điều kiện để các doanh nghiệp tiến hành sản xuất - kinh doanh thuận lợi và có hiệu quả;

Ngoài ra, đề tài còn đề xuất một số các chính sách và giải pháp khác nhằm phát triển nguồn nhân lực; cải thiện cơ sở hạ tầng, giảm chi phí đầu vào cho sản xuất hàng điện tử; các chính sách và giải pháp đối với hợp tác liên ngành, cải tiến thủ tục hành chính....

Chúng tôi hy vọng rằng, các kết quả nghiên cứu của đề tài phần nào giúp ích cho công tác hoạch định chính sách phát triển thị trường ngành hàng cũng như công tác tổ chức quản lý ở các đơn vị sản xuất và kinh doanh trong ngành điện tử - tin học nước ta.

Ban chủ nhiệm đề tài xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ của lãnh đạo Viện Nghiên cứu Thương mại; các vụ: Quản lý khoa học, Kế hoạch thống kê, Xuất nhập khẩu, Đầu tư - Bộ Thương mại; Vụ công nghiệp - Bộ Kế hoạch và đầu tư; Trung tâm thông tin, Tổng Công ty điện tử - tin học Việt Nam - Bộ Công nghiệp, các cộng tác viên và đồng nghiệp đã giúp chúng tôi hoàn thành đề tài khoa học này.

PHỤ LỤC

Bảng số 1

THAY ĐỔI VỀ CƠ CẤU SẢN XUẤT CÁC SẢN PHẨM BÁN DẪN

Đơn vị: %

	1990	1995	2000*
Toàn cầu	100	100	100
- Bắc Mỹ	39	40	37
- Nhật Bản	46	40	37
- Châu Âu	11	8	8
- Các nước C.Á - TBD khác	4	12	18

Nguồn: Dataquest, Biki, N^o 87, 1999

*Số dự báo

Bảng số 2

TIÊU THU SẢN PHẨM BÁN DẪN THẾ GIỚI

Đơn vị: tỷ USD

Năm	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000*
Toàn cầu	77,3	101,9	144,4	132,0	152,7	122,2	144	174
<i>Trong đó:</i>								
- Mỹ	24,7	33,6	47,0	42,7	50,8	40,9	47	56
- Nhật Bản	23,8	29,4	39,7	34,2	38,1	24,5	31	37
- Châu Âu	14,6	19,7	28,2	27,6	31,2	29,1	31	37
- Nước khác	14,2	19,2	29,5	27,6	32,6	27,7	35	44

*số dự báo

Nguồn - Dataquest, 1996 - 1997.

- Biki, tháng 11/1998.

- Hiệp hội công nghiệp bán dẫn (The Semiconductor Industry Association - SIA), tháng 10/1999.

Bảng số 3
CƠ CẤU TIÊU THỤ SẢN PHẨM BÁN DẪN
PHÂN THEO THỊ TRƯỜNG

Đơn vị: %

Năm	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
<i>Toàn cầu</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
<i>Trong đó:</i>								
- Mỹ	32,0	33,0	32,5	32,3	33,3	33,5	32,7	32,2
- Nhật Bản	30,7	28,6	27,5	25,9	25,0	20,0	21,5	21,3
- Châu Âu	18,9	19,3	19,5	20,9	20,4	23,8	21,5	21,3
- Các nước CATBD	18,4	18,9	20,5	20,9	21,3	22,7	24,3	25,2

Bảng số 4
NHẬP KHẨU LINH KIỆN ĐIỆN TỬ TỪ MỘT SỐ
THỊ TRƯỜNG CHÍNH

Đơn vị tính 1 USD

STT	Tên nước	1996	1997	1998	1999
1	Singapore	38.808.797	53.303.515	57.204.257	135.933.198
2	Hàn quốc	80.964.735	61.956.678	43.048.512	5.077.769
3	Nhật	31.908.635	11.255.320	10.306.514	296.517.352
4	Honkong	8.339.379	5.704.170	5.222.235	10.888.968
5	Đài loan	10.218.939	19.239.984	4.169.063	16.089.702
6	Malaixia	3.555.216	3.850.187	2.956.132	7.924.721
7	Thailan	429.850	1.265.864	1.564.133	3.450.325
8	Mỹ	3.078.046	687.797	1.489.904	8.610.523
9	Pháp	934.265	1.388.040	1.238.643	1.519.853
10	Indonesia	290.635	145.165	1.060.999	884.304
11	Đức	301.803	375.956	1.034.076	961.524
12	Nga	422.252	915.615	359.233	
13	Italia	487.951	26.376	335.587	178.698
Tổng cả nước		184.815.278	163.641.399	135.261.479	494.596.574

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Bảng số 5

**NHẬP KHẨU LINH KIỆN MÁY TÍNH
TỪ MỘT SỐ THỊ TRƯỜNG CHÍNH**

Đơn vị tính: USD

STT	Tên nước	1996	1997	1998	1999
1	Đài loan	17.794.095	21.141.301	164.340.198	4.297.572
2	Singapore	49.547.595	57.969.045	61.861.409	40.454.701
3	Nhật	2.610.841	6.400.958	11.793.901	9.449.120
4	Mỹ	5.861.999	12.756.760	9.314.585	1.126.346
5	Honkong	9.752.629	7.904.427	8.999.083	3.805.934
6	Thailan	1.835.282	5.005.683	8.524.336	2.612.135
7	Malaixia	1.831.829	2.906.124	5.926.766	17.824.538
8	Đức	646.455	1.926.744	5.897.148	1.169.204
9	Pháp	2.996.695	3.936.527	5.285.140	1.175.874
10	Phillipin	21.199	55.392	3.102.703	80.630
11	Hàn quốc	3,149,803	1,714,514	1,901,733	37.125.205
12	Indonesia	356,725	223,027	549,199	709.135
13	Thụy sĩ	101,647	11,277	143,861	95.461
Tổng cả nước		100.723.660	128.374.059	146.271.892	124.527.215

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Bảng số 6

**XUẤT KHẨU LINH KIỆN ĐIỆN TỬ
SANG MỘT SỐ THỊ TRƯỜNG CHÍNH**

Đơn vị tính: USD

STT	Tên nước	1996	1997	1998	1999
1	Mexico	5.310.850	12.431.837	15.590.338	12.724.451
2	Nhật	465.212	6.543.890	10.765.766	6.350.662
3	Malaixia	11.888.724	10.724.989	10.702.313	32.395.654
4	Ai cập	608.761	4.357.240	8.209.420	4.063.294
5	Pháp	100.062	3.583.951	8.021.280	4.126.451
6	Singapore	9.492.192	11.955.868	5.282.811	5.327.251
7	Honkong	5.934.618	4.707.153	4.022.744	2.025.968
8	Hàn quốc	11.251.934	21.437.260	2.727.418	11.028.751
9	Đài loan	392.252	969.704	1.212.118	1.725.951
10	Thailan	2.107.033	25.030.968	516.713	3.167.100
11	Phillipin	10.498.726	54.795.218	501.224	3.647.485
12	Indonesia	9.468.294	3.337.098	79.200	651.614
13	Mỹ	8.499	402.154	945	164.703
Tổng cả nước		88.284.254	182.511.525	73.026.687	97.742.152

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Bảng số 7

**XUẤT KHẨU LINH KIỆN MÁY TÍNH
SANG MỘT SỐ THỊ TRƯỜNG CHÍNH**

Đơn vị tính: USD

STT	Tên nước	1996	1997	1998	1999
1	Phillipin			217.187.845	232.981.243
2	Pháp	500.843	1.232.934	2.397.943	6.568
3	Nhật	376.392	1.078.590	1.625.262	14.352.058
4	Singapore	159.130	1.759.185	1.140.392	3.887.483
5	Đức	150.953	1.258.293	1.037.468	1.652.610
6	Hà lan		286.595	411.015	1.032.807
7	Đài loan		14.812	182.501	176.566
8	Thailan		47.840	171.735	196.956.565
9	Anh	108.438	337.278	105.984	3.173.107
10	Hàn quốc	31.115	46.881	25.551	752
11	Mỹ	16.592		24.999	62.713
12	Malaixia	102.301	216.149	1.880	8.928.857
Tổng cả nước		1.505.735	8.315.403	400.898.768	419.498.819

Nguồn: Tổng cục Hải quan

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Year book of World electronics, Oxford - Us,1997
2. International trade in IT products, báo cáo của WTO tháng 6 năm 1999.
3. US ITC trade database - Web Access, 1999,2000
4. World electronics Components, US DOC, ITA,1996
5. Development of the Export - Oriented Electronics goods sector in Asia and Pacific, UN, 1995.
6. International Production Networks an changing Trade Patterns in East Asian: the case of the Electronics Industry, Oxford 1998
7. Tạp chí Biki 1997,1998,1999, 2000
8. Tạp chí thương mại và công nghiệp số 1- 24 1997, 1998 ,1999, 2000
9. Tạp chí Thế giới vi tính số 1-12 1997, 1998, 1999, 2000
10. Cạnh tranh công nghiệp Việt Nam - Nhà xuất bản Chính trị quốc gia 1998
11. Diễn đàn công nghiệp điện tử - tin học Việt Nam lần thứ nhất (Tập kỷ yếu) - Bộ Công nghiệp 3/1998.
12. Định hướng chiến lược phát triển công nghiệp Điện tử - Tin học Việt Nam (bản tóm tắt) - Bộ Công nghiệp 11/1998
13. Công nghiệp và công nghệ thông tin Việt Nam - Thực trạng và triển vọng- Tuần lễ tin học VII-11/1997
14. Một số tư liệu và bài viết của Tiến sỹ Lê Trường Sơn và một số tác giả khác trên các báo và tạp chí năm 1998-1999-2000