

**BỘ CÔNG THƯƠNG  
VIỆN NGHIÊN CỨU ĐIỆN TỬ, TỰ ĐỘNG, TIN HỌC HÓA**

---

**BÁO CÁO TỔNG KẾT ĐỀ TÀI CẤP BỘ NĂM 2007**

**XÂY DỰNG CÁC GIẢI PHÁP, CHÍNH SÁCH TỔNG THỂ  
NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CHO NGÀNH  
ĐIỆN TỬ VIỆT NAM TRONG GIAI ĐOẠN GIA NHẬP WTO**

**Chủ nhiệm đề tài: TRẦN THANH THỦY**

**6939**

04/8/2008

HÀ NỘI - 2007

**BỘ CÔNG THƯƠNG**  
**VIỆN NGHIÊN CỨU ĐIỆN TỬ, TIN HỌC, TỰ ĐỘNG HOÁ**  
๘ ๘ ๘  ๘ ๘ ๘

**BÁO CÁO KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU**  
**ĐỀ TÀI CẤP BỘ NĂM 2007**

**“XÂY DỰNG CÁC GIẢI PHÁP, CHÍNH SÁCH TỔNG THỂ NHẪM**  
**NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CHO NGÀNH ĐIỆN TỬ**  
**VIỆT NAM TRONG GIAI ĐOẠN GIA NHẬP WTO”**

*Cơ quan chủ trì:* VIỆN NC ĐIỆN TỬ, TIN HỌC, TỰ ĐỘNG HOÁ  
*Chủ nhiệm đề tài:* TRẦN THANH THUY

**HÀ NỘI - 2007**

## DANH SÁCH CÁN BỘ THAM GIA THỰC HIỆN ĐỀ TÀI

STT	Họ và tên	Học hàm, học vị, chuyên môn	Cơ quan công tác
1.	Trần Thanh Thủy	Ths. Quản trị kinh doanh	VIELINA
2.	Nguyễn Duy Hưng	Ths. Công nghệ vi điện tử	VIELINA
3.	Lê Văn Ngự	TS. Cơ điện tử	VIELINA
4.	Nguyễn Ngọc Lâm	PGS.TS. Điện tử hạt nhân	VIELINA Tp. HCM
5.	Nguyễn Nam Hải	KS. Tự động hoá	VIELINA
6.	Lê Thanh Bình	KS. CNTT	VIELINA
7.	Trần Nguyên Ngọc	TS. Kỹ thuật Điện tử	Cty Hoàng Hoa
8.	Nguyễn Đức Lương	KS. Kỹ thuật Điện tử	VIELINA
9.	Nguyễn Tích Tùng	KS. Kỹ thuật Điện tử	Hội Vô tuyến - Điện tử VN
10.	Trần Văn Biền	TS. Kỹ thuật Điện tử	Nguyên CVC Vụ KH-CN - BCN

# MỤC LỤC

	<i>Trang</i>
MỞ ĐẦU	5
<b>CHƯƠNG I: THỰC TRẠNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÀNH ĐIỆN TỬ VIỆT NAM</b>	
1.1	Một số khái niệm về cạnh tranh, năng lực cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường 9
1.1.1	Khái niệm về cạnh tranh, phân loại cạnh tranh 9
1.1.2	Khái niệm về năng lực cạnh tranh 10
1.1.3	Hệ thống các chỉ tiêu đánh giá năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp sản xuất kinh doanh 13
1.2	Tổng quan về ngành điện tử Việt Nam 18
1.2.1	Một số đặc điểm chủ yếu của ngành điện tử 18
1.2.2	Hai mươi năm phát triển của ngành điện tử và những đặc điểm chủ yếu 19
1.2.3	Nhận diện lại một số chính sách thương mại và đầu tư của Nhà nước đối với ngành điện tử 23
1.3	Thực trạng năng lực cạnh tranh của ngành điện tử Việt Nam 28
1.3.1	Hệ thống các doanh nghiệp điện tử Việt Nam và thực trạng một số chỉ tiêu về năng lực cạnh tranh 28
1.3.2	Một số nhận xét về thực trạng năng lực cạnh tranh của hệ thống các doanh nghiệp điện tử Việt Nam 38
<b>CHƯƠNG II: KINH NGHIỆM VÀ XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN NGÀNH ĐIỆN TỬ CỦA MỘT SỐ NƯỚC TRONG KHU VỰC VÀ TRÊN THẾ GIỚI</b>	
2.1	Kinh nghiệm phát triển ngành điện tử của một số nước trong khu vực và trên thế giới 45
2.1.1	Kinh nghiệm của các nước khu vực Đông Á 45
2.1.2	Kinh nghiệm của các nước khu vực Đông Nam Á 52
2.1.3	Kinh nghiệm của Mỹ và Cộng đồng Châu Âu (EU) 61
2.2	Xu hướng phát triển ngành điện tử của một số nước trong khu vực và trên thế giới 62
2.2.1	Khái quát chung về làn sóng công nghiệp Đông Á 62
2.2.2	Một số xu hướng phát triển cụ thể của ngành điện tử ở các nước trong khu vực và trên thế giới 65
2.3	Một số nhận xét chung và bài học đối với ngành điện tử Việt Nam 74

2.3.1	Về tình hình và kinh nghiệm phát triển	74
2.3.2	Về xu hướng phát triển	76
<b>CHƯƠNG III: PHƯƠNG HƯỚNG VÀ CÁC GIẢI PHÁP, CHÍNH SÁCH TỔNG THỂ NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CHO NGÀNH ĐIỆN TỬ TRONG GIAI ĐOẠN VIỆT NAM GIA NHẬP WTO</b>		
3.1	Những tác động của WTO đối với các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh điện tử Việt Nam	77
3.1.1	Một số nét đặc trưng về WTO	77
3.1.2	Cam kết của Việt Nam đối với WTO	81
3.1.3	Tác động của WTO đối với các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh điện tử	84
3.2	Phân tích những điểm mạnh, yếu, cơ hội và thách thức. Ma trận SWOT và tổ hợp các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành điện tử Việt Nam	90
3.3	Phương hướng nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành điện tử trong giai đoạn Việt Nam gia nhập WTO	96
3.3.1	Định hướng phát triển ngành điện tử giai đoạn đến năm 2010, tầm nhìn đến năm 2020	96
3.3.2	Phương hướng nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh điện tử	99
3.4	Một số giải pháp, chính sách tổng thể nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành điện tử Việt Nam	101
3.4.1	Giải pháp của Nhà nước	101
3.4.2	Giải pháp của các doanh nghiệp SXKD điện tử	106
3.4.3	Giải pháp của các tổ chức nghiên cứu - triển khai KH&CN thuộc lĩnh vực điện tử	119
3.4.4	Giải pháp của các trường Đại học, Cao đẳng và Dạy nghề có đào tạo các chuyên ngành thuộc lĩnh vực điện tử	120
3.4.5	Giải pháp của Hiệp hội các doanh nghiệp điện tử	121
	<b>KẾT LUẬN</b>	122
	<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b>	124
	<b>PHỤ LỤC</b>	128

## MỞ ĐẦU

Trong giai đoạn phát triển nền kinh tế thị trường, mở cửa, hội nhập sâu vào nền kinh tế khu vực và thế giới, hầu hết các quốc gia đều thừa nhận trong mọi hoạt động đều phải có cạnh tranh và coi cạnh tranh không những là môi trường, động lực của sự phát triển nói chung, thúc đẩy sản xuất kinh doanh phát triển và tăng năng suất lao động, tăng hiệu quả của các doanh nghiệp nói riêng, mà còn là yếu tố quan trọng làm lành mạnh hoá các quan hệ xã hội khi Nhà nước bảo đảm sự bình đẳng trước pháp luật của chủ thể thuộc mọi thành phần kinh tế.

Ở Việt Nam, việc chuyển đổi sang kinh tế thị trường bắt đầu từ năm 1986, nhưng mãi đến những năm gần đây, khi chính sách kinh tế nhiều thành phần đi vào cuộc sống, tư tưởng cạnh tranh giữa các đơn vị, giữa các thành phần kinh tế được thừa nhận thì một số doanh nghiệp và mặt hàng của Việt Nam mới có chỗ đứng trên thị trường trong nước và vươn ra cạnh tranh được trên thị trường nước ngoài. Tuy nhiên, sức cạnh tranh của phần lớn doanh nghiệp và hàng hoá của Việt Nam còn yếu kém cả về chất lượng, mẫu mã và giá cả, tốc độ hội nhập của Việt Nam còn ở mức trung bình, xếp hạng năng lực cạnh tranh qua các năm còn thấp so với các nước trong khu vực và trên thế giới. Chính vì vậy, tại Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ X, trong định hướng phát triển ngành, lĩnh vực và vùng Đảng ta đã nhấn mạnh: “Chủ động, tích cực hội nhập kinh tế sâu hơn, đầy đủ hơn với khu vực và thế giới. Thực hiện có hiệu quả các cam kết với các nước, các tổ chức quốc tế về thương mại, đầu tư, dịch vụ và các lĩnh vực khác. Chuẩn bị tốt các điều kiện để thực hiện các cam kết sau khi nước ta gia nhập WTO.... Phát huy vai trò chủ thể và tính năng động của doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế trong hội nhập kinh tế quốc tế. Xúc tiến mạnh về thương mại và đầu tư, phát triển thị trường mới, sản phẩm mới và thương hiệu mới;... từng doanh nghiệp phải khẩn trương đổi mới tư duy đến phong cách quản lý, đổi mới thiết bị, công nghệ, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn đầu tư, giảm chi phí để tăng sức cạnh tranh”<sup>1</sup>.

Nhằm thực hiện thành công Nghị quyết của Đảng, Bộ Công nghiệp (nay là Bộ Công Thương) đã chỉ đạo và giao nhiệm vụ cho các đơn vị trong Bộ thực hiện các đề tài thuộc các chuyên ngành khác nhau, trong đó có đề tài “Xây dựng các giải pháp, chính sách tổng thể nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành điện tử Việt Nam trong giai đoạn gia nhập WTO”.

### **1. Tính cấp thiết và mục tiêu nghiên cứu của đề tài:**

Ngành điện tử được đánh giá là có vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế - xã hội ở Việt Nam và tại Quyết định số 55/2007/QĐ - TTg ngày 23 tháng 4 năm 2007 của Thủ tướng Chính phủ ngành điện tử tiếp tục được khẳng định là một

---

<sup>1</sup> Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ X. NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội - 2006

trong ba ngành công nghiệp mũi nhọn giai đoạn từ 2007 đến năm 2020, nhưng trong suốt quá trình xây dựng và phát triển, ngành điện tử vẫn không có quy hoạch và chiến lược và mãi cho đến ngày 28/5/2007, lần đầu tiên Thủ tướng Chính phủ mới có Quyết định số 75/2007/QĐ - TTg phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển công nghiệp điện tử Việt Nam đến năm 2010 và tầm nhìn đến năm 2020. Như vậy là trong một thời gian rất dài ngành điện tử không có chiến lược phát triển tổng thể. Các doanh nghiệp ngành điện tử phải tự tìm đường đi cho mình và chịu thiệt thòi khi chính sách không nhất quán, mặc dù sự thay đổi cơ chế quản lý kinh tế ở Việt Nam 20 năm qua đã làm cho môi trường hoạt động của các doanh nghiệp thay đổi và có nhiều thuận lợi. Tại Hội nghị đánh giá thực trạng Công nghiệp Điện tử Việt Nam do Bộ Bưu chính - Viễn thông (nay là Bộ Thông tin và Truyền thông) và Hiệp hội các doanh nghiệp Điện tử Việt Nam phối hợp tổ chức ngày 08/6/2006 ở Hà Nội đã nêu lên một hiện thực: "Mặc dù luôn được tuyên bố chú trọng quan tâm phát triển, nhưng chưa một lần ngành điện tử Việt Nam có được một chiến lược phát triển toàn diện. Điều này khiến các doanh nghiệp điện tử Việt Nam không có một hành lang định hướng phát triển cho mình, không có cơ sở để các cơ quan chức năng phê duyệt triển khai các dự án, thậm chí phải chịu những bất hợp lý có nguyên nhân từ sự không đồng nhất về chính sách như quy định về tỷ lệ nội địa hoá để hưởng chế độ thuế ưu đãi, khung thuế cho linh kiện và sản phẩm nguyên chiếc của máy tính, v.v..."<sup>2</sup>. Trong điều kiện nhu cầu hàng điện tử thế giới bị giảm sút, việc ra đời Quyết định số 75/2007/QĐ - TTg ngày 28 tháng 5 năm 2007 của Thủ tướng Chính phủ là một yếu tố rất quan trọng động viên, khuyến khích các doanh nghiệp điện tử Việt Nam tìm kiếm những chính sách, giải pháp thích hợp cho sự phát triển của doanh nghiệp mình nói riêng và toàn ngành điện tử Việt Nam nói chung theo hướng tìm kiếm các thị trường xuất khẩu và dành lại thị phần thị trường hàng điện tử Việt Nam đang trong xu thế được chuyển giao cho các doanh nghiệp nước ngoài một vài năm lại đây.

Gia nhập WTO là mở ra cả một đại dương của những cơ hội và thách thức đang chờ ở phía trước. Những cơ hội và thách thức này gắn kết với nhau và chuyển hóa cho nhau. Nếu chúng ta vượt qua được thách thức thì thách thức trở thành cơ hội. Nếu chúng ta không tận dụng được cơ hội thì cơ hội lại có thể trở thành thách thức. Đối với ngành điện tử nói chung, các doanh nghiệp điện tử nói riêng, thì thách thức hàng đầu chính là tính cạnh tranh ngày càng khốc liệt trên cả thị trường trong nước và xuất khẩu do các hàng rào bảo hộ, cả thuế quan và phi thuế quan, cũng như các chính sách ưu đãi đang dần bị loại bỏ, vì thế đòi hỏi đầu tiên với các doanh nghiệp điện tử trong hội nhập WTO là phải không ngừng lớn lên, cụ thể là phải không ngừng đầu tư và tăng vốn, công nghệ mới, chất lượng lao động để nâng cao hiệu quả sản xuất, kinh doanh và tăng năng lực cạnh tranh.

Cạnh tranh khi gia nhập WTO là một thách thức, sẵn sàng chấp nhận cạnh tranh và không ngừng nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp là vấn đề sống còn đối

---

<sup>2</sup> Nguồn: Tuổi trẻ Online, thứ 6, ngày 16/06/2006

với mọi doanh nghiệp hoạt động sản xuất, kinh doanh trong nền kinh tế thị trường mở cửa và hội nhập hiện nay. Nếu chúng ta biết tận dụng áp lực của cạnh tranh để đổi mới, cải tổ và vươn lên thì đó lại là một cơ hội. Thực tế cho thấy hơn nửa thế kỷ thiếu vắng áp lực của cạnh tranh, nền kinh tế nước ta đã trở nên quá trì trệ và kém hiệu quả. Cũng tương tự như vậy, thị trường rộng mở là một cơ hội, nhưng nếu chúng ta lại không có thứ hàng hóa gì có thể bán được cho thiên hạ thì đó chỉ là sự rộng mở để cho thiên hạ khai thác thị trường trong nước mà thôi.

Xây dựng các giải pháp, chính sách tổng thể nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành điện tử Việt Nam trong giai đoạn hội nhập WTO là việc làm rất cấp thiết và cũng chính là mục tiêu nghiên cứu của đề tài. Thực hiện tốt mục tiêu này phần nào sẽ giúp được các doanh nghiệp điện tử không bị thua cuộc, không bị gạt bỏ ra khỏi thị trường trong quá trình phát triển và hội nhập, đồng thời cũng đáp ứng được mong mỏi của nhiều doanh nghiệp điện tử tại Hội nghị đánh giá thực trạng Công nghiệp Điện tử Việt Nam do Bộ Bưu chính - Viễn thông (nay là Bộ Thông tin và Truyền thông) và Hiệp hội các doanh nghiệp điện tử Việt Nam phối hợp tổ chức ngày 08/6/2006 ở Hà Nội: “Dù được ưu tiên phát triển hay không thì sự ra đời của một chính sách định hướng rõ ràng cho Công nghiệp Điện tử Việt Nam quan trọng hơn tiền đầu tư”<sup>3</sup>, mặc dù hiện tại ngành điện tử Việt Nam vẫn phải tranh thủ nguồn đầu tư nước ngoài để có thể phát triển vì nguồn vốn đầu tư trong nước rất hạn chế.

## **2. Nội dung nghiên cứu:**

Trên cơ sở mục tiêu nghiên cứu đã xây dựng, nhóm nghiên cứu đề tài sẽ tiến hành thực hiện các nội dung sau đây:

- Phân tích thực trạng năng lực cạnh tranh của ngành điện tử Việt Nam trên cơ sở nghiên cứu một số vấn đề lý luận về cạnh tranh, năng lực cạnh tranh và một số nét tổng quan về ngành điện tử Việt Nam.
- Nghiên cứu kinh nghiệm và xu hướng phát triển ngành điện tử của một số nước trong khu vực và trên thế giới.
- Phân tích những tác động của WTO đối với các doanh nghiệp Việt Nam nói chung, các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh điện tử nói riêng. Những thuận lợi, khó khăn, các cơ hội, các thách thức đối với ngành điện tử khi Việt Nam gia nhập WTO. Định hướng chiến lược phát triển ngành và các giải pháp, chính sách tổng thể nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh.

Các nội dung này sẽ được bố cục trong Báo cáo tổng kết kết quả nghiên cứu của đề tài theo các chương, mục tương ứng.

---

<sup>3</sup> Nguồn: Tuổi trẻ Online, thứ 6, ngày 16/06/2006



### **3. Phạm vi và phương pháp nghiên cứu**

Phạm vi nghiên cứu của đề tài được giới hạn trong việc xem xét sự phát triển của ngành điện tử trong hai thập niên trở lại đây và kết quả khảo sát thực trạng năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh điện tử đối với một số nhóm sản phẩm đặc trưng của ngành như điện tử dân dụng, điện tử công nghiệp, điện tử viễn thông, sản xuất máy tính.

Với quan điểm doanh nghiệp là tế bào của nền kinh tế, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp quyết định năng lực cạnh tranh của ngành, của quốc gia, nhóm đề tài tập trung chủ yếu nghiên cứu, phân tích, đánh giá một cách hệ thống kết quả điều tra khảo sát và các tài liệu, dữ liệu thu được từ các nguồn thông tin về thực trạng sản xuất kinh doanh, năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp điện tử, khả năng cạnh tranh của các sản phẩm điện tử được sản xuất tại Việt Nam và bằng phương pháp phân tích ma trận SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat), tiến hành tổ hợp và xây dựng các nhóm giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành điện tử trong giai đoạn hội nhập WTO.

Sau khi xây dựng xong bản thảo Báo cáo tổng kết khoa học, nhóm nghiên cứu sẽ tiến hành xin ý kiến chuyên gia và tổ chức hội thảo khoa học để trao đổi, thảo luận về các kết quả nghiên cứu của đề tài.

Trên cơ sở ý kiến đóng góp của các chuyên gia, nhóm nghiên cứu sẽ tiến hành sửa đổi, điều chỉnh và hoàn thiện nhằm tăng tính khả thi của các kết quả nghiên cứu, tạo cơ sở cho các nhà nghiên cứu, các nhà hoạch định chính sách tham khảo khi tiến hành xây dựng chiến lược phát triển ngành điện tử trong giai đoạn Việt Nam gia nhập WTO.

## Chương I

# THỰC TRẠNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÀNH ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

### 1.1. Một số khái niệm về cạnh tranh, năng lực cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường

#### 1.1.1. Khái niệm về cạnh tranh

Các học thuyết kinh tế thị trường, dù là trường phái nào cũng đều thừa nhận cạnh tranh là linh hồn sống, chỉ xuất hiện và tồn tại trong nền kinh tế thị trường, nơi mà cung - cầu và giá cả hàng hoá là đặc trưng, là những nhân tố cơ bản.

Cạnh tranh là một hiện tượng kinh tế - xã hội phức tạp. Do cách tiếp cận khác nhau, nên có các quan niệm khác nhau về cạnh tranh. Có thể dẫn ra như sau:

Theo Các Mác: "Cạnh tranh là sự ganh đua, sự đấu tranh gay gắt giữa các nhà tư bản nhằm giành giật những điều kiện thuận lợi trong sản xuất và tiêu thụ hàng hoá để thu được lợi nhuận siêu ngạch"<sup>4</sup>.

Theo các tác giả cuốn Từ điển rút gọn về kinh doanh: "Cạnh tranh là sự ganh đua, sự kình địch giữa các nhà kinh doanh trên thị trường nhằm giành cùng một loại tài nguyên sản xuất hoặc cùng một loại khách hàng về phía mình"<sup>5</sup>.

Theo Từ điển Bách khoa của Việt Nam thì: "Cạnh tranh là hoạt động ganh đua giữa những người sản xuất hàng hoá, giữa các thương nhân, các nhà kinh doanh trong nền kinh tế thị trường, chi phối bởi quan hệ cung cầu nhằm giành các điều kiện sản xuất, tiêu thụ và thị trường có lợi nhất"<sup>6</sup>.

Ngoài ra, có thể dẫn ra nhiều cách diễn đạt khác nhau về khái niệm cạnh tranh, song qua các định nghĩa trên có thể tiếp cận về cạnh tranh như sau:

*Thứ nhất*, khi nói đến cạnh tranh là nói đến sự ganh đua nhằm lấy phần thắng của nhiều chủ thể cùng tham dự.

*Thứ hai*, mục đích trực tiếp của cạnh tranh là một đối tượng cụ thể hay một loạt điều kiện có lợi nào đó mà các bên đều muốn giành giật (một cơ hội, một sản phẩm, một dự án hay một thị trường, một khách hàng,...). Mục đích cuối cùng là kiếm được lợi nhuận cao.

---

<sup>4</sup> Các Mác "Mác - Ăng Ghen toàn tập" NXB Sự thật, Hà Nội - 1978

<sup>5</sup> Adam J.H. "Từ điển rút gọn về kinh doanh", NXB Longman York Press - 1993

<sup>6</sup> "Từ điển Bách khoa" NXB Từ điển Bách khoa, Hà Nội - 1995