

Cơ khí Việt khẳng định giá trị “made in Vietnam”

◇ HOÀNG MI

Cơ khí là ngành sản xuất công nghiệp mang tính nền tảng, tuy đã có nhiều chính sách hỗ trợ phát triển nhưng sản phẩm cơ khí Việt Nam còn nhiều hạn chế. Dù có nhiều nguyên nhân, kèm theo đó là tâm lý e ngại hàng cơ khí “made in Vietnam” của chính người Việt, nhưng không ít doanh nghiệp Việt đã thành công trong việc phát triển các sản phẩm cơ khí nhờ tìm hướng đi riêng biệt.

Thương hiệu: cuộc cạnh tranh không cân sức

Thông tin từ hội thảo của Đoàn giám sát, Ủy ban Thường vụ Quốc hội sáng 1/7/2016, mục tiêu ngành cơ khí đáp ứng 45-50% nhu cầu cả nước chưa hoàn thành, một trong những rào cản để phát triển là do một số cấp ủy chính quyền chưa nhận thức được tầm quan trọng của công nghiệp cơ khí chế tạo; ước tính đến hết năm 2015, có trên 1.600 doanh nghiệp (DN) hoạt động trong lĩnh vực sản xuất linh kiện phụ tùng, song tốc độ phát triển lại không cao. Theo Tổng cục Thống kê, 50% cơ sở cơ khí ở Việt Nam chuyên chế tạo, lắp ráp, còn lại chủ yếu là sửa chữa.

Nội lực đã yếu lại phải cạnh tranh với các sản phẩm cơ khí thương hiệu quốc tế, nên ngành cơ khí chế tạo Việt Nam càng khó khăn hơn.

Theo ông Đặng Ngọc Quý, Giám đốc kinh doanh Công ty TNHH Kỹ thuật Công nghệ Nam Sơn, là đơn vị sản xuất và bán các dòng máy laser, đồng thời phân phối máy laser của các nhà sản xuất hàng đầu thế giới như Coherent, SPI, Epilog, GCC..., một trong những khó khăn khi phát triển dòng sản phẩm “made in Vietnam” là sự nghi ngại của chính những DN Việt Nam. Theo lời kể của ông Quý, khi giới thiệu sản phẩm đến DN, các công ty FDI chỉ tập

trung vào chất lượng sản phẩm với những tiêu chí rõ ràng để đánh giá, và xuất xứ sản phẩm hầu như không hề xuất hiện trong bảng đánh giá. Trong khi đó, các DN Việt thường đánh giá sản phẩm theo thương hiệu. Có lần, trong một giao dịch, đối tác dù đánh giá sản phẩm do đơn vị ông sản xuất rất cao nhưng cuối cùng vẫn quyết định mua hàng của một công ty Nhật vì thương hiệu của công ty này.

Cùng tâm trạng này, ông Nguyễn Thế Hà - nhà tư vấn đầu tư cho công ty TNHH Cơ khí Công Nông nghiệp Bùi Văn Ngọ cũng trần trụi về bài học thất bại của sản phẩm cơ khí Việt Nam tại thị trường trong nước. Đó là tình trạng các máy gặt đập liên hợp của các xưởng cơ khí tại vùng Đồng bằng Sông Cửu Long, mặc dù đã chiếm các giải cao trong các hội thi nhờ các giải pháp kỹ thuật để cắt lúa ngã đổ, cải tiến để giảm độ gặt sót, độ rơi rụng hạt lúa và cải tiến các bộ phận truyền động để di chuyển máy gặt đập liên hợp trên nền đất yếu,...nhưng lại không chiếm lĩnh được thị trường. Trong khi đó, cũng với những cải tiến nêu trên, khi được các công ty chế tạo máy nước ngoài ứng dụng, giúp thiết bị của họ thích nghi hơn đối với đồng lúa Nam Bộ đã chiếm lĩnh thị trường máy gặt đập liên hợp trong cuộc cạnh tranh không cân sức với các xưởng cơ khí nhỏ của Việt Nam.



Ông Đặng Ngọc Quý bên cạnh máy cắt và khắc laser công nghiệp “made in Vietnam” Namson PowerMARK. Ảnh: Hoàng Mi.

Tăng nội lực bằng giá trị tăng thêm

Tuy nhiên, bức tranh ngành cơ khí Việt cũng không phải hoàn toàn là màu xám, nhiều điểm sáng đã nổi lên. Trong lĩnh vực cơ khí nông nghiệp, có thể kể đến các doanh nghiệp như Cơ khí Bùi Văn Ngọ, Cơ khí Lamico, Sinco, Buhler Familia,... đã thay thế được các thiết bị xay xát lúa gạo ngoại nhập và chiếm lĩnh phần lớn thị trường nội địa. Với phương châm người làm nông sẽ hiểu công việc của nông dân nhất, các công ty này chủ trương tự đào tạo kỹ thuật viên và công nhân cơ khí nông nghiệp từ lao động nông thôn để tạo ra các máy móc nông nghiệp phù hợp với đất và người Nam Bộ, đồng thời hỗ trợ ngay tức thì khi bà con nông dân cần đến. Mặt khác, chất lượng công nghệ và kỹ thuật cũng được quan tâm nhiều hơn để có thể cạnh tranh với các thương hiệu quốc tế, bằng chính những nghiên cứu được cấp bằng bảo hộ độc quyền sáng chế của mình. Với nhiều bằng độc quyền sáng chế lĩnh vực cơ khí nông nghiệp được Cục Sở hữu trí tuệ cấp cho các nhà sáng chế Việt Nam như:

Đổi mới sáng tạo

└ Mô hình đổi mới

Bằng sáng độc quyền chế số 5607, cấp ngày 17/4/2006, cho sản phẩm “Bơm vô ống phục vụ thủy lợi” của nhà nông Đỗ Văn Trường; Bằng độc quyền sáng chế số 14640, cấp ngày 9/10/2015, cho sản phẩm “Máy xúc lúa” của nhà nông Quách Văn Hôm; Bằng độc quyền sáng chế số 1454, cấp ngày 11/9/1998, cho “Bộ phận xát dùng cho máy xát trắng gạo” của công ty TNHH Cơ khí Công Nông nghiệp Bùi Văn Ngọ,... nhờ đó, các đơn vị này đã phát triển ổn định, ngay cả trong điều kiện khó khăn.

Bên cạnh hướng phát triển dựa trên các sáng chế được bảo hộ, để có thể chiếm lĩnh được lòng tin của người tiêu dùng, các công ty Việt Nam cũng phải bỏ ra nhiều công sức để tạo ra cho mình các “giá trị nội địa” riêng biệt mà không có bất kỳ một công ty nước ngoài nào cạnh tranh được. Đó là các sản phẩm cơ khí “made in Vietnam” có lợi thế về giá so với sản phẩm ngoại nhập từ các quốc gia phát triển, chất lượng ổn hơn sản phẩm từ một số nước trong khu vực, và đặc biệt là khâu hậu mãi được tổ chức khá chu đáo.

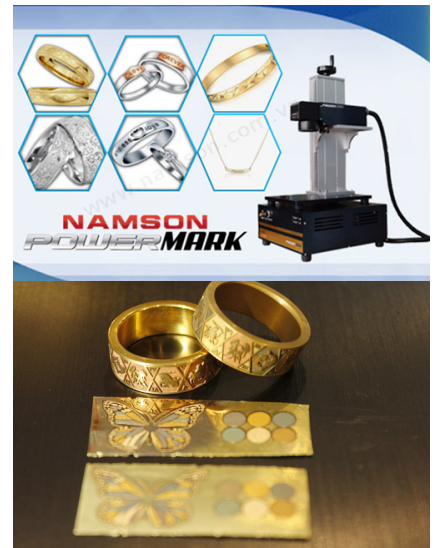
Theo ông Đặng Ngọc Quý, một sản phẩm ngoại nhập dù có chất lượng tốt nhưng khi có vấn đề xảy ra, việc mời các chuyên gia đến làm việc rất tốn kém và khó khăn. Chi phí cho các chuyên gia ít nhất là 2.000 USD/ngày, cộng thêm các chi phí ăn, ở, đi lại và đều quan trọng là mất rất nhiều thời gian. Trong khi đó, DN Việt Nam, chẳng hạn như Nam Sơn, có thể cung cấp kỹ thuật viên ngay khi có yêu cầu. Ngoài ra, chi phí làm việc của kỹ thuật viên trong nước thường không cao, các yêu cầu về ăn, ở, đi lại không đáng kể. Nhờ có chế độ bảo hành tốt, đáp ứng các yêu cầu điều chỉnh sản phẩm của khách hàng mà sản phẩm máy cắt và khắc laser công nghiệp Namson PowerMARK do công ty sản xuất đã được đón nhận tại nhiều công ty lớn như Nidec, SJC, PNJ,... Kể về quyết định ra đời thương hiệu máy cắt và khắc laser công nghiệp “made in Vietnam” đầu tiên tại Việt Nam, ông

Quý cho biết: “ban đầu chúng tôi cũng phải học hỏi rất lâu để quyết định về việc nên có hay không, dòng chữ “Made in Vietnam”, trên sản phẩm của mình. Ngay từ đầu, chính chúng tôi cũng không dám làm nổi bật chi tiết này mà vẫn phải dựa vào tên tuổi của các công ty nước ngoài đã cung cấp các bộ phận quan trọng trong sản phẩm. Tuy nhiên, cuối cùng chúng tôi quyết định: là người Việt thì phải làm truyền thông cho thương hiệu Việt, và đã nhấn mạnh chữ “Made in Vietnam” ở nơi dễ nhận thấy nhất. Cho đến giờ, tuy còn nhiều khó khăn nhưng tôi cảm thấy tự hào về sản phẩm “made in Vietnam” của mình.

Kỳ vọng chính sách đẩy mạnh thương hiệu “made in Vietnam”

Trong những năm gần đây, Nhà nước đã ban hành nhiều chính sách nhằm đẩy mạnh phát triển nền công nghiệp: nếu thuộc đối tượng ưu đãi, DN sẽ được hưởng mức thuế thu nhập DN 10% trong 15 năm (Luật Đầu tư 2014, Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp); miễn thuế nhập khẩu đối với hàng hóa nhập khẩu để tạo tài sản cố định, nguyên liệu, vật tư, linh kiện để thực hiện dự án đầu tư; hay Nghị định số 111/2015/NĐ-CP có nêu rõ 6 ngành ưu tiên phát triển (dệt-may, da-giày, điện tử, sản xuất lắp ráp ô tô, cơ khí chế tạo, sản phẩm công nghiệp hỗ trợ cho công nghệ cao). Riêng đối với ngành cơ khí, Thủ tướng Chính phủ còn có Quyết định số 10/2009/QĐ-TTg ngày 16/01/2009 về phê duyệt cơ chế hỗ trợ phát triển sản xuất sản phẩm cơ khí trọng điểm. Trong đó, quy định rõ về chính sách tín dụng đầu tư, chính sách kích cầu, chính sách đầu tư cho nghiên cứu và phát triển, và các chính sách về thuế, phí. Tuy nhiên, các chính sách này vẫn còn chưa đáp ứng đầy đủ “cơ khát” của các DN Việt trong bối cảnh hiện nay.

Từ góc nhìn của DN, khá nhiều công ty cơ khí nhận định rằng nguồn



nguyên liệu đầu vào của ngành cơ khí không ổn định, lệ thuộc nhiều vào các công ty nước ngoài về giá cả, số lượng và chất lượng. Ví dụ, Công ty CP Thương mại Cơ khí Tân Thanh cho biết, gần 30% phụ tùng lắp ráp xe rơ-mooc và 100% thép cường lực dùng để tạo khung là phải nhập từ nước ngoài. Tại Tổng Công ty Công nghiệp Sài Gòn, những sản phẩm phụ trợ để sử dụng trong quá trình sản xuất tại công ty đòi hỏi chất lượng ổn định, xuất xứ rõ ràng nên đa số phải nhập khẩu do trong nước chưa đáp ứng được hoặc nếu có thì chất lượng không ổn định, giá thành cao.

Do đó, hầu hết các đề xuất từ các DN đều tập trung vào việc hỗ trợ liên kết các DN. Ví dụ, Tổng Công ty Công nghiệp Sài Gòn đề xuất nên có cụm hoặc khu công nghiệp tập trung để sản xuất các sản phẩm công nghiệp hỗ trợ, có khả năng kết nối với nhau để hình thành chuỗi cung ứng cho khách hàng. Ông Đặng Ngọc Quý kỳ vọng về các chính sách để DN trong các khu chế xuất sử dụng nhiều hơn các sản phẩm có nguồn gốc Việt Nam, trong khi các DN này đã nhận khá nhiều ưu đãi từ phía Nhà nước. Cùng chia sẻ, ông Phó Văn Tuyển, Phó Tổng Giám đốc Tổng Công ty Máy động lực Việt Nam kiến nghị về sự bình đẳng cần thiết cho các DN trong nước khi phải cạnh tranh ngay trên sân nhà. □