

NÂNG CAO VỊ THẾ CÁC NHÀ CUNG CẤP NGÀNH Ô TÔ VIỆT NAM TRONG TƯƠNG QUAN MỐI QUAN HỆ VỚI CÁC CÔNG TY ĐA QUỐC GIA

● TRẦN SĨ LÂM - HOÀNG THỊ HUYỀN MAI
- NGUYỄN THỊ HƯƠNG THẢO - VŨ THẢO NHI

TÓM TẮT:

Ngành Ô tô Việt Nam có tiềm năng phát triển rất lớn. Tuy nhiên, vị thế của các nhà cung cấp Việt Nam trong chuỗi cung ứng của các công ty đa quốc gia (ĐQG) ngành Ô tô đang sản xuất lắp ráp tại Việt Nam lại hạn chế. Bài báo phân tích thực trạng vị thế của các nhà cung cấp ngành Ô tô Việt Nam và đề xuất một số giải pháp nhằm thay đổi vị thế cho các nhà cung cấp của Ngành này trong tương quan mối quan hệ với các công ty ĐQG.

Từ khóa: chuỗi cung ứng, công ty đa quốc gia, nhà cung cấp, ngành Ô tô Việt Nam, vị thế.

1. Đặt vấn đề

Một chiếc xe ô tô có khoảng 30.000 phụ tùng linh kiện, tính từ bộ phận lớn cho đến con ốc nhỏ nhất, được làm từ các nguyên liệu khác nhau (sắt thép, cao su, nhựa, kính). Một số bộ phận do các nhà sản xuất ô tô trực tiếp chế tạo ra, các linh kiện còn lại do các nhà sản xuất khác cung cấp được phân cấp theo nhiều tầng lớp khác nhau. Chuỗi cung ứng ngành Ô tô có sự tham gia của rất nhiều nhà cung cấp với rất nhiều chủng loại phụ tùng linh kiện khác nhau từ đơn giản đến phức tạp.

Việt Nam là một trong năm nước ASEAN có ngành Công nghiệp Ô tô. Công nghiệp Ô tô Việt Nam đã phát triển hơn 20 năm và được hưởng nhiều

chính sách ưu đãi của Chính phủ. Với tốc độ tăng trưởng cao và tiềm năng thị trường lớn với 100 triệu dân, Việt Nam đang ở giai đoạn đầu của quá trình motorization. Thị trường ô tô Việt Nam có nhiều triển vọng phát triển. Các công ty ĐQG như: Toyota, Honda, Ford, và Mercedes-Benz,... đều đã thành lập các nhà máy lắp ráp xe tại Việt Nam, (Phạm Minh Đức và các cộng sự, 2019). Các công ty ĐQG này có nhu cầu rất lớn và lâu dài về các phụ tùng, linh kiện từ các nhà cung cấp toàn cầu. Nếu các công ty ĐQG này lựa chọn mua phụ tùng linh kiện từ các nhà cung cấp Việt Nam thì chi phí logistics là thấp nhất và sẽ kiểm soát tốt hơn rủi ro đứt gãy chuỗi cung ứng.

Tuy nhiên, do nhiều lý do, vị thế của các nhà cung cấp Việt Nam trong chuỗi cung ứng của các công ty ĐQG ngành Ô tô lại rất hạn chế. Giá trị tham gia của các nhà cung cấp Việt Nam lại rất hạn chế trong chuỗi giá trị của các công ty ĐQG. Theo Báo cáo của World Bank (2019), trong tổng giá trị XK ô tô của Việt Nam (chủ yếu là ô tô thành phẩm của các công ty ĐQG ngành Ô tô), có hơn 50% giá trị gia tăng nguồn gốc từ nước ngoài, khoảng 30% là trực tiếp từ các nhà lắp ráp ô tô và chỉ khoảng 20% giá trị còn lại là từ các cung cấp phụ tùng ô tô trong nước. Các nhà cung cấp Việt Nam và Chính phủ Việt Nam rất cần tìm ra được các nguyên nhân hạn chế này, để có được các chiến lược và chính sách phù hợp, hiệu quả để từng bước thay đổi vị thế cho các nhà cung cấp Việt Nam trong quan hệ tương quan với các công ty ĐQG. (Hình 1)

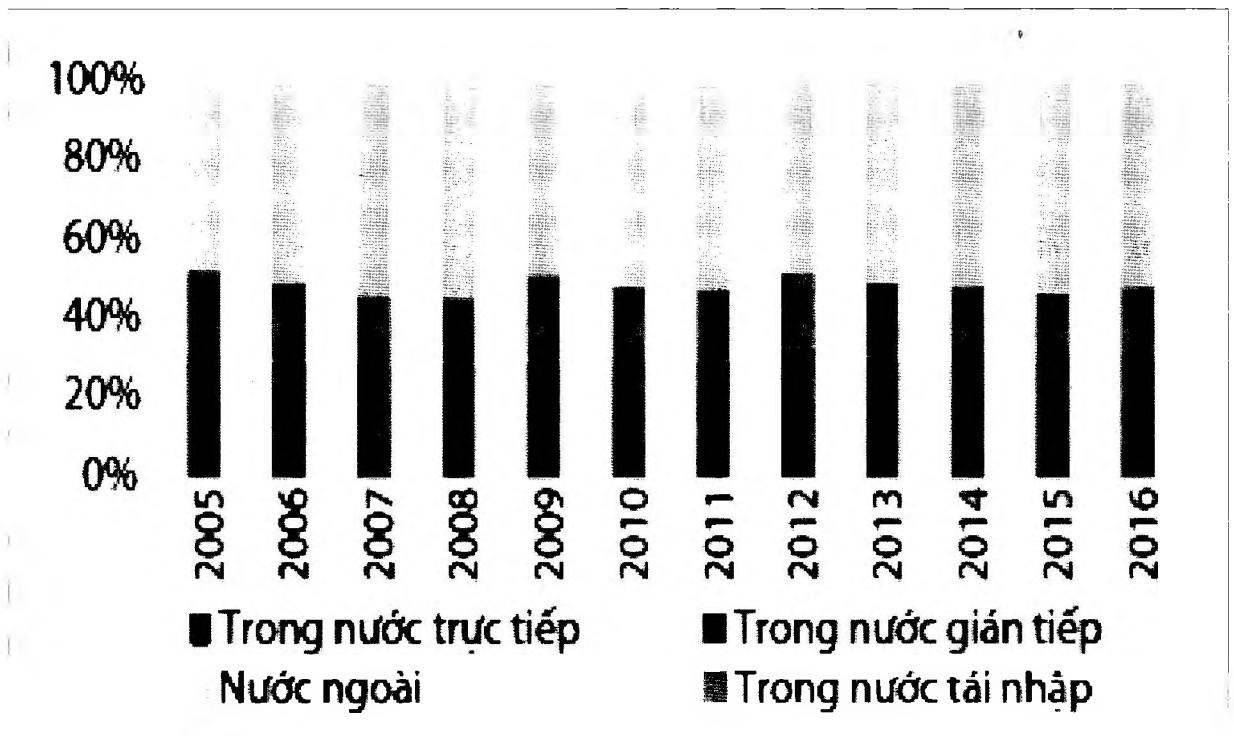
2. Tổng quan về các nhà cung cấp ngành Ô tô Việt Nam

Theo nghiên cứu của JICA và IPSI (2016), so với Thái Lan, số lượng nhà cung cấp của Việt Nam

trong ngành Công nghiệp ô tô vẫn còn rất ít. Thái Lan có gần 700 nhà cung cấp cấp 1, nhưng Việt Nam mới chỉ có gần 100 nhà cung cấp 1. Thái Lan có khoảng 1.700 nhà cung cấp cấp 2, 3, trong khi Việt Nam chỉ có chưa đến 150. Phụ tùng linh kiện ô tô hiện đang sản xuất tại Việt Nam chủ yếu là các phụ tùng thâm dụng lao động, công nghệ giản đơn, như ghế ngồi, kính, săm lốp, bánh xe,... (JICA và IPSI, 2016).

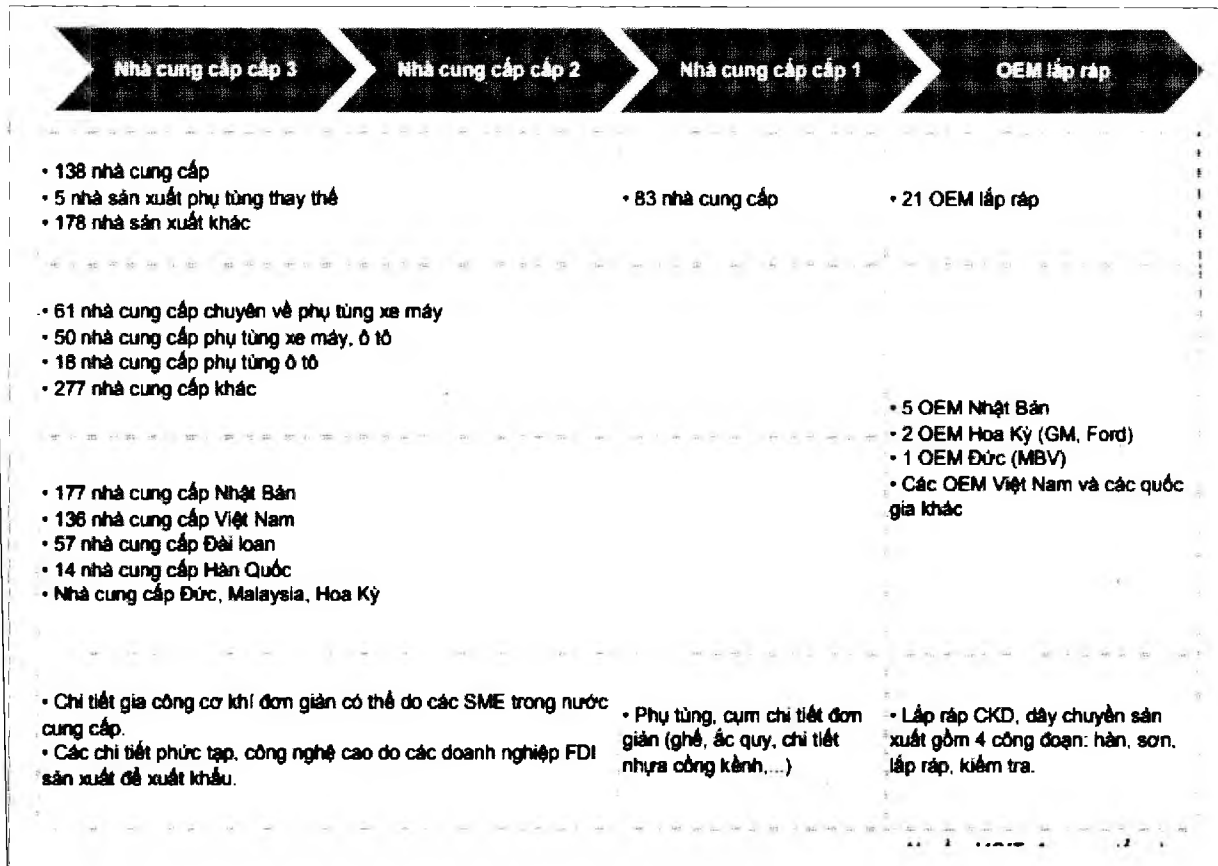
Năng lực nhà cung cấp Việt Nam còn yếu. Trên thực tế, công nghiệp phụ trợ của các doanh nghiệp sản xuất và lắp ráp ô tô trong nước gần như chưa đi được xa khỏi vị trí khởi đầu. Con số được tính trung bình cho các nước có ngành công nghiệp ô tô phát triển là khoảng 1.600 nhà cung cấp linh kiện, phụ tùng cho một hãng ô tô. Như vậy, con số các doanh nghiệp phụ trợ và lắp ráp của Việt Nam được đánh giá là quá ít. Nhiều nhà cung cấp ngành Ô tô Việt Nam chưa tạo được niềm tin thực sự đối với các công ty ĐQG về khả năng cung ứng linh kiện phục vụ lắp ráp ô tô. (Hình 2)

Hình 1: Cơ cấu phân giá trị trong kim ngạch XK ngành Ô tô Việt Nam



Nguồn: World Bank

Hình 2: Các nhà cung cấp ngành ô tô trên thị trường Việt Nam



Nguồn: MOIT

• Về chất lượng và giá thành

Hiện nay, thị trường Việt Nam có 80-90% nhà cung cấp cho các ngành công nghiệp đòi hỏi yêu cầu kỹ thuật cao như ngành Ô tô là các doanh nghiệp có vốn nước ngoài đến từ các cường quốc công nghiệp như Nhật Bản, Mỹ, Đức,... Đây đều là các công ty đã có chỗ đứng nhất định trên thị trường thế giới, đảm bảo cả về số lượng và chất lượng sản phẩm cung ứng ra thị trường với giá cạnh tranh. Trong khi đó, các nhà cung cấp Việt Nam với dây chuyền thô sơ, lạc hậu, quy mô nhỏ, không thể đảm bảo đồng nhất chất lượng. Thực tế hiện nay, nhập khẩu nguyên vật liệu đầu vào cho công nghiệp hỗ trợ ngành Ô tô vẫn còn phải chịu thuế suất trong khi nhiều linh phụ kiện nhập khẩu lại đã có thuế suất về 0%. Do đó, có nghịch lý là linh phụ kiện sản xuất trong nước có giá thành cao hơn linh phụ kiện cùng loại nhập khẩu.

Chất lượng linh phụ kiện của các nhà cung cấp trong nước dù đã có nhiều cải tiến, nhưng vẫn bị các đối tác nước ngoài đánh giá chưa đảm bảo yêu cầu. Hợp đồng giao hàng còn chậm ảnh hưởng đến tiến độ sản xuất của công ty ĐQG. (Hoàng Anh, 2020).

• Về năng lực sản xuất và công nghệ

Nếu năm 2017, xuất khẩu phụ tùng ô tô của Việt Nam chỉ đạt 2,99 tỷ USD, đến năm 2019, con số này đạt kỷ lục 5,64 tỷ USD. Năm 2020, bất chấp đại dịch covid-19, xuất khẩu phụ tùng của Việt Nam vẫn đạt gần 5 tỷ USD. Riêng 2 tháng đầu năm 2021, bình quân mỗi 2 tuần, Việt Nam xuất khẩu 200 triệu USD phụ tùng ô tô, đưa kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này trong 2 tháng đầu năm đạt 786 triệu USD. Việt Nam đang xuất siêu phụ tùng ô tô ở mức khoảng 1 tỷ USD/năm và đủ điều kiện đóng vai trò là nhà sản xuất thiết bị giá gốc (OEM) một số linh kiện ô tô.

Tuy không thể phủ nhận là nhân công người Việt cũng có sự khéo tay, tính chuyên cần trong những công đoạn tỉ mỉ như uốn bó cuộn dây điện, hoặc cạo gờ ba-via chi tiết nhựa, nhưng những công đoạn này vẫn đang được làm theo lối mòn, không có nhiều sự đổi mới sáng tạo.

● **Về sự hợp tác và liên kết**

Các nhà cung cấp Việt Nam hiện nay đa số vẫn đang tư duy kinh doanh theo mục tiêu ngắn hạn, tức là tập trung đáp ứng các hợp đồng ngắn hạn, ít chú trọng vào việc tạo lập và xây dựng mối quan hệ hợp tác lâu dài gắn liền với việc trao đổi thông tin thường xuyên với các doanh nghiệp mua hàng.

Các dịch vụ chăm sóc khách hàng hậu mãi cũng chưa thực sự nhận được nhiều sự quan tâm của các nhà cung cấp Việt Nam, công tác xử lý hàng lỗi vẫn còn nhiều chậm trễ. Tất cả các yếu tố này làm giảm đáng kể sức hấp dẫn của các nhà cung cấp Việt Nam so với các doanh nghiệp vốn nước ngoài khác trên thị trường.

3. Tương quan vị thế của các nhà cung cấp ngành Ô tô Việt Nam trong chuỗi cung ứng của các công ty ĐQG sản xuất lắp ráp ô tô tại Việt Nam

Mặc dù ngành Công nghiệp Ô tô Việt Nam đã có thời gian phát triển nhất định, nhưng đến thời điểm hiện tại, số lượng nhà cung cấp thực sự có thể tham gia vào chuỗi cung ứng và tạo được mối quan hệ chặt chẽ với các công ty ĐQG còn rất ít.

Các công ty ĐQG sản xuất ô tô đã đặt nhà máy lắp ráp ô tô ở nhiều nơi trên khắp Việt Nam, với mong muốn gia tăng tỷ lệ nội địa hóa cho các sản phẩm đưa ra thị trường Việt Nam, tuy nhiên phần lớn linh kiện vẫn phải nhập khẩu, đặc biệt là các linh kiện yêu cầu cao về độ tỉ mỉ và trình độ kỹ thuật cao. Các nhà cung cấp Việt Nam mới chỉ đáp ứng những bộ phận giản đơn.

Trong chuỗi cung ứng của Toyota Việt Nam, chỉ có một con số rất nhỏ trong số lượng nhà cung cấp khổng lồ cung cấp linh kiện cho Nhà máy Toyota Việt Nam, nổi bật nhất là Công ty cổ phần Nhựa Hà Nội (HPC), đơn vị thành viên của Tập đoàn An Phát. Đây là một trong số ít nhà cung cấp được Toyota Việt Nam xem là đối tác chiến lược trong việc gia tăng tỷ lệ nội địa hóa của các dòng

xe lắp ráp tại Việt Nam và là đối tác chủ yếu cung cấp các linh kiện nhựa. Năm 2010, HPC chỉ cung cấp được cho Toyota Việt Nam một sản phẩm thì đến năm 2018 đã đạt con số 30 đầu mục sản phẩm. Toyota Việt Nam luôn tăng cường tiêu chuẩn hóa bộ phận cấu thành sản phẩm. Đây là cách Toyota Việt Nam không ngừng Chu trình cải tiến liên tục (PDCA) chất lượng ô tô thành phẩm vừa góp phần nâng cao năng lực của các nhà cung cấp. Tuy nhiên, với các tiêu chuẩn đặt ra nghiêm ngặt như vậy, việc lựa chọn đối tác chiến lược của Toyota Việt Nam cũng diễn ra rất kỹ càng. Nhiều nhà cung cấp Việt Nam không thể đáp ứng các tiêu chuẩn này và không thể tham gia chuỗi cung ứng của Toyota Việt Nam.

Thời gian qua, Honda Việt Nam đã xây dựng được mạng lưới các nhà cung cấp rộng lớn cho mình. Cụ thể, Honda Việt Nam đã xây dựng được mối quan hệ với khoảng 110 nhà cung cấp. Tuy nhiên, theo thống kê của Honda Việt Nam, mới chỉ có khoảng 23 doanh nghiệp trong số đó là doanh nghiệp 100% vốn Việt Nam, còn lại là các nhà cung cấp nước ngoài như Nhật Bản, Đài Loan, Hàn Quốc, và châu Âu như: Nippon Seiki (cung cấp bảng điều khiển); Thyssen Krupp (cung cấp phanh);...

Các nhà cung cấp Việt Nam mới chỉ tạm thời đáp ứng một phần nhu cầu của các doanh nghiệp sản xuất ô tô châu Á, cụ thể là các nhà sản xuất ô tô Nhật Bản, chưa thực sự đáp ứng được các tiêu chuẩn của các doanh nghiệp từ châu Âu, châu Mỹ. Con số các nhà cung cấp Việt Nam trong chuỗi cung ứng của các doanh nghiệp này rất hạn chế. Một trong những nhà cung cấp thành công nhất là Công ty TNHH Cơ khí chính xác Thăng Long nhưng cũng chỉ có 5 chi tiết đạt yêu cầu của Ford Việt Nam. Còn lại, hầu hết linh kiện Ford Việt Nam đều phải nhập khẩu hoặc do các công ty FDI tại Việt Nam đáp ứng.

Hiện nay, hầu hết các nhà cung cấp Việt Nam đang ở vị thế hạn chế trong mối quan hệ tương quan với các công ty ĐQG ngành Ô tô sản xuất lắp ráp trong nước. Một phần nguyên nhân là các nhà cung cấp Việt Nam chưa đủ tiềm lực để đáp ứng các tiêu chuẩn mà công ty ĐQG đặt ra. Một

chiếc ô tô được lắp ráp từ hàng nghìn chi tiết linh kiện lớn nhỏ, gồm nhà cung cấp cấp 1, cấp 2, cấp 3 và nhà cung cấp nguyên vật liệu, mỗi tầng lại gồm rất nhiều nhà cung cấp khác nhau. Nhà cung cấp cấp 2 và 3 cần phải tuân thủ chặt chẽ yêu cầu sản xuất như chất lượng/chi phí/giao hàng (QCD), trong khi nhà cung cấp cấp 1 cần thỏa mãn thêm yêu cầu về năng lực nghiên cứu và phát triển (R&D). Với các nhà cung cấp Việt Nam hiện nay, năng lực QCD vẫn còn là vấn đề lớn do một bộ phận lớn các nhà cung cấp không đáp ứng được các tiêu chuẩn để gia nhập chuỗi cung ứng, các linh kiện ô tô yêu cầu tiêu chuẩn rất cao về chất lượng, độ an toàn và các yếu tố môi trường, trong khi các nhà cung cấp Việt Nam hầu hết chưa đạt đủ trình độ để xin cấp phép, nhượng quyền, chuyển giao công nghệ với các nhà cung cấp chính hãng cũng như vận hành các dây chuyền sản xuất hiện đại.

Chính vì như vậy, dẫn đến việc các nhà cung cấp Việt Nam hầu hết chỉ nằm trong mối quan hệ với các công ty ĐQG ở cấp độ mua bán thông thường hoặc gián tiếp thông qua các nhà cung cấp lớn khác. Các nhà cung cấp Việt Nam vì lí do hạn chế về tài chính, công nghệ, năng lực quản trị, chỉ có thể cung ứng một số sản phẩm nhất định, ít đổi mới và hàm lượng kỹ thuật không cao. Thiếu vốn dẫn đến tình trạng các nhà cung cấp trong nước không có điều kiện để lựa chọn sản xuất các linh phụ kiện có chất lượng cao, cũng như đầu tư vào đổi mới công nghệ và hiện đại hóa dây chuyền sản xuất. Do đó, phía các công ty ĐQG thường cũng chỉ đặt hàng từ các nhà cung cấp Việt Nam theo từng hợp đồng riêng lẻ, không cố định, sự trao đổi qua lại giữa hai bên diễn ra rất hạn chế.

4. Giải pháp nâng cao vị thế cho các nhà cung cấp ngành Ô tô Việt Nam

4.1. Về phía các nhà cung cấp Việt Nam

• Tập trung đầu tư vào R&D và công nghệ

Các nhà cung cấp Việt Nam cần tập trung đầu tư cho R&D và không ngừng đổi mới công nghệ để có thể sản xuất và cung cấp các linh phụ kiện có hàm lượng giá trị cao hơn. Các nhà cung cấp Việt Nam cần tập trung phát triển bí quyết công nghệ riêng để tạo ra các linh phụ kiện chất lượng tốt, đáp ứng các

tiêu chuẩn khắt khe của các công ty ĐQG ngành Ô tô mà lại giá thành rẻ hơn linh phụ kiện cùng loại nhập khẩu từ nước ngoài.

Các nhà cung cấp Việt Nam cần mạnh dạn đầu tư vào công nghệ tiên tiến, kết hợp với đổi mới quy trình sản xuất để tăng năng suất và chất lượng, đồng thời giảm chi phí, giảm giá thành sản phẩm, đáp ứng yêu cầu về chất lượng, giá cả và thời gian giao hàng của các công ty ĐQG.

Các nhà cung cấp Việt Nam cần hợp tác chặt chẽ hơn nữa với các công ty ĐQG để được hưởng lợi từ các chương trình chuyển giao công nghệ kỹ thuật của các công ty ĐQG. Các công ty ĐQG có cơ sở sản xuất lắp ráp tại Việt Nam luôn có chương trình và chính sách hỗ trợ các nhà cung cấp nội địa để tiết kiệm chi phí logistics và giảm rủi ro đứt gãy chuỗi cung ứng khi quá phụ thuộc vào nhập khẩu linh phụ kiện từ nước ngoài.

• Chú trọng phát triển nguồn nhân lực

Một trong những điểm yếu khiến các nhà cung cấp Việt Nam yếu thế trong mối quan hệ với các công ty ĐQG nằm ở trình độ lao động. Lao động có năng suất thấp và kỹ năng yếu ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động của doanh nghiệp, làm giảm chất lượng sản phẩm và không lấy được lòng tin từ đối tác. Các nhà cung cấp Việt Nam cần có chính sách tự đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho chính mình. Các nhà cung cấp Việt Nam cũng cần phải đầu tư phát triển năng lực và kỹ năng quản trị cho các nhà quản lý các cấp. Đặc biệt là năng lực và các kỹ năng còn hạn chế như: quản trị nhân lực, quản trị marketing, hiểu biết pháp lý,...

• Chủ động hơn nữa tiếp cận vốn đầu tư

Các nhà cung cấp Việt Nam cần chủ động hơn tiếp cận vốn đầu tư cho sản xuất. Vốn không chỉ vay ngân hàng mà còn nên từ cả các tổ chức tài chính tín dụng khác. Các nhà cung cấp Việt Nam cần chủ động hơn nữa tìm kiếm các nhà đầu tư, đối tác thông qua các kênh khác nhau như khách hàng, đối tác truyền thống, hội chợ thương mại hoặc xúc tiến thương mại, các cuộc hội thảo. Các nhà cung cấp Việt Nam cũng cần chủ động tìm kiếm hỗ trợ vốn từ các chương trình, dự án quốc gia, quốc tế cho ngành công nghiệp.

4.2. Về phía các cơ quan quản lý nhà nước

• *Tạo môi trường sản xuất kinh doanh thuận lợi hơn nữa cho cả các công ty ĐQG và các nhà cung cấp trong nước*

Chính phủ và Ủy ban nhân dân các địa phương cần có chính sách, cơ chế tạo điều kiện thuận lợi cho các công ty ĐQG, trong đó có các công ty ĐQG ngành Ô tô đến đầu tư cơ sở sản xuất lắp ráp lâu dài tại Việt Nam. Đồng thời, cần có chính sách thuận lợi cho các nhà cung cấp trong nước, trong đó có các nhà cung cấp linh phụ kiện ngành ô tô có môi trường và điều kiện thuận lợi để phát triển sản xuất - kinh doanh bền vững, cạnh tranh.

• *Tăng cường các chương trình hỗ trợ kết nối các công ty ĐQG và các nhà cung cấp trong nước*

Nhà nước mà cụ thể là Bộ Công Thương cần phải đẩy mạnh các chương trình kết nối giữa các nhà cung cấp trong nước với các công ty ĐQG đến tất cả các tỉnh thành trong cả nước, để các nhà cung cấp Việt Nam có thể nhanh chóng tiếp cận được với các công ty ĐQG ngành Ô tô đang có nhu cầu tìm kiếm nhà cung cấp tiềm năng; cũng như hỗ trợ các công ty ĐQG có thể nhanh chóng tìm được các nhà cung cấp đáng tin cậy trong nước. Bộ Công Thương cần đẩy mạnh hơn nữa các chương trình, hội thảo hoặc hội chợ và triển lãm thương mại, đây là các hoạt động rất cần thiết cho cả các công ty ĐQG và các nhà cung cấp trong nước của ngành Ô tô tiếp cận với nhiều cơ hội hợp tác.

• *Đẩy mạnh hơn nữa các chương trình hỗ trợ phát triển các nhà cung cấp trong nước về công nghệ, vốn và kỹ năng quản trị*

Bộ Công Thương cần đẩy mạnh các chương trình hỗ trợ các nhà cung cấp trong nước, trong đó có các nhà cung cấp ngành Ô tô về công nghệ mới,

chuyển giao từ nước ngoài hay các cơ sở nghiên cứu, các trường đại học trong nước.

Đặc biệt, Bộ Công Thương cần phối hợp với các cơ sở đào tạo, các trường đại học để đào tạo cho các nhà cung cấp Việt Nam, trong đó có các nhà cung cấp linh phụ kiện ngành Ô tô các kiến thức kỹ năng thiết yếu, có giá trị ứng dụng cao. Ngoài ra, cần thiết kế các chương trình đào tạo ngắn, tập trung vào thực hành, thời gian học và hình thức học linh hoạt mềm dẻo phù hợp với nhu cầu, khả năng của các nhà cung cấp Việt Nam.

Bộ Tài chính và Bộ Công Thương cần phối hợp các chương trình hỗ trợ có ưu tiên có trọng điểm về vốn, nguồn lực tài chính cho các nhà cung cấp Việt Nam được đánh giá lựa chọn, trong đó các nhà cung cấp trong nước có uy tín có thể tiếp cận thuận lợi các nguồn vốn, có thể tận dụng các đòn bẩy tài chính để phát triển năng lực của mình.

5. Kết luận

Ngành Ô tô Việt Nam là ngành có tiềm năng phát triển rất lớn. Chính vì vậy, nhiều công ty ĐQG ngành Ô tô đã quyết định lựa chọn đặt cơ sở sản xuất lắp ráp lâu dài tại Việt Nam. Tuy nhiên, vì nhiều lý do, vị thế của các nhà cung cấp linh phụ kiện ngành Ô tô Việt Nam trong chuỗi cung ứng của các công ty ĐQG này lại rất hạn chế. Do đó, cần thay đổi vị thế cho các nhà cung cấp Việt Nam theo hướng có lợi và bền vững. Bên cạnh đó, thì các nhà cung cấp Việt Nam cũng cần thay đổi và điều chỉnh chiến lược sản xuất - kinh doanh, áp dụng mô hình sản xuất kinh doanh hiệu quả, hiện đại hơn. Đồng thời, Chính phủ Việt Nam và chính quyền địa phương các cấp cần có các quyết sách quyết liệt, kiên trì hơn, thiết thực hơn, hiệu quả hơn để hỗ trợ các nhà cung cấp trong nước ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Hoàng Anh (2020), Linh kiện ô tô: Mất tính cạnh tranh vì sản xuất trong nước giá cao hơn nhập khẩu. <https://vovgiaothong.vn/linh-kien-o-to-mat-tinh-canh-tranh-vi-san-xuat-trong-nuoc-gia-cao-hon-nhap-khau>.
2. Phạm Minh Đức và các cộng sự (2019), *Việt Nam: Kết nối chuỗi giá trị để nâng cao năng lực cạnh tranh thương mại*. The World Bank.
3. JICA và IPSI (2016), *Nghiên cứu về công nghiệp hỗ trợ trong công nghiệp ô tô tại Việt Nam*.

4. Nguyễn Thị Bích Liên và Nguyễn Thị Thúy Quỳnh (2019), Phát triển công nghiệp hỗ trợ ngành Ô tô: Thực trạng và giải pháp. *Tạp chí Tài chính*, <https://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/phat-trien-cong-nghiep-ho-tro-nganh-o-to-thuc-trang-va-giai-phap-309348.html>.

5. Martin Schroder. (2017). *Viet Nams Automotive Supplier Industry: Development Prospects under Conditions of Free Trade and Global Production Networks*. Indonesia: Economic Research Institute for ASEAN and East Asia.

6. VietinBank Securities (2019), Báo cáo ngành Ô tô. <https://www.vietinbank.vn/investmentbanking/resources/reports/042019-CTS-BCnganhoto.pdf>.

Ngày nhận bài: 10/3/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 10/4/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 22/4/2021

Thông tin tác giả:

1. PGS. TS. TRẦN SĨ LÂM

2. CN. HOÀNG THỊ HUYỀN MAI

3. ThS. NGUYỄN THỊ HƯƠNG THẢO

4. CN. VŨ THỊ THẢO NHI

Trường Đại học Ngoại Thương

PROMOTING THE ROLE OF VIETNAMESE SUPPLIERS IN THE AUTOMOTIVE SUPPLY CHAIN OF MULTINATIONAL COMPANIES

● Assoc.Prof. Ph.D **TRAN SI LAM**

● **HOANG THI HUYEN MAI**

● Master. **NGUYEN THI HUONG THAO**

● **VU THI THAO NHI**

Foreign Trade University

ABSTRACT:

Vietnams automotive industry has huge development potential. However, Vietnamese suppliers are playing a relatively minor role in the supply chains of multinational automakers which are opeating in Vietnam. This paper analyzes the current role of Vietnamese suppliers and propose some solutions to promote the role of Vietnamese suppliers in the automotive supply chain of multinational companies.

Keywords: supply chain, multinational companies, supplier, Vietnams automotive industry, position.