



Review Article

Catch-up Possibility of Vietnam's Industries and Firms as Latecomers

Do Huyen Trang*

VNU University of Social Sciences and Humanities, 336 Nguyen Trai, Thanh Xuan, Hanoi, Vietnam

Received 30 June 2023

Revised 09 September 2023; Accepted 17 September 2023

Abstract: Growth in some parts of Asia stayed promising even in the challenging circumstances. Despite difficulties posed, Vietnam as well as other ASEAN neighbours were able to maintain a positive growth rates. In fact, some of the top export areas of the country have not shown signs of being majorly impacted by the challenging circumstances. It was rather the strategic movement as well as (technological) capability accumulation of firm that matter the most. This paper looks at the intersection between OEM-ODM-OBM trajectory and the current window of opportunities to see if a possibility of securing a leading export position exists.

Keywords: Catch-up, OEM-ODM-OBM, technological capability, window of opportunity.

* Corresponding author.

E-mail address: trangdh@vnu.edu.vn

<https://doi.org/10.25073/2588-1116/vnupam.4443>

Cơ hội bất kịp cho các ngành và doanh nghiệp đi sau của Việt Nam

Đỗ Huyền Trang*

*Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội,
336 Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội, Việt Nam*

Nhận ngày 30 tháng 6 năm 2023

Chỉnh sửa ngày 09 tháng 9 năm 2023; Chấp nhận đăng ngày 17 tháng 9 năm 2023

Tóm tắt: Ngay trong bối cảnh đầy thách thức, một số khu vực ở châu Á vẫn giữ được mức tăng trưởng đầy hứa hẹn. Trong đó phải kể đến Việt Nam cũng như các nước láng giềng ASEAN với khả năng duy trì tốc độ tăng trưởng dương. Trên thực tế, một số lĩnh vực xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam thậm chí ít có dấu hiệu bị ảnh hưởng bởi những khó khăn đến từ môi trường, Đứng trước quan điểm chiến lược và sự tích lũy năng lực (công nghệ) của các doanh nghiệp chính là yếu tố then chốt làm nên thành công nói trên, bài viết này xem xét sự đóng góp của mô hình OEM-ODM-OBM và cửa sổ cơ hội tới năng lực hiện tại và khả năng duy trì vị thế xuất khẩu hàng đầu của một số ngành hàng của Việt Nam.

Từ khoá: Bất kịp, OEM-ODM-OBM, năng lực (công nghệ), cửa sổ cơ hội.

1. Bối cảnh

Ngay trong bối cảnh đầy thách thức, một số khu vực ở châu Á vẫn giữ được mức tăng trưởng đầy hứa hẹn. Bất chấp những khó khăn do đại dịch COVID-19, cuộc chiến giữa Nga và Ukraina, và xu hướng giảm của tăng trưởng kinh tế toàn cầu, các quốc gia thuộc hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN), Trung Quốc và Ấn Độ vẫn giữ được mức tăng trưởng ổn định trong giai đoạn 2020 – 2022 và được dự báo tăng trong giai đoạn 2023 – 2024. Đặc biệt nhóm năm nền kinh tế mới lớn nhất của khối ASEAN bao gồm Indonesia, Malaysia, Thailand, Phillipines và Việt Nam đều có kết quả tăng trưởng đáng khích lệ, với chỉ số tăng trưởng tổng sản phẩm quốc nội (GDP) trung bình của nhóm các nền kinh tế mới khu vực Asian được dự báo là 5,4% vào năm

2024. Theo Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế (OECD), tốc độ tăng trưởng GDP trung bình của các nước châu Á mới nổi dự kiến sẽ tăng lên 5,3% vào năm 2023 và 5,4% vào năm 2024. Tăng trưởng GDP thực tế trung bình của ASEAN được dự báo sẽ đạt 4,6% vào năm 2023 và 4,8% vào năm 2024, yếu hơn so với năm 2022, nhưng cho thấy khả năng phục hồi tốt (xem Bảng 1). Trong đó, nền kinh tế Việt Nam tăng trưởng 8,0% vào năm 2022, vượt tốc độ tăng trưởng toàn cầu và dự kiến đạt mức 6,4% vào năm 2023, được thúc đẩy bởi đầu tư nước ngoài vào sản xuất, đặc biệt là trong lĩnh vực điện tử, máy móc và giày dép. Các chuyên gia cũng cho rằng Việt Nam đã đạt được những thành tích trên một phần nhờ vào các chính sách kinh tế vĩ mô phù hợp trong đó nhấn mạnh tính hiệu quả của chính sách xuất khẩu cũng như nhu

* Tác giả liên hệ.

Địa chỉ email: trangdh@vnu.edu.vn

<https://doi.org/10.25073/2588-1116/vnupam.4443>

cầu nội địa lớn tại một số thị trường xuất khẩu trọng điểm. Việt Nam cũng được hưởng lợi từ

quyết định chấm dứt chính sách “Không COVID” của Trung Quốc.

Bảng 1. Tăng trưởng GDP thực tế và dự báo của các nước ASEAN-5 (đvt: phần trăm)

ASEAN-5	2021	2022	2023	2024
Indonesia	3,7	5,3	4,7	5,1
Malaysia	3,1	8,7	4,0	4,2
Philippines	5,7	7,6	5,7	6,1
Thái Lan	1,5	2,6	3,8	3,9
Việt Nam	2,6	8,0	6,4	6,6

Nguồn: báo cáo của OECD năm 2023.

Việt Nam, cùng với các nước Đông Nam Á khác như Thái Lan, Malaysia, Indonesia, Philippines, được coi là đại diện cho các nền kinh tế mới nổi tiếp theo, sau thành tích tuyệt vời của một số quốc gia khối BRICs (Brazil, Nga, Ấn Độ, Trung Quốc và Nam Phi). Hobday [1] cho rằng Việt Nam, cùng với các nước láng giềng ASEAN khác như Malaysia hay Indonesia, có thể hình thành một khu vực sản xuất với chi phí sản xuất thấp hơn, biến khu vực này thành nhóm quốc gia bất kịp (công nghệ) tiếp theo. Từ đó, có thể thấy những chuyển biến ổn định của khu vực trong tăng trưởng kinh tế nói chung và hoạt động sản xuất. Một vài ngành công nghiệp đã thành công trong việc trở thành các nhà sản xuất và xuất khẩu lớn nhất thế giới nổi bật có linh kiện ô tô của Thái Lan, điện tử hay dầu cọ của Malaysia. Việt Nam, với tư cách là một trong những nước ASEAN-5 mới nổi, cũng đạt được vị trí dẫn đầu về giày dép (thứ hai thế giới), gạo (thứ hai thế giới). Các nghiên cứu được thực hiện ở Thái Lan và Malaysia, cho thấy những kết quả tiềm năng về khả năng bất kịp và các quốc gia này thực sự đã có một số các ngành và doanh nghiệp bất kịp thành công [2], ví dụ như ngành linh kiện ô tô, biogas ở Thái Lan [3, 4] và điện tử ở Malaysia [5].

Tuy nhiên, trong các báo cáo về khu vực kể từ năm 2014, Ngân hàng phát triển châu Á (ADB) cho rằng khu vực Đông Nam Á khó duy trì lợi thế tuyệt đối về mức lương thấp và dân số đông và do đó việc phát triển dựa trên các ngành sản xuất thâm dụng lao động trong khu vực FDI sẽ không còn đảm bảo công nghiệp hóa nhanh

chóng như trước đây. Và do đó, hướng tới một nền kinh tế dựa trên tri thức, thúc đẩy bởi đổi mới sẽ là xu hướng phát triển bền vững của các quốc gia này. Điều này cũng sẽ giúp tránh bẫy thu nhập trung bình hiện đang thách thức Malaysia và Thái Lan. Tuy đã có nhiều nghiên cứu về bất kịp tại khu vực Đông Nam Á và các nước láng giềng, có rất ít nghiên cứu được thực hiện để điều tra triển vọng bất kịp của Việt Nam, ở cả cấp quốc gia và cấp doanh nghiệp. Bài viết sẽ tập trung xem xét tương quan giữa khả năng bất kịp của Việt Nam và những tiếp cận có liên quan trong bối cảnh nền kinh tế hiện tại.

2. Khái niệm đi sau (*latecomer*)

Khái niệm *latecomer* được sử dụng trong bài viết này xuất phát từ Gerschenkron [6] khi ông nghiên cứu sự trỗi dậy của các nước “công nghiệp hóa muộn” ở châu Âu, những nước mà ông gọi là “các nước lạc hậu”. Những quốc gia đó đã phải đối mặt với tình trạng gia nhập ngành muộn với những hạn chế, khó khăn và thiếu thốn ở mọi mặt. Ngược lại, có những nước công nghiệp hóa hoặc tiên tiến – có lợi thế đi đầu, xây dựng lợi thế cạnh tranh dựa trên sự tích lũy nguồn lực dồi dào. Ngoài ra còn có những công ty đến sau – là những công ty đáp ứng bốn điều kiện gia nhập ngành, nguồn lực, mục đích chiến lược và vị thế cạnh tranh [7, 8]. Hoặc họ là một công ty sản xuất hoạt động kém hiệu quả với hai nhóm bất lợi cạnh tranh - công nghệ và thị trường [1]. Sử dụng cách tiếp cận thể chế, Li và

Kozhikode [9] nhấn mạnh bối cảnh thể chế của các nền kinh tế mới nổi khi họ mô tả các công ty đi sau là một công ty trong nước trong một nền kinh tế mới nổi tham gia vào ngành công nghiệp toàn cầu nơi các công ty giàu tài nguyên chiếm ưu thế.

Một số tác giả cho rằng, những quốc gia đi trước do sở hữu lợi thế cạnh tranh bền vững và trữ lượng tài nguyên dồi dào, phong phú nên có thể xây dựng rào cản gia nhập cao, giữ vững vị thế là quốc gia dẫn đầu, trong khi những nước đi sau sẽ khó bắt kịp do bất lợi. Tuy nhiên, sự thành công của một số quốc gia và nhà sản xuất đi sau đã chứng minh rằng lợi thế cạnh tranh tương chừng như bền vững có thể bị suy yếu, các rào cản gia nhập có thể bị vượt qua, và việc bắt chước và làm theo chiến lược của những người đi trước mang lại những lợi thế có thể cân bằng một phần những bất lợi của chiến lược đi sau này [7]. Làm thế nào để những người đến sau vượt qua mọi trở ngại và tiến tới vị trí dẫn đầu một cách thành công? Các quốc gia hoặc doanh nghiệp đi sau có thể chọn đi theo con đường công nghiệp hóa của những người đi trước hoặc bỏ qua một số bước trên con đường đó hoặc thậm chí tạo ra con đường riêng để bắt kịp [10].

Với nguồn lực hạn chế và trình độ công nghệ thấp, các doanh nghiệp đi sau thường bắt đầu đuổi kịp bằng việc thiết lập các mối liên kết, chẳng hạn tự đưa mình vào vị trí công ty con của các MNC trong chuỗi giá trị toàn cầu để có được nguồn lực, công nghệ, kiến thức. Có nhiều cơ chế tích lũy nguồn nước ngoài khác nhau, thông qua đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), liên doanh, cấp phép, OEM-ODM, hợp đồng phụ, phương tiện không chính thức - sao chép, đào tạo ở nước ngoài, tuyển dụng, người trở về, đầu tư ra nước ngoài và quan hệ đối tác chiến lược về công nghệ [11]. Lợi thế về chi phí lao động có thể giúp họ bắt chước công nghệ nước ngoài, từ đó sản xuất ra các sản phẩm tương tự với chi phí thấp hơn so với các công ty đi trước. Nhưng khi các doanh nghiệp và công nghệ phát triển, đến một điểm nhất định, lợi nhuận biên sẽ giảm xuống, buộc các doanh nghiệp phải lựa chọn giữa việc duy trì trình độ công nghệ hiện tại để rồi thất bại, hay tiếp tục bắt kịp bằng cách đầu tư vào năng lực

R&D của chính họ hoặc tiếp tục đuổi kịp, tích lũy năng lực đổi mới

2.1. Lợi thế và bất lợi của “chiến lược latecomer”

Trên con đường công nghiệp hóa, những quốc gia, doanh nghiệp đi sau sẽ có cả thuận lợi và khó khăn. Đó là một tình huống hỗn hợp, họ có sự lạc hậu nhưng đồng thời có thể hưởng lợi từ việc gia nhập ngành muộn và do đó, không phải trải qua tất cả các bước mà người đi trước đã thực hiện. Ví dụ, họ có thể chọn trình độ công nghệ tiên tiến hiện tại thay vì đi từ đầu quỹ đạo công nghệ [1, 8]. Nói cách khác, họ có thể nhảy vọt lên trình độ công nghệ tiên tiến hiện đang được các quốc gia hoặc doanh nghiệp đi trước sử dụng [12-15]. Lợi thế của sự chậm trễ này xuất phát từ hệ quả của lịch sử, chúng thường bị hạn chế bởi nguồn lực nghèo nàn hoặc các sự kiện lịch sử như chiến tranh hay thiên tai. Kiểu trễ này khác với quyết định chiến lược của việc trở thành người tham gia muộn, vì những người đến sau chọn cách đợi những người tiên phong trên thị trường kiểm tra phản ứng của thị trường trước, sau đó quyết định xem có tham gia với đầy đủ năng lực hay không [7]. Ngoài ra, những người đi sau còn có lợi thế về giá nhân công thấp [16].

Bên cạnh những thuận lợi, việc đi sau cũng đem lại nhiều khó khăn và thách thức. Những bất lợi của người đi sau bao gồm bất lợi về công nghệ do nằm cách xa công nghệ chủ đạo và các hub nghiên cứu và triển khai (R&D), cũng như sự khan hiếm lao động có trình độ (Gerschenkron, 1962), và bất lợi về thị trường do những người đến sau nằm cách xa thị trường xuất khẩu chủ đạo mà họ cố gắng nhắm tới, và những người dùng thành thạo và quen thuộc với sản phẩm hơn, những người có thể đưa ra những phản hồi hữu ích [1, 8, 9].

2.2. Việt Nam – người đi sau

Với việc gia nhập thị trường muộn do lịch sử phát triển, Việt Nam và các ngành công nghiệp trong nước mang khá đầy đủ các đặc tính của một “người đến sau”. Thuận lợi về nguồn nhân công giá rẻ và việc tận dụng được những thành quả phát triển công nghệ trước đó là những lợi

thế đã được đề cập trong nhiều bài viết trước đây. Bên cạnh đó, Việt Nam cũng vấp phải nhiều trở ngại lớn khi gia nhập đường đua quốc tế muôn.

Trước hết, bất lợi về công nghệ. Năng lực và trình độ công nghệ của nhiều ngành sản xuất trong nước nhìn chung đều đang ở mức thấp. Mặc dù Việt Nam luôn tự hào về thành tích thu hút FDI (một trong những kênh tích lũy năng lực phổ biến nhất của các nước đang phát triển), nhưng trên thực tế, phần lớn FDI vào Việt Nam chỉ tập trung vào các ngành thuộc nhóm khai thác thị trường hay thâm dụng lao động như dệt may, bất động sản, chế tạo, chế biến,... với giá trị gia tăng tương đối thấp. Những đóng góp của FDI là không thể phủ nhận, từ thu hút vốn, nâng cao năng lực sản xuất, việc làm, mở rộng thị

trường xuất khẩu hàng hóa,... tuy nhiên các chỉ số về chuyển giao công nghệ và hiệu ứng lan tỏa (spillover effect) còn rất thấp. Chúng ta vẫn chưa có khả năng tiếp nhận những công nghệ trình độ tiên tiến, trình độ cao hay công nghệ lõi do hạn chế về năng lực công nghệ.

Thứ hai, hạn chế về thị trường (xuất khẩu). Tuy thành tích xuất khẩu của Việt Nam luôn ở mức ấn tượng, nhưng nếu nhìn vào cơ cấu ngành hàng và kim ngạch xuất nhập khẩu có thể thấy rõ, sự đóng góp của các nhà sản xuất Việt Nam là không đáng kể. Tác giả có so sánh giữa giá trị xuất và nhập khẩu của hai ngành hàng đứng đầu trong danh sách xuất và nhập khẩu để làm rõ sự chênh lệch này (tham khảo thêm Bảng 2 dưới đây).

Bảng 2. Giá trị xuất, nhập khẩu của hai mặt hàng đạt giá trị trên 10 tỷ USD trong 8 tháng đầu năm 2023

Mặt hàng	Trị giá xuất khẩu (Triệu USD)	Trị giá nhập khẩu (Triệu USD)
Điện tử, máy tính và linh kiện	36150	53832
Điện thoại và linh kiện	33937	26682

Nguồn: dữ liệu từ Tổng cục Thống kê.

Hơn nữa, nhìn vào cơ cấu mặt hàng xuất khẩu vào các thị trường xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, bao gồm Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Mỹ và các quốc gia châu Âu, vẫn dễ dàng nhận thấy sự xuất hiện của các mặt hàng nguyên nhiên vật liệu thô, hàng nông thủy sản,... nghĩa là các mặt hàng khai thác dựa trên lợi thế về tài nguyên và điều kiện tự nhiên, với ít hàm lượng chế biến và công nghệ vẫn chiếm đa số. Các mặt hàng công nghệ nếu có, cũng là xuất khẩu FDI hoặc xuất khẩu của các nhãn hiệu lớn, với hàm lượng đóng góp trong chế biến và sản xuất của Việt Nam đạt mức thấp (như ví dụ trong Bảng 2 có chỉ ra). Như vậy, cơ hội để doanh nghiệp Việt Nam trực tiếp tham gia vào các khâu sản xuất phức tạp với hàm lượng công nghệ và trình độ cao là còn thấp. Cơ hội để tiếp cận những khách hàng thành thạo và quen thuộc với các sản phẩm tinh vi, hàm lượng công nghệ cao là không nhiều do chúng ta không sản xuất và cung ứng những sản phẩm này tới họ. Điều này làm giảm cơ hội tiếp xúc với các nguồn công nghệ cao cũng như giảm một kênh thông tin cho sản xuất quan trọng.

Vậy những quốc gia như Việt Nam và các doanh nghiệp trong nước có thể có những cách thức hay chiến lược nào để bù đắp cho những bất lợi đến từ bối cảnh nói trên. Chiến lược OEM-OBM-ODM dưới đây là một hướng đi đã được sử dụng tại nhiều quốc gia và nhiều ngành công nghiệp đã bắt kịp (công nghệ) thành công.

3. OEM (original equipment manufacturing/sản xuất thiết theo bị gốc) – ODM (original design manufacturing/sản xuất theo thiết kế gốc) – OBM (original brand manufacturing/sản xuất thương hiệu riêng)

Là những công ty đến sau từ các nước đang phát triển, không thể phủ nhận rằng các doanh nghiệp sẽ phải đối mặt với một số trở ngại trong việc tích lũy các năng lực phục vụ cho phát triển. Một cách tích lũy năng lực phổ biến của các nước đang phát triển và các doanh nghiệp là tham gia vào chuỗi sản xuất/chuỗi giá trị toàn cầu bằng cách sản xuất cho các nước khác hoặc các tập

đoàn đa quốc gia. Một ví dụ điển hình là nền kinh tế Đài Loan bao gồm nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ, chiếm tới 97% doanh nghiệp địa phương. Nhờ chiến lược tăng trưởng dựa vào xuất khẩu của chính phủ, giai đoạn phát triển kinh tế trước đây của Đài Loan đã thu hút các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong nước tham gia mạng lưới sản xuất quốc tế, với một trong những lợi ích là tích lũy công nghệ từ các nước công nghiệp hóa thông qua sản xuất theo hợp đồng phụ. Sự tăng trưởng kinh tế nhanh chóng của Đài Loan trong những năm 1960-1980 có liên quan rất nhiều đến việc thực hành sản xuất thiết bị gốc (OEM), cho phép các công ty xuất khẩu khối lượng lớn hàng hóa dưới thương hiệu và kênh phân phối nước ngoài.

Về bản chất, OEM có thể được hiểu là chiến lược cho các doanh nghiệp ở các nền kinh tế mới nổi để được hưởng lợi từ việc tận dụng các công nghệ đã được phát triển bởi các nền kinh tế tiên tiến và bằng cách tận dụng chi phí lao động tương đối thấp hơn của nước đi sau. Ở giai đoạn đầu của quá trình phát triển kinh tế với nguồn lao động dồi dào, doanh nghiệp nhỏ và vừa chiếm đa số cơ cấu doanh nghiệp trong nước, việc thực hành OEM là cách tham gia vào mạng lưới sản xuất thế giới và tận dụng các công nghệ hoàn thiện được phát triển và thử nghiệm bởi các công ty đa quốc gia từ các nước tiên tiến. Bằng cách tận dụng các công nghệ sẵn có và các quy trình sản xuất đã hoàn thiện này, các công ty đi sau tránh được các chi phí R&D và rất nhiều chi phí khác như tìm kiếm, mua sắm nguyên vật liệu, thiết lập các kênh phân phối,... do những yếu tố này được cung cấp bởi các TNCs. Ngoài ra, đơn đặt hàng từ người mua OEM giúp đảm bảo đầu ra cho sản phẩm và cung cấp cho các công ty OEM thông tin về thiết kế sản phẩm, chất lượng, đào tạo và thủ tục, và các thông tin cần thiết khác cho vận hành. Như vậy, năng lực sản xuất và năng lực công nghệ có thể được tích lũy nhanh chóng từ việc thực hành OEM. Các ngành sản xuất hàng tiêu dùng sử dụng nhiều lao động như may mặc, giày dép, đồ chơi, thủ công mỹ nghệ, và điện tử tiêu dùng phát triển mạnh ở các nước đang phát triển ở châu Á rất phù hợp với chiến lược OEM này.

Vào cuối những năm 1980, sản xuất theo thiết kế gốc (ODM) trở nên phổ biến rộng rãi ở Đài Loan và có xu hướng thay thế OEM do chiến lược sản xuất này nhắm tới nâng cao năng lực thiết kế, đổi mới sản phẩm. Giai đoạn này đánh dấu bước phát triển và nâng cấp năng lực công nghệ của các doanh nghiệp Đài Loan, vượt ra ngoài các quy trình của OEM. Phát triển từ hệ thống OEM cơ bản, ODM nhấn mạnh sự phụ thuộc lẫn nhau ngày càng tăng giữa các công ty địa phương và các tập đoàn đa quốc gia (MNC) [1].

Khi nền kinh tế phát triển đến mức trình độ công nghệ cao hơn, chi phí lao động thấp không còn là lợi thế cạnh tranh tuyệt đối, việc thích nghi với bối cảnh kinh doanh sẽ đòi hỏi những chuyển biến căn bản từ trong doanh nghiệp, bắt đầu với tích lũy năng lực đổi mới. Các công ty của Đài Loan đã buộc phải chuyển từ những lợi thế như chi phí lương thấp sang những lợi thế dài hạn hơn. Do đó, trọng tâm mới của các doanh nghiệp Đài Loan là nâng cấp công nghệ hoặc thiết lập hoạt động sản xuất thương hiệu riêng (OBM), bao gồm việc sản xuất và bán các sản phẩm mang thương hiệu riêng của công ty thông qua kênh phân phối của chính công ty đó [7].

Việc chuyển đổi từ OEM sang OBM của các doanh nghiệp đi sau ở các nền kinh tế đang phát triển nói chung và của Việt Nam nói riêng đã đặt ra một câu hỏi nghiên cứu thú vị. Xây dựng thương hiệu riêng là một mô hình kinh doanh hoàn toàn khác với sản xuất theo hợp đồng phụ và việc chuyển đổi từ OEM sang OBM kéo theo một loạt thay đổi căn bản. Không có gì đảm bảo rằng các doanh nghiệp đi sau sẽ tự chuyển đổi từ các doanh nghiệp nhỏ hoạt động OEM đến sản xuất ODM và tiến tới sở hữu thương hiệu riêng vững mạnh OBM. Chỉ những người đi sau biết tận dụng những cơ hội tích lũy năng lực khi có thể, khái niệm cửa sổ cơ hội dưới đây là một trong những thời cơ như vậy.

4. Cửa sổ cơ hội

Khái niệm cửa sổ cơ hội được Perez và Soete đưa ra lần đầu tiên vào năm 1988 [17], đề cập đến “cơ hội mở ra để tiếp cận các sản phẩm mới

trong hệ thống công nghệ mới trong giai đoạn đầu”. Khi mô hình thay đổi, các nước tiên tiến và các công ty đi trước sẽ phải đối mặt với “chi phí chuyển đổi” cao hơn trong khi những người mới đến, những người có đủ kiến thức và kỹ năng cần thiết, có thể bắt kịp và thậm chí vượt qua những người dẫn đầu trong lĩnh vực này. Giai đoạn chuyển đổi này thậm chí còn có lợi cho những doanh nghiệp đến sau vì họ đã tích lũy đủ nguồn nhân lực, nguồn lực và năng lực sản xuất để bắt kịp vì mọi doanh nghiệp đều có vị trí như nhau ở vạch xuất phát, với rào cản gia nhập thấp hơn. Castellacci [18] cũng ủng hộ lập luận này bằng cách phân tích xem liệu trong làn sóng dài thứ năm, mô hình công nghệ mới dựa trên việc tạo ra và phổ biến công nghệ thông tin có mở ra cơ hội mới cho các doanh nghiệp và nền kinh tế đang phát triển bắt kịp hay không. Nghiên cứu trường hợp các hãng truyền hình kỹ thuật số Hàn Quốc, Lee, Lim và Song [19] cũng cho rằng trong thời kỳ chuyển đổi mô hình, cơ hội cho những người đi sau sẽ mở ra đồng thời gây bất lợi cho những người đi trước trong ngành. Khi giải thích những thay đổi trong vai trò dẫn đầu ngành bằng cách sử dụng quan điểm hệ thống ngành, Lee và Malerba [20] cũng xác định ba loại cửa mở cho những người đi sau – công nghệ, nhu cầu và thể chế hoặc chính sách. Như vậy, bất cứ khi nào có những thay đổi về các điều kiện bên ngoài này sẽ tạo ra cơ hội mới cho những người đi sau bắt kịp. Hầu hết các nghiên cứu về cơ hội đều tập trung vào cách các doanh nghiệp bắt kịp khi những điều kiện này xuất hiện ở cấp độ vĩ mô [21]. Sẽ rất đáng để xem xét cách những người đến sau từ các nước công nghiệp hóa muộn tận dụng những ưu và nhược điểm của sự chậm trễ để nắm bắt những cơ hội bắt kịp mở ra từ những cơ hội này.

Tại Việt Nam

Các doanh nghiệp và các ngành đi sau của Việt Nam có thể tận dụng cơ hội trong bối cảnh Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 và chủ trương chuyển đổi số mạnh mẽ của Việt Nam, có thể có một cửa sổ cơ hội tổng hợp cả ba khía cạnh công nghệ, nhu cầu và thể chế hoặc chính sách, nhưng đặc biệt nổi bật là cửa sổ chính sách.

Các nghiên cứu trước đây nhận định rằng chính sách công và các can thiệp của chính phủ là đặc biệt quan trọng trong việc hỗ trợ (các) quá trình bắt kịp của các nước đang phát triển. Nhưng chắc chắn các chính sách khác nhau không mang lại hiệu quả giống nhau, tác động của chính sách phụ thuộc rất lớn vào tốc độ và cường độ biến đổi công nghệ của mỗi ngành. Sự phát triển của công nghệ mới tạo điều kiện thuận lợi cho các nước đi sau bắt kịp (như đã chỉ ra ở trên), ngoài ra học tập và năng lực công nghệ cũng tạo động lực cho quá trình bắt kịp, do đó phát triển năng lực và hỗ trợ học tập đã trở thành trọng tâm của chính sách ở các nước đang phát triển [22-25]. Các nghiên cứu đi trước về cách phản ứng của các nước và doanh nghiệp đi sau trước các cửa sổ cơ hội cho thấy rằng để hỗ trợ cho quá trình bắt kịp, cần nhiều chính sách can thiệp khác nhau, và tác động của các chính sách này phụ thuộc vào tính chất của biến đổi công nghệ ngành. Trước hết, trong khi trong khi các chính sách như tăng cường xây dựng năng lực công nghệ và hỗ trợ quá trình học tập tích lũy tri thức của doanh nghiệp sẽ tạo động lực quan trọng cho bắt kịp, thì những hỗ trợ gia nhập ngành cho các doanh nghiệp trong nước mới có thể dẫn tới việc bắt kịp thành công, miễn là xuất hiện một khoảng gián đoạn công nghệ đủ lớn. Trên thực tế, trong những trường hợp này, tỷ lệ gia nhập ngành cao hơn sẽ cải thiện quá trình khám phá công nghệ. Thứ hai, đứng trước những biến đổi công nghệ triệt để và cốt lõi, các chế tài bảo hộ của các quốc gia sở hữu công nghệ lõi có thể có tác động tiêu cực đến quá trình bắt kịp, theo đó nó làm tăng khả năng những người đến sau bị mắc kẹt trong các công nghệ cũ. Thứ ba, sự thay đổi căn bản về công nghệ tạo ra sự bổ sung giữa các chính sách. Ví dụ, việc hỗ trợ việc học tập của doanh nghiệp bổ sung cho việc hỗ trợ gia nhập thị trường, bởi vì học tập có khuyến khích việc tích lũy năng lực của doanh nghiệp, trong khi việc hỗ trợ gia nhập thị trường mới sẽ đẩy nhanh việc tìm kiếm các cơ hội công nghệ. Hơn nữa, cần nhấn mạnh lại rằng không một chính sách riêng biệt nào đủ khả năng tạo ra sự thay đổi hiệu quả, thay vào đó, cần phải có sự hệ thống chính sách hỗ trợ khả năng tích lũy năng lực của những người đến sau.

Có nhiều nhóm chính sách công hỗ trợ quá trình bắt kịp, trong đó phải kể đến các nhóm chính sách hướng tới các mục tiêu: i) Tăng cường xây dựng năng lực; ii) Khuyến khích học tập, tích lũy tri thức; và iii) Hỗ trợ sự gia nhập của các doanh nghiệp mới trong nước.

Tăng cường xây dựng năng lực là nhóm chính sách phổ biến nhất trong tại các nước đang phát triển. Loại chính sách này có thể dưới hình thức hỗ trợ R&D cho các doanh nghiệp trong nước, thúc đẩy liên doanh, liên kết, các chương trình hành động hướng tới xây dựng nguồn nhân lực khoa học và công nghệ trình độ cao và thành lập các doanh nghiệp tiên phong trong các lĩnh vực then chốt hoặc công nghệ mới, với mục tiêu tạo sức kéo và tạo tiền đề về năng lực cho ngành và nền kinh tế, tận dụng hiệu ứng lan toả [26, 27]. Để đạt mục tiêu này, các quốc gia khác nhau đã sử dụng nhiều cách. Trung Quốc đã thành lập một số doanh nghiệp nhà nước lớn để làm đầu tàu cho các doanh nghiệp nhỏ, cũng như nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành, trong khi Hàn Quốc rất chú trọng tới giáo dục và nguồn nhân lực, cũng như việc chủ động tạo ra các “khủng hoảng” để nâng cao năng lực cạnh tranh. Điểm chung của nhóm chính sách này ở các quốc gia là can thiệp vĩ mô nhằm giảm khoảng cách về năng lực giữa các công ty đi sau và các công ty đã ở trong ngành, tạo cơ hội giúp các công ty đi sau có thể bắt kịp thành công [28-32]. Học tập, tích lũy tri thức đóng vai trò quan trọng đối với xây dựng và tích lũy năng lực và đồng thời cũng là nhóm chính sách quan trọng. Nhóm chính sách này liên quan nhiều đến hệ thống đổi mới hạ tầng thông tin quốc gia, đến hỗ trợ phổ biến các công nghệ mới, đến cải tiến hệ thống giáo dục, triển khai các chương trình phát triển nhằm phổ biến các mô hình/phương pháp thành công, câu chuyện thành công của các doanh nghiệp, hoặc các chính sách về các dòng di động của nhân lực chất lượng cao,...

Cuối cùng, nhóm chính sách thúc đẩy sự gia nhập của các doanh nghiệp mới trong nước. Ở các nước tiên tiến, trong một số ngành (như công nghệ thông tin và công nghệ sinh học), chính sách công hỗ trợ khởi nghiệp và gia nhập doanh nghiệp đã được sử dụng để tăng cường cạnh

tranh và thúc đẩy nhiều cách tiếp cận khác nhau để tiến bộ công nghệ và phát triển sản phẩm. Với sự đề cập cụ thể đến việc bắt kịp, việc cung cấp vốn đầu tư mạo hiểm được tài trợ công cũng như khuyến khích thành lập các công ty khởi nghiệp thường được coi là một biện pháp chính sách có thể tránh được tình trạng thiếu vốn rủi ro một cách hiệu quả trong khi bắt. Ở những quốc gia đang phát triển, các chính sách này tạo đòn bẩy quan trọng cung cấp các yếu tố bị thiếu hụt để nuôi dưỡng một ý tưởng, sáng kiến khởi nghiệp mới, tạo ra môi trường để các bên có liên quan tiếp cận và hợp tác với nhau [14].

Nhìn chung, các nhóm chính sách nói trên ở Việt Nam đã và đang tồn tại, mở ra cơ hội bắt kịp bằng cách tận dụng cửa sổ chính sách. Chính phủ thể hiện sự ủng hộ của mình đối với việc đặt trọng tâm phát triển vào khoa học và công nghệ. Những chính sách, văn bản quy phạm pháp luật thể hiện quan điểm của chính phủ đối với tầm quan trọng của việc nâng cao năng lực công nghệ cốt lõi, tăng cường sức sản xuất từ nguồn tri thức nội địa, cũng như sự quyết liệt trong chỉ đạo tận dụng bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Tuy nhiên, có thể tận dụng được các cơ hội này hay không thì một lần nữa, ứng xử của các doanh nghiệp khác nhau trước cơ hội và thách thức sẽ quyết định việc doanh nghiệp có bắt kịp thành công, từ đó tiến xa trên lộ trình tích lũy năng lực, hay sẽ dậm chân tại chỗ, thậm chí dần dần bị tiêu vong.

5. Kết luận

Trong hoàn cảnh như hiện nay, có thể thấy, cửa sổ cơ hội đang mở ra sẽ mang lại những thuận lợi nhất định cho các ngành, đặc biệt là doanh nghiệp đi sau đang thực hành OEM, trong đó cần chú trọng cơ hội để nâng cao năng lực công nghệ, chuyển đổi từ OEM sang ODM rồi OBM, hoặc nhảy vọt từ OEM sang OBM bỏ qua giai đoạn ODM, hoặc nhắm tới mô hình OBM ngay từ ban đầu. Tuy nhiên, đây sẽ không là cơ hội cho tất cả các doanh nghiệp và các ngành, liệu Việt Nam và các ngành sản xuất tiềm năng có nắm bắt thành công cơ hội xuất hiện khi công

nghe thay đổi, thị trường/xu hướng thị trường mới được mở ra và các biến đổi chính sách có lợi hay không phụ thuộc phần lớn vào việc liệu ngành và doanh nghiệp có thể tích lũy thành công các năng lực cần thiết để theo kịp và chuyển đổi sang ODM sau đó tiếp tục quá trình tích lũy vào OBM. Chỉ khi đó, các doanh nghiệp và ngành mới có thể đảm bảo vị trí xuất khẩu hàng đầu trong bối cảnh đổi mới và nhiều biến động như hiện nay.

Tài liệu tham khảo

- [1] M. Hobday, East Asian Latecomer Firms: Learning the Technology of Electronics, *World Development*, Vol. 23, No. 7, 1995, pp. 1171.
- [2] C. Wong, K. Goh, *Catch-up Industrialization and Growth Trajectory of Science and Technology: A Comparative Study on Asian Economies*, 2011.
- [3] M. Hobday, H. Rush, Upgrading the Technological Capabilities of Foreign Transnational Subsidiaries in Developing Countries: the case of Electronics in Thailand, *Research Policy*, Vol. 36, No. 9, 2007, pp. 1335-1356.
- [4] T. Reinauer, U. E. Hansen, Concurrent Changes in Latecomer Capability-building and Learning: Firm-level Evidence from the Thai Biogas Industry, *Journal of Cleaner Production*, Vol. 290, 2021, pp. 125783.
- [5] R. Rasiah, Are Electronics Firms in Malaysia Catching up in the Technology Ladder?, *Journal of the Asia Pacific Economy*, Vol. 15, No. 3, 2010, pp. 301-319.
- [6] A. Gerschenkron, *Economic Backwardness in Historical Perspective A Book of Essays*, Belknap Press: an Imprint of Harvard University Press, Cambridge, Cambridge, 1962.
- [7] J. Mathews, Competitive Advantages of the Latecomer Firm: A Resource-Based Account of Industrial Catch-up Strategies, *Asia Pacific Journal of Management*, Vol. 19, No. 4, 2002, pp. 467-488.
- [8] J. Mathews, Catch-up Strategies and the Latecomer Effect in Industrial Development, *New Political Economy*, Vol. 11, No. 3, 2006, pp. 313-335.
- [9] J. Li, R. Kozhikode, Developing New Innovation Models: Shifts in the Innovation Landscapes in Emerging Economies and Implications for Global R&D Management, *J. Int. Manag.*, Vol. 15, No. 3, 2009, pp. 328-339.
- [10] K. Lee, C. Lim, Technological Regimes, Catching-up and Leapfrogging: Findings from the Korean Industries, *Research Policy*, Vol. 30, No. 3, 2001, pp. 459-483.
- [11] M. Hobday, Latecomer Catch-up Strategies in Electronics: Samsung of Korea and ACER of Taiwan, *Asia Pacific Business Review*, Vol. 4, No. 2-3, 1998, pp. 48-83.
- [12] P. Fan, Innovation, Globalization, and Catch-up of Latecomers- Cases of Chinese Telecom Firms, *Environment and Planning, Part A*, No. 43, 2011.
- [13] X. Gao, Effective Strategies to Catch up in the Era of Globalization - Experiences of Local Chinese Telecom Equipment Firms, *Research Technology Management*, Vol. 54, No. 7, 2011.
- [14] L. Kim, Imitation to Innovation: The Dynamics of Korea's Technological Learning, Harvard Business School Press, Boston, 1997.
- [15] Q. Mu, K. Lee, Knowledge Diffusion, Market Segmentation and Technological Catch-up: the Case of the Telecommunications Industry in China, *Research Policy*, Vol. 34, No. 6, 2005, pp. 759-783.
- [16] L. Mytelka, *Catching Up in New Wave Technologies*, Oxford Development Studies, Vol. 32, No. 3, 2004, pp. 389-405.
- [17] C. Perez, L. Soete, *Catching up in Technology: Entry Barriers and Windows of Opportunity*, G. Dosi, C. Freeman, R. Nelson, G. Silverberg, L. Soete, (Ed.), *Technical Change and Economic Theory*, Pinter Publishers, New York, 1988, pp. 458-479.
- [18] F. Castellacci, Innovation, Diffusion and Catching up in the Fifth Long Wave, *Futures*, Vol. 38, No. 7, 2006, pp. 841-863.
- [19] K. Lee, C. Lim, W. Song, Emerging Digital Technology as a Window of Opportunity and Technological Leapfrogging - Catch-up in Digital TV by the Korean Firms. *International Journal of Technology Management* Vol. 29, 2005, pp. 40-63.
- [20] K. Lee, F. Malerba, Changes in Industry Leadership and Catch-up by the Latecomers - Toward a Theory of Catch-up Cycle, Paper Presented at the Future Perspective on Innovation And Governance In Development, 2014.
- [21] M. Zhang et al., Windows of Opportunity, Technological Innovation, and Globalization: A Framework of Huawei's Global Catch-up. Paper presented at the Academy of Management Conference, Anaheim, CA, 2016.
- [22] P. Figueiredo, Industrial Policy Changes and Firm-Level Technological Capability Development: Evidence from Northern Brazil, *World Development*, Vol. 36, No. 1, 2008, pp. 55.

- [23] P. Figueiredo, Discontinuous Innovation Capability Accumulation in Latecomer Natural Resource-processing Firms, *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 77, No. 7, 2010, pp. 1090-1108.
- [24] P. Figueiredo, Micro-level Technological Capability Accumulation in Developing Economies: Insights from the Brazilian Sugarcane Ethanol Industry, *Journal of Cleaner Production*, Vol. 167, 2017, pp. 416-431.
- [25] P. Figueiredo, H. Larsen, U. E. Hansen, The Role of Interactive Learning in Innovation Capability Building in Multinational Subsidiaries: A Micro-level Study of Biotechnology in Brazil, *Research Policy*, Vol. 49, No. 6, 2020, pp. 103995.
- [26] S. Lall, Technological Capabilities and Industrialization, *World Development*, Vol. 20, No. 2, 1992, pp. 165-186.
- [27] F. Malerba, F. R. Nelson, Learning and Catching up in Different Sectoral Systems: Evidence from Six Industries, *Industrial and Corporate Change*, Vol. 20, No. 6, 2011, pp. 1645-1675.
- [28] M. Y. Chung, K. Lee, How Absorptive Capacity is Formed in a Latecomer Economy: Different Roles of Foreign Patent and Know-how Licensing in Korea, *World Development*, Vol. 66, 2015, pp. 678-694.
- [29] J. J. Lee, H. Yoon, A Comparative Study of Technological Learning and Organizational Capability Development in Complex Products Systems: Distinctive Paths of Three Latecomers in Military aircraft Industry, *Research Policy*, Vol. 44, No. 7, 2015, pp. 1296-1313.
- [30] K. Lee, L. Ki, Rise of Latecomers and Catch-up Cycles in the World Steel Industry, *Research Policy*, Vol. 46, No. 2, 2017, pp. 365-375.
- [31] K. Lee, F. Malerba, Catch-up Cycles and Changes in Industrial Leadership: Windows of Opportunity and Responses of Firms and Countries in the Evolution of Sectoral Systems, *Research Policy*, Vol. 46, No. 2, 2017, pp. 338-351.
- [32] S. Rho, K. Lee, S. H. Kim, Limited Catch-up in China's Semiconductor Industry: A Sectoral Innovation System Perspective, *Millennial Asia*, Vol. 6, No. 2, 2015, pp. 147-175.