

Cuộc đua máy ảnh kỹ thuật số: Liệu các đại gia đã thấm mệt?

Thạc sĩ PHẠM VĂN TÀI

Cuối tháng 10.2004, các đại gia sản xuất máy chụp ảnh kỹ thuật số của Nhật Bản đồng loạt loan báo cắt giảm chỉ tiêu bán hàng và kế hoạch sản xuất so với kế hoạch đề ra cho năm tài chính 2004. Năm tài chính của các

doanh nghiệp Nhật Bản thường được tính từ tháng tư năm này đến tháng tư năm kế tiếp. Mở màn cho những điều chỉnh số lượng máy chụp ảnh kỹ thuật số được sản xuất ra là Sanyo. Sanyo là công ty sản xuất máy chụp ảnh kỹ thuật số lớn nhất thế giới, bao gồm cả số máy ảnh họ gia công chế tạo dạng OEM (dạng sản xuất theo đơn đặt hàng của các hãng khác bằng công nghệ của mình) cho các hãng Nikon và Olympus. Sanyo điều chỉnh chỉ tiêu bán hàng năm nay chỉ còn 14 triệu máy trong khi kế hoạch vạch ra hồi đầu năm là 18 triệu chiếc và chỉ tiêu sản xuất rút xuống 15 triệu chiếc so với chỉ tiêu đầu năm là 20 triệu chiếc. Ngay sau đó, một đại gia khác của Nhật Bản, Canon cũng loan báo hạ chỉ tiêu bán hàng xuống 14,7 triệu chiếc trong khi chỉ tiêu vạch ra đầu năm là 15,2 triệu chiếc. Ngày 29.10.2004, Fujifilm cũng đã loan báo điều chỉnh chỉ tiêu bán hàng xuống 7 triệu chiếc so với kế hoạch đầu năm là 8,5 triệu chiếc. Tiếp theo những đại gia này sẽ còn những đại gia khác sẽ không thể tiếp tục chịu được lượng sản phẩm tồn kho và buộc phải giảm sản lượng để bảo đảm lợi nhuận.

Đồng đánh thị trường máy chụp ảnh kỹ thuật số

Vào giữa thập niên cuối cùng của thế kỷ 20, lần đầu tiên xuất hiện máy ảnh kỹ thuật số tại thị trường các nước công nghiệp phát triển bao gồm Hoa Kỳ, Nhật Bản và châu Âu. Nhờ cuộc cách mạng liên tục trong ngành công nghệ thông tin và những phát minh mới trong công nghệ vi xử lý, máy ảnh kỹ thuật số liên tục được cải tiến mẫu mã, chất lượng ảnh chụp. Người ta tìm thấy sự tiện lợi khi sử



dụng máy chụp ảnh kỹ thuật số so với máy ảnh chụp phim thông thường. Máy ảnh kỹ thuật số sử dụng thẻ nhớ như là "phim số", loại phim này có sức bền rất cao mà theo một số thí nghiệm loại phim

này có thể còn bền hơn phim thông thường. Với máy ảnh số, người ta có thể chụp ảnh thoải mái mà không sợ tốn phim, rồi chọn lựa ảnh ưng nhất để in ra bằng máy in phun màu tại nhà; hoặc rửa ra ảnh tại minilab kỹ thuật số, hoặc lưu vào đĩa CD-R hay gửi điện thư cho bạn bè, người thân... Do vậy, số lượng máy ảnh kỹ thuật số được bán ra thị trường toàn cầu tăng liên tục đến chóng mặt. Chỉ tính riêng thị trường Hoa Kỳ, năm 2003 đã tiêu thụ 12,5 triệu chiếc máy ảnh kỹ thuật số với 12,1 triệu máy ảnh dùng phim truyền thống. 31% số hộ gia đình tại Hoa Kỳ đã sở hữu máy ảnh kỹ thuật số, tại Nhật Bản đã có trên 50% số hộ gia đình có máy ảnh kỹ thuật số. Độ biến động của thị trường này đã giảm đáng kể từ đầu năm 2004.

Thống kê số lượng máy ảnh kỹ thuật số của Nhật Bản

Đơn vị: chiếc

Năm	Xuất khẩu	Tiêu thụ trong nước	Tổng số
2001	9.922.000	4.831.000	14.753.000
2002	18.001.000	6.550.000	24.551.000
2003	34.969.000	8.439.000	43.408.000
2004 (*)	51.475.000	9.420.000	60.900.000

(*) Dự kiến sản lượng tiêu thụ năm 2004 của CIPA (lập từ cuối năm 2003)

Nguồn: Hiệp hội các sản phẩm ngành ảnh và máy chụp ảnh Nhật Bản (CIPA)

Mặc dù nhu cầu máy ảnh kỹ thuật số đang bùng nổ tại các thị trường khác ngoài Nhật Bản như các nước phát triển và phần còn lại của châu Á, nhưng cũng không bù đắp được sự gia tăng chậm chạp số lượng tiêu thụ tại Nhật Bản. Một nguyên nhân khác ảnh hưởng đến sự giảm sút sản lượng tiêu thụ máy chụp ảnh kỹ thuật số so với dự kiến (nhưng vẫn cao hơn năm 2003) là máy điện thoại di động có chức năng chụp ảnh (camera phone). Loại máy ảnh này liên tục có những cải tiến về chất lượng ảnh chụp, mới đây hãng Samsung kết hợp công nghệ của Asahi Pentax của Nhật Bản đã tung ra một loại camera phone kỹ thuật số có thể chụp được ảnh có độ phân giải 5 triệu điểm ảnh.

Các loại máy camera phone có độ phân giải từ 1,3 - 3 triệu điểm ảnh đã phổ biến tại nhiều thị trường. Ảnh do camera phone chụp dù chưa thể rọi ra với khổ ảnh lớn hơn khổ phổ thông hiện nay (10cm x 15cm) nhưng chính nó đã "ăn" mất thị phần của máy ảnh kỹ thuật số có độ

phân giải thấp dưới 3 triệu điểm ảnh. Chỉ tính riêng thị trường Nhật Bản, trong 48.240.000 máy điện thoại di động tiêu thụ từ tháng 4.2003 đến tháng 3.2004, đã có 85% là camera phone. Để "bồi thêm một chương" cho máy ảnh kỹ thuật số, mỗi hãng CEIVA có trụ sở tại California, Hoa Kỳ còn chế ra loại máy nhận ảnh thẳng từ điện thoại di động, người có camera phone chỉ cần chụp ảnh, rồi gắn vào bất kể đường dây điện thoại hữu tuyến nào và gửi ảnh về máy nhận tín hiệu để in ra, nơi nhận tín hiệu sẽ gửi ảnh về nhà cho họ, người có máy camera phone không cần máy vi tính, thẻ nhớ gì cả.

Thừa thắng xông lên, các đại gia điện thoại di động gia tăng công suất để chiếm lĩnh thị trường này, theo báo cáo mới đây của Gartner, số lượng điện thoại di động được bán ra sẽ đạt 159 triệu chiếc trên toàn cầu và dự kiến vào năm 2008, trung bình 70% số lượng điện thoại di động bán ra sẽ có chức năng chụp ảnh kỹ thuật số. Riêng thị trường Nhật Bản và châu Á - Thái Bình Dương thì tỷ lệ này có thể là 95%.

Đại gia mặt thị có chúng tôi ?

Mặc dù có những cắt giảm về kế hoạch sản xuất và bán hàng nhưng hầu hết các đại gia vẫn lãi rất lớn, nhưng mức lãi của họ không cao như dự kiến. Tuy nhiên, công ty dựa chủ yếu vào sản xuất như Sanyo đã có dấu hiệu mệt mỏi khi họ loan báo lãi ròng trong 9 tháng đầu năm 2004 đã giảm mạnh do phải chịu đựng tình hình khó khăn vì giá bán máy chụp ảnh kỹ thuật số liên tục giảm trong khi giá nguyên liệu đầu vào lại đội lên. Phần lớn trong 17 hãng sản xuất máy ảnh kỹ thuật số của Nhật Bản số đã chuyển một số nhà máy của mình sang Trung Quốc và Ấn Độ như là một chọn lựa khôn ngoan để sống sót. Trung Quốc với 350 triệu hộ gia đình mà chỉ có 20% số hộ có máy chụp ảnh kỹ thuật số và Ấn Độ với 180 triệu hộ gia đình mà chỉ có 11% có máy ảnh kỹ thuật số đang là những thị trường bao la cho các nhà sản xuất máy ảnh kỹ thuật số Nhật Bản. Các nước này đang trải thảm đỏ kính mời các đại gia đầu tư vào nước mình.

Thị trường Việt Nam với số dân trên 80 triệu người (khoảng 20 triệu hộ gia đình), theo một nghiên cứu mới đây của một hãng máy ảnh nước ngoài nổi tiếng thì chỉ có 13% hộ gia đình có máy ảnh kỹ thuật số tại TP. Hồ Chí Minh và khoảng 10% số hộ tại các thành phố khác có máy ảnh kỹ thuật số, phần lớn số hộ ở các tỉnh chưa có máy chụp ảnh, kể cả máy chụp ảnh dùng phim. Hơn nữa, thị trường điện thoại di động Việt Nam mới chỉ có trên 4 triệu máy điện thoại di động được thuê bao. Một tiềm năng thị trường lớn của "con rồng đang thức giấc" đang hấp dẫn các nhà sản xuất nước ngoài. Lâu nay, ở phía Bắc mới chỉ có Canon đầu tư vào khu công nghiệp Nội Bài, Hà Nội để sản xuất sản phẩm liên quan đến ngành ảnh xuất khẩu, nhưng chủ yếu là máy in, ở phía Nam các liên doanh hiện có chủ yếu lắp ráp máy quay phim kỹ thuật số chứ chưa sản xuất máy chụp ảnh kỹ thuật số. Chưa có nhà sản xuất máy điện thoại di động nào mà tất cả máy điện thoại chỉ là nhập khẩu, mãi gần đây chính quyền Đà Nẵng mới cấp giấy phép cho một liên doanh sản xuất máy điện thoại di động giữa công ty cổ phần VinaMobi Việt Nam và Zentek Technology Singapore Pte.Limited của Singapore đầu tư 25 triệu USD vào khu công nghiệp Hòa Khánh của Đà Nẵng. Việt Nam như là một giải pháp để phòng rủi ro (backup) cho con đường outsourcing của các nhà chế tạo điện tử Nhật Bản (họ đang thống trị thế giới) vì họ vẫn rất sợ ông "kẻ" Trung Quốc, nhưng không có nghĩa là họ không còn chỗ nào khác trong các nước ASEAN để chuyển nhà máy đến. Theo tìm hiểu của tác giả, các nhà sản xuất máy ảnh của Nhật Bản rất hài lòng với đội ngũ công nhân Việt Nam và đang liên tục để mắt đến chính sách thuế xuất nhập khẩu linh kiện điện tử của nhà nước. Nếu nhà nước có chính sách hợp lý trong tiến trình hội nhập WTO qua chính sách thuế và doanh nghiệp Việt Nam chủ động tìm ra được đối tác Nhật Bản đang có nhu cầu outsourcing thì đây là một cơ hội tốt cho nền công nghiệp điện tử non trẻ của nước nhà ■

(Tiếp theo trang 5)

Nhận diện và dự báo lạm phát ...

3. Nếu không loại trừ các yếu tố giá cả bị bóp méo, lạm phát cơ bản có khả năng vẫn rất cao do chúng phản ánh những nhân tố dài hạn. Bởi trong trường hợp này, giá cả các hàng hóa "bị kiểm soát" là phản ứng của những chủ trương chung trong điều hành chính sách kinh tế vĩ mô của Chính phủ, mà trường hợp tăng giá của EVN là một điển hình. Nhưng lạm phát cơ bản tính theo cách này lại không cung cấp những thông tin đáng tin cậy trong việc điều hành chính sách tài chính tiền tệ. Trong trường hợp

như thế, lạm phát cơ bản tăng nhưng do giá cả bị biến dạng, không phải do hậu quả của chính sách tài chính tiền tệ. Chính vì thế, phải chăng đã có những tranh luận phản biện về việc không đồng tình với việc tăng dự trữ bắt buộc mà NHNN đã thực hiện vào ngày 1.7.2004 vừa qua? Nhận định này theo chúng tôi rất có cơ sở thuyết phục.

Những phân tích trên cho thấy con đường tìm ra một phương thức đo lường chỉ số lạm phát hợp lý ở nước ta không phải là chuyện dễ dàng. Về phương diện kỹ thuật, không có vấn đề gì phải tranh luận trong việc tìm ra chỉ số lạm phát cơ bản thay cho, hay bổ sung cho CPI để thấy được những xu hướng giá cả thực sự trong dài hạn của nền kinh tế.

Tuy nhiên, trong điều kiện VN, vấn đề lại rắc rối ở chỗ phải phát hiện cho được yếu tố nào là yếu tố nội sinh hay ngoại sinh: như giá thuốc, sắt thép, tỷ giá chẳng hạn. Nhưng cực khó ở chỗ là phải nhận diện cái gọi là "Lạm phát cơ bản kiểu VN". Khó ở chỗ giá cả của VN vẫn còn bị sai lệch và biến dạng đáng kể do có sự khống chế thị trường của các DNNQ độc quyền, của bốn đại gia NHTMQD và sự can thiệp của Chính phủ. Như vậy, phải chăng sắp tới NHNN, Bộ tài chính vẫn phải tiếp tục tự mò mẫm một chỉ số lạm phát riêng theo cách của từng bộ ngành để điều hành một cách hợp lý chính sách tài chính tiền tệ? ■