

KHUNG PHÂN TÍCH NĂNG LỰC CẠNH TRANH ĐỊA PHƯƠNG

TS. Vũ Thành Tụ Anh

Ghi chú: Tài liệu này trình bày khuôn khổ lý thuyết đánh giá năng lực cạnh tranh của địa phương để học viên sử dụng trong quá trình thảo luận. Học viên được yêu cầu đọc trước tài liệu và thử tự mình áp dụng khung lý thuyết vào điều kiện thực tế của địa phương mình, từ đó rút ra những khuyến nghị hay định hướng chính sách trong lĩnh vực công tác của mình.

I. Khung phân tích NLCT địa phương

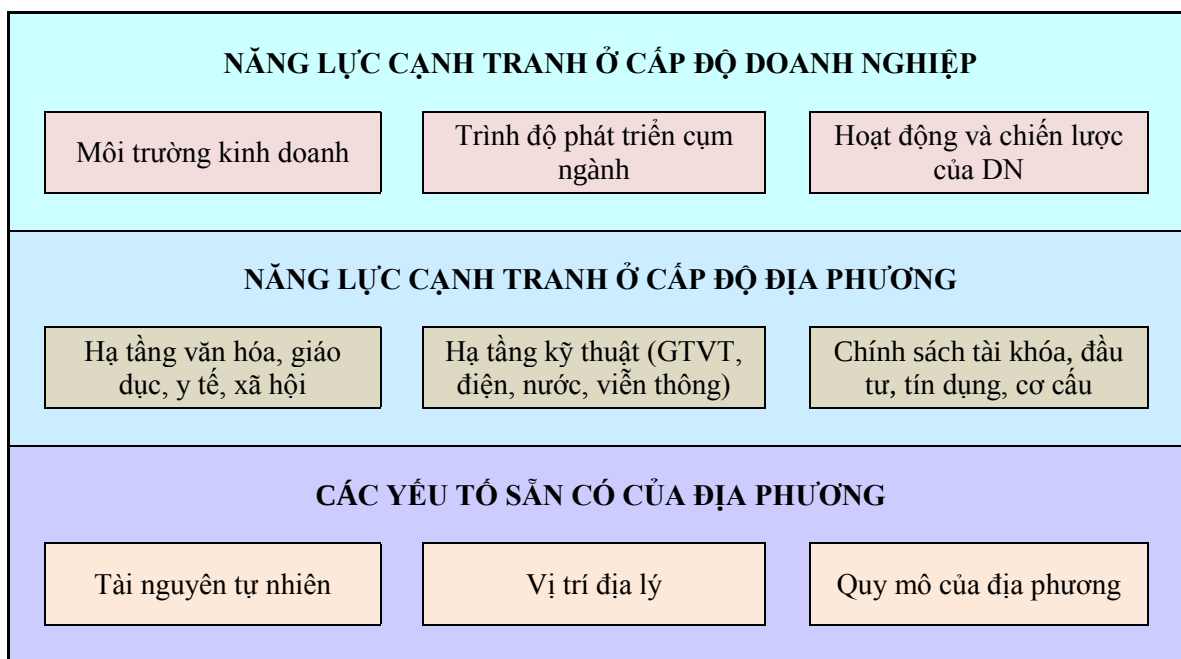
1. Giới thiệu khung phân tích NLCT của Michael Porter

NLCT là mối quan tâm thường trực của cả chính quyền trung ương và địa phương (tỉnh hay thành phố). Trong bài viết này, chúng tôi sẽ điều chỉnh khung phân tích NLCT quốc gia của GS. Michael Porter (1990, 1998, 2008) để đánh giá NLCT của tỉnh.

Theo Michael Porter, khái niệm có ý nghĩa duy nhất về năng lực cạnh tranh (NLCT) là năng suất (productivity), trong đó năng suất được đo bằng giá trị gia tăng do một đơn vị lao động (hay một đơn vị vốn) tạo ra trong một đơn vị thời gian. Năng suất là nhân tố quyết định quan trọng nhất của mức sống dài hạn và là nguyên nhân sâu xa của thu nhập bình quân đầu người. Để tăng trưởng năng suất bền vững đòi hỏi nền kinh tế phải được liên tục nâng cấp.¹

Báo cáo này sử dụng khuôn khổ phân tích NLCT của Michael Porter, có điều chỉnh cho thích hợp với mục tiêu và đối tượng nghiên cứu của Báo cáo (Hình 1). Trong khuôn khổ này, năng suất sử dụng các nguồn lực (bao gồm vốn, lao động, đất đai và các tài nguyên khác) đóng vai trò trung tâm, một mặt vì nó là thước đo chính xác nhất và có ý nghĩa duy nhất cho NLCT; mặt khác nó là nhân tố quyết định sự thịnh vượng của các địa phương.² Điều này cũng có nghĩa là cạnh tranh như thế nào (năng suất cao hay thấp) thậm chí quan trọng hơn việc cạnh tranh trong ngành nào.

Hình 1. Khung phân tích năng lực cạnh tranh địa phương



Nguồn: Điều chỉnh từ Michael Porter (1990, 1998, 2008).

¹ Xem Porter (2008).

² Địa phương ở đây dùng để chỉ một đơn vị kinh tế, có thể là một tỉnh, một thành phố, một vùng (như ĐBSCL), một quốc gia, thậm chí là một khu vực kinh tế (như ASEAN hay EU).

Với vai trò trung tâm của năng suất trong khuôn khổ phân tích NLCT, một câu hỏi then chốt cần trả lời là: *Những nhân tố quyết định năng suất và tốc độ tăng trưởng năng suất là gì?* Theo Michael Porter, có ba nhóm nhân tố quyết định NLCT của một quốc gia, bao gồm (i) Các yếu tố lợi thế tự nhiên của quốc gia, (ii) NLCT vĩ mô, và (iii) NLCT vi mô. Vì đối tượng nghiên cứu của Báo cáo này là tỉnh-thành phố nên khung khổ lý thuyết này được điều chỉnh một cách thích ứng, được tóm tắt trong Hình 1 và được trình bày cụ thể trong các mục dưới đây.³

1.1. Các yếu tố lợi thế sẵn có của địa phương

Các nhân tố nền tảng quyết định năng suất của địa phương được chia thành ba nhóm. Nhóm thứ nhất, ở dưới cùng trong Hình 1, là “các yếu tố lợi thế sẵn có của địa phương”, bao gồm tài nguyên thiên nhiên⁴, vị trí địa lý, hay quy mô của địa phương. Những nhân tố này không chỉ là số lượng mà còn bao gồm sự phong phú, chất lượng, khả năng sử dụng, chi phí đất đai, điều kiện khí hậu, diện tích và địa thế vùng, nguồn khoáng sản, nguồn nước, các nguồn lợi thủy sản hay ngư trường, v.v. Mặc dù những yếu tố này giữa các địa phương có thể tương đồng hoặc khác biệt, song chúng đều là những đầu vào cần thiết cho việc cạnh tranh của bất kỳ địa phương nào và cho cả các doanh nghiệp hoạt động trong địa phương đó.

Tuy nhiên, không phải khi nào thì sự dồi dào của các yếu tố “tiên thiên” này cũng mang lại NLCT tốt hơn cho địa phương. Đồng thời, không phải bao giờ sự nghèo nàn của chúng cũng đồng nghĩa với sự bất lợi trong cạnh tranh. Lịch sử kinh tế thế giới đã cho chúng ta một bài học rằng việc quá dư thừa nhân tố sản xuất có thể dẫn đến làm suy giảm, thay vì làm gia tăng lợi thế cạnh tranh. Trong khi đó, những bất lợi nhất định về nhân tố sản xuất, thông qua tác động của chiến lược và sự đổi mới, lại thường đóng góp vào sự thành công lâu dài trong cạnh tranh.⁵ Điều này cũng có nghĩa là những lợi thế về sự sẵn có của nguồn tài nguyên hay vị trí địa lý có thể đóng góp cho sự thịnh vượng của địa phương trong một số thời kỳ và với những điều kiện nhất định, song nếu chỉ dựa vào những lợi thế “trời cho” này thì sự thịnh vượng cũng sẽ chỉ có giới hạn. Không những thế, không loại trừ một khả năng là chính thu nhập dễ dàng từ những nguồn tài nguyên “từ trên trời rơi xuống” sẽ là một mầm mống của nạn tham nhũng và cho phép các chính sách tồi tồn tại dai dẳng. Các nhà kinh tế gọi nghịch lý này là “lời nguyền tài nguyên”.⁶ Nhiều bằng chứng cho thấy có những quốc gia rất giàu tài nguyên và nguồn lực tự nhiên nhưng lại rất kém phát triển trong khi cũng có nhiều quốc gia thành công trong phát triển mặc dù không có nguồn tài nguyên đáng kể nào. Theo Porter (2008), khi nguồn nguyên vật liệu được cung cấp một cách phong phú với giá rẻ hay lao động dư thừa, thì các

³ Một cách quy ước, trong Báo cáo này, “địa phương” được dùng để chỉ tỉnh và/hoặc vùng.

⁴ Nhân tố này thực ra có thể gọi một cách khái quát hơn là “tài nguyên tiên thiên” vì nó còn bao gồm các tài nguyên hữu hình và vô hình có tính lịch sử do các thể hệ tiền nhân để lại (như nền văn minh, di tích lịch sử v.v.).

⁵ Xem Porter (1990), *The Competitive Advantage of Nations* (tiếng Việt “Lợi thế cạnh tranh quốc gia”).

⁶ Xem Jeffrey Frankel (2010), *The Natural Resource Curse: A Survey* (tiếng Việt “Khảo sát: Lời nguyền tài nguyên”). Harvard Kennedy School, Faculty Research Working Paper Series.

doanh nghiệp có thể có khuynh hướng ỷ lại thái quá vào những lợi thế này và khai thác chúng một cách kém hiệu quả. Nhưng khi các doanh nghiệp phải đối mặt với một số bất lợi, ví dụ như chi phí đất đai cao, thiếu hụt lao động, hay thiếu hụt nguyên vật liệu tại địa phương, thì các doanh nghiệp đó phải đổi mới và nâng cấp để có thể cạnh tranh.⁷

1.2. Năng lực cạnh tranh ở cấp độ địa phương

Nhóm nhân tố thứ hai, ở giữa trong Hình 1, là “NLCT ở cấp độ địa phương”.⁸ Nhóm này bao gồm các nhân tố cấu thành nên môi trường hoạt động của doanh nghiệp. Môi trường hoạt động của doanh nghiệp là tổng hoà các yếu tố có ảnh hưởng lên NLCT của các doanh nghiệp từ cách suy nghĩ, quan điểm, thái độ cho đến hành vi, sự sáng tạo và tinh thần kinh doanh. Có thể chia các yếu tố này thành hai nhóm chính bao gồm (i) chất lượng của hạ tầng xã hội và các thể chế chính trị, pháp luật, văn hoá, xã hội, giáo dục, y tế; và (ii) các thể chế, chính sách kinh tế như chính sách tài khoá, tín dụng và cơ cấu kinh tế.

Yếu tố hạ tầng xã hội lấy sự phát triển của con người làm trung tâm, trong đó chú trọng đến vai trò của giáo dục cơ bản cho sự hoàn thiện nhân cách con người và hệ thống y tế cho sự phát triển thể chất. Nếu xét ở NLCT, giáo dục cơ bản còn là nền tảng cho việc học hỏi, tiếp thu tri thức, sáng tạo và đổi mới trong doanh nghiệp. Sự an tâm hơn về sức khoẻ và nền tảng thể chất tốt hơn cũng sẽ giúp cho con người lao động bền bỉ hơn, thích ứng nhanh với cường độ lao động cao và khả năng sáng tạo không ngừng. Tuy nhiên, cần lưu ý là trong bối cảnh cạnh tranh hiện đại, trái với sự hiểu biết thông thường, việc đơn thuần có được những con người có trình độ giáo dục cơ bản tốt không đồng nghĩa với lợi thế cạnh tranh. Để hỗ trợ cho lợi thế cạnh tranh, các nhân tố phải được chuyên môn hoá cao độ cho các nhu cầu cụ thể của một ngành. Bên cạnh đó, môi trường sống và làm việc cũng ảnh hưởng đến quyết định đi hay ở của người lao động.

Sự phát triển của thể chế chính trị được đo lường bởi sự cởi mở và ổn định xã hội ở địa phương, tiếng nói của các doanh nghiệp được lắng nghe và được tôn trọng trong thực tế, trách nhiệm giải trình của các quan chức chính quyền địa phương được đề cao, tính hiệu lực và hiệu quả của nền hành chính công được cải thiện. Nói đến vai trò của thể chế chính trị còn phải gắn liền với thượng tôn pháp luật, ở đó yếu tố an ninh xã hội, tính độc lập của hệ thống tư pháp, tính hiệu quả của khung pháp lý, mức độ tham nhũng, và sự thực thi các quyền dân sự.

Bên cạnh các thể chế chính trị và xã hội thì các thể chế và chính sách kinh tế cũng có tác động lên NLCT ở cấp độ địa phương. Chính vì lẽ đó mà các chính sách phát triển kinh tế của địa phương nói chung thường nhận được sự quan tâm đặc biệt của cộng

⁷ Xem Porter (2008)

⁸ Trong mô hình của Michael Porter, nhóm nhân tố thứ hai này được gọi là “NLCT vĩ mô”. Tuy nhiên, vì đối tượng nghiên cứu của Báo cáo này là tỉnh-thành phố nên tên gọi của nhóm nhân tố này được đổi lại cho phù hợp.

đồng doanh nghiệp. Mặc dù các chính sách này chủ yếu chịu ảnh hưởng bởi các chính sách kinh tế vĩ mô từ chính quyền trung ương nhưng sự đánh giá ở cấp độ địa phương nằm ở khả năng của chính quyền địa phương đưa các chính sách đó vào thực tiễn như thế nào. Chẳng hạn như các định hướng chính sách vĩ mô về chuyển dịch cơ cấu kinh tế sẽ quyết định việc phân bổ nguồn lực của trung ương cho địa phương cũng như sẽ đòi hỏi về việc sắp xếp thứ tự ưu tiên nguồn lực cho các ngành và lĩnh vực ở địa phương. Chính sách tài khoá, tín dụng và đầu tư, theo đó, cũng sẽ cần có những điều chỉnh thích hợp cho phù hợp với các điều kiện và ưu tiên của từng địa phương. Chính sách tài khoá và trạng thái của nó không những mô tả thực trạng của nền tài chính công ở địa phương mà còn nói lên các đặc điểm của cạnh tranh ở địa phương đó, chẳng hạn như các cơ sở thuế và những ưu đãi thuế đặc thù.⁹ Cuối cùng, chính sách tín dụng và sự phát triển của hệ thống tài chính và ngân hàng cũng là những yếu tố có ảnh hưởng quan trọng đến môi trường cạnh tranh của địa phương. Sự sẵn có của các nguồn vốn, khả năng tiếp cận vốn dễ dàng, chi phí sử dụng vốn thấp và một hệ thống thanh toán tốt đều là những mối quan tâm đặc biệt của bất kỳ doanh nghiệp nào khi quyết định lựa chọn môi trường để đầu tư và phát triển.

Cần lưu ý rằng, mặc dù các nhân tố kể trên không trực tiếp “tạo ra” năng suất và do vậy, NLCT, song chúng lại có vai trò hết sức quan trọng trong việc thúc đẩy hay cản trở nỗ lực tăng năng suất của doanh nghiệp.

1.3. Năng lực cạnh tranh ở cấp độ doanh nghiệp

Nhóm nhân tố thứ ba, ở trên cùng trong Hình 1, là “NLCT ở cấp độ doanh nghiệp”. Đây là những nhân tố tác động trực tiếp tới năng suất của doanh nghiệp, bao gồm chất lượng môi trường kinh doanh và cơ sở hạ tầng kỹ thuật, trình độ phát triển cụm ngành, hoạt động và chiến lược của doanh nghiệp.

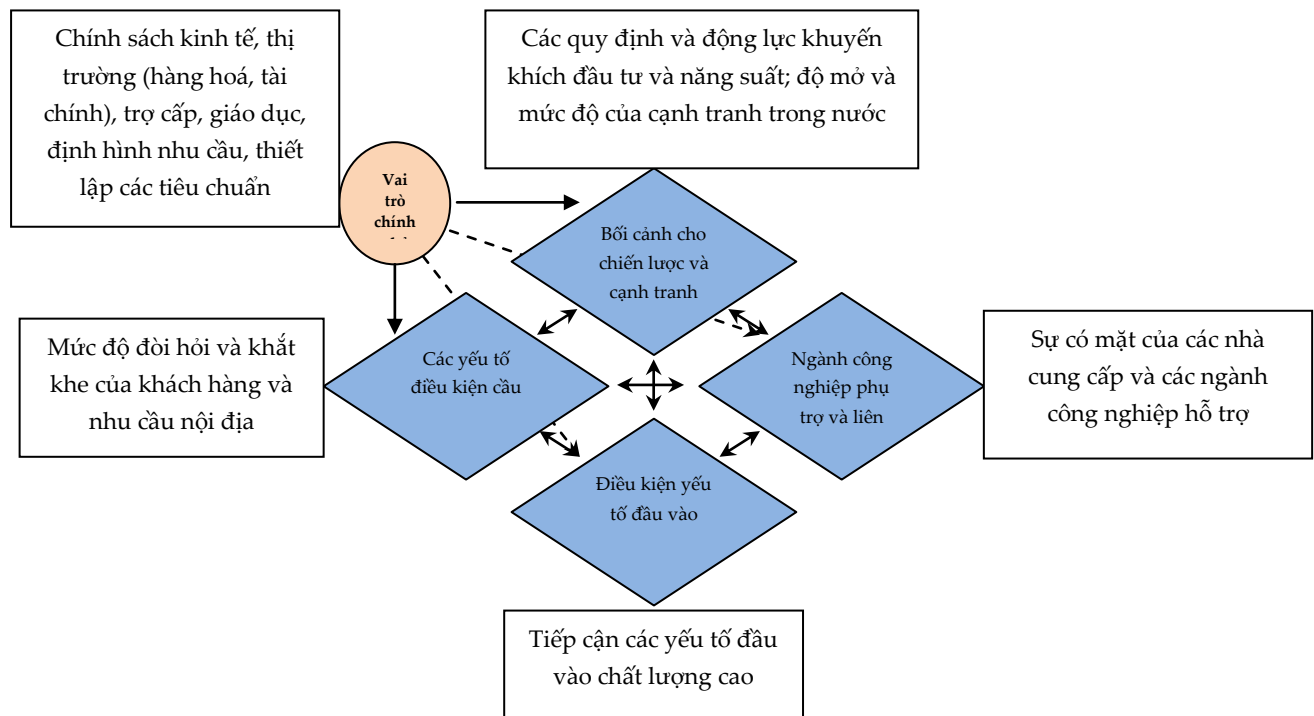
Môi trường kinh doanh là điều kiện bên ngoài giúp doanh nghiệp đạt được mức năng suất và trình độ đổi mới, sáng tạo cao nhất.¹⁰ Theo Porter (2008), chất lượng của môi trường kinh doanh thường được đánh giá qua bốn đặc tính tổng quát bao gồm: (i) các điều kiện về nhân tố đầu vào, (ii) các điều kiện cầu, (iii) các ngành công nghiệp phụ trợ và liên quan, và (iv) chiến lược công ty, cấu trúc và cạnh tranh nội địa. Porter (2008) mô tả bốn đặc tính này thông qua bốn góc của một hình thoi được nhiều nhà nghiên cứu gọi một cách hoa mỹ là Mô hình Kim cương Porter (xem Hình 2). Trong đó, các điều kiện về yếu tố đầu vào có thể được chia thành cơ sở hạ tầng,

⁹ “Cơ sở thuế” được hiểu là đại lượng làm căn cứ cho việc xác định trách nhiệm thuế của đơn vị đóng thuế. Ví dụ như “thu nhập chịu thuế” là cơ sở tính thuế cho thuế thu nhập doanh nghiệp và thu nhập cá nhân, hay giá trị bất động sản là cơ sở tính thuế cho thuế sử dụng đất phi nông nghiệp.

¹⁰ Ở Việt Nam, từ năm 2005 Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) đã phối hợp với Dự án Sáng kiến NLCT Việt Nam (VNCI) xây dựng các chỉ tiêu đánh giá môi trường kinh doanh của các địa phương thông qua Chỉ số NLCT cấp tỉnh (PCI). Chỉ số này được xây dựng dựa trên 9 tiêu chí cơ bản, kể cả việc phân tích yếu tố nền tảng cơ sở hạ tầng, mặc dù yếu tố này không bao gồm trong tính toán chỉ số PCI.

nguồn vốn, nguồn nhân lực, nguồn tài sản vật chất, và nguồn kiến thức. Các địa phương đều có những yếu tố này nhưng sự phối hợp của các nhân tố đó lại rất khác nhau và lợi thế cạnh tranh từ các nhân tố này phụ thuộc vào việc chúng được triển khai và hiệu quả hay không (Porter 2008).

Hình 2: Mô hình Kim cương của Michael Porter



Cần lưu ý rằng một số nhân tố như nhân lực, kiến thức, và vốn có thể di chuyển giữa các địa phương, cho nên việc có sẵn các nhân tố này ở mỗi địa phương không phải là một lợi thế cố hữu, bất di bất dịch. Hơn nữa, nguồn dự trữ các nhân tố đầu vào mà một địa phương có được ở một thời điểm cụ thể không quan trọng bằng tốc độ và tính hiệu quả mà địa phương đó tạo ra cũng như việc nâng cấp và sử dụng các nhân tố này trong những ngành cụ thể (Porter 2008). Chính vì vậy, ngoài bốn đặc tính kể trên thì cần phải nhấn mạnh đến vai trò của chính quyền địa phương trong việc hoạch định và thực thi các chính sách kinh tế, trong việc định hình nhu cầu và thiết lập các tiêu chuẩn cho cạnh tranh nhằm hướng đến việc cải thiện năng suất.

Khác với nhân tố môi trường kinh doanh và hạ tầng kỹ thuật, nhân tố về hoạt động và chiến lược của doanh nghiệp đánh giá các điều kiện bên trong nhằm giúp doanh nghiệp đạt được mức năng suất và trình độ đổi mới sáng tạo cao nhất dựa trên độ tinh thông, những kỹ năng, năng lực và thực tiễn quản lý của doanh nghiệp. Nhân tố này bao gồm những đánh giá từ nền tảng học vấn và trình độ chuyên môn của chủ doanh nghiệp, trình độ hiểu biết và khả năng ứng dụng công nghệ và công nghệ thông tin trong kinh doanh, những chuẩn mực cao về quản trị, điều hành, cả năng lực đối thoại, tư vấn và phản biện chính sách của doanh nghiệp.

Trình độ phát triển cụm ngành phân tích sự tập trung về mặt địa lý của các doanh nghiệp, các tài sản chuyên môn, hoặc các tổ chức hoạt động trong những lĩnh vực

nhất định. Cụm ngành tạo thành một mặt của mô hình Kim cương nói trên nhưng đúng hơn là cần phải được xem như thể hiện các mối tương tác giữa bốn mặt của viên Kim cương với nhau.¹¹ Cụm ngành phản ánh tác động của các liên kết và tác động lan toả giữa các doanh nghiệp và các tổ chức có liên quan trong cạnh tranh. Sự phát triển của các cụm ngành cũng sẽ giúp tăng năng suất và hiệu quả hoạt động, thúc đẩy sự đổi mới sáng tạo, và các quá trình thương mại hoá. Sự có mặt của cụm ngành cũng tạo cơ hội cho dòng chảy thông tin và trao đổi kỹ thuật, tăng khả năng phát sinh những cơ hội mới trong ngành công nghiệp, giúp hình thành một hình thức doanh nghiệp mới, những doanh nghiệp sẽ mang đến một phương pháp mới trong cạnh tranh (Porter 2008).

2. Cơ sở lý thuyết về cụm ngành

2.1. Khái niệm về cụm ngành

Cụm ngành (cluster), hiểu một cách đơn giản là sự tập trung về mặt địa lý của các hoạt động sản xuất và thương mại trong một lĩnh vực nhất định hoặc một số lĩnh vực có liên quan chặt chẽ, là một hiện tượng tồn tại từ nhiều thế kỷ trước.¹² Tuy nhiên, về phương diện học thuật, quan niệm về cụm ngành lần đầu tiên được Alfred Marshall (1890) sử dụng trong tác phẩm kinh điển của ông nhan đề Các nguyên tắc kinh tế học (*Principles of Economics*). Trong tác phẩm này, Marshall sử dụng thuật ngữ “khu vực công nghiệp” (industrial district) để mô tả sự tập trung và gần kề về địa lý của các doanh nghiệp trong nội ngành, nhờ đó tạo ra ngoại tác tích cực và lợi thế kinh tế nhờ quy mô cho các doanh nghiệp hoạt động trong khu vực đó. Lợi thế kinh tế xuất hiện khi sự tập trung tạo ra thị trường lao động linh hoạt cho những công nhân có tay nghề và kỹ năng; tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển các nhân tố đầu vào và dịch vụ chuyên biệt; và tạo được tác động lan toả từ việc phát triển công nghệ và bí quyết.

Theo quan điểm của Marshall, cần có ba điều kiện để hình thành một khu vực công nghiệp, bao gồm: (1) lao động, (2) các doanh nghiệp chuyên môn hóa và (3) khả năng đem tới hiệu ứng lan toả (external spill-overs) thông qua hoạt động chuyển giao bí quyết và ý tưởng bên trong khu vực (district). Tiếp theo Marshall, các học giả thuộc nhiều chuyên ngành khác nhau đã thảo luận về tầm quan trọng của sự tích tụ công nghiệp theo khu vực địa lý trong mối quan hệ với những biến chuyển lớn đang diễn ra trên phạm vi toàn cầu và vai trò của sự tích tụ này đối với phát triển kinh tế cũng như cơ cấu kinh tế của các quốc gia, vùng, và địa phương. Nhiều nhà kinh tế sau này đã có những nghiên cứu gần gũi với khái niệm ban đầu của Marshall.¹³

¹¹ Xem Porter (2008). *Các cụm ngành và sự cạnh tranh*. Bản dịch tiếng Việt của FETP.

¹² Ở Việt Nam, phường, hội, và các làng nghề truyền thống tồn tại hàng trăm năm trước là những biểu hiện lịch sử cho sự tồn tại của cụm ngành.

¹³ Ví dụ về các ngành khoa học này bao gồm địa kinh tế mới (new economic geography), khoa học về vùng (regional science), kinh tế học về vùng và đô thị (urban and regional economics), nghiên cứu về sáng tạo (innovation studies), mạng lưới xã hội (social networks), và cụm ngành công nghiệp (industrial cluster). Xem thêm phân tích và tài liệu tham khảo trong Porter (2008: 223).

Khi mô hình của “chủ nghĩa Ford” về tập đoàn công nghiệp tích hợp dọc (vertically integrated conglomerates) với quy mô khổng lồ bộc lộ nhiều vấn đề thì theo Piore và Sabel (1984), mối quan tâm về cụm ngành tăng lên. Cũng theo hai tác giả này, đến cuối thế kỷ 20 đã xuất hiện một sự chuyên môn hóa công nghiệp lần thứ 2 (“*second industrial divide*”) - đó là sự chuyên môn hóa theo vùng, được tổ chức quanh mạng lưới các nhà sản xuất quy mô nhỏ. Việc phát triển cụm ngành theo chiều ngang tạo ra sự hấp dẫn vì ngay cả các doanh nghiệp nhỏ và vừa cũng có thể tham gia vào cụm ngành. Theo thời gian, cụm ngành ngày càng được coi như một nhân tố quyết định đối với tăng trưởng kinh tế và NLCT (Porter, 1990).

Theo Krugman (1991), nguồn gốc hình thành cụm ngành phần nhiều là do lợi thế kinh tế nhờ quy mô hơn là do lợi thế so sánh. Krugman còn cho rằng việc hình thành các cụm ngành có tính ngẫu nhiên, đồng thời nhờ sự mở rộng quy mô kinh tế một cách bền vững.¹⁴ Trong khi đó, Rosenfeld (1997) nhấn mạnh tới tầm quan trọng của hạ tầng xã hội, luồng thông tin và hợp tác giữa các doanh nghiệp. Theo quan điểm của Rosenfeld, cụm ngành là sự tập trung về không gian địa lý của các doanh nghiệp sản xuất các sản phẩm tương tự, sản phẩm có liên quan hoặc sản phẩm hỗ trợ thông qua các kênh giao dịch, liên lạc và đối thoại nhằm chia sẻ về hạ tầng, thị trường lao động và dịch vụ, đồng thời cũng để đối phó với những cơ hội và nguy cơ chung.

Trong các tác giả hiện đại, có lẽ Michael Porter là học giả có đóng góp nhiều nhất cho việc phát triển khái niệm cụm ngành cũng như xây dựng khung phân tích cho việc áp dụng khái niệm này để nghiên cứu các vấn đề liên quan đến cạnh tranh (competition) và NLCT (competitiveness) ở hầu hết các cấp độ phân tích, bao gồm công ty, ngành công nghiệp, địa phương, vùng, và quốc gia. Với những đóng góp này của Porter (1990) và nhiều học giả khác, thuật ngữ cụm ngành đã trở nên phổ biến và được áp dụng một cách rộng rãi.

Tuy nhiên, ngay cả trong hoàn cảnh này thì các học giả khác nhau cũng đưa ra những khái niệm khác nhau về cụm ngành. Với mục đích của nghiên cứu này và để đảm bảo sự nhất quán, chúng tôi sử dụng khái niệm cụm ngành của Porter (1990, 1998, 2008) như sau:

Cụm ngành là “sự tập trung về mặt địa lý của các doanh nghiệp, các nhà cung ứng và các doanh nghiệp có tính liên kết cũng như của các công ty trong các ngành có liên quan và các thể chế hỗ trợ (ví dụ như các trường đại học, cục tiêu chuẩn, hiệp hội thương mại...) trong một số lĩnh vực đặc thù, vừa cạnh tranh vừa hợp tác với nhau”.

Khái niệm cụm ngành này được xây dựng dựa vào hai trụ cột quan trọng. Đầu tiên và quan trọng nhất là vai trò của sự tập trung về mặt địa lý của hoạt động kinh tế. Việc nhấn mạnh vào vai trò của sự tập trung này trong lý thuyết cụm ngành đem lại

¹⁴ Porter tuy cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của các nhân tố ngẫu nhiên, nhưng đồng thời cũng chỉ ra rằng nếu xét một cách cận kề thì nhiều nhân tố được coi là “ngẫu nhiên” này không hoàn toàn “ngẫu nhiên” mà bắt nguồn từ những tiền đề lịch sử (xem Porter 2008: 254).

nhiều hiểu biết sâu sắc mới về bản chất của cạnh tranh và về vai trò của vị trí (location) đối với lợi thế so sánh. Ngày nay, có thể tìm thấy sự hiện diện của cụm ngành ở mọi quốc gia, từ công nghệ cao ở Silicon Valley (Mỹ) đến điện ảnh ở Bollywood (Ấn Độ), từ giày da ở Riviera del Brenta (Ý) đến rượu vang ở Western Cape (Nam Phi), từ thiết kế và thời trang ở Paris (Pháp) đến thủy sản ở Đồng bằng sông Cửu Long (Việt Nam). Sự tồn tại phổ biến của cụm ngành gợi ý rằng NLCT của mỗi công ty và của mỗi ngành công nghiệp không chỉ do bản thân công ty hay ngành công nghiệp ấy quyết định, mà phụ thuộc rất nhiều vào “hệ sinh thái” - hay cụm ngành - trong đó công ty và ngành công nghiệp tồn tại.

Cột trụ thứ hai là tính “liên kết” và “liên quan”. Cụm ngành không phải là một tập hợp rời rạc của một nhóm công ty bất kỳ mà nó được gắn kết bởi sự tương hỗ và được cộng hưởng bởi tác động lan tỏa tích cực. Nói cách khác, sức mạnh chung của cụm ngành lớn hơn tổng sức mạnh của các thành viên riêng lẻ gộp lại. Chẳng hạn như sự thành công của mô hình Silicon Valley chỉ có được nhờ vào sự hội tụ của nhiều công ty với năng lực kỹ thuật tiên tiến, của những nhà khởi nghiệp đầy hoài bão, của các trường đại học và các cơ sở nghiên cứu khó học danh tiếng, của các quỹ đầu tư mạo hiểm, và của khả năng tiếp cận thị trường v.v. Nếu tách biệt các nhân tố này ra khỏi nhau thì Silicon Valley sẽ không còn là một hệ sinh thái thống nhất nữa, và vì vậy sẽ khó thành công trong việc phát triển công nghệ cao, đồng thời sẽ suy giảm sức cạnh tranh so với các cụm ngành công nghệ cao khác. Cũng cần nhấn mạnh thêm là sự tồn tại của nhiều doanh nghiệp/tổ chức trong cùng một ngành ở cùng một khu vực địa lý tất yếu làm gia tăng cạnh tranh. Tuy nhiên, cạnh tranh không chỉ gây ra tác động tiêu cực (chẳng hạn như làm giảm tỷ suất lợi nhuận trung bình) mà nó còn đem lại nhiều lợi ích to lớn (chẳng hạn như thải loại những ý tưởng tồi và doanh nghiệp kém hiệu quả). Chính nhờ sự cạnh tranh quyết liệt này mà một cụm ngành trở nên năng động, luôn đổi mới, và có sức sống.

Như vậy, khái niệm cụm ngành đem đến một cách tiếp cận mới về NLCT, và qua đó, một phương thức tư duy mới về cách thức phối hợp, xây dựng, và nâng cao NLCT của một nền kinh tế (quốc gia, khu vực hay địa phương) thông qua việc gia tăng năng suất và hiệu quả hoạt động, kích thích và thúc đẩy đổi mới, và tạo điều kiện thuận lợi cho sự ra đời các doanh nghiệp mới.¹⁵ Trong những mục tiếp theo của chương này, chúng tôi sẽ lần lượt trình bày cách thức xác định phạm vi và cấu trúc của cụm ngành, ý nghĩa của cụm ngành đối với NLCT và nâng cấp công nghiệp, sự hình thành và phát triển của cụm ngành, và cuối cùng sẽ xem xét cụm ngành như một công cụ chính sách, và qua đó rút ra vai trò của nhà nước trong việc phát triển cụm ngành để nâng cao NLCT.

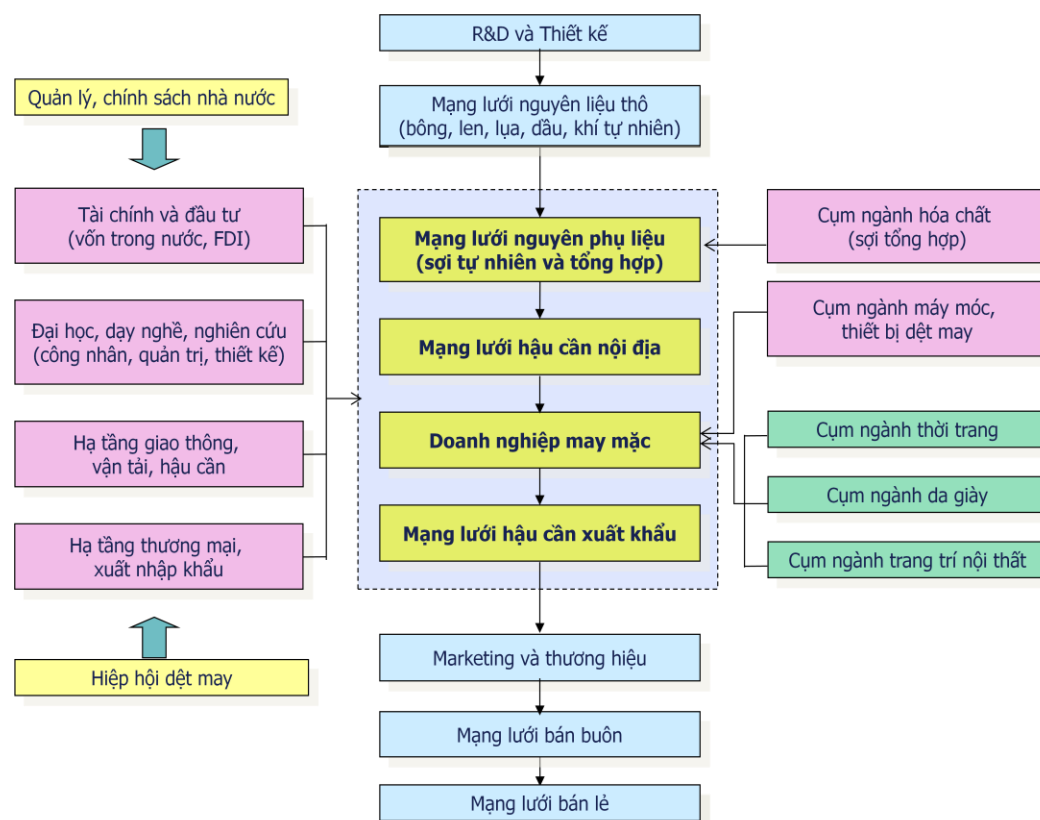
¹⁵ Theo nghĩa này, khái niệm “cụm ngành” hoàn toàn khác khái niệm “cụm công nghiệp” đang sử dụng ở Việt Nam.

2.2. Phạm vi và cấu trúc của cụm ngành

Như đã trình bày, cụm ngành là tập trung về mặt địa lý của một nhóm công ty và các thể chế liên quan, được kết nối với nhau bởi những sự tương đồng và tương hỗ. Vì vậy, phạm vi địa lý của một cụm ngành có thể là một thành phố, một vùng, một quốc gia, hay thậm chí là một nhóm các quốc gia lân bang. Tương tự như vậy, cấu trúc của cụm ngành cũng hết sức đa dạng, tùy thuộc vào chiều sâu và mức độ phức tạp của nó. Nhìn chung, các thành phần của một cụm ngành điển hình bao gồm các doanh nghiệp sản xuất sản phẩm cuối cùng, các doanh nghiệp ở thượng nguồn và hạ nguồn, các doanh nghiệp cung ứng chuyên biệt, các đơn vị cung cấp dịch vụ, các ngành liên quan (về sản xuất, công nghệ và quan hệ khách hàng), các thể chế hỗ trợ (tài chính, giáo dục, nghiên cứu, và cơ sở hạ tầng) ...

Sự đa dạng về phạm vi và cấu trúc của cụm ngành đặt ra câu hỏi: làm thế nào để xác định được cụm ngành? Để làm điều này, chúng ta phải dựa vào định nghĩa cụm ngành để từ đó xác định các thành viên của cụm ngành cũng như mối quan hệ của chúng với nhau.

Hình 3. Ví dụ minh họa về sơ đồ cụm ngành dệt may



Theo Porter (2008, tr. 216), để xác định các bộ phận của cụm liên quan thì nên bắt đầu với một (hoặc một số) công ty lớn đại diện cho hoạt động cốt lõi của cụm ngành, sau đó tìm kiếm các công ty/tổ chức thượng nguồn và hạ nguồn trong chuỗi theo chiều dọc. Chẳng hạn như trong cụm ngành dệt may (Hình 3), hoạt động cốt lõi là

sản xuất dệt may. Khi tìm kiếm theo chiều dọc, chúng ta sẽ thấy các công ty thượng nguồn (ví dụ như thiết kế, cung cấp nguyên liệu thô) và các công ty hạ nguồn (ví dụ như hậu cần xuất khẩu, thương hiệu, bán buôn, bán lẻ).

Bước tiếp theo là nhìn theo chiều ngang để xác định các ngành công nghiệp liên quan. Tính “liên quan” có thể trên cơ sở sản xuất các sản phẩm và dịch vụ có tính chất bổ sung cho ngành dệt may (như thời trang, da giày, hay đồ gỗ), hoặc sử dụng chung một số nhân tố đầu vào chuyên biệt (như thời trang, da giày), hoặc sử dụng các kênh phân phối và truyền thông tương tự nhau (như da giày).

Bước tiếp theo sau là xác định các tổ chức cung cấp cho các thành viên của cụm ngành những kỹ năng chuyên môn, công nghệ, thông tin, vốn, hoặc cơ sở hạ tầng hoặc những đầu vào thiết yếu khác. Trong trường hợp của ngành dệt may, những tổ chức này có thể là các kênh đầu tư và tài chính, trường thiết kế thời trang, trường đào tạo công nhân kỹ thuật, các tổ chức cung cấp hạ tầng giao thông, xuất nhập khẩu, và thương mại. Những tổ chức này cũng có thể là các cụm ngành có liên quan khác. Chẳng hạn như sự phát triển của mạng lưới nguyên phụ liệu dệt tổng hợp phụ thuộc vào cụm ngành hóa chất. Tương tự như vậy, hoạt động của các doanh nghiệp dệt may cần có sự hỗ trợ của cụm ngành máy móc, thiết bị dệt may.

Bước cuối cùng là tìm kiếm các cơ quan thuộc chính phủ hoặc các thể chế, cơ chế quản lý có ảnh hưởng đáng kể đến hoạt động của các thành viên trong cụm ngành. Trong trường hợp của cụm ngành dệt may, các nhân tố tác động này có thể là các phòng ban khác nhau thuộc bộ chuyên ngành (như Bộ Công Thương chẳng hạn), các hiệp hội dệt may (ở cấp trung ương và địa phương), các hiệp định và cam kết quốc tế ảnh hưởng đến hoạt động của cụm ngành (ví dụ như Hiệp ước đa sợi, cam kết mở cửa thị trường, tiêu chuẩn an toàn v.v.).

Việc xác định ranh giới của cụm ngành (hay vẽ sơ đồ cụm ngành) không phải bao giờ cũng rõ ràng, và vì vậy đòi hỏi một sự thấu hiểu đối với các bộ phận của cụm ngành, mối liên kết tương hỗ giữa chúng, cũng như mối liên hệ giữa bản thân cụm ngành đang nghiên cứu với các cụm ngành có liên quan. Suy đến cùng, việc đưa một bộ phận vào trong hay rút một bộ phận ra khỏi sơ đồ cụm ngành phụ thuộc vào bản chất của mối liên hệ và sức mạnh của hiệu ứng lan tỏa giữa bộ phận ấy và những bộ phận còn lại của cụm ngành.

2.3. Vai trò của cụm ngành đối với NLCT và nâng cấp công nghiệp

Ngoại trừ các cụm ngành được tạo ra một cách duy ý chí, nhìn chung các cụm ngành ra đời khi các doanh nghiệp tìm thấy những lợi ích nhất định khi định vị mình bên cạnh các đối thủ cạnh tranh (và tất nhiên cả khách hàng và nhà cung cấp nữa). Những lợi ích này bao gồm sự tiện lợi cho khách hàng, giảm chi phí vận hành chuỗi cung ứng, tăng khả năng tuyển dụng nhân công lành nghề, và tiếp cận dễ dàng hơn đối với các chuyên gia và kỹ thuật chuyên ngành. Bên cạnh những lợi thế dễ nhận ra này, Porter còn chỉ ra rằng cụm cung cấp cho các doanh nghiệp thêm một ưu thế cạnh tranh nữa nhờ tăng năng suất, đổi mới, thương mại hóa và khởi nghiệp (Hộp 1)

Hộp 1. Các lợi thế cạnh tranh do cụm ngành tạo ra

- ***Thúc đẩy năng suất và hiệu quả***
 - Tăng khả năng tiếp cận với các nhân tố đầu vào chuyên biệt như nguyên vật liệu, thông tin, dịch vụ, lao động kỹ năng, thể chế, cũng như các “hàng hóa công” khác.
 - Tăng tốc độ, giảm chi phí điều phối và chi phí giao dịch giữa các DN trong cụm ngành.
 - Tăng khả năng truyền bá các thực hành tốt và kinh nghiệm kinh doanh hiệu quả.
 - Tăng động cơ và NLCT nhờ so sánh trực tiếp với các DN trong cụm ngành.
 - Tăng sức ép đổi mới và nhu cầu định vị chiến lược (phân biệt hóa) doanh nghiệp của mình so với các đối thủ cạnh tranh.
 - ***Thúc đẩy đổi mới***
 - Tăng khả năng nhận diện cơ hội đổi mới công nghệ và mở rộng thị trường do tiếp cận được với nhiều nguồn thông tin (chẳng hạn như về sự tồn tại của các nhu cầu chưa được đáp ứng, về thị hiếu tinh tế và yêu cầu khắt khe của khách hàng v.v.)
 - Tăng cường khả năng đổi mới nhờ sự hiện hữu của nhiều nhà cung ứng, các chuyên gia hàng đầu và các thể chế hỗ trợ.
 - Giảm chi phí và rủi ro thử nghiệm công nghệ mới nhờ sự sẵn có của nguồn lực tài chính và kỹ năng, dịch vụ hỗ trợ và các doanh nghiệp khâu trước – khâu sau.
 - ***Thúc đẩy thương mại hóa và ra đời doanh nghiệp mới***
 - Cơ hội cho các công ty mới và/hoặc dòng sản phẩm mới được cụm ngành “kiểm định” chính xác hơn so với trường hợp đứng biệt lập bên ngoài cụm ngành.
 - Khuyến khích việc hình thành các công ty độc lập (spinoff) và các công ty mới nhờ sự tập trung của các công ty trong ngành, các mối quan hệ thương mại, và của nhu cầu.
 - Giảm chi phí thương mại hóa sản phẩm mới và thành lập doanh nghiệp mới trong hệ sinh thái cụm ngành nhờ sự có sẵn các nguồn lực về tài chính và kỹ năng.
-

Như vậy, lợi ích then chốt của các cụm ngành công nghiệp là giúp tăng cường cạnh tranh, đồng thời đẩy mạnh hợp tác, qua đó tạo ra hiệu ứng cộng hưởng (hiệu ứng mạng lưới) và tác động lan tỏa, và kết quả cuối cùng là tăng năng suất, đổi mới, thương mại hóa, và khởi nghiệp. Sự phát triển của cụm ngành, vì vậy, đóng vai trò

quan trọng đối với việc nâng cấp công nghiệp và phát triển kinh tế. Điều này cũng có nghĩa là nhà nước có thể sử dụng cách tiếp cận cụm ngành để thực hiện chiến lược và mục tiêu phát triển của mình. Tuy nhiên, kinh nghiệm quốc tế cho thấy, trong nhiều trường hợp, sự can thiệp thái quá của nhà nước có thể mang lại những hệ lụy tiêu cực, vì bản thân sự ra đời và phát triển của cụm ngành tuân theo những quy luật nhất định. Trong phần tiếp theo, chúng tôi sẽ thảo luận về nguồn gốc và một số mô thức hình thành - phát triển của các cụm ngành. Trên cơ sở đó, những phần tiếp sau sẽ thảo luận về khả năng sử dụng cụm ngành như một công cụ chính sách và vai trò thích hợp của nhà nước trong việc hình thành và phát triển cụm ngành.

2.4. Quá trình hình thành và phát triển của cụm ngành

Các cụm ngành thường hình thành trên cơ sở những lợi thế đặc thù nhất định. Những lợi thế đặc thù này hết sức đa dạng, và do vậy cũng có nhiều mô thức hình thành và phát triển cụm ngành. Trong phần này, chúng tôi sẽ thảo luận và đưa ra các ví dụ minh họa cho một số mô thức phổ biến nhất.

Đầu tiên, cụm ngành có thể được hình thành và phát triển nhờ vào những điều kiện tự nhiên và sự sẵn có các nhân tố sản xuất. Ví dụ điển hình nhất là đa số các cụm ngành có tính truyền thống như nông nghiệp và tiểu thủ công nghiệp, hay các cụm ngành phụ thuộc vào thiên nhiên như du lịch đều hình thành từ những điều kiện tự nhiên thuận lợi. Một ví dụ khác là cụm ngành may mặc, cụm ngành giày dép, hay nói chung là các cụm ngành thâm dụng lao động thường xuất hiện ở những nơi dồi dào lao động chi phí thấp.¹⁶ Một ví dụ nữa, tuy không thực sự sát lắm nhưng thú vị, là trường hợp của Silicon Valley - một ví dụ kinh điển về sự thành công của cụm ngành. Sự phát triển của Silicon Valley như một hệ sinh thái ươm tạo và phát triển công nghệ cao được hỗ trợ mạnh mẽ bởi sự hiện hữu của các doanh nhân giàu khát vọng, của các trường đại học và cơ sở nghiên cứu đỉnh cao, nhờ cơ sở hạ tầng tài chính thuận lợi, khả năng tiếp cận thị trường, và nhờ cả vào thời tiết ôn hòa. Mô hình này sau đó đã được bắt chước ở một số nơi khác như Helsinki (Phần Lan), Cambridge (Mỹ), Tel Aviv (Israel), Bangalore (Ấn Độ) và Đài Bắc (Đài Loan).

Thứ hai, cụm ngành có thể được hình thành và phát triển nhờ vào những điều kiện về nhu cầu. Nhu cầu thị trường đủ lớn và tăng trưởng với một tốc độ đủ hấp dẫn hiển nhiên là một cơ hội thị trường tốt, và do đó có thể thúc đẩy sự hình thành của cụm ngành nhằm khai thác cơ hội này. Có vô vàn ví dụ minh họa cho nguồn gốc hình thành cụm ngành xuất phát từ nhu cầu. Trong trường hợp của Việt Nam, có thể thấy rằng việc hình thành cụm ngành xe máy ở Vĩnh Phúc, Sóc Sơn và một số địa

¹⁶ Tuy nhiên, điều ngược lại - cụ thể là sự dồi dào lao động chi phí thấp - không nhất thiết là điều kiện cần (và càng không phải là điều kiện đủ) cho sự phát triển của ngành may mặc hay giày dép. Vì nếu điều này xảy ra thì chúng ta đã không được chứng kiến sự phát triển của cụm ngành dệt may ở bang North và South Carolina (Mỹ); cũng như sẽ không nhìn thấy sự phát triển mạnh mẽ của cụm ngành giày dép da ở Brenta và nhiều địa phương khác ở nước Ý. Như chúng ta sẽ thấy, việc cạnh tranh như thế nào thậm chí còn quan trọng hơn việc cạnh tranh trong ngành nào.

bàn phụ cận xuất phát từ sự bùng nổ nhu cầu đi lại bằng xe máy ở Việt Nam.¹⁷ Ví dụ thứ hai là sự phát triển của cụm ngành tôm và cá basa ở Đồng bằng sông Cửu Long chỉ thực sự khởi sắc khi xuất hiện nhu cầu rất lớn ở các thị trường mới, đặc biệt là Mỹ sau khi Việt Nam và Mỹ ký hiệu định thương mại song phương (BTA) vào năm 2001. Quay trở lại trường hợp Silicon Valley, trong giai đoạn ban đầu, cụm ngành công nghệ cao ở đây phát triển nhanh một phần là nhờ đơn đặt hàng của chính phủ. Trong thập niên 1950 và 1960 của thời kỳ Chiến tranh lạnh, nhu cầu bóng bán dẫn bằng chất liệu silicon (silicon transistor) lớn nhất đến từ hệ thống điện tử và hệ thống dẫn đường và điều khiển của lực lượng không quân. Mặc dù đơn đặt hàng béo bở của Bộ Quốc phòng đã tạo điều kiện thuận lợi ban đầu cho các công ty ở Silicon Valley phát triển, song quan trọng hơn là các khoản tài trợ khổng lồ dành cho R&D, tiêu biểu là Chương trình Vũ trụ trong thập niên 1960. Chính chương trình sản xuất tên lửa hạt nhân Minuteman I đã thúc đẩy công ty Bán dẫn Fairchild nhanh chóng hoàn thiện công nghệ bóng bán dẫn phẳng (planar transistor), từ đó tạo điều kiện cho việc sản xuất hàng loạt các mạch tích hợp. Sự hỗ trợ ban đầu mang mục đích quốc phòng của chính phủ cuối cùng đã giúp ngành điện tử dân dụng đơm hoa kết trái.¹⁸

Thứ ba, cụm ngành có thể được hình thành nhờ vào một hay một số doanh nghiệp chủ chốt. Chẳng hạn như ở Việt Nam, cụm ngành lắp ráp xe máy được hình thành từ sự xuất hiện đồng thời của Honda Việt Nam (Vĩnh Phúc) và Yamaha Motor Việt Nam (Sóc Sơn, Hà Nội) vào năm 1998. Ở miền Nam, cụm ngành gốm sứ ở Bình Dương mặc dù đã tồn tại từ lâu nhưng chỉ thực sự lớn mạnh và vươn ra quốc tế với sự phát triển của Minh Long từ thập niên 1990. Gần đây hơn, sự xuất hiện của Intel ở thành phố Hồ Chí Minh mở ra cơ hội cho việc hình thành và phát triển cụm ngành vi mạch điện tử và công nghệ thông tin. Trở lại Silicon Valley, theo truyền thuyết ở địa phương, sự ra đời của cụm ngành công nghệ cao ở đây được bắt đầu tại nhà để xe của số nhà 367 Addison Avenue ở Palo Alto vào mùa thu năm 1938, nơi hai sinh viên tốt nghiệp của trường ĐH Stanford là Bill Hewlett và Dave Packard cùng nhau chế tạo bộ dao động âm tần đầu tiên. Đây đồng thời cũng là sản phẩm đầu tiên của Hewlett - Packard (HP), một trong những công ty công nghệ thành công nhất ở Silicon Valley. Mặc dù bộ dao động âm tần là một trong những phát minh đầu tiên của Silicon Valley, song tên của địa danh này lại đến từ ngành công nghiệp bán dẫn, và lần này, một công ty khác - Fairchild - đóng vai trò tiên phong.

Thứ tư, sự ra đời của một cụm ngành có thể xuất phát từ sự thành công của các cụm ngành đã hình thành từ trước. Cụm ngành mới này có thể là sự phát triển hay chuyển hóa (transformation) của cụm ngành cũ. Chẳng hạn như cụm ngành tách sợi bông ở Tirupur (Ấn Độ) đã chuyển thành cụm ngành dệt tất chân (hosiery) và cuối cùng trở thành cụm ngành dệt kim (knitware); hay cụm ngành công nghệ thông tin

¹⁷ Số lượng xe máy ở Việt Nam hiện nay là 33 triệu chiếc, tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm 15,8% trong giai đoạn 1991-2000 và 15,3% trong giai đoạn 2000-2011.

¹⁸ Một ví dụ nổi tiếng khác là sự ra đời của Internet (xem Clarke và Plank 2012).

ở Silicon Valley đã được phát triển từ cụm ngành bán dẫn. Cụm ngành mới cũng có thể không phải là sự phát triển trực tiếp từ các cụm ngành có trước. Ví dụ như cụm ngành du lịch chữa bệnh ở Thái Lan được ra đời từ sự thành công của cụm ngành du lịch. Ở Ấn Độ, cụm ngành công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) ở Bangalore (được mệnh danh là Silicon Valley của Ấn Độ) được hình thành từ cụm ngành công nghệ (dân dụng và quốc phòng) của nhà nước. Ở Đài Loan, cụm ngành thiết bị phân tích (analytical instruments) được hình thành nhờ sự phát triển của cụm ngành công nghệ thông tin.

Thứ năm, sự ra đời của cụm ngành có thể dựa (gần như) hoàn toàn vào đầu tư của nhà nước. Ví dụ điển hình ở Việt Nam là trường hợp cụm ngành đóng tàu ở Hải Phòng - Quảng Ninh xoay quanh tâm điểm là Vinashin, và cụm ngành lọc hóa dầu ở Dung Quất. Nhìn ra thế giới, chúng ta thấy cụm ngành công nghệ thông tin và truyền thông ở Bangalore được hình thành từ đầu tư nhà nước vào công nghiệp quốc phòng. Cụm ngành đóng tàu của Hàn Quốc được bắt đầu với sự hỗ trợ to lớn của nhà nước về tín dụng, ngoại tệ, và mua sắm công. Bên cạnh những khoản đầu tư có tính hỗ trợ trực tiếp của nhà nước, cũng cần phải kể đến những khoản đầu tư tuy gián tiếp nhưng hết sức quan trọng - ví dụ như đầu tư vào cơ sở hạ tầng, giáo dục, y tế - cũng như hệ thống thể chế tạo lập môi trường kinh doanh thuận lợi - như bảo vệ sở hữu trí tuệ và xây dựng hệ thống tiêu chuẩn hóa.

Mặc dù có nhiều con đường khác nhau đưa đến sự hình thành và phát triển của cụm ngành, tuy nhiên để có thể cạnh tranh thành công, các cụm ngành đều phải dựa vào một hay một số lợi thế đặc thù nào đó. Các lợi thế này có thể đến từ những nhân tố hiện đại, chẳng hạn như nhu cầu phát triển sức mạnh quốc phòng như ở Mỹ và Ấn Độ, quyết tâm sắt đá của lãnh đạo quốc gia như Hàn Quốc và Singapore, cách mạng khoa học kỹ thuật như trường hợp Internet trong thập niên 1990 v.v. Tuy nhiên, hầu hết các cụm ngành nổi tiếng mà chúng ta thấy trên toàn thế giới là những cụm ngành truyền thống, được hình thành và phát triển nhờ sự kết hợp của các yếu tố như nguyên liệu, nhiên liệu, giao thông, vận tải, lao động dồi dào và/hoặc lành nghề, các trường đại học xuất sắc, tiếp cận thị trường v.v. Một cách khái quát, theo Porter, các cụm ngành cần có một số điều kiện tiên đề nhất định để phát triển (Hộp 2).

Hộp 2. Một số điều kiện tiên đề để phát triển cụm ngành

- Cụm ngành có một lượng đủ lớn các công ty nội địa hoặc chi nhánh công ty nước ngoài đã vượt qua phép thử của thị trường
- Cụm ngành có một số lợi thế đặc thù hay thế mạnh đặc biệt trong bốn yếu tố của hình thái (bao gồm các điều kiện về nhu cầu thị trường, các điều kiện về nhân tố sản xuất, các ngành công nghiệp hỗ trợ và có liên quan, và bối cảnh của chiến lược và cạnh tranh của doanh nghiệp.)
- Nhu cầu đặc thù (thiên thời), vị trí đắc địa (địa lợi), tài năng đặc biệt (nhân hòa)

- Cụm ngành có sự hiện diện của công ty đa quốc gia hàng đầu thế giới đã có những đầu tư quan trọng, đồng thời có cam kết mở rộng hoạt động
- Có thể mạnh trong các cụm ngành liên quan gần gũi
- **Lưu ý:** Có được một số tiền đề trong số này là điều kiện cần để một cụm ngành có thể thành công. Tuy nhiên, tối kỵ việc duy ý chí trong việc nhận dạng hay phát triển cụm ngành

Trong thế giới ngày nay, sự phát triển năng động của cụm ngành, dù là hiện đại hay truyền thống, đều phụ thuộc vào sự trỗi dậy của các doanh nghiệp then chốt, từ đó thu hút các doanh nghiệp cạnh tranh khác, các doanh nghiệp ở thượng nguồn, hạ nguồn, và các dịch vụ hỗ trợ. Khi hiệu quả theo quy mô đã đạt được, các tác động tương hỗ sẽ giúp duy trì sự phát triển của cụm ngành.

Trong mục tiếp theo, chúng ta sẽ thảo luận một khuôn khổ lý thuyết nhằm đánh giá lợi thế cạnh tranh của các địa phương. Chỉ trên cơ sở những đánh giá như thế này thì chính quyền địa phương mới có thể có những chính sách thích hợp về cụm ngành.

2.5. Đánh giá lợi thế cạnh tranh của địa phương

Có nhiều phương pháp đánh giá lợi thế cạnh tranh của địa phương. Trong mục này, chúng tôi sẽ giới thiệu phương pháp do Porter (1990, 1998, 2008) đề xuất, được biết đến với tên gọi “mô hình kim cương”.

Mô hình kim cương được hình thành dựa theo quan niệm của Porter về cạnh tranh, trong đó cải tiến (innovation) và khác biệt chiến lược (strategic difference) đóng vai trò then chốt. Quan niệm này cũng cho rằng những lợi thế về nhân tố sản xuất, dù lớn thế nào đi chăng nữa, cũng chỉ là một điều kiện cần mà không phải là điều kiện đủ cho cạnh tranh, đặc biệt là trong thế giới ngày càng trở nên toàn cầu hóa. Một cách khái quát, vai trò tương đối của những nhân tố hữu hình ngày càng nhường chỗ cho các nhân tố “vô hình” như năng lực sáng tạo, tài năng quản lý, hay sự kết nối mật thiết với khách hàng và nhà cung ứng, bởi vì chính những nhân tố vô hình này (chứ không phải các nhân tố hữu hình) mới là nguồn gốc của đổi mới sáng tạo và của khác biệt chiến lược. Hơn nữa, vì cạnh tranh là một trò chơi động nên việc đạt được hiệu quả ngày hôm nay dựa vào lợi thế của các nhân tố đầu vào (như lao động và tài nguyên rẻ) sẽ không đủ để duy trì thế vị cạnh tranh, mà lợi thế quyết định nằm ở khả năng tăng cường tốc độ cải thiện hiệu quả nhờ gia tăng năng suất.¹⁹

Trong khái niệm vừa rộng vừa động hơn này về cạnh tranh, các nhân tố có tính địa phương ảnh hưởng đến lợi thế cạnh tranh thông qua ảnh hưởng của nó đến năng suất và đặc biệt là tăng trưởng năng suất. Trong thế giới toàn cầu hóa ngày nay, năng suất - nhân tố then chốt quyết định sự thịnh vượng - không nằm ở việc huy

¹⁹ Năng suất (productivity) ở đây được đo bằng là giá trị gia tăng do một đơn vị lao động (hay một đơn vị vốn) tạo ra được trong một đơn vị thời gian.

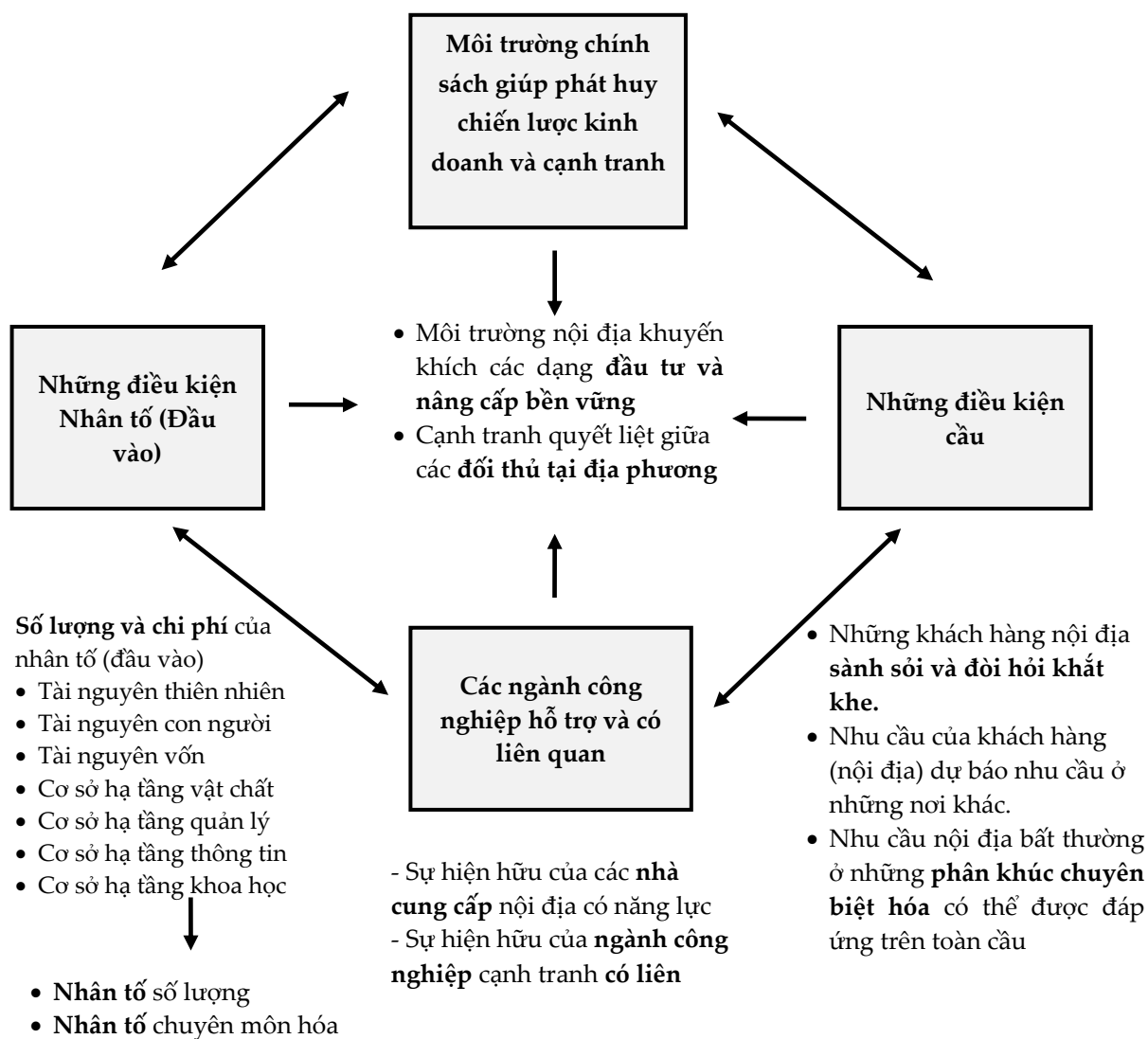
động các nhân tố đầu vào mà nằm ở hiệu quả sử dụng các nhân tố đầu vào này như thế nào. Tương tự như vậy, năng suất và sự thịnh vượng của một địa phương không phụ thuộc nhiều vào ngành công nghiệp trong đó các công ty sở tại cạnh tranh, mà quan trọng hơn, phụ thuộc vào cách thức họ cạnh tranh như thế nào. Một công ty có thể được phân loại là “công nghệ cao” nhưng nếu công nhân của nó chỉ làm đúng một việc là dùng tay gắn vài con chip vào một bo mạch dựng sẵn thì giá trị gia tăng sẽ thấp hơn, chẳng hạn so với một công ty chế biến các mặt hàng thủy sản cao cấp, cung ứng trực tiếp cho các chuỗi nhà hàng cao cấp ở Tây Âu hay Bắc Mỹ. Tương tự như vậy, giá trị gia tăng của khâu lắp ráp i-phone trên dây chuyền tự động hiện đại nhất cũng chỉ xấp xỉ với giá trị gia tăng của việc trồng cà-phê bằng phương pháp thủ công truyền thống.

Sự thịnh vượng của địa phương phụ thuộc vào năng suất của những công ty hoạt động tại địa phương đó. Năng suất này, đến lượt mình, lại phụ thuộc vào chất lượng của môi trường kinh doanh tại địa phương. Có thể chia các yếu tố môi trường kinh doanh thành hai nhóm: các yếu tố có tính quốc gia (như kinh tế vĩ mô, luật pháp, cơ sở hạ tầng xuyên quốc gia) và các yếu tố có tính địa phương (như sự hiện hữu của một vài công ty tầm cỡ, một số kỹ năng đặc thù, các trường đại học, viện nghiên cứu, hay trung tâm dạy nghề). Năng suất của doanh nghiệp phụ thuộc vào cả hai nhóm yếu tố này. Chẳng hạn như doanh nghiệp sẽ không thể hoạt động hiệu quả trong môi trường vĩ mô bất ổn hay môi trường pháp lý phức tạp nhiều khâu. Doanh nghiệp cũng không thể hiệu quả nếu như cơ sở hạ tầng giao thông tắc nghẽn, điện lưới pháp phù, hay thiếu lao động có kỹ năng.

Để khái quát hóa những lợi thế cạnh tranh có tính địa phương, Porter đề xuất mô hình kim cương bao gồm bốn nhân tố:

- Các điều kiện về nhân tố sản xuất (factor conditions) bao gồm lao động có kỹ năng, nguồn lực, công nghệ và cơ sở hạ tầng;
- Các điều kiện về cầu (demand conditions) bao gồm nhu cầu trong và ngoài nước về sản phẩm và dịch vụ;
- Các ngành công nghiệp hỗ trợ và có liên quan (related and supporting industries) bao gồm các nhà cung ứng và phân phối hỗ trợ ngành và cụm; và
- Bối cảnh chiến lược và cạnh tranh của doanh nghiệp (context for firm strategy and rivalry) bao gồm những điều kiện ảnh hưởng tới việc tạo lập, tổ chức và quản lý doanh nghiệp; và đặc điểm của các đối thủ trong nước.

Hình 4. Các nguồn gốc của lợi thế cạnh tranh địa phương



Nguồn: Porter (2008, tr. 227)

Bốn nhân tố của mô hình kim cương được tóm tắt trong

Hình 4.²⁰ Hiện nay, mô hình kim cương của Porter là một trong những mô hình được sử dụng nhiều nhất khi phân tích về cụm ngành. Mặc dù mô hình này có hạn chế là không đề cập tới khía cạnh không gian trong phân tích cụm ngành, song nó vẫn là một khung phân tích hữu ích, được áp dụng phổ biến trong các phân tích về cụm ngành, đặc biệt là để nhận ra các nhân tố ảnh hưởng tới NLCT của địa phương và của ngành hay để phân tích mối quan hệ tác động qua lại giữa các nhân tố cạnh tranh, từ đó xây dựng chiến lược phát triển cụm ngành nói riêng và kinh tế nói chung.

2.6. Đánh giá các yếu tố ảnh hưởng tới NLCT của cụm ngành

Khuôn khổ lý thuyết phân tích cụm ngành nếu chỉ dừng ở đây thì vẫn còn rất khái quát, vì vậy cần phải được cụ thể hóa (hay “tác nghiệp hóa”) để có thể ứng dụng được một cách thiết thực trong các phân tích chính sách về NLCT của cụm ngành. Trong phần này, chúng tôi sẽ giới thiệu một cách khái lược cách tiếp cận “tác nghiệp hóa” mô hình kim cương do Choe, Roberts và các cộng sự (2011a, 2011b) đề xuất trong một nghiên cứu mới đây về Phát triển kinh tế thành phố dựa vào cụm ngành (Cluster-based City Economic Development - CCED) ở các quốc gia Châu Á.²¹

Cụ thể là Phương pháp CCED đưa ra một hệ thống gồm 39 nhân tố (hay chỉ số) để đo lường NLCT của cụm ngành, được chia thành 5 nhóm theo mô hình kim cương của Porter, bao gồm: (i) Các điều kiện về nhân tố sản xuất; (ii) Các điều kiện về cầu; (iii) Các ngành công nghiệp hỗ trợ có liên quan; (iv) Chiến lược, cấu trúc và đối thủ cạnh tranh của doanh nghiệp; và (v) Vai trò của chính phủ/chính quyền. Yếu tố “cơ may” (chance) không được xem xét vì rất khó đo lường (xem Bảng 1). Sau đó, tiến hành xếp hạng theo thứ tự (ordinal ranking semi-qualitative scoring method) theo thang điểm từ 0 đến 5 cho 39 chỉ số này căn cứ theo mức độ cạnh tranh tương đối của mỗi nhân tố. Điểm tổng hợp chung về NLCT của cụm ngành là trung bình điểm của tất cả các chỉ số. Nếu điểm tổng hợp lớn hơn 3,75 thể hiện rằng cụm ngành rất mạnh, phát triển tốt và có khả năng cạnh tranh quốc tế; nếu điểm tổng hợp khoảng 3,0 cho thấy một cụm ngành tương đối mạnh và có khả năng cạnh tranh trong nước; nếu điểm tổng hợp khoảng 2,5 chứng tỏ một cụm ngành nhỏ, mới nổi và mạnh trong một vùng; điểm tổng hợp là 2,0 hoặc thấp hơn thể hiện một cụm ngành tương đối yếu và chỉ cạnh tranh được với các doanh nghiệp địa phương hoặc vừa mới hình thành.

Có hai lưu ý quan trọng đối với phương pháp CCED. Thứ nhất, vì phương pháp xếp hạng là theo thứ tự nên cần chỉ rõ các cụm ngành tham chiếu (là các cụm ngành có

²⁰ Ngoài ra, vận may (chance) và chính phủ cũng là hai nhân tố ảnh hưởng tới lợi thế cạnh tranh (xem Porter 1990). Vận may là những sự kiện xảy ra mà không có quan hệ một cách nhân quả rõ rệt với các điều kiện của địa phương (chẳng hạn như việc Microsoft đặt trụ sở chính ở Seattle). Chính phủ có thể giúp tăng cường (hoặc triệt tiêu bớt) lợi thế cạnh tranh thông qua các chính sách thuận lợi (hoặc bất lợi) cho các nhà đầu tư và cho việc cải thiện hiệu quả.

²¹ Nhóm tác giả Choe và Roberts sử dụng chữ viết tắt CCED vừa để chỉ Cluster-based City Economic Development (2011a) và City Cluster Economic Development (2011b).

thể so sánh được, thường là các cụm ngành cạnh tranh). Thứ hai, phương pháp CCED dựa vào việc phỏng vấn các lãnh đạo doanh nghiệp và chuyên gia trong ngành, vì vậy có thể có một mức độ chủ quan nhất định.

Đến đây, chúng ta đã có được bức tranh vừa tổng quát (thông qua chỉ số tổng hợp) vừa chi tiết (thông qua 39 chỉ số bộ phận) về NLCT của cụm ngành. Tuy nhiên, phân tích NLCT cụm ngành không dừng lại ở đây. Bên cạnh việc cho điểm đối với mỗi nhân tố thì việc đánh giá về khoảng cách hay sự thiếu hụt NLCT của mỗi nhân tố cũng rất quan trọng. Thiếu hụt về NLCT thể hiện qua sự khác biệt giữa mức độ về NLCT hiện tại và mức độ đòi hỏi về NLCT trong tương lai. Phân tích sự thiếu hụt về NLCT của các nhân tố trên nhằm chỉ ra những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của mỗi nhân tố, từ đó đưa ra những gợi ý về những hành động, biện pháp can thiệp hay điều chỉnh từ chính phủ và các bên có liên quan trong cụm ngành để nâng cấp các chỉ số này, qua đó nâng cao NLCT và hiệu quả kinh tế của cụm ngành.

Bảng 1. Đo lường các nhân tố trong mô hình kim cương của Porter

	Vị thế hiện tại	Vị thế kỳ vọng	Khoảng cách
Các điều kiện về nhân tố sản xuất			
<i>Lao động</i>			
Sự sẵn có về lao động có kỹ năng			
Kỹ năng quản lý			
Hiệu quả và năng suất lao động			
Cơ sở giáo dục và đào tạo			
<i>Cơ sở hạ tầng</i>			
Chất lượng dịch vụ hạ tầng (logistics)			
Chất lượng dịch vụ hạ tầng (điện, nước)			
Chi phí dịch vụ			
Chất lượng dịch vụ viễn thông			
<i>Nguồn lực</i>			
Gắn với nguồn nguyên liệu thô			
Chi phí nguyên liệu thô nội địa so với nhập khẩu			
Chất lượng nguyên liệu thô			
Môi trường xã hội			
Chất lượng môi trường sống của lao động			
Điều kiện làm việc			
Các điều kiện về cầu			
<i>Thị trường</i>			
Mở rộng thị trường địa phương và trong nước			
Mở rộng thị trường xuất khẩu			
<i>Sản phẩm mới</i>			
Khả năng phát triển sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu			
Phản ứng và sáng tạo trước những thay đổi			
<i>Môi trường kinh doanh</i>			
Chất lượng và độ tin cậy về sản phẩm - dịch vụ			
Hiệu và hỗ trợ bền vững đối với sản phẩm			
Tinh thần kinh doanh mạnh mẽ			
Sẵn sàng đối mặt với rủi ro			
Chiến lược, cấu trúc và đối thủ cạnh tranh của DN			
<i>Cấu trúc</i>			
Mức độ hiện diện của các DN nước ngoài và liên doanh			
Sự linh hoạt trong hệ thống sản xuất			
<i>Hợp tác</i>			
Hợp tác mạnh mẽ giữa các DN trong ngành			
Phát triển vốn kiến thức chung về ngành			
Mạng lưới doanh nghiệp và vốn xã hội mạnh mẽ			
Lãnh đạo tầm quốc gia hay quốc tế			
Sự tham gia của xã hội dân sự và cộng đồng			
<i>Định hướng công nghệ</i>			
Mức độ cao trong áp dụng công nghệ tại doanh nghiệp			
Các ngành công nghiệp hỗ trợ có liên quan			
<i>Chuỗi cung ứng</i>			
Năng lực của dịch vụ hỗ trợ kinh doanh tại địa phương			
Khả năng đáp ứng của các dịch vụ hỗ trợ tại địa phương			
Chất lượng của dịch vụ hỗ trợ tại địa phương			
<i>Gia tăng giá trị</i>			
Khả năng gia tăng giá trị cho các chuỗi cung ứng			
Hiểu biết của doanh nghiệp về khả năng gia tăng giá trị			
Vai trò của chính phủ			
Hỗ trợ của Chính phủ trong phát triển cụm ngành			
Hệ thống đăng ký kinh doanh tinh gọn			
Hỗ trợ sự phát triển bền vững của ngành			
Thực thi các quy định về doanh nghiệp			
Hỗ trợ nghiên cứu và phát triển			
Điểm trung bình			

2.7. Vai trò của nhà nước trong phát triển cụm ngành

Những phân tích và ví dụ cho đến thời điểm này cho thấy vai trò hết sức quan trọng của nhà nước đối với sự hình thành và phát triển của cụm ngành. Nhìn từ góc độ lý thuyết, cơ sở để nhà nước can thiệp xuất phát từ các thất bại của thị trường - chẳng hạn như nhu cầu yếu ớt (nhất là trong giai đoạn đầu), rủi ro cao (đặc biệt là với công nghệ tiên phong), thị trường không đầy đủ (chưa có quỹ đầu tư mạo hiểm và cơ chế phòng ngừa rủi ro tài chính), người ăn theo (do tính chất hàng hóa công của khoa học và công nghệ), ngoại tác tiêu cực (đặc biệt liên quan đến tiêu chuẩn về an toàn sản phẩm và vệ sinh môi trường) v.v.

Từ góc độ thực tiễn chính sách, sự thành công của các doanh nghiệp nói riêng và của cụm ngành nói chung là một thắng lợi về kinh tế cho địa phương. Sự phát triển của cụm ngành góp phần tạo ra môi trường kinh doanh năng động và hấp dẫn. Đến lượt mình, môi trường này thu hút thêm các doanh nghiệp và nhà đầu tư, nhờ vậy tạo ra công ăn việc làm, tăng trưởng kinh tế, và mở rộng cơ sở thuế cho địa phương. Chính vì vậy, chính quyền địa phương có động cơ mạnh mẽ để đóng vai trò tích cực trong việc hỗ trợ, giúp cho cụm ngành ở địa phương mình trở nên phát đạt.

Vai trò của nhà nước có thể được thực hiện bằng nhiều cách và trên nhiều phương diện. Nhà nước có thể chủ động nhận diện những cụm ngành mới manh nha hay đang trỗi dậy để có chính sách hỗ trợ thích hợp. Đối với những cụm ngành hiện hữu, nhà nước cần đảm bảo các điều kiện cần thiết yếu, đồng thời giải quyết những trở ngại để chúng có thể tiếp tục phát triển - chẳng hạn như thông qua việc đảm bảo khả năng tiếp cận các nguồn lực và nhân tố sản xuất, tích cực thu hút đầu tư (trong và ngoài nước) vào các hoạt động nòng cốt và phụ trợ của cụm ngành.

Như chúng ta đã thấy, sự phát triển của một cụm ngành không chỉ phụ thuộc vào các bộ phận trong cụm ngành đó mà có thể còn dựa trên và đòi hỏi sự phát triển của những cụm ngành khác có liên quan. Vì vậy, trong chính sách phát triển cụm ngành của mình, nhà nước nên hướng vào những chính sách hỗ trợ rộng rãi (chứ không nhất thiết chỉ hỗ trợ cá biệt cho một vài bộ phận của cụm ngành), chẳng hạn như thông qua việc tạo ra môi trường kinh doanh hấp dẫn, xây dựng cơ sở hạ tầng thích hợp, nâng cao chất lượng giáo dục và đào tạo nghề, cải thiện chất lượng và mức độ bao phủ của các chính sách y tế và an sinh xã hội v.v.

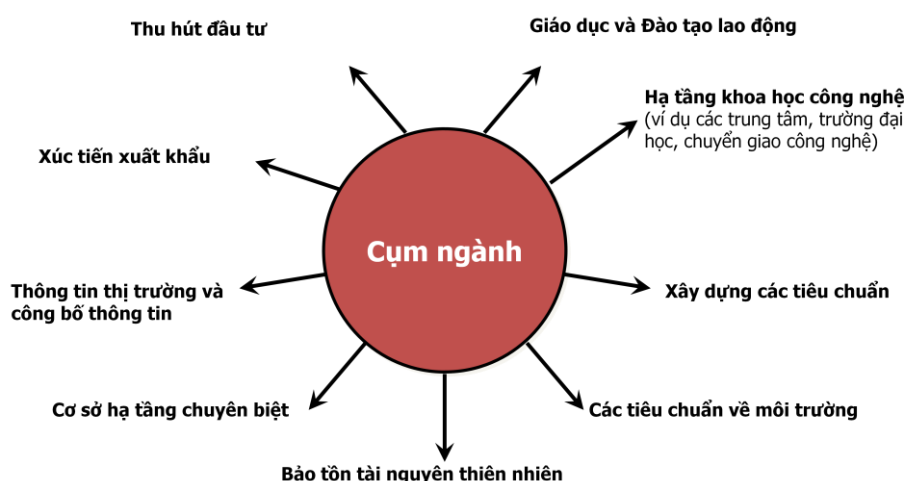
Ở mức độ chủ động cao hơn, nhà nước không chỉ dừng lại ở việc nâng đỡ các cụm ngành manh nha hay trợ giúp các cụm ngành đang tồn tại, mà còn sử dụng cụm ngành như một công cụ chính sách và lấy (một số) cụm ngành làm trung tâm trong chiến lược phát triển kinh tế (xem Hộp 3).

Hộp 3. Cụm ngành như một công cụ chính sách

Cụm ngành có thể đóng vai trò như:

- Một diễn đàn giúp khuyến khích sự hợp tác giữa khu vực tư nhân (gồm cả MNCs) với các hiệp hội thương mại, cơ quan chính phủ, trường đại học, viện nghiên cứu
- Một cơ chế đối thoại có tính xây dựng giữa chính phủ và doanh nghiệp
- Một công cụ giúp phát hiện các cơ hội cũng như nguy cơ, từ đó xây dựng chiến lược và gợi ý hành động thích hợp
- Một phương thức tổ chức và thực hiện chính sách
- Một phương tiện thực hiện các đầu tư (công và tư) giúp tăng cường sức mạnh cho nhiều đối tượng cùng một lúc
- Một cách thức thúc đẩy các loại hình cạnh tranh năng động và tinh vi hơn thay vì bóp méo thị trường

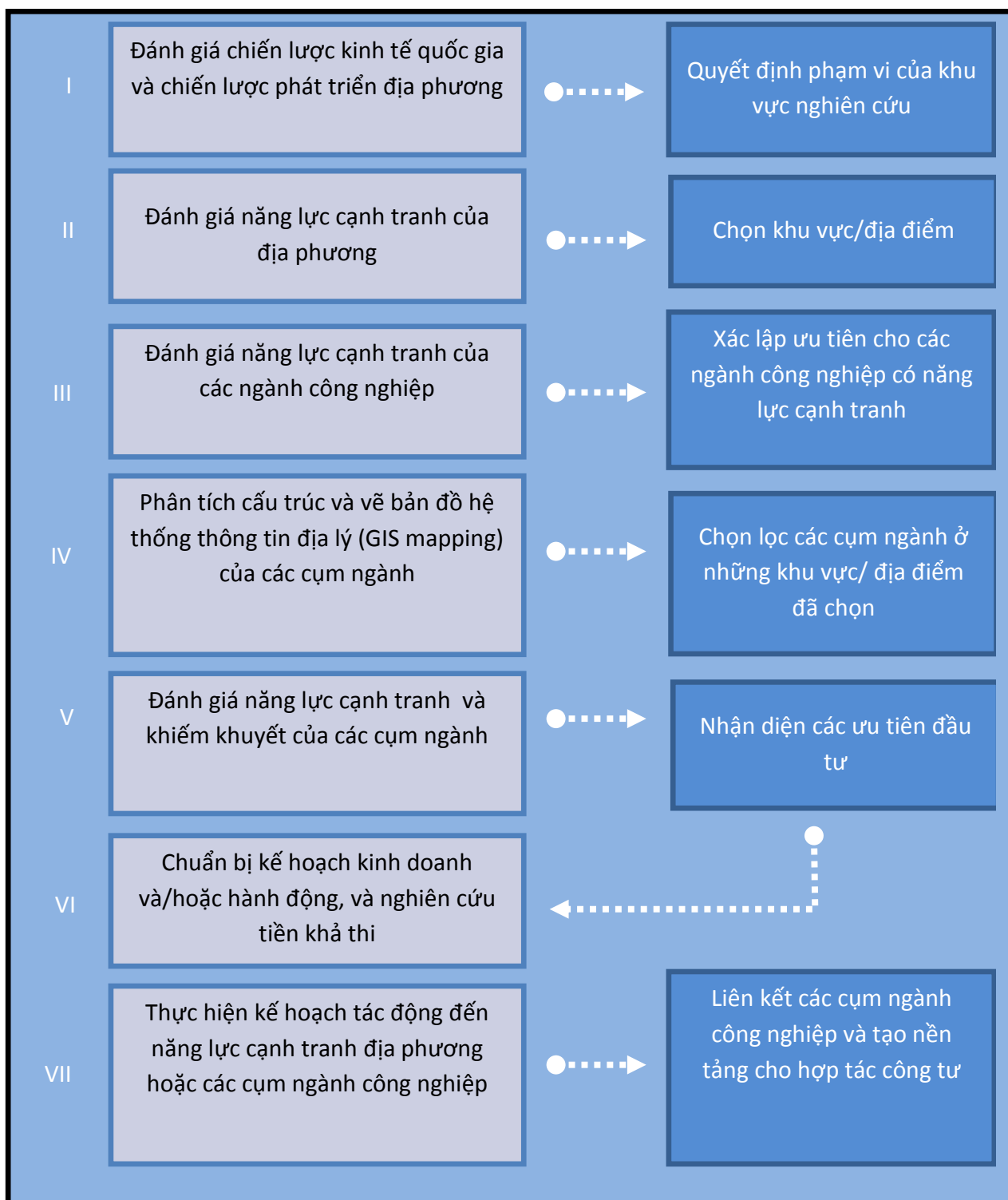
Mô hình cách tiếp cận chính sách lấy cụm ngành làm trung tâm:



Mặc dù vai trò tích cực của nhà nước là cần thiết để có thể phát triển cụm ngành, song vai trò này cần có một điểm dừng nhất định. Nói cách khác, nhà nước cần xuất phát từ những tiền đề và nương theo những lợi thế có sẵn (xem Hộp 2). Không nên xây dựng cụm ngành một cách chủ quan, duy ý chí. Kinh nghiệm quốc tế và trong nước đều cho thấy việc nhà nước đứng ra tạo lập cụm ngành hoàn toàn mới bằng cách tự đứng ra đầu tư, trợ giá, và bảo hộ, bất chấp điều kiện về nhân tố sản xuất, nhu cầu, cấu trúc thị trường và ngành phụ trợ thường dẫn tới thất bại hơn là thành công. Những quốc gia hay địa phương muốn xây dựng chiến lược và kế hoạch phát

triển kinh tế lấy cụm ngành làm trung tâm có thể tham khảo quy trình phân tích CCED do Choe và Roberts (2011b) đề xuất (xem Hình 5).²²

Hình 5. Quy trình bảy bước của phân tích CCED



²² Lưu ý rằng, nội dung *Đánh giá các yếu tố ảnh hưởng tới NLCT của cụm ngành* (được trình bày trong phần 2.6) chỉ là một bước (bước 5) trong quy phân tích CCED.

Tài liệu tham khảo của Michael Porter

Porter M.E. (1990): *The Competitive Advantage of the Nations*. The Free Press, New York

Porter M.E. (1998): Clusters and New Economics of Competition, Harvard Business Review

Porter M.E. (2003): *The Economic Performance of Regions*. Regional Studies, 37 (6/7), 549-78.

Porter, M. E. (2000): *Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a global Economy*. Economic Development Quarterly, 14, 15-34.

Porter, M.E. (1985): Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. New York, New York: Macmillan.

Porter, M.E. (1985): *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior performance*. New York, New York: Macmillan.

Porter, M.E. (1998). *On Competition*. Boston: Harvard Business School Press

Porter, M.E. (2008). *On Competition*. Updated and Expanded Edition. Boston: Harvard Business School Press