

Phát triển cụm công nghiệp hỗ trợ chuyên ngành: lý thuyết và thực tiễn

TỪ THÚY ANH

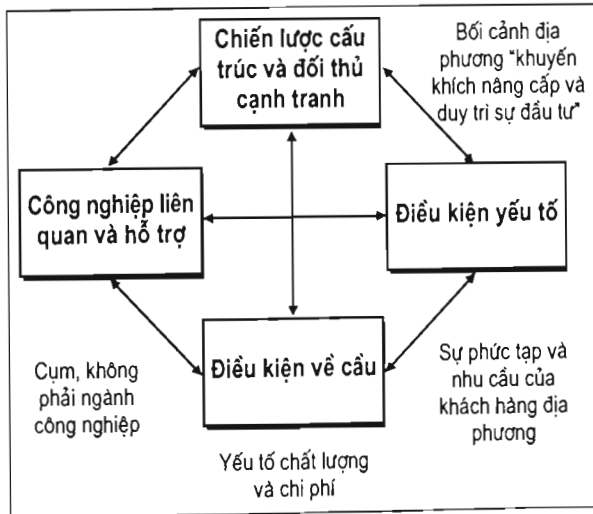
Bài viết này giới thiệu lý thuyết về các cụm công nghiệp, quan điểm định vị các doanh nghiệp công nghiệp hỗ trợ thành các cụm công nghiệp chuyên ngành. Đồng thời, cũng tìm hiểu kinh nghiệm phát triển các cụm công nghiệp hỗ trợ trên thế giới, đặc biệt đối với ngành sản xuất ô tô làm ví dụ minh họa, để rút ra một số kinh nghiệm cho Việt Nam về vấn đề quy hoạch định vị các doanh nghiệp hỗ trợ.

1. Lý thuyết Kim cương về lợi thế cạnh tranh và cụm công nghiệp

Michael E. Porter, chuyên gia quản lý nổi tiếng hàng đầu thế giới của Đại học Harvard là tác giả của mô hình kim cương về lợi thế cạnh tranh. Mô hình kim cương của Micheal Porter là khối tứ giác gồm 4 yếu tố tạo nên lợi thế cạnh tranh của một doanh nghiệp: chiến lược, cơ cấu và các đối thủ cạnh tranh của doanh nghiệp; các yếu

tố cung; các yếu tố cầu; các ngành công nghiệp hỗ trợ và liên quan. (xem hình 1). Toàn bộ tứ giác đó, cũng như mỗi thành phần, lại chịu tác động của hai yếu tố “bên ngoài” là cơ hội và chính phủ. Các doanh nghiệp hỗ trợ là một trong bốn yếu tố cốt yếu này. M. Porter nhấn mạnh đến các cụm công nghiệp hỗ trợ của từng ngành (*cluster*), chứ không phải các doanh nghiệp hỗ trợ nói chung (*industries*).

HÌNH 1: Mô hình lợi thế cạnh tranh của M. Porter¹



Như vậy, Michael E. Porter cũng thường được cho là người đầu tiên đưa ra thuật ngữ cụm (*cluster*). Trong bài báo nổi tiếng của mình đăng trên Harvard Business Week (1998), ông phát biểu rằng, bản đồ kinh tế

thế giới ngày nay chỉ phối chủ yếu bởi khái niệm mà ông đặt là cụm. Ông cho rằng môi

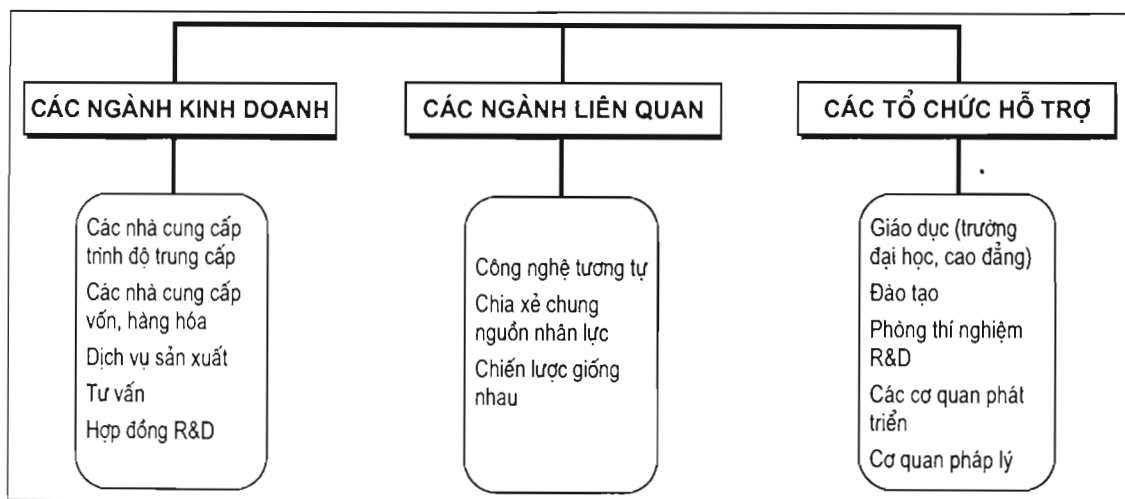
Từ Thúy Anh, TS., Trường Đại học Ngoại thương Hà Nội.
1. Porter M. E. (1990).

trường kinh doanh trung gian bên ngoài doanh nghiệp đóng vai trò sống còn trong việc tạo ra lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp. Ông định nghĩa cụm là nơi tập trung về mặt địa lý của các công ty và các thể chế có quan hệ hữu cơ mật thiết với nhau trong một lĩnh vực nào đó, ở một khu vực địa lý có lợi thế cạnh tranh khác thường về lĩnh vực đó (1998, trang 78). Như vậy, cụm, theo M. Porter, được hiểu là nơi hội tụ những doanh nghiệp quan hệ mật thiết và liên đới với nhau trong cạnh tranh, bao gồm chẳng hạn như các các nhà lắp ráp sản phẩm cuối cùng, nhà cung cấp nguyên liệu, linh phụ kiện, máy móc thiết bị và dịch vụ cho một loại sản phẩm. Cụm, theo M. Porter, cũng được mở rộng thành các doanh

nh nghiệp cung cấp sản phẩm bổ sung, các doanh nghiệp quan hệ liên đới với nhau về kỹ năng, công nghệ hay các nguyên liệu chung. Các sản phẩm liên đới có thể là ô tô các loại, xe máy, máy móc vận tải chuyên dụng. Doanh nghiệp có các sản phẩm bổ sung có thể là doanh nghiệp cung cấp các sản phẩm nhựa, cao su, các sản phẩm điện, điện tử cho ô tô và xe máy. Kết luận về lý thuyết theo M. Porter, để phát huy lợi thế cạnh tranh, các doanh nghiệp hỗ trợ nên định vị gần nhau thành các cụm công nghiệp hỗ trợ chuyên ngành, hoặc những ngành sản xuất rất gần nhau về công nghệ, về yêu cầu lao động, ...

Biểu đồ về cụm công nghiệp được tóm tắt như sau:

SƠ ĐỒ 1: Mô hình cụm công nghiệp của M. Porter



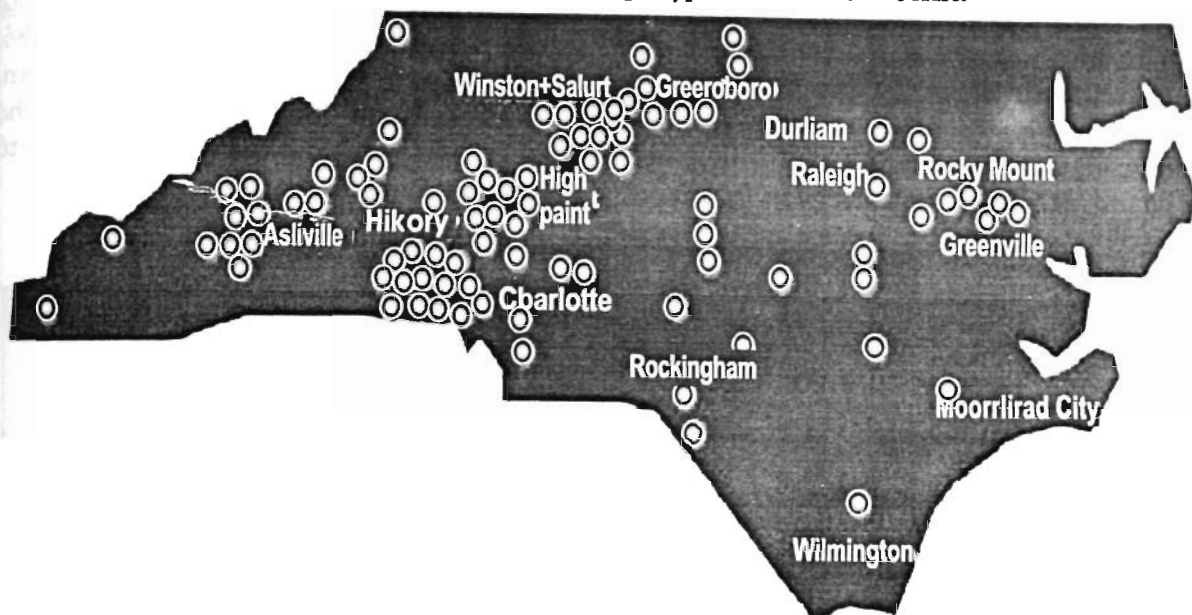
Tiếp theo, chúng ta xem xét kinh nghiệm phát triển các cụm công nghiệp, đặc biệt là các cụm công nghiệp ô tô của một số nước trên thế giới, bao gồm Mỹ, Trung Quốc và Thái Lan, từ đó rút ra một số suy ngẫm về định vị doanh nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam.

2. Câu chuyện của Mỹ: cụm công nghiệp ô tô Bắc Carolina

Ở Mỹ, Bắc Carolina nằm trong топ những bang đi đầu về sản xuất linh phụ kiện ô tô. Mặc dù Bang không có nhà máy lắp ráp ô tô hạng nhỏ (passenger car), nhưng có nhiều nhà máy lắp ráp xe tải, xe buýt và thiết bị xây dựng hạng nặng. Theo dự án bản đồ cụm công

nh nghiệp (Cluster Mapping Project) của Đại học Kinh doanh Harvard, cụm công nghiệp ô tô Bắc Carolina đứng thứ 10 trên toàn nước Mỹ về số lượng việc làm. ở miền Nam, chỉ bang Tennessee là có thứ hạng cao hơn, xếp thứ 5 về lĩnh vực cụm công nghiệp ô tô. Ở Bắc Carolina, 30 doanh nghiệp hàng đầu trong cụm công nghiệp ô tô đã tạo việc làm cho hơn 30.000 người lao động (xem Bản đồ 1). Cũng theo *Cluster Mapping Project*, Bắc Carolina có nhiều người lao động làm việc trong cụm công nghiệp ô tô hơn Georgia, Nam Carolina, Virginia và Alabama, nhưng lại ít hơn Tennessee và Kentucky.

BẢN ĐỒ 1: Cụm công nghiệp ô tô Bắc Carolina



Nguồn: Sujit M. Canga Retna, 2003

Theo Sở Thương mại Bắc Carolina, Bang đã tích cực theo đuổi chiến lược phát triển cụm công nghiệp ô tô trong thời gian qua. Bang đã cho phép một loạt các doanh nghiệp sản xuất thiết bị ô tô vào đặt trụ sở và hoạt động tại Bang, từ các hãng đồ nội thất như Visotec Automotive Products ở Burke County, đến các hãng sản xuất hệ thống lọc sủ của hệ thống ô tô như NGK Ceramics USA ở Iredell County. Đến năm 2003, Sở đã cấp phép cho 1.010 doanh nghiệp hoạt động trong cụm công nghiệp ô tô, ô tô tải và thiết bị hạng nặng của Bắc Carolina. Khoảng 400 doanh nghiệp là các nhà sản xuất ô tô, xe tải, xe bus, ô tô công trình và các thiết bị hạng nặng. Hơn 600 doanh nghiệp còn lại cung cấp thiết bị, linh kiện, phụ kiện, nguyên vật liệu cho các nhà sản xuất ô tô và thiết bị máy móc chuyên dụng hạng nặng. Nhóm này sản xuất từ máy công nghiệp đến các sản phẩm kim loại, cao su, nhựa, sợi nội thất, thiết bị điện, sản phẩm hóa chất và sản phẩm dầu mỡ và cả các chi tiết nhỏ khác phục vụ sản xuất các loại ô tô và thiết bị hạng nặng. Hoạt động của hơn 1.000 doanh nghiệp này có ảnh hưởng kinh tế rất tích cực đến nền kinh tế của Bắc Carolina.

Trong bang Bắc Carolina, một số lượng khá lớn các doanh nghiệp của cụm công nghiệp hỗ trợ ô tô nằm ở vùng Charlotte, với 416 công ty. Vùng thứ hai tập trung khá đông các ông ty của cụm là Greensboro-Winston-Salem-High Point, với 214 công ty. Một số vùng khác của Bắc Carolina như Asheville (miền Tây của Bắc Carolina), Raleigh, Durham, Chapel Hill mỗi vùng tập trung khoảng hơn 100 doanh nghiệp hỗ trợ của ngành ô tô.

3. Câu chuyện của Trung Quốc: cụm công nghiệp ô tô Quảng Châu

Cụm công nghiệp ô tô Quảng Châu thu hút được ba hãng lắp ráp lớn của Nhật Bản là Toyota, Honda và Nissan. Mô hình công nghiệp là tối ưu nếu một hãng lắp ráp (anchor firm) được định vị gần với các doanh nghiệp hỗ trợ để có một hệ thống cung ứng kịp thời (just-in-time), hoặc một hệ thống logistics hiệu quả. Do đó, ở Trung Quốc trước đây, các doanh nghiệp hỗ trợ cho Nissan nằm ở huyện Hoa Đô, doanh nghiệp hỗ trợ cho Toyota nằm ở huyện Nam Sa và doanh nghiệp hỗ trợ cho Honda thì nằm ở huyện Tăng Thành, Quảng Châu. Nhưng các huyện

Hoa Đô, Nam Sa và Tăng Thành trở nên gần nhau hơn (chỉ mất khoảng 1 giờ đồng hồ để đi từ huyện này sang huyện khác) sau khi tỉnh Quảng Đông xây dựng đường cao tốc vành đai thứ hai quanh thành phố Quảng Châu. Cơ sở hạ tầng này đã giúp cho các doanh nghiệp hỗ trợ tách độc lập khỏi

các hãng lắp ráp của bản thân mình trước đây. Các doanh nghiệp cung cấp của Toyota (thuộc Keiretsu Toyota) trở nên độc lập khỏi Toyota và cung cấp cả linh kiện cho Nissan, Honda, và ngược lại. Điều này đã làm cho Quảng Châu trở thành cụm công nghiệp ô tô rất hiệu quả của Trung Quốc.

BẢNG 1: Cụm công nghiệp ô tô Quảng Châu

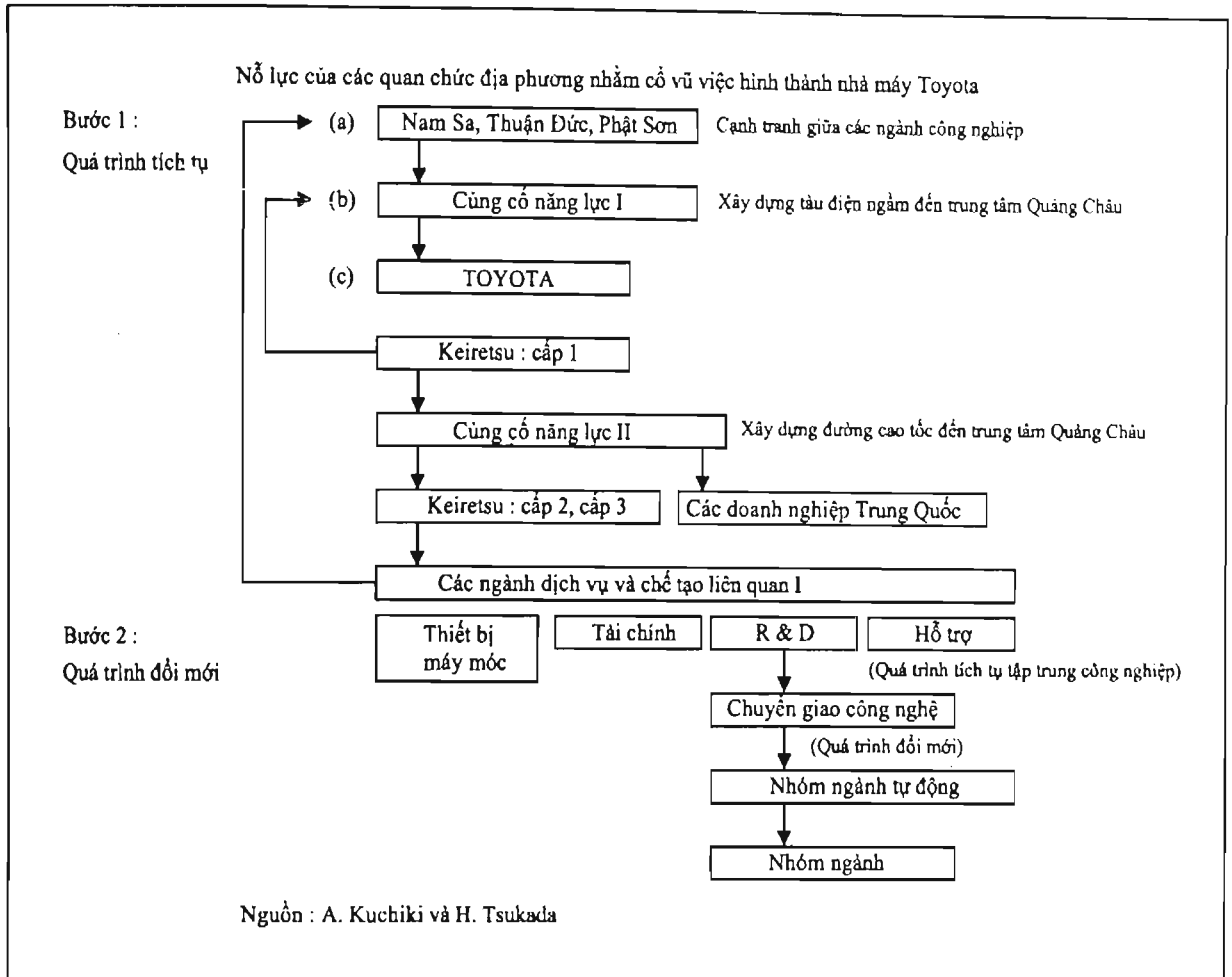
	Toyota	Honda	Nissan
Doanh nghiệp liên doanh	Công ty TNHH Ô tô Quảng Châu Toyota	Công ty TNHH Ô tô Quảng Châu Honda	Công ty Ô tô Đông Phong Nissan
Thành lập	Tháng 9 năm 2004 Tháng 5 năm 2006	1998	Tháng 5 năm 2004
Đối tác liên doanh	Ô tô Quảng Châu	Ô tô Quảng Châu Ô tô Đông Phong (động cơ)	Ô tô Đông Phong
Sản phẩm chính	Camry	Accord, Fit	Sunny, Teana
Sản lượng hàng năm (chiếc)	100.000 (2006) Năng lực sản xuất: 300.000	240.000 (2004)	150.000
Trụ sở chính	Bờ biển phía Nam của thành phố Quảng Châu (huyện Nam Sơn: 797 km ²)	Trung tâm Thành phố Quảng Châu (Khu vực phát triển kinh tế Quảng Châu)	Phía Bắc của thành phố Quảng Châu (huyện Hoa Đô: 50 km ²)
Nơi tập trung các nhà cung cấp sản phẩm hỗ trợ	Huyện Nam Sa (12 công ty thuộc hệ thống), huyện Thuận Đức, thành phố Phật Sơn (6 công ty thuộc hệ thống)	Khu vực phát triển kinh tế Quảng Châu	Huyện Hoa Đô
Các nhà cung cấp sản phẩm hỗ trợ chính	Nhà cung cấp Nhật Bản	Nhà cung cấp Nhật Bản	Nhà cung cấp Đài Loan Nhà cung cấp Nhật Bản

Nguồn: Kuchiki, 2007.

Chúng ta sẽ xem xét ví dụ về hãng Toyota ở Trung Quốc. ở Nhật Bản, Toyota gồm có 14 công ty, như: Denso, Aichi Steel, Aisin, và Toyota Tsusho. Kyohokai là tập đoàn các nhà cung ứng của Toyota, bao gồm 208 hãng (số liệu của năm 2004), ví dụ như Aisan, Koito, Tokai Rubber và Bridgestone. ở Trung Quốc, Toyota và Quảng Châu Automobile đã thành lập một

liên doanh ô tô ở Quảng Châu. Toyota có một khu công nghiệp ở huyện đảo Nam Sa, phía nam thành phố Quảng Châu. 13 doanh nghiệp thuộc hệ thống các nhà cung ứng cấp 1 trong Keiretsu Toyota định vị trong cùng thành phố với Toyota ở Nam Sa. Rất nhiều các doanh nghiệp hỗ trợ khác của Toyota định vị ở Thuận Đức và Phật Sơn, gần Nam Sa.

SƠ ĐỒ 2: Mô hình Toyota trong cụm công nghiệp ô tô Quảng Châu



Các doanh nghiệp hỗ trợ trong Keiretsu thuộc hệ thống các nhà cung ứng cấp 2 và cấp 3 cung cấp hàng hóa cho các nhà cung ứng cấp 1 của Keiretsu Toyota, đồng thời cũng cung ứng cho cả Honda và Nissan. Điều này đã tạo nên sự giao thoa một phần giữa các Keiretsu Nhật Bản.

Năm 2005, một đường cao tốc nối từ Nam Sa đến trung tâm Quảng Châu đã được xây dựng, đó là một trong những nỗ lực củng cố năng lực của địa phương (capacity building) nhằm cổ vũ việc hình thành nhà máy Toyota. Một đường tàu điện ngầm cho công nhân làm việc trong nhà máy của Toyota di chuyển đến trung tâm được xây dựng năm 2006.

Các nhà cung ứng cấp 1 của Toyota cũng xây dựng nhà máy ở Nam Sa, Thuận Đức và vùng lân cận. Các nhà cung ứng cấp 2 và cấp

3, cùng với các hãng sản xuất của Trung Quốc, cũng tập trung ở Quảng Châu. Các nhà cung ứng cấp 1 được Keiretsu Nhật Bản yêu cầu phải chấp nhận mua linh kiện và phụ kiện của các doanh nghiệp hỗ trợ Trung Quốc. Về phía mình, các doanh nghiệp hỗ trợ Trung Quốc phải thỏa mãn chất lượng và yêu cầu giá cả đặt ra của Toyota, cho nên có thể cùng với các nhà cung ứng cấp 2 và cấp 3 của Nhật cung cấp sản phẩm cho các nhà cung ứng cấp 1.

Toyota cùng với Honda và Nissan đã có tác động tích cực đến quá trình tích tụ tập trung công nghiệp ở thành phố Quảng Châu, tỉnh Quảng Đông, Trung Quốc.

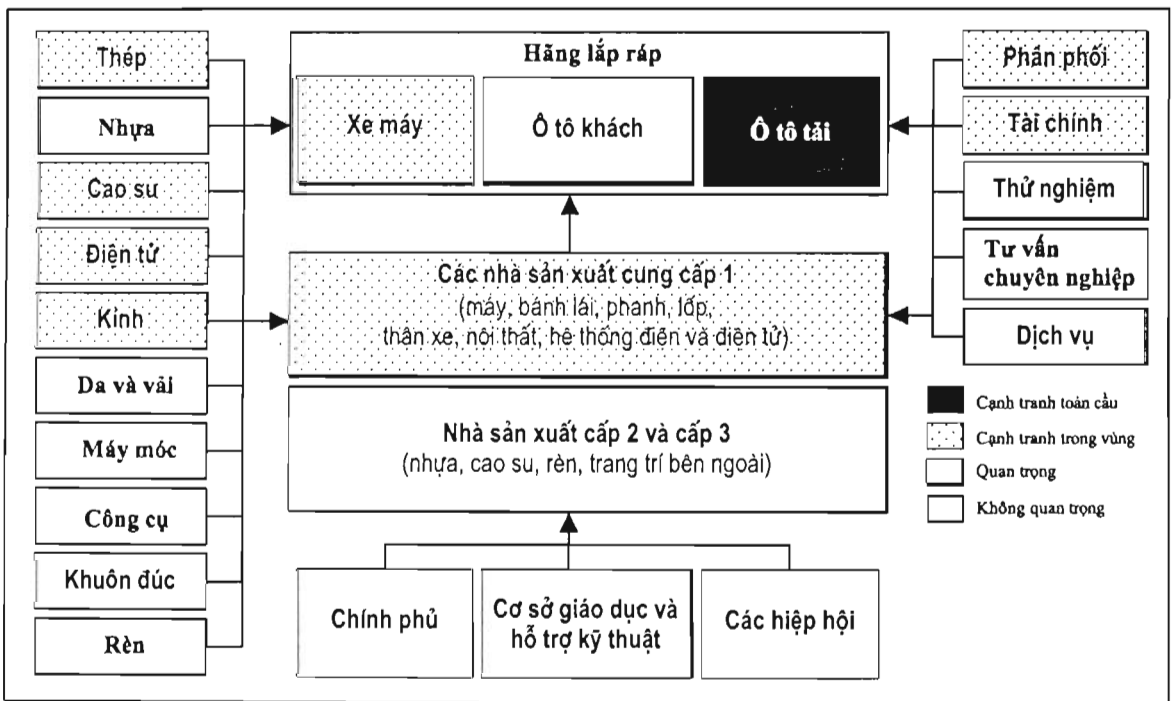
4. Câu chuyện của Thái Lan: cụm công nghiệp ô tô vùng miền Đông

Cụm công nghiệp ô tô của Thái Lan ra đời từ những năm 1990 và đã phát triển rất

nhau sau cuộc khủng hoảng Châu Á và ô tô trở thành mặt hàng xuất khẩu quan trọng của quốc gia này. Từ năm 1997 đến 2004, sản xuất ô tô tăng trung bình 81,2% một năm. Đến năm 2005, Thái Lan đã trở thành cơ sở sản xuất ô tô quan trọng nhất của ASEAN, xuất khẩu khoảng 540.000 chiếc ô tô và đạt doanh thu trên 5 tỷ USD một năm. Thái Lan cũng là nước xuất khẩu ô tô tải (pickup trucks) lớn thứ hai trên thế giới và nổi tiếng về đa dạng hóa chủng loại sản phẩm. Thị trường Thái Lan chịu sự kiểm

soát mạnh mẽ bởi các nhà sản xuất nước ngoài, đặc biệt là Nhật Bản. Năm 2005, với 40,6 % thị phần trên thị trường trong nước, Toyota đã trở thành hãng ô tô chiếm thị phần lớn nhất ở Thái Lan, và tiếp đến là Isuzu và Honda với lần lượt 25,4% và 7,1% thị phần. Trong số các sản phẩm ô tô xuất khẩu, thì xe tải (pickup trucks) là sản phẩm Thái Lan xuất khẩu nhiều nhất. Điều mừng cho Thái Lan là thị phần về linh kiện ô tô của Thái Lan ngày càng tăng trong giai đoạn 2001-2005.

SƠ ĐỒ 3: Cụm công nghiệp ô tô Thái Lan



Nguồn: Teoh et al., 2007.

Cụm công nghiệp của Thái Lan thường tập trung cho một ngành, chẳng hạn như ngành ô tô, sơ đồ cụm công nghiệp được bố trí như trong sơ đồ 3 trên đây. Các hãng lắp ráp cung cấp 3 loại sản phẩm chủ yếu: ô tô tải, ô tô khách và xe máy. Các hãng này sẽ có quan hệ chặt chẽ với các nhà sản xuất cung ứng cấp 1, gồm có: máy, bánh lái, phanh, bánh, lốp, thân xe, nội thất, hệ thống điện và điện tử. Các nhà cung cấp 1 lại có quan hệ chặt chẽ với các nhà sản xuất cấp 2 và 3 như: nhựa, cao su, rèn,

trang trí bên ngoài. Các nhà sản xuất, lắp ráp và cung ứng lại cần quan hệ chặt chẽ với các tổ chức phân phối, các cơ quan tài chính, các nhà tư vấn chuyên nghiệp, các nhà cung ứng dịch vụ. Các doanh nghiệp trong cụm cũng cần được hỗ trợ bởi chính phủ, các hiệp hội, cơ sở giáo dục và hỗ trợ kỹ thuật.

5. Suy ngẫm về định vị doanh nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam

Ở Việt Nam, cụm công nghiệp là nơi tập trung sản xuất công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp và thực hiện các dịch vụ cho sản

xuất công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp; có ranh giới địa lý xác định, tách biệt với khu dân cư, có quy mô diện tích từ 5-100ha; nằm trong địa giới hành chính của một huyện, thị xã, hoặc thành phố trực thuộc tỉnh, được đầu tư xây dựng nhằm chủ yếu thu hút, di dời các doanh nghiệp vừa và nhỏ, các cá nhân, hộ gia đình ở địa phương vào đầu tư sản xuất kinh doanh; do UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương quyết định thành lập, hoạt động theo quy định của pháp luật. Còn khu công nghiệp là khu chuyên sản xuất hàng công nghiệp và thực hiện các dịch vụ cho sản xuất công nghiệp, có ranh giới địa lý xác định, được thành lập theo điều kiện, trình tự và thủ tục quy định tại Nghị định 29/2008/NĐ-CP (thường có quy mô lớn hơn "cụm công nghiệp", khoảng hơn 100 hecta). Rõ ràng, từ qui định pháp lý đã cho thấy cụm công nghiệp và khu công nghiệp ở Việt Nam là dành cho các hoạt động công nghiệp nói chung, không định hướng chuyên ngành.

Từ việc tìm hiểu các gợi ý về lý thuyết của M. Porter về năng lực cạnh tranh của sản phẩm, đến tìm hiểu kinh nghiệm phát triển các cụm công nghiệp trên thế giới, đặc biệt là đối với ngành ô tô, chúng ta thấy rằng các cụm công nghiệp của các nước trên thế giới, từ những nước có lịch sử phát triển công nghiệp lâu đời như Mỹ, đến những nước đang phát triển, mới có vốn kinh nghiệm phát triển công nghiệp còn khiêm tốn, đều xây dựng các cụm công nghiệp tập trung cho từng ngành, trong đó bao gồm các doanh nghiệp lắp ráp sản phẩm cuối cùng (anchor firm), các doanh nghiệp hỗ trợ linh kiện, phụ kiện cấp 1, các doanh nghiệp hỗ trợ cấp 2, cấp 3. Đây là những gợi ý rất đáng tham khảo cho Việt Nam trong chiến lược phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ, gắn với phát triển các cụm công nghiệp.

Ngoài ra, các nhà sản xuất, lắp ráp và cung ứng tại các khu công nghiệp trên thế giới lại thường quan hệ chặt chẽ với các tổ chức phân phối, các cơ quan tài chính, các

nhà tư vấn chuyên nghiệp, các nhà cung ứng dịch vụ, cũng như được hỗ trợ bởi chính phủ, bởi các hiệp hội, cơ sở giáo dục và hỗ trợ kỹ thuật. Việt Nam cũng nên xem xét gắn việc phát triển các cụm công nghiệp hỗ trợ với các dịch vụ đi kèm, từ tài chính đến đào tạo, hỗ trợ kỹ thuật... Những suy nghĩ ban đầu về định vị doanh nghiệp hỗ trợ này cần được nghiên cứu sâu hơn thông qua khảo sát các doanh nghiệp và các nhà đầu tư nước ngoài, để khẳng định liệu cụm công nghiệp hỗ trợ chuyên sâu về một ngành có thật sự ưu việt hơn cụm công nghiệp đa ngành hay không./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Kuchiki Akifumi, 2007, The Flowchart Model of Cluster Policy: The Automobile Industry Cluster in China, The Institute of Developing Economies (IDE), JETRO.
2. Kuchiki Akifumi, 2007, Clusters and Innovation: Beijing's Hi-technology Industry Cluster and Guangzhou's Automobile Industry Cluster, The Institute of Developing Economies (IDE), JETRO.
3. Kuchiki Akifumi và Tsukada H., 2006, The Flowchart Approach to Industrial Cluster Policy: Guangzhou's Automobile Industry Cluster, 5th International Conference on Industrial Clustering and Regional Development, Beijing University.
4. Lall Somik V., Koo Jun, Chakravorty Sanjoy, 2003, Diversity Matters: The Economic Geography of Industry Location in India, World Bank Policy Research working paper No. 3072.
5. Porter Michael E., 1998, Clusters and the new economics of competition, Harvard Business review. Porter Michael E., 1990, The competitive advantage of nations, New York: Free Press.
6. Sujit M. CangaRetna, 2003, The Automobile Industry in North Carolina trong The Drive to Move South, Hội thảo luật pháp miền Nam Hoa Kỳ (Southern Legislative Conference).
7. Teoh Zsin Woon, Sathirathai Santitam, Lam David, Lai Chung Han, Chareonwongsak Kriengsak, 2007, Thai Automotive Cluster, Microeconomics of Competitiveness 2007.