

**TIẾP CẬN LÝ THUYẾT CỤM CÔNG NGHIỆP VÀ HỆ SINH THÁI
KINH DOANH TRONG NGHIÊN CỨU CHÍNH SÁCH THỨC ĐẨY
CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP HỖ TRỢ Ở VIỆT NAM**

**APPROACHING THE THEORY OF INDUSTRIAL CLUSTER AND BUSINESS
ECOSYSTEM IN STUDYING POLICIES TO PROMOTE
SUPPORTING INDUSTRIES IN VIETNAM**

Lê Thế Giới

Đại học Đà Nẵng

TÓM TẮT

Bài viết bàn về các luận điểm cơ bản của lý thuyết cụm công nghiệp và lý thuyết hệ sinh thái kinh doanh trong phát triển các lợi thế cạnh tranh công nghiệp ở cấp độ quốc gia, vùng và địa phương. Từ đó, phân tích làm rõ mối quan hệ giữa công nghiệp hỗ trợ với cụm công nghiệp và hệ sinh thái kinh doanh. Và trên cơ sở nhận diện các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của các ngành công nghiệp hỗ trợ của Việt Nam, tác giả đưa ra các khuyến nghị trong nghiên cứu chính sách thúc đẩy các ngành công nghiệp hỗ trợ tại Việt Nam.

ABSTRACT

The paper presents the basic viewpoints of the theories of industrial cluster and business ecosystem in developing industrial competitive advantages at national, regional and local levels. From those we clearly analyse the relationship between supporting industries, industrial cluster and business ecosystem. Basing on the identity of factors influencing the development of Vietnamese supporting industries, the author provides some recommendations for studying policies to promote supporting industries in Vietnam.

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, việc xây dựng năng lực cạnh tranh cho các ngành công nghiệp quốc gia và khu vực đang trở thành vấn đề được quan tâm sâu rộng của các nhà nghiên cứu và quản lý. Khá nhiều mô hình đã được xây dựng với mục đích giải thích sức mạnh cạnh tranh của một khu vực địa lý trên bản đồ cạnh tranh toàn cầu. Hai trong số các lý thuyết nổi bật về phát triển các ngành công nghiệp là lý thuyết về cụm công nghiệp (industrial cluster) và lý thuyết hệ sinh thái kinh doanh (business ecosystem). Đây là hai mô hình phản ánh hiện tượng hình thành và phát triển cộng đồng các doanh nghiệp có hiệu năng cao trong một ngành, một lĩnh vực. Các mô hình này phân tích một cách khá đầy đủ các yếu tố nền tảng và quá trình hình thành lợi thế cạnh tranh khu vực trong một lĩnh vực sản xuất. Trong khi lý thuyết cụm công nghiệp luận giải rằng mức độ tập trung cao trong một khu vực địa lý các doanh nghiệp trong cùng một lĩnh vực kinh doanh sẽ tạo ra một lợi thế cạnh tranh cao so với các khu vực địa lý khác, thì lý thuyết hệ sinh thái kinh doanh tập trung vào mạng lưới liên kết cộng sinh

của các doanh nghiệp như là các thực thể của một hệ sinh thái. Lý thuyết về hệ sinh thái kinh doanh đang chiếm ưu thế so với việc phân chia các ngành công nghiệp theo cách truyền thống do những thay đổi quan trọng trong thực tiễn kinh doanh thế giới.

Bài viết này dưới quan điểm của lý thuyết về cụm công nghiệp và lý thuyết về hệ sinh thái kinh doanh với mục tiêu nhận diện các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của các ngành công nghiệp hỗ trợ tại Việt Nam. Từ đó, phân tích mối quan hệ giữa công nghiệp hỗ trợ với cụm công nghiệp và hệ sinh thái kinh doanh và đưa ra các khuyến nghị trong nghiên cứu chính sách thúc đẩy các ngành công nghiệp hỗ trợ tại Việt Nam.

2. Lý thuyết cụm công nghiệp

Sự phát triển công nghiệp và cụm công nghiệp

Các nhà khoa học, nhà nghiên cứu và chính phủ trên thế giới đang sử dụng ngày càng nhiều các mô hình cụm công nghiệp nhằm tìm kiếm các lợi thế cạnh tranh bên ngoài để hỗ trợ công nghiệp vùng và địa phương trong phát triển kinh tế. Được phát triển bởi M. Porter (1990), lý thuyết cụm công nghiệp được sử dụng một cách phổ biến trong việc hoạch định các chính sách công cộng và kinh tế. Trong mô hình kim cương của Porter, bốn yếu tố quyết định khả năng cạnh tranh công nghiệp được kết hợp một cách sáng tạo để gia tăng tính cạnh tranh cho sự định hình công nghiệp, bao gồm: các điều kiện nhà máy; nhu cầu trong nước; các ngành công nghiệp hỗ trợ và công nghiệp liên quan; chiến lược công nghiệp, cơ cấu và khả năng cạnh tranh. Khả năng cạnh tranh của một quốc gia hay một vùng dựa trên khả năng của nền công nghiệp. Cụm công nghiệp được tạo thành khi các lợi thế cạnh tranh kéo theo sự gia tăng, sự bố trí lại, sự phát triển các ngành công nghiệp tương tự vào trong một vùng. Đến lượt mình, các cụm công nghiệp sẽ tăng khả năng cạnh tranh bằng việc tăng năng suất, khuyến khích các công ty mới cải tiến, thậm chí giữa các đối thủ cạnh tranh, tạo ra những cơ hội cho các hoạt động kinh doanh.

Cụm công nghiệp là sự tập trung về vị trí địa lý của các ngành công nghiệp nhằm tận dụng các cơ hội qua liên kết địa lý. Các công ty trong cụm công nghiệp sẽ chia sẻ các yêu cầu và các mối quan hệ bên trong với nhà cung cấp và khách hàng. Các mối quan hệ bên trong công ty yêu cầu các dịch vụ bổ sung từ các nhà tư vấn, đào tạo và huấn luyện, các tổ chức tài chính, các công ty chủ chốt. Cụm công nghiệp sẽ tạo ra lực lượng lao động, hàng hoá xuất khẩu và dịch vụ chất lượng cao, kết nối quan hệ giữa các cơ quan quản lý nhà nước, các trường đại học, viện nghiên cứu, các quỹ hỗ trợ và các bên hữu quan.

Cụm công nghiệp được phân biệt theo 4 yếu tố: (1) Sự giới hạn về địa lý; (2) Số lượng các ngành công nghiệp; (3) Mối liên hệ; (4) Lợi thế cạnh tranh.

Loại hình cụm công nghiệp quyết định sự giới hạn địa lý của cụm. Ban đầu, Porter cung cấp các nguyên lý cụm cho các cụm quốc gia và quốc tế nhưng đã sớm nhận ra sự thích hợp cho các cụm vùng trong nội bộ quốc gia. Khoảng cách địa lý của các cụm có ảnh hưởng đến khả năng chia sẻ thông tin, nguồn lực, sự hiểu biết và các công nghệ tiên tiến. Bán kính địa lý của cụm được xác định bởi thực trạng của dân cư và các nhu cầu đặc trưng của cụm. Một cụm công nghiệp giống như chuỗi giá trị trong

sản xuất hàng hoá-dịch vụ, trong đó các ngành công nghiệp được liên kết với nhau bởi dòng hàng hoá và dịch vụ, mạnh hơn dòng liên kết chúng với phần còn lại của nền kinh tế. Các quan hệ trong cụm công nghiệp được phân thành 3 loại: (1) quan hệ mua - bán bởi sự tập trung và hội nhập dọc giữa quá trình sản xuất chính với các đầu vào và phân phối hàng hoá và dịch vụ; (2) quan hệ giữa các đối thủ cạnh tranh và các đối tác nhằm khai thác thông tin về sản phẩm và qui trình, mở rộng sự cải tiến và các liên kết chiến lược; và (3) quan hệ giữa thị phần và nguồn tài nguyên bằng sự chia sẻ công nghệ, lực lượng lao động và thông tin.

Hoạt động của các ngành công nghiệp hỗ trợ và sự sẵn có các dịch vụ liên ngành làm tăng khả năng sản xuất sản phẩm chủ yếu trong cụm. Và sự sẵn có hay sự thiếu hụt của các ngành công nghiệp hỗ trợ này có thể tác động đáng kể đến việc mở rộng hay duy trì một cụm công nghiệp. Hơn nữa, phát triển của cụm công nghiệp chịu ảnh hưởng rất lớn vào các chính sách công, đặc biệt trong việc tạo lập các yếu tố môi trường kinh tế thuận lợi cho các hoạt động kinh doanh. Quá trình xác định, phân tích và hỗ trợ các cụm công nghiệp cần phải có thời gian, nguồn lực và sự hợp tác giữa vùng, địa phương và các bên liên quan. Phải mất nhiều năm để phát triển tiềm lực cạnh tranh của các ngành công nghiệp có mối quan hệ liên kết. Quá trình phát triển cụm công nghiệp rất dài và có thể chẳng bao giờ dừng. Một cụm công nghiệp được xem là có lợi thế so sánh nếu sản phẩm, năng suất và tốc độ tăng trưởng cao hơn các cụm khác.

Tiếp cận theo lý thuyết cụm trong hoạch định chính sách

Việc sử dụng khái niệm cụm công nghiệp như là công cụ để hiểu được quá trình phát triển kinh tế ở cấp độ vùng, và sự ảnh hưởng của khái niệm này trên phương thức định dạng và chuyển giao chính sách vùng.

Khi khái niệm cụm công nghiệp trở nên phổ biến thì cách tiếp cận cụm ngày càng được đa dạng hóa. Bằng chứng là các chính sách khuyến khích các mạng lưới kinh doanh theo cụm nhỏ, nguồn lực hạn chế mà không có sự tập trung vào một lĩnh vực đặc biệt nào đến các chương trình phức tạp, cỡ lớn có sự phối hợp và hướng đích cho một ngành công nghiệp cụ thể ở một vùng nhất định. Chính sách theo cụm ở cấp quốc gia được liên kết chủ yếu thông qua các cơ quan của chính quyền có trách nhiệm phát triển kinh tế liên vùng. Ở cấp vùng, các chính sách phát triển cụm công nghiệp được hỗ trợ bởi các cơ quan phát triển vùng và gắn với các chiến lược phát triển địa phương. Trong trường hợp khác, sự tiếp cận cụm công nghiệp về nguyên tắc được sử dụng như là công cụ phát triển về không gian.

Tiến hành công cuộc đổi mới, Chính phủ Việt Nam đã đề ra nhiều chính sách cụ thể để khắc phục sự dàn trải kinh tế vùng. Chính phủ đã chú trọng vào các chính sách đảm bảo công bằng xã hội thông qua việc xóa đói giảm nghèo và đảm bảo phát triển hài hòa giữa các vùng kinh tế trong nước. Theo thông lệ, các chính sách vùng thường sử dụng các ưu đãi về tài chính, là nhỡng công cụ có ảnh hưởng đến quyết định định vị của các công ty.

Sự cần thiết phải thiết lập các chiến lược cụ thể theo vùng, một cách tất yếu, đòi hỏi sự phát triển hàng loạt các chính sách, đặc biệt các chính sách liên quan đến môi trường kinh doanh vùng, kinh doanh trên cơ sở vùng và sự tương tác giữa môi trường

vùng và môi trường kinh doanh. Còn chính sách về cụm công nghiệp bao hàm một phạm vi rộng lớn các chính sách, từ sự khuyến khích kết nối bộ phận đến các chương trình phát triển kinh tế phức hợp.

Chính sách cụm công nghiệp có quan hệ với chính sách phát triển vùng trong các mặt sau:

Trước hết, chính sách cụm tập trung sự hỗ trợ vào mạng lưới hơn là vào các doanh nghiệp riêng lẻ. Chú trọng đảm bảo nguồn lực chung cho cụm doanh nghiệp liên kết hoặc khuyến khích sự liên kết giữa các doanh nghiệp và các nhà nghiên cứu. Mục tiêu của chính sách này là tạo thuận lợi cho mạng phát triển hơn là kích thích tăng trưởng của các tổ chức trong mạng lưới đó.

Tiếp theo, chính sách cụm nói chung có liên quan với các mạng lưới được lựa chọn. Giai đoạn đầu của việc thiết kế chính sách cụm là xác định và lựa chọn xem cụm nào ở trong cơ cấu công nghiệp vùng có thể đem lại lợi ích to lớn nhất. Đúng hơn, để đáp ứng các nhu cầu của nền kinh tế địa phương trong một chính sách tổng thể có thể dành sự ưu tiên đối với sự phát triển một số lĩnh vực công nghiệp đáng quan tâm. Qua việc tăng cường cạnh tranh của các lĩnh vực này, hình thái “trụ cột cho sự phát triển” sẽ được khuyến khích thực hiện một cách có hiệu quả.

Cuối cùng, khi chính sách cụm công nghiệp trở thành yếu tố đặc trưng của việc điều hành từ cấp độ quốc gia đến cấp độ quốc tế, nó cũng sẽ được áp dụng cho các tổ chức ở cấp độ vùng.

Như vậy, cụm công nghiệp phản ánh hiện tượng xuất hiện một quá trình tập trung lớn các ngành công nghiệp của một quốc gia trong một khu vực địa lý mà các doanh nghiệp trong các ngành đó có mối quan hệ dọc hoặc ngang với nhau. Các doanh nghiệp trong một cụm thường nằm trong cùng một thành phố hoặc một vùng (Porter, 1990). Theo một số tác giả khác, đặc tính vùng và khu vực chính là dấu hiệu đặc trưng của một cụm (Arbonías & Moso 2002, Scheel 2002, Tallman 2004). Cũng theo Porter, sức mạnh của một cụm gắn với mức độ cạnh tranh khốc liệt giữa các doanh nghiệp trong cụm và nó đòi hỏi mỗi tổ chức muốn tồn tại phải đạt được một mức hiệu năng nhất định. Sự cạnh tranh được thúc đẩy bởi quyền lực của khách hàng khi mà những người này có khả năng đàm phán với một lúc nhiều doanh nghiệp cung ứng trong cụm. Các liên kết giữa các doanh nghiệp sẽ thúc đẩy các dòng thông tin và lan tỏa các cải tiến.

Theo Porter, các cụm phát triển sẽ kéo theo các nguồn lực từ các doanh nghiệp và ngành công nghiệp đơn lẻ vì nó có khả năng khai thác các nguồn lực này một cách hiệu quả hơn. Sự gắn gũi về địa lý của các đối thủ cạnh tranh mạnh sẽ là động lực của sự phát triển. Ngành công nghiệp là nhân tố trung tâm trong mô hình cụm công nghiệp (Dayasindhu 2002, Tallman et al. 2004). Trong một cụm công nghiệp sẽ tập trung xung quanh một hoặc một vài ngành chủ chốt, đóng vai trò như hạt nhân của cụm. Bên trong một cụm, các dòng thông tin liên quan đến nhu cầu, kỹ thuật và công nghệ được trao đổi giữa người mua, người cung cấp và giữa các ngành liên quan. Trong cùng một

thời điểm, cạnh tranh sẽ là yếu tố để gìn giữ sự năng động của một cụm. Thông thường, các doanh nghiệp có khuynh hướng giữ gìn các thông tin quan trọng. Tuy nhiên, với đặc điểm kề cận về mặt địa lý cộng với mức độ năng động của khu vực, các thông tin này có thể lưu chuyển trong vùng nhanh hơn. Ngoài ra, các trường đại học cũng đóng một vai trò quan trọng trong việc cung cấp thông tin cho các doanh nghiệp. Không gian của một cụm cũng có thể được xem như là không gian của sự sáng tạo ra tri thức (Bachtelt et al. 2004). Như vậy, sức mạnh của cụm công nghiệp được thể hiện ở mức độ hiệu năng cao của các doanh nghiệp trong cụm với những lợi thế từ việc chia sẻ thông tin nhanh chóng, sự cạnh tranh khốc liệt và sự dồi dào và tập trung các yếu tố đầu vào và nhu cầu thị trường.

Một cụm công nghiệp được hình thành sẽ tạo ra những yếu tố nền tảng nâng cao khả năng cạnh tranh thông qua một số các thành tố sau:

1) Việc tham gia vào cụm công nghiệp sẽ giúp các doanh nghiệp có cơ hội tăng năng suất. Họ có khả năng tiếp cận các yếu tố đầu vào, thông tin, công nghệ, nguồn nhân lực và nhà cung cấp dễ dàng hơn, có được các hỗ trợ tốt hơn do mức độ tập trung quy mô của một lĩnh vực, nhận được sự hỗ trợ tốt hơn từ phía chính phủ và thụ hưởng các dịch vụ công do hiệu quả tập trung của nhu cầu. Ví dụ, các trường đại học sẽ tập trung nghiên cứu và tham gia giải quyết các vấn đề then chốt của cụm. Cuối cùng, năng suất được gia tăng do các doanh nghiệp phải đối mặt với sự cạnh tranh từ các đối thủ khác trong cụm. Đây chính là động lực bắt buộc các doanh nghiệp phải không ngừng học hỏi, nâng cao năng lực kinh doanh và tìm kiếm các cải tiến hiệu quả.

2) Việc hình thành các cụm công nghiệp sẽ thúc đẩy quá trình sáng tạo và cải tiến. Ngoài việc thúc ép các doanh nghiệp phải gia tăng năng suất, sức ép cạnh tranh trong cụm buộc họ phải cải tiến liên tục. Sức ép cạnh tranh do các khách hàng muốn có sự lựa chọn các nhà cung cấp tốt hơn trong cụm cũng làm cho các doanh nghiệp phải liên tục cải tiến. Mức độ tập trung cao trong một khu vực khiến cho các hoạt động học hỏi của các doanh nghiệp diễn ra nhanh hơn, càng tạo sức ép cho các cải tiến mới. Thêm vào đó, với việc liên kết và trao đổi với các tổ chức nghiên cứu, các trường đại học trong khu vực, các doanh nghiệp sẽ có cơ hội hơn để tiếp cận những thành tựu mới nhất của khoa học.

3) Cụm công nghiệp có tác động quan trọng đến việc hình thành các doanh nghiệp mới trong ngành hoặc trong các ngành có liên quan. Sự tập trung cao của nhu cầu các doanh nghiệp luôn tạo ra những cơ hội cho các doanh nghiệp mới thành lập. Các doanh nghiệp có xu hướng chọn các nhà cung cấp trong cụm để hạn chế rủi ro cũng như tăng cường khả năng kiểm soát đầu vào. Mức độ tập trung các doanh nghiệp sẽ dẫn đến sự gia tăng các nhu cầu về dịch vụ, các sản phẩm trung gian, thông tin,... Đây là cơ hội cho các doanh nghiệp mới tham gia vào thị trường.

Cụm công nghiệp và cạnh tranh khu vực

Không như trong quá khứ, cạnh tranh dựa trên khả năng tiếp cận các yếu tố đầu vào hay sức mạnh do quy mô, cạnh tranh hiện đại dựa nhiều trên hiệu năng và năng

suất. Và năng suất cũng đến từ việc các doanh nghiệp cạnh tranh như thế nào, không phụ thuộc vào lĩnh vực hoạt động. Với hệ quả gia tăng năng suất, khả năng sáng tạo và cải tiến cũng như tiếp cận các cơ hội kinh doanh, cụm công nghiệp tạo ra sức mạnh cho các doanh nghiệp khi trở thành thành viên của nó. Đến lượt các doanh nghiệp này sẽ tạo ra sự so sánh trên thị trường đầu tư, tạo ra sức hút và năng lực cạnh tranh cho vùng. Như vậy có thể thấy rằng, việc hình thành các cụm công nghiệp hiệu quả sẽ tạo ra lợi thế cạnh tranh cho một vùng trên nhiều góc độ, từ thu hút đầu tư và lao động, đàm phán trên thị trường đến hiệu quả sử dụng các tài sản và dịch vụ công cộng.

3. Hệ sinh thái kinh doanh

Rotschild (1990) đã nhận ra rằng, “một nền kinh tế tư bản có thể được hiểu một cách rõ ràng nhất nếu so sánh với một hệ sinh thái học”. Những hiện tượng cơ bản có thể quan sát được trong tự nhiên như đấu tranh sinh tồn, chuyên môn hóa, hợp tác cộng sinh, khai thác, học tập, phát triển,... đều là những vấn đề cơ bản của đời sống kinh doanh. Ý tưởng về hệ sinh thái kinh doanh cho rằng một doanh nghiệp là một thực thể sống của một hệ sinh thái (với đầy đủ dấu hiệu và các hoạt động đặc thù của nó) - một môi trường kinh doanh gắn với một vùng địa lý nhất định.

Theo Moore (1993), các thành viên của một hệ sinh thái kinh doanh “hoạt động một cách hợp tác để thỏa mãn nhu cầu của khách hàng, và thậm chí còn liên kết chặt chẽ trong các vòng đời của sự cải tiến”. Như vậy, hệ sinh thái kinh doanh đặt nền tảng thành công của mình trên sự song hành của cạnh tranh và hợp tác. Ý tưởng về hệ sinh thái kinh doanh phản bác các lập luận về sự chia cắt và cô lập các doanh nghiệp trong một vùng hay một ngành. Theo Moore (1996), công nghệ thông tin phát triển và sự cạnh tranh toàn cầu đã giảm bớt mức độ quan trọng của các yếu tố địa lý. Ông cũng cho rằng nên bỏ khái niệm về ngành vì với sự biến đổi như hiện tại, rất khó để định hình những ngành công nghiệp theo hướng độc lập. Moore định nghĩa hệ sinh thái kinh doanh như “một cộng đồng kinh tế được hỗ trợ bởi nền tảng là sự tương tác giữa các tổ chức và các cá nhân. Chính cộng đồng này sẽ sản sinh ra các sản phẩm và dịch vụ có giá trị cho khách hàng mà những người này lại chính là một bộ phận của hệ sinh thái này. Các tổ chức thành viên của hệ sinh thái có thể gồm các nhà cung cấp, những nhà sản xuất chính, các đối thủ cạnh tranh, và các bên hữu quan khác”. Ý tưởng về một hệ sinh thái kinh doanh phản ánh những gì diễn ra trong tự nhiên. Đó là một hệ thống mà các thành viên của nó có thể đảm bảo sự tồn tại theo vòng thức ăn mà không cần có sự can thiệp của các đối tượng bên ngoài. Các thành viên của hệ sinh thái này phải có tính đáp ứng rất cao với những thay đổi của môi trường, để không bị loại thải theo luật cạnh tranh sinh tồn. Các doanh nghiệp và cá nhân trong hệ sinh thái phải cạnh tranh, đồng thời cũng phải hợp tác với nhau để cùng tồn tại. Khá nhiều tác giả đã đồng thuận trên quan điểm về sự tồn tại và phát triển của các doanh nghiệp trong môi trường kinh doanh giống như sự sinh tồn của một thực thể sinh học theo nhận xét của Darwin “thực thể sống sót không phải là loài thông minh nhất hay mạnh nhất, mà là loài có khả năng thích nghi tốt nhất”.

Khái niệm về hệ sinh thái kinh doanh được đóng góp bởi khá nhiều các tác giả theo các quan điểm khác nhau. Moore (1996) định nghĩa hệ sinh thái kinh doanh như “một cộng đồng được hỗ trợ bởi một nền tảng là những tương tác giữa các doanh nghiệp và các cá nhân - các sinh vật của thế giới kinh doanh”. Một hệ sinh thái kinh doanh sẽ bao gồm trong nó khách hàng, các nhà sản xuất chính, đối thủ cạnh tranh, các đối tác và các bên hữu quan. Đồng thời, theo một cách hiểu rộng hơn, “hệ sinh thái kinh doanh là một hệ thống mở rộng gồm các tổ chức hỗ trợ và phụ thuộc lẫn nhau: khách hàng, các nhà cung cấp, các nhà sản xuất, hệ thống tài chính, tổ chức thị trường, hiệp hội, công đoàn, chính phủ và các tổ chức xã hội” (Moore, 1998). Đối tượng trung tâm của một hệ sinh thái kinh doanh là một hoặc một vài doanh nghiệp chủ chốt đóng vai trò lãnh đạo, các “thực thể chủ chốt”. Các đối tượng này có ảnh hưởng rất mạnh đến quá trình cùng phát triển của các đối tượng khác.

Theo Iansiti và Levien (2004), hệ sinh thái kinh doanh là một khái niệm cho phép hiểu rõ bản chất của hệ thống mạng kinh doanh. Cũng như một hệ sinh thái sinh vật, một hệ sinh thái kinh doanh sẽ bao gồm các thực thể cùng cạnh tranh và hợp tác với mục tiêu sinh tồn. Các yếu tố của một hệ sinh thái kinh doanh bao gồm sự phân mảnh, sự liên kết nội tại, hợp tác và cạnh tranh. Có ba nhân tố chính tạo nên sự thành công của một hệ sinh thái kinh doanh. Đó là năng suất, sức mạnh nội tại của hệ sinh thái và điều kiện và cơ hội cho sự sinh ra những doanh nghiệp mới. Năng suất giúp cho các doanh nghiệp có thể tồn tại được trong cạnh tranh thị trường. Sức mạnh của các doanh nghiệp giúp nó không bị hủy hoại với các tác nhân bất lợi từ bên trong hay bên ngoài và sự hình thành các doanh nghiệp mới sẽ thay thế các doanh nghiệp không có khả năng tồn tại, giúp cân bằng cho hệ sinh thái kinh doanh.

Một số các tác giả khác có cách nhìn nhận về hệ sinh thái kinh doanh dưới phạm vi cụ thể hơn. Power và Jerjian (2001) coi hệ sinh thái kinh doanh như “một hệ thống các website trong hệ thống web của thế giới, chúng cùng có chung các yếu tố của thế giới thực mà vì đó, chúng liên kết chặt chẽ với nhau như một thực thể”. Cũng như thế, Gossain và Kandiah (1998) phát triển khái niệm về hệ sinh thái của Moore bằng cách nhấn mạnh vai trò của Internet trong một thế giới chi sẻ thông tin qua mạng. Dưới một góc nhìn khác, Lewin và Regine (1999) lại xem hệ sinh thái kinh doanh như một mạng lưới các doanh nghiệp mà mỗi thành viên giữ một vị trí nhất định trong hệ thống và đóng các vai trò là đối thủ cạnh tranh, người hợp tác hoặc người phụ trợ.

Như vậy, hệ sinh thái kinh doanh là một khái niệm quan trọng có thể giúp hiểu rõ và phân tích sự phát triển và tồn tại của hệ thống kinh tế trong một vùng. Nó phản ánh hiện tượng một cộng đồng các doanh nghiệp cộng sinh trong một vùng với các hoạt động tương tác, đấu tranh và hợp tác để cùng phát triển. Các dấu hiệu xuất hiện của một hệ sinh thái kinh doanh có thể nhận thấy với các đặc điểm của một hệ thống phức tạp có tổ chức bao gồm sự hỗn độn phức tạp, sự tự tổ chức, sự nảy sinh, cùng phát triển và sự thích nghi.

- Sự hỗn độn phức tạp: Một hệ thống phức tạp bao gồm nhiều phần tương đối độc lập với nhau và giữa chúng có sự liên kết chặt chẽ cũng như tương tác lẫn nhau mạnh mẽ. Một hệ sinh thái kinh doanh được hình thành từ một cộng đồng đa dạng các doanh nghiệp với tất cả sự phức tạp trong sự liên kết và cạnh tranh giữa các doanh nghiệp này.

- Tự tổ chức: Khi một cộng đồng các doanh nghiệp tồn tại chung với nhau theo thời gian, nó sẽ tự tạo ra một trật tự cũng như một sự phù hợp tương đối cho hệ thống của nó. Quá trình này diễn ra một cách tự nhiên và nó sẽ tạo ra trật tự và các nguyên tắc vận hành giữa các thành viên tham gia một cách tự nguyện mà không chịu sự dẫn dắt hay áp đặt của bất cứ một đối tượng nào bên trong hay bên ngoài. Khi cộng đồng các doanh nghiệp đủ lớn và đa dạng cũng như sự hợp tác và liên kết phụ thuộc đã chặt chẽ, một trật tự đã được thiết lập. Các doanh nghiệp có thể tồn tại trong một sự vận hành tương đối khép kín như một hệ sinh thái.

- Sự nảy sinh: Khi một cộng đồng các doanh nghiệp đã thiết lập được trật tự và sự liên kết mạnh mẽ, nó sẽ tạo ra sức mạnh tổng hợp của hệ sinh thái. Sự nảy sinh được hiểu là những yếu tố mới được hình thành từ sự vận động của các doanh nghiệp trong quá trình tự thiết lập trật tự. Những nảy sinh mới này làm cho một hệ sinh thái kinh doanh không đơn giản là số cộng của các thành viên, nó tạo ra các kết quả vượt trội nhờ các liên kết tương hỗ trong hệ thống.

- Sự cùng tiến hóa: Các doanh nghiệp với mức độ phụ thuộc lẫn nhau sẽ cùng phát triển. Sự cải tiến và thay đổi của một doanh nghiệp sẽ tác động đến các doanh nghiệp khác. Ví dụ như sự cải tiến của các thế hệ chip điện tử sẽ kéo theo sự cải tiến và thay đổi của các công ty phần mềm và phần cứng khác.

- Sự thích nghi: Theo thuyết tiến hóa của Darwin, thích nghi là quá trình mà một thực thể sinh học tự thay đổi mình cho phù hợp với môi trường sống của nó. Một hệ sinh thái kinh doanh sẽ thích nghi với những điều kiện hạn chế của môi trường xung quanh nó như các quy định của chính phủ, thuế hay các cản trở khác. Khi các điều kiện thay đổi, một hệ sinh thái kinh doanh sẽ đáp ứng bằng cách nảy sinh các yếu tố mới, cùng tiến hóa và lại tự tổ chức lại một trật tự mới.

Như vậy, nếu nghiên cứu một cộng đồng các doanh nghiệp cùng tồn tại trong một vùng, chúng ta có thể quan sát dưới lăng kính sinh học. Một nền kinh tế như là một hệ sinh thái trong đó các doanh nghiệp và các đối tượng liên quan cùng cạnh tranh và hợp tác để tồn tại. Các tổ chức của hệ sinh thái kinh doanh sẽ có sự phụ thuộc với nhau rất lớn, tạo ra một sức mạnh tổng hợp cũng như sức ỳ hệ thống. Nếu một cộng đồng doanh nghiệp có thể hình thành và vận động như một hệ sinh thái kinh doanh, nó có khả năng tự thích nghi với môi trường thay đổi và đảm bảo sự tồn tại và cạnh tranh của các thành viên trong hệ sinh thái đó.

Hệ sinh thái kinh doanh và ngành công nghiệp

Các tác giả của lý thuyết hệ sinh thái kinh doanh, bằng những phân tích thực tế của mình, cho rằng cách định nghĩa và phân chia ngành công nghiệp truyền thống không còn phản ánh được thực tế kinh doanh. Ví dụ Microsoft có thể hoạt động với các dòng sản phẩm chủ lực của mình cùng một lúc trong 4 ngành cơ bản: máy tính cá nhân, hàng tiêu dùng điện tử, công nghệ thông tin, và truyền thông. Ranh giới giữa các ngành công nghiệp truyền thống bị xóa dần bởi sự năng động của các doanh nghiệp và sự phân mảnh cũng như sát nhập của các thị trường. Các sản phẩm có khuynh hướng tích hợp

các công nghệ từ nhiều ngành sản xuất và các nhu cầu thì gần như được đáp ứng bởi nhiều sản phẩm khác nhau. Theo các tác giả này, khái niệm ngành công nghiệp chỉ còn mang tính tương đối và phải xem xét sự vận động và phát triển của các doanh nghiệp trong một hệ thống mạng lưới liên kết chặt chẽ với nhau như một hệ sinh thái công nghiệp.

Như vậy, khi xem xét các ngành công nghiệp hỗ trợ, có thể phải xem xét các ngành này trong sự vận động và phát triển của kinh doanh hiện đại. Các chính sách phát triển kinh tế ngành theo cách tiếp cận truyền thống mà các quốc gia đi trước như Thái Lan, Malaysia sử dụng có thể không còn thích hợp trong điều kiện hiện nay.

4. Công nghiệp hỗ trợ với cụm công nghiệp và hệ sinh thái kinh doanh

Trên đây chúng ta đã xem xét hai hiện tượng đặc thù trong sự phát triển kinh tế của một vùng hay một ngành, đó là sự hình thành các cụm công nghiệp và các hệ sinh thái kinh doanh. Sự hình thành các cụm công nghiệp hay sự vận hành của một hệ sinh thái kinh doanh đều có mối liên hệ mật thiết với sự hình thành và phát triển của các ngành công nghiệp hỗ trợ.

Công nghiệp hỗ trợ và cụm công nghiệp

Các cụm công nghiệp được hình thành từ sự tập trung cao độ các doanh nghiệp trong một số ngành và lĩnh vực có liên quan khá chặt chẽ với nhau, trong đó không thể không tính đến vai trò của các doanh nghiệp hỗ trợ. Sự lớn mạnh của một cụm công nghiệp thường kéo theo sự gia tăng và phát triển bền vững của các doanh nghiệp trong ngành công nghiệp hỗ trợ. Mối quan hệ tương hỗ giữa công nghiệp hỗ trợ và cụm công nghiệp có thể được lý giải như sau:

- Việc hình thành và phát triển công nghiệp hỗ trợ đòi hỏi phải có các yếu tố điều kiện và các yếu tố nhu cầu thị trường. Sự tập trung một số lượng lớn các doanh nghiệp trong một khu vực địa lý tạo ra những điều kiện lý tưởng về vốn, công nghệ, nhân lực cho sự hình thành các doanh nghiệp nhỏ. Thêm vào đó, trong khu vực đã xuất hiện sẵn những thị trường có triển vọng cho các sản phẩm và dịch vụ hỗ trợ. Sự liên kết và cạnh tranh trong một khu vực sẽ làm cho các doanh nghiệp hỗ trợ có động lực để phát triển hơn. Như vậy, chính sự tập trung của các doanh nghiệp trong một khu vực địa lý sẽ tạo ra điều kiện lý tưởng cho sự phát triển của các doanh nghiệp vệ tinh, hình thành ngành công nghiệp hỗ trợ trong khu vực.

- Ngược lại, để hình thành các cụm công nghiệp, phải tạo ra mức độ tập trung lớn các điều kiện về số lượng doanh nghiệp, điều kiện thị trường, nguồn nhân lực, các thể chế và các đơn vị nghiên cứu, và đặc biệt là sự phát triển của hệ thống các ngành hỗ trợ và công nghiệp có liên quan. Các doanh nghiệp hỗ trợ là điều không thể thiếu cho sự hình thành và phát triển của một cụm công nghiệp.

Công nghiệp hỗ trợ và hệ sinh thái kinh doanh

Sự tồn tại và phát triển của các doanh nghiệp hỗ trợ gắn chặt với sự phát triển của các ngành mà nó hỗ trợ. Nói một cách cụ thể hơn, các doanh nghiệp hỗ trợ có mối quan hệ tương hỗ, cộng sinh và phụ thuộc lẫn nhau với các doanh nghiệp chế biến và lắp ráp lớn trong ngành mà chúng hỗ trợ. Các doanh nghiệp lớn này thường là hạt nhân

sự phát triển của một vùng mà các doanh nghiệp hỗ trợ đóng vai trò là các vệ tinh phụ cận. Sự liên kết và tương tác giữa các doanh nghiệp này với nhau tạo ra một hệ thống liên kết chặt chẽ trong một mạng lưới công nghiệp. Các doanh nghiệp sẽ phải hợp tác và cạnh tranh (xét trên một góc độ rộng) để cùng tồn tại và phát triển. Cộng đồng các doanh nghiệp hỗ trợ, các doanh nghiệp được hỗ trợ, các doanh nghiệp liên quan, hệ thống các tổ chức, các trường đại học,... tạo ra một hệ sinh thái kinh doanh. Như vậy, sự tồn tại và phát triển của công nghiệp hỗ trợ không thể tách rời các cá thể chủ đạo (các doanh nghiệp then chốt) của hệ sinh thái kinh doanh mà nó tham gia. Nếu chúng ta chỉ quan tâm đến các doanh nghiệp hỗ trợ mà không quan tâm đến các chính sách dành cho những doanh nghiệp then chốt này thì hiệu quả có thể không đạt được như mong muốn.

5. Vận dụng lý thuyết cụm công nghiệp, hệ sinh thái kinh doanh trong nghiên cứu chính sách thúc đẩy các ngành công nghiệp hỗ trợ tại Việt Nam

Từ sự phân tích trên đây, có thể thấy rằng sự hình thành và phát triển của công nghiệp hỗ trợ trong một vùng có mối quan hệ chặt chẽ và tương hỗ với sự phát triển của cộng đồng kinh doanh và liên quan đến các thể chế cũng như các yếu tố khác của môi trường. Việc thiết lập một chính sách thúc đẩy công nghiệp hỗ trợ không thể không tính tới vai trò của cộng đồng kinh doanh và ảnh hưởng của thể chế và các nhân tố của môi trường. Một số lưu ý khi hoạch định các chính sách phát triển công nghiệp hỗ trợ rút ra được từ các nghiên cứu về cụm công nghiệp và hệ sinh thái kinh doanh áp dụng cho điều kiện Việt Nam như sau:

- Cần xác định cụ thể các ngành công nghiệp mũi nhọn trước khi xây dựng các chính sách cho công nghiệp hỗ trợ. Các ngành công nghiệp này sẽ phải được xây dựng trên cơ sở tính toán các lợi thế cạnh tranh mang tính tổng hợp của vùng. Trên cơ sở chiến lược công nghiệp mũi nhọn, sẽ hình thành mạng lưới các hoạt động của công nghiệp hỗ trợ và công nghiệp liên quan.

- Các chính sách thúc đẩy công nghiệp hỗ trợ phải cân nhắc đầy đủ 4 vấn đề của công nghiệp hỗ trợ: các điều kiện đầu vào (vốn, công nghệ, nguồn nhân lực, cộng đồng kinh doanh); các điều kiện đầu ra (thị trường, sức mua, hệ thống hỗ trợ, ...) các thể chế hỗ trợ và giám sát cạnh tranh; các ngành công nghiệp liên quan, các doanh nghiệp hỗ trợ (cung cấp nguyên vật liệu), các trung tâm nghiên cứu và đào tạo,...

- Các chính sách công nghiệp hỗ trợ phải xem xét trên tổng thể bao gồm các doanh nghiệp lắp ráp và chế biến chủ chốt và các công ty có khả năng tham gia vào công nghiệp hỗ trợ. Cần có chính sách thu hút các doanh nghiệp chủ chốt làm động lực cho công nghiệp hỗ trợ và chuyển giao cách thức quản trị dựa trên liên kết và phối hợp.

- Các chính sách về công nghiệp hỗ trợ phải tạo ra các điều kiện cho việc khởi sự các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Đây sẽ là nguồn bổ sung và thay thế quan trọng trong thị trường, đồng thời tăng cường cạnh tranh, tạo ra hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp hỗ trợ của khu vực.

- Các chính sách về công nghiệp hỗ trợ không được can thiệp quá sâu vào thị trường hay tạo sự bất bình đẳng trong cạnh tranh, đặc biệt là giữa khối doanh nghiệp nhà nước và tư nhân hay với khối đầu tư nước ngoài. Những can thiệp hành chính sẽ gây ra những hậu quả khó lường đối với sự phát triển của một hệ sinh thái kinh doanh non trẻ.

- Tăng cường sự hỗ trợ tổng thể cho toàn bộ hệ thống (các doanh nghiệp chủ chốt, các doanh nghiệp hỗ trợ, hệ thống liên kết, hệ thống thông tin) với thế giới bên ngoài và các thị trường khác thông qua thông tin, trao đổi, liên kết và đào tạo.

6. Kết luận

Phát triển công nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam là một vấn đề còn khá mới mẻ cả về lý luận và thực tiễn. Trong điều kiện thực hiện chiến lược công nghiệp hóa rút ngắn ở Việt Nam, việc nghiên cứu lý thuyết và kinh nghiệm của các nước công nghiệp hóa thành công là hết sức cần thiết. Trong khuôn khổ bài viết này, tác giả đã đưa ra một cách tiếp cận mới như là một gợi ý cho việc hoạch định các chính sách thúc đẩy công nghiệp hỗ trợ ở nước ta dựa trên các luận giải về lý thuyết cụm công nghiệp và lý thuyết hệ sinh thái kinh doanh. Với vai trò quan trọng của mình, phát triển công nghiệp hỗ trợ đang trở thành một trong những điều kiện then chốt để phát triển một nền công nghiệp có khả năng tham gia vào chuỗi phân công lao động quốc tế, thực hiện thành công chiến lược thu hút các nguồn vốn và công nghệ của các nước phát triển vào sự nghiệp công nghiệp hóa và hiện đại hóa đất nước.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Le The Gioi (2005), “Clustering, total competitiveness and Japanese ODA: how industrial parks, supporting industries and government in Vietnam need for supports from Japanese intellectual cooperation”. *Annual Buletin of The Institute for Industrial Research of Obirin University* (Tokyo, Japan), N.23, p. 125-153.
- [2] Ohno Kenichi (2007), “Building Supporting Industries in Vietnam”, Vietnam Development Forum, *National Graduate Institute for Policy Studies* (GRIPS), p.99.
- [3] Porter, Michael E. (1998), “*Clusters and competition: New agendas for companies, governments, and institutions*”, Boston: Harvard Business School Press.
- [4] Porter, Michael E. (2002), “*Competitiveness and the Role of Regions*”, Institute for Strategy and Competitiveness, Harvard Business School, The Center For Houston’s Future, Houston, Texas.