

Một số giải pháp thúc đẩy sự phát triển các cụm liên kết ngành tại Việt Nam trong bối cảnh hội nhập

LÊ MINH NGỌC
LÊ HUYỀN TRANG

Cụm liên kết ngành là một trong những công cụ giúp nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, cũng như của một quốc gia. Qua nêu một số lý thuyết về cụm liên kết ngành, tìm hiểu thực tế mô hình tiêu biểu tại một số nước, các tác giả đi sâu phân tích sự hình thành và phát triển các cụm liên kết ngành, một số nguyên nhân hạn chế sự hình thành cụm liên kết ngành tại Việt Nam và nêu các giải pháp để phát triển cụm liên kết ngành.

1. Cụm liên kết ngành và vai trò của nó trong quá trình phát triển kinh tế

Lý thuyết về lợi thế cạnh tranh chỉ ra rằng, Nhà nước và các công ty kinh doanh cần phải theo đuổi chính sách tạo ra hàng hóa chất lượng cao để bán được với giá cao trên thị trường. Porter (1990) nhấn mạnh tăng trưởng về năng suất là trọng điểm trong chiến lược của một quốc gia. Lợi thế cạnh tranh cho thấy rằng lao động rẻ và nguồn lực tự nhiên không phải là điều kiện cần thiết để có một nền kinh tế vững mạnh. Do vậy, lợi thế về nguồn lao động rẻ và tài nguyên thiên nhiên không thể đảm bảo cho Việt Nam có được sức cạnh tranh lớn trong bối cảnh cạnh tranh toàn cầu hiện nay. Việt Nam cần phải tìm ra và phát triển những nguồn lực mới để nâng cao năng lực cạnh tranh của mình.

Porter (2010) khẳng định rằng, lợi thế cạnh tranh có thể có được thông qua việc phát triển các cụm liên kết ngành. Porter (2001) đã định nghĩa cụm liên kết ngành là một nhóm các công ty, những nhà cung cấp, những ngành liên quan và những thể chế chuyên môn có mối liên hệ qua lại trong cùng một lĩnh vực đặc thù tại một địa phương nhất định thông qua sự tương đồng và sự bổ sung cho nhau.

Theo Jacobs và Deman (1996), Rosenfeld (1996,1997) được nêu ra trong nghiên cứu của Kuah (2002), cụm liên kết ngành là sự tập trung có giới hạn về địa lý của những công ty có tính bổ sung cho nhau, với những kênh chủ động về giao dịch kinh doanh, truyền thông, đối thoại, chia sẻ cơ sở hạ tầng, thị trường lao động, dịch vụ, có những cơ hội chung và đối mặt với những đe dọa chung.

Tổ chức Phát triển công nghiệp Liên hiệp quốc định nghĩa cụm liên kết ngành là sự tập trung về địa lý các công ty sản xuất và bán những sản phẩm có liên quan đến nhau, hoặc có tính bổ sung cho nhau. Những công ty này đối mặt với những thách thức và cơ hội chung. Những cơ hội này bao gồm việc tiếp cận với nguồn nhân lực, nhà cung cấp chuyên môn hóa, áp lực về việc phải có khả năng vận hành tốt hơn đối thủ cạnh tranh, những kiến thức học được từ việc tác động qua lại rất gần đối với những khách hàng và nhà cung cấp chuyên môn hóa.

Theo Ketels (2004), một cụm liên kết ngành phải có 4 đặc điểm quan trọng là: (i) khoảng cách: những công ty nằm trong cụm

Lê Minh Ngọc, ThS., Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế trung ương; Lê Huyền Trang, Viện Đào tạo và nghiên cứu về tổ chức và hành chính.

liên kết phải chia sẻ nguồn lực chung, và cho phép sự lan tỏa tích cực; (ii) liên kết: những hoạt động của các công ty phải chia sẻ một mục đích chung; (iii) phản ứng qua lại chủ động: có phản ứng qua lại một cách chủ động giữa các công ty nằm trong cụm liên kết ngành; (iv) tỷ lệ giới hạn: chỉ có một số nhất định những bên tham gia có tác động chính đối với hoạt động của các công ty.

Việc hình thành các cụm liên kết ngành giúp tạo ra lợi thế cạnh tranh. Theo Krugman (1991), việc hình thành các cụm liên kết ngành là do những nguyên nhân tự nhiên và sẽ làm giảm chi phí sản xuất do tính tiết kiệm theo quy mô. Còn theo Rosenfeld (1997) cụm liên kết ngành sẽ giảm chi phí thông qua việc tận dụng được hạ tầng xã hội, nguồn thông tin và sự hợp tác giữa các công ty.

Bên cạnh đó, theo Porter (1998), cụm liên kết ngành tác động đến cạnh tranh và tạo ra lợi thế cạnh tranh theo ba cách: (i) tăng năng suất của các công ty nằm trong cụm liên kết thông qua cải thiện khả năng tiếp cận với những nhà cung cấp, kỹ năng và những thông tin chuyên môn, (ii) điều chỉnh hướng đi và tốc độ của sáng tạo tác động đến tăng trưởng về năng suất trong tương lai. Sáng tạo ngày càng trở nên quan trọng do yêu cầu cải thiện quá trình sản xuất ngày càng được nhấn mạnh. Thông qua cụm liên kết các công ty làm việc cùng nhau để đáp ứng đòi hỏi này, (iii) thúc đẩy việc hình thành những cơ sở kinh doanh mới giúp mở rộng và tăng cường cụm liên kết, tạo ra phản ứng tích cực đối với toàn bộ các hãng nằm trong cụm liên kết.

Thêm vào đó, dựa vào mô hình kim cương của mình, Porter (2001) giải thích tác động của cụm liên kết ngành giống một hệ thống tự thúc đẩy giúp các công ty tìm ra nguồn để tạo lợi thế cạnh tranh thông qua việc phản ứng qua lại giữa hệ thống những nhà cung cấp địa phương, khách hàng, đối thủ cạnh tranh và những bên liên quan khác, nơi mà công ty đang hoạt động. Cụm liên kết hàm chứa rất nhiều những bên tham gia, các bên tham gia tác động qua lại lẫn nhau. Nhưng những tác

động qua lại này tập trung vào các công ty như là trung tâm của những hoạt động, nhằm tăng cường lợi thế cạnh tranh và tập trung vào vai trò của khu vực công trong việc hỗ trợ tạo điều kiện tác động đến việc hình thành lợi thế cạnh tranh, giúp các công ty có một trình độ cạnh tranh cao hơn khi mà những cơ sở về kinh tế như nguồn lao động, kiến thức, tài chính, cơ sở hạ tầng,... đã hình thành theo đòi hỏi của cụm liên kết ngành.

Tóm lại có thể hiểu rằng cụm liên kết ngành bao gồm không chỉ các doanh nghiệp sản xuất, mà còn cả các nhà cung cấp nguyên liệu thô, các nhà thầu phụ, doanh nghiệp xuất khẩu, các nhà cung cấp máy móc, các hiệp hội, các nhà tư vấn, dịch vụ đào tạo, các cơ quan pháp luật, các nhà vận chuyển và các nhà cung cấp các dịch vụ khác,... có liên quan đến nhau trong cùng một ngành, một lĩnh vực đặc thù, trực tiếp hoặc gián tiếp tạo điều kiện thuận lợi cho việc sản xuất và tiêu thụ hàng hóa của cụm.

2. Một số mô hình cụm liên kết ngành tiêu biểu tại các nước trên thế giới

2.1. Cụm liên kết phát triển các sản phẩm phần mềm ở Bangalore, Ấn Độ

Cụm liên kết phát triển phần mềm Bangalore, Ấn Độ là một trung tâm hàng đầu trên thế giới về phát triển phần mềm. Cụm liên kết này phát triển dựa trên những nền tảng về kiến thức ở một nước đang phát triển để xây dựng năng lực cạnh tranh, với đặc thù là tập trung vào sự năng động của thị trường lao động nội địa. Nói theo một cách khác, những đặc điểm về thị trường lao động địa phương như là cơ chế trong việc nâng cao tính sáng tạo và nâng cao khả năng cạnh tranh của ngành công nghiệp phần mềm tại đây.

Trong những năm của thập kỷ 90 (thế kỷ XX), Bangalore nổi lên như là một cụm liên kết sản xuất sản phẩm phần mềm lớn nhất ở Ấn Độ, đạt được tốc độ tăng trưởng đáng kể đặc biệt là từ năm 1997, chủ yếu là thông qua xuất khẩu những sản phẩm phần mềm và dịch vụ về công nghệ thông tin cho thị trường

Mỹ. Trong những năm gần đây, những nhà sản xuất sản phẩm công nghệ thông tin hàng đầu thế giới như Motorola, HP, TI, và IBM bắt đầu thực hiện thuê ngoài những hoạt động nghiên cứu và phát triển của những hãng này tại Banaglore. Điều này đã giúp cho cụm liên kết ngành này nâng cao chuỗi giá trị của nó bằng việc tham gia nhiều hơn vào những dịch vụ cao cấp hơn như là hệ thống bộ nhớ. Những dịch vụ về công nghệ thông tin trước đây cũng vẫn tăng trưởng với tốc độ cao. Nguyên nhân là nhờ lực lượng lao động có kỹ năng về công nghệ thông tin hùng hậu với sự thông thạo về tiếng Anh trong khu vực này.

Vào năm 1998, Bangalore đã thành lập Viện Công nghệ thông tin Ấn Độ như là sáng kiến liên kết giữa Chính phủ và ngành. Viện Công nghệ thông tin Ấn Độ Bangalore đã được đặt ngay tại trung tâm của khu công nghệ quốc tế để cải thiện chất lượng đào tạo về công nghệ thông tin và đào tạo chuyên gia công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu của ngành. Hơn nữa, năm 2001, có khoảng 106 trường cao đẳng đào tạo kỹ sư tại Karnataka: có 2 trường là do Chính phủ quản lý, số còn lại là do tư nhân quản lý. Những trường này đã đóng góp to lớn vào việc cung cấp lực lượng lao động công nghệ thông tin có trình độ cho công nghiệp phần mềm của vùng. Hơn nữa, đào tạo trong doanh nghiệp cũng là một kênh chủ chốt trong việc phát triển kỹ năng của những chuyên gia về công nghệ thông tin trong vùng. Bởi vì công nghệ thay đổi rất nhanh, các hãng thường xuyên phải đào tạo cho nhân viên về kỹ năng kỹ thuật, kiến thức, và kỹ năng giao tiếp.

Một đặc điểm khác của thị trường lao động địa phương về công nghệ thông tin là sự di chuyển lao động cao. Trung bình mỗi một chuyên gia công nghệ thông tin chỉ làm việc khoảng từ 2 đến 5 năm cho một hãng, do các kỹ sư thay đổi việc làm để đến những công ty trả lương cao hơn. Mức lương cao đòi hỏi sự bù đắp xứng đáng đã tạo ra một hiệu ứng tích cực đối với phát triển kỹ năng cho người lao động, bởi vậy, hầu hết những hãng hàng đầu

đều có cơ chế đánh giá dựa trên chất lượng công việc. Điều này, một lần nữa lại tạo ra sự di chuyển lao động cao trên thị trường lao động địa phương.

Nhờ những đặc điểm trên mà cụm liên kết phát triển phần mềm này có thể huy động kỹ năng cần thiết tốt hơn, đáp ứng nhu cầu toàn cầu, nâng cao chuỗi giá trị và do đó xây dựng năng lực cạnh tranh của các công ty.

2.2. Thung lũng Silicon tại Bắc California, Mỹ

Thung lũng Silicon nằm ở phía Nam của khu vực Vịnh San Francisco tại phía Bắc bang California nước Mỹ. Thung lũng Silicon là quê hương của rất nhiều công ty công nghệ bao gồm Apple, Cisco, Google, HP, Intel và Oracle. Đây là vùng không chỉ là nơi tập trung lớn những công ty phát triển và sản xuất con chip silicon, mà đến nay vùng còn tập trung những công ty công nghệ cao. Thung lũng Silicon có đặc điểm về văn hóa, hình thức tổ chức và liên kết giữa các công ty là những công ty nhỏ với quan hệ làm việc gần gũi, có tác động qua lại trong việc đưa ra những quyết định kinh doanh. Các công ty trong Thung lũng Silicon đã nhanh chóng thay đổi nhu cầu kinh doanh và có thể khai thác nguồn lực của nhau và thành công trong những ý tưởng kinh doanh. Điều này dẫn tới sự linh hoạt lớn và khả năng hồi phục nhanh chóng sau khủng hoảng. Thung lũng Silicon là một mạng lưới vùng dựa trên hệ thống công nghiệp, bao gồm các doanh nghiệp nhỏ hợp tác và xúc tiến cùng học hỏi.

Sự phát triển của vùng gắn liền với sự đi lên của thung lũng Silicon. Từ năm 1890, những nhà lãnh đạo của Trường đại học Stanford đã nhìn thấy nhiệm vụ của trường là phục vụ cho miền Tây và đã thành lập trường thuộc đại học này tại vùng đó. Cùng thời gian, sự khai thác có tính toán vùng phía Tây cũng chính là lợi ích của vùng phía Đông đã tăng thêm ý định thúc đẩy phát triển công nghiệp địa phương. Do đó, chủ nghĩa địa phương đã giúp tạo sự tương thích giữa lợi ích của Trường đại học Stanford với những hãng công nghệ cao trong

vùng trong 50 năm đầu phát triển của thung lũng Silicon. Thung lũng Silicon đã được hình thành như là môi trường của sáng tạo thông qua sự hội tụ trên một nền kiến thức công nghệ mới; một nơi tụ hợp lớn những kỹ sư có kỹ năng và những nhà khoa học từ những trường đại học chính trong vùng; sự tài trợ hào phóng từ một thị trường đảm bảo là cơ quan quốc phòng; sự phát triển một mạng lưới hiệu quả những công ty liên doanh và trong giai đoạn đầu phát triển, sự hỗ trợ của những nhà lãnh đạo thuộc Trường đại học Stanford.

Mặc dù Trường đại học Stanford giúp tạo ra nền tảng lịch sử cho tăng trưởng công nghệ cao và hiện là trung tâm nghiên cứu công nghệ cao ở thung lũng Silicon, Đại học San Jose State cũng nổi lên như là nơi cung cấp lớn nhất những kỹ sư cho những công ty công nghệ cao trong vùng. Những sinh viên tốt nghiệp kỹ sư, kinh doanh và khoa học máy tính tại trường này thường được xem là những người đem lại sức mạnh cho thung lũng Silicon. Sự phát triển của thung lũng Silicon cũng được nâng lên bởi sự phát triển của cơ sở hạ tầng về luật pháp để hỗ trợ việc hình thành, tài trợ, và mở rộng những công ty công nghệ cao một cách nhanh chóng, cũng như là việc phát triển số đông những quan tòa- người có kinh nghiệm trong việc giải quyết những tranh chấp giữa các hãng. Từ năm 1980 trở đi, rất nhiều hãng luật trong cả nước và sau đó cả những hãng luật quốc tế đã mở văn phòng ở San Francisco và Pali Alto để cung cấp những dịch vụ liên quan đến pháp luật cho thung lũng Silicon.

Ngày nay khi mà có rất nhiều những cụm liên kết công nghiệp được hình thành và có vai trò ngày càng lớn, thì thung lũng Silicon vẫn được coi là một trong những cụm liên kết công nghiệp có ảnh hưởng chi phối trên bản đồ kinh tế thế giới.

2.3. Nhận định chung từ ví dụ thực tế

Cụm liên kết bắt đầu từ sự tập trung cao độ các công ty sản xuất những sản phẩm trong cùng một ngành, sự tập trung này là do quyết định kinh doanh của những chủ doanh

nh nghiệp chứ không phải là do sự sắp xếp của bất kỳ một cơ quan nhà nước nào.

Sự phát triển của cụm liên kết dựa trên việc tăng năng suất, nâng cao khả năng cạnh tranh thông qua việc thay đổi không ngừng của các doanh nghiệp, liên tục cập nhật những kiến thức mới và liên tục sáng tạo. Điều này được thúc đẩy bởi động lực cạnh tranh các sản phẩm trên thị trường và động lực của việc đòi hỏi cao kết quả lao động của nhân viên để bù đắp vào mức lương cao mà họ được trả. Chính vì vậy yếu tố chất lượng nhân lực quyết định sự thành công nhanh chóng của các cụm liên kết và vai trò của các trường đại học, viện nghiên cứu đã giúp đáp ứng yêu cầu này của các doanh nghiệp trong cụm.

Chính kết quả hoạt động tốt của cụm liên kết như trên không những nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp toàn cụm thông qua cơ chế tự thúc đẩy, mà sức mạnh cạnh tranh chung của toàn vùng và của nền kinh tế cũng được nâng lên được biểu hiện ở việc các cụm này có vị trí quan trọng trên bản đồ kinh tế thế giới. Cụm liên kết này giúp tạo ra rất nhiều việc làm và cùng với yêu cầu của công việc ngày càng phức tạp, đòi hỏi hàm lượng chất xám cao sẽ thúc đẩy đào tạo, tự đào tạo nâng cao năng lực của đội ngũ lao động và nâng cao giá trị gia tăng cho hàng hóa được sản xuất tại những cụm liên kết nói riêng và tại quốc gia có cụm liên kết nói chung.

Cùng với sự phát triển lớn mạnh của các công ty trong cụm liên kết, các doanh nghiệp liên quan có vai trò phụ trợ cho các doanh nghiệp ngày càng được thu hút đến nhiều hơn; ví dụ như những cơ sở đào tạo, các công ty luật, các công ty cung cấp đầu vào,...

Bởi vậy, với góc nhìn từ những nghiên cứu của các nhà kinh tế học cùng với kinh nghiệm của các nước trên thế giới, có thể thấy rằng việc phát triển cụm liên kết ngành cần được quan tâm nghiên cứu để phát triển tại Việt Nam nhằm nâng cao năng suất, khả năng cạnh tranh, khả năng sáng tạo của các ngành tại Việt Nam, góp phần vào công nghiệp hóa

trong giai đoạn tới, nhất là khi Việt Nam muốn theo đuổi một nền kinh tế tri thức.

3. Sự hình thành và phát triển các cụm liên kết ngành tại Việt Nam

• Sự hình thành và phát triển các làng nghề.

Nếu nói về cụm liên kết ngành ở Việt Nam trong lịch sử đã hình thành một hình thức giống cụm liên kết. Điều này được biểu hiện thông qua các làng nghề thủ công tại Việt Nam và các phường hội buôn bán tại 36 phố phường Hà Nội. Các làng nghề này phát triển tự phát, do các hộ sản xuất các sản phẩm tương tự có liên quan đến nhau, vừa cạnh tranh vừa hợp tác. Những làng nghề này thường nằm trong khu vực dân cư và chủ doanh nghiệp thường là người làng, chủ yếu sản xuất các sản phẩm truyền thống. Hiện nay nhiều làng nghề hiện đại đã chuyển sang sản xuất các mặt hàng hiện đại, thậm chí để xuất khẩu.

Một số ví dụ về làng nghề tại Việt Nam như làng nghề thủ công truyền thống: làng lụa Vạn Phúc ở Hà Đông, Hà Nội, làng gốm Bát Tràng, Hà Nội, làng gốm Thổ Hà, Bắc Giang, làng tranh Đông Hồ, Bắc Ninh... Tuy nhiên những làng nghề truyền thống này khó phát triển và mở rộng do mặt hàng sản xuất là những mặt hàng truyền thống với kỹ thuật truyền thống. Nếu phát triển hiện đại hơn và với quy mô lớn hơn có thể sẽ làm mất đi tính truyền thống của các làng nghề. Bên cạnh đó còn có những làng nghề hiện đại. Làng nghề hiện đại ở Việt Nam được hình thành do nhu cầu thị trường, một số các công ty đến và đặt hàng những người dân trong làng để sản xuất những mặt hàng cho công ty ví dụ như làng La Phù ở Hà Nội chuyên sản xuất sản phẩm may xuất khẩu, chế biến gỗ ở Bình Định,... Tuy nhiên quy mô sản xuất của các làng nghề này vẫn còn nhỏ và khó phát triển do tính chất làng nghề thủ công, kỹ thuật công nghệ không cao và quy mô vốn thấp.

• Các khu công nghiệp, cụm công nghiệp tại Việt Nam.

Nếu theo cách hiểu về cụm liên kết như trên thì hiện nay Việt Nam chưa có một cụm liên kết ngành hoàn chỉnh. Ở Việt Nam mới chỉ hình thành các khu công nghiệp, các cụm công nghiệp, khu chế xuất... Các khu công nghiệp, cụm công nghiệp, khu chế xuất này mọc lên như nấm ở các tỉnh của Việt Nam. Tuy nhiên, những khu này không phải là cụm liên kết ngành theo khái niệm như trên và không có những đặc điểm nêu trên. Các khu này hình thành do quyết định của chính quyền theo ý muốn chủ quan của nhà lãnh đạo, trong khi các cụm liên kết ngành trên thế giới đều hình thành với những lý do rất tự nhiên. Do đó, tỷ lệ lấp đầy các khu, cụm công nghiệp là rất thấp. Theo báo cáo tổng quan về khu công nghiệp Việt Nam (2009), tỷ lệ lấp đầy các khu công nghiệp trong cả nước mới chỉ chiếm 46%. Nhiều khu công nghiệp, cụm công nghiệp,... với điều kiện về kết cấu hạ tầng đồng bộ, thuận tiện và được hưởng rất nhiều ưu đãi nhưng tốc độ lấp đầy rất chậm, không thu hút được các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Các doanh nghiệp nằm trong một khu công nghiệp, khu công nghệ cao, hay cụm công nghiệp ở Việt Nam là tập hợp rất nhiều các doanh nghiệp thuộc nhiều lĩnh vực khác nhau như sản xuất hàng may mặc, thức ăn gia súc, sản xuất đồ trang sức,... do ban quản lý của các khu công nghiệp này muốn thu hút càng nhanh càng tốt để lấp đầy khu công nghiệp. Trong khi các cụm liên kết ngành là tập hợp các doanh nghiệp và những bên tham gia khác có quan hệ với nhau trong một ngành, lĩnh vực cụ thể. Chính thực tế này ở các khu, cụm công nghiệp tại Việt Nam làm hạn chế sự liên kết giữa các doanh nghiệp trong khu công nghiệp, cản trở quá trình phân công sản xuất giữa các doanh nghiệp trong khu công nghiệp. Tại các khu công nghiệp, khu công nghệ cao, khu chế xuất,... của Việt Nam chưa có những cơ sở đào tạo, nghiên cứu đi kèm để phục vụ cho hoạt động của các doanh nghiệp, trong khi các cụm liên kết ngành thường có những trường đào tạo nghề, viện nghiên cứu, trường đại học, các cơ quan pháp luật, công ty luật,... liên kết để phục vụ cho hoạt động của các doanh nghiệp này.

• *Các hình thức sơ khai của cụm liên kết ngành khác.*

Như đã phân tích ở trên thì Việt Nam chưa hình thành nên cụm liên kết ngành giống như quan niệm các cụm liên kết ngành trên thế giới. Tuy nhiên, trong quá trình phát triển kinh tế cùng với những cải cách lớn về thể chế đã ảnh hưởng lớn đến môi trường kinh doanh, giúp phát triển số lượng các công ty và tăng quy mô của các công ty. Đã hình thành nên những điểm tập trung nhiều các công ty hoạt động trong cùng một ngành tại các địa phương có lợi thế so sánh về ngành đó. Đây chính là điều kiện tiên đề giúp hình thành các cụm liên kết ngành trong tương lai.

Sự tập trung lớn các công ty nằm trong cùng một ngành tại một địa phương đã diễn ra ở Việt Nam trong thời gian qua. Các hãng điện tử tập hợp cùng nhau ở miền Nam Việt Nam, cụ thể là ở thành phố Hồ Chí Minh và tỉnh Đồng Nai. Các công ty về công nghệ thông tin tập trung nhiều ở thành phố Hồ Chí Minh. Các doanh nghiệp lắp ráp điện tử tập trung ở Đồng Nai, các doanh nghiệp sản xuất phụ tùng ô tô xe máy ở Vĩnh Phúc, các doanh nghiệp sản xuất hàng điện tử ở Hà Nội, các doanh nghiệp kinh doanh du lịch ở Quảng Ninh, Huế, Đà Nẵng, Hội An (Quảng Nam), đồ ngoại thất ở Bình Định, du lịch ở Phú Quốc, cà phê ở Đắk Lắk...

Mặc dù có sự tập trung cao của các doanh nghiệp cùng ngành tại một địa phương nhất định trong thời gian qua, sự liên kết giữa các doanh nghiệp trong cùng một ngành đó vẫn còn lỏng lẻo, chưa có quan hệ hỗ trợ, bổ sung cho nhau để tận dụng được lợi thế của liên kết và tập trung đem lại. Các doanh nghiệp mặc dù tập trung tại một địa điểm, tuy nhiên vẫn chủ yếu là quan hệ cạnh tranh về giá hơn là cạnh tranh về chất lượng và độ độc đáo của sản phẩm, do đó mà không thực sự cởi mở với nhau trong vấn đề hợp tác.

• *Một số nguyên nhân hạn chế sự hình thành cụm liên kết ngành tại Việt Nam.*

+ *Nhận thức không đầy đủ về cụm liên kết ngành.*

Khái niệm cụm liên kết là một khái niệm mới tại Việt Nam, và do đó đôi khi được hiểu nhầm lẫn với những khu công nghiệp, những khu chỉ có thể coi là các công ty nằm trong cùng một nơi trong một mặt bằng sản xuất công nghiệp chung mà không có những liên kết rõ ràng hay là những tác động qua lại giữa chúng. Hiện nay vấn đề cụm liên kết ngành vẫn chưa được đưa ra thảo luận một cách chính thức trong những nhà lãnh đạo Việt Nam. Mặc dù vấn đề về cụm liên kết đôi khi được nhắc đến và một khía cạnh nào đó của cụm liên kết đã xuất hiện tại Việt Nam, ví dụ như sự phát triển của các khu công nghiệp, công nghiệp phụ trợ, phối hợp nghiên cứu về doanh nghiệp,..., một cách nhìn chính thống và một cách tiếp cận chính thống về chính sách vẫn còn thiếu vắng (Báo cáo năng lực cạnh tranh Việt Nam 2010).

+ *Chiến lược chính sách phát triển các ngành phiến diện và mang tính can thiệp.*

Chính sách phát triển ngành không có mục tiêu rõ ràng và không có những ưu tiên rõ ràng. Có quá nhiều ngành mũi nhọn trong chiến lược phát triển ngành tại Việt Nam. Có khoảng 74 chiến lược và kế hoạch tổng thể phát triển ngành đã được phát triển và đưa ra cho giai đoạn đến năm 2020 và xa hơn. Tất cả những kế hoạch này đều nhằm mục đích tập trung vào phát triển những ngành lĩnh vực được chọn không được dựa trên những tiêu chí khoa học (Báo cáo năng lực cạnh tranh Việt Nam 2010 và Ohno 2004). Những chính sách được đề xuất hoặc được sử dụng thường tập trung vào việc đưa ra những can thiệp, bảo hộ, trợ giá với mục tiêu bảo vệ những ngành công nghiệp khỏi sự cạnh tranh hoặc không tạo ra sự tiết kiệm theo quy mô. Những yêu cầu về tỷ lệ nội địa hóa được ban hành và những khuyến khích mang tính tài chính hào phóng cũng được đưa ra để khuyến khích thuê ngoài trong nội địa. Hơn nữa, chính sách về cụm liên kết ngành cần sát hơn với chính sách về vùng, nhưng trên thực tế, chiến lược vùng vừa phát triển một cách cô lập, hoặc sao chép của nhau một cách thiếu suy nghĩ về việc làm

thế nào để tạo ra những liên kết và tạo sức mạnh chung thông qua việc hình thành những cụm liên kết.

+ Ngành công nghiệp phụ trợ của Việt Nam còn yếu.

Công nghiệp phụ trợ của Việt Nam còn rất yếu. Các doanh nghiệp hoạt động tại Việt Nam, đặc biệt là những doanh nghiệp FDI, hầu như phải nhập khẩu đầu vào với tỷ lệ rất lớn. Dự tính rằng tỷ lệ nội địa hóa của ô tô và xe máy sản xuất tại Việt Nam chỉ đạt khoảng 5 đến 10%. Điều này cũng xảy ra tương tự đối với những ngành công nghiệp khác của Việt Nam. Ví dụ ngành công nghiệp may mặc của Việt Nam giá trị gia tăng thấp vì các doanh nghiệp phải nhập từ 80 đến 90% nguyên liệu và phụ kiện. Trong khi Canon thường được nhắc đến như là một câu chuyện thành công về phát triển chuỗi cung ứng nội địa, 90% nhà cung cấp của Canon là những công ty FDI đang hoạt động tại Việt Nam. Kỹ thuật và công nghệ trong công nghiệp phụ trợ còn lạc hậu, nghèo nàn. Đi kèm với thực tế này chính là thiếu năng lực, giá cả cao và chất lượng không ổn định. Sự liên kết kinh tế chủ yếu là theo chiều dọc. Việc trao đổi thông tin và liên kết giữa các doanh nghiệp còn hạn chế. Trên thực tế, các nhà đầu tư nước ngoài không tập trung vào phát triển công nghiệp phụ trợ trong nước. Ngoài ra, các doanh nghiệp trong nước đối mặt với những khó khăn khi tiếp cận với doanh nghiệp nước ngoài do điều kiện kinh doanh của họ. Vai trò của những hiệp hội chuyên môn không tác động mấy vào kinh doanh nói chung.

+ Dịch vụ phát triển kinh doanh chưa phát triển ở Việt Nam.

Dịch vụ phát triển kinh doanh (BDS) bao gồm tất cả những dịch vụ phi tài chính mà nhà cung cấp đem đến cho các doanh nghiệp nhằm tổ chức, quản lý doanh nghiệp một cách hợp lý, nâng cao hiệu quả hoạt động, mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh, phát triển thị trường, tăng khả năng cạnh tranh, đảm bảo sự phát triển bền vững của doanh nghiệp. Vai trò của BDS đối với sự phát triển của doanh

nh nghiệp được ghi nhận rộng rãi trên toàn thế giới. Tuy nhiên, ở Việt Nam, BDS mới bắt đầu phát triển và chỉ chiếm một tỷ lệ rất nhỏ trong tổng sản phẩm quốc nội – khoảng 1% với mức tăng trưởng rất thấp khoảng 1-2%/năm. Mặc dù, trong những năm qua, số lượng các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ phát triển kinh doanh ở Việt Nam ra đời khá lớn nhưng nhìn chung quy mô nhỏ, hiệu quả hoạt động còn nhiều hạn chế. Chính sự yếu kém trong dịch vụ phát triển kinh doanh ở Việt Nam đã làm mất đi một kênh quan trọng trong việc thúc đẩy liên kết, hợp tác giữa các doanh nghiệp, vì những nhà tư vấn là những người có thông tin và họ sẽ đưa ra những lời khuyên về chiến lược kinh doanh, trong đó có lời khuyên về hợp tác giữa các doanh nghiệp.

+ Khu công nghiệp không được định hướng thành cụm liên kết ngành.

Khu công nghiệp tại các địa phương là công cụ để đưa ra những cơ sở hạ tầng có sẵn và các thủ tục hành chính được đơn giản hóa cho các nhà đầu tư. Cho đến nay, trên cả nước có 255 khu công nghiệp được thành lập với tổng diện tích đất tự nhiên đạt 69.253 ha. Tuy nhiên, có rất ít những nỗ lực để khuyến khích phát triển những ngành công nghiệp và dịch vụ phụ trợ hoặc công nghiệp liên quan, đây là những ngành sẽ giúp tạo ra các mối liên kết. Gần đây, có những ví dụ về sự thành công trong việc xây dựng những ngành công nghiệp phụ trợ trong khu công nghiệp Quế Võ, Bắc Ninh để hỗ trợ cho những hãng chính (được gọi là hãng mỏ neo) trong khu công nghiệp như Canon và Foxconn. Tuy nhiên, hầu hết nhà cung cấp các linh kiện và bộ phận hỗ trợ đều được các hãng FDI mỏ neo trong khu mua lại từ nước họ hoặc từ Trung Quốc. Sự liên kết hiếm khi xảy ra bên ngoài ranh giới của khu công nghiệp. Do vậy, khu công nghiệp chỉ đóng vai trò như là một giải pháp về mặt bằng công nghiệp hơn là hành lang để tạo ra các cụm liên kết.

+ Nhận thức về cạnh tranh còn hạn chế.

Hiện nay, các doanh nghiệp Việt Nam hoạt động trong cùng một ngành, một lĩnh vực sản

xuất những sản phẩm giống nhau, không có tính đặc sắc riêng của từng doanh nghiệp và chưa xác định vị trí tương đối của doanh nghiệp mình, từ đó tập trung vào phát triển vị thế đó thông qua lựa chọn một cách hợp lý phân khúc thị trường mà doanh nghiệp muốn hướng tới. Doanh nghiệp không nhận thức đầy đủ rằng mỗi doanh nghiệp có thể mạnh riêng trong những phân khúc thị trường khác nhau trong cùng một ngành, chính vì vậy các doanh nghiệp hoạt động trong cùng một ngành có thể liên kết với nhau, hỗ trợ bổ sung cho nhau để cùng nâng cao tính cạnh tranh của sản phẩm trong ngành thông qua việc tiết kiệm các chi phí, tiết kiệm theo quy mô, khuyến khích cùng nhau tháo gỡ những khó khăn chung mà một doanh nghiệp không có khả năng làm được, do đó khuyến khích sự sáng tạo trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm của mỗi công ty. Chính điều này làm các doanh nghiệp Việt Nam thường rơi vào cái bẫy cạnh tranh về giá chứ không phải cạnh tranh về chất lượng hay tính độc đáo của sản phẩm, ít cởi mở để chia sẻ thông tin và để liên kết.

• *Một số giải pháp nhằm phát triển các cụm liên kết ngành tại Việt Nam.*

Nhận thức được tầm quan trọng của cụm liên kết ngành trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của toàn nền kinh tế, Nhà nước nên có những chính sách hỗ trợ giúp cụm liên kết ngành phát triển tại Việt Nam. Những chính sách này cần đảm bảo một số nguyên tắc bao gồm phù hợp với quá trình phân công lao động quốc tế, phát huy ưu thế và tiềm năng của Việt Nam, phù hợp với chiến lược phát triển ngành, và đảm bảo vai trò của Nhà nước trong nền kinh tế thị trường

+ *Nhận thức đúng và đầy đủ về cụm liên kết ngành.*

Nhà nước nên thống nhất, hiểu một cách đầy đủ khái niệm và quy luật hình thành các cụm liên kết ngành là tự nhiên và để tận dụng tính tiết kiệm theo quy mô. Nhờ đó, xác định rõ quan điểm rằng các chính sách hỗ trợ đều phải tôn trọng quy luật đó, mọi chính

sách đưa ra chỉ nhằm thúc đẩy quá trình liên kết và hình thành cụm diễn ra nhanh hơn, chứ không có tính quyết định sự ra đời của một cụm liên kết ngành. Bên cạnh đó, vai trò của chính quyền địa phương rất lớn trong việc thực hiện các cam kết hỗ trợ trong thúc đẩy quảng bá, tổ chức hội chợ thương mại quảng bá sản phẩm của các ngành được lựa chọn. Do đó, nhận thức về cụm liên kết và năng lực của chính quyền địa phương được nâng lên sẽ tăng tính hiệu quả trong hỗ trợ của chính quyền địa phương, thúc đẩy cụm liên kết phát triển. Nhà nước cũng nên có những biện pháp tuyên truyền để nâng cao nhận thức của các doanh nghiệp trong liên kết, cùng nhau tạo thành những cụm liên kết về ngành chính là cách nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp mình. Doanh nghiệp nên hiểu được cạnh tranh tích cực là cạnh tranh dựa vào sự độc đáo và chất lượng sản phẩm của mỗi công ty. Tránh tâm lý doanh nghiệp chỉ biết về lợi ích của chính doanh nghiệp mình mà quên đi lợi ích của doanh nghiệp khác. Chỉ khi nào doanh nghiệp nghĩ rằng, nâng cao lợi ích của toàn cụm liên kết chính là nâng cao lợi ích của chính doanh nghiệp mình thì cụm liên kết ngành mới thực sự hoạt động theo đúng mục đích hình thành.

+ *Xây dựng bản đồ chi tiết về sự tập trung của những doanh nghiệp cùng ngành tại cùng một địa phương trên cả nước phục vụ cho những hỗ trợ sau này.*

Nhà nước nên tiến hành đánh giá trên phạm vi cả nước một cách chi tiết về tình hình tập trung của những công ty trong cùng một ngành tại cùng một địa phương trên cả nước. Thông tin này cần được công khai và dễ dàng được tiếp cận bởi những người làm chính sách, những nhà nghiên cứu, các doanh nghiệp. Những thông tin này sẽ giúp việc hoạch định và đề xuất những chính sách hỗ trợ một cách hợp lý, tập trung, hiệu quả hơn, khắc phục tình trạng rủi ro của các chính sách hỗ trợ trước đây tại các khu công nghiệp. Đây cũng là nguồn thông tin quý giúp các doanh nghiệp trong ngành đó có thể liên lạc với những

doanh nghiệp cùng ngành đang nằm ở vị trí tập trung để đưa ra những quyết định đầu tư. Điều này có thể giúp tăng tính tập trung của ngành và giúp tăng cường sự liên kết qua việc bước đầu trao đổi, thông tin và liên lạc.

+ Hỗ trợ căn bản những nơi đã hình thành những tiền đề về cụm liên kết ngành.

Chính phủ có thể cung cấp một số hỗ trợ như: cung cấp hệ thống hạ tầng ổn định, chính sách ổn định, khuyến khích về thuế, những nhà kỹ thuật có kỹ năng và khả năng quản lý cho những khu vực tập trung nhiều doanh nghiệp trong cùng một ngành. Các chính sách đưa ra cần nhất quán và có tính ổn định lâu dài, giúp nâng cao lòng tin cho các doanh nghiệp nằm trong cụm liên kết, nhờ đó các doanh nghiệp thấy được lợi ích lâu dài trong liên kết, tránh thay đổi chính sách trong thời gian ngắn, vì nó sẽ gây ra những xáo trộn trong hoạt động của các doanh nghiệp trong cụm liên kết, gây tác động xấu đến sự phát triển lâu dài của cụm. Tất cả những sự hỗ trợ của Nhà nước có thể đàm phán với các doanh nghiệp tại nơi tập trung đó để Nhà nước hỗ trợ bao nhiêu phần và các doanh nghiệp nằm trong khu vực đó bỏ ra bao nhiêu phần.

+ Tạo điều kiện cho ngành dịch vụ phát triển kinh doanh.

Nhà nước nên khẳng định sự tồn tại và vai trò của dịch vụ phát triển kinh doanh trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ là những doanh nghiệp chiếm phần lớn trong nền kinh tế Việt Nam và vẫn còn nhiều hạn chế. Thống nhất những quy định về dịch vụ phát triển kinh doanh trong hệ thống những văn bản pháp luật để tạo điều kiện thuận lợi hơn cho những công ty cung cấp dịch vụ này hoạt động. Tuyên truyền cho các doanh nghiệp hiểu hơn về loại hình dịch vụ này, về nội dung và vai trò của dịch vụ đối với sự phát triển của các doanh nghiệp, nhất là trong thời đại hiện nay khi mà để tồn tại, các doanh nghiệp phải luôn nâng cao khả năng cạnh tranh của mình. Tạo cơ sở dữ liệu và những kênh thông tin tiếp cận với những công ty cung cấp dịch vụ

phát triển kinh doanh, giúp cho các doanh nghiệp muốn sử dụng dịch vụ này có thể dễ dàng hơn trong việc lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ cho công ty mình. Hỗ trợ đào tạo nhân lực và hỗ trợ tiếp cận với những thông tin cần thiết cho những công ty hoạt động trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ để những công ty này có thể đưa ra những dịch vụ tư vấn chất lượng hơn, sát với yêu cầu của khách hàng hơn.

+ Có những chính sách hỗ trợ để phát triển các ngành công nghiệp phụ trợ.

Nhà nước nên khẳng định định nghĩa về công nghiệp phụ trợ thông qua các văn bản pháp luật, nhờ đó tạo điều kiện thuận lợi cho việc quyết định các biện pháp hành chính liên quan và đẩy mạnh các chính sách khuyến khích cụ thể. Hiện nay, lĩnh vực công nghiệp phụ trợ liên quan tới khá nhiều đầu mối, vì thế, cần xác định được cơ quan nào chịu trách nhiệm chính về lĩnh vực này. Tiếp theo, Nhà nước nên tuyên truyền đối với chủ doanh nghiệp, tăng cường chất lượng của chủ doanh nghiệp bằng các hoạt động đào tạo khác nhau, giúp đào tạo lao động tay nghề cao bằng cách phối hợp, tiếp nhận hỗ trợ từ các nước công nghiệp phát triển sở hữu công nghệ tiên tiến. Nhà nước cần tạo điều kiện giúp hoàn thiện các dịch vụ tài chính dành cho công nghiệp hỗ trợ. Nhà nước nên tích cực và ưu tiên thu hút các doanh nghiệp nước ngoài trong những ngành và lĩnh vực mà các doanh nghiệp trong nước còn yếu bằng các biện pháp ngắn, trung và dài hạn, nhằm thúc đẩy chuyển giao công nghệ cho các doanh nghiệp trong nước. Đưa ra một cơ chế khuyến khích các doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp vừa và nhỏ của nước ngoài liên kết với nhau tạo thành công ty liên doanh trong lĩnh vực công nghiệp hỗ trợ. Bên cạnh đó, xây dựng và hoàn thiện kế hoạch hành động và thông qua kế hoạch phát triển công nghiệp hỗ trợ trong thời gian sớm nhất là việc cũng nên được quan tâm.

+ Nhà nước nên là cầu nối hỗ trợ các cụm liên kết trở thành một mắt xích quan trọng trong mạng lưới sản xuất của khu vực.

Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt toàn cầu, Việt Nam phải tự do hóa thương mại khi mà thu hút FDI còn kém, các ngành công nghiệp phụ trợ còn yếu và khả năng tiếp thu công nghệ còn nhiều hạn chế. Trong điều kiện đó không nên và không đủ khả năng để hướng tới một nền sản xuất độc lập. Việt Nam nên tiến hành xây dựng nền sản xuất hiện đại thông qua việc tham gia một cách tích cực vào mạng lưới sản xuất khu vực và trở thành một mắt xích quan trọng. Do đó, Chính phủ Việt Nam nên tạo điều kiện tăng cường hợp tác về phát triển kinh tế với các nước trong khu vực, giúp các công ty Việt Nam nói chung cũng như các công ty trong cụm liên kết có cơ hội hợp tác với các công ty khác trong khu vực trong sản xuất và kinh doanh.

+ Việt Nam nên sáng tạo hơn trong thu hút các công ty có vốn đầu tư nước ngoài.

Xét về năng lực cạnh tranh, cạnh tranh trực tiếp của các công ty Việt Nam hiện nay với các công ty đa quốc gia trên thị trường thế giới là không khả thi. Chính phủ Việt Nam nên tạo điều kiện và khuyến khích hợp tác giữa các công ty Việt Nam và các công ty có vốn đầu tư nước ngoài để cạnh tranh hiệu quả hơn trên thị trường thế giới. Trong dài hạn, Chính phủ cần hỗ trợ để các công ty Việt Nam có thể học hỏi được phương thức quản lý, kiểm soát chất lượng và giao hàng đúng hạn trở thành nhà cung cấp cho các công ty này. Tuy nhiên trên thực tế việc thu hút FDI của Việt Nam ngày càng bộc lộ những điểm yếu. Điều này được thể hiện ở việc khoảng cách giữa vốn FDI đăng ký và vốn FDI thực hiện ngày càng lớn. Những lý do thu hút nhà đầu tư nước ngoài trong thời gian qua như giá nhân công rẻ, ưu đãi về thuế... ngày càng không còn bền vững. Bên cạnh đó, công nghiệp phụ trợ gần như chưa có tại Việt Nam là một rào cản lớn đối với việc thu hút các công ty FDI đầu tư vào Việt Nam. Do vậy, Việt Nam cần có cách mới phù hợp hơn để thu hút FDI vì có thể trong tương lai, đầu tư nước ngoài sẽ không vào Việt Nam, mà vào các nước khác trong khu vực có giá nhân công cao hơn nhưng có trình độ cao hơn, có những ngành công nghiệp hỗ trợ tốt

hơn, môi trường kinh doanh thuận lợi hơn,... như Thái Lan hay Trung Quốc.

+ Thực hiện thí điểm hỗ trợ một số điểm đã hình thành tiền đề cho cụm liên kết.

Trước mắt khi mà khái niệm cụm liên kết còn mới mẻ ở Việt Nam, Chính phủ nên thực hiện thí điểm tại một số nơi đã có tiền đề hình thành cụm liên kết để học hỏi và rút kinh nghiệm cho những sự hỗ trợ tại những địa phương tiếp theo. Tiêu chí lựa chọn cho áp dụng những hỗ trợ phải dựa vào nỗ lực của cụm liên kết và việc các công ty trong cụm có sẵn lòng muốn cải thiện quan hệ liên kết trong cụm hay không. Việc tài trợ ban đầu nên dành cho việc phân tích và thiết kế chiến lược, với việc các công ty phải nỗ lực để tiếp tục được tài trợ thông qua những chương trình mở của Chính phủ đối với cụm liên kết. Để có nguồn lực cho những hỗ trợ này, nên xây dựng quỹ hỗ trợ cụm liên kết ngành tại Việt Nam, quỹ này có thể đóng góp một phần từ ngân sách nhà nước và trong tương lai khi mà những hỗ trợ ban đầu phát huy tác dụng cho sự hình thành các cụm liên kết trong chương trình hỗ trợ, Nhà nước có thể vận động các công ty trong cụm liên kết đã thành công để đóng góp vào quỹ và tiếp tục hỗ trợ những nơi có điều kiện hình thành cụm liên kết khác.

Kết luận

Trong bối cảnh hiện nay, khi mà công nghệ phát triển đã giúp cho khoảng cách không còn là vấn đề lớn, một loạt những yếu tố trước đây được coi là lợi thế so sánh của các quốc gia đã dần mất đi vị trí của nó, nhu cầu tìm ra một nguồn lực mới giúp các quốc gia cạnh tranh trên trường quốc tế ngày càng mạnh mẽ. Việt Nam đang đứng trước một thời điểm có thể nói là vô cùng quan trọng trong quá trình phát triển nền kinh tế xã hội. Mô hình tăng trưởng của Việt Nam đang tỏ ra không phải mô hình bền vững. Vai trò của Chính phủ và những chính sách ít nhiều còn mang tính can thiệp đang trở nên không còn phù hợp. Những lợi thế đã giúp Việt Nam đạt được những thành công ấn tượng trong giai đoạn vừa qua là giá nhân công rẻ và tài nguyên thiên nhiên

không còn đủ sức giúp Việt Nam đạt được mục tiêu tăng trưởng bền vững trong tương lai không xa. Không còn cách nào khác Việt Nam phải hướng tới một mô hình tăng trưởng mới là nâng cao năng lực cạnh tranh của quốc gia. Cụm liên kết ngành là một giải pháp cho giai đoạn sắp tới. Việt Nam cần phải nhanh chóng biến mong muốn của mình thành hành động. Chỉ có hành động nhanh và chính xác, Việt Nam mới có thể tạo dựng được chỗ đứng cho mình trên bản đồ kinh tế thế giới như mục tiêu trở thành một nước công nghiệp trong tương lai không xa./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Tài nguyên và môi trường 2009, “Báo cáo môi trường khu công nghiệp Việt Nam: tổng quan về khu công nghiệp Việt Nam”, Hà Nội.
2. Diễn đàn phát triển Việt Nam 2011, “Chất lượng tăng trưởng kinh tế Việt Nam, mười năm nhìn lại và định hướng tương lai”, tài liệu tham luận tại Hội thảo: Chất lượng tăng trưởng Việt Nam: giai đoạn 1001-2010 và định hướng tới năm 2020, Hà Nội.
3. GSO 2011, “Tốc độ tăng tổng sản phẩm trong nước của một số nước và vùng lãnh thổ”, xem vào ngày 23-2-2011,
4. <<http://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=396&idmid=3&ItemID=10263>>.
5. GSO 2011, “Số liệu về xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam”, xem ngày 23-2-2011,
6. <http://www.gso.gov.vn/default_en.aspx?tabid=472&idmid=3&ItemID=10424>.
7. GSO 2011, “Thông cáo báo chí về số liệu thống kê kinh tế xã hội năm 2010”, xem ngày 24-2-2011, <<http://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=507&ItemID=10836>>.
8. Isbasoiu, G 2007, “Industrial Clusters and Regional Development, the Case of Timisoara and Montebelluna”, presented at the Conference of European Region Knowledge-Based Innovation Network, Brussels.
9. Lê Viết Thái 2009, “Phát triển kinh tế vùng ở Việt Nam: khái quát thực trạng và một số vấn đề”, chuyên đề thảo luận, Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế trung ương, Hà Nội.
10. Kuah, A 2002, “Cluster Theory and Practice: Advantages for the Small Business Locating in a Vibrant Cluster”, *Cluster Theory and the Small Business*, no.3, vol.4, pp.206-228.
11. Krugman, P 1991, “Increasing returns and economic geography”, *Journal of Political Economy*, vol.99, pp.483-499.
12. Ketels, C 2004, “European Clusters, Structural Change in Europe 3”, *Innovative City and Business Regions*, Hagbarth Publications.
13. Ketel, C, Nguyen, C, Nguyen, A, &Do, H 2010, “Vietnam Competitiveness Report 2010”, Asia Competitiveness Institute, the National University of Singapore.
14. Kỷ yếu hội thảo 2011, “Chất lượng tăng trưởng kinh tế Việt Nam: giai đoạn 2001-2010 và định hướng tới năm 2020”, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
15. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, 2011 “Đồ thị diễn biến tỷ giá USD so với VND”, xem vào ngày 23-2-2011, <<http://www.sbv.gov.vn/wps/portal/!ut/p/c5>>.
16. Ohno, K 2004, “Đổi mới chính sách công nghiệp”, báo cáo tham luận trình bày tại Hội thảo: Nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngành công nghiệp Việt Nam, do Đại sứ quán Nhật Bản tại Việt Nam và Bộ Kế hoạch và đầu tư tổ chức.
17. Porter, M 1990, “The competitive Advantage of Nations”, Macmillan, London.
18. _____ 1998, “Clusters and the New Economics of the Competition”, *Harvard Business Review*, November-December, pp.77-90.
19. _____ 2001, “Clusters of Innovation Initiative”, Council on Competiveness, Washington, DC.
20. _____ 2010, “Báo cáo năng lực cạnh tranh Việt Nam năm 2010”, trình bày tại Lễ công bố Báo cáo năng lực cạnh tranh Việt Nam, Hà Nội.
21. Trương Chí Bình 2008, “Factors of Agglomeration in Vietnam and Recommendations”, Working Paper, Institute for Industrial Policy and Strategy, Hà Nội.
22. Trương Chí Bình 2007, “Liên kết kinh doanh và cụm liên kết công nghiệp trong phát triển công nghiệp”, xem vào ngày 17 tháng 11 năm 2010, <<http://congthuonghn.gov.vn:8080/web/guest/homepage?>>
23. Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng 2006, “Quyết định số 1107/QĐ-TTg ngày 21-8-2006 về việc Phê duyệt Quy hoạch phát triển các khu công nghiệp Việt Nam đến năm 2015 và định hướng đến năm 2020”
24. Vũ Thành Hường, 2010 “Phát triển khu công nghiệp vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ”, Luận văn tiến sỹ, Trường đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.