

# Công nghiệp hóa, hiện đại hóa dựa vào mạng sản xuất quốc tế

PHẠM THỊ THANH HỒNG

**T**rong Chiến lược phát triển kinh tế xã hội 2011-2020, Đảng Cộng sản Việt Nam nhận định: "Việc tham gia vào mạng sản xuất và chuỗi giá trị toàn cầu đã trở thành yêu cầu đối với các nền kinh tế" và là cần thiết đối với Việt Nam. Bài viết khái quát các ý tưởng hiện có của giới nghiên cứu quốc tế về mô hình phát triển kinh tế bằng cách tham gia mạng sản xuất quốc tế và đưa ra gợi ý cho Việt Nam.

## 1. Sự cần thiết của công nghiệp hóa dựa vào mạng sản xuất quốc tế

Ngay từ những năm 1960, lý luận kinh tế, chẳng hạn như mô hình đàn nhạn bay về phát triển công nghiệp của Akamatsu Kaname, hay lý thuyết vòng đời sản phẩm của Raymond Vernon, đều đề cập đến việc một quốc gia, thông qua các liên kết quốc tế, có thể chuyển từ giai đoạn sản xuất đơn giản sang giai đoạn sản xuất phức tạp hơn trong quá trình sản xuất một sản phẩm, chuyển từ ngành/sản phẩm đơn giản sang ngành/sản phẩm phức tạp.

Khi bàn về lợi thế cạnh tranh của các quốc gia, Michal Porter đã cho rằng khi nào vốn tài chính và vốn con người trở nên phong phú so với lao động và so với cũng những nguồn lực đó ở nước khác, quốc gia sẽ phát huy lợi thế cạnh tranh của mình trong các ngành thâm dụng vốn và thâm dụng kỹ năng (Porter, 1998). Có thể hiểu ý này của Porter là quốc gia có thể nâng cấp ngành thành công khi có lợi thế cạnh tranh về vốn và con người. Tuy nhiên, Gereffi cho rằng đúng là cần có lợi thế cạnh tranh về các nguồn lực, nhưng muốn phát huy được các lợi thế đó phải có sự liên kết về tổ chức với các công ty đa quốc gia dẫn đầu các mạng sản xuất (Gerrefi, 1999). Học giả này cũng gợi ý một kiểu công nghiệp hóa mới, gọi là công nghiệp hóa dựa vào mạng sản xuất quốc tế; kèm theo đó là một kiểu chính sách công nghiệp mới, gọi là chính sách công

ng nghiệp dựa vào mạng sản xuất quốc tế (Gereffi, 2013b). Tham gia mạng sản xuất quốc tế được hiểu là gia nhập và duy trì trong mạng sản xuất quốc tế.

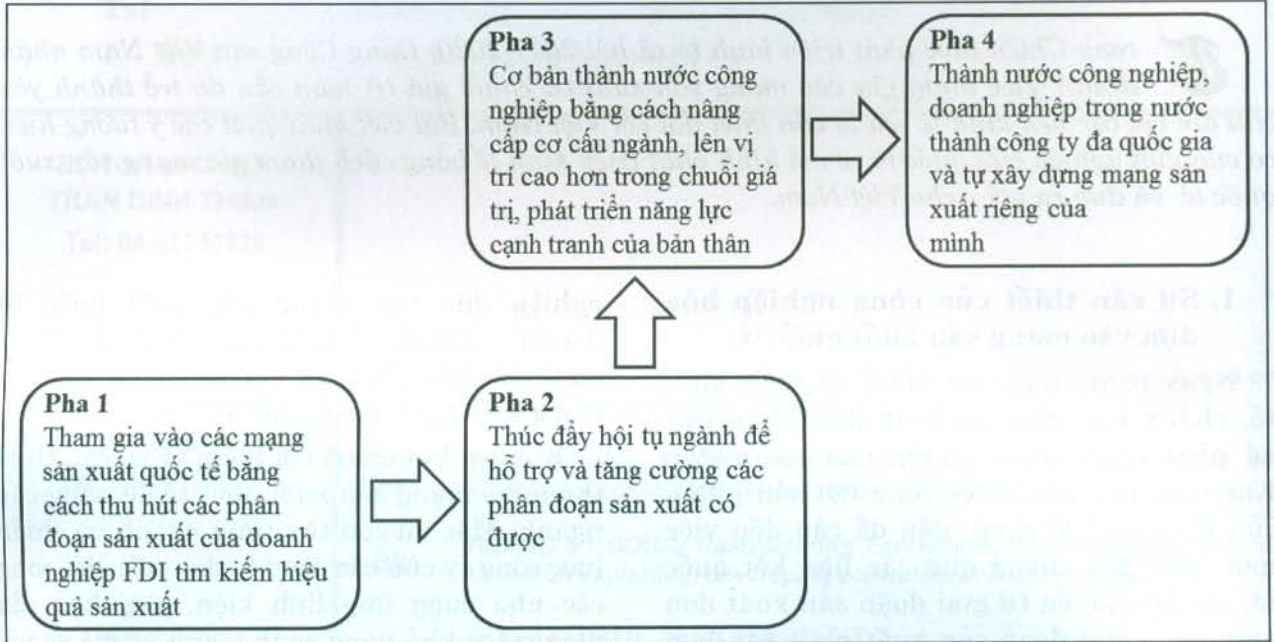
Kimura Fukunari nói thêm về sự cần thiết tham gia mạng sản xuất quốc tế để nâng cấp ngành. Mặc dù còn tùy từng ngành và chiến lược công ty của các công ty đa quốc gia, song các nhà cung ứng linh kiện, phụ liệu địa phương có khả năng cạnh tranh về giá so với các nhà sản xuất linh kiện, phụ liệu là các công ty đa quốc gia. Điểm yếu của các nhà cung ứng địa phương là khả năng cạnh tranh ngoài giá cả, như chất lượng sản phẩm không ổn định, không chính xác trong thời gian giao hàng, v.v... Một khi các nhà cung ứng địa phương đã có được năng lực cạnh tranh nói chung đủ để tham gia các mạng sản xuất, các công ty đa quốc gia sẵn sàng giúp họ nâng cấp năng lực hơn nữa và tạo cơ hội cho họ tham gia mạng. Tiếp xúc và giữ liên hệ với các công ty đa quốc gia là một trong những kênh tiếp cận thông tin công nghệ quan trọng nhất đối với các nhà cung ứng địa phương. Đặc biệt, một khi các nhà cung ứng địa phương đã tham gia các mạng sản xuất và giao dịch với các công ty đa quốc gia, các công ty đa quốc gia có thể chấp nhận chuyển giao công nghệ và bí quyết quản lý cho họ, giúp nâng cấp năng lực đổi mới-sáng

Phạm Thị Thanh Hồng, TS., Trường đại học Bách khoa Hà Nội.

tạo của nhà cung ứng địa phương, từ đổi mới quá trình sản xuất và thông tin tiếp cận thị trường cho đến đổi mới-sáng tạo sản phẩm. Có thể thời gian đầu của quá trình công

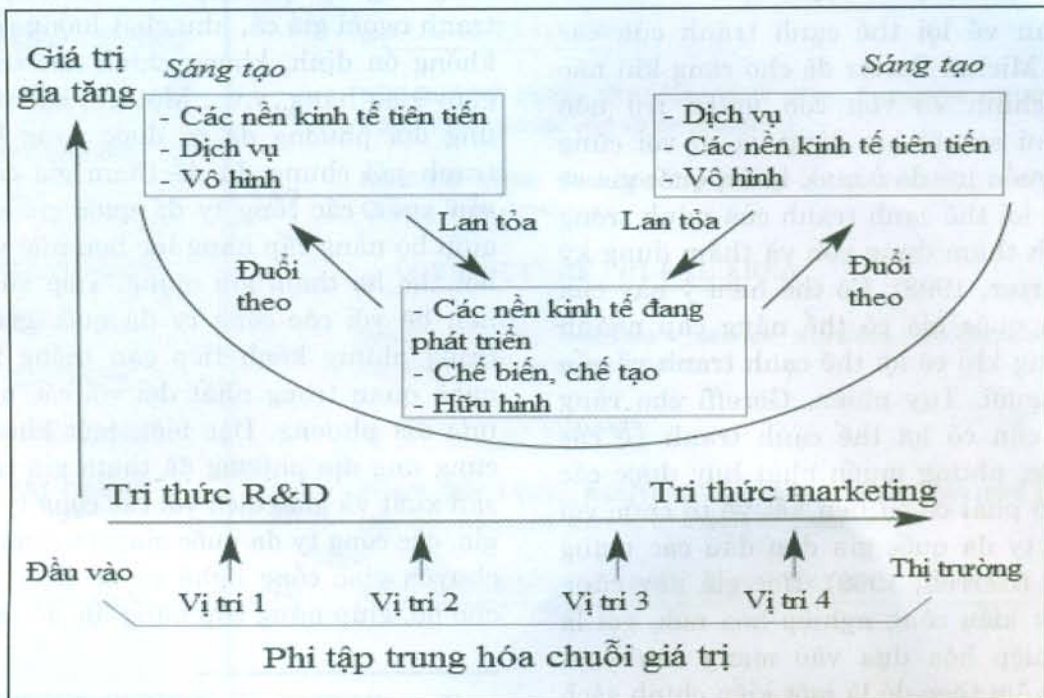
nh nghiệp hóa, các nước đang phát triển phải phụ thuộc nhiều vào các công ty đa quốc gia, nhưng sau đó, các nước phải tự giải quyết lấy những yếu kém của mình (Kimura, 2013).

**HÌNH 1: Trình tự công nghiệp hóa dựa vào mạng sản xuất quốc tế**



Nguồn: Kế thừa từ Kimura (2011) và Sen and Srivastava (2011).

**HÌNH 2: Khung phân tích cách thức nâng cấp quốc gia**



Nguồn: Tổng hợp của tác giả.

## 2. Chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa bằng cách tham gia mạng sản xuất quốc tế

Muốn lợi dụng mạng sản xuất quốc tế để chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa (trong kinh tế học phát triển, việc này thường gọi vắn tắt là industrial upgrading - nâng cấp ngành), trước tiên phải tham gia mạng sản xuất quốc tế. Ferrnandez-Stark *et al* (2011) cho rằng ngay việc gia nhập mạng sản xuất quốc tế đã là một kiểu nâng cấp ngành. Muốn được kết nạp vào mạng sản xuất quốc tế, quốc gia đang phát triển và doanh nghiệp trong nước của nó phải tự nỗ lực nâng cấp để trở nên hấp dẫn các công ty đa quốc gia và đáp ứng được những đòi hỏi tối thiểu với một thành viên của mạng sản xuất quốc tế. Thu hút được phân đoạn sản xuất của các công ty đa quốc gia thực hiện chiến lược FDI tìm kiếm hiệu quả sản xuất tức là gia nhập được mạng sản xuất quốc tế.

Khi tìm hiểu và xúc tiến thu hút đầu tư (các phân đoạn sản xuất) của các công ty đa quốc gia, cũng cần lưu ý rằng các hãng dẫn dắt mạng sản xuất quốc tế thường phải dựa vào các nhà cung ứng toàn cầu và các trung gian cho một chuỗi các quá trình sản xuất, các đầu vào/dịch vụ chuyên dụng và yêu cầu các nhà cung ứng quan trọng nhất của mình hiện diện toàn cầu. Vì thế, chính là các nhà cung ứng, chứ không phải các hãng dẫn dắt mạng, đầu tư mới nhiều vào các nước đang phát triển, những nước cũng đang khao khát có đầu tư nước ngoài. Trong nhiều trường hợp, các nhà cung ứng cũng đóng góp lớn vào xuất khẩu của nước thu hút đầu tư. Hơn nữa, các nhà cung ứng lớn nhất thường phục vụ cùng lúc nhiều khách hàng, do đó không nhất thiết cứ phải theo đuổi một hãng dẫn dắt mạng duy nhất nào

đó thì mới có thể thu hút được nhiều FDI. Trong bối cảnh thị phần thay đổi rất nhanh giữa các hãng dẫn dắt và sự xuất hiện rất đột ngột của những hãng dẫn dắt mới, khả năng phục vụ đồng thời nhiều khách hàng là rất quan trọng. Cả Apple Inc lẫn Google đều không tham gia ngành sản xuất thiết bị di động cho đến trước năm 2007, trong khi đó, Ericsson, Siemens AG, NEC và Panasonic đã rút lui khỏi ngành sản xuất điện thoại di động. Motorola Mobility bị chuyển từ tay Motorola sang Google rồi lại sang Lenovo. Mảng điện thoại di động của Nokia bị bán cho Microsoft. IBM đã bán mảng sản xuất máy tính cá nhân và thương hiệu sản phẩm ThinkPad cho một công ty khác. Sony cũng làm tương tự.

Khi đã được kết nạp rồi, cơ hội nâng cấp mình lên các vị trí cao hơn trong mạng mở ra cho nước đang phát triển và doanh nghiệp trong nước của nó. Nhưng muốn khai thác cơ hội ấy, nước đang phát triển và doanh nghiệp trong nước của nó cùng phải nỗ lực phát triển.

Như đã trình bày ở phần cơ sở vi mô của cơ chế của mạng sản xuất quốc tế, hoạt động phân tán sản xuất quốc tế đóng vai trò quan trọng. Phân tán sản xuất quốc tế được triển khai theo hai hướng, gồm: (i) phân tán về địa lý; và (ii) phân tán về tổ chức công ty. Vận hành một mạng sản xuất quốc tế lại liên quan đến ba loại chi phí, gồm: (i) chi phí thành lập mạng; (ii) chi phí kết nối mạng; và (iii) bản thân chi phí sản xuất của từng phân đoạn.

Nhìn từ góc độ chi phí vận hành mạng sản xuất như thế ở quốc gia đang phát triển, dễ thấy là có những thách thức (như trình bày trong bảng 1) ảnh hưởng tới cơ hội gia nhập mạng sản xuất quốc tế và tận dụng mạng để nâng cấp mình của nước đang phát triển.

**BẢNG 1: Những tác nhân ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh để gia nhập mạng sản xuất quốc tế và lợi dụng nó để nâng cấp**

Các tác nhân		Mô tả
Năng suất lao động	Nguồn nhân lực	- Giá lao động cao và/hoặc lượng cung lao động nhỏ ảnh hưởng đến bản thân chi phí sản xuất của công ty đa quốc gia và doanh nghiệp trong nước, do đó ảnh hưởng tiêu cực tới phân đoạn giá trị thấp - thâm dụng lao động.
	Các tiêu chuẩn và chứng nhận	- Để thống nhất trong cung ứng đối với nhiều nhà cung ứng một lúc, đòi hỏi phải chuẩn hóa và cấp mã số các sản phẩm và quy trình sản xuất. Song, quốc gia đang phát triển thường thiếu vốn và chuyên gia để đạt được đồng thiểu nhiều loại chứng chỉ
	Hệ thống đổi mới-sáng tạo quốc gia	- Hệ thống này có ý nghĩa quan trọng trong việc thu hẹp khoảng cách công nghệ - điều rất cần để nâng cấp các doanh nghiệp trong nước. Nó cần thiết ở tất cả các khâu sản xuất. Song hệ thống này ở quốc gia đang phát triển thường yếu kém.
Kết cấu hạ tầng và dịch vụ	Giao thông, ICT, năng lượng, cấp nước	- Chất lượng thấp và chi phí cao của các nhân tố này làm tăng chi phí trang bị máy móc sản xuất cần thiết cho các phân đoạn, tăng chi phí vận chuyển các đầu vào trung gian từ phân đoạn này sang phân đoạn khác, cản trở và/hoặc tăng chi phí gửi và nhận các thông tin đặc tính kỹ thuật thiết kế được mã hóa giữa các cấp cung ứng trong chuỗi.
Môi trường kinh doanh	Ổn định kinh tế vĩ mô và quản trị công	Những bất ổn định có thể ảnh hưởng đến thời gian giao hàng, chi phí các đầu vào, tăng rủi ro đối với việc giữ hàng. Tỷ giá hối đoái biến động làm giao dịch trong mạng trở nên thiếu ổn định. Công tác quản trị công của quốc gia đang phát triển thường kém và là nguyên nhân chính gây ra mất ổn định kinh tế vĩ mô.
	Mức độ thuận lợi trong xin giấy phép thành lập doanh nghiệp và các loại giấy phép khác	Ảnh hưởng đến khả năng thu hút FDI vì FDI có nhiều lựa chọn thay thế (nước khác), đồng thời ảnh hưởng đến sự phát triển của doanh nghiệp trong nước.
	Tiếp cận các nguồn tín dụng	Doanh nghiệp trong nước cần có vốn để tự nâng cấp mình sao cho đáp ứng được các tiêu chuẩn và yêu cầu của mạng sản xuất quốc tế. Song, ở quốc gia đang phát triển, nguồn tín dụng thường không sẵn có. Cơ chế phân bổ tín dụng cũng yếu.
Chính sách thương mại và đầu tư	Tiếp cận thị trường	Việc kéo dài thời gian áp dụng thuế quan và hạn chế nhập khẩu để bảo hộ một ngành tiềm năng nhất định có thể phải trả giá bằng cơ hội tiếp cận các thị trường khác.
	Thuế nhập khẩu	Thuế quan đánh vào nhập khẩu linh kiện, phụ liệu, cụm linh kiện hỗ trợ, các dịch vụ và máy móc phục vụ sản xuất xuất khẩu chẳng khác gì thuế xuất khẩu trong mạng sản xuất quốc tế.
	Các thủ tục xuất-nhập khẩu	Thủ tục xuất nhập khẩu phức tạp và tốn thời gian sẽ làm giảm độ tin cậy và kéo dài thời gian giao hàng.
	Thời gian chờ xuất-nhập cảnh	Thiếu hiệu quả trong vận chuyển hàng hóa qua biên giới ảnh hưởng tiêu cực đến thời gian giao hàng cho phân đoạn tiếp theo hoặc cho việc hoàn chỉnh sản phẩm cuối cùng.

*Nguồn: Kế thừa từ Bamber et al (2014), bảng 2.*

Để chinh phục được các thách thức này và giúp mạng sản xuất quốc tế giảm chi phí vận hành, nhờ đó được tham gia mạng và lợi dụng mạng để nâng cấp, quốc gia đang phát triển cần triển khai các biện pháp sau đây (xem bảng 2).

Dựa vào các quan điểm của Porter, Gereffi và các học giả khác, có thể suy luận ra rằng muốn nâng cấp bản thân trước hết doanh nghiệp của quốc gia đang phát triển phải xây dựng năng lực của mình dựa vào nhu cầu trong nước, lấy thị trường trong nước phát

triển làm tiên đề. Thị trường trong nước càng lớn và càng mở rộng nhanh thì doanh nghiệp càng có điều kiện mở rộng sản xuất, phát triển năng lực vận hành sản xuất quy mô lớn, sẵn sàng đáp ứng các đơn đặt hàng lớn từ nước ngoài.

Khi doanh nghiệp tự nâng cấp lên tầng cao hơn, nó đòi hỏi phải có nguồn cung ứng các đầu vào trung gian từ các tầng thấp hơn nó. Nếu không có nguồn cung ứng từ tầng thấp, doanh nghiệp không có đầu vào để sản xuất đáp ứng các đơn đặt hàng đối với sản phẩm phức tạp hơn. Do đó, nếu doanh nghiệp càng tiếp cận dễ dàng với các đầu vào trung gian giá thấp, thì nó càng dễ nâng cấp.

Doanh nghiệp muốn nâng cấp khi tham gia vào mạng sản xuất quốc tế do nhà sản xuất dẫn dắt phải có khả năng đạt được các

chúng chỉ quốc tế về sản xuất.

Mạng sản xuất quốc tế, nếu nhìn từ góc độ quản trị, có hai loại, đó là mạng do nhà sản xuất dẫn dắt và mạng do người mua toàn cầu dẫn dắt. Loại mạng thứ hai còn được gọi là chuỗi thương phẩm toàn cầu (global commodity chain). Các chuỗi thương phẩm toàn cầu có xu hướng tạo nhiều cơ hội hơn cho các nhà cung ứng trong việc nâng cấp sản phẩm và nâng cấp chức năng, bởi vì nền tảng cạnh tranh cốt lõi của global buyer là marketing và phát triển thương hiệu, chứ không phải chức năng sản xuất. Trong khi đó, mạng sản xuất do nhà sản xuất dẫn dắt đòi hỏi các thành viên phải nâng cấp quá trình sản xuất và đạt được các chứng chỉ quốc tế để đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng và tiêu chuẩn hiệu quả kinh doanh của cả mạng<sup>1</sup>.

**BẢNG 2: Các biện pháp để một nước đang phát triển gia nhập và nâng cấp trong các mạng sản xuất quốc tế**

	<b>Giảm chi phí thành lập mạng</b>	<b>Giảm chi phí kết nối mạng</b>	<b>Giảm bản thân chi phí sản xuất</b>
<b>Phân tán sản xuất về mặt địa lý</b>	<i>Các biện pháp giảm chi phí đầu tư</i>	<i>Các biện pháp để vượt qua khoảng cách địa lý và các hiệu ứng biên giới</i>	<i>Các biện pháp tăng cường lợi thế vị trí</i>
	(1) Tăng cường tính ổn định, minh bạch và có thể dự đoán của các chính sách liên quan đến đầu tư. (2) Các cơ quan xúc tiến đầu tư, các ban quản lý khu công nghiệp hoạt động tích cực, hiệu quả. (3) Tự do hóa và phát triển các dịch vụ tài chính liên quan đến đầu tư vốn.	(1) Giảm, bỏ các rào cản thương mại như thuế quan và hàng rào phi thuế quan. (2) Tạo thuận lợi cho thương mại bao gồm đơn giản hóa và nâng cao hiệu quả của thủ tục hải quan/thông quan. (3) Phát triển kết cấu hạ tầng giao thông và nâng cao hiệu quả dịch vụ giao thông và phân phối. (4) Phát triển kết cấu hạ tầng viễn thông và công nghệ thông tin. (5) Nâng cao hiệu quả dịch vụ tài chính liên quan đến hoạt động sản xuất và di chuyển vốn. (6) Giảm chi phí kết nối giữa các địa điểm cách xa nhau bằng cách tạo thuận lợi cho di chuyển nhân lực.	(1) Thành lập các cơ sở giáo dục và đào tạo nghề để đảm bảo các loại nguồn nhân lực. (2) Xây dựng các luật lệ và thể chế liên quan đến lao động ổn định và linh hoạt. (3) Phát triển các dịch vụ tài chính quốc tế và trong nước hiệu quả. (4) Giảm chi phí dịch vụ kết cấu hạ tầng như điện và các năng lượng khác, dịch vụ khu công nghiệp. (5) Thúc đẩy liên kết ngành để tạo thuận lợi cho chuỗi sản xuất theo chiều dọc. (6) Phát triển các thể chế kinh tế, như quy tắc đầu tư, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, v.v... (7) Các hình thức tạo thuận lợi cho thương mại và đầu tư.

1. Gereffi (2013a), tr 22.

	<b>Giảm chi phí thành lập mạng</b>	<b>Giảm chi phí kết nối mạng</b>	<b>Giảm bản thân chi phí sản xuất</b>
<b>Phân tán sản xuất về mặt tổ chức doanh nghiệp</b>	<i>Xây dựng môi trường kinh doanh thuận lợi để giảm chi phí xúc tiến giao dịch với nhà sản xuất độc lập</i>	<i>Phát triển môi trường thể chế để giảm chi phí triển khai giao dịch với nhà sản xuất độc lập</i>	<i>Các biện pháp nâng cao năng lực cạnh tranh cho đối tác kinh doanh tiềm tàng</i>
	(1) Thành lập các thể chế kinh tế cho phép nhiều đối tác kinh doanh khác nhau có thể cùng tồn tại, nhiều hình thức hợp đồng khác nhau có thể cùng triển khai. (2) Các biện pháp làm giảm chi phí thu thập thông tin về đối tác kinh doanh tiềm năng. (3) Đảm bảo sự công bằng, ổn định, và hiệu quả của việc lập và thực hiện hợp đồng. (4) Thành lập các thể chế ổn định và hiệu quả bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ.	(1) Các biện pháp giúp giảm chi phí giám sát đối tác kinh doanh. (2) Hoàn thiện hệ thống pháp lý và các thể chế kinh tế để cơ chế giải quyết tranh chấp hoạt động được. (3) Các biện pháp nâng cao khả năng đổi mới-sáng tạo theo modul để tạo thuận lợi hơn nữa cho hoạt động outsourcing.	(1) Thu hút và thúc đẩy các loại hình đối tác kinh doanh khác nhau cả trong lẫn ngoài nước. (2) Phát triển công nghiệp hỗ trợ. (3) Các biện pháp phát triển liên kết ngành.

*Nguồn: ERIA (2010).*

Gereffi cho rằng, càng phân tán sản xuất quốc tế các công ty đa quốc gia đứng đầu mạng sản xuất càng quen với việc thuê các nhà sản xuất nước ngoài cung ứng cho mình. Đồng thời, các nước đang phát triển cũng dần dần có được kết cấu hạ tầng và năng lực sản xuất cần thiết cho phép vận hành nền sản xuất quy mô lớn. Đây là tiền đề cho những nhà sản xuất-nhà cung ứng ở các nước đang phát triển nâng cấp năng lực của mình để đáp ứng các đơn đặt hàng số lượng lớn hơn và sản phẩm phức tạp hơn<sup>2</sup>.

Muốn lợi dụng mạng sản xuất quốc tế để nâng cấp, quốc gia đang phát triển và doanh nghiệp trong nước của nó cần tự nâng cao năng lực đổi mới-sáng tạo của bản thân. Cần có đổi mới-sáng tạo để tạo ra sản phẩm mới – tức là nâng cấp sản phẩm hay trở thành nhà cung ứng cấp cao hơn hoặc thậm chí thành nhà sản xuất đứng đầu mạng. Cũng cần đổi mới-sáng tạo để sản xuất hiệu quả hơn – tức là nâng cấp quá trình sản xuất.

Một khi đã tham gia vững chắc vào mạng sản xuất và duy trì quan hệ tốt với các thành viên phải giao dịch trong chuỗi cung ứng,

doanh nghiệp muốn nâng cấp có cơ hội được các thành viên "khoán" hoàn toàn – từ việc thiết kế đến chế tạo – việc cung ứng một chi tiết hay cụm linh kiện hỗ trợ nhất định. Nếu doanh nghiệp không có khả năng đổi mới-sáng tạo thì sẽ bỏ lỡ cơ hội nói trên để nâng cấp.

Mặt khác, tham gia mạng sản xuất tạo thuận lợi cho nâng cao năng lực đổi mới-sáng tạo của doanh nghiệp và quốc gia. Do cạnh tranh toàn cầu ngày nay là cạnh tranh giữa các mạng sản xuất quốc tế, do đó để nâng cao chất lượng và giảm giá thành cho sản phẩm của mạng mình, công ty đứng đầu và/hoặc các nhà cung ứng cấp cao hơn có thể chuyển giao công nghệ và bí quyết quản lý cho các nhà sản xuất thành viên khác của mạng. Hiệu quả của sự chuyển giao này cao hay thấp tùy thuộc vào năng lực tiếp nhận của nhà cung ứng địa phương cũng như năng lực sáng tạo-đổi mới của quốc gia. Một khi quá trình như thế đem lại kết quả là tiêu chuẩn chất lượng và quản lý của cả mạng được nâng

2. Gereffi (2013b), tr 4.

cao, các công ty nước ngoài lại càng có động lực chuyển giao thêm nữa công nghệ và bí quyết quản lý cho nhà cung ứng địa phương.

"Innovation" đôi khi được xem là bất chước cộng với một chút sáng tạo. Được hướng dẫn chế tạo sản phẩm theo thiết kế có sẵn do nhà cung ứng cấp cao hơn cung cấp, khi đã thuần thục quá trình chế tạo và nếu có sẵn năng lực nghiên cứu và triển khai, doanh nghiệp có thể tạo ra sản phẩm gần giống bằng biện pháp thiết kế ngược (reverse engineering)<sup>3</sup> có thêm chút sáng tạo. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng, thiết kế ngược dẫn tới sáng tạo ra sản phẩm cạnh tranh là điều không được các doanh nghiệp (và nhiều chính phủ) ủng hộ. Các công ty đa quốc gia thường rất coi trọng việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ khi tiến hành đầu tư trực tiếp ở các nước.

Việc thúc đẩy hội tụ ngành (cụm liên kết ngành) có vai trò quan trọng. Để gia nhập mạng sản xuất quốc tế và nâng cấp thành công, Anukoonwattaka (2011) lưu ý tầm quan trọng của "mức độ dày đặc của thị trường", theo nghĩa là khả năng tiếp cận các khách hàng tiêu thụ ở hạ nguồn và các nhà cung ứng ở thượng nguồn. Một khi các liên kết theo chiều dọc giữa các công ty đa quốc gia đã phát triển đến một mức độ nhất định ở các vùng hội tụ ngành, thì cũng là lúc các doanh nghiệp nhỏ và vừa địa phương có cơ hội tham gia vào mạng sản xuất.

Để nâng cấp trong mạng sản xuất, như đã trình bày ở trên, doanh nghiệp trong nước cần có chỗ dựa thị trường trong nước, tiếp cận dễ dàng các đầu vào trung gian và tự nâng cao năng lực công nghệ của mình. Hội tụ ngành hỗ trợ cả ba điều kiện đó, thông qua mật độ dày đặc các liên kết xuôi (với khách hàng ở hạ nguồn), ngược (với đầu vào trung gian ở thượng nguồn) và thông qua các tác động thúc đẩy năng lực đổi mới-sáng tạo của doanh nghiệp.

Một số nghiên cứu đã khẳng định, hội tụ ngành thúc đẩy việc phổ biến công nghệ và bí quyết quản lý giữa các doanh nghiệp trong cùng vùng. Khi các mạng sản xuất đã đặt các

nút của mình ở vùng hội tụ ngành nào đó, cơ hội phổ biến công nghệ và bí quyết quản lý từ công ty đa quốc gia sang doanh nghiệp địa phương sẽ mở ra<sup>4</sup>.

Nếu cơ sở sản xuất là nút của mạng, thì vùng hội tụ ngành là tập hợp của rất nhiều nút của một mạng cũng như của đồng thời nhiều mạng. Ví dụ, các mạng sản xuất ô tô lần lượt do các nhà chế tạo ô tô lừng danh đứng đầu, như BMW, Ford, General Motors, Honda, Isuzu, Mazda, Mitsubishi, Suzuki, đều có cơ sở sản xuất ở khu vực hội tụ ngành ô tô ở miền Trung Thái Lan. Đông Hoàn và Thâm Quyến là hai thành phố của Quảng Đông đều là những vùng hội tụ ngành điện tử lớn của Trung Quốc. Nhiều mạng sản xuất khác nhau do các công ty điện tử đa quốc gia khác nhau đứng đầu đều có cơ sở sản xuất ở các thành phố đó. Vì thế, nếu vùng hội tụ ngành là nơi để các doanh nghiệp liên kết đồng thời cạnh tranh với nhau, thì nó cũng là nơi để các mạng sản xuất quốc tế liên kết đồng thời cạnh tranh với nhau. Trong quá trình đó, các mạng sản xuất quốc tế sẽ tạo cơ hội cho các doanh nghiệp địa phương tham gia mạng và nâng cấp trong mạng.

Mặt khác, hội tụ ngành phát triển đến một mức độ nhất định thì hiện tượng hỗn tạp do quá đông sẽ dẫn tới một quá trình ngược lại, đó là di tản. Quá trình di tản này có thể dẫn tới sự hình thành một vùng hội tụ ngành mới. Việc nhân bản vùng hội tụ ngành sẽ mở rộng về mặt địa lý các mạng sản xuất quốc tế từ nơi này sang nơi khác. Ví dụ, các doanh nghiệp của Hoa Kiều ở vùng hội tụ ngành công nghệ thông tin Silicon Valley đã đưa các mạng sản xuất quốc tế ngành này sang Khu công nghệ Tân Trúc (Đài Loan), rồi sau đó lại từ Đài Loan sang Thâm Quyến và Đông Hoàn (Quảng Đông, Trung Quốc). Quá trình này tạo

3. Thiết kế ngược (Reverse engineering) là quá trình khám phá các nguyên tắc công nghệ của một thiết bị, sự vật, hoặc hệ thống thông qua việc phân tích cơ cấu, chức năng và hoạt động của nó.

4. Xem Thompson (2002), De Propis and Driffield (2005), Tambunan (2011).

cơ hội cho doanh nghiệp Đài Loan và sau đó là doanh nghiệp Trung Quốc tham gia mạng và nâng cấp trong mạng. Người ta cũng thấy một quá trình tương tự đối với mạng sản xuất quốc tế ngành ICT khi mở rộng từ Silicon Valley sang Bangalore (thủ phủ bang Karnataka, Ấn Độ).

Bên cạnh đó, quyết định lựa chọn vị trí địa lý đặt nút của nhà sản xuất đứng đầu một mạng sản xuất quốc tế có thể có tác động quan trọng tới quyết định của các nhà cung ứng cấp 1 của mạng, dẫn tới sự hình thành của các vùng hội tụ ngành cho riêng một mạng<sup>5</sup>.

Khi đã đạt đến một mức độ thu nhập và hội

tụ ngành nhất định, việc cần kíp tiếp theo là phải biết cách để khai thác các hiệu ứng hội tụ tích cực để xây dựng các chiến lược phát triển tiếp theo. Những chính sách khôn ngoan của nhà nước khiến cho quốc gia trở thành nơi hấp dẫn đầu tư trực tiếp nước ngoài, và do đó càng hỗ trợ doanh nghiệp trong nước tham gia mạng sản xuất quốc tế (Yeung, 2007).

Trong các biện pháp đã nêu ở bảng 2, phát triển kết cấu hạ tầng logistics có lẽ đòi hỏi quốc gia đang phát triển tiêu tốn nhiều nguồn lực tài chính nhất. Các kết cấu hạ tầng cần thiết cho kết nối mạng được học giả Mark Goh chỉ ra như trong bảng 3.

**BẢNG 3: Các kết cấu hạ tầng cần thiết cho kết nối trong mạng**

	<b>Cứng (công trình)</b>	<b>Mềm (chính sách, hệ thống)</b>
Trong nước	Đường sá, kho tàng	Các hệ thống quản lý nguồn lực doanh nghiệp
Tại biên giới	Cảng (hàng hải, hàng không)	Trao đổi dữ liệu điện tử và các phần mềm, hệ thống cần thiết cho hải quan
Trong nước	Khu thương mại tự do, trạm bốc dỡ hàng container, khu logistics miễn thuế	Cấp phép và quy định về thương mại và vận tải

*Nguồn: Goh (2013), bảng 10.2.*

Ở mức độ chuẩn bị và gia nhập mạng sản xuất quốc tế, yêu cầu cụ thể đối với kết cấu hạ tầng như sau (xem bảng 4).

**BẢNG 4: Yêu cầu về kết cấu hạ tầng để gia nhập mạng sản xuất quốc tế**

<b>Kết cấu hạ tầng logistics</b>	<b>Kết cấu hạ tầng kinh tế khác</b>	<b>Kết cấu hạ tầng đô thị và xã hội</b>
1) Đường bộ/cầu - Các tuyến đường bộ cự ly trung bình để kết nối các trung tâm công nghiệp, trung tâm logistics và các vùng liên kết ngành ở gần nhau. - Hệ thống đường bộ ngoại ô (đường vành đai, tuyến tránh và các đường khác) để tránh tắc nghẽn giao thông. 2) Đường sắt - Phát triển mạng lưới đường sắt chủ đạo của vùng. 3) Cảng biển - Nâng cấp các cảng chính để nâng cao năng lực xếp dỡ hàng. 4) Cảng hàng không - Nâng cấp các sân bay chính để phục vụ không chỉ hành khách mà còn cả hàng hóa.	1) Các khu công nghiệp, khu kinh tế - Xây dựng các khu kinh tế cửa khẩu và các đặc khu kinh tế ở các vùng đông dân. 2) Năng lượng/điện năng - Cung cấp ổn định và đầy đủ điện và năng lượng cho các ngành công nghiệp. 3) Viễn thông - Phát triển và nâng cấp các mạng viễn thông chính.	1) Nước, vệ sinh, y tế - Nâng cao điều kiện nước, vệ sinh ở khu vực đô thị.

*Nguồn: ERIA (2010).*

5. Lâm (chủ biên) (2012), tr 122.



Để nâng cấp trong mạng, yêu cầu cụ thể đối với kết cấu hạ tầng như trình bày trong bảng 5.  
**BẢNG 5: Yêu cầu về kết cấu hạ tầng để lợi dụng mạng sản xuất quốc tế nâng cấp**

Kết cấu hạ tầng logistics	Kết cấu hạ tầng kinh tế khác	Kết cấu hạ tầng đô thị và xã hội
1) Đường bộ/cầu - Hệ thống đường cao tốc, cầu vượt, tuyến tránh trong và xung quanh các vùng đô thị. - Hệ thống đường dẫn để tiếp cận các cảng cửa ngõ (biển và hàng không). 2) Đường sắt - Phát triển mạng lưới đường sắt đô thị cao tốc như tàu điện ngầm, đường sắt trên cao, v.v... để kết nối nội đô với ngoại ô. 3) Cảng biển - Trang bị các phương tiện chuyên dụng cỡ lớn cho cảng để phục vụ các giao dịch container lớn. 4) Cảng hàng không - Trang bị các phương tiện chuyên dụng cỡ lớn cho sân bay để phục vụ di chuyển số lượng rất lớn hành khách và hàng hóa.	1) Các khu công nghiệp, khu kinh tế - Xây dựng các khu công nghệ cao với sự tham gia của khu vực tư nhân để phát huy sáng kiến của họ. 2) Năng lượng/điện năng - Cung cấp ổn định và đầy đủ điện và năng lượng cho các ngành công nghiệp lẫn cho sinh hoạt. 3) Viễn thông - Dịch vụ viễn thông cần thiết cho xã hội đổi mới-sáng tạo.	1) Nước, vệ sinh, y tế - Các kết cấu hạ tầng siêu đô thị và xã hội cho tiện nghi đô thị.

Nguồn: ERIA (2010).

Các mạng sản xuất trong các ngành khác với hoạt động logistics như trình bày trong nhau có thể có những yêu cầu khác nhau đối bảng 6.

**BẢNG 6: Yêu cầu đối với hoạt động logistics theo ngành**

Ngành	Đặc điểm	Yêu cầu đối với logistics
Điện tử-ICT	Vòng đời sản phẩm ngắn, dễ được thị trường quan tâm, thương mại nội ngành phát triển.	Cần phương thức vận tải nhanh, cồng đóng gói càng tốt, giao hàng nhanh cho khâu lắp ráp hoặc sản xuất tiếp theo, sản xuất phân tán đòi hỏi hoạt động vận tải tin cậy cao.
Dệt-may, Da-giày	Mang tính thời vụ, dễ bị từ bỏ, dễ bị mất trộm.	Phản ứng nhanh với thị trường, hệ thống IT tốt để kết nối nhà sản xuất với người tiêu dùng, các phương tiện lưu trữ trung gian, đảm bảo an ninh.
Ô tô	Hệ thống liên lạc dễ phân tán, outsourcing nhiều, số lượng nhà cung cấp 3 (doanh nghiệp nhỏ và vừa) đông.	Có một hệ thống tốt để chuyển các linh kiện và bộ phận hỗ trợ đi, thỏa thuận thừa nhận lẫn nhau về linh kiện, bộ phận, thỏa thuận để tiêu chuẩn hóa vận đơn.

Nguồn: Goh (2013), bảng 10.1.

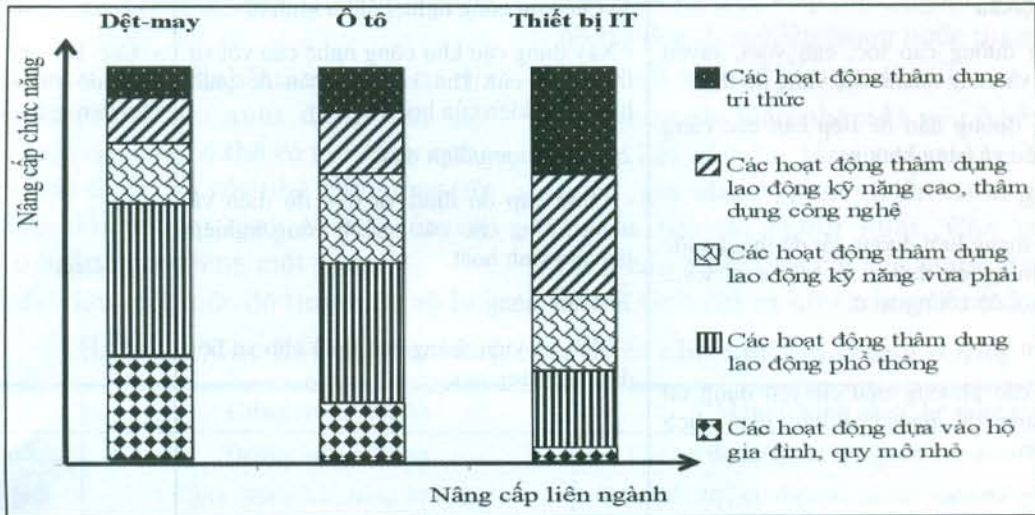
Vì hiệu quả sản xuất chỉ tăng nếu năng suất lao động (so với tiền công) tăng, nên nếu muốn thu hút phân đoạn sản xuất của các công ty đa quốc gia, cần phải chú ý phát triển nguồn nhân lực. Do lao động phổ thông

ở những nước phát triển hơn nhiều khi còn có kỹ năng cao hơn cả lao động kỹ năng ở những nước kém phát triển, nên các nước đang phát triển cần chú trọng bồi dưỡng lao động có kỹ năng, nhất là các kỹ thuật viên.

Nếu như bồi dưỡng nguồn nhân lực là điều kiện quan trọng để thu hút các phân đoạn sản xuất của công ty đa quốc gia, từ đó tham

gia mạng sản xuất quốc tế, thì lại càng quan trọng để nâng cấp doanh nghiệp và nâng cấp quốc gia.

HÌNH 3: Nâng cấp chức năng hay nâng cấp liên ngành đều dựa vào bồi dưỡng nguồn nhân lực



Nguồn: Kế thừa từ Barrientos, Gereffi and Rossi (2010), hình 1.

Như Barrientos, Gereffi and Rossi (2010) nhấn mạnh, mỗi quá trình sản xuất ra sản phẩm cuối cùng gồm nhiều công việc khác nhau, lần lượt từ thấp đến cao là: (i) dựa trên các xưởng gia đình quy mô nhỏ, (ii) thâm dụng lao động phổ thông, (iii) thâm dụng lao động có kỹ năng vừa phải, (iv) thâm dụng công nghệ và lao động có kỹ năng cao, (v) thâm dụng tri thức. Mặt khác, ngành hiện đại (như sản xuất thiết bị IT) sẽ sử dụng nhiều lao động kỹ năng cao và lao động tri thức hơn so với ngành truyền thống (như dệt-may). Vì vậy, nâng cấp chức năng hay nâng cấp liên ngành đều đòi hỏi phải có sự sẵn sàng về lực lượng lao động kỹ năng và lao động tri thức ngày càng cao.

Quốc gia và/hoặc doanh nghiệp cần biết nhắm tới những khúc đã được chuyên môn hóa của chuỗi giá trị của mạng sản xuất quốc tế. Đó có thể là những khúc có giá trị gia tăng cao phù hợp với năng lực sẵn có. Đó cũng có thể là những năng lực chung có thể liên kết (pooled across) các nhà đầu tư nước ngoài với nhau. Kiểu nào thì cũng có thể phục vụ cả thị trường nội địa và quốc tế.

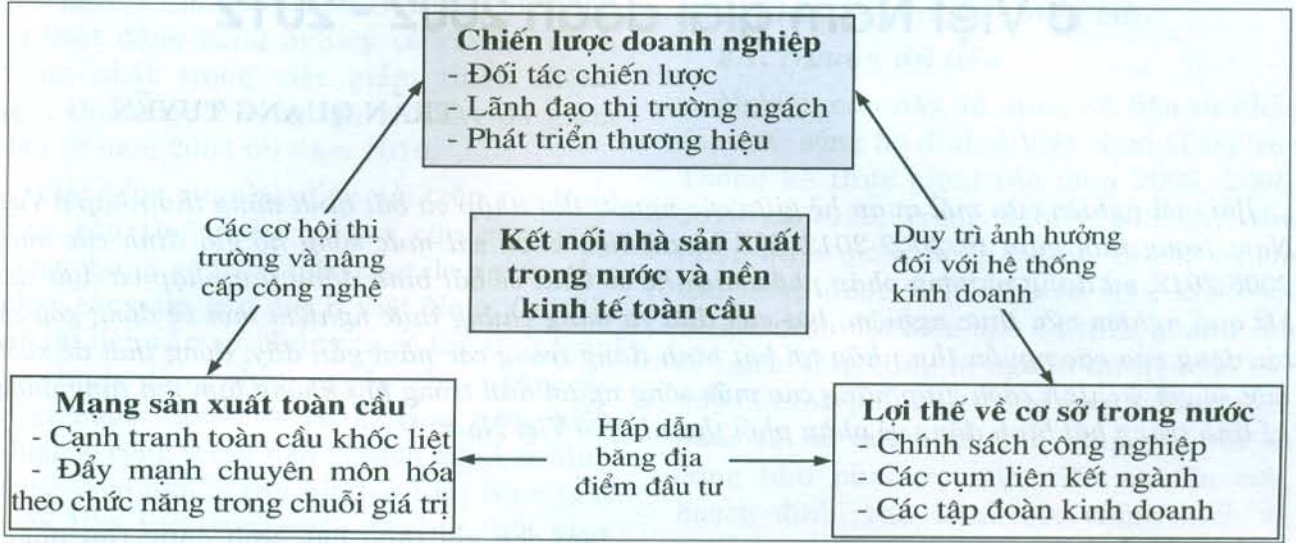
Kiểu chuyên môn hóa chuỗi giá trị này tất nhiên sẽ đòi hỏi mức độ phụ thuộc nhất định vào đầu vào/dịch vụ nhập khẩu.

Bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ là một điều kiện quan trọng để tham gia vào các mạng sản xuất quốc tế, nhất là mạng do nhà sản xuất đứng đầu. Nếu quyền sở hữu trí tuệ của các công ty đa quốc gia không được bảo vệ, họ sẽ không nhận các doanh nghiệp trong nước làm gia công cho họ vì sợ bị mất lợi thế về công nghệ cho nhà sản xuất khác hoặc mạng sản xuất quốc tế khác.

Cùng với bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, thể chế hợp đồng cũng cần được hoàn thiện để đảm bảo quyền lợi của các công ty đa quốc gia khi giao thầu cho các nhà cung ứng địa phương. Khi một phân đoạn sản xuất được offshore-outsourcing tức là ủy thác cho nhà sản xuất khác ở nước ngoài, muốn kiểm soát được phân đoạn này, công ty đa quốc gia phải dựa vào các hợp đồng. Chất lượng của thể chế hợp đồng được thể hiện ở số lượng thủ tục cần thiết để làm cho hợp đồng có hiệu lực, độ dài thời gian cần có để hợp đồng có hiệu lực, chi phí để làm hợp đồng có hiệu lực, số lượng văn

bản pháp lý cần có để làm cho hợp đồng có hiệu lực, và nhiều yếu tố khác (Blyde, 2012).

**HÌNH 4: Khung phân tích điều kiện nâng cấp ngành của một quốc gia**



Nguồn: Kế thừa từ Yeung (2007), hình 1.

Vai trò của Nhà nước trong chiến lược nâng cấp bằng cách tham gia mạng sản xuất quốc tế rất quan trọng. Henry Wai-chung Yeung phác thảo một quá trình nâng cấp bao gồm sự kết hợp khôn ngoan về mặt chiến lược ở cả cấp doanh nghiệp lẫn cấp Nhà nước như thể hiện ở hình 4. Quá trình như vậy bắt đầu từ việc tham gia mạng sản xuất quốc tế. Với chiến lược khôn ngoan của bản thân và tạo thuận lợi của Nhà nước, doanh nghiệp có thể phát huy các lợi thế, khai thác các cơ hội, khắc phục các điểm yếu, chinh phục các thách thức. Vai trò tạo thuận lợi của Nhà nước thể hiện ở chính sách công nghiệp dựa vào mạng sản xuất quốc tế, các chính sách thúc đẩy hội tụ ngành, thậm chí là cả chính sách phát triển các tập đoàn kinh tế trong nước./

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Lê Thị Ái Lâm (chủ biên) (2012), *Mạng sản xuất toàn cầu và vai trò của các công ty đa quốc gia*, Nxb bản Khoa học xã hội, Hà Nội.
2. Anukoonwattaka, Witada (2011), "Driving forces of Asian international production networks: A brief history and theoretical perspectives," in Anukoonwattaka, Witada and Mikic, Mía (eds.), *India: A New Player in Asian Production Networks?* Studies in Trade and Investment 75, ESCAP, Bangkok.
3. Bamber, Penny; Fernandez-Stark, Karina; Gereffi, Gary; Guinn, Andrew (2014), "Connecting Local Producers in Developing Countries to Regional and Global Value Chains: Update," *OECD Trade Policy Papers*, no.160, OECD.

4. Barrientos, Stephanie; Gereffi, Gary; Rossi, Arianna (2010), "Economic and Social Upgrading in Global Production Networks: Developing a Framework for Analysis," *Capturing the Gains Working Paper*, no.3, Capturing the Gains.
5. De Propis, Lisa and Driffield, Nigel (2005), "The Importance of Clusters for Spillovers from Direct Investment and Technology Sourcing," *Cambridge Journal of Economics*, vol.30, no.2, pp.277-291.
6. ERIA (2010), "Three Tiers of Development Strategies," in *The Comprehensive Asia Development Plan, ERIA Research Project Report 2009 no.7-1*, Jakarta: ERIA, pp.47-75.
7. Fernandez-Stark, Karina; Bamber, Penny; Gereffi, Gary (2011), "The Offshore Services Value Chain: Upgrading Trajectories in Developing Countries," *International Journal of Technological Learning, Innovation and Development*, vol.4, no.1, pp.206-234.
8. Gereffi, Gary (1999), "International Trade and Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain," *Journal of International Economics*, no.48 (1999), pp.37-70.
9. Gereffi, Gary (2013a), "Global Value Chains in a Post-Washington Consensus World," *Review of International Political Economy*.
10. Gereffi, Gary (2013b), "A Global Value Chain Perspective on Investment and Infrastructure Development in Emerging Markets," paper presented at the DJCIL Symposium 2013 on *Investment in Emerging Markets: The Challenge of Infrastructure Development* at Duke Law School on October 25, 2013.
11. Goh, Mark (2013), "Supply chain connectivity and trade in Asia," in Elms, D.K. and Low P. (eds) (2013), *Global Value Chains in a Changing World*, World Trade Organization.