



# Sức cạnh tranh của hàng hóa trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế

TS. HÀ THỊ NGỌC OANH

## 1. Phân loại sức cạnh tranh theo cấp độ

Có 3 cấp độ cạnh tranh: sức cạnh tranh quốc gia, sức cạnh tranh của doanh nghiệp và sức cạnh tranh của hàng hóa - dịch vụ.

a/ Sức cạnh tranh quốc gia (năng lực cạnh tranh quốc gia), theo nghĩa rộng nhất là sức mạnh thể hiện trong hiệu quả kinh tế vĩ mô. Đó là năng lực của một nền kinh tế đạt được và duy trì mức tăng trưởng bền vững, thu hút đầu tư, bảo đảm ổn định kinh tế - xã hội, nâng cao đời sống người dân trên cơ sở các chính sách, thể chế bền vững tương đối và các đặc trưng kinh tế khác (Diễn đàn kinh tế thế giới WEF - 1997).

Tổ chức Hợp tác kinh tế và phát triển (OECD) định nghĩa sức cạnh tranh của một quốc gia là khả năng tạo ra việc làm và thu nhập cao hơn của quốc gia đó trong điều kiện cạnh tranh quốc tế.

Bằng cách cho điểm các tiêu chí định sẵn, WEF đánh giá năng lực cạnh tranh quốc gia của VN như sau: 1997: 49/53 quốc gia được xếp hạng; 1998: 39/53 quốc gia; 1999: 48/59; 2000: 53/59; 2001: 60/75; 2002: 65/80; 2003: 60/102; 2004: 77/104. (1)

Theo bảng xếp hạng trên đây, rõ ràng năng lực cạnh tranh quốc gia của VN đang ở thứ hạng thấp. Nếu so sánh với năng lực cạnh tranh quốc gia của Trung Quốc - nước có nền kinh tế có nhiều điểm tương đồng với VN - sẽ thấy khoảng cách giữa kinh tế VN so với kinh tế Trung Quốc khá xa, đó là một trong những nguyên nhân sâu xa của việc VN trở thành thị trường tiêu thụ nhiều loại hàng hóa của Trung Quốc, kể cả hàng công nghiệp chế biến và hàng nông sản.

Bảng 1: Xếp hạng năng lực cạnh tranh quốc gia của VN và Trung Quốc.

|          | Năng lực cạnh tranh quốc gia của Trung Quốc | Năng lực cạnh tranh quốc gia của Việt Nam |
|----------|---------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Năm 2001 | 47/75 nước                                  | 60/75 nước                                |
| Năm 2002 | 33/80 nước                                  | 65/80 nước                                |
| Năm 2003 | 44/102 nước                                 | 60/102 nước                               |
| Năm 2004 | 46/104 nước                                 | 77/104 nước                               |

(Nguồn: Dự án Nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia - UNDP; CIEM - trang 53).

b/ Sức cạnh tranh của doanh nghiệp (năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp)

Trong lý thuyết tổ chức công nghiệp thì sức cạnh tranh là khái niệm dùng cho doanh nghiệp hoặc cho một ngành, theo đó doanh nghiệp có sức cạnh tranh là doanh nghiệp duy trì được vị thế trên thị trường so với nhà sản xuất khác và:

+ Doanh nghiệp đưa ra sản phẩm thay thế hoặc sản phẩm cùng loại với sản phẩm của doanh nghiệp khác nhưng với mức giá thấp hơn. Hoặc,

+ Doanh nghiệp cung cấp sản phẩm (hoặc dịch vụ) tương tự với nhà cung cấp khác nhưng có đặc tính về chất lượng ngang bằng hoặc cao hơn.

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng duy trì và mở rộng thị phần cho sản phẩm và dịch vụ của mình. Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp còn được đo bằng khả năng tổ chức, quản trị kinh doanh hướng vào đổi mới công nghệ, giảm chi phí nhằm gia tăng lợi nhuận

trong môi trường cạnh tranh trong nước và ngoài nước.  
Có nhiều yếu tố tác động đến sức cạnh tranh của doanh nghiệp, trong đó có các yếu tố do doanh nghiệp chi phối và các yếu tố tác động từ bên ngoài.

(1) Các yếu tố do doanh nghiệp chi phối gồm:

+ Chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp được thiết lập trên cơ sở phân tích lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp so với đối thủ khác (kể cả những doanh nghiệp trong cùng hệ thống ngành nghề); Các chiến lược phân tích thị trường tập trung vào sản phẩm, dịch vụ, hoặc những mảng thị trường nhất định; Chiến lược né tránh đối thủ cạnh tranh quá mạnh...

+ Tiềm lực tài chính hiện có và khả năng mở rộng qui mô trong tương lai.

+ Trình độ khoa học công nghệ (khả năng tiếp cận và đổi mới công nghệ; số lượng các phát minh, sáng chế; đầu tư nâng cao chất lượng sản phẩm...)

+ Các yếu tố liên quan đến người lao động như trình độ và kinh nghiệm của cán bộ nghiệp vụ, chi phí đào tạo - bồi dưỡng nghiệp vụ; khả năng tiếp thu kiến thức ...)

+ Đầu tư cho nghiên cứu triển khai thương hiệu, kiểu dáng công nghiệp, thương mại điện tử...

+ Công tác marketing.

(2) Yếu tố tác động từ bên ngoài doanh nghiệp:

+ Môi trường cạnh tranh quốc gia: chính sách kinh tế vĩ mô (chính sách ưu đãi, quản lý ngân sách, lạm phát, tín dụng...); đối thủ cạnh tranh; trình độ phát triển của các công cụ tác động vào khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp như Thương mại điện tử, xúc tiến thương mại tầm cỡ quốc gia...

+ Cơ sở hạ tầng kinh tế quốc gia.

+ Môi trường cạnh tranh quốc tế: các đối thủ cạnh tranh quốc tế, rào cản thương mại của nước nhập khẩu, điều luật và qui tắc quốc tế...

Một doanh nghiệp có thể kinh doanh một hay nhiều loại hàng hóa hay dịch vụ. Vì vậy khi nói đến sức cạnh tranh của doanh nghiệp người ta cũng nói đến sức cạnh tranh của hàng hóa - dịch vụ.

c/ Sức cạnh tranh của hàng hóa là "sức mạnh" hoặc "tính vượt trội" của hàng hóa đó trên thị trường, nó có thể thay thế hàng hóa cùng loại do doanh nghiệp khác cung cấp để chiếm lấy vị trí thống lĩnh thị trường tại cùng một thời điểm. Đồng thời nó thỏa mãn yêu cầu của khách hàng về giá cả, chất lượng, số lượng, tính tiện dụng, độc đáo hay kiểu dáng, bao bì, thương hiệu, các dịch vụ chăm sóc khách hàng trước và sau bán hàng... nhờ đó thị phần mà nó chiếm lĩnh cao hơn so với thị phần của hàng hóa cùng loại trên cùng một thị trường.

Ngày nay khi hội nhập kinh tế quốc tế đang là một trào lưu khó có thể đảo ngược và đang tạo ra áp lực cạnh tranh mạnh mẽ đối với các quốc gia thì việc quan tâm đến sức cạnh tranh của hàng hóa không chỉ là nâng cao sức mạnh, tính trội của hàng hóa ở thị trường trong nước mà hàng hóa đó còn phải có đủ khả năng "đánh bại" đối thủ nước khác tại chính thị trường của nó và cả trên thị trường của nước thứ ba.

Những lý luận trên đây cho thấy: giữa ba cấp độ

cạnh tranh có mối quan hệ mật thiết với nhau, phụ thuộc vào nhau, tạo điều kiện cho nhau nâng lên và cùng tồn tại. Cụ thể là:

Muốn nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, phải có nhiều doanh nghiệp có năng lực cạnh tranh cao. Một doanh nghiệp muốn có năng lực cạnh tranh cao phải thực hiện những hàng hóa - dịch vụ có sức cạnh tranh cao, vì biểu hiện khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp là sản phẩm - dịch vụ do doanh nghiệp sản xuất, cung cấp phải có sức hút đối với khách hàng ở các thị trường khác nhau. Nói cách khác, sức cạnh tranh của hàng hóa là tế bào của năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, và là nền tảng tạo cơ sở cho năng lực cạnh tranh quốc gia.

## 2. Những chỉ tiêu đánh giá sức cạnh tranh của hàng hóa

Trong nghiên cứu về lý luận, các nhà kinh tế đã đưa ra chỉ tiêu Lợi thế so sánh để đánh giá (đo lường) sức cạnh tranh của hàng hóa. Lợi thế so sánh là tập hợp những đặc tính của chủ thể này so với chủ thể khác. Có 2 trường hợp:

+ Lợi thế so sánh tuyệt đối: là tập hợp những đặc tính riêng có của chủ thể mà đối thủ của nó không có.

+ Lợi thế so sánh tương đối: tập hợp những đặc tính vượt trội (đặc tính "hơn hẳn") của chủ thể so với đối thủ cạnh tranh.

Tập hợp những lợi thế so sánh tạo nên sức cạnh tranh của một chủ thể gọi là Lợi thế cạnh tranh của nó.

Ví dụ: cây ổi phát triển tốt ở các nước nhiệt đới có đất đai và điều kiện tự nhiên thích hợp (như Đài Loan và VN); nhưng không thể tồn tại và phát triển ở các nước ôn đới (như ở Nga chẳng hạn). Như vậy VN và Đài Loan có lợi thế so sánh tuyệt đối so với Nga về việc sản xuất trái ổi và nước ổi.

Tuy nhiên công nghệ sinh học của Đài Loan đã đi trước VN khá xa, giống ổi không hạt đã được nghiên cứu và sản xuất ở Đài Loan từ những năm 1970, vì vậy ổi không hạt của Đài Loan có trọng lượng lớn hơn, độ Brix cao hơn ổi của Việt Nam. Như vậy ổi Đài Loan có lợi thế cạnh tranh hơn ổi của VN trên thị trường trái cây.

Về mặt định lượng: các chuyên gia sử dụng 2 chỉ tiêu Hệ số chi phí tài nguyên nội địa và Hệ số cạnh tranh để lượng hóa sức cạnh tranh của hàng hóa:

(1) Hệ số chi phí tài nguyên nội địa hay Hệ số đo lường lợi thế sản xuất nội địa (Domestic Resource Cost Coefficient - DRC):

Hệ số DRC được tính theo công thức:

$$DRC = \frac{\sum_{j=k+1}^n a_{ij} p_j^*}{p_i^h - \sum_{j=1}^k a_{ij} p_j^h}$$

Trong đó:

$j = 1, \dots, k$  là đầu vào khả thương.

$j = k+1, \dots, n$  là nguồn lực nội địa và các đầu vào trung gian.

$a_{ij}$  là hệ số chi phí đầu vào  $j$  đối với sản phẩm thứ  $i$ .



$p_j$  là giá kinh tế của các nguồn lực nội địa và các đầu vào trung gian.

$p_i^h$  là giá biên giới của sản phẩm khả thương tính theo tỉ giá hối đoái kinh tế.

$p_j^h$  là giá biên giới của các đầu vào khả thương tính theo tỉ giá hối đoái kinh tế.

Như vậy trong công thức trên:

+ Tử số  $\left( \sum_{j=k+1}^n a_{ij} p_j^h \right)$  chỉ ra tổng các nguồn lực nội địa

(kể cả khả thương và bất khả thương) được huy động để sản xuất ra và xuất khẩu 1 đơn vị hàng hóa của một nước hay một địa phương.

+ Mẫu số  $\left( p_i^h - \sum_{j=1}^n a_{ij} p_j^h \right)$  là giá trị ròng thu được

qua xuất khẩu (nguồn lợi ròng mang lại khi xuất khẩu) 1 đơn vị hàng hóa (qui ra nội tệ).

Chỉ số DRC cho biết hiệu quả sử dụng các nguồn lực nội địa để tạo ra giá trị xuất khẩu ròng. Nói cách khác, DRC cho phép xác định hiệu quả sử dụng nguồn tài nguyên nội địa để sản xuất hàng xuất khẩu: dựa vào chỉ tiêu này người ta sẽ lựa chọn và quyết định sản xuất loại hàng hóa nào để xuất khẩu sẽ có lợi hơn, qua việc tính toán chi phí sản xuất ra hàng hóa đó thấp hơn chi phí sản xuất loại hàng hóa khác (để xuất khẩu) nhưng thu về cùng một lượng ngoại tệ qui đổi.

DRC còn cho biết tiềm năng xuất khẩu của một loại hàng hóa nào đó hay lợi thế xuất khẩu của hàng hóa đó khi so sánh nó với 1:

+ DRC > 1 chứng tỏ việc sản xuất hàng hóa để xuất khẩu là không có hiệu quả, vì chi phí sản xuất trong nước lớn hơn giá xuất khẩu ra nước ngoài.

+ Ngược lại nếu DRC < 1: hàng hóa có tiềm năng xuất khẩu. Nếu DRC càng nhỏ thì sản xuất trong nước để xuất khẩu hàng hóa đó càng có hiệu quả.

Trong sản xuất nông nghiệp, chỉ số DRC cho phép so sánh hiệu quả sản xuất hàng nông sản phục vụ xuất khẩu trên cùng một đơn vị diện tích. Nói cách khác DRC cho biết sản xuất loại nông sản nào để xuất khẩu sẽ có lợi

hơn, xét trên cùng một đơn vị diện tích.

Ví dụ: Các nhà khoa học của khoa Nông nghiệp - trường Đại học Cần Thơ đã tính tổng các chi phí được huy động để sản xuất và xuất khẩu một số loại trái cây và doanh lợi thu được qua xuất khẩu tính trên 1 tấn trái cây hàng hóa (qui ra nội tệ) ở ĐBSCL năm 2002. Từ đó tính được Hệ số DRC của một số trái cây theo công thức trên và được ghi trong bảng 2 dưới đây.

Bảng 2. Hệ số DRC của một số trái cây (xếp theo thứ tự loại trái có tiềm năng xuất khẩu từ cao đến thấp)

| Loại cây        | Tổng chi phí<br>(Tr.đồng/tấn) | Doanh lợi XK<br>(Tr. đồng/tấn) | DRC  |
|-----------------|-------------------------------|--------------------------------|------|
| 1. Thanh long   |                               |                                | 0,07 |
| 2. Bưởi         | 0,85                          | 7,5                            | 0,11 |
| 3. Xoài Hòa Lộc | 1,15                          | 8,5                            | 0,13 |
| 4. Dứa          |                               |                                | 0,16 |
| 5. Cam sành     | 1,01                          | 4,5                            | 0,22 |
| 6. Sầu riêng    | 6,25                          | 22                             | 0,28 |
| 7. Vú sữa       |                               |                                | 0,43 |
| 8. Chôm chôm    | 3,19                          | 6,0                            | 0,53 |
| 9. Cam mắt      | 1,535                         | 2,0                            | 0,77 |
| 10. Nhãn        | 2,93                          | 3,5                            | 0,84 |
| 11. Sápôchê     | 2,10                          | 1,5                            | 1,40 |

Số liệu bảng trên cho thấy chỉ cần bỏ ra 16 đồng nội lực đã thu được 100 đồng khi xuất khẩu dứa; hoặc bỏ ra 7 đồng là thu được 100 đồng khi xuất khẩu thanh long...

Cũng theo cách tính trên, các nhà khoa học còn nhận định sản xuất trái cây có lợi hơn sản xuất lúa gạo trên cùng 1 diện tích, vì DRC của lúa là 0,51. Và nhiều loại trái cây ở ĐBSCL có tiềm năng xuất khẩu cao hơn so với lúa gạo. Các loại có số thứ tự từ 1 đến 6 có tiềm năng xuất khẩu cao.

Như vậy nếu các nhà sản xuất trái cây biết cách tính các tiêu chuẩn này, tập trung đầu tư đúng hướng và có kỹ thuật cho sản phẩm chủ lực sẽ góp phần giúp nhà vườn khai thác lợi thế tự nhiên hiệu quả hơn.

(2) **Hệ số cạnh tranh RCA** (còn gọi là Lợi thế so sánh hiển thị hay Lợi thế so sánh trông thấy - Revealed Comparative Advantage - RCA): phản ánh vị trí đạt được của một sản phẩm quốc gia trên thị trường thế giới. Có nhiều cách tính RCA.

Ví dụ một số nhà kinh tế đã tính Hệ số RCA bằng công thức:

$$RCA = \frac{T_1}{\sum XK_1} : \frac{T_2}{\sum XK_2} = \frac{R_1}{R_2} \quad (*)$$

Trong đó:  $R_1$  và  $R_2$  là tỉ trọng kim ngạch xuất khẩu một loại hàng hóa trong tổng kim ngạch xuất khẩu của một quốc gia và của cả thế giới trong cùng khoảng thời gian.

Nếu  $RCA \leq 1$ : hàng hoá không có lợi thế so sánh.

Nếu  $1 < RCA < 2,5$ : hàng hoá tương đối có lợi thế so sánh; mức lợi thế tăng dần khi RCA tiến dần tới 2,5.

Nếu  $RCA \geq 2,5$ : hàng hóa có lợi thế so sánh rất cao.

Xét trong tương quan so sánh lợi thế tương đối, RCA của 1 sản phẩm nào đó ở nước nào lớn hơn, càng chứng tỏ vị trí đạt được của sản phẩm đó có lợi thế so sánh cao hơn so với vị trí của sản phẩm cùng loại tại các quốc gia có hệ số RCA nhỏ hơn. Vì RCA cho biết tương quan so sánh thị phần của một loại hàng hóa nào đó (của một quốc gia) trong tổng thị phần bình quân loại hàng hoá đó của thế giới.

Trong Báo cáo của WB năm 1999 "Đánh giá tác động của việc VN gia nhập AFTA – một sự đánh giá về lượng", các chuyên gia đã đưa ra Bảng so sánh hệ số RCA của một số nước ASEAN đối với một số mặt hàng, dựa vào số liệu thu thập ở các nước trong quá trình tham gia AFTA. Trong đó RCA đối với rau quả chế biến của các nước thể hiện như sau:

$RCA_{Phi} = 4,5$ ;  $RCA_{TL} = 3,1$ ;  $RCA_{VN} = 1,5$ ;  $RCA_{INDO} = 0,6$ ;  $RCA_{Sing} = 0,1$

Như vậy rau quả chế biến của VN tương đối có khả năng cạnh tranh hơn ( $1 < 1,5 < 2,5$ ) so với Indonesia ( $0,6 < 1$ ) hoặc Singapore ( $0,1 < 1$ ); nhưng còn thua kém rất xa so với Philippines ( $4,5 > 2,5$ ) hoặc Thái Lan ( $3,1 > 2,5$ ).

Nhưng trong chế biến thủy hải sản thì VN có lợi thế cạnh tranh cao nhất, tiếp theo là Thái Lan, Philippines....

$RCA_{VN} = 11,3$ ;  $RCA_{TL} = 8,7$ ;  $RCA_{Phi} = 3,7$ ;  $RCA_{INDO} = 3,4$ ;  $RCA_{Sing} = 0,5$

Hệ số RCA còn có những cách tính khác nhau với những ý nghĩa nghiên cứu về các lợi thế so sánh khác nhau tùy theo phạm vi nghiên cứu. Chẳng hạn công thức RCA tính cho một ngành do Viện nghiên cứu phát triển và thông tin quốc tế (Paris) đưa ra năm 1987:

$$RCA = \left( \frac{\sum X_{ij} - \sum M_{ij}}{\sum X_{ij} + \sum M_{ij}} - \frac{\sum X_{ij} - \sum M_{ij}}{\sum X_{ij} + \sum M_{ij}} \times \frac{X_{ij} + M_{ij}}{\sum X_{ij} + \sum M_{ij}} \right) \times 100\% (**)$$

Trong đó:  $X_{ij}$  là kim ngạch xuất khẩu của một ngành.

$\sum X_{ij}$  là tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước.

$M_{ij}$  là kim ngạch NK của ngành;  $\sum M_{ij}$  là tổng kim ngạch NK của cả nước.

Công thức này đo Lợi thế so sánh hiện hữu của một ngành dựa trên sự đóng góp của nó vào nền kinh tế quốc gia. Nói cách khác, công thức (\*\*) cho biết mức đóng góp tương đối của một ngành nào đó vào cán cân thương mại quốc gia.

Một công thức tính RCA nữa được đưa ra bởi Trường kinh doanh Copenhagen (Đan Mạch) năm 1998 để xác định lợi thế so sánh hiện hữu của một ngành kinh tế so với các ngành kinh tế khác:

$$RCA = \frac{X_i - N_i}{X_i + N_i} \times 100\% \quad (***)$$

Trong đó:  $X_i$  và  $N_i$  tương ứng là kim ngạch XK và NK của ngành kinh tế thứ i.

Công thức trên đây cho biết sự lựa chọn của Chính phủ để quyết định tập trung đầu tư vào ngành kinh tế mũi nhọn nào có RCA lớn sẽ cho khả năng xuất khẩu cao hơn. Tuy nhiên, khi tính RCA theo công thức này các nhà nghiên cứu đã bỏ qua sự can thiệp của chính phủ thông

qua chính sách thương mại và công nghiệp; đồng thời không tính đến chi phí cá biệt của các nhà sản xuất. Như thế ý nghĩa phân tích về lợi thế so sánh không lớn.

Do ý nghĩa của các công thức tính RCA có những khác biệt như đã nêu trên, để lượng hóa sức cạnh tranh của hàng hóa (đặc biệt đối với hàng nông sản) trên thị trường thế giới, thì sử dụng công thức (\*) là hợp lý hơn.

Về mặt định tính: Hàng hóa có lợi thế so sánh tĩnh và lợi thế so sánh động.

+ Lợi thế so sánh tĩnh (Static Advantage): là lợi thế đang có. Những lợi thế có được mà không cần phải đầu tư lớn về vốn và tri thức. Nếu sử dụng thuật ngữ của M.Porter thì đây là những lợi thế "trời cho", lợi thế "cấp thấp". Những lợi thế này thường không vững chắc mà chỉ mang tính ngắn hạn và trung hạn; nếu các điều kiện sản xuất hiện có không được cải tạo liên tục và phát triển ở mức độ cao hơn thì có thể lợi thế cạnh tranh của hàng hóa sẽ giảm xuống. Lợi thế so sánh tĩnh là một trong những nhân tố tạo nên chỉ số DRC của hàng hóa.

Chẳng hạn sản xuất nông nghiệp chủ yếu dựa vào điều kiện tự nhiên: vị trí địa lý, đất đai, thổ nhưỡng, điều kiện thời tiết, khí hậu... Nếu không có sự đầu tư của con người, hoặc có đầu tư nhưng là đầu tư bất hợp lý, thì đất đai nhanh chóng trở nên bạc màu, cùng với những tác động của tự nhiên sẽ làm giảm năng suất và chất lượng của cây trồng, vật nuôi, mùa màng thất bát, việc tiêu thụ hàng hóa sẽ trở nên rất khó khăn.

+ Lợi thế so sánh động (Dynamic Advantage): là lợi thế "cấp cao", lợi thế phải có đầu tư lớn về vốn và tri thức mới có (như đầu tư vào lao động với trình độ kỹ thuật và tri thức khoa học cao, cơ sở hạ tầng kinh tế hiện đại...). Muốn có lợi thế này, ngoài việc tận dụng triệt để các nguồn lực tự nhiên và sử dụng chúng có hiệu quả, quốc gia/doanh nghiệp còn phải đầu tư không ngừng cho quá trình tiếp cận cái mới, cải thiện môi trường kinh tế, môi trường đầu tư... mới tạo ra lợi thế tiềm năng làm cơ sở cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp. Có như thế dưới một số điều kiện nhất định lợi thế so sánh động mới biến thành lợi thế so sánh trong tương lai. Lợi thế so sánh động quyết định đến chỉ số RCA.

Hàng hóa được sản xuất dựa vào lợi thế so sánh tĩnh sẽ không có lợi thế cạnh tranh bằng hàng hóa được sản xuất dựa vào lợi thế so sánh động trên cùng một thị trường, mặc dù giá cả của "hàng hóa cấp thấp" có thể thấp hơn rất nhiều so với giá cả của hàng hóa cùng loại được sản xuất dựa vào điều kiện "cấp cao" ■

#### Chú thích

(1) Theo báo cáo của ông Đinh Văn Ân, Viện trưởng Viện quản lý kinh tế trung ương, tại Hội nghị triển khai Nghị quyết 07 Bộ chính trị về "Hội nhập kinh tế quốc tế" ngày 6 và 7.5.2002 tại Hà Nội và thu thập từ nhiều nguồn.

(2) Lý luận chung về cạnh tranh, tháng 3.2003, trang 6.

#### Tài liệu tham khảo:

- M.Porter, Marketing căn bản.
- PGS.TS. Nguyễn Văn Nam, Lý luận chung về cạnh tranh
- Nguyễn Đình Long, Nghiên cứu những giải pháp phát triển chủ yếu nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh và phát triển thị trường xuất khẩu nông sản.