



võng. Trong một thế giới mà thì trường phân khúc, có sự khác biệt về sản phẩm, khác biệt về công nghệ và các ngành có lợi thế kinh tế theo quy mô đồng nhỏ lý thuyết lợi thế so sánh không nên nên giải thích tại sao các công ty lại thành công trên thị trường thế giới và nên nên một tầng trường cao. Một cách tiếp cận mới nhằm trả lời những câu hỏi sau: tại sao một số doanh nghiệp cạnh tranh thành công trong khi một số doanh nghiệp khác thì thất bại trong một ngành? Quốc gia hay khu vực phải làm gì nên cho công ty có thế cạnh tranh nên trên thị trường quốc tế? Lý thuyết lợi thế cạnh tranh giải thích sự gia tăng mức sống của các quốc gia dựa vào khả năng nói môi, khả năng tiếp cận nguồn vốn và sự lan truyền công nghệ. Nội dung quát hơn là sự cạnh tranh của một quốc gia phụ thuộc vào sự cạnh tranh của các ngành công nghiệp của nên mình. Sự cạnh tranh của một ngành lại xuất phát từ năng lực của các doanh nghiệp trong ngành, khả năng nói môi công nghệ sản phẩm, cung cách quản lý của ngành và môi trường kinh doanh. Các nhà và quan trọng không phải là tuân là lao nên, vốn, tại nên thiên nên mà là những nhà và do công ty hoặc chính phủ tạo ra. Bốn yếu tố quyết nên lợi thế cạnh tranh của một khu vực hay một quốc gia gồm:

- o Chiến lược của doanh nghiệp, cơ cấu và sự cạnh tranh:

Những ngành có chiến lược và cơ cấu phù hợp với các nền chế và chính sách của quốc gia, hoạt nên trong môi trường có cạnh tranh trong nên càng tăng hơn sẽ có tính cạnh tranh quốc tế mạnh hơn. Chẳng hạn như ngành sản xuất xe hơi của Nhật có một số công ty cạnh tranh mạnh trên thị trường thế giới, một phần là do các công ty này nên cạnh tranh mạnh mẽ trên thị trường trong nên .

- o Các nên kiện về phía cầu:

Những ngành phải cạnh tranh mạnh ở trong nên thì có tính cạnh tranh quốc tế tốt hơn. Thị trường trong nên với số cầu lớn và có những khách hàng nên đòi hỏi cao và những cạnh tranh trong ngành khốc liệt hơn sẽ có khả năng cạnh tranh cao hơn.

- o Các ngành công nghiệp hỗ trợ và liên quan:

Tính cạnh tranh của một ngành phụ thuộc vào sự mạnh của các nhà cung cấp các nhập liệu và các dịch vụ hỗ trợ. Các nhà cung cấp nhập liệu có khả năng cạnh tranh trên toàn cầu có thể mang lại lợi

theá cinh tranh thông qua sõi lan truyền công nghệ. Sõi hiện diện cum công nghiệp tạo ra cho doanh nghiệp lồi theá kinh teá theo quy mô

- o Các nhiều kiến về các yếu tố sản xuất: bao gồm chất lồing lao ñng, vốn reá, cô sõi hai tầng mánh và công nghệ cao trong khu vực hay quốc gia sẽ ảnh hưởng ñến tính cinh tranh của ngành, của khu vực và của cả quốc gia. Ở ñây chúng ta nhận mánh ñến chất lồing của các yếu tố ñầu vào ñộc tạo ra chồi không phải là nguồn lồic ban ñầu ñó trình ñoá của các chuyên gia và các nhà quản lý ky năng của người lao ñng.
- Một quốc gia coi lồi theá cinh tranh trong những ngành khi người ta tìm thấy 4 yếu tố cơ bản trên khai mánh. Ñây là những khu vực mà chính phủ ñến tập trung nỗ lực của hơi nhằm thúc ñẩy lồi theá cinh tranh.
- Một vấn ñề tranh luận hiện nay là coi gì khác nhau giữa khái niệm của một doanh nghiệp, một ngành, một khu vực và một quốc gia? Khái niệm cinh tranh ñầu tiên ñộc sõi dùng trong lý thuyết tổ chức công nghiệp. Một doanh nghiệp ñộc coi là coi sõi cinh tranh khi nó coi theá ñng vũng trên thị trường bằng cách sản xuất ra những sản phẩm tổng tõi với các ñặc tính về chất lồing hay dịch vụ cao hơn ñáp ñng ñộc thì hiệu khách hàng trong một trường cinh tranh (không coi trôi cấp hay bán họ). Một doanh nghiệp cinh tranh không thanh công sẽ bị ñẩy ra khỏi thị trường trở phi cải thiện ñộc hoạt ñng của nó. Lồi ích mà một doanh nghiệp ñạt ñộc trong cinh tranh không tranh khỏi gây ra tổn thất cho ñối thủ cinh tranh. Cinh tranh của doanh nghiệp trong một ngành nào ñó mang tính sống còn và ñộc ñặc trưng bởi trò chơi mà một bên ñộc thì bên kia phải mất (zero sum game)
- Gần ñây người ta môirong khái niệm cinh tranh cho một khu vực và một quốc gia. Cinh tranh một quốc gia ñộc ñnh nghĩa ñó theá ñó? Khi khái nhất là không coi sõi nhất trí về ñnh nghĩa này, lồi theá cinh tranh của một khu vực hay một quốc gia không theá ñnh nghĩa ñó cinh tranh của một doanh nghiệp. Rồi rang là cinh tranh quốc teá không theá ñây một khu vực hay quốc gia ra khỏi hoạt ñng kinh doanh giống ñó doanh nghiệp trên thị trường (chính vì lý do này ñến một số nhà kinh teá cho rang không tồn tại khái niệm cinh tranh khu vực hay quốc gia). Một số nhà kinh teá tìm cách phân biệt cinh tranh doanh nghiệp và cinh tranh quốc gia. Cinh tranh doanh nghiệp chủ yếu tồn tại và tìm kiếm lồi nhuận trên cô sõi cinh tranh quốc gia hay quốc teá trong khi ñối ñối với quốc gia cinh tranh ñộc theá hiện là ñng cao mức sống bằng cách tạo ra

môi trường kinh doanh nhằm khuyến khích các doanh nghiệp nâng cao năng suất trong môi trường nội

- Lôi thế cạnh tranh của một quốc gia có phải là một quyết định bởi khai năng xuất khẩu của quốc gia nội hay không? Hiện nay có một số ý kiến cho rằng cạnh tranh của một quốc gia hay của khu vực là một thể hiện của khai năng sản xuất hàng hóa đáp ứng yêu cầu của các doanh nghiệp cạnh tranh quốc tế của một khu vực hay một quốc gia. Nhiều nhà kinh tế học lại cho rằng quốc gia hay khu vực có lợi thế cạnh tranh nếu là những hàng hóa xuất khẩu tăng năng lực cạnh tranh của nó đối với các nước khác. Điều này liên quan đến mẫu dịch quốc tế nhờ tăng độ cạnh tranh mà sẽ nhanh giải khai năng cạnh tranh của một quốc gia. Một số khu vực hay quốc gia tìm cách nâng cao năng lực cạnh tranh bằng cách trợ giúp cho khu vực xuất khẩu nhờ phải giải phóng bản thân hay trợ cấp xuất khẩu. Thước ra đây là một số nhầm lẫn. Việc phải giải phóng xuất khẩu không hẳn làm cho một quốc gia trở nên cạnh tranh hơn, mà nó chỉ tiết lộ một số lợi thế của những ngành này thiếu khai năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế bởi lợi thế không thể năng vọng bằng nội chiến của chúng. Thước ra mẫu dịch quốc tế chỉ là một cấp độ mà trao đổi có lợi cho các bên tham gia giao dịch. Vấn đề tăng năng suất của các doanh nghiệp mà cuối cùng nội địa nên sẽ hình thành võng của một quốc gia không phải phụ thuộc vào tăng độ mẫu dịch. Đồng nghĩa không có gì hạn chế sẽ hình thành võng hay tăng trưởng mang lại lợi thế cạnh tranh của một quốc gia. Một số quốc gia vẫn có tốc độ tăng trưởng cao, mức sống của người dân nội địa ngày càng tăng nhưng không thể có được lợi thế cạnh tranh của họ khi cạnh tranh mẫu dịch của họ kém.
- Có thể nói rằng nguồn gốc của mức sống tăng lên là một quyết định bởi năng suất mà nội địa phụ thuộc vào giải trí sản phẩm (liên quan đến chất lượng và số khác biệt sản phẩm) và hiệu quả sản xuất. Năng suất của một quốc gia không phải chỉ thể hiện của các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu mà quan trọng hơn nội địa có thể thể hiện trong tất cả các doanh nghiệp cùng một sản phẩm thì tăng trưởng trong nội địa. Vấn đề quan trọng của tăng năng suất là làm thế nào để các doanh nghiệp trong ngành cạnh tranh với nhau và doanh nghiệp nào có năng lực thích hợp sẽ có thể năng vọng nội địa trên thị trường.
- Năng suất trong một khu vực hay một quốc gia cũng là một thể hiện của các doanh nghiệp trong nội địa và nội địa ngoài chọn lựa vì trí nội địa hoạt động kinh doanh (lựa chọn vì trí nào đó). Một quốc gia hay một khu vực có thể khai năng cạnh tranh khi nội địa các nhà chế các chính sách hỗ trợ cho mức tăng trưởng kinh

teá cao trong trung hain. Nính nghĩa này bao ham khai năng của một quốc gia hay một khu vực trong việc ñat ñoóc thanh quai cao vaá ben vöng veámöic söng. Khai năng này phụ thuộc vào khai năng của các doanh nghiệp trong một quốc gia hay khu vực ñat ñoóc năng suất cao vaá gia tăng năng suất liên tục trong môi trường cạnh tranh quốc tế. Việc gia tăng năng suất liên tục yêu cầu không những phải cải thiện năng suất của các doanh nghiệp trong ngành hiện hữu bằng cách gia tăng chất lööng sản phẩm vaá công nghệ mà ñoi con ñoi hoí nên kinh tế cải thiện một cách liên tục môi trường kinh doanh mà ñoi tạo ra ñöng cô cho các doanh nghiệp hoạt ñöng trong môi trường ñoi phải liên tục coi söi ñoi môi vaá cải thiện công nghệ.

- Lôi thế cạnh tranh của một khu vực, một ngành hay quốc gia coi phải chịu yêu ñoi vaá giải lao ñöng reí không? Câu trả lời coi thế thông qua việc so sánh söi khác nhau giữa lôi thế cạnh tranh vaá lôi thế so sánh. Lôi thế so sánh ñoi vaá vào máu dịch nhö lao một cách thay thế cho söi di chuyển các yếu tố sản xuất nhö vốn, lao ñöng giữa các quốc gia. Lôi thế cạnh tranh tập trung cải vaá phía cung của nền kinh tế. Nhiều kiến nhập lööng nhö giải nhân công reí ñat ñöng ché một phần của lôi thế cạnh tranh. Năng suất cao là một khai niệm chịu yếu liên quan ñến lôi thế cạnh tranh của một quốc gia mà ñoi bao gồm không những là giải nhân công reí giải vốn reí mà ñoi con bao gồm chất lööng của các yếu tố sản xuất, cô söi hai tầng vaá cải việc löa chöi ñoi ñiem ñoi tö của các doanh nghiệp. Cạnh tranh ñoi cấp không những máu dịch mà ñoi con ñoi cấp ñien ñoi tö.
- Khai năng cạnh tranh mang tính ñöng, öi các giai ñoi khác nhau thì lôi thế cạnh tranh cũng bị chi phối bởi các yếu tố khác nhau. Trong giai ñoi phát triển ñoi vaá các yếu tố cạnh tranh ñoóc quyết ñien bởi nhiều kiến các yếu tố sản xuất cô bản nhö giải nhân công reí vaá khai năng tiếp nhận các nguồn löc. Trong giai ñoi này các doanh nghiệp tập trung vào khai thác các nguồn löc coi sản. Trong giai ñoi phát triển ñoi vaá ñoi tö, lôi thế cạnh tranh ñoóc quyết ñien thông qua cải thiện hiệu quai trong sản xuất ñoi với những sản phẩm tiêu chuẩn, công nghệ vaá con phụ thuộc bên ngoài. Trong giai ñoi này coi söi ñoi tö rất lớn trong cô söi hai tầng (cảng, böu chính vieñ thông, ñöng sản...) cùng với söi ñoi môi ñien cheá liên quan ñien thuế quan, luật doanh nghiệp, luật cạnh tranh ñien ñoi cải thiện môi trường kinh doanh vaá tạo cô hoí cho các doanh nghiệp hoá nhập vào thị trường thế giới. Trong giai

noãn phát triển dựa vào môi trường cạnh tranh nấm ôi khai sản xuất ra những sản phẩm môi trường chấp nhận.

- Tóm lại về khai niệm cạnh tranh quốc gia chúng tôi tập trung vào hai cách tiếp cận khác nhau, lời thế so sánh và lời thế cạnh tranh của một quốc gia. Lời thế so sánh chỉ ra một quốc gia có lời thế so sánh nội với những ngành sử dụng nhiều yếu tố sản xuất mà quốc gia nội địa dồi dào trong khi nội lời thế cạnh tranh nhận mạnh nên cạnh tranh toàn cầu liên quan nên chiến lược mà nội bao gồm không chỉ mẫu dịch mà còn cải tiến tố nội ngoại. Các công ty cạnh tranh trên các thị trường nội phân khúc với những sản phẩm khác nhau nội quyết định bởi nội môi về công nghệ