

LỢI THẾ CẠNH TRANH CỦA CHND LÀO: ĐỊNH VỊ NGÀNH VÀ THỰC TRẠNG CÁC DOANH NGHIỆP

**Nguyễn Minh Cường
Nguyễn Thế Long**

1. Tổng quan lý thuyết về vấn đề nghiên cứu

- 1.1 Lý thuyết về lợi thế tuyệt đối của Adam Smith
- 1.2 Lý thuyết về lợi thế tương đối của David Ricardo
- 1.3 Lý thuyết tỷ lệ nhân tố Heckschner – Ohlin
- 1.4 Lý thuyết về lợi thế so sánh hiện của Balassa
- 1.5 Lý thuyết về lợi thế cạnh tranh của Michael Porter

Lý thuyết về lợi thế so sánh hiện của Balassa

$$\text{RCA} = (E_{ij} / E_{it}) / (E_{nj} / E_{nt})$$

E: Xuất khẩu

-i: Mã quốc gia

-n: Nhóm các quốc gia

-j: Mã ngành hàng

-t: Mã nhóm hàng

VD: RCA cà phê Lào = (Giá trị xuất khẩu cà phê Lào/ Giá trị xuất khẩu tất cả các ngành hàng Lào)/ (Giá trị xuất khẩu cà phê toàn thế giới/ Giá trị xuất khẩu tất cả các ngành hàng của thế giới).

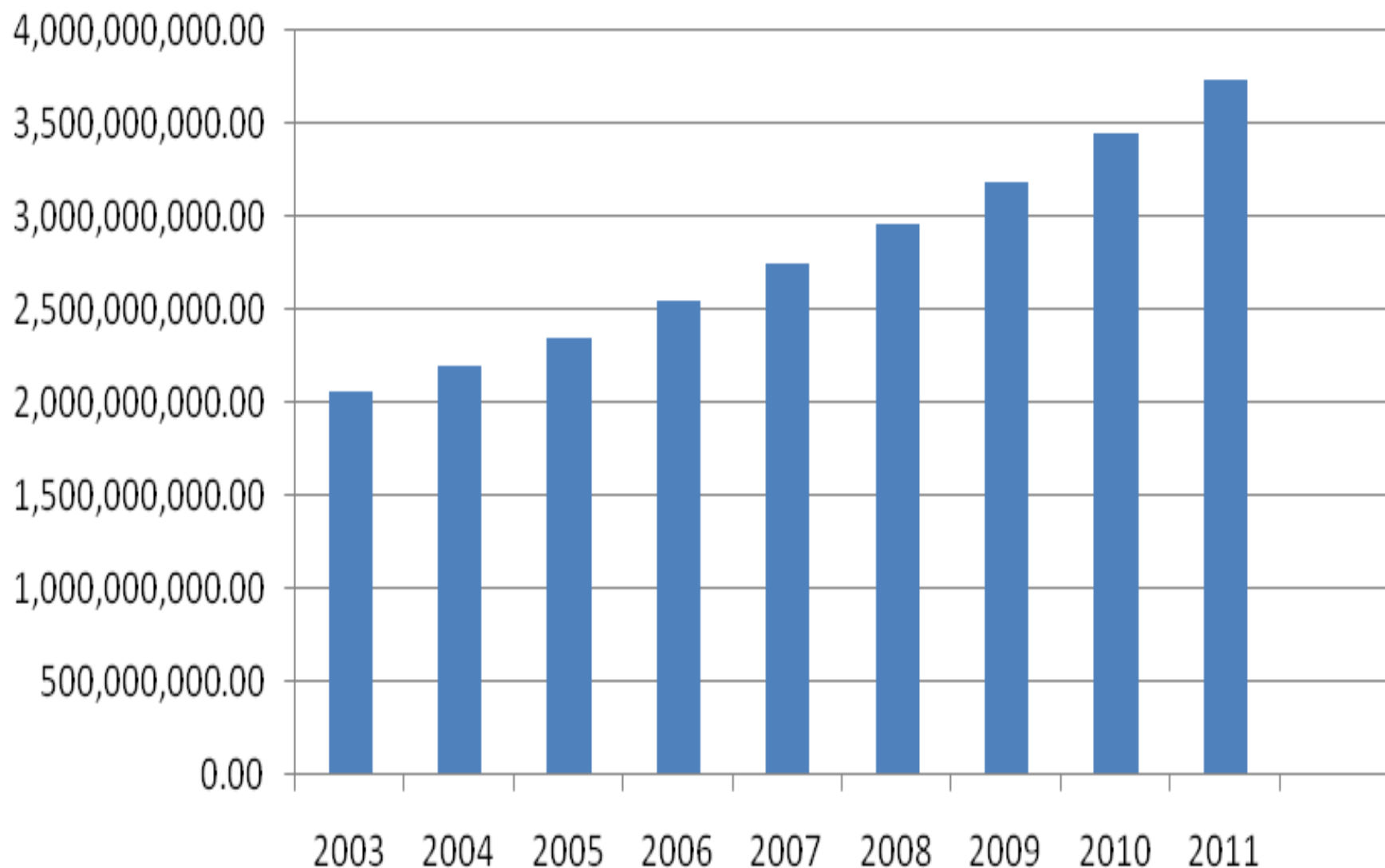


2. Tổng quan thực trạng về tình hình kinh tế - xã hội Lào

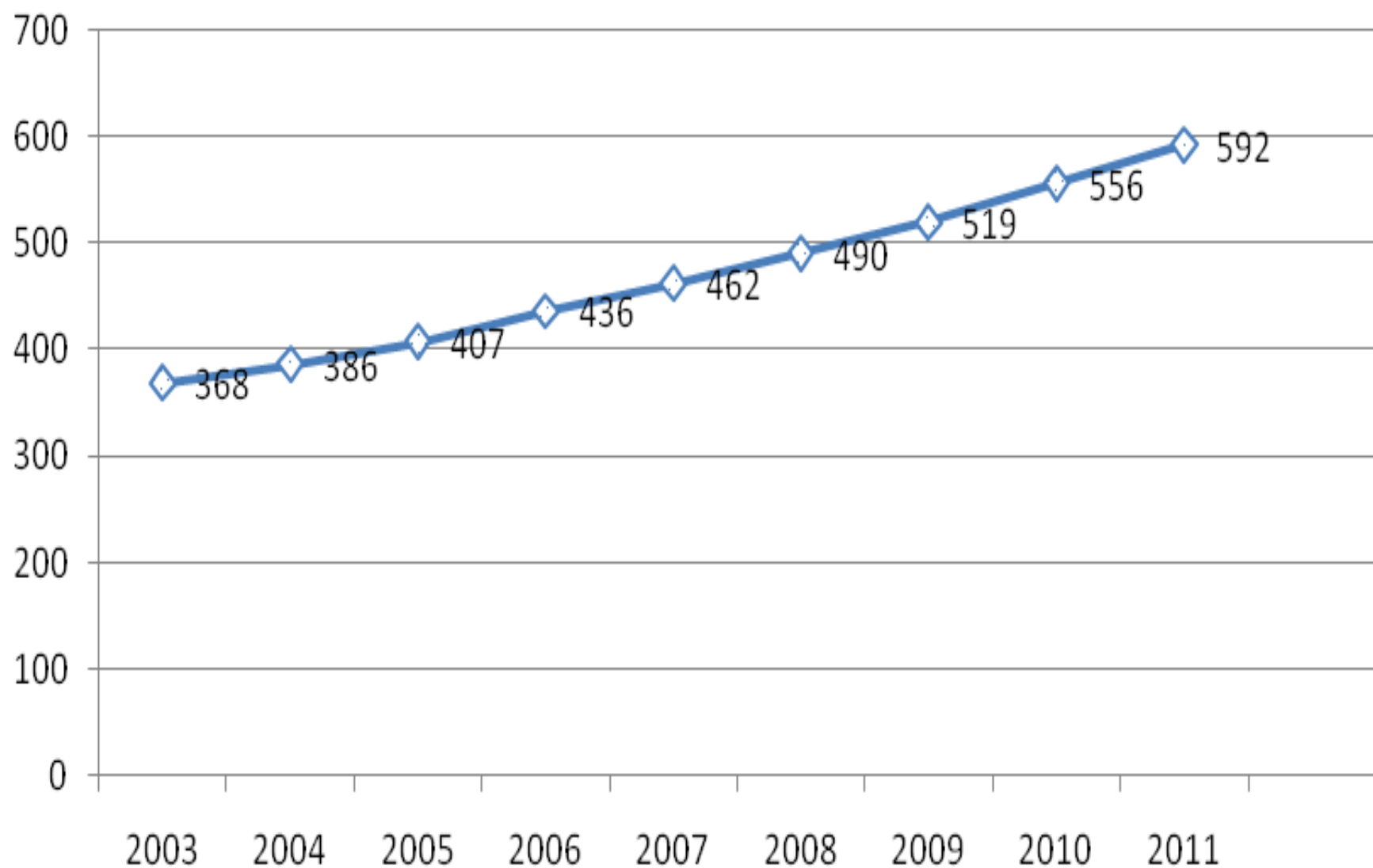
- Lào có tổng diện tích đất tự nhiên là 236.800 km² đứng vị trí thứ 84/238 quốc gia
- Lào rất giàu tài nguyên khoáng sản, gỗ và lâm sản ngoài gỗ, đất đai còn rộng lớn, môi trường tự nhiên hoang sơ.
- Tổng dân số 6,5 triệu người năm 2011, đứng vị trí thứ 103/238 quốc gia so sánh
- Cơ cấu dân số rất trẻ. Tỷ lệ dân số trong độ tuổi 0-14 là 36,7%, 15-64 là 59,6% năm 2011

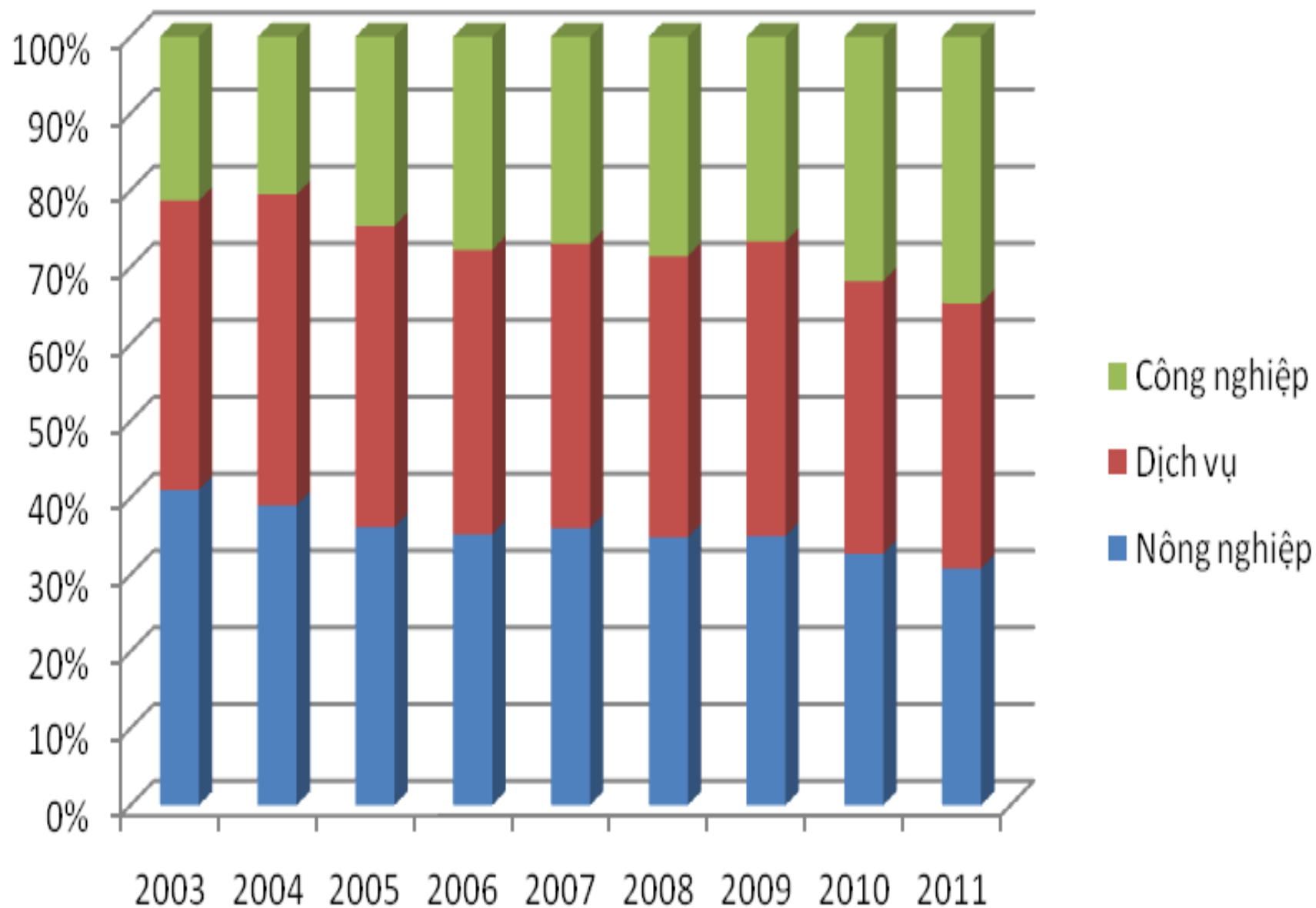
2.2 Tổng quan kinh tế vĩ mô Lào

Tổng sản phẩm quốc nội GDP (theo giá USD năm 2000)

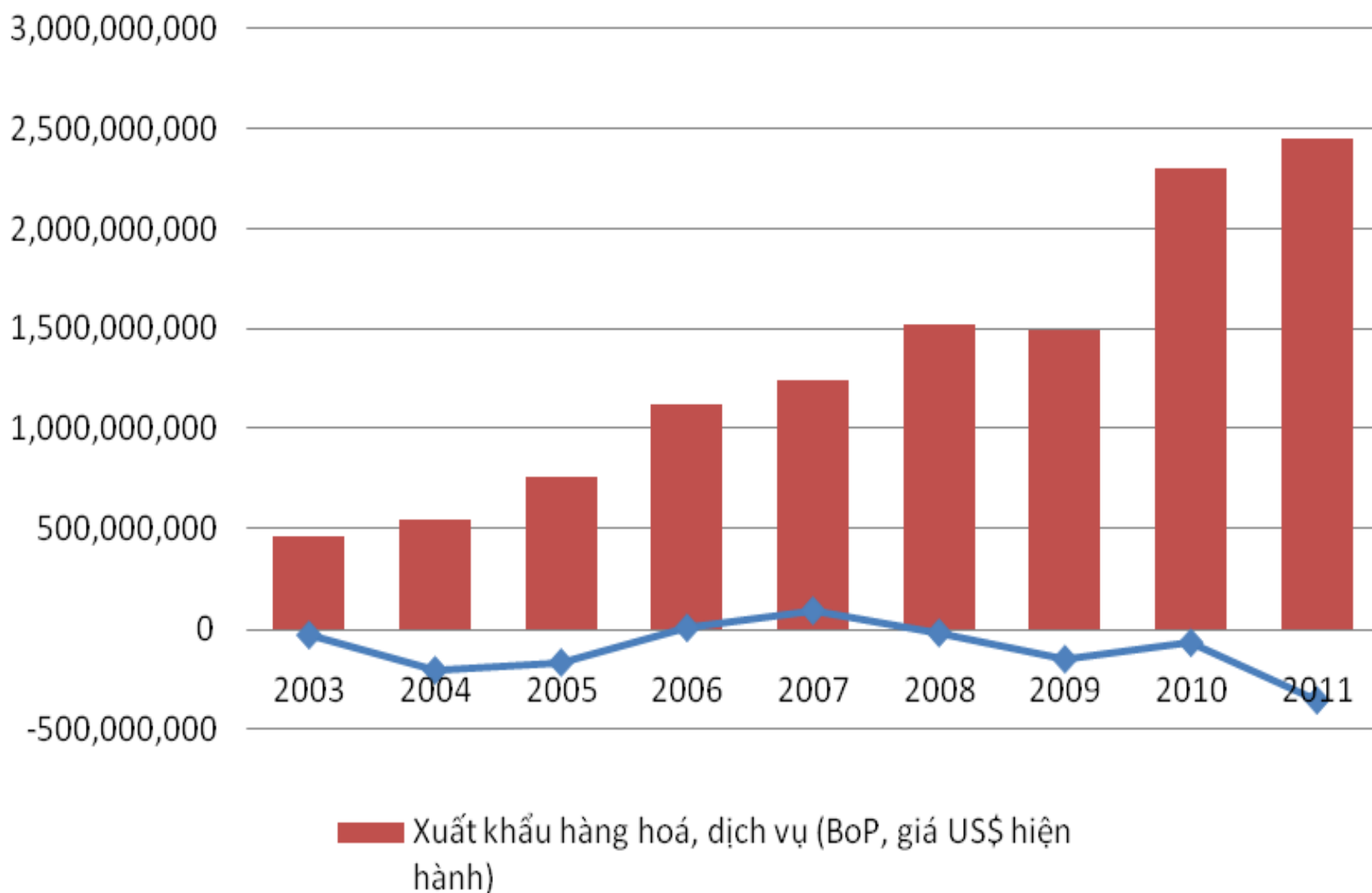


GDP bình quân đầu người (theo giá USD năm 2000)

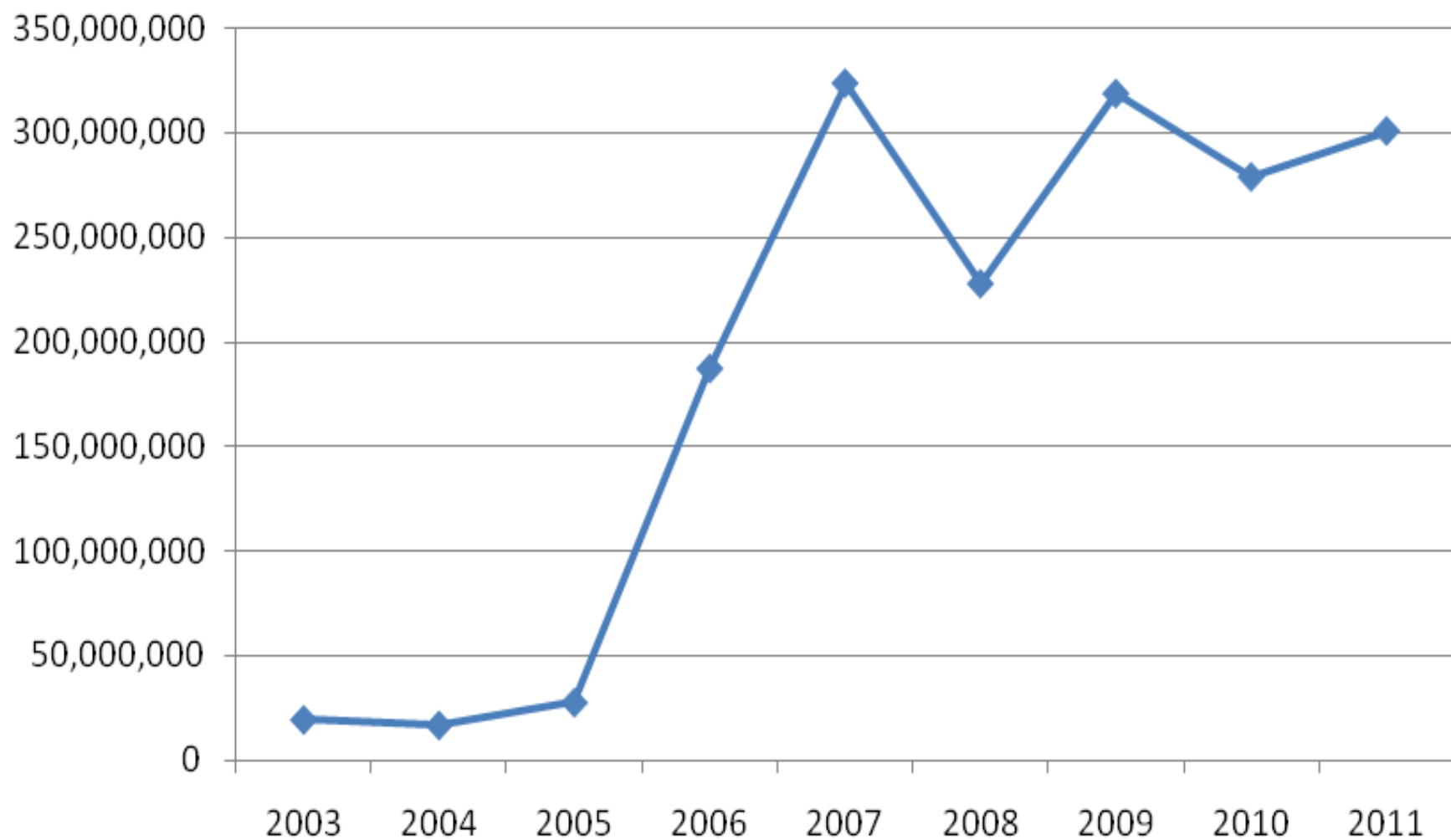




Thương mại Lào giai đoạn 2003-2011



Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài, ròng (BoP, US\$ hiện hành)



3. ĐỊNH VỊ CÁC NGÀNH CÓ LỢI THẾ CẠNH TRANH CỦA LÀO THEO PHƯƠNG PHÁP CANPP

Phương pháp của Porter

- Nó phải thặng dư thương mại,
- Nó phải có RCA lớn hơn 1,
- Nó phải có đầu tư nước ngoài.

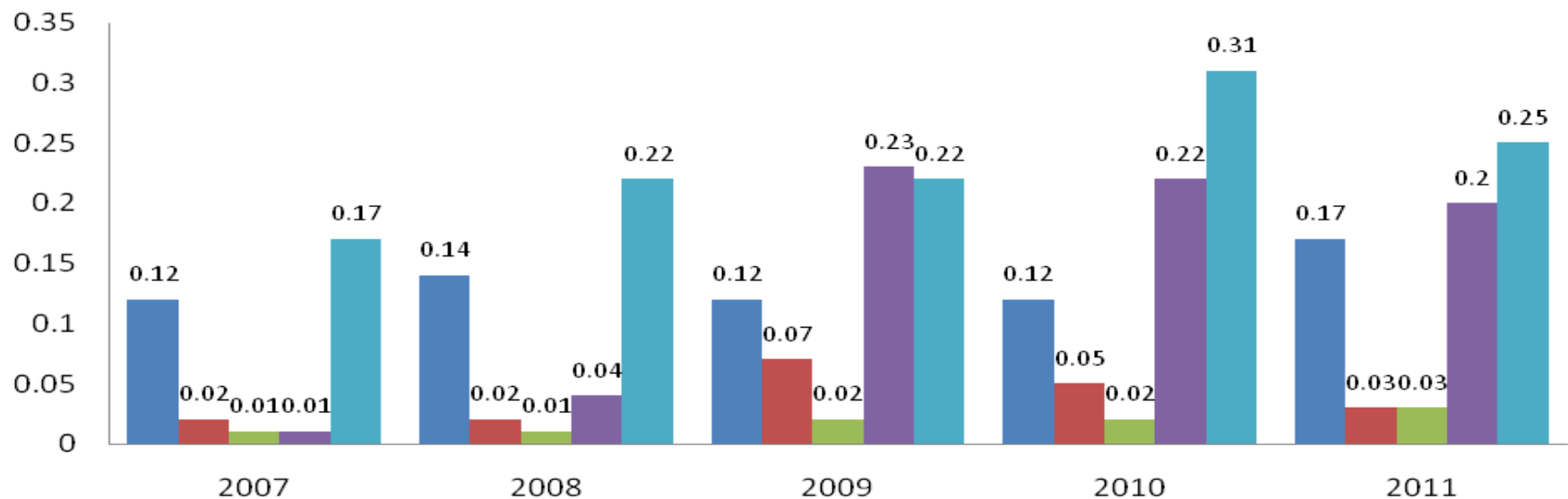
Phương pháp CANPP

1. Ngành hàng phải thặng dư thương mại
2. Ngành hàng phải có RCA lớn hơn 1
3. Ngành hàng phải duy trì được hai yếu tố trên trong ít nhất 4/ 5 năm (không nhất thiết liên tục) trong giai đoạn 2007-2011 (sau này khi số liệu mới thêm vào, chúng tôi sẽ đặt tiêu chí này là 80% số thời gian trong một giai đoạn, không nhất thiết phải liên tục)

NHÓM NGÀNH HÀNG “NGÔI SAO”

Nhóm ngành hàng “Ngôi sao” là nhóm ngành hàng đáp ứng được hai tiêu chí đầu và duy trì được nó trong 5 năm liên tiếp

Tỷ lệ phần trăm so với thị trường thế giới của năm ngành hàng “Ngôi sao”:



■ 09 Cà phê, chè, chè Paragoay và các loại gia vị.

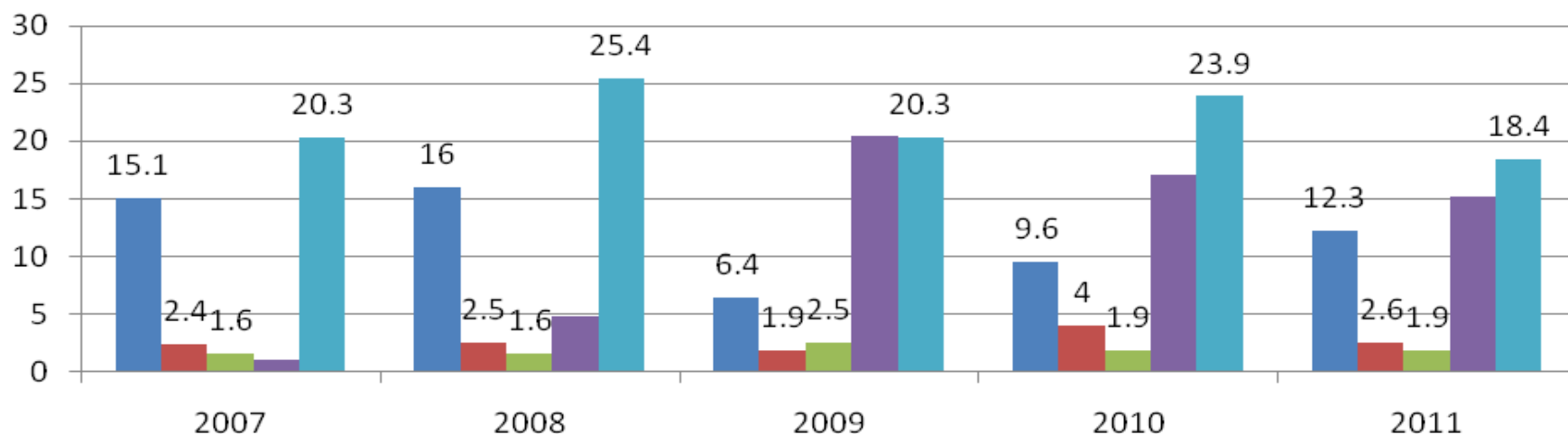
■ 10 Ngũ cốc.

■ 12 Hạt và quả có dầu; các loại ngũ cốc, hạt và quả khác; cây công nghiệp hoặc cây dược liệu; rơm, rạ và cây làm thức ăn gia súc.

■ 26 Quặng, xỉ và tro.

■ 44. Gỗ và các mặt hàng bằng gỗ; than từ gỗ.

Chỉ số RCA của năm ngành hàng “Ngôi sao”



■ 09 Cà phê, chè, chè Paragoay và các loại gia vị.

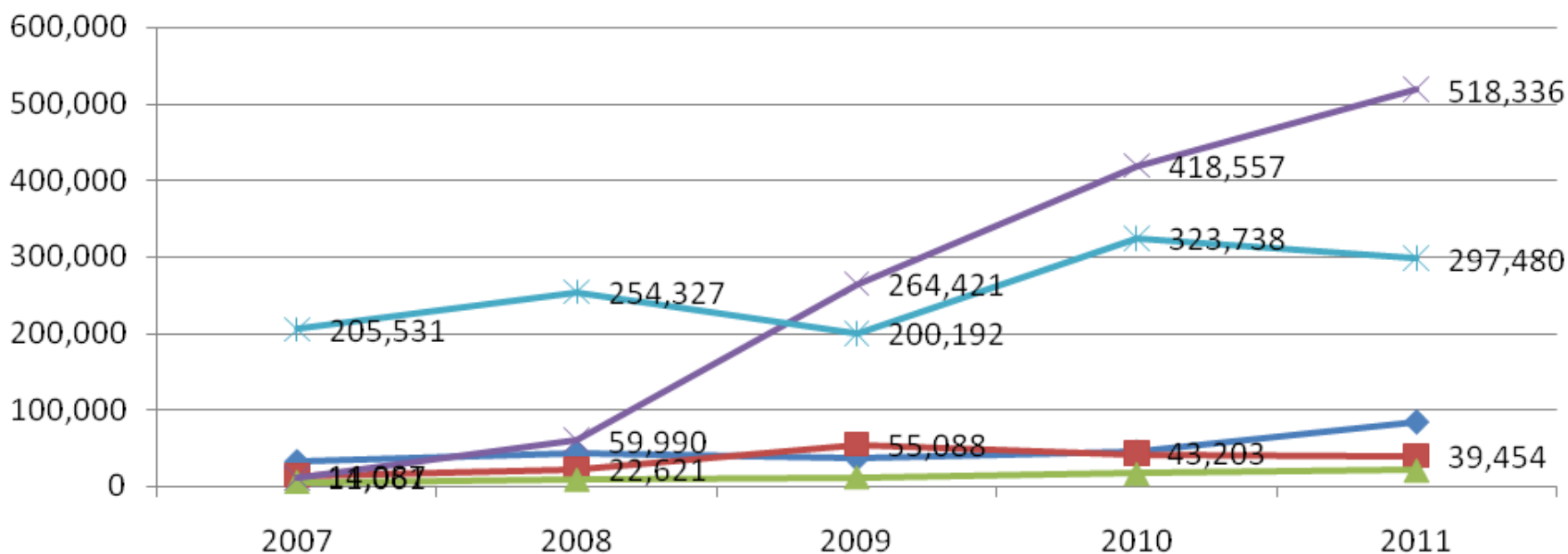
■ 10 Ngũ cốc.

■ 12 Hạt và quả có dầu; các loại ngũ cốc, hạt và quả khác; cây công nghiệp hoặc cây dược liệu; rơm, rạ và cây làm thức ăn gia súc.

■ 26 Quặng, xỉ và tro.

■ 44. Gỗ và các mặt hàng bằng gỗ; than từ gỗ.

Giá trị xuất khẩu của năm ngành hàng “Ngôi sao”



—◆— 09 Cà phê, chè, chè Paragoay và các loại gia vị.

—■— 10 Ngũ cốc.

—▲— 12 Hạt và quả có dầu; các loại ngũ cốc, hạt và quả khác; cây công nghiệp hoặc cây dược liệu; rom, rạ và cây làm thức ăn gia súc.

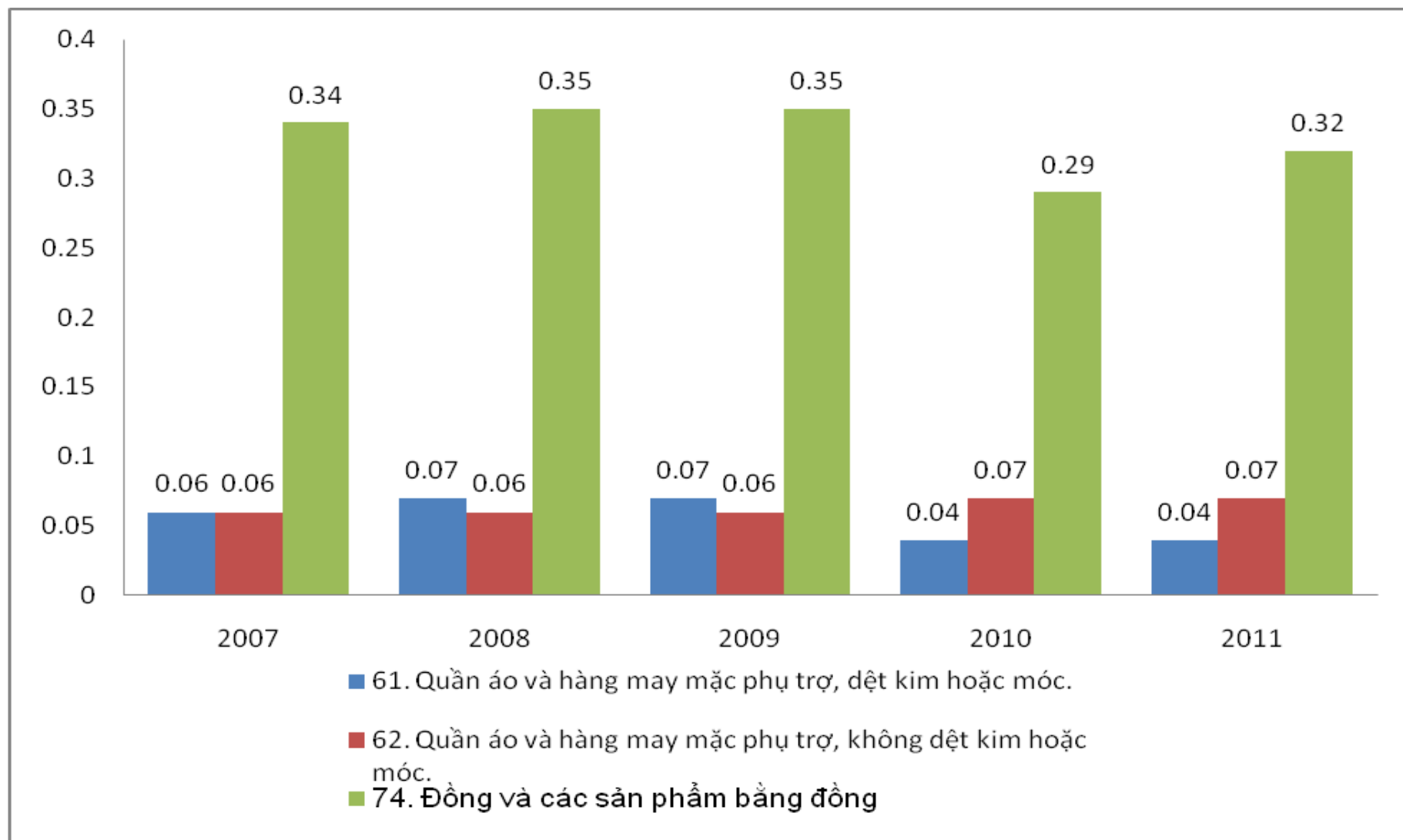
—x— 26 Quặng, xỉ và tro.

—*— 44. Gỗ và các mặt hàng bằng gỗ; than từ gỗ.

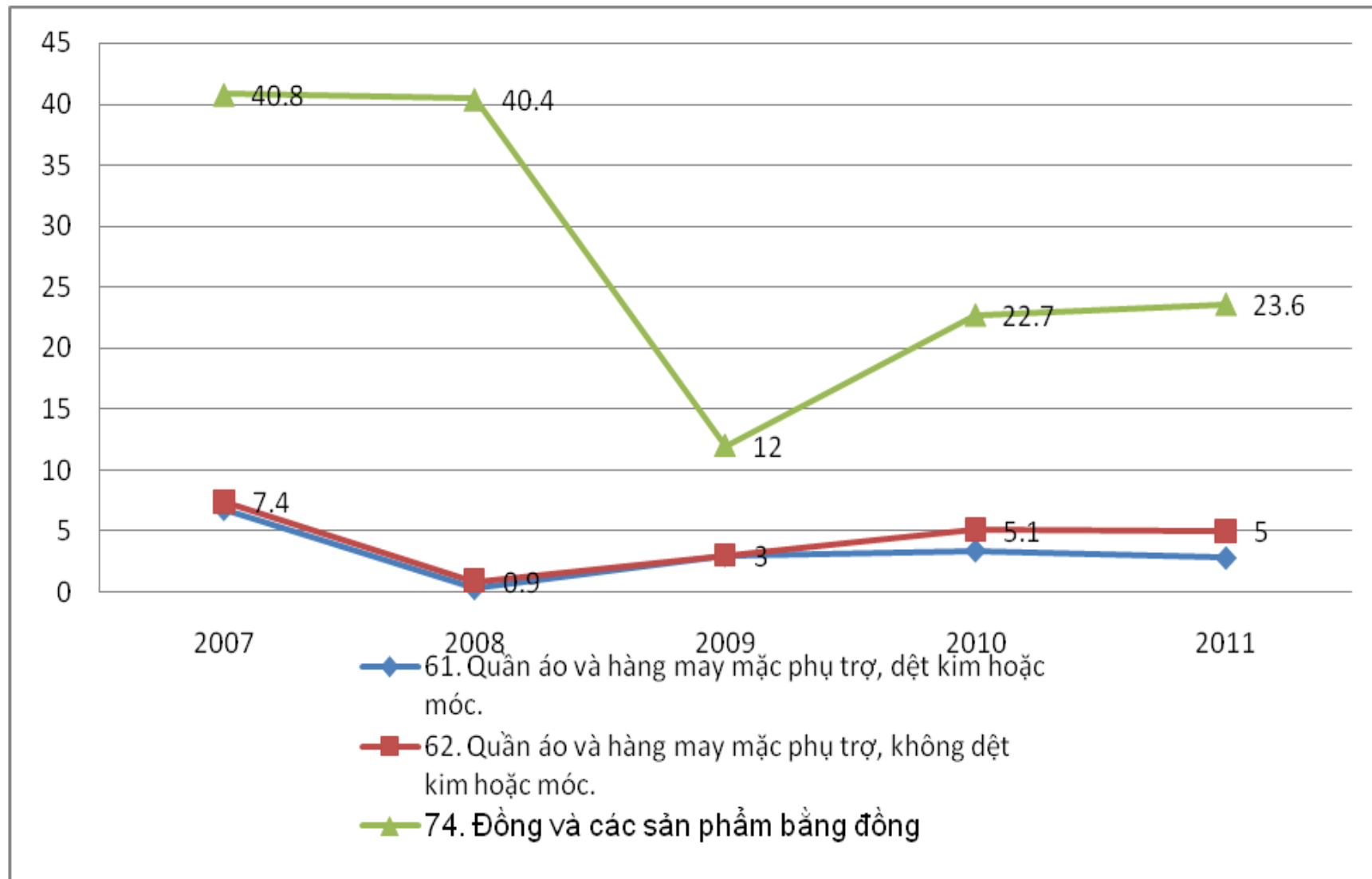
NHÓM NGÀNH HÀNG “CẠNH TRANH”

Xếp sau nhóm ngành hàng “Ngôi sao” là nhóm ngành hàng “Cạnh tranh”. Hai tiêu chí đầu để xác định nhóm ngành hàng này giống với nhóm “Ngôi sao”. Tiêu chí cuối là thay vì phải duy trì hai tiêu chí đó trong 5/5 năm thì chỉ cần xuất hiện trong 4/5 năm trong giai đoạn 2007-2011 là được (4 năm này không cần phải liên tục):

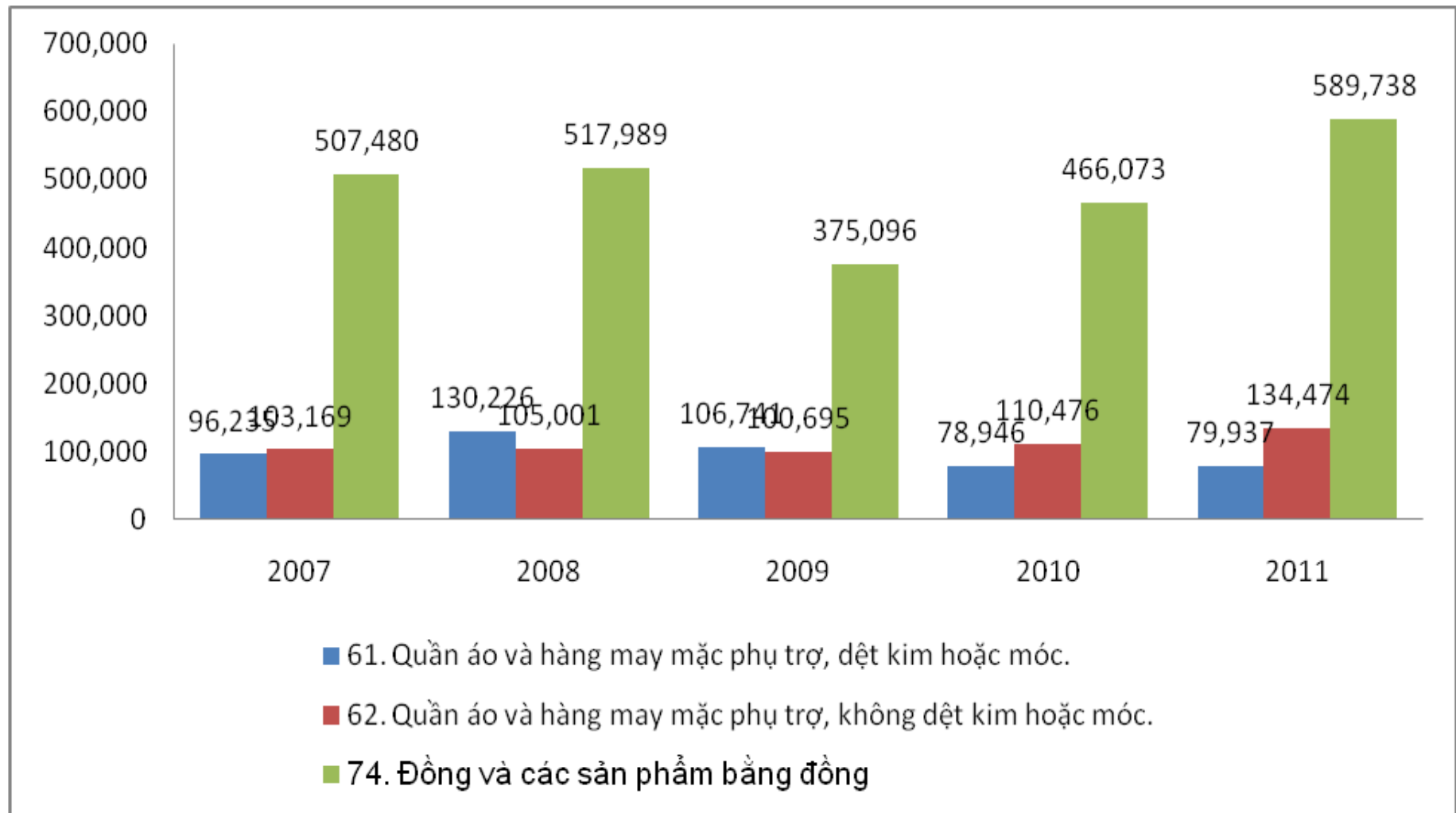
Tỷ lệ phần trăm trên thị trường thế giới của nhóm ngành hàng “Cạnh tranh”:



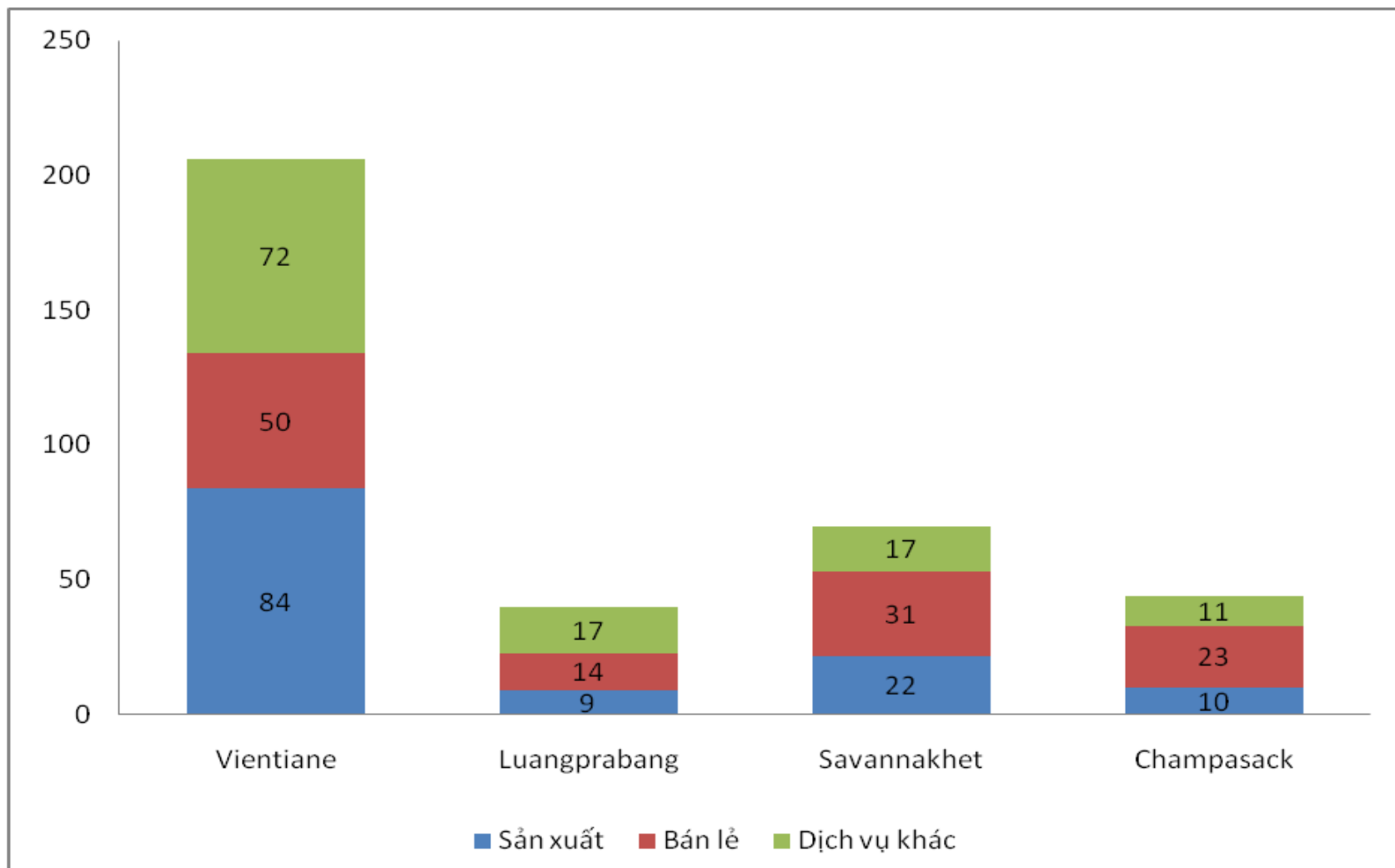
Chỉ số RCA của ba ngành hàng “Cạnh tranh”



Giá trị xuất khẩu của nhóm ngành hàng “Cạnh tranh”

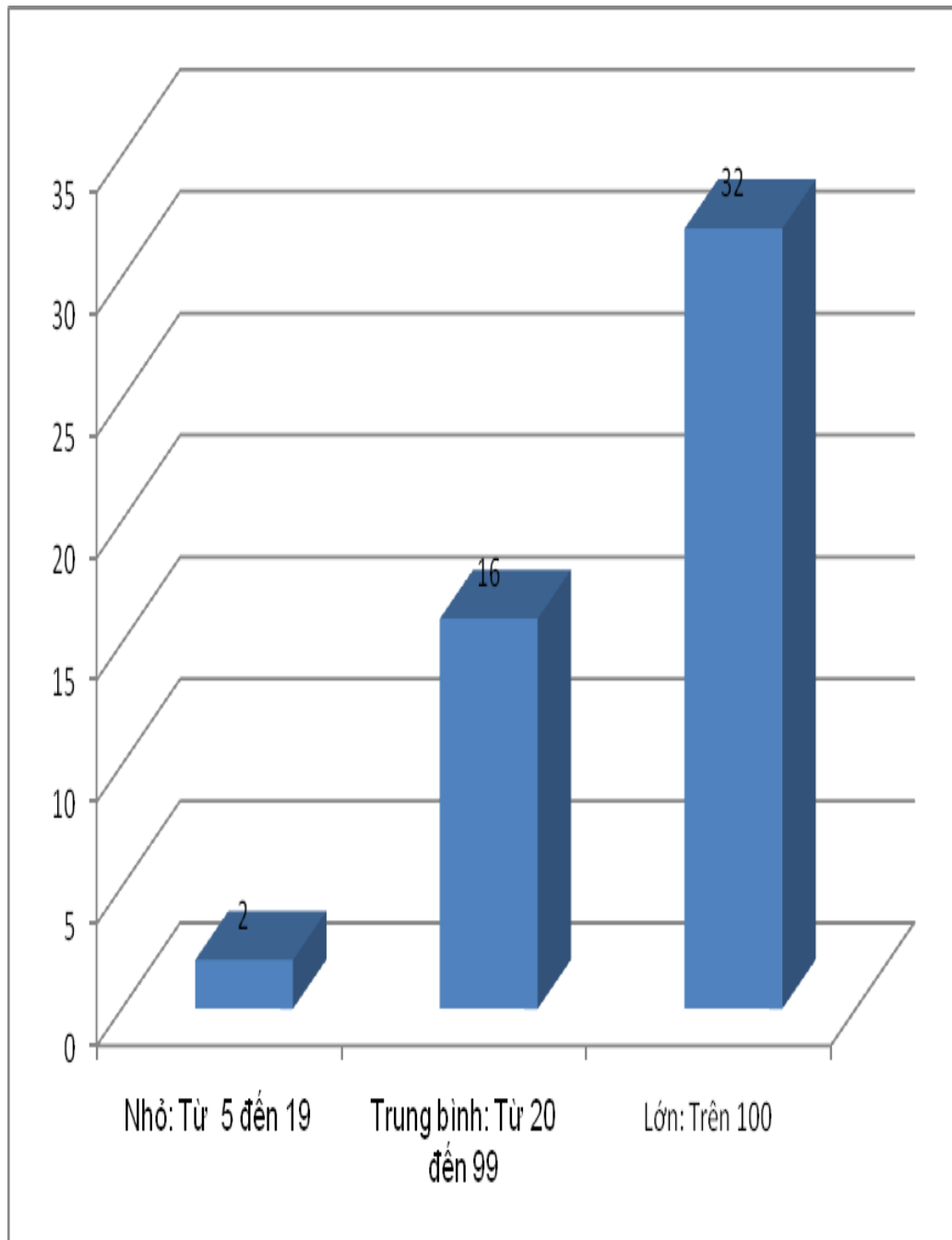


4. Thực trạng những doanh nghiệp kinh doanh trong những lĩnh vực có lợi thế cạnh tranh của Lào



Thực trạng ngành May mặc

Trong số 50 doanh nghiệp thuộc nhóm Sản xuất hàng may mặc, trừ đồ len , có 48 (96%) là nằm ở Vientiane, 2 (4%) nằm ở tỉnh Savannakhet. Doanh nghiệp duy nhất trong Dệt may và sấy len, sản xuất các sản phẩm len khác và cả 5 doanh nghiệp trong Hoàn thiện các sản phẩm dệt cũng nằm ở Vientiane.

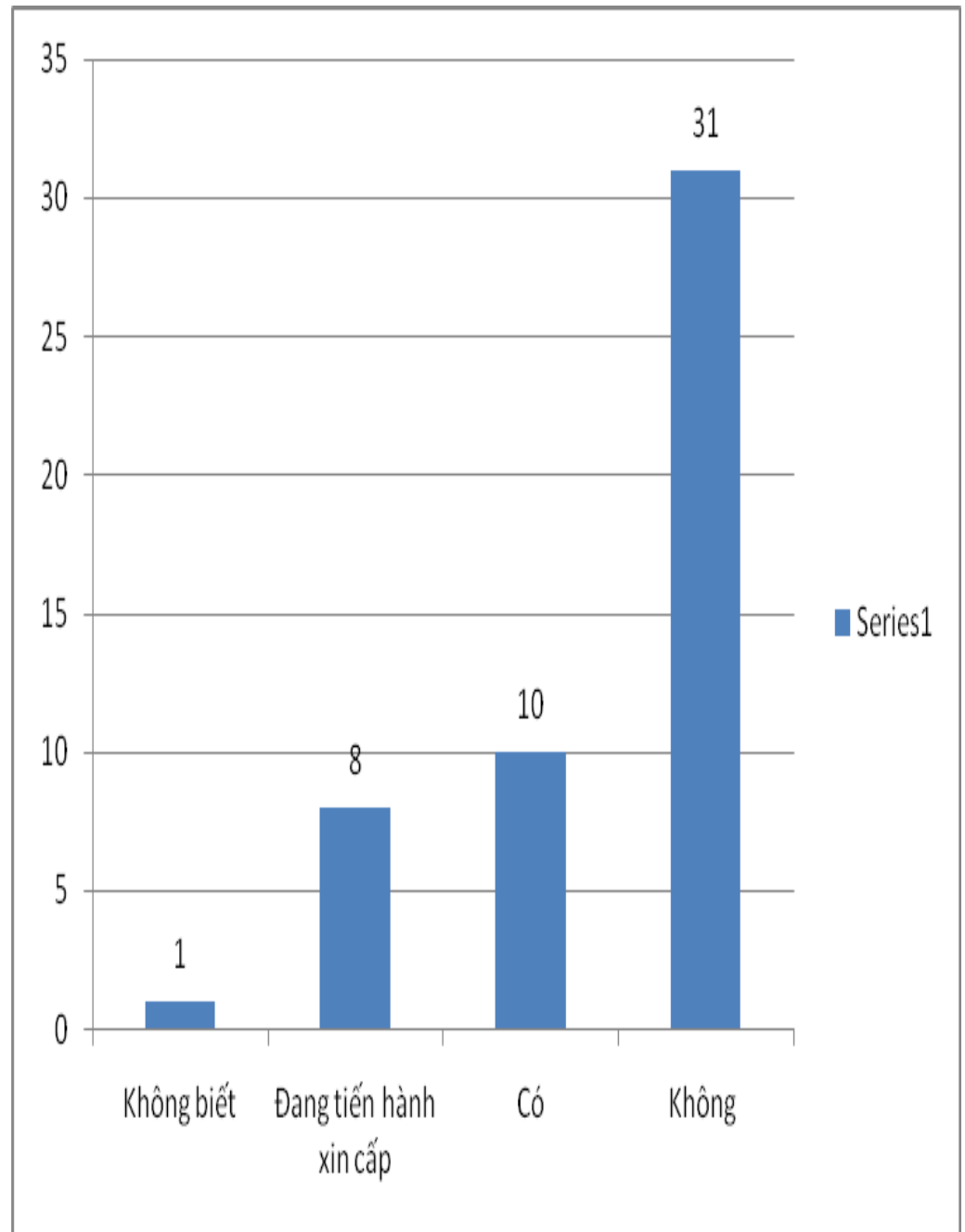


Quy mô DN:

Với việc hình thành và mở rộng những cụm ngành chuyên nghiệp và lợi thế về lao động giá rẻ, không thể loại trừ khả năng Lào sẽ thế chỗ Việt Nam trong thời gian tới trong lĩnh vực xuất khẩu hàng may mặc tại khu vực Đông Nam Á.

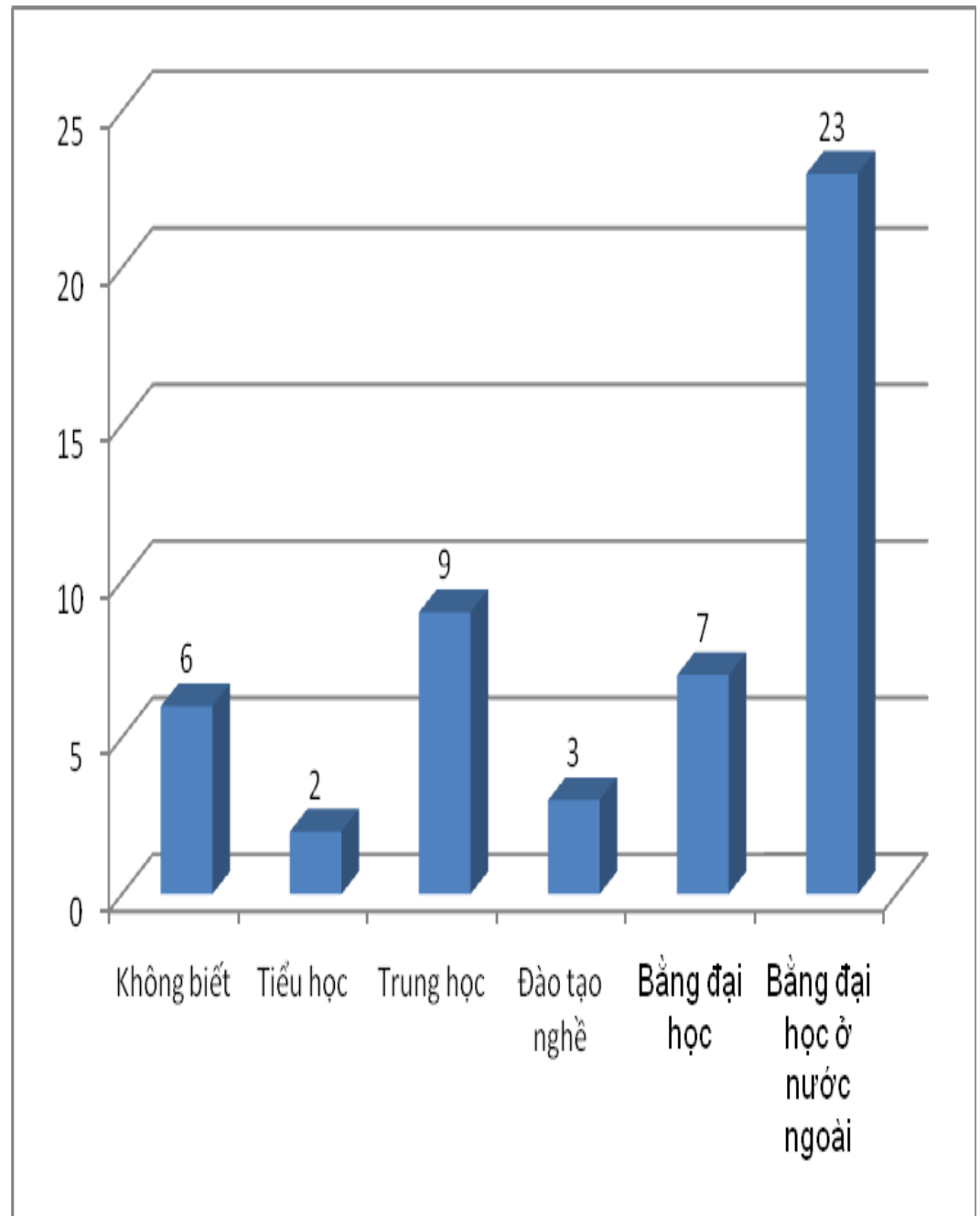
Chất lượng sản phẩm

Việc xin được giấy chứng nhận chất lượng sản phẩm là một yếu tố cực kì quan trọng trong nền thương mại toàn cầu. Với kết quả thống kê như trên, có thể nhận xét là nhận thức về việc có một chứng chỉ quốc tế về chất lượng sản phẩm cho các sản phẩm dệt may của Lào còn hạn chế.



Trình độ của người lãnh đạo công ty

Rõ ràng việc đạt trình độ học vấn cao khiến tư duy về kinh tế thị trường của những vị lãnh đạo này tốt hơn.



Điện: Có 20% các doanh nghiệp trong Sản xuất hàng may mặc, trừ đồ len cho rằng việc thiếu hụt điện là một cản trở lớn và 20% các thậm chí coi đó như một cản trở nghiêm trọng đến việc kinh doanh của họ. Các doanh nghiệp trong Dệt may và sấy len, sản xuất các sản phẩm len khác và Hoàn thiện các sản phẩm dệt thì không coi việc thiếu điện là một cản trở lớn.

-Tiếp cận vốn: 10% các doanh nghiệp trong Sản xuất hàng may mặc, trừ đồ len coi việc tiếp cận vốn là một cản trở lớn và 20% coi đây là một cản trở nghiêm trọng với việc kinh doanh của họ. Doanh nghiệp Dệt may và sấy len, sản xuất các sản phẩm len khác duy nhất và một trong số 5 doanh nghiệp Hoàn thiện các sản phẩm dệt cũng xếp vốn là một cản trở nghiêm trọng đến việc kinh doanh.

-Giao thông: 16% các doanh nghiệp Sản xuất hàng may mặc, trừ đồ len coi giao thông là một cản trở lớn với việc kinh doanh của họ. Các doanh nghiệp Dệt may và sấy len, sản xuất các sản phẩm len khác hay Hoàn thiện các sản phẩm dệt chỉ coi đây là một cản trở ở mức trung bình trở xuống.

-Mức độ cạnh tranh: Đáng ngạc nhiên là chỉ có 2 doanh nghiệp Sản xuất hàng may mặc, trừ đồ len (chiếm 4%) coi cạnh tranh là rào cản lớn. Phần lớn các doanh nghiệp thuộc Dệt may và sấy len, sản xuất các sản phẩm len khác hay 1720 không coi đây là một cản trở đáng kể cho việc kinh doanh. Điều này chứng tỏ rằng thị trường ở đây vẫn còn khá tiềm năng và thực sự chưa có doanh nghiệp nào vượt trội lên trong việc chiếm lĩnh thị trường.

Nhận xét chung

Nhìn chung, thị trường ngành May mặc Lào vẫn còn khá nhiều cơ hội. Cụm ngành (cluster) lớn nhất là ở Vientiane. Các doanh nghiệp thể hiện mức độ tổ chức cao với tỷ lệ các doanh nghiệp trung bình và lớn chiếm phần lớn. Một cách tổng thể, thị trường còn khá nhiều tiềm năng với việc các doanh nghiệp chưa cạnh tranh nhau quá gay gắt. Việc cải thiện cơ sở hạ tầng (đặc biệt là điện) cũng như cải cách trong hệ thống tín dụng là hai điều cấp bách cần làm để đảm bảo hoạt động của doanh nghiệp trong trung hạn. Về dài hạn, việc nâng cấp sản phẩm của mình để đạt chứng chỉ quốc tế là điều quan trọng để duy trì lợi thế cạnh tranh.

5. Khuyến nghị cho các nhà đầu tư

- Dịch vụ cung cấp tư vấn chứng nhận quốc tế
- Dịch vụ cung cấp tín dụng (một số NH Việt Nam đã làm điều này, thành công nhất là MB Bank)

XIN CHÂN THÀNH
CẢM ƠN