

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH

NGUYỄN THỊ HIỆP

CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN THƯƠNG MẠI
NỘI NGÀNH CHẾ BIẾN CỦA VIỆT NAM

Chuyên ngành: Quản lý kinh tế

Mã số: 60 - 34 - 01

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS. Nguyễn Khánh Doanh

Thái Nguyên - 2012

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan rằng : Số liệu và kết quả nghiên cứu trong luận văn này là hoàn toàn trung thực và chưa được sử dụng để bảo vệ một học vị nào tại Việt Nam.

Tôi xin cam đoan rằng: Mọi sự giúp đỡ cho việc thực hiện luận văn này đã được cảm ơn và mọi thông tin trong luận văn đã được chỉ rõ nguồn gốc

Thái Nguyên, ngày 11 tháng 8 năm 2012

TÁC GIẢ LUẬN VĂN

Nguyễn Thị Hiệp

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành luận văn này, tôi xin chân thành cảm ơn Ban Giám hiệu, Phòng QLĐT Sau Đại học, cùng các thầy, cô giáo trong trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh Thái Nguyên đã tận tình giúp đỡ, tạo mọi điều kiện cho tôi trong quá trình học tập và thực hiện đề tài.

Đặc biệt xin chân trọng cảm ơn PGS.TS. Nguyễn Khánh Doanh với cương vị hướng dẫn khoa học đã trực tiếp chỉ bảo, hướng dẫn tận tình và đóng góp nhiều ý kiến quý báu, giúp đỡ tôi hoàn thành luận văn này.

Nhân dịp này, tôi xin chân thành cảm ơn lãnh đạo cơ quan, gia đình, bạn bè và đồng nghiệp đã động viên, giúp đỡ để tôi hoàn thành luận văn tốt nghiệp.

Xin chân thành cảm ơn !

Thái Nguyên, ngày 12 tháng 8 năm 2012

TÁC GIẢ LUẬN VĂN

Nguyễn Thị Hiệp

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT	vi
DANH MỤC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ.....	vii
PHẦN MỞ ĐẦU.....	1
1. Tính cấp thiết của đề tài	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	3
4. Những đóng góp mới của luận văn	3
5. Bố cục của luận văn.....	3
CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ THƯƠNG MẠI NỘI NGÀNH.....	4
1.1. Một số khái niệm cơ bản	4
1.2. Lý thuyết về thương mại nội ngành theo chiều ngang và theo chiều dọc	4
1.2.1. Mô hình Thương mại nội ngành theo chiều ngang.....	8
1.2.2. Mô hình Thương mại nội ngành theo chiều dọc.....	21
1.2.3. Kết luận về các lý thuyết Thương mại nội ngành theo chiều dọc và Thương mại nội ngành theo chiều ngang.....	28
1.3. Các phân tích theo chủ nghĩa kinh nghiệm về thương mại nội ngành theo chiều dọc và theo chiều ngang	29
1.3.1. Các nghiên cứu mang tính tư liệu	30
1.3.2. Các nghiên cứu theo phương pháp toán kinh tế.....	31
1.3.3. Kết luận về phân tích theo chủ nghĩa kinh nghiệm về thương mại nội ngành theo chiều dọc và thương mại nội ngành theo chiều ngang	35

CHƯƠNG 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	36
2.1. Thiết kế nghiên cứu	36
2.1.1. Địa điểm nghiên cứu	36
2.1.2. Phương pháp thu thập số liệu.....	36
2.1.3. Phương pháp xử lý số liệu.....	36
2.2. Mô hình	36
2.2.1. Mô tả mô hình	37
2.2.2. Phương pháp ước tính	42
CHƯƠNG 3: THỰC TRẠNG VỀ THƯƠNG MẠI NỘI NGÀNH	
HÀNG CHẾ BIẾN CỦA VIỆT NAM.....	43
3.1. Đặc điểm địa bàn nghiên cứu	43
3.2. Phân tích thực trạng xuất- nhập khẩu của Việt Nam	45
3.2.1. Tổng quan về tình hình thương mại của Việt Nam	45
3.2.2. Một số nhóm hàng xuất khẩu chính.....	46
3.2.3. Một số nhóm hàng nhập khẩu chính.....	49
3.3. Thực trạng về thương mại nội ngành của Việt Nam giai đoạn hiện nay	53
3.3.1. Mức độ thương mại nội ngành (IIT).....	55
3.3.2. Thương mại nội ngành theo chiều ngang (HIIT).....	57
3.3.3. Thương mại nội ngành theo chiều dọc (VIIT).....	60
3.4. Các yếu tố tác động đến thương mại nội ngành chế biến của Việt Nam	62
CHƯƠNG 4: GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY THƯƠNG MẠI NỘI	
NGÀNH HÀNG CHẾ BIẾN CỦA VIỆT NAM.....	65
4.1. Quan điểm, định hướng.....	65
4.1.1. Đẩy mạnh thương mại nội ngành đi đôi với phát huy lợi thế so sánh.....	65
4.1.2. Đẩy mạnh thương mại nội ngành đi đôi với lựa chọn mặt hàng chủ lực	66

4.1.3. Đẩy mạnh thương mại nội ngành gắn liền với việc thực hiện các cam kết của WTO.....	66
4.1.4. Đẩy mạnh thương mại nội ngành gắn liền với phát huy tốt vai trò quản lý của Nhà nước.....	66
4.1.5. Đẩy mạnh thương mại nội ngành gắn liền với hoàn thiện khung pháp luật cho hoạt động thương mại	67
4.1.6. Thúc đẩy thương mại nội ngành bền vững, không gây ô nhiễm môi trường.....	68
4.2. Một số giải pháp nhằm thúc đẩy thương mại nội ngành của Việt Nam	68
4.2.1. Đẩy mạnh xuất nhập khẩu giữa các quốc gia trong cùng khối liên kết.....	69
4.2.2. Hỗ trợ nghiên cứu thị trường quốc tế với sản phẩm chế biến xuất khẩu.....	70
4.2.3. Có chính sách trợ giúp, thúc đẩy các doanh nghiệp sản xuất và chế biến	72
4.2.4. Thúc đẩy thương mại nội ngành hàng chế biến phát triển bền vững.....	76
4.2.5. Hoàn thiện chính sách thương mại	78
4.2.6. Đào tạo phát triển nguồn nhân lực	79
KẾT LUẬN.....	82
TÀI LIỆU THAM KHẢO	84

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

Chữ viết tắt	Nội dung
BORDER	Biên giới chung
LANDLOCK	Đất liền
UNSD	Cơ quan thống kê liên hợp quốc
APEC	Diễn đàn hợp tác kinh tế Châu Á-Thái Bình Dương
TO	Độ mở của nền kinh tế
ASEAN	Hiệp Hội Các Quốc gia Đông nam Á.
FTA	Khối liên kết kinh tế
PCI	Mức thu nhập bình quân đầu người
DGDP	Sự khác biệt về quy mô của nền kinh tế giữa hai quốc gia
DPCI	Sự khác biệt về thu nhập bình quân đầu người giữa hai quốc gia
IIT	Thương mại nội ngành
HIIT	Thương mại nội ngành theo chiều dọc
VIIT	Thương mại nội ngành theo chiều ngang
WTO	Tổ chức Thương mại Thế giới
GDP	Tổng sản phẩm quốc nội
XNK	Xuất nhập khẩu

DANH MỤC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ

Tên bảng biểu	Nội dung	Trang
Bảng 3.1	Thương mại nội ngành hàng chế biến của Việt Nam với 10 nước bạn hàng chủ yếu	55
Bảng 3.2	Thương mại nội ngành theo chiều ngang của Việt Nam và thế giới	57
Bảng 3.3	Thương mại nội ngành theo chiều dọc của Việt Nam và thế giới	60
Bảng 3.4	Kết quả của mô hình hiệu ứng ngẫu nhiên (Random effects)	62
Biểu đồ 3.1	Diễn biến xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại hàng hoá của Việt Nam theo tháng của năm 2011 và quý I/2012	45
Biểu đồ 3.2	Xuất khẩu gạo sang Trung Quốc năm 2010-2011 và quý I/2012	46
Biểu đồ 3.3	Một số thị trường nhập siêu chính của Việt Nam 6 tháng/2011	52
Biểu đồ 3.4	Một số thị trường xuất siêu chính của Việt Nam 6 tháng/2011	52
Sơ đồ 1.1	Tóm tắt người sáng lập và các nhân tố quyết định mô hình Thương mại nội ngành theo chiều dọc và theo chiều ngang	29

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong những thập niên gần đây, quá trình toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế đã và đang tiếp tục diễn ra mạnh mẽ trên thế giới. Đây là một xu thế mang tính tất yếu khách quan với những biểu hiện mới về vai trò của thương mại quốc tế, đầu tư quốc tế, chuyển giao công nghệ, ... Quá trình này đã có tác động rất lớn đối với nền kinh tế thế giới và đặc biệt là tạo điều kiện thuận lợi cho thương mại quốc tế phát triển cả về chiều rộng lẫn chiều sâu. Kết quả là tốc độ tăng trưởng của thương mại quốc tế lớn hơn nhiều so với tốc độ tăng trưởng sản xuất, trong đó thương mại nội ngành đã đóng góp đáng kể vào tốc độ tăng trưởng của mậu dịch quốc tế.

Trong bối cảnh đó, việc Việt Nam gia nhập ASEAN vào năm 1995, APEC vào năm 1998, ký hiệp định thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ năm 2000 và gia nhập WTO vào năm 2007 thể hiện mục tiêu và ý chí của mình trong việc điều chỉnh chính sách thương mại quốc tế theo hướng tự do hóa và hội nhập quốc tế. Những biến đổi tích cực này đã góp phần mang lại nhiều thành tựu to lớn cho Việt Nam, đặc biệt là trong quan hệ thương mại giữa Việt Nam và các nước trên thế giới. Nếu như kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam chỉ đạt 692,7 triệu USD vào năm 1985, thì con số này đã lên tới 5,6 tỷ USD năm 1995 và 55,85 tỷ USD năm 2009. Tương tự như vậy, kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ phần còn lại của thế giới cũng tăng nhanh, từ 1,8 tỷ USD năm 1985 lên 8,4 tỷ USD năm 1995 và 85 tỷ USD năm 2009. Đây cũng chính là những dấu hiệu tốt đối với Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.

Thực tế đã cho thấy, trong thương mại quốc tế giữa các quốc gia thì thương mại nội ngành ngày càng trở nên quan trọng. Thương mại nội ngành có thể được hiểu là xuất khẩu và nhập khẩu đồng thời hàng hóa trong cùng một nhóm ngành. Lý thuyết Heckscher - Ohlin về thương mại quốc tế (dựa trên lợi tức không đổi theo quy mô, sản phẩm đồng nhất và cạnh tranh hoàn

hảo) không thể giải thích được hiện tượng thương mại nội ngành. Để xác định mức độ thương mại nội ngành các nhà kinh tế đã xây dựng các mô hình mà mở rộng cạnh tranh không hoàn hảo sang một nền kinh tế mở với các giả định về lợi thế theo quy mô, khác biệt hóa sản phẩm và sở thích của người tiêu dùng về nhiều loại hàng hóa. (Krugman, 1979; Lancaster, 1980).

Trên thực tế, tỷ trọng thương mại nội ngành giữa các quốc gia trong cùng một khối liên kết, các quốc gia có sự tương đồng về mức thu nhập hoặc giữa các quốc gia tồn tại cầu chùng chéo thường lớn hơn so với tỷ trọng tương ứng giữa các quốc gia không cùng một khối liên kết do tận dụng được lợi thế theo quy mô.

Cho đến nay, đã có nhiều công trình nghiên cứu về thương mại nội ngành (Greenaway và cộng sự, 1995; Zhang và Clark, 2009). Nhìn chung, các nghiên cứu về thương mại nội ngành có thể được chia thành hai nhóm. Nhóm thứ nhất tập trung vào việc giải thích sự tồn tại của thương mại nội ngành trên phương diện lý thuyết (Krugman, 1979; Lancaster, 1980). Nhóm thứ hai tập trung vào đo lường và phân tích thương mại nội ngành về mặt thực nghiệm (Grubel và Lloyd, 1975). Tuy nhiên, cho đến thời điểm này vẫn còn rất ít các công trình nghiên cứu về thương mại nội ngành, đặc biệt là thương mại nội ngành theo chiều ngang và thương mại nội ngành theo chiều dọc, giữa Việt Nam với các nước trên thế giới. Xuất phát từ thực tế đó, tôi tiến hành thực hiện đề tài ***“Các yếu tố tác động đến thương mại nội ngành chế biến của Việt Nam”***.

2. Mục tiêu nghiên cứu

2.1. Mục tiêu chung

Phân tích cơ cấu và các yếu tố tác động đến thương mại nội ngành chế biến giữa Việt Nam với một số nước trên thế giới, sử dụng phương pháp phân tích số liệu mảng.