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

NGUYỄN THỊ THANH HUYỀN

TĂNG CƯỜNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI CỦA TỈNH THÁI NGUYÊN

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

CHUYÊN NGÀNH: QUẢN LÝ KINH TẾ

THÁI NGUYÊN - 2015

Số hóa bởi Trung tâm Học liệu – ĐHTN http://www.lrc.tnu.edu.vn

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

NGUYỄN THỊ THANH HUYỀN

TĂNG CƯỜNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI CỦA TỈNH THÁI NGUYÊN

Chuyên ngành: Quản lý kinh tế
Mã số: 60.34.04.10

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học: GS. TS. ĐỖ ĐỨC BÌNH

THÁI NGUYÊN - 2015

Số hóa bởi Trung tâm Học liệu – ĐHTN http://www.lrc.tnu.edu.vn

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan rằng đây là công trình nghiên cứu của tôi. Những số liệu và kết quả nghiên cứu là trung thực và chưa từng được sử dụng trong bất cứ luận văn, luận án nào.

Tôi xin cam đoan rằng mọi sự giúp đỡ trong quá trình thực hiện luận văn đều đã được cám ơn và các thông tin trích dẫn trong luận văn đều được chỉ rõ nguồn gốc.

Thái Nguyên, ngày tháng năm 2015

Học viên thực hiện

Nguyễn Thị Thanh Huyền

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành luận văn này, trước tiên tôi xin chân thành cảm ơn Ban Giám hiệu Trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh Thái Nguyên, các thầy cô giáo, đặc biệt là các thầy cô giáo trong Khoa Quản lý kinh tế, những người đã trang bị cho tôi những kiến thức cơ bản và những định hướng đúng đắn trong học tập và tu dưỡng đạo đức, tạo tiền đề tốt để tôi học tập và nghiên cứu.

Đặc biệt, tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới GS.TS. Đỗ Đức Bình - Trường ĐH Kinh tế Quốc Dân - Người thầy đã dành nhiều thời gian và tâm huyết, tận tình hướng dẫn chỉ bảo cho tôi trong suốt quá trình nghiên cứu và thực hiện đề tài.

Tôi xin chân thành cảm ơn Trung tâm xúc tiến thương mại tỉnh Thái Nguyên, Sở công thương tỉnh Thái Nguyên đã cung cấp những thông tin cần thiết và giúp đỡ tôi trong quá trình nghiên cứu và thực hiện đề tài.

Cuối cùng, tôi xin chân thành cảm ơn gia đình, người thân và bạn bè đã quan tâm giúp đỡ, động viên và tạo điều kiện cho tôi trong học tập, tiến hành nghiên cứu và hoàn thành đề tài này.

Xin chân thành cảm ơn!

Thái Nguyên, ngày tháng năm 2015

Học viên thực hiện

Nguyễn Thị Thanh Huyền

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN i
LỜI CẢM ƠN ii
MỤC LỤC iii
DANH MỤC VIẾT TẮT vi
DANH MỤC CÁC BẢNG vii
DANH MỤC HÌNH, SƠ ĐỒ viii
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 2
4. Ý nghĩa khoa học của luận văn và đóng góp mới của luận văn 3
5. Kết cấu của luận văn 3
Chương 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI 4
1.1. Cơ sở lý luận về xúc tiến thương mại 4
1.1.1. Khái niệm và vai trò của xúc tiến thương mại 4
1.1.2. Nội dung hoạt động xúc tiến thương mại cấp Tỉnh/ Thành phố 10
1.1.3. Hình thức xúc tiến thương mại cấp Tỉnh/Thành phố 16
1.1.4. Mối quan hệ giữa xúc tiến thương mại cấp Tỉnh/ Thành phố và xúc tiến thương mại của doanh nghiệp 19
1.1.5. Các nhân tố ảnh hưởng đến xúc tiến thương mại của một Tỉnh/ Thành phố 19
1.2. Cơ sở thực tiễn về xúc tiến thương mại 22
1.2.1. Kinh nghiệm xúc tiến thương mại của một số nước trên thế giới 23
1.2.2. Kinh nghiệm xúc tiến thương mại của một số Tỉnh/ Thành phố trong cả nước 26
1.2.3. Bài học rút ra cho xúc tiến thương mại tỉnh Thái Nguyên 28

Chương 2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU 30
2.1. Câu hỏi nghiên cứu 30
2.2. Các phương pháp nghiên cứu cụ thể 30
2.2.1. Phương pháp chọn điểm nghiên cứu 30
2.2.2. Phương pháp thu thập thông tin 30
2.2.3. Phương pháp tổng hợp thông tin 31
2.2.4. Phương pháp phân tích thông tin 31
2.3. Hệ thống chỉ tiêu nghiên cứu 33
2.3.1. Nhóm chỉ tiêu định lượng 33
2.3.2. Nhóm chỉ tiêu định tính 34
Chương 3. THỰC TRẠNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI CỦA TỈNH THÁI NGUYÊN TRONG GIAI ĐOẠN 2011 - 2014 35
3.1. Điều kiện tự nhiên, kinh tế, xã hội của tỉnh Thái Nguyên 35
3.1.1. Điều kiện tự nhiên 35
3.1.2. Điều kiện xã hội 37
3.1.3. Thực trạng phát triển kinh tế - xã hội 39
3.2. Thực trạng xúc tiến thương mại của tỉnh Thái Nguyên giai đoạn trong 2011 - 2014 45
3.2.1. Khái quát về trung tâm XTTM tỉnh Thái Nguyên 45
3.2.2. Thực trạng XTTM của tỉnh Thái Nguyên trong giai đoạn 2011 - 201448
3.3. Đánh giá chung về xúc tiến thương mại của tỉnh Thái Nguyên trong giai đoạn 2011 - 2014 58
3.3.1. Những kết quả đạt được chủ yếu 58
3.3.2. Một số hạn chế và nguyên nhân 62
Chương 4. GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI CỦA TỈNH THÁI NGUYÊN 69
4.1. Bối cảnh mới của quốc tế và quốc gia ảnh hưởng đến thương mại và xúc tiến thương mại của tỉnh Thái Nguyên 70

4.1.1. Thay đổi trong môi trường thương mại quốc tế và quốc gia 70
4.1.2. Thuận lợi và khó khăn trong hoạt động kinh doanh thương mại của tỉnh Thái Nguyên 74
4.2. Định hướng và quan điểm tăng cường xúc tiến thương mại của tỉnh Thái Nguyên 76
4.2.1.Mục tiêu chương trình xúc tiến thương mại 76
4.2.2. Định hướng tăng cường xúc tiến thương mại của tỉnh Thái Nguyên ... 76
4.2.3. Quan điểm tăng cường XTTM của tỉnh Thái Nguyên 77
4.3. Giải pháp tăng cường xúc tiến thương mại của tỉnh Thái Nguyên 78
4.3.1. Xây dựng Chương trình XTTM định hướng xuất khẩu hàng hóa cho từng giai đoạn 78
4.3.2. Đẩy mạnh áp dụng các hình thức XTTM tiên tiến, hiện đại bên cạnh tiếp tục thực hiện các hình thức XTTM truyền thống 79
4.3.3. Tăng cường nguồn nhân lực XTTM 80
4.3.4. Tăng cường nguồn kinh phí cho hoạt động XTTM 81
4.3.5. Phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ XTTM 82
4.3.6. Nâng cao chất lượng và hiệu quả của các hoạt động thu thập, tuyên truyền, quảng bá, cung cấp, khai thác thông tin 83
4.3.7. Tăng cường phối hợp giữa XTTM, xúc tiến du lịch và xúc tiến đầu tư 84
4.3.8. Đẩy mạnh công tác liên kết, phối hợp trong hoạt động XTTM 84
4.4. Kiến nghị những điều kiện thực hiện giải pháp 85
4.4.1. Đối với cơ quan quản lý Nhà nước 85
4.4.2. Đối với các doanh nghiệp trong tỉnh 87
KẾT LUẬN 89
TÀI LIỆU THAM KHẢO 91

DANH MỤC VIẾT TẮT

Bảng 1: Danh mục các chữ viết tắt tiếng Việt

Chữ viết tắt	Tên đầy đủ
CNTT	Công nghệ thông tin
DN	Doanh nghiệp
HCTL	Hội chợ, triển lãm
KCHT	Kết cấu hạ tầng
TDMN	Trung du miền núi
TMĐT	Thương mại điện tử
XTTM	Xúc tiến thương mại
UBND	Uỷ ban nhân dân

Bảng 2: Danh mục các chữ viết tắt tiếng Anh

Chữ viết tắt	Tên tiếng Anh đầy đủ	Nghĩa tiếng Việt
CETRA	China External Trade Development Council	Hội đồng Phát triển Thương mại ngoại thương Trung Quốc
DEP	Department of Export Promotion	Cục Xúc tiến xuất khẩu Thái Lan
GDP	Gross Domestic Product	Tổng sản phẩm quốc nội
GRDP	Gross Regional Domestic Product	Tổng sản phẩm trên địa bàn tỉnh
ITC	International Trade Centre	Trung tâm thương mại quốc tế
JETRO	Japan External Trade Organization	Tổ chức XTTM ngoại thương Nhật Bản
VCCI	Vietnam Chamber of Commerce and Industry	Phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam

WTO	World Trade Organization	Tổ chức thương mại thế giới

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 1.1: XTTM - Quan niệm cơ bản 5
Bảng 3.1: Tổng sản phẩm trong tỉnh (GRDP) theo giá hiện hành..... 40
Bảng 3.2: Cơ cấu kinh tế các ngành tỉnh Thái Nguyên 40
Bảng 3.3: Tốc độ tăng trưởng kinh tế các ngành tỉnh Thái Nguyên..... 41
Bảng 3.4: Kim ngạch xuất khẩu theo mặt hàng tỉnh Thái Nguyên..... 42
Bảng 3.5: Tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tỉnh Thái Nguyên..... 43
Bảng 3.6: Kết quả hoạt động đào tạo, tập huấn XTTM..... 55
Bảng 3.7: Kinh phí hoạt động XTTM tỉnh Thái Nguyên 68

DANH MỤC HÌNH, SƠ ĐỒ

HÌNH

Hình 1.1: Quy trình thực hiện nghiên cứu thị trường 13
Hình 3.1: Cơ cấu đào tạo, tập huấn XTTM..... 55
Hình 3.2: Số gian hàng và số doanh nghiệp tham gia HCTL 58

SƠ ĐỒ

Sơ đồ 3.1: Sơ đồ bộ máy tổ chức của Trung tâm XTTM Thái Nguyên 47