

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ – LUẬT**

**CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN XUẤT KHẨU  
ĐỒ GỖ VIỆT NAM THÔNG QUA MÔ HÌNH  
HẤP DẪN THƯƠNG MẠI**

**ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT LUẬN ÁN TIẾN SĨ**

**TP.HỒ CHÍ MINH – NĂM 2017**



## MỤC LỤC

<b>1. Lý do nghiên cứu</b> .....	1
<b>2. Tổng quan nghiên cứu</b> .....	4
2.1. Tổng quan nghiên cứu sử dụng mô hình hấp dẫn trong thương mại quốc tế .....	4
2.2. Tổng quan nghiên cứu liên quan xuất khẩu đồ gỗ .....	9
2.3. Tổng quan nghiên cứu sử dụng mô hình hấp dẫn thương mại trong nghiên cứu về xuất khẩu đồ gỗ .....	11
2.4. Khoảng trống nghiên cứu và hướng đi của đề tài .....	12
<b>3. Mục tiêu nghiên cứu</b> .....	2
3.1. Mục tiêu chung .....	2
3.2. Mục tiêu cụ thể .....	2
<b>4. Câu hỏi nghiên cứu</b> .....	3
<b>5. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu</b> .....	3
5.1. Đối tượng nghiên cứu .....	3
5.2. Phạm vi nghiên cứu .....	4
<b>6. Cơ sở lý thuyết và khung phân tích</b> .....	15
6.1. Lý thuyết mô hình hấp dẫn trong thương mại quốc tế .....	15
6.2. Các yếu tố tác động đến xuất khẩu đồ gỗ .....	17
6.3. Mô hình nghiên cứu đề xuất .....	20
6.4. Khung phân tích của luận án .....	26
<b>7. Phương pháp và dữ liệu nghiên cứu</b> .....	26
7.1. Phương pháp nghiên cứu định tính .....	26
7.2. Phương pháp nghiên cứu định lượng .....	27
7.3. Dữ liệu nghiên cứu .....	27
<b>8. Kết cấu dự kiến luận án</b> .....	27
<b>9. Tài liệu tham khảo</b> .....	29

## 1. LÝ DO NGHIÊN CỨU

Cùng với sự thay đổi trong chính sách đối ngoại và hội nhập quốc tế, Việt Nam đã trở thành một trong những quốc gia có tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cao nhất thế giới. Kim ngạch xuất khẩu trong giai đoạn 2001-2016 tăng trưởng cao, giá trị xuất khẩu tăng gần 12 lần, từ 15 tỷ USD năm 2001 lên 176 tỷ năm 2016, trung bình cứ sau 4 năm kim ngạch xuất khẩu tăng gấp đôi. So với tăng trưởng GDP, tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu cao hơn rất nhiều, tỷ lệ kim ngạch xuất khẩu/GDP tăng lên từ 43% năm 2001 lên 81,5% năm 2016 (tính toán từ số liệu Tổng cục thống kê năm 2001, 2016). Các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam tương đối đa dạng với hàng nghìn sản phẩm khác nhau, từ sản phẩm thô đến sản phẩm chế biến, sản phẩm công nghệ cao. Trong giai đoạn 2001-2016, nhiều mặt hàng xuất khẩu có tốc độ tăng trưởng cao, trong thời gian ngắn đã chiếm vị trí đặc biệt trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam, như: điện thoại, các linh kiện điện thoại, máy tính và các sản phẩm điện tử. Các mặt hàng xuất khẩu truyền thống như giày dép, dệt may, đồ gỗ cũng duy trì được tốc độ tăng trưởng cao và ngày càng chứng tỏ tầm quan trọng trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam. Các sản phẩm nông nghiệp, thủy sản vẫn duy trì được đà tăng trưởng xuất khẩu với tốc độ chậm nhưng ổn định, trong khi các mặt hàng thô đã giảm đi nhanh chóng trong cơ cấu xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian gần đây. Trong số đó, có thể thấy nhóm ngành điện tử, điện thoại hầu như do các công ty có vốn FDI nắm giữ thị phần, ngành dệt may và giày dép chủ yếu xuất khẩu theo phương thức gia công với giá trị gia tăng thấp, ngành nông sản thường bị ảnh hưởng lớn và bấp bênh trước sự biến đổi của thời tiết và giá cả nước ngoài. Trong khi ngành hàng đồ gỗ ít có sự biến động, kim ngạch xuất khẩu tăng mạnh qua các năm và mang lại giá trị gia tăng cao cho đất nước.

Trong gần 10 năm gần đây, xuất khẩu đồ gỗ và lâm sản của Việt Nam đã có sự tăng trưởng nhanh và liên tục. Theo Bộ công thương (2017), tổng kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam trong năm 2016 đạt gần 7 tỷ USD, đứng thứ 6 trong nhóm các mặt hàng/ngành hàng xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ đạt 5,12 tỷ USD, chiếm 73,3% tổng kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của toàn ngành. Xét dưới góc độ lợi thế so sánh khi tham gia thương mại quốc tế theo chỉ số lợi thế so sánh hiển thị RCA, trong khi các ngành hàng chủ lực khác của Việt Nam có sự biến động tăng giảm chỉ số lợi thế so sánh qua các

năm thì gỗ và các sản phẩm gỗ là ngành hàng duy nhất trong số các ngành hàng có lợi thế so sánh của Việt Nam tăng liên tục từ năm 2001 đến nay.

Có được sự thành công lớn trong xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ như nêu trên, đã có nhiều nhận định và giải thích các nguyên nhân từ nhiều nhà khoa học cũng như các nhà lãnh đạo của Việt Nam. Sự thành công đó có thể xuất phát từ việc Việt Nam đã có những chủ trương, chính sách tạo điều kiện thuận lợi, tháo gỡ khó khăn cho các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế cùng tham gia cạnh tranh, phát triển lành mạnh. Cũng có thể ngành gỗ thành công là do các doanh nghiệp đã rất năng động, sáng tạo, đầu tư thiết bị công nghệ chế biến gắn với thị trường hay việc mở rộng được thị trường xuất khẩu sang nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới là do nước ta có sự mở cửa ngày càng sâu rộng hơn. Nhiều ý kiến cũng nhận định một nguyên nhân giúp ngành hàng đồ gỗ có thể cạnh tranh tốt hơn và có kim ngạch xuất khẩu cao là do nguồn nguyên liệu trong nước ổn định và tạo được sự cạnh tranh về giá cả phục vụ ngành sản xuất chế biến đồ gỗ tốt hơn. Tuy nhiên, những nhận định trên chỉ xuất phát từ những quan điểm chủ quan và quan sát thống kê, chưa dựa trên những luận cứ khoa học về sự tương quan giữa các yếu tố giải thích với giá trị xuất khẩu đồ gỗ. Bên cạnh đó, nhiều nghiên cứu và số liệu thống kê cũng cho thấy ngành chế biến và xuất khẩu đồ gỗ Việt Nam cũng còn nhiều hạn chế như phụ thuộc nguyên liệu nước ngoài, khâu thiết kế còn yếu, vận hành chuỗi giá trị ngành gỗ còn nhiều điểm nghẽn. Do đó, nghiên cứu *Các yếu tố tác động đến xuất khẩu đồ gỗ Việt Nam thông qua mô hình hấp dẫn thương mại* cho phép chỉ ra và lượng hóa mức độ tác động của các yếu tố đến xuất khẩu đồ gỗ Việt Nam. Kết quả nghiên cứu đó cùng với những nghiên cứu định tính chuyên sâu sẽ làm cơ sở vững chắc cho việc xây dựng hệ thống các giải pháp để đẩy mạnh xuất khẩu cho ngành chế biến gỗ Việt Nam trong thời gian tới.

## **2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU**

### **2.1. Tổng quan nghiên cứu sử dụng mô hình hấp dẫn trong thương mại quốc tế**

#### **2.1.1. Nghiên cứu nước ngoài**

*Thứ nhất*, dưới góc độ sử dụng mô hình hấp dẫn thương mại để nghiên cứu xuất khẩu của một quốc gia ra thị trường thế giới, *Kristjánsdóttir (2005)* đã xác định và đo lường mức độ tác động của GDP và dân số Iceland, GDP và dân số các đối tác nhập

khẩu, khoảng cách của các nước, sự tham gia vào các hiệp định thương mại tự do của các nước lên xuất khẩu chung của Iceland và một số lĩnh vực sản xuất riêng; các yếu tố này cũng được sử dụng để nghiên cứu dòng chảy thương mại của An ba ni (*Sejdini và Kraja, 2014*), dòng xuất khẩu của Nicaragua (*Díaz, 2013*), hay xuất khẩu của Trung Quốc (*Gu, 2005*). *Nghiên cứu của Weckström (2013)* cũng dùng mô hình lực hấp dẫn để kiểm định và đo lường mức độ tác động của các yếu tố lên xuất khẩu chung của Nga và một số lĩnh vực riêng như xuất khẩu dầu và khí ga. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu cho thấy khoảng cách giữa các quốc gia không có ý nghĩa trong mô hình, trong khi biến tỷ giá hối đoái thực lại có tác động dương lên xuất khẩu. *Nghiên cứu của Hai Tho (2013)* đã bổ sung vào mô hình yếu tố đầu tư trực tiếp vào nước xuất khẩu, thu nhập bình quân đầu người của nước nhập khẩu là những yếu tố có tác động đến xuất khẩu của một quốc gia khi nghiên cứu trường hợp xuất khẩu của Việt Nam. *Camacho (2013)* nghiên cứu thương mại của Bồ Đào Nha với thế giới trong bối cảnh hội nhập, ngoài các biến trong mô hình hấp dẫn thương mại truyền thống, tác giả đã kiểm định thêm được các biến về đường biên giới chung và ngôn ngữ sử dụng cũng có tác động nhất định lên luồng thương mại của quốc gia này. *A.Elshehawy & cộng sự (2014)* nghiên cứu xuất khẩu tại Ai Cập cũng cho kết quả khoảng cách giữa các quốc gia không có ý nghĩa, trong khi các yếu tố về GDP, dân số, hiệp định thương mại tự do và mối quan hệ giữa Ai Cập và các đối tác là các yếu tố tác động đến xuất khẩu của Ai Cập. *Nghiên cứu của Antonio & Troy (2014)* đưa ra kết luận GDP, khoảng cách, ngôn ngữ, tỷ giá, lịch sử quan hệ thương mại quốc tế sẽ tác động lên thương mại của Caricum. Tương tự, xuất khẩu của Ấn độ cũng chịu tác động của những yếu tố theo nghiên cứu của Antonio & Troy và bổ sung thêm yếu tố quốc gia nhập khẩu có đường biên giới chung với quốc gia xuất khẩu (*Suresh K G & N.Aswal, 2014*).

*Thứ hai*, dưới góc độ sử dụng mô hình hấp dẫn thương mại để nghiên cứu xuất khẩu của quốc gia đến một khu vực nhất định hay một quốc gia khác, *Gil Seong Kang (2014)* đã chỉ ra rằng xuất khẩu của Hàn Quốc vào các nước Châu Phi bị tác động bởi các yếu tố khoảng cách địa lý, quốc gia nhập khẩu có giáp biển, thuế nhập khẩu, chỉ số giao dịch thương mại và số dân cư của Hàn Quốc ở nước nhập khẩu. Một nghiên cứu khác lại cho thấy GDP của các quốc gia, dân số của các nước nhập khẩu, số dân của nước xuất khẩu tại nước nhập khẩu, diện tích đất nông nghiệp, khoảng cách địa lý và sự tham gia của các nước vào hiệp định thương mại là các yếu tố tác động lên xuất

khẩu nông sản của Thổ Nhĩ Kỳ vào Liên minh Châu Âu (*Erdem & Nazlioglu, 2014*). Nghiên cứu của *Zhang & Wang (2015)* cũng chỉ ra xuất khẩu của Trung Quốc vào các quốc gia Asean chịu ảnh hưởng của các yếu tố GDP các nước, khoảng cách địa lý, đường biên giới chung, ngôn ngữ sử dụng, và sự tham gia vào các FTA.

*Thứ ba*, dưới góc độ dựa trên mô hình hấp dẫn thương mại để nghiên cứu xuất khẩu của ngành và sản phẩm cụ thể, *M. Sevela (2002)* đã chỉ ra thu nhập của quốc gia, khoảng cách giữa các quốc gia là những yếu tố tác động lên xuất khẩu nông sản của Cộng hòa Czech. *Ly và Zang (2008)* lại chỉ ra GDP của nước xuất khẩu, hỗ trợ vốn và rừng, thành viên của APEC, tham gia của Trung Quốc vào WTO, thuế nhập khẩu là các yếu tố ảnh hưởng đến nhập khẩu giấy và bột giấy của Trung Quốc. Một nghiên cứu khác cũng kết luận GDP, tỷ giá, khoảng cách, sự tham gia vào các tổ chức thương mại là những yếu tố tác động đến xuất khẩu nông sản của những quốc gia đang phát triển (*Khiyav & cộng sự, 2013*). Trong khi đó, các yếu tố tác động đến GDP, dân số, mối quan hệ láng giềng, ngôn ngữ sử dụng và quốc gia nhập khẩu có giáp biên lại tác động đến xuất khẩu nho khô của Thổ Nhĩ Kỳ (*Miran, 2013*). *M. Ebaidalla và A. Abdalla (2015)* lại phát hiện xuất khẩu nông sản của Sudan ngoài bị tác động bởi các yếu tố GDP, dân số, khoảng cách, tỷ giá, còn bị tác động bởi yếu tố chính sách hỗ trợ và các quốc gia nhập khẩu có nói tiếng Ả Rập hay không. Một nghiên cứu khác cho thấy xuất khẩu cà phê của Ethiopia chỉ bị tác động bởi các yếu tố GDP, khoảng cách và dân số (*Oumer và P. Nvåeeswara, 2015*). *G. Dlamini & cộng sự (2016)* nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu đường của Swaziland đã bổ sung vào mô hình hấp dẫn thương mại các yếu tố dân số, sự mở cửa của các nền kinh tế, tỷ giá đối đoái, diện tích đất sản xuất và ngôn ngữ sử dụng.

*Thứ tư*, dưới góc độ sử dụng mô hình hấp dẫn thương mại để dự báo tiềm năng thương mại, *Butt (2008)* cơ bản dựa trên các yếu tố của mô hình hấp dẫn thương mại để nghiên cứu tiềm năng xuất khẩu của Pakistan ra các nước, trong đó bổ sung thêm biến ngôn ngữ sử dụng của các đối tác. Cũng nhằm mục đích dự báo tiềm năng xuất khẩu, nghiên cứu dưới sự chủ trì của Bộ công nghiệp và thương mại Nam Phi đã xác định thu nhập của các đối tác nhập khẩu, khoảng cách địa lý, ngôn ngữ sử dụng, sự tham gia vào hiệp định tự do và chính sách thương mại là các yếu tố sẽ tác động lên tiềm năng xuất khẩu của Nam Phi (*DTI of South Africa, 2003*). Trong khi đó, *Genç và Law (2014)* lại dựa trên nền tảng mô hình hấp dẫn thương mại để nghiên cứu sâu về

các yếu tố thuế quan và phi thuế quan tác động lên thương mại quốc tế của New Zealand.

### **2.1.2. Nghiên cứu trong nước**

*Thứ nhất*, các nghiên cứu về tổng thể xuất khẩu của quốc gia ra thị trường thế giới, tác giả *Trần Trung Hiếu và Phạm Thị Thanh Thủy (2010)* cũng đã ứng dụng mô hình lực hấp dẫn trong thương mại quốc tế và các nghiên cứu thực nghiệm liên quan để xác định và đo lường các yếu tố tác động đến xuất khẩu của Việt Nam. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng các yếu tố GDP của Việt Nam và các nước nhập khẩu, khoảng cách giữa các nước, tỷ giá hối đoái, đầu tư FDI của các nước vào Việt Nam và các biến thể hiện mức độ mở cửa thương mại của các nước có tác động đến luồng xuất khẩu của Việt Nam. Cũng với cách tiếp cận từ mô hình này, *Đào Ngọc Tiến (2013)* đã nghiên cứu ảnh hưởng của các nhân tố tới luồng xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và các nước TPP. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra các nhân tố tác động bao gồm GDP, dân số, khoảng cách giữa các nước, tỷ giá hối đoái, thuế xuất nhập khẩu giữa các nước và mức độ mở của các nước TPP. *Phạm Văn Nhó và Vũ Thanh Hương (2014)* đã dựa trên mô hình trọng lực<sup>1</sup> để xác định và đo lường mức độ tác động của các yếu tố GDP của Việt Nam và các đối tác, khoảng cách địa lý, tỷ giá hối đoái thực, mối quan hệ thuộc địa giữa Việt Nam với các thành viên Châu Âu và các nước Châu Âu có là thành viên của Hội đồng tương trợ kinh tế lên dòng thương mại dịch vụ của Việt Nam và liên minh Châu Âu. Một nghiên cứu khác cho thấy dòng chảy thương mại của Việt Nam vào 11 nước TPP bị tác động bởi yếu tố GDP, khoảng cách, tỷ giá hối đoái và sự tham gia của các nước vào các tổ chức thương mại (*Nguyễn Việt Tiến, 2016*). Nghiên cứu của *Viện nghiên cứu quản lý kinh tế TW (2016)* về sự phụ thuộc kinh tế giữa Việt Nam và Trung Quốc cũng đã dựa trên mô hình trọng lực để chỉ ra các yếu tố về khoảng cách địa lý, GDP, GDP/đầu người của các quốc gia, tỷ giá hối đoái, lạm phát, dân số sẽ tác động đến luồng xuất khẩu của Việt Nam.

*Thứ hai*, các nghiên cứu về xuất khẩu một dòng sản phẩm cụ thể vào thị trường thế giới, *Trần Nhuận Kiên và Ngô Thị Mỹ (2015)* đã lấy mô hình lực hấp dẫn trong thương mại quốc tế làm nền tảng để xác định các yếu tố tác động đến luồng xuất khẩu nông sản của Việt Nam ra nước ngoài. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra các yếu tố về GDP của

---

<sup>1</sup> Một cách dịch khác của mô hình hấp dẫn trong thương mại quốc tế (Gravity Model)



Việt Nam và các nước nhập khẩu, dân số, khoảng cách địa lý, diện tích đất nông nghiệp, tỷ giá hối đoái và sự mở cửa thương mại của Việt Nam là những yếu tố tác động mạnh mẽ lên luồng xuất khẩu nông sản của Việt Nam. *Trần Thanh Long và Phan Thị Huỳnh Hoa (2015)* cũng dựa trên cách tiếp cận này để xác định các yếu tố tác động đến xuất khẩu thủy sản Việt Nam. Nghiên cứu này đã chỉ ra GDP của Việt Nam và các nước đối tác, khoảng cách giữa các nước, tỷ giá hối đoái, sự tham gia vào các hiệp định thương mại của các nước đối tác và Việt Nam là các nhân tố tác động đến giá trị xuất khẩu thủy sản của Việt Nam. Một nghiên cứu khác của *Ngô Thị Mỹ (2016)* đã phát hiện thêm các yếu tố dân số, lạm phát, diện tích đất sản xuất cũng có tác động cùng chiều hoặc ngược chiều lên luồng xuất khẩu mặt hàng gạo và cà phê của Việt Nam. Bên cạnh đó, tác giả này cũng chỉ ra biến khoảng cách địa lý giữa Việt Nam và các nước đối tác nhập khẩu không có ý nghĩa trong mô hình nghiên cứu của mình. *Trần Thị Bạch Yến và Trương Thị Thanh Thảo (2017)* lại chỉ ra rằng chỉ có GDP của nước xuất khẩu, khoảng cách kinh tế, khoảng cách về trình độ phát triển, lạm phát, diện tích đất nông nghiệp, dân số của nước nhập khẩu là các yếu tố tác động đến xuất khẩu gạo của Việt Nam đến các nước Asean.

*Thứ ba*, các nghiên cứu tập trung vào đánh giá tác động của hội nhập kinh tế lên luồng thương mại quốc tế của Việt Nam. Nghiên cứu của *Nguyễn Tiến Dũng (2011)* dựa trên mô hình hấp dẫn trong thương mại để đánh giá tác động của hiệp định thương mại tự do ASEAN - Hàn Quốc đến dòng xuất nhập khẩu của Việt Nam thông qua việc bổ sung vào mô hình các biến giả thể hiện sự tác động của hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam là Hiệp định thương mại tự do Asean (AFTA), Asean – Trung Quốc, Asean – Nhật Bản, Asean – Hàn Quốc. *Nguyễn Anh Thu (2012)* lại sử dụng mô hình này để đánh giá tác động của hội nhập kinh tế của Việt Nam theo Hiệp định Thương mại Tự do ASEAN (AFTA) và Hiệp định đối tác kinh tế Việt Nam-Nhật Bản tới thương mại hai chiều của Việt Nam. Các biến phụ thuộc vẫn được nghiên cứu trên nền tảng của mô hình hấp dẫn thương mại bao gồm GDP, khoảng cách giữa các quốc gia, thu nhập bình quân đầu người, tỷ giá hối đoái thực và các biến giả thể hiện sự mở cửa của Việt Nam với Asean và Việt Nam với Nhật Bản. *Nguyễn Anh Thu & cộng sự (2015)* tiếp tục sử dụng mô hình hấp dẫn thương mại để phân tích tác động của các hoạt động hội nhập trong Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC) đến luồng thương mại hàng hóa và dịch vụ của Việt Nam. Kết quả mô hình cho thấy hội nhập thương mại hàng hóa và

thương mại dịch vụ trong AEC đã có tác động tích cực tới cả xuất khẩu và nhập khẩu của Việt Nam bên cạnh những yếu tố truyền thống như GDP, khoảng cách giữa các quốc gia.

*Thứ tư*, các nghiên cứu khác dựa trên nền tảng mô hình hấp dẫn trong thương mại quốc tế. Nghiên cứu của *Từ Thúy Anh và Đào Nguyên Thắng (2008)* đã đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ tập trung thương mại của Việt Nam với các nước ASEAN+3 dựa trên mô hình hấp dẫn thương mại. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng sự tăng trưởng GDP của Việt Nam và các nước đối tác là yếu tố then chốt ảnh hưởng đến mức độ tập trung thương mại của Việt Nam, nhân tố khoảng cách không ảnh hưởng đến sự tập trung thương mại nhưng có ảnh hưởng nhất định đến xuất khẩu, sự gia nhập vào Asean+3 không có tác động lớn đến thương mại của Việt Nam sang các nước này. *Võ Thy Trang (2012)* lại vận dụng mô hình trọng lực trong đo lường thương mại nội ngành hàng chế biến giữa Việt Nam với một số nước thành viên thuộc APEC. Kết quả cho thấy bên cạnh những yếu tố mà các nghiên cứu trước đây đã phát hiện ra là GDP, dân số, khoảng cách, tỷ giá hối đoái, độ mở cửa của nền kinh tế thì các biến mức độ tập trung thương mại và quốc gia có giáp biên hay không là những yếu tố tác động tích cực lên thương mại nội ngành giữa Việt Nam và các nước APEC.

## **2.2. Tổng quan các nghiên cứu liên quan xuất khẩu đồ gỗ**

### **2.2.1. Nghiên cứu nước ngoài**

*Thứ nhất*, các nghiên cứu định lượng về các yếu tố tác động lên xuất khẩu đồ gỗ, *H.Cohen (2003)* đã lượng hóa và kiểm định bằng mô hình định lượng để chứng minh sự tác động của yếu tố hàng rào thương mại đến ngành sản xuất và thương mại xuất khẩu ngành gỗ xẻ của Canada. Tương tự, *A.Turner (2008)*, *Katz (2006, 2008)* bằng mô hình nghiên cứu định lượng đã kết luận các hàng rào thương mại có tác động nhất định đến xuất khẩu các sản phẩm gỗ từ New Zealand đến Mỹ, Trung Quốc và Nhật Bản. *L.Sun & cộng sự (2010)* cũng đã lượng hóa mức độ tác động của yếu tố thuế quan và phi thuế quan lên thương mại các sản phẩm lâm sản của Canada. Kết quả cho thấy mặc dù các hàng rào phi thuế quan ít phổ biến hơn nhưng có mức tác động tương tự hoặc lớn hơn hàng rào thuế quan đến thương mại đồ gỗ. *Maplesden và Horgan (2016)* một lần nữa chứng minh hàng rào thương mại có tác động to lớn đến thương mại sản phẩm lâm sản của New Zealand bằng nghiên cứu định lượng. Bằng một cách tiếp cận khác, dựa trên khảo sát các doanh nghiệp, *L.Eastin & cộng sự (2004)* đã sử dụng

phương pháp định lượng bằng thống kê và kiểm định thống kê để đưa ra những đánh giá và kết luận các yếu tố về quy mô doanh nghiệp, kênh phân phối rút ngắn, sự đa dạng sản phẩm, đại diện chi nhánh tại Nhật Bản và mối quan hệ mật thiết với khách hàng Nhật Bản là những yếu tố quan trọng tác động đến sự thành công của xuất khẩu đồ gỗ của khu vực Pacific Northwest vào Nhật Bản. *Samsinar và Azizi Hj (2008)* thông qua mô hình hồi quy đã chứng minh được hoạt động quảng cáo (marketing) có mối quan hệ chặt chẽ đến xuất khẩu đồ gỗ nội thất của Malaysia.

*Thứ hai*, các nghiên cứu định tính kết hợp định lượng về xuất khẩu đồ gỗ, *Domson (2002)* dựa trên kỹ thuật phân tích SWOT và phân tích định lượng đã nhận ra khả năng tiếp cận khách hàng, hiểu biết quy định ở nước nhập khẩu, yêu cầu khắc khe từ những nhà nhập khẩu là những yếu tố cản trở xuất khẩu của gỗ của Gana và thị trường Mỹ. Cũng dựa trên kỹ thuật phân tích SWOT và kết hợp với mô hình dự báo, *Scudder (2012)* đã cho thấy khối lượng gỗ khai thác tiềm năng, khả năng sản xuất tiềm năng của các nhà máy ở Montana, khả năng phân phối và nhu cầu của các nhà nhập khẩu Trung Quốc sẽ có sự ảnh hưởng mật thiết đến xuất khẩu đồ gỗ của Montana vào thị trường Trung Quốc. Ở góc độ nghiên cứu cầu nhập khẩu, *Bvàara và Vlosky (2012)* đã phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến nhập khẩu đồ gỗ của nước Mỹ để từ đó đánh giá triển vọng cho các nước xuất khẩu đồ gỗ vào thị trường này. Với mô hình định lượng bằng phân tích nhân tố khám phá, tác giả đã chỉ ra chất lượng sản phẩm, mối quan hệ khách hàng lâu dài, thời gian giao hàng, giá cả và sự danh tiếng của nhà xuất khẩu là các yếu tố ảnh hưởng quan trọng đến sự lựa chọn các nhà cung ứng nước ngoài. Nghiên cứu này cũng khám phá ra chứng nhận chất lượng sản xuất (FSC, SFI, ISO 14000) không quan trọng trong việc chọn lựa đối tác cung ứng của các công ty nhập khẩu đồ gỗ Mỹ.

*Thứ ba*, các nghiên cứu định tính về xuất khẩu đồ gỗ, *Harun & cộng sự (2014)* dựa trên những phân tích định tính và thống kê mô tả đã chỉ ra những chính sách phát triển ngành chế biến gỗ của chính phủ, hoạt động nghiên cứu R&D và sự mở của thị trường là những yếu tố ảnh hưởng đến xu hướng và kim ngạch xuất khẩu gỗ và đồ gỗ của Malaysia. *Mukolaivna (2015)* cũng dựa trên những đánh giá và phân tích định tính đã đưa ra những kết luận về mức ảnh hưởng của an toàn sinh thái đến hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp chế biến đồ gỗ.

### **2.2.2. Nghiên cứu trong nước**

*Nghiên cứu của Vũ Thị Minh Ngọc và Hoàng Thị Ngọc Dung (2014)* bằng phương pháp nghiên cứu định tính với những thống kê mô tả đã chỉ ra rằng để phát triển thị trường xuất khẩu lâm sản nói chung và đồ gỗ nói riêng, Việt Nam cần tập trung vào chiến lược trồng rừng để cung cấp nguồn nguyên liệu gỗ, hỗ trợ nhà nước về chính sách phát triển ngành chế biến lâm sản, nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp và vận hành hiệu quả chuỗi giá trị sản xuất.

*Nghiên cứu của Vũ Thu Hương & cộng sự (2014)* cũng bằng những phân tích định tính, tác giả đã chỉ ra rằng sự hội nhập quốc tế của Việt Nam, đầu tư từ nước ngoài vào Việt Nam, sự tiếp cận với những thị trường có quy mô lớn, sự phụ thuộc nguồn nguyên liệu... sẽ là những yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động chế biến và xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam trong thời gian tới. Cũng với cách tiếp cận nghiên cứu định tính, *Trần Văn Hùng (2015)* cho rằng các yếu tố về nguồn lao động trong nước, đầu tư nước ngoài vào ngành chế biến gỗ, sự phát triển của ngành lâm nghiệp là những yếu tố tác động thuận lợi để phát triển sản xuất và xuất khẩu gỗ. Trong khi đó, các yếu tố nguồn nguyên liệu nhập khẩu, năng lực kỹ thuật công nghệ thấp của doanh nghiệp chế biến gỗ, sự cạnh tranh của các đối thủ là các yếu tố thách thức đến hoạt động chế biến và xuất khẩu gỗ.

*Nghiên cứu của Tô Xuân Phúc & cộng sự (2015)* về xuất khẩu dăm gỗ của Việt Nam 2012-2014 mặc dù chưa có những chứng minh bằng mô hình định lượng nhưng đã đưa ra những bàn luận sâu sắc về sự tác động của ngành dăm gỗ lên ngành đồ gỗ. Lập luận cho rằng sự phát triển của ngành dăm gỗ sẽ là nguyên nhân làm thiếu hụt nguồn cung nguyên liệu gỗ cho sản xuất các sản phẩm gỗ và cũng có ý kiến trái chiều lập luận này. Tuy nhiên đây là một ý kiến nghiên cứu đáng tham khảo để bổ sung vào mô hình những yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu các sản phẩm gỗ.

### **2.3. Tổng quan nghiên cứu sử dụng mô hình hấp dẫn thương mại để đo lường tác động của các yếu tố lên xuất khẩu đồ gỗ**

*Priyono (2009)* dựa trên nghiên cứu của *Pemalisi (2005)* và *Gu (2005)* để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu đồ nội thất của Indonesia, các yếu tố được đưa vào mô hình bao gồm: GDP của Indonesia, GDP của các nước đối tác, khoảng cách giữa các nước, tỷ giá hối đoái và những quy định về các hàng rào thương mại. Mặc dù tác giả không đề cập là sử dụng mô hình hấp dẫn thương mại nhưng thật chất các yếu tố trong mô hình của tác giả cơ bản trùng khớp với các biến trong mô hình hấp dẫn

thương mại.

Cũng với cách tiếp cận này, *C.Jordaan và Eita (2011)* đã không đề cập đến yếu tố tỷ giá và quy định vệ sinh thái như Agus Priyono mà đã kiểm định thêm yếu tố dân số và sự mở cửa thị trường (thông qua các biến giả về hiệp định thương mại tự do và nói tiếng Anh) là những yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu gỗ của Nam Phi ra thế giới cùng với các biến truyền thống như GDP nội địa, GDP của các nước đối tác và khoảng cách địa lý giữa các quốc gia.

Nghiên cứu của *S.Maulana & N.Suharno (2015)* lại cho rằng thu nhập của các quốc gia xuất và nhập khẩu, tỷ giá hối đoái, khoảng cách, giá cả xuất khẩu và chính sách của chính phủ là những yếu tố tác động lên xuất khẩu đồ gỗ của Indonesia trên thị trường quốc tế. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu cho thấy chính sách của chính phủ không có tác động khi nghiên cứu tại Indonesia.

Nghiên cứu của *Buongiorno (2016)* cũng đã áp dụng mô hình hấp dẫn thương mại trong phân tích chính sách và dự báo xuất khẩu các sản phẩm từ rừng với 3 mã HS 44, 47 và 48. Nghiên cứu này chủ yếu tập trung vào đo lường ảnh hưởng của GDP của nước xuất khẩu và nhập khẩu lên kim ngạch xuất khẩu.

#### **2.4. Khoảng trống nghiên cứu và hướng đi của đề tài**

Qua tổng quan nghiên cứu, có thể tóm lược các công trình nghiên cứu trước đây sử dụng mô hình hấp dẫn thương mại để phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu của một ngành hàng cụ thể và các công trình nghiên cứu về xuất khẩu đồ gỗ như sau:

**Bảng 5.1: Tóm lược các công trình nghiên cứu liên quan**

<b>Yếu tố</b>	<b>Nghiên cứu liên quan xuất khẩu một ngành hàng cụ thể sử dụng mô hình trọng lực</b>	<b>Nghiên cứu liên quan đến xuất khẩu đồ gỗ</b>	<b>Nghiên cứu liên quan XK đồ gỗ sử dụng mô hình trọng lực</b>
<b>GDP,GNP nước xuất khẩu</b>	M.Sevela (2002), M.Ebaidalla & A.Abdalla (2015), Khiyav & cộng sự (2013), Ly & Zang (2008), G.Dlamini & cộng sự (2016), Miran (2013), M.Oumer & P.N&eeswara (2015), Trần Thanh Long & Phan Thị Huỳnh Hoa (2015), Trần Thị Bạch Yến & Trương Thị Thanh Thảo (2017)	Priyono (2009)	Jordaan&Eita (2011), S.Maulana& N.Suharno (2015), Buongiorno (2016)

<b>GDP,GNP nước nhập khẩu</b>	M.Sevela (2002),M.Ebaidalla & A.Abdalla (2015), Khiyav & cộng sự (2013), G.Dlamini& cộng sự (2016), Miran (2013), M.Oumer & P.N&eeswara (2015), Trần Thanh Long& Phan Thị Huỳnh Hoa (2015)	Priyono (2009)	Jordaan&Eita (2011), S.Maulana& N.Suharno (2015), Buongiorno (2016)
<b>Khoảng cách giữa các nước</b>	M.Sevela(2002),M.Ebaidalla & A.Abdalla (2016), Khiyav& cộng sự, 2013), G.Dlamini & cộng sự (2016), M.Oumer & P.N&eeswara (2015), Trần Nhuận Kiên & Ngô Thị Mỹ (2015), Trần Thanh Long & Phan Thị Huỳnh Hoa (2015)	Priyono (2009)	Jordaan&Eita (2011), S.Maulana& N.Suharno (2015)
<b>Dân số nước xuất khẩu</b>	M.Ebaidalla & A.Abdalla (2015), Miran (2013), G.Dlamini & cộng sự (2016), M.Oumer & P.N&eeswara (2015), Trần Nhuận Kiên & Ngô Thị Mỹ (2015),	Trần Văn Hùng (2015)	C.Jordaan & Eita (2011)
<b>Dân số nước nhập khẩu</b>	M.Ebaidalla & A.Abdalla (2015), Miran (2013), G.Dlamini & cộng sự (2016), M.Oumer & P.N&eeswara (2015), Ngô Thị Mỹ (2015, 2016), Trần Thị Bạch Yến & Trương Thị Thanh Thảo (2017)		C.Jordaan & Eita (2011)
<b>Tỷ giá hối đoái</b>	M.Ebaidalla & A.Abdalla (2015), Khiyav & cộng sự (2013), G.Dlamini & cộng sự (2016), Trần Thanh Long & Phan Thị Huỳnh Hoa (2015), Ngô Thị Mỹ (2015, 2016)		S.Maulana& N.Suharno (2015)
<b>Hàng rào thương mại</b>	Ly & Zang (2008), Kang (2014), Genç & Law (2014), Đào Ngọc Tiến (2013)	Priyono (2009), H.Cohen(2003, A.Turner (2008), Katz (2008), Maplesden& Horgan (2016)	
<b>Diện tích đất sản xuất, khả năng cung ứng dầu vào</b>	Erdem & Nazlioglu (2014), G.Dlamini & cộng sự (2016), Ngô Thị Mỹ (2015, 2016), Trần Thị Bạch Yến & Trương Thị Thanh Thảo (2017)	Scudder (2012), Vũ Thị Minh Ngọc & Hoàng Thị Ngọc Dung (2014), Vũ Thu Hương & cộng	

		sự (2014), Trần Văn Hùng (2015)	
<b>FDI vào quốc gia xuất khẩu</b>	Trần Trung Hiếu & Phạm Thị Thanh Thủy (2010)	Vũ Thu Hương & cộng sự (2014), Trần Văn Hùng (2015)	
<b>Tham gia vào các tổ chức thương mại</b>	Khiyav & cộng sự (2013), G.Dlamini & cộng sự (2016), Ly & Zang (2008), Trần Nhuận Kiên & Ngô Thị Mỹ (2015), Trần Thanh Long & Phan Thị Huỳnh Hoa (2015)	Harun & cộng sự (2014), Vũ Thu Hương & cộng sự (2014)	C.Jordaan & Eita (2011)
<b>Chính sách hỗ trợ, điều hành của chính phủ</b>	M.Ebaidalla & A.Abdalla (2015), Ly & Zang (2008)	Harun & cộng sự (2014), Vũ Thị Minh Ngọc & Hoàng Thị Ngọc Dung (2014)	S.Maulana & N.Suharno (2015)
<b>Ngôn ngữ nước nhập khẩu</b>	M.Ebaidalla & A.Abdalla (2015), Miran (2013), G.Dlamini & cộng sự (2016)		

*Đối với mô hình hấp dẫn thương mại:* đã có nhiều nghiên cứu dựa trên nền tảng mô hình hấp dẫn thương mại để bổ sung thêm các yếu tố và phân tích tác động của chúng lên thương mại chung của các quốc gia, dự báo tiềm năng xuất khẩu của các quốc gia, đánh giá thương mại nội ngành... Trong đó, gần nhất với chủ đề nghiên cứu của luận án, nhiều nghiên cứu đã ứng dụng cách tiếp cận của mô hình này để đánh giá tác động của các yếu tố đến xuất các sản phẩm cụ thể như nông sản nói chung, gạo, cà phê, đường, nho khô, bột giấy.

*Đối với xuất khẩu đồ gỗ,* có nhiều nghiên cứu ngoài nước nghiên cứu về xuất khẩu đồ gỗ bằng cả phương pháp định tính và định lượng. Kết quả các nghiên cứu này đã chỉ ra các yếu tố về quy mô kinh tế của các nước xuất và nhập khẩu, các hàng rào thương mại, khả năng cung ứng nguyên liệu, chính sách hỗ trợ và điều hành của chính phủ, sự mở cửa thương mại là các yếu tố ảnh hưởng lên xuất khẩu các sản phẩm gỗ của các quốc gia. Trong khi đó, các nghiên cứu trong nước hầu như chỉ tiếp cận vấn đề dưới góc độ nghiên cứu định tính đã phân tích các yếu tố về dân số trong nước, diện tích đất sản xuất rừng hay khả năng cung ứng nguyên liệu, thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài, sự mở cửa thương mại và chính sách hỗ trợ của chính phủ là những yếu tố

có khả năng tác động đến xuất khẩu ngành hàng lâm nghiệp và đồ gỗ của Việt Nam.

*Đối với xuất khẩu đồ gỗ tiếp cận từ mô hình hấp dẫn thương mại*, trên thế giới đã có các nghiên cứu và đã chỉ ra được các nhân tố về quy mô kinh tế của các nước xuất và nhập khẩu, khoảng cách giữa các quốc gia, dân số các nước, tỷ giá hối đoái, sự mở cửa thương mại, chính sách hỗ trợ và điều hành của chính phủ sẽ ảnh hưởng đến xuất khẩu các sản phẩm gỗ của các quốc gia. Tuy nhiên, cho đến nay tại Việt Nam, chưa có một nghiên cứu định lượng đầy đủ nào về các yếu tố tác động đến đồ gỗ xuất khẩu ra thị trường thế giới dựa trên nền tảng mô hình hấp dẫn thương mại để bổ sung các yếu tố phù hợp với tình hình Việt Nam. Do đó, trên cơ sở nghiên cứu các lý thuyết về các yếu tố tác động đến thương mại và mô hình hấp dẫn thương mại, kết hợp với các nghiên cứu thực nghiệm liên quan, luận án sẽ xây dựng, bổ sung những yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu đồ gỗ phù hợp với điều kiện thực tế của Việt Nam. Đồng thời sử dụng các phương pháp nghiên cứu định tính để phân tích thực trạng xuất khẩu các sản phẩm gỗ Việt Nam. Cuối cùng, kết hợp kết quả nghiên cứu định lượng và định tính để làm cơ sở xây dựng hệ thống giải pháp để đẩy mạnh xuất khẩu đồ gỗ Việt Nam trong thời gian tới.

### **3. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU**

#### **3.1. Mục tiêu chung**

Mục tiêu chung của luận án là xác định mô hình các yếu tố tác động đến xuất khẩu đồ gỗ phù hợp với điều kiện của Việt Nam và xây dựng hệ thống giải pháp để đẩy mạnh xuất khẩu đồ gỗ trong thời gian tới.

#### **3.2. Mục tiêu cụ thể**

Từ mục tiêu chung của luận án, 4 mục tiêu cụ thể được xác định cần thực hiện để đạt được mục tiêu chung là:

(1) Xây dựng được mô hình lý thuyết về các yếu tố tác động đến xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam dựa trên nền tảng mô hình hấp dẫn trong thương mại quốc tế;

(2) Lượng hóa, kiểm định và xác định mô hình các yếu tố tác động đến xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam, từ đó bổ sung các nhân tố tác động đến xuất khẩu đồ gỗ trong điều kiện Việt Nam;

(3) Phân tích thực trạng xuất khẩu đồ gỗ Việt Nam, qua đó đánh giá thành tựu và hạn chế cũng như nguyên nhân của hạn chế làm cơ sở để kết hợp với kết quả nghiên cứu định lượng nhằm đề xuất các giải pháp phát triển;



(4) Xây dựng hệ thống giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam trong thời gian tới dựa trên cơ sở kết quả mô hình các yếu tố tác động đã khám phá ra và điều kiện thực tiễn của sản xuất, xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam.

#### **4. CÂU HỎI NGHIÊN CỨU**

Để giải quyết được các mục tiêu cụ thể nêu trên, luận án cần trả lời được các câu hỏi nghiên cứu sau:

(1) Dựa trên mô hình hấp dẫn trong thương mại quốc tế và tình hình thực tế ở Việt Nam thì có thể nhận định các yếu tố chính tác động đến xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam?

(2) Mức độ tác động của các yếu tố đến xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam như thế nào?

(3) Thực trạng sản xuất, xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam giai đoạn 2008-2017 qua như thế nào?

(4) Hệ thống giải pháp để đẩy mạnh xuất khẩu đồ gỗ Việt Nam trong thời gian tới?

#### **5. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU**

##### **5.1. Đối tượng nghiên cứu**

Để giải quyết các mục tiêu trên, luận án tập trung vào các đối tượng nghiên cứu chính là các yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam dựa trên nền tảng mô hình hấp dẫn thương mại và điều kiện thực tế tại Việt Nam. Trên cơ sở nghiên cứu các lý thuyết về các yếu tố tác động đến thương mại và mô hình hấp dẫn thương mại, kết hợp với các nghiên cứu thực nghiệm liên quan, tiến hành xây dựng khung phân tích và mô hình nghiên cứu dự kiến cho luận án. Sử dụng hệ thống dữ liệu liên quan đến các biến trong mô hình để kiểm định, nhận diện và lượng hóa các yếu tố tác động lên xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam. Sử dụng các báo cáo, dữ liệu về ngành gỗ Việt Nam để phân tích thực trạng xuất khẩu các sản phẩm gỗ Việt Nam thông qua nghiên cứu định tính. Cuối cùng, sử dụng kết hợp kết quả nghiên cứu định lượng và định tính để làm cơ sở xây dựng hệ thống giải pháp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu đồ gỗ Việt Nam trong thời gian tới.

##### **5.2. Phạm vi nghiên cứu**

- Về không gian nghiên cứu: Luận án sẽ sử dụng dữ liệu xuất khẩu gỗ của Việt Nam sang các quốc gia trên thế giới, các số liệu của các biến trong mô hình của các quốc gia nhập khẩu gỗ của Việt Nam (26 quốc gia chiếm trên 95% kim ngạch xuất

khẩu đồ gỗ của Việt Nam).

- Về thời gian nghiên cứu: luận án sẽ sử dụng dữ liệu nghiên cứu trong giai đoạn từ năm 1995 đến năm 2016 cho nghiên cứu định lượng và dữ liệu từ năm 2007-2016 cho nghiên cứu định tính.

- Về sản phẩm gỗ nghiên cứu: luận án chỉ nghiên cứu đối với các sản phẩm gỗ xuất khẩu đã qua chế biến, không tính đến gỗ thô xuất khẩu (Mã HS: 94).

## 6. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ KHUNG PHÂN TÍCH

### 6.1. Lý thuyết mô hình hấp dẫn trong thương mại quốc tế

Theo CIEM (2016, tr.12) “mô hình lực hấp dẫn được sử dụng trong phân tích thương mại, đầu tư, lao động giữa các quốc gia với nhau”. Mô hình này ứng dụng trong thương mại dự đoán rằng trao đổi thương mại song phương phụ thuộc vào quy mô của hai nền kinh tế và khoảng cách giữa chúng. Mô hình này được sử dụng lần đầu tiên bởi Jan Tinbergen vào năm 1962 và được áp dụng rộng rãi trong các nghiên cứu thực nghiệm để đo lường mức độ tác động của các yếu tố lên dòng chảy thương mại giữa các quốc gia. Mô hình lý thuyết cơ bản giữa hai nền kinh tế A và B được biểu diễn theo công thức sau:

$$EX_{ABt} = K * GDP_{At}^{\beta_1} * GDP_{Bt}^{\beta_2} * DIS_{AB}^{\beta_3} * \varepsilon$$

Trong đó:

$EX_{ABt}$  là kim ngạch trao đổi thương mại giữa quốc gia A và B tại năm t

$GDP_{At}$  và  $GDP_{Bt}$  quy mô kinh tế của hai quốc gia A và B tại năm t

$DIS_{AB}$  là khoảng cách giữa hai quốc gia

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ : Hệ số hồi quy riêng của từng nhân tố có trong mô hình

$\varepsilon$ : Sai số ngẫu nhiên

Logarit cả hai vế của phương trình, ta có thể chuyển đổi thành một công thức tuyến tính sử dụng cho phân tích kinh tế lượng như sau:

$$\ln(EX_{ABt}) = K + \beta_1 \ln(GDP_{At}) + \beta_2 \ln(GDP_{Bt}) + \beta_3 \ln(DIS_{AB}) + \varepsilon$$

Với mô hình nghiên cứu tổng quát như trên, nhiều nghiên cứu thực nghiệm đã kiểm định và bổ sung vào mô hình những biến số khác phù hợp với điều kiện thực tế từng quốc gia. Các yếu tố khác được xem xét trong nghiên cứu về các yếu tố tác động đến dòng chảy thương mại của các quốc gia có thể kể đến là *GDP theo đầu người* (M.Sevela, 2002; DTI of South Africa, 2003; Khiyav & cộng sự, 2013; Nguyễn Anh Thu,

2012; Hai Tho, 2013; CIEM, 2016). *Sự thay đổi về tỷ giá hối đoái* cũng là một nguyên nhân quan trọng dẫn đến sự thay đổi kim ngạch xuất khẩu (Weckström, 2013; Antonio và Troy, 2014; G.Dlamini & cộng sự, 2016; Trần Trung Hiếu, 2010; Đào Ngọc Tiên, 2013; Nguyễn Việt Tiến, 2016). Một yếu tố thể hiện sự thay đổi về giá cả cũng được phát hiện ra khi nghiên cứu các yếu tố bổ sung vào mô hình hấp dẫn thương mại là *tỷ lệ lạm phát* (CIEM, 2016). Rất nhiều nghiên cứu khác cũng đã bổ sung thêm yếu tố sự tham gia vào các tổ chức thương mại sẽ giúp các quốc gia có điều kiện mở rộng xuất khẩu của mình hơn (Kristjánssdóttir, 2005; Gu, 2005; Sejdini và Kraja, 2014; A.Elshehawy & cộng sự, 2014; Nguyễn Anh Thu, 2012; Đào Ngọc Tiên, 2013; Nguyễn Việt Tiến, 2016). Bên cạnh đó, yếu tố dân nước xuất khẩu (Kristjánssdóttir, 2005; Diaz, 2013; Sejdini và Kraja, 2014; A.Elshehawy & cộng sự, 2014; Đào Ngọc Tiên, 2013; CIEM, 2016) và đầu tư trực tiếp nước ngoài vào nước xuất khẩu (Trần Trung Hiếu, 2010; Hai Tho, 2013) cũng được bổ sung thêm vào mô hình hấp dẫn thương mại như sự thể hiện của khả năng sản xuất của quốc gia. Trong khi các hàng rào trong thương mại quốc tế (Genç và Law, 2014; Kang, 2014; Đào Ngọc Tiên, 2013) là những yếu tố cản trở xuất khẩu thì yếu tố quốc gia nhập khẩu có ngôn ngữ sử dụng chung với nước xuất khẩu (Camacho, 2013, Antonio và Troy, 2014; Suresh và Aswal, 2014; Zhang và Wang, 2015) lại có tác động thúc đẩy xuất khẩu nhiều hơn.

Có thể hệ thống lại các nhân tố ảnh hưởng đến luồng xuất nhập khẩu chung của quốc gia dựa trên nền tảng mô hình lực hấp dẫn trong thương mại quốc tế thành ba nhóm như sau:

- *Nhóm các yếu tố ảnh hưởng đến cung*: GDP bình quân đầu người của quốc gia xuất khẩu; dân số quốc gia xuất khẩu; đầu tư trực tiếp vào quốc gia xuất khẩu.

- *Nhóm các yếu tố ảnh hưởng đến cầu*: GDP bình quân đầu người quốc gia nhập khẩu; dân số quốc gia nhập khẩu.

- *Nhóm các yếu tố cản trở/thúc đẩy thương mại*: tỷ giá hối đoái giữa đồng tiền hai quốc gia, tỷ lệ lạm phát hai quốc gia; sự mở cửa thương mại của các quốc gia, hàng rào thuế quan và phi thuế quan; ngôn ngữ sử dụng của các quốc gia, khoảng cách giữa hai quốc gia.

## **6.2. Các yếu tố tác động đến xuất khẩu đồ gỗ**

Dựa trên nền tảng mô hình hấp dẫn trong thương mại quốc tế, các nghiên cứu

trước đây về xuất khẩu đồ gỗ, các yếu tố tác động đến xuất khẩu đồ gỗ của một quốc gia được xác định là:

***Thứ nhất, các yếu tố tác động đến cung xuất khẩu đồ gỗ***

**(1) GDP của nước xuất khẩu:** biến này đã được thể hiện trong nghiên cứu ban đầu của Jan Tinbergen vào năm 1962. Các nghiên cứu về đồ gỗ xuất khẩu sau đó cũng đã tiếp tục chỉ ra rằng đây là yếu tố quan trọng và có tác động dương lên xuất khẩu đồ gỗ của quốc gia (Priyono 2009; C. Jordaan và Eita, 2011; Buongiorno 2016). Về mặt lý thuyết, khi tổng giá trị sản phẩm trong một quốc gia tăng lên thì có nghĩa là lượng hàng hóa của quốc gia đó sẽ tăng lên và có khả năng sẽ làm xuất khẩu quốc gia tăng lên. Các nghiên cứu khác cho các mặt hàng khác nhau và các quốc gia khác nhau cũng cho thấy mức độ ảnh hưởng của GDP ở từng quốc gia và từng mặt hàng sẽ có sự khác nhau nhất định. (M.Sevela, 2002; Ly và Zang, 2008; M.Oumer và P.Nvâeeswara, 2015; M.Ebaidalla và A.Abdalla, 2015).

**(2) Dân số của nước xuất khẩu:** biến này được bổ sung vào mô hình lực hấp dẫn trong thương mại ở các nghiên cứu sau này ở các ngành đường, cà phê, bột giấy (Miran, 2013; M.Oumer và P.Nvâeeswara, 2015; M.Ebaidalla và A.Abdalla, 2015; G.Dlamini & cộng sự, 2016) và đã thể hiện là một yếu tố quan trọng đối với xuất khẩu của một quốc gia. Rõ ràng quy mô dân số tăng sẽ có khả năng tăng cung ứng nguồn lao động ra thị trường, từ đó tăng lao động sản xuất và lượng xuất khẩu. Ở góc tiếp cận khác, sự gia tăng dân số cũng có thể làm tăng nhu cầu trong nước, từ đó gia tăng tiêu dùng nội địa và làm giảm lượng nhập khẩu. Đối với đồ gỗ xuất khẩu, C.Jordaan và Eita (2011) và Trần Văn Hùng (2015) cũng đã chỉ ra sự gia tăng dân số có xu hướng tác động dương lên kim ngạch các sản phẩm gỗ xuất khẩu.

**(3) Đầu tư trực tiếp nước ngoài vào nước xuất khẩu:** đây cũng là một yếu tố được các nghiên cứu sau này bổ sung vào mô hình hấp dẫn thương mại. Nguồn đầu tư trực tiếp nước ngoài chính là nguồn lực tài chính quan trọng trong phát triển sản xuất, từ đó có thể tác động làm gia tăng xuất khẩu nói chung (Trần Trung Hiếu và Phạm Thị Thanh Thủy 2009) hay ngành gỗ nói riêng (Vũ Thu Hương & cộng sự 2014; Trần Văn Hùng, 2015). Bên cạnh nguồn đầu tư trực tiếp nước ngoài thể hiện là một nguồn lực tài chính để đầu tư mở rộng sản xuất thì hoạt động thu hút FDI cũng được xem nhưng gián tiếp làm tăng mặt bằng khoa học công nghệ của quốc gia và từ đó tác lại có ảnh hưởng tốt đến việc tăng năng xuất và khả năng xuất khẩu. Ở cách tiếp cận này, sự gia

tăng nguồn đầu tư FDI sẽ có tác động dương lên kim ngạch xuất khẩu đồ gỗ.

**(4) Diện tích đất rừng sản xuất của nước xuất khẩu:** diện tích đất rừng sản xuất thể hiện khả năng cung ứng nguồn nguyên liệu gỗ cho sản xuất chế biến gỗ. Các nghiên cứu khác đã sử dụng yếu tố diện tích đất nông nghiệp (Erdem và Nazlioglu, 2014; G.Dlamini & cộng sự, 2016; Ngô Thị Mỹ, 2016; Trần Thị Bạch Yến và Trương Thị Thanh Thảo, 2017) trong mô hình hấp dẫn thương mại trong ngành sản xuất nông nghiệp. Tuy nhiên, yếu tố diện tích đất nông nghiệp thể hiện được khả năng cung ứng sản phẩm nguyên liệu cho xuất khẩu tốt hơn khi nghiên cứu về nông nghiệp vì sản phẩm nông nghiệp có vòng đời ngắn. Trong khi đó, diện tích đất rừng chưa thể phản ánh tốt nguồn cung gỗ vì vòng đời của gỗ rất lâu. Các nghiên cứu thể hiện diện tích đất rừng có tác động đến xuất khẩu gỗ cũng chỉ dừng lại ở những đánh giá và nhận định định tính (Vũ Thị Minh Ngọc và Hoàng Thị Ngọc Dung, 2014; Trần Văn Hùng, 2015).

*Thứ hai, các yếu tố tác động đến cầu nhập khẩu đồ gỗ*

**(5) GDP của các nước nhập khẩu:** biến này đã được thể hiện trong nghiên cứu ban đầu của Jan Tinbergen vào năm 1962. GDP của nước nhập khẩu thể hiện sự gia tăng lên về thu nhập của quốc gia, từ đó gia tăng nhu cầu tiêu dùng và gia tăng lượng nhập khẩu. Khi đó, quốc gia xuất khẩu có thể gia tăng nguồn cung ứng xuất khẩu của mình vào quốc gia nhập khẩu. Yếu tố này đã tác động đến xuất khẩu nhiều mặt hàng của các quốc gia như đường, nho khô, cà phê (M.Sevela, 2002; G.Dlamini & cộng sự, 2016). Đặc biệt nó đã được khẳng định là có tác động dương lên kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm đồ gỗ của nhiều quốc gia (Priyono, 2009; C.Jordaan và Eita, 2011; Buongiorno, 2016).

**(6) Dân số của nước nhập khẩu:** dân số nước nhập khẩu thể hiện quy mô thị trường nhập khẩu. Theo lý thuyết thì dân số nước nhập khẩu càng nhiều khả năng nhập khẩu càng nhiều và từ đó sẽ càng làm lượng tăng xuất khẩu của nước xuất khẩu. Yếu tố này được các nghiên cứu sau này bổ sung vào mô hình hấp dẫn thương mại. Thực tế, nó có tác động dương lên cả ngành đồ gỗ xuất khẩu (C.Jordaan và Eita, 2011) và nhiều ngành xuất khẩu khác (Miran, 2013; M.Oumer & P.N&eeswara, 2015; M.Ebaidalla và A.Abdalla, 2015; G.Dlamini & cộng sự, 2016).

*Thứ ba, các yếu tố tác động thúc đẩy hoặc cản trở xuất khẩu đồ gỗ*

**(7) Khoảng cách giữa các quốc gia:** đây là yếu tố ban đầu trong mô hình hấp dẫn

thương mại truyền thống và là yếu tố nền tảng tạo nên tên gọi của mô hình. Khoảng cách giữa quốc gia xuất và nhập khẩu càng gần thì có khả năng “hấp dẫn” nhau tốt hơn và thương mại với nhau nhiều hơn các quốc gia ở xa nhau. Theo cách tiếp cận này thì yếu tố này có tác động ngược chiều lên kim ngạch xuất khẩu của quốc gia. Vì là yếu tố nền tảng nên hầu hết các nghiên cứu sau này đều sử dụng biến số này trong mô hình. Nó có tác động lên xuất khẩu của một quốc gia ở nhiều sản phẩm như cà phê, đường, nho khô (M.Sevela, 2002; Khiyav & cộng sự, 2013; M.Oumer và P.Nvæeswara, 2015; M.Ebaidalla và A.Abdalla 2015; G.Dlamini & cộng sự, 2016) và cả đồ gỗ xuất khẩu (C.Jordaan & Eita, 2011; S.Maulana & N.Suharno, 2015).

**(8) Tỷ giá hối đoái:** yếu tố này được nhiều nghiên cứu sau này bổ sung vào mô hình hấp dẫn thương mại. Về nguyên lý, tỷ giá hối đoái sẽ tác động lên giá của hàng hóa xuất khẩu, phá giá đồng nội tệ sẽ giúp hàng hóa xuất khẩu ở nước ngoài trở nên rẻ hơn và ngược lại. Do đó, sự tăng lên về tỷ giá (giả sử quốc gia xuất khẩu yết giá theo kiểu 1 đồng ngoại tệ bằng bao nhiêu đồng nội tệ) sẽ làm tăng lượng xuất khẩu của quốc gia. Trong thương mại quốc tế, yếu tố tỷ giá có tác động lên xuất khẩu đồ gỗ (Priyono, 2009; S.Maulana & N.Suharno, 2015) và nhiều ngành hàng khác như gạo, thủy sản, cà phê (Khiyav & cộng sự, 2013; M.Ebaidalla và A.Abdalla, 2015; G.Dlamini & cộng sự, 2016, Trần Thanh Long và Phan Thị Huỳnh Hoa, 2015; Ngô Thị Mỹ, 2016).

**(9) Hàng rào thương mại:** thể hiện mức thuế nhập khẩu hoặc các hàng rào phi thuế quan của các quốc gia nhập khẩu. Yếu tố này cũng được bổ sung vào mô hình hấp dẫn thương mại truyền thống. Rõ ràng các quốc gia khi gia tăng thuế nhập khẩu sẽ làm giá cả của hàng hóa nhập khẩu cao hơn, làm giảm cạnh tranh của hàng nhập khẩu, từ đó giảm lượng xuất khẩu ở các nước xuất khẩu. Điều này cho thấy biến số này có tác động ngược chiều với kim ngạch xuất khẩu đồ gỗ, kết quả này cũng được thể hiện trong nhiều nghiên cứu về xuất khẩu đồ gỗ (H.Cohen, 2003; A.Turner, 2008; Katz, 2008, Priyono; 2009; Maplesden và Horgan, 2016).

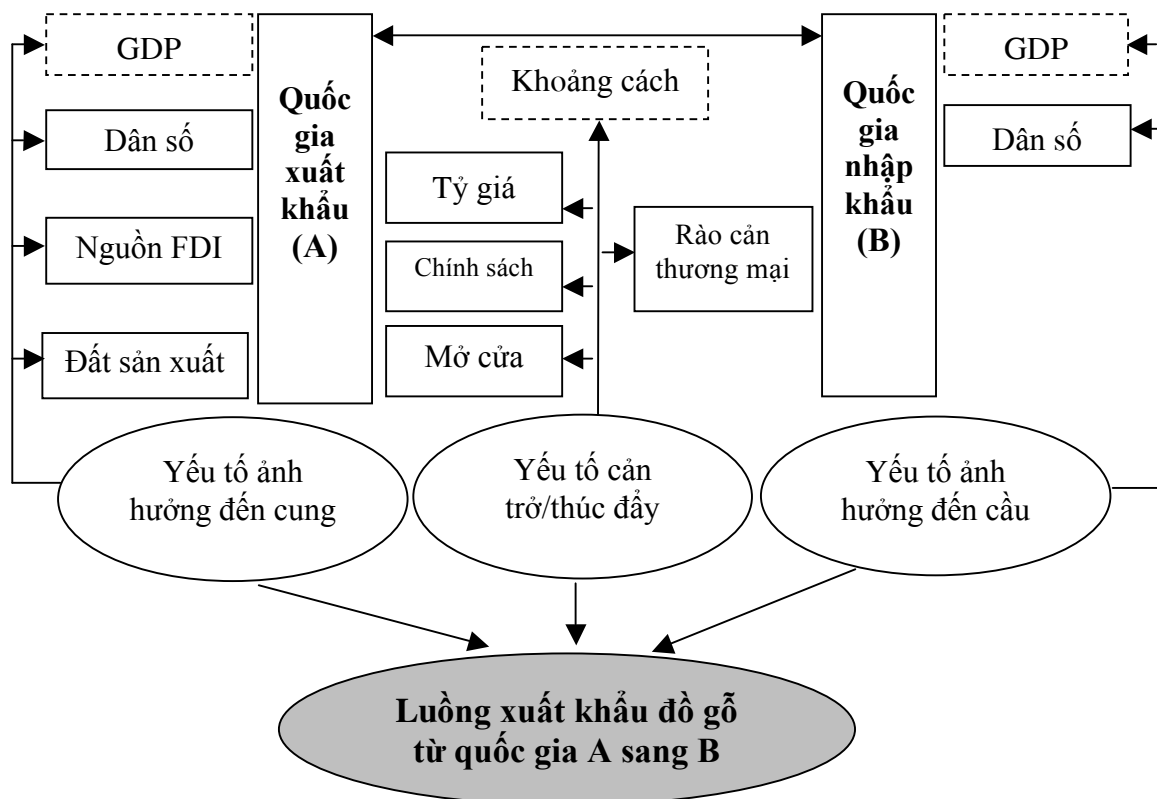
**(10) Chính sách hỗ trợ, điều hành của chính phủ:** được thể hiện thông qua các chính sách của chính phủ cho phát triển ngành hàng như các gói cho vay ưu đãi lãi suất, hỗ trợ đầu vào nguyên liệu, hỗ trợ thủ tục hành chính, hỗ trợ xúc tiến thương mại. Yếu tố này cũng được các nghiên cứu sau này bổ sung vào mô hình và cho thấy nó có tác động làm gia tăng xuất khẩu ngành gỗ (Harun & cộng sự 2014; Vũ Thị Minh Ngọc

và Hoàng Thị Ngọc Dung, 2014) hoặc không có bất kỳ tác động nào (S.Maulana & N.Suharno, 2015).

**(11) Mức độ mở cửa của nền kinh tế:** được thể hiện bằng nhiều biến số như chỉ số mở cửa của nền kinh tế, về sự tham gia của các quốc gia vào các tổ chức, diễn đàn thương mại trên thế giới. Đây là biến số được rất nhiều nhà nghiên cứu quan tâm và đưa bổ sung vào mô hình hấp dẫn trong thương mại. Sự mở cửa và hội nhập quốc tế của các quốc gia được xem như là một yếu tố thúc đẩy thương mại và gia tăng xuất khẩu. Nhiều ngành sản phẩm như cà phê, nông sản, thủy sản (Khiyav & cộng sự, 2013; G.Dlamini & cộng sự, 2016; Ly và Zang 2008; DTI of South Africa, 2003) và đặc biệt là ngành gỗ (C.Jordaan và Eita, 2011; Harun & cộng sự, 2014; Vũ Thu Hương & cộng sự, 2014) đã gia tăng xuất khẩu mạnh mẽ khi quốc gia hội nhập thương mại quốc tế.

### 6.3. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Với những phân tích và tổng hợp nêu trên, mô hình nghiên cứu các yếu tố tác động đến xuất khẩu đồ gỗ giữa các quốc gia được xác định như sau:



**Hình 6.1: Mô hình tổng quát các yếu tố tác động đến xuất khẩu đồ gỗ**

Tuy nhiên, với điều kiện ngành hàng đồ gỗ xuất khẩu tại Việt Nam, các yếu tố trên cần được làm rõ hơn để phản ánh đúng hơn với thực tế Việt Nam. Tiến hành nghiên

cứu định tính bằng cách thảo luận nhóm với một số chuyên gia trong ngành xuất khẩu đồ gỗ Việt Nam và tìm hiểu sơ bộ tình hình sản xuất tại Việt Nam để có thêm cơ sở xác định cụ thể các yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam. Các yếu tố điều chỉnh được thực hiện sau khi nghiên cứu sơ bộ như sau:

***Thứ nhất, các yếu tố điều chỉnh***

- Yếu tố dân số của nước xuất khẩu: Các nghiên cứu trước đây sử dụng biến này vào phân tích với hai luận giải. Một là, dân số sẽ tác động dương đến xuất khẩu đồ gỗ vì nó thể hiện cho việc gia tăng nguồn lực lao động trong sản xuất, hai là dân số có thể tác động âm đến xuất khẩu gỗ vì nó làm tăng lượng cầu trong nước và làm giảm xuất khẩu. Tuy nhiên, các nghiên cứu thực nghiệm trước đây đều cho thấy yếu tố dân số hoặc không có tác động hoặc có tác động dương đến xuất khẩu đồ gỗ. Điều này có nghĩa là yếu tố có này chỉ tác động lên xuất khẩu gỗ theo cách hiểu thứ nhất. Nếu hiểu theo cách thứ nhất thì yếu tố lực lượng lao động sẽ giải thích chính xác hơn dân số, vì không phải tất cả người dân trong quốc gia đều có khả năng lao động. Do đó, biến dân số trong mô hình sẽ được hiệu chỉnh thành lực lượng lao động.

- Yếu tố đất rừng sản xuất: Yếu tố đất sản xuất thường được bổ sung vào mô hình hấp dẫn thương mại khi nghiên cứu về xuất khẩu các sản phẩm nông sản như là yếu tố thể hiện khả năng cung ứng sản phẩm hoặc nguyên liệu đầu vào cho sản xuất, chế biến. Diện tích đất càng lớn sẽ cung ứng được nhiều sản phẩm hoặc nguyên liệu sản xuất để xuất khẩu. Tuy nhiên, như đã đề cập ở trên, diện tích đất sản xuất rừng chỉ được các nghiên cứu định tính về xuất khẩu gỗ đề cập mà chưa có một kết quả bằng mô hình định lượng nào chứng minh nó có tác động đến xuất khẩu đồ gỗ. Điều này là do diện tích đất rừng không thể đại diện chính xác cho nguồn cung nguyên liệu gỗ (thời gian thu hoạch gỗ rất lâu trong khi thời gian thu hoạch nông sản thường là trong năm). Do đó có thể sử dụng một biến số khác là sản lượng hay giá trị cung ứng gỗ, nguyên liệu đầu vào nội địa cho ngành đồ gỗ hằng năm để bộc lộ ý nghĩa của biến số diện tích đất rừng.

- Xuất khẩu dăm gỗ: Nhiều ý kiến chuyên gia cho rằng xuất khẩu dăm gỗ cũng là một hình thức xuất khẩu nguyên liệu gỗ thô, sẽ ảnh hưởng đến nguồn cung cho công nghiệp chế biến gỗ trong nước, từ đó ảnh hưởng đến khả năng xuất khẩu đồ gỗ. Rõ ràng với tình hình gỗ rừng tự nhiên ngày càng khan hiếm như hiện nay thì sản xuất đồ gỗ bằng gỗ nhân tạo là hướng đi của nhiều quốc gia trên thế giới. Nhiều doanh nghiệp



chế biến đồ gỗ Việt Nam cũng đã có những kiến nghị đánh thuế xuất khẩu lên mặt hàng dăm gỗ xuất khẩu để giữ nguồn nguyên liệu này lại trong nước. Tuy nhiên các doanh nghiệp xuất khẩu dăm gỗ lại cho rằng ngành đồ gỗ của Việt Nam chủ yếu dùng gỗ rừng tự nhiên nên xuất khẩu dăm gỗ không ảnh hưởng gì đến ngành đồ gỗ. Rõ ràng cần thiết phải nghiên cứu sự tác động của yếu tố xuất khẩu dăm gỗ lên xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam để có những cơ sở khoa học nhằm đưa ra những tư vấn chính sách phù hợp nhất trong bối cảnh hiện nay.

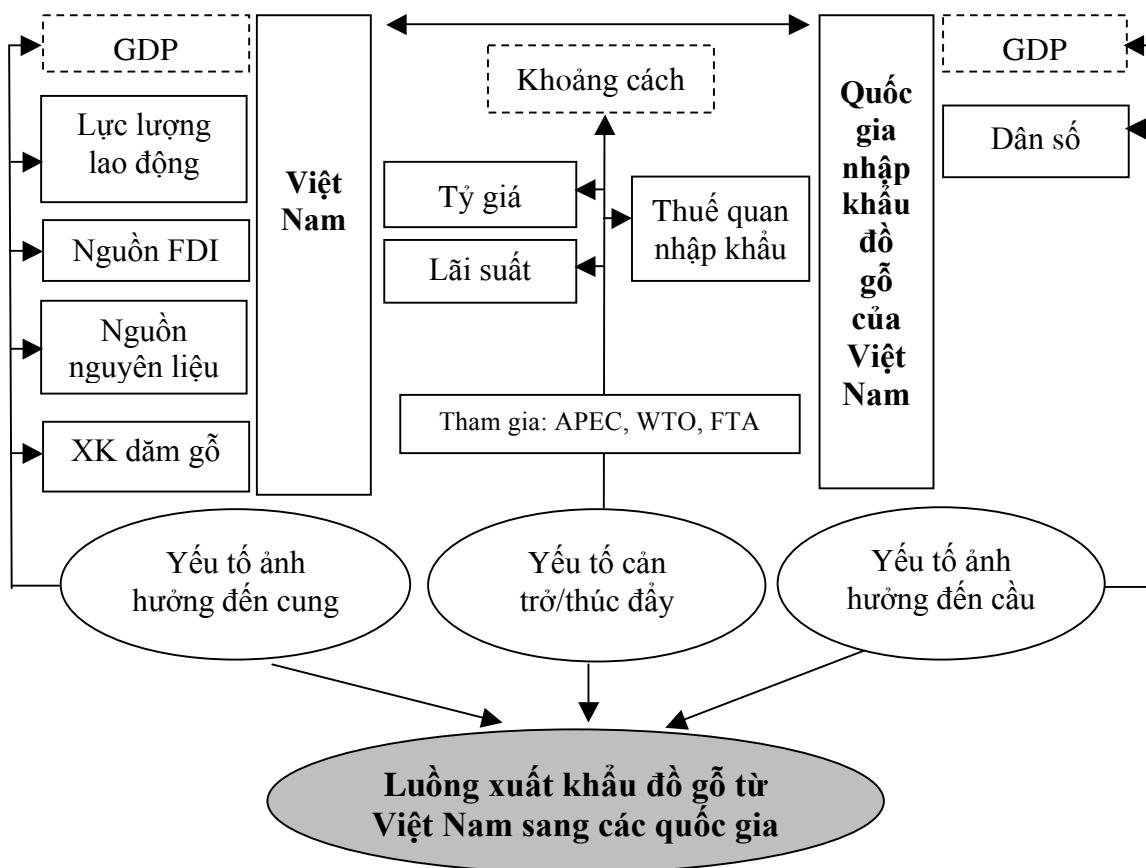
### ***Thứ hai, các yếu tố được làm rõ để đưa vào mô hình***

- Yếu tố chính sách: thể hiện qua các nhóm chính sách mà nhà nước dành cho các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp sản xuất đồ gỗ nói riêng. Yếu tố này được thể hiện bằng mức thuế thu nhập doanh nghiệp, lãi suất vốn vay cho doanh nghiệp và các chính sách khác về cơ sở hạ tầng... Tuy nhiên thuế thu nhập doanh nghiệp dường như ổn định qua các năm và doanh nghiệp gỗ không mấy quan tâm đến vấn đề này khi đã đầu tư sản xuất kinh doanh. Mà yếu tố lãi suất mới có tác động mạnh đến quyết định mở rộng sản xuất của doanh nghiệp vì nó ảnh hưởng đến nguồn vốn cho doanh nghiệp. Do đó, mô hình nghiên cứu sẽ sử dụng biến số lãi suất vay vốn làm đại diện cho yếu tố chính sách vì nó có tác động mạnh mẽ nhất trong các nhóm chính sách điều hành của nhà nước đến doanh nghiệp gỗ.

- Yếu tố mở cửa: thể hiện sự mở kinh tế của Việt Nam và các nước nhập khẩu đồ gỗ của Việt Nam. Ba hình thức thể hiện sự mở cửa thương mại lớn được xác định để đo lường yếu tố này là WTO, APEC và các FTA Việt Nam tham gia.

- Yếu tố rào cản thương mại: yếu tố rào cản thương mại trên thực tế và được đề cập trong nhiều nghiên cứu trước đây bao gồm hàng rào thuế quan nhập khẩu và các hàng rào phi thuế quan. Đối với đồ gỗ xuất khẩu, hàng rào phi thuế quan quan trọng và ảnh hưởng nhiều nhất là yêu cầu về xuất xứ gỗ. Tuy nhiên, hầu như tất cả các quốc gia nhập khẩu đồ gỗ của Việt Nam đều có yêu cầu về xuất xứ nguồn gốc gỗ khi nhập khẩu các sản phẩm gỗ của Việt Nam, khi đó, biến này không còn ý nghĩa khi nghiên cứu ở cấp độ toàn quốc gia. Do đó, biến số về thuế quan nhập khẩu được lựa chọn để thể hiện cho yếu tố rào cản thương mại.

Sau khi hiệu chỉnh bằng các ý kiến tham vấn được và nghiên cứu sơ bộ điều kiện thực tiễn tại Việt Nam, mô hình các yếu tố tác động đến đồ gỗ xuất khẩu Việt Nam dựa trên nền tảng mô hình hấp dẫn thương mại được đề xuất như sau:



**Hình 6.1: Mô hình đề xuất các yếu tố tác động đến xuất khẩu đồ gỗ Việt Nam**

Với các biến của các yếu tố được hiệu chỉnh và xác định cụ thể như trên, mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam được đề xuất như sau:

$$EX_{Vjt} = K \times GDP_{Vt}^{\beta_1} \times NLĐ_{Vt}^{\beta_2} \times FDI_{Vt}^{\beta_3} \times NL_{Vt}^{\beta_4} \times XKDG_{Vt}^{\beta_5} \times GDP_{Jt}^{\beta_6} \times DS_{Jt}^{\beta_7} \times KC_{Vj}^{\beta_8} \times TYGIA_{Vt}^{\beta_9} \times LSUAT_{Vt}^{\beta_{10}} \times THUENK_{Jvt}^{\beta_{11}} \times e^{WTO^{\beta_{12}} \cdot APECT^{\beta_{13}} \cdot FTAT^{\beta_{14}}} \times \varepsilon$$

Dạng mô hình ước lượng bằng cách Logarit hai vế của phương trình như sau:

$$\ln(EX_{Vjt}) = K + \beta_1 \ln(GDP_{Vt}) + \beta_2 \ln(NLĐ_{Vt}) + \beta_3 \ln(FDI_{Vt}) + \beta_4 \ln(NL_{Vt}) + \beta_5 \ln(XKDG_{Vt}) + \beta_6 \ln(GDP_{Jt}) + \beta_7 \ln(DS_{Jt}) + \beta_8 \ln(KC_{Vj}) + \beta_9 \ln(TYGIA_{Vt}) + \beta_{10} \ln(LSUAT_{Vt}) + \beta_{11} \ln(THUENK_{Jvt}) + \beta_{12} \ln(WTOt) + \beta_{13} \ln(APECT) + \beta_{14} \ln(FTAt) + \varepsilon$$

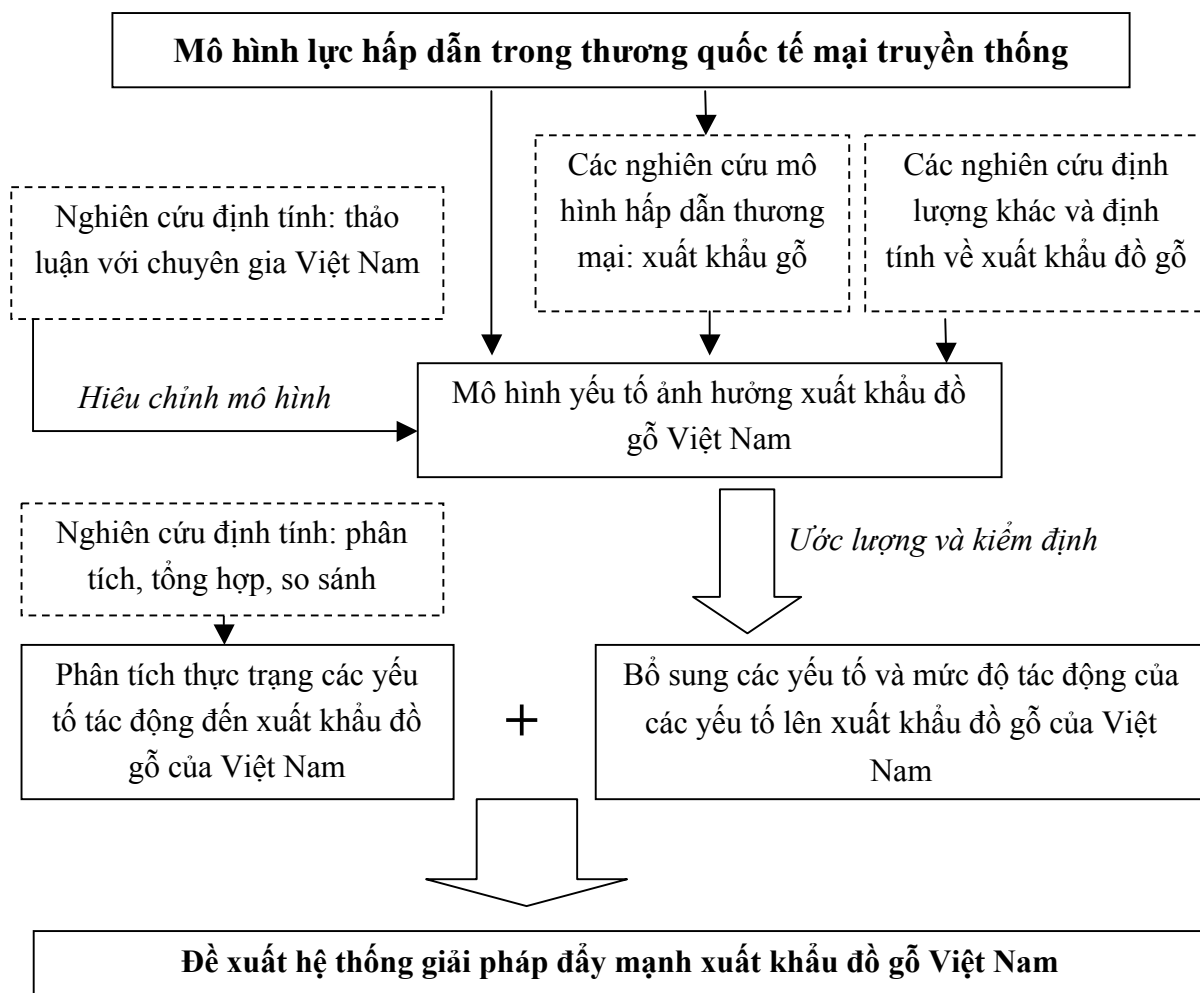
Giải thích các biến, giả thuyết nghiên cứu và kỳ vọng về dấu của các hệ số hồi quy trong trong hình như sau:

<b>Biến quan sát</b>	<b>Giải thích</b>	<b>Đo lường</b>	<b>Giả thuyết nghiên cứu</b>	<b>Kỳ vọng dấu HS <math>\beta</math></b>
$EX_{Vt}$	Kim ngạch xuất khẩu đồ gỗ Việt Nam sang ước J trong năm t	USD	Biến phụ thuộc	
$GDP_{Vt}$	GDP của Việt Nam trong năm t	USD	H1: GDP của VN càng tăng thì xuất khẩu đồ gỗ càng tăng	+
$NLD_{Vt}$	Số lao động có việc làm của Việt Nam trong năm t	Người	H2: Số lao động có việc làm của VN càng tăng thì xuất khẩu đồ gỗ càng tăng	+
$FDI_{Vt}$	Đầu tư FDI vào Việt Nam trong năm t	USD	H3: Đầu tư FDI vào VN càng tăng thì xuất khẩu đồ gỗ càng tăng	+
$NL_{Vt}$	Nguồn nguyên liệu cho sản xuất đồ gỗ Việt Nam trong năm t	%	H4: Nguồn nguyên liệu cho sản xuất càng tăng thì xuất khẩu đồ gỗ càng tăng	+
$XKDG_{Vt}$	Kim ngạch xuất khẩu dăm gỗ Việt Nam năm t	USD	H5: Xuất khẩu dăm gỗ của VN càng tăng thì xuất khẩu đồ gỗ càng giảm	-
$GDP_{Jt}$	GDP của các nước nhập khẩu đồ gỗ của Việt Nam	USD	H6: GDP của các nước nhập khẩu càng tăng thì xuất khẩu đồ gỗ VN càng tăng	+
$DS_{Jt}$	Dân số của các nước nhập khẩu đồ gỗ Việt Nam	Người	H7: Dân số nước nhập khẩu càng tăng thì xuất khẩu đồ gỗ VN càng tăng	+
$KC_{VJ}$	Khoảng cách từ Việt Nam đến các nước nhập khẩu gỗ của Việt Nam	Km	H8: Khoảng cách giữa VN và các nước nhập khẩu càng xa thì xuất khẩu đồ gỗ càng giảm	-

TYGIA <sub>Vt</sub>	Tỷ giá hối đoái giữa VND và USD năm t	VND	H9: Tỷ giá hối đoái VND/USD càng tăng thì xuất khẩu đồ gỗ của VN càng tăng.	+
LSUAT <sub>Vt</sub>	Lãi suất trung bình của Việt Nam năm t	%	H10: Lãi suất vay vốn của VN càng tăng thì xuất khẩu đồ gỗ càng giảm	-
THUENK <sub>Jvt</sub>	Mức thuế nhập khẩu đồ gỗ của các quốc gia nhập khẩu đồ gỗ của Việt Nam	%	H11: Thuế nhập khẩu đồ gỗ của các nước càng tăng thì xuất khẩu đồ gỗ của VN càng giảm	-
WTO <sub>t</sub>	Thể hiện cả Việt Nam và nước đối tác cùng gia nhập WTO vào năm t	Biến dummy. Nhận giá trị 1 nếu cả hai quốc gia cùng tham gia WTO, ngược lại nhận giá trị 0	H12: Xuất khẩu đồ gỗ VN cao hơn nếu cả VN và nước nhập khẩu cùng tham gia WTO	+
APEC <sub>t</sub>	Thể hiện Việt Nam và nước đối tác cùng là thành viên của APEC vào năm t	Biến dummy. Nhận giá trị 1 nếu cả hai quốc gia cùng tham gia APEC, ngược lại nhận giá trị 0	H13: Xuất khẩu đồ gỗ VN cao hơn nếu cả VN và nước nhập khẩu cùng tham gia APEC	+
FTA <sub>t</sub>	Thể hiện Việt Nam và các đối tác cùng là thành viên của một FTA vào năm t	Biến dummy. Nhận giá trị 1 nếu cả hai quốc gia cùng tham gia FTA, ngược lại nhận giá trị 0	H14: Xuất khẩu đồ gỗ VN cao hơn nếu cả VN và nước nhập khẩu cùng tham gia FTA	+

#### 6.4. Khung phân tích của luận án

Để đạt được mục tiêu nghiên cứu, luận án nghiên cứu các khía cạnh liên quan đến chủ đề *các yếu tố tác động đến đồ gỗ xuất khẩu của Việt Nam thông qua mô hình hấp dẫn thương mại* theo khung phân tích như sau:



### 7. PHƯƠNG PHÁP VÀ DỮ LIỆU NGHIÊN CỨU

#### 7.1. Phương pháp nghiên cứu định tính

- Phương pháp tổng hợp, phân tích, đánh giá: được sử dụng để tổng hợp các cơ sở lý thuyết về mô hình hấp dẫn thương mại, về các yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu đồ gỗ, từ đó rút ra mô hình nghiên cứu đề xuất cho luận án.

- Phương pháp chuyên gia: được sử dụng trong việc khảo sát, phỏng vấn để lấy ý kiến của các chuyên gia trong ngành, các nhà khoa học về mô hình nghiên cứu đề xuất cho luận án; thảo luận với các chuyên gia về kết quả nghiên cứu để thu thập thêm ý kiến làm cơ sở cho việc xây dựng các giải pháp phát đẩy mạnh xuất khẩu đồ gỗ.

- Phương pháp so sánh: Phương pháp so sánh được sử dụng để đánh giá sự biến

động và thay đổi của các biến số nghiên cứu theo thời gian như giá trị sản xuất, kim ngạch xuất nhập khẩu... và theo không gian như thị phần xuất khẩu vào các nước.

## **7.2. Phương pháp nghiên cứu định lượng**

Dựa trên mô hình nghiên cứu đề xuất và nguồn dữ liệu cho các biến quan sát, luận án tiến hành chạy mô hình kinh tế lượng hồi quy FEM, REM và có những kiểm định phù hợp trên chương trình Stata để xác định sự phù hợp và mức độ tác động của các yếu tố lên xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam.

## **7.3. Dữ liệu nghiên cứu**

Nghiên cứu sử dụng dữ liệu bảng (panel data), tức từng yếu tố được xem xét trong sự thay đổi về cả thời gian và không gian. Các biến được xem xét trong khoảng thời gian 20 năm từ 1995-2016 và trong không gian 26 quốc gia nhập khẩu đồ gỗ xuất khẩu của Việt Nam (chiếm trên 95% kim ngạch xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam). Tổng cộng có  $22 \times 26 = 572$  quan sát được thu thập để chạy mô hình định lượng.

# **8. KẾT CẤU DỰ KIẾN LUẬN ÁN**

## **Chương 1: Giới thiệu**

- 1.1 Lý do chọn đề tài
- 1.2. Mục tiêu nghiên cứu
- 1.3. Câu hỏi nghiên cứu
- 1.4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu
- 1.5. Tính mới và đóng góp của nghiên cứu
- 1.6. Hạn chế của nghiên cứu

## **Chương 2: Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu đề xuất**

### ***2.1. Các vấn đề cơ bản ngành hàng đồ gỗ xuất khẩu***

- 2.1.1. Các khái niệm cơ bản
- 2.1.2. Đặc điểm của đồ gỗ xuất khẩu

### ***2.2. Lý thuyết về thương mại quốc tế***

- 2.2.1. Khái niệm xuất khẩu
- 2.2.2. Các lý thuyết về thương mại quốc tế
- 2.2.3. Các hình thức xuất khẩu đồ gỗ

### ***2.3. Mô hình hấp dẫn trong thương mại quốc tế***

- 2.3.1. Lịch sử phát triển mô hình

2.3.2. Cấu trúc mô hình hấp dẫn thương mại quốc tế

2.3.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu theo mô hình hấp dẫn thương mại

#### **2.4. Các nghiên cứu thực nghiệm liên quan**

2.4.1. Nghiên cứu thực nghiệm sử dụng mô hình hấp dẫn trong thương mại quốc tế

2.4.2. Nghiên cứu thực nghiệm về xuất khẩu đồ gỗ

#### **2.5. Mô hình hình nghiên cứu đề xuất**

2.5.1. Các yếu tố khác ảnh hưởng đến xuất khẩu đồ gỗ

2.5.2. Mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu đồ gỗ Việt Nam

2.5.3. Giải thích các biến và giả thuyết nghiên cứu

#### **2.6. Khung phân tích của luận án**

### **Chương 3: Phương pháp nghiên cứu**

**3.1. Phương pháp tiếp cận và quy trình nghiên cứu**

**3.2. Phương pháp nghiên cứu định tính**

**3.3. Phương pháp nghiên cứu định lượng**

**3.4. Dữ liệu nghiên cứu**

3.4.1. Cách thức xác định và thu thập dữ liệu nghiên cứu

3.4.2. Làm sạch và mô tả dữ liệu nghiên cứu

3.4.3. Xử lý dữ liệu nghiên cứu phù hợp với mô hình

### **Chương 4: Phân tích các yếu tố tác động đến xuất khẩu đồ gỗ Việt Nam**

**4.1. Mô hình nghiên cứu đề xuất và các bước chuẩn bị nghiên cứu định lượng**

**4.2. Ước lượng mô hình**

**4.3. Kết quả ước lượng và các kiểm định lựa chọn mô hình**

**4.4. Kết quả ước lượng mô hình nghiên cứu**

**4.5. Thảo luận kết quả ước lượng mô hình và hàm ý chính sách**

### **Chương 5: Phân tích thực trạng xuất khẩu đồ gỗ Việt Nam**

**5.1. Nguồn nguyên liệu đầu vào cho sản xuất đồ gỗ**

5.1.1. Nguồn nguyên liệu trong nước

5.1.2. Nguồn nguyên liệu nhập khẩu

5.1.3. Nguồn gốc xuất xứ nguyên liệu

**5.2. Sản xuất ngành chế biến gỗ**

5.2.1. Tình hình sản xuất của các doanh nghiệp trong nước

5.2.2. Tình hình sản xuất của các doanh nghiệp nước ngoài

### **5.3. Hoạt động xuất khẩu đồ gỗ Việt Nam**

5.3.1. Kim ngạch xuất khẩu

5.3.2. Chủng loại xuất khẩu

5.3.3. Thị trường xuất khẩu

### **5.4. Đánh giá thành tựu, hạn chế, cơ hội và thách thức cho xuất khẩu đồ gỗ**

## **Chương 6: Giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu đồ gỗ Việt Nam**

### **6.1. Quan điểm và định hướng phát triển**

### **6.2. Cơ sở đề xuất giải pháp**

### **6.3. Hệ thống giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu đồ gỗ**

6.3.1. Giải pháp liên quan đến tăng trưởng kinh tế

6.3.2. Giải pháp về nguồn lực

6.3.3. Giải pháp về đầu tư trực tiếp nước ngoài

6.3.4. Giải pháp về nguyên liệu sản xuất

6.3.5. Giải pháp về điều hành chính sách

6.3.6. Giải pháp về mở cửa thị trường

## **9. TÀI LIỆU THAM KHẢO**

### **Tiếng Việt**

1. CIEM (2016), *Phụ thuộc kinh tế giữa Việt Nam - Trung Quốc*, Báo cáo nghiên cứu của Viện NQCLKTTW, Hà Nội, 2016.
2. Đào Ngọc Tiên (2013), “Ảnh hưởng của các nhân tố tới luồng xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và các nước TPP”, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, Số 5 (2013), tr.23-27.
3. Ngô Thị Mỹ (2016), *Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu một số nông sản của Việt Nam*, Luận án tiến sĩ kinh tế nông nghiệp, Đại học Thái Nguyên, 2016.
4. Nguyễn Tiến Dũng (2011), “Tác động của Khu vực Thương mại tự do ASEAN - Hàn Quốc đến thương mại Việt Nam”, *Tạp chí Khoa học ĐHQGHN - Kinh tế và Kinh doanh*, Số 27 (2011), p.219-231.
5. Nguyễn Anh Thu & cộng sự (2015), “Tác động của Cộng đồng Kinh tế ASEAN đến thương mại Việt Nam”, *Tạp chí Khoa học ĐHQGHN: Kinh tế và Kinh doanh*, Tập 31, Số 4 (2015), p.39-50.



6. Trần Trung Hiếu và Phạm Thị Thanh Thủy (2010), “Ứng dụng mô hình lực hấp dẫn trong thương mại quốc tế”, *Tạp chí quản lý kinh tế*, Số 31(3+4/2010), tr.12-21.
7. Trần Nhuận Kiên và Ngô Thị Mỹ (2015), “Các yếu tố ảnh hưởng đến kim ngạch nông sản Việt Nam: Phân tích bằng mô hình trọng lực”, *Tạp chí những vấn đề kinh tế và Chính trị thế giới*, Số 3 -(277), tr.47-52.
8. Trần Thanh Long và Phan Thị Huỳnh Hoa, “Phân tích các yếu tố tác động đến xuất khẩu thủy sản của Việt Nam”, *Tạp chí Kinh tế và dự báo*, Số 9 (2015), tr.32-34.
9. Trần Thị Bạch Yến và Trương Thị Thanh Thảo (2017), “Các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu gạo Việt Nam sang thị trường Asean: kết quả phân tích bằng mô hình trọng lực”, *The paper for The UHD-CTU annual economics and business conference proceedings – 2017*, p.768-778.
10. Trần Văn Hùng (2015), “Thực trạng và giải pháp phát triển ngành công nghiệp chế biến gỗ vùng Đông Nam Bộ”, *Tạp chí phát triển và hội nhập*, Số 22 (32) Tháng 05-06/2015, tr.66-72.
11. Tô Xuân Phúc & cộng sự (2015), “Xuất khẩu dăm gỗ của Việt Nam 2012-2014”, *Báo cáo năm của Forest Trends, VIFORES, FPA Bình Định và HAWA năm 2015*.
12. Từ Thúy Anh và Đào Nguyên Thắng (2008), “Các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ tập trung thương mại của Việt Nam với Asean+3”, *Bài Nghiên cứu NC-05/2008*, Trung tâm Nghiên cứu Kinh tế và Chính sách Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội.
13. Vũ Thu Hương & cộng sự (2014), “Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương, Cơ hội và thách thức đối với công nghiệp chế biến gỗ Việt Nam”, *Tạp chí khoa học và công nghệ lâm nghiệp*, Số 3-2014, tr136-144.
14. Võ Thy Trang (2012), “Vận dụng mô hình trọng lực trong đo lường thương mại nội ngành hàng chế biến giữa Việt Nam với một số nước thành viên thuộc APEC”, *Tạp chí khoa học & công nghệ*, Số 117(03), p.167 – 176.
15. Vũ Thị Minh Ngọc và Hoàng Thị Ngọc Dung (2014), “Thực trạng và một số giải pháp phát triển thị trường lâm sản Việt Nam trong giai đoạn hiện nay”, *Tạp chí khoa học và công nghệ lâm nghiệp*, Số 4-2014, tr151-160.

## Tiếng Anh

16. Abdulmenaf Sejdini and Ilirjana Kraja (2014), “International Trade of Albania. Gravity Model”, *European Journal of Social Sciences Education and Research*, vol 2i1, p.220-228.
17. Antti Weckström (2013), *Gravity model of trade and russian exports*, Master’s thesis, Department of Economics, AALTO university school of economics, 2013.
18. Agus Priyono (2009), *Determinant factors of Indonesian furniture export to European Union*, Thesis for the degree of Master of Economics in Planning and Public Policy, University of Indonesia.
19. Andre C.Jordaan và Joel Hinanye Eita (2011), “Identifying south Africa’s wood exports potential using a gravity model”, *International Conference on E-business, Management and Economics*, IPEDR vol.3 (2011), Hong Kong.
20. Azizi Hj. Abdul Adis and Samsinar Md. Sidin (2008), “Impact of environmental factors as moderator on export marketing performance in wooden furniture industry”, *Jurnal Kemanusiaan*, No.11- Jun 2008, p.24-35.
21. Achmad S.Maulana and Rita N.Suharno, “The Analysis of Affecting Factors to the Export of Rattan Furniture Indonesia in the International Market”, *International Journal of Science and Research*, Volume 5 Issue 10, p.1514-1519.
22. Alleyne Antoni and Lorde Troy (2014), “A gravity model approach to analyzing the trade performance of Caricom member states”, *Econometrics and International Development*, Vol. 14-2-2014.
23. Bülent Miran (2013), “An Analysis of International Raisin Trade: A Gravity Model Approach”, *A paper presented at the for 57th AARES Annual Conference*, at The Sydney Convention and Exhibition Centre, Sydney, 5th-8th February, 2013.
24. DTI of South Africa, 2003), “A Gravity Model for the Determination and Analysis of Trade Potential for South Africa”, *Research of the department of trade and industry South Africa*, 2003.
25. Ekrem Erdem and Saban Nazlioglu (2014), “Gravity Model of Turkish Agricultural Exports to the European Union”, *International Trade and Finance Association Working Papers*, P.21-Year 2008.
26. Frances Maplesden & Gerard Horgan (2016), “Non-tariff barriers to New Zealand forest products trade”, *A report prepared for the Wood Council of NZ Inc*, 2016.

27. Gil Seong Kang (2014), "Is Korea Exploiting Its Trade Potentials in Africa? :Gravity Equation Analysis and Policy Implications", *Korea and the World Economy*, Vol.15, No.1, p.(2014) 97-128.
28. Hussien Mohammed Oumer and Oumer và P.Nvâeeswara Rao (2015), "Econometric modelling of ethiopia's coffee exports panel data evidence from sidama coffee", *IPASJ International Journal of Management*, Volume 3, Issue 10, p.39-45.
29. Helga Kristjánsdóttir (2005), "A Gravity Model for Exports from Iceland", *A Reseach of Centre for Applied Microeconometrics (CAM) at the University of Copenhagen*, 2005.
30. Ivan L. Eastin & cộng sự (2004), "Factors that influence the export success of forest products companies in the Pacific Northwest", *Forest products Journal*, Vol. 54, No.7/8, p.29-24.
31. Jangying Gu (2005), *A Graviry analysis ò China' export growt*, Project for degree of master of art in the department economics, University Victoria, 2005.
32. Joseph Buongiorno (2016), "Gravity models of forest products trade: applications to forecasting and policy analysis", *International Journal of Forest Research*, No.89, p.117– 126.
33. Jame A.Turner (2008), "Effect of non-tariff barriers on secondary processed wood product trade: New Zealand exports to the United States, China and Japan", *New Zealand Journal of Forestry Science*, No.38, p.299-321.
34. Katz (2006), "Non tariff barriers for finished wood product exports Japan, China and US. Part If: Door manufacturers", *Research for Scion by Alphametrik Ltd. Auckland*, New Zealand, 2006.
35. Katz (2008) "Are non tariff barriers important in exports of finished wood products to Japan, China and the US? The case of prefabricated houses", *New Zealand Journal of Forestry*, No.52(5), p.2-19.
36. L.Sun & cộng sự (2010), "The role of tariff and non-tariff trade barriers in the global forest products trade: A Canadian perspective", *A Report of Canadian Forest service Pacific Forestry Centre*, Information report BC-X-424, 2010.
37. Lanuza Díaz & cộng sự (2013), "A Gravity Model for the Exports of Nicaragua", *Documentos de Trabajo 039 - ISSN 2409-1863*, Banco Central de Nicaragua.

38. Mohamed A.Elshehawy & cộng sự (2014), “The Factors Affecting Egypt’s Exports: Evidence from the Gravity Model Analysis”, *Open Journal of Social Sciences*, No.2-2014, p.138-148.
39. Mukolaivna (2015), “The environmental influence of ecological security factors of forest enterprises export activities”, *Economic processes management international scientific e-journal*, No.1-2015.
40. Micah Scudder (2012), *Strategic Analysis Identifying Opportunities for Exporting Montana's Wood Products to China*, Thesis for the degree of Master of Science in Forestry, The University of Montana, 2012.
41. M.Sevela(2002), “Gravity–type Model of Czech Agricultural export”, *Agricultural Economics*, No.48 - 2002 (10), p.463–466.
42. M.Ebaidalla and A.Abdalla (2015), “Performance of Sudanese Agricultural Exports: A Gravity Model Analysis”, *A paper for the Conference on Structural Reform*, University of Khartoum, June, 2015.
43. Murat Genç and David Law (2014), “A Gravity Model of Barriers to Trade in New Zealand”, *New Zealand Treasury Working Paper 14/05*, New Zealand Treasury – New Zeland Government, 2014
44. Nguyễn Hai Tho (2013), *Determinants of Vietnam’s exports: a gravity model approach*, project for Degree of master of science in finance and economics, Assumption University, 2013.
45. Nguyễn Việt Tiến (2016), “Vietnam’s exports to TPP countries gravity model, trade determinants and trade potentials”, *the paper for The ninth Vietnam Economists Annual Meeting VEAM 2016*.
46. Nguyễn Anh Thu (2012), “Assessing the Impact of Vietnam’s Integration under AFTA and VJEPA on Vietnam’s Trade Flows, Gravity Model Approach”, *Yokohama Journal of Sciences*, No.17 (2012) p.137-149.
47. Odoom Domson (2002), *Strategic analysis of Ghana’s wood export sector*, Thesis for the degree of Master of Science, University of Science and Technology, Ghana, 2002.
48. Parisa Khaligh Khiyavi & cộng sự (2013), “Investigation of Factors Affecting the International Trade of Agricultural Products in Developing Countries”, *Life Science Journal*, No.2013 -10(3s), p.409-414.

49. Paulo Camacho (2013), "Portugal's Integration in World Trade: A Gravity Model", *A research of DIAMINA'CET*, ISCTE-IUL, 2013.
50. Phạm Văn Nhớ và Vũ Thanh Hương (2014), "Analyzing the Determinants of Service Trade Flows Between Vietnam and the European Union: A Gravity Model Approach", *VNU Journal of Science: Economics and Business*, Vol.30, No. 5E (2014) p.51-64.
51. Suresh K G and Neeraj Aswal (2014), "Determinants of India's Manufactured Exports to South and North: A Gravity Model Analysis", *International Journal of Economics and Financial Issues*, Vol.4, No.1, 2014, p.144-151.
52. Sotja G.Dlamini & cộng sự (2016), "Determinants of Swaziland's Sugar Export: A Gravity Model Approach", *International Journal of Economics and Finance*, Vol. 8, No.10 – 2016, p.71-81.
53. Waheed Akram Butt (2008), "Pakistan's Export Potential: A Gravity Model Analysis", *SBP Working Paper Series - State Bank of Pakistan*, No.03 - April, 2008.
54. W.A.R.T.W. Bandara and R.P. Vlosky (2012), "An Analysis of the U.S. Wood Products Import Sector: Prospects for Tropical Wood Products Exporters", *Journal of Tropical Forestry and Environment*, Vol.2, No.02 (2012), p.49-62.
55. Yuqin Zhang và Shouyang Wang (2015), "Trade Potential of China's Export to ASEAN: The Gravity Model Using New Economic Mass Proxies", *Journal of Systems Science and Information*, Vol.3, No.5, p.411- 420.
56. Yangshu Ly and Daowei Zhang (2008), "A gravity model analysis of China's pulp and paper product trade", *Tappi Journal*, Vol September – 2008, p.28-32.
57. Zubaidah Harun & cộng sự (2014), "Trend of Timber Products Export in Malaysia", *International Conference on Business, Management & Corporate Social Responsibility (ICBMCSR'14)*, Indonesia, 2014.