PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KIM NGẠCH XUẤT KHẨU CHÈ CỦA VIỆT NAM

Nguyễn Quang Hợp[1], Đoàn Đức Tiến[2]
Dương Văn Huy[3], Trần Thanh Bình[4]

Tóm tắt

Việt Nam được thế giới biết đến là quốc gia có nhiều lợi thế trong sản xuất và xuất khẩu chè. Trong nhiều năm liền chè Việt Nam luôn nằm trong top 10 quốc gia xuất khẩu chè lớn nhất trên thế giới về sản lượng. Một số sản phẩm chè đặc biệt là chè xanh đã chiếm được vị trí nhất định tại các thị trường truyền thống như Pakistan, Đài Loan, Nga, Trung Quốc,... tuy nhiên chè Việt Nam lại đang gặp nhiều khó khăn khi cạnh tranh với các đối thủ tại thị trường Châu Âu, Mỹ, Nhật Bản do chất lượng thấp, chủng loại chưa phong phú nên chưa đáp ứng được thị hiếu của người tiêu dùng. Với cách tiếp cận theo dòng chảy thương mại, bài viết sử dụng mô hình lực hấp dẫn (Gravity model) nhằm phân tích các yếu tố có ảnh hưởng đến kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam trong giai đoạn 2007-2022. Kết quả cho thấy, ngoài những yếu tố cơ bản của mô hình như quy mô nền kinh tế, độ mở nền kinh tế và khoảng cách về địa lý thì năng lực xuất khẩu chè từ quốc gia nhập khẩu được xem là yếu tố mới và có tác động tích cực hoạt động xuất khẩu chè của Việt Nam.

Từ khóa: *: Chè, phân tích, kim ngạch xuất khẩu, mô hình lực hấp dẫn, Việt Nam.*

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING VIETNAM'S TEA EXPORT TURNOVER

Abstract

Vietnam is known to the world as a country with many advantages in tea production and export. For many consecutive years, Vietnamese tea has always been in the top 10 largest tea exporting countries in the world in terms of output. Some tea products, especially green tea, have occupied a certain position in traditional markets such as Pakistan, Taiwan, Russia, China, etc.; however, Vietnamese tea is facing many difficulties when competing with competitors in the European, American, and Japanese markets due to low quality and insufficient variety, thus not meeting consumer tastes. With a trade flow approach, the article uses a gravity model to analyze factors that affect Vietnam's tea export turnover in the period 2007-2022. The results show that in addition to the basic factors of the model such as economic sizes, economic openness and geographical distance, the capacity to export tea of the importing country is considered to be a new and important factor that has a positive impact on Vietnam's tea export activities.

Keywords: *Tea, analysis, export turnover, gravity model, Vietnam.*
JEL classifications: L81, Q17,Q13.

1. Đặt vấn đề

Với nhiều lợi ích mang lại cho sức khỏe như có khả năng kiểm soát cân nặng, giảm được huyết áp, giảm nguy cơ các bệnh về tim mạch,… chè là thức uống phổ biến thứ hai chỉ sau nước lọc. Đã từ rất lâu, Việt Nam là quốc gia có nhiều lợi thế trong sản xuất và xuất khẩu chè. Là nước xuất khẩu chè đứng thứ 8 trên thế giới, nhưng tỷ trọng nhập khẩu chè Việt Nam từ những thị trường chính trên toàn cầu vẫn còn rất thấp (Nguyễn Hạnh, 2024). Các sản phẩm chè đang được xuất khẩu chính hiện nay là chè xanh, chè đen và chè đã chế biến thô, tuy nhiên tỷ lệ chè xanh còn rất khiêm tốn. Theo số liệu từ Tổng cục Hải quan (2024), xuất khẩu chè năm 2023 đạt 121 nghìn tấn đạt kim ngạch 211 triệu USD, giảm 16,9% về lượng và giảm 10,9% về trị giá so với năm 2022. Năm 2024 được đánh giá là khả quan hơn cho ngành chè Việt Nam bởi sự phục hồi kinh tế sau đại dịch Covid-19 từ các quốc gia trong khu vực và trên thế giới. Những năm qua, Việt Nam đã hội nhập sâu và rộng vào nền kinh tế toàn cầu thể hiện qua nhiều hiệp định thương mại (FTA/FTAs) được ký kết. Đây chính là cơ hội để các ngành sản xuất của Việt Nam cần nắm bắt và tận dụng chứ không riêng ngành chè. Mặc dù vậy, khó khăn và thách thức vẫn còn rất nhiều trong ngành chè của Việt Nam, từ khâu chất lượng sản phẩm chưa đáp ứng các tiêu chuẩn của thị trường khó tính như Anh, Đức,… đến sự đa dạng về chủng loại sản phẩm cũng như các hoạt động liên quan đến marketing sản phẩm,… Theo Brainy ước tính thị trường chè đặc sản toàn cầu trị sẽ đạt 10,74 tỷ USD vào năm 2033. Điều này làm cho cơ hội xuất khẩu chè đặc biệt là chè đặc sản của Việt Nam được rộng mở hơn và cũng đặt ra bài toán cho cả ngành chè trong việc duy trì và xây dựng chỗ đứng vững chắc cho sản phẩm chè Việt Nam tại các thị trường nhập khẩu.

Trên thực tế, ngành chè của Việt Nam đã có nhiều thay đổi tích cực từ bên trong như quy hoạch vùng trồng chè, xây dựng vùng chè theo tiêu chuẩn VietGAP, đầu tư công nghệ hiện đại,…. hướng tới sản phẩm đa dạng và chất lượng hơn. Tuy nhiên, các yếu tố ảnh hưởng đến kim ngạch xuất khẩu chè lại rất đa dạng, có cả yếu tố bên trong và bên ngoài nên kết quả mang lại vẫn chưa được như mong muốn. Với mục đích đi sâu phân

tích thực trạng và các yếu tố ảnh hưởng bài viết hướng đến đề xuất một số giải pháp phù hợp với bối cảnh thực tế và có tính khả thi cho ngành chè nhằm đưa chè Việt Nam trở thành sản phẩm chủ lực, chiếm tỷ trọng lớn trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước.

2. Tổng quan nghiên cứu

Trên thế giới đã có nhiều nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến dòng chảy thương mại trong xuất khẩu nông sản nói chung và chè nói riêng. Điểm chung của các tác giả Sevela (2002), Mosikari và Eita (2016), Sotja và cộng sự (2016), Kushtrim và cộng sự (2016), Atif và cộng sự (2016), Articulos (2018), Shahriar và cộng sự (2019), Wei (2019), Agnieszka và Jolanta (2019), Rahman (2009), Hatab và các cộng sự (2010) là đều sử dụng dữ liệu bảng với mô hình lực hấp dẫn (Gravity model) để chỉ ra các yếu tố có ảnh hưởng đến kim ngạch xuất khẩu sản phẩm nông nghiệp/nông, lâm, thủy sản hoặc nông sản của một quốc gia. Về cơ bản các nghiên cứu đều xác định được một số yếu tố chung có ảnh hưởng như GDP hoặc GDP bình quân/người của nước xuất khẩu và nước nhập khẩu, dân số nước xuất khẩu/nhập khẩu, khoảng cách địa lý, tỷ giá hối đoái, đường biên giới chung và sự tương đồng về ngôn ngữ. Tuy nhiên, trong mỗi nghiên cứu khác nhau thì mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố đến biến phụ thuộc cũng khác nhau.

Ở trong nước, mô hình lực hấp dẫn cũng được một số tác giả như Trần Nhuận Kiên và cộng sự (2016), Ngô Thị Mỹ (2016), Trần Thị Bạch Yến và cộng sự (2017), Đỗ Thị Hòa Nhã (2017), Phạm Hoàng Linh (2019) sử dụng để nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến kim ngạch xuất khẩu nông sản hoặc một nông sản cụ thể như gạo, chè, cà phê,… của Việt Nam. So với thế giới thì các nghiên cứu trong nước được thực hiện muộn hơn nên số lượng còn hạn chế. Kết quả từ các nghiên cứu đều tập trung chỉ ra các yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu nông sản của Việt Nam, trong đó một số yếu tố về quy mô nền kinh tế, quy mô dân số, khoảng cách địa lý và mức độ tham gia các tổ chức quốc tế thể hiện xu hướng tác động là tương đồng với các nghiên cứu trên thế giới. Tuy nhiên, do phạm vi về không gian nghiên cứu khác nhau nên mức độ tác động của các yếu tố cũng có sự khác nhau giữa nghiên cứu trong nước với nghiên cứu trên thế giới hoặc bản thân trong một số nghiên cứu trong nước có sử dụng yếu tố giống nhau nhưng mức độ tác động là khác nhau. Bên cạnh các yếu tố cơ bản, ở góc độ lý thuyết có thể thấy năng lực sản xuất của quốc gia nhập khẩu cũng là một yếu tố có ảnh hưởng lớn đến kim ngạch xuất khẩu của quốc gia xuất khẩu đặc biệt với mặt hàng nông sản cụ thể là chè. Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả sẽ coi đây là yếu tố mới và đi kiểm chứng thực tế mức độ ảnh hưởng của nó đến kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam.

Như vậy, các nghiên cứu trên thế giới và trong nước khi tiếp cận theo dòng chảy thương mại đều sử dụng mô hình lực hấp dẫn để làm rõ các yếu tố ảnh hưởng. Thực tế cho đến nay chưa có nghiên cứu nào chỉ ra tất cả các yếu tố có ảnh hưởng đến kim ngạch xuất khẩu nông sản nói chung và chè nói riêng. Vì thế đây vẫn là vấn đề cần tiếp tục nghiên cứu và mô hình lực hấp dẫn vẫn đang cho thấy sự phù hợp trên cả khía cạnh lý luận và thực tiễn.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

Bài viết sử dụng nguồn dữ liệu thứ cấp được thu thập từ các tổ chức uy tín trên Thế giới và trong nước như Ngân hàng Thế giới (World bank), Tổ chức Thương mại quốc tế (WTO), Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên hợp quốc (FAO), Cơ quan thống kê châu Âu (Eurostat) Tổng cục Hải quan,… Các dữ liệu sau khi thu thập sẽ được tổng hợp theo các chỉ tiêu bài viết sử dụng để phân tích.

3.2. Phương pháp phân tích

Ngoài các phương pháp phân tích truyền thống như thống kê mô tả và so sánh, bài viết sử dụng mô hình lực hấp dẫn để phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam trong giai đoạn 2007-2022. Đây là mô hình nghiên cứu được phát triển bởi Tinbergen (1962) và Linnemann (1966) dựa trên cơ sở của định luật lực hấp dẫn . Cho đến nay, mô hình này được ứng dụng rộng rãi trong lĩnh vực thương mại quốc tế với nhiều nghiên cứu thực nghiệm của các tác giả khác nhau như Anderson (1979), Bergstrand (1985), Erdem & Nazlioglu (2008), Hatab & cộng sự (2010),... Kế thừa các nghiên cứu trước đây, mô hình lực hấp dẫn nhằm đánh giá ảnh hưởng của các yếu tố đến kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam được phát triển như sau (*mô hình 1*):

$$EX_{ijt} = A \times GDP_{it}^{\beta 1} \times GDP_{jt}^{\beta 2} \times LB_{it}^{\beta 3} \times OPEN_{it}^{\beta 4} \times OPEN_{jt}^{\beta 5} \times DIS_{ij}^{\beta 6} \times e^{FTA_{ijt}^{\beta 7} \times CA_{jt}^{\beta 8} \times u_{ijt}}$$

Trong đó:

EXijt: KNXK chè của Việt Nam tới nước *j* trong năm *t*

A: Hệ số , cản trở thương mại của Việt Nam với nước *j*

GDPit; LBit; OPENit: Lần lượt là GDP, nguồn lao động và độ mở nền kinh tế của Việt Nam tại năm *t*

GDPjt; OPENjt: Lần lượt là GDP và độ mở của nền kinh tế nước *j* tại năm *t*

DISij: Khoảng cách địa lý giữa Việt Nam và nước *j*

FTA_{ijt}: Là biến giả, nhận giá trị 0 nếu Việt Nam và nước nhập khẩu chè không cùng là thành viên của hiệp định thương mại năm *t*; nhận giá trị 1 nếu Việt Nam và nước nhập khẩu chè cùng là thành viên của hiệp định thương mại năm *t*

CAjt: Là biến giả. Nhận giá trị 0 nếu nước j không có năng lực xuất khẩu chè; nhận giá trị 1 nếu nước j có năng lực xuất khẩu chè.

β_i: là các hệ số hồi quy thể hiện mức độ tác động của yếu tố thứ i trong mô hình

u_{ijt}: Sai số ngẫu nhiên

Từ mô hình 1 sau khi logarit sẽ được mô hình sau (mô hình 2):

$$LnEXPORT_{ijt} = \beta_0 + \beta_1 lnGDP_{it} + \beta_2 lnGDP_{jt} + \beta_3 lnLB_{it} + \beta_4 lnOPEN_{it} + \beta_5 lnOPEN_{jt} + \beta_6 lnDIS_{ij} + \beta_7 FTAijt + \beta_8 CA_{ij} + u_{ijt}$$

Mô hình 2 sẽ là mô hình được dùng để chạy các hồi quy như OLS, FEM, REM và GLS.

Nguồn số liệu được sử dụng sẽ là số liệu hỗn hợp về 22 quốc gia trong giai đoạn 2007-2022. (Năm 2007 là năm Việt Nam trở thành thành viên của WTO vì thế nghiên cứu này lấy năm 2007 làm năm gốc của giai đoạn nghiên cứu; Hiện tại sản phẩm chè của Việt Nam xuất khẩu sang khoảng 80 quốc gia trên thế giới, tuy nhiên giá trị xuất khẩu tại các quốc gia lại có sự khác biệt nhiều. Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả chỉ tập trung vào các quốc gia có nhập khẩu chè của Việt Nam với giá trị từ 1 triệu USD trở lên. Vì thế nên bộ số liệu dùng trong nghiên cứu này là số liệu hỗn hợp về 22 quốc gia).

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Thực trạng xuất khẩu chè của Việt Nam giai đoạn 2007-2022

Việt Nam là quốc gia có nhiều lợi thế trong sản xuất và xuất khẩu chè. Đây cũng là một trong số các sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Giai đoạn 2007-2022, xuất khẩu chè của Việt Nam đã đạt được một số thành tích đáng ghi nhận về kim ngạch xuất khẩu, số lượng thị trường xuất khẩu cũng như vị thế của sản phẩm. Tuy nhiên, trong bối cảnh của quá trình hội nhập ngày càng sâu và rộng như hiện nay thì sự phát triển của ngành chè Việt Nam vẫn chưa tương xứng với những tiềm năng và lợi thế sẵn có.

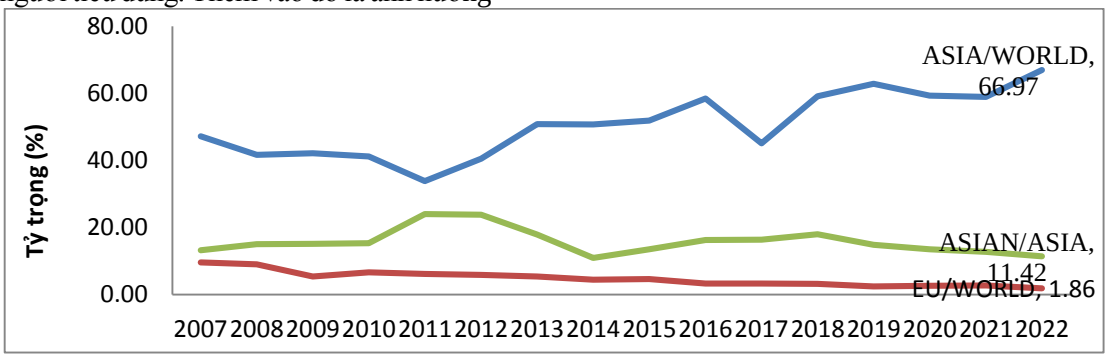
Bảng 1: *Biến động về kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam giai đoạn 2007-2022*

Năm	KNXK (triệu USD)			
	Thế giới	***Châu Á***	***Châu Âu***	***Đông Nam Á***
2007	134,700	63,631	12,879	8,435
2008	149,287	62,227	13,471	9,357
2009	180,406	75,970	9,754	11,493
2010	202,303	83,276	13,453	12,746
2011	205,822	69,578	12,691	16,708
2012	225,897	91,463	13,132	21,809
2013	230,179	117,041	12,353	20,898
2014	228,120	115,637	10,037	12,633
2015	217,188	112,613	9,975	15,186
2016	227,993	133,373	7,463	21,648
2017	232,862	104,915	7,718	17,134
2018	218,821	129,369	6,992	23,290
2019	234,380	147,384	5,633	21,879
2020	200,671	119,136	5,303	16,115
2021	206,909	121,972	5,634	15,541
2022	225,465	151,001	4,188	17,248
Bình quân	207,563	106,162	9,417	16,383
		Tăng trưởng BQ (%)		
2007-2014	7,816	8,908	-3,499	5,940
2014-2022	-0,146	3,392	-10,350	3,969
2007-2022	3,494	5,930	-7,216	4,884

Nguồn: World Bank và tính toán của tác giả, 2024

Bảng 1 tập trung phân tích biến động về kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam ra Thế giới và tại các khu vực thị trường chính như Châu Âu, Châu Á và Đông Nam Á. Kết quả cho thấy, ngoại trừ các năm chịu ảnh hưởng nặng nề từ đại dịch Covid-19 thì kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam có sự tăng dần qua các năm với tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 3,494%/năm trong giai đoạn 2007-2022. Châu Á vẫn luôn là khu vực thị trường xuất khẩu chè chủ yếu của Việt Nam (kim ngạch xuất khẩu bình quân đạt 106,162 triệu USD/năm) với một số quốc gia điển hình như Trung Quốc, Ấn Độ, Pakistan, Malaysia,… Nằm trong khu vực Châu Á, với kim ngạch xuất khẩu chè bình quân trong giai đoạn 2007-2022 đạt 16,383 triệu USD/năm cho thấy các nước Đông Nam Á (ASEAN) cũng hứa hẹn sẽ là thị trường xuất khẩu chè lớn của Việt Nam trong thời gian tới. Tuy

nhiên, kim ngạch xuất khẩu chè lại đang có xu hướng sụt giảm mạnh tại khu vực thị trường Châu Âu. Trên thực tế, nhu cầu thưởng trà của người dân sống tại Châu Âu cũng có sự tăng lên đáng kể, tuy nhiên trong khi các đối thủ cạnh tranh lớn như Nhật Bản, Đài Loan, Trung Quốc,… luôn tìm cách cải thiện về chất lượng, mẫu mã, chủng loại thì sản phẩm chè đưa đi xuất khẩu của Việt Nam được đánh giá là khá đơn giản và chưa đáp ứng được nhu cầu của người tiêu dùng. Thêm vào đó là ảnh hưởng lớn từ khủng hoảng nợ công, đại dịch Covid-19 làm cho đời sống của người dân tại khu vực này gặp nhiều khó khăn, vì thế mà nhu cầu tiêu dùng chè cũng giảm (kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam tại khu vực thị trường Châu Âu đạt 9,417 triệu USD/năm). Giai đoạn tới, khi kinh tế Châu Âu phục hồi đây sẽ là khu vực thị trường đầy tiềm năng mà ngành chè Việt Nam cần tập trung nghiên cứu và khai thác một cách có hiệu quả.



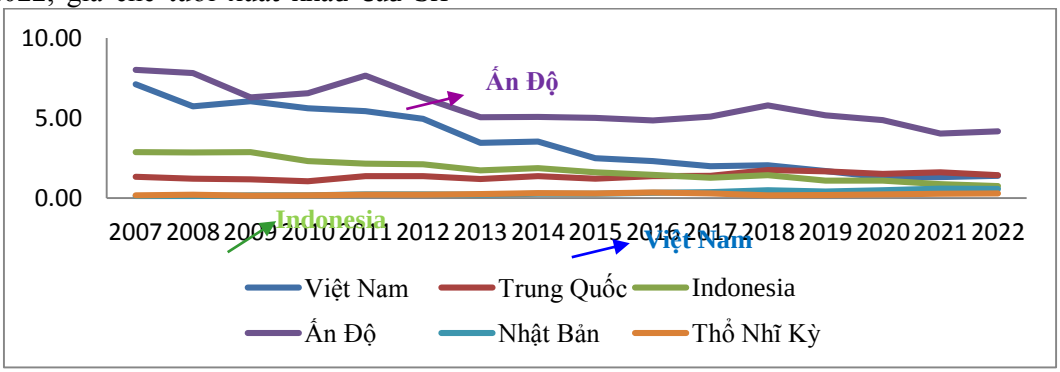
Hình 1. Biến động tỷ trọng xuất khẩu chè Việt Nam tại các thị trường giai đoạn 2007-2022

Nguồn: Tính toán của tác giả từ số liệu của Worldbank, 2024

Trên cơ sở số liệu về kim ngạch xuất khẩu, hình 1 cho thấy biến động về tỷ trọng xuất khẩu chè của Việt Nam tại các khu vực thị trường khác nhau. Chỉ tính riêng tại thị trường Châu Á, năm 2022 tỷ trọng xuất khẩu đạt cao nhất trong toàn giai đoạn là 67%, những năm trước đó tỷ trọng dao động trong khoảng 36-67%. Xuất khẩu chè của Việt Nam sang thị trường Châu Á về cơ bản tập trung vào sản lượng trong khi chất lượng còn thấp, chủng loại, mẫu mã chè chưa đa dạng, nên giá bán không cao. Một số nước nhập khẩu chè Việt Nam dùng để chế biến thực phẩm có nguyên liệu chè, hoặc họ dùng để chế biến ra các loại chè có chất lượng cao hơn, mẫu mã đẹp hơn để đưa đi xuất khẩu sang các thị trường phát triển khác chẳng hạn như Mỹ và các nước Châu Âu. Với nhiều nét tương đồng về văn hóa cùng sự phục hồi, phát triển về kinh tế cho thấy tiềm năng xuất khẩu chè của Việt Nam vào thị trường các nước ASEAN là rất lớn. Theo EuroStat (2024), Châu Âu là thị trường nhập khẩu chè lớn nhất toàn cầu tuy nhiên thị phần của chè Việt Nam tại đây chỉ đạt 0,23% (Nguyễn Hạnh (2024). Kết quả này cho thấy, chè của Việt Nam vẫn chưa tìm được chỗ đứng tại thị trường này. Nguyên nhân chủ yếu là do các yêu cầu nghiêm ngặt về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật trong chè (MRL) mà Việt Nam chưa đáp ứng được (Chương Phượng, 2021). Thực tế tại Việt Nam đã đầu tư nhiều công ty/nhà máy chế biến chè ở các tỉnh thành trong cả nước với công nghệ chế biến hiện đại đảm bảo đủ điều kiện xuất khẩu sang các thị trường khó tính, tuy nhiên liên kết giữa các khâu sản xuất và chế biến vẫn còn khá lỏng lẻo. Tính đến thời điểm hiện tại mới có hơn 10% số các công ty/nhà máy chế biến chè đã có vùng nguyên liệu riêng để phục vụ cho chế biến. Đây là bài toán khó cần có sự chung tay vào cuộc của các bên bao gồm Nhà nước, doanh nghiệp, hộ dân trồng chè, nhà khoa học và tổ chức tín dụng trong việc phát triển ngành chè để chè Việt Nam có chỗ đứng tại trên thị trường thế giới nói chung và thị trường khó tính như Châu Âu, Mỹ,…. nói riêng.

Việt Nam có sản lượng chè xuất khẩu đứng thứ 5 trên thế giới (với sản lượng khoảng 174.900 tấn) sau Ấn Độ, Trung Quốc, Sri Lanka và Kenya (FAO, 2023). Tuy nhiên, kết quả tính toán RCA của Việt Nam với các nước có thành tích về xuất khẩu khẩu chè trên thế giới lại cho thấy Ấn Độ là nước có lợi thế so sánh cao nhất (hình 2). Đứng sau Ấn Độ là Việt Nam, Indonesia, Trung Quốc, Thổ Nhĩ Kỳ và Nhật Bản. Mặc dù RCA trong xuất khẩu chè của các nước này đều có xu hướng giảm khá mạnh trong những năm gần đây song xét ở khía cạnh về điều kiện tự nhiên, lao động thì đây vẫn là các nước có lợi thế trong sản xuất và xuất khẩu. Khi một quốc gia hội nhập càng sâu thì cơ hội và thách thức đối với hoạt động xuất khẩu hàng hóa sẽ nhiều hơn. Thách thức lớn nhất đối với hoạt động xuất khẩu chè của Việt Nam chính là các yêu cầu về hàng rào kỹ thuật, đặc biệt là vấn đề an toàn thực phẩm, tiếp đến là sự cạnh tranh từ các đối thủ trong và ngoài khu vực. Mặc dù được đánh giá là có lợi thế so với nhiều nước trong khu vực ASEAN và Châu Á về sản xuất chè tuy nhiên chủng loại chè xuất khẩu của Việt Nam hiện nay

chủ yếu ở dạng thô, hàm lượng chế biến thấp. Hàng năm sản lượng chè xuất khẩu tập trung chủ yếu vào chè tươi hoặc chè thô với tỷ lệ xuất khẩu chiếm tới 94% trong tổng khối lượng chè xuất khẩu của Việt Nam (Chu Khôi, 2024). Vì vậy giá chè xuất khẩu thường bị thấp hơn so với các đối thủ (năm 2022, giá chè tươi xuất khẩu của Sri Lanka là 571,7 USD/tấn trong khi giá chè tươi xuất khẩu của Việt Nam là 407.1 USD/tấn (FAO, 2024). Đây vẫn luôn là bài toán cần giải quyết của ngành chè Việt Nam đặc biệt trong thời gian tới khi chè Việt Nam muốn tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị chè toàn cầu.



Hình 2. Lợi thế so sánh trong xuất khẩu chè của Việt Nam và một số quốc gia có thành tích về xuất khẩu chè trên thế giới

Nguồn: Tính toán của tác giả từ số liệu của World Bank, 2024

4.2. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu chè của Việt Nam

Bài viết sử dụng phương pháp hồi quy đa biến để đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam trong giai đoạn 2007-2022. Đối với bộ dữ liệu bảng (panel data), mô hình hồi quy theo phương pháp bình phương nhỏ nhất (OLS) xảy ra hiện tượng tự tương quan làm cho các hệ số hồi quy của các biến giải thích không chính xác và kiểm định Wald cho giá trị P-value = 0,000 < 0,05. Như vậy, mô hình OLS sẽ được thay thế bởi mô hình hồi quy ảnh hưởng của hiệu ứng cố định (FEM) hoặc mô hình hồi quy ảnh hưởng của hiệu ứng ngẫu nhiên (REM). Bằng phương pháp kiểm định Hausman có được giá trị P-value = 0,899 > 0,05 nên lựa chọn REM. Thực hiện kiểm định tự quan và kiểm định phương sai của sai số thay đổi đều cho kết quả P-value = 0,000 < 0,05 có nghĩa mô hình REM đang nghiên cứu xảy ra hiện tượng tự tương quan và phương sai của sai số thay đổi. Để khắc phục các khuyết tật đó, mô hình GLS được đề xuất sử dụng thay thế. Kết quả hồi quy về các mô hình OLS, FEM, REM và GLS cho 352 quan sát được trình bày cụ thể tại Bảng 2.

Bảng 2: *Các yếu tố ảnh hưởng đến kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam bằng các phương pháp ước lượng khác nhau*

Yếu tố	(OLS) Exportij	(FEM) Exportij	(REM) Exportij	(GLS) Exportij
GDPi	0.2594* [1.80]	0.1511 [1.32]	0.1875* [1.93]	0.2394** [2.49]
GDPj	0.0965* [1.64]	0.2419 [1.00]	0.1567 [0.92]	0.2315*** [3.27]
LABORi	-0.1487 [-0.10]	-0.0308 [-0.04]	-0.0775 [-0.10]	0.4073 [0.55]
OPENi	-0.9246 [-1.48]	-0.9496*** [-2.84]	-0.9571*** [-2.88]	-0.7734** [-2.46]
OPENj	-0.3656*** [-3.22]	-0.6064* [-1.96]	-0.5630** [-2.21]	-0.3620*** [-2.7]
DISij	-0.7899*** [-8.20]	-	-0.6559* [-1.95]	-0.3831*** [-3.62]
FTAij	-0.3110*** [-4.96]	-0.2110*** [-3.74]	-0.2185*** [-3.95]	-0.0627 [-1.35]
CAPj	0.4143*** [7.07]	-	0.4461** [2.00]	0.5195*** [7.69]
_cosnt	1.6098 [0.70]	-1.6454 [-0.91]	0.9464 [0.45]	-1.6017 [-1.11]

*Ghi chú: ***; **; *: Tương ứng với mức ý nghĩa nhỏ hơn 1%, 5%, 10%. Nguồn: Kết quả ước lượng sử dụng phần mềm Stata*

Từ kết quả hồi quy của mô hình GLS cho thấy, các biến bao gồm: quy mô nền kinh tế của Việt Nam (GDPi), quy mô nền kinh tế của nước nhập khẩu (GDPj), độ mở nền kinh tế của Việt Nam (OPENi), độ mở nền kinh tế của nước nhập khẩu (OPENj), khoảng cách giữa Việt Nam và nước nhập khẩu (DISij) và năng lực xuất khẩu chè của nước nhập khẩu (CAPj) đều có tác động đến kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam ở các mức ý nghĩa 1%, 5% và 10%. Cụ thể như sau:

Biến GDPi có tác động cùng chiều đến kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam ở mức ý nghĩa 5%. Tức là GDPi cứ tăng lên 1% thì kim ngạch xuất khẩu chè bình quân của Việt Nam sẽ tăng 0.2394%. Thực tế cho thấy, khi GDPi tăng đồng nghĩa quy mô nền kinh tế Việt Nam tăng, vì vậy Việt Nam có điều kiện để đầu tư nhiều hơn vào hoạt động sản xuất trong nước qua đó góp phần đưa kim ngạch xuất xuất khẩu chè tăng lên. Kết quả này cũng phù hợp với một số nghiên cứu trước đây cũng như thực tế xuất khẩu hiện nay tại nhiều quốc gia.

Biến GDPj có tác động cùng chiều đến kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam ở mức ý nghĩa 1%. Tức là, khi GDPj tăng lên 1% thì kim ngạch xuất khẩu chè bình quân của Việt Nam sẽ tăng 0.2315%. Với những lợi ích tuyệt vời do chè mang lại nên ở nhiều quốc gia trên thế giới, chè là loại nước uống thứ 2 sau nước lọc. Bởi vậy, khi quy mô nền kinh tế nước nhập khẩu tăng thì nhu cầu tiêu dùng sản phẩm trong đó có sản phẩm chè cũng sẽ tăng. Theo OECD (2024), tăng trưởng kinh tế toàn cầu năm 2024 có thể đạt 3,1% trong đó tăng trưởng kinh tế của Hoa Kỳ là 2,6%, Trung Quốc là 3,9%,… Từ những con số dự báo về những khởi sắc của nền kinh tế toàn cầu và các nước có tầm ảnh hưởng lớn đã mang lại các cơ hội mới cho xuất khẩu chè của Việt Nam.

Biến OPENi và OPENj cùng có tác động ngược chiều với kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam lần lượt ở mức ý nghĩa 5% và 1%. Điều này có nghĩa, khi độ mở của nền kinh tế của các nước (bao gồm cả Việt Nam và nước nhập khẩu) tăng thì kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam sẽ giảm xuống. Về mặt lý thuyết và thực tế, kết quả này cũng là sự phù hợp bởi độ mở của nền kinh tế càng cao thì cơ hội đối với các nước nhập khẩu hàng hóa tăng lên và thách thức với nước xuất khẩu sẽ nhiều hơn. Hiện tại, so với các đối thủ thì Việt Nam có lợi thế về điều kiện tự nhiên, lao động song lại bất lợi về ứng dụng công nghệ trong sản xuất và tạo ra sản phẩm chè xuất khẩu. Trong khi quá trình hội nhập càng sâu rộng thì độ mở nền kinh tế càng có xu hướng tăng, vì thế Việt Nam cần có các biện pháp ứng phó kịp thời để các yếu tố này không gây ảnh hưởng tiêu cực với hoạt động xuất khẩu chè trong thời gian tới.

Biến DISIj có tác động tiêu cực đến xuất khẩu chè của Việt Nam ở mức ý nghĩa 1%. Điều này là phù hợp cả về lý luận và thực tiễn đối với hoạt động xuất khẩu hàng hóa nói chung và xuất khẩu chè nói riêng của các quốc gia. Bởi khoảng cách càng xa sẽ khiến cho quá trình vận chuyển chè gặp khó khăn gây ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động xuất và nhập khẩu của các quốc gia. Vì thế, khi khoảng cách giữa Việt Nam và nước nhập khẩu chè của Việt Nam càng lớn thì kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam sẽ càng giảm. Từ kết quả này cho thấy, khoảng cách địa lý là yếu tố cố định không thay đổi được nên Việt Nam cần căn cứ vào khoảng cách giữa các quốc gia để lựa chọn mặt hàng chè (tươi hoặc đã chế biến) đưa đi xuất khẩu cho phù hợp. Với chè tươi thì nên tập trung xuất khẩu tại các quốc gia có khoảng cách địa lý gần như Trung Quốc, Malaysia,… còn với các quốc gia có khoảng cách địa lý xa như Mỹ, Nga,.. thì nên tập trung xuất khẩu chè đã qua chế biến, đóng gói đảm bảo chất lượng đáp ứng được các hàng rào phi thuế quan của nước nhập khẩu.

Biến CAPj có tác động cùng chiều đến kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam ở mức ý nghĩa 1%. Kết quả chạy mô hình GLS cho thấy, năng lực xuất khẩu chè nước j tăng lên 1% thì kim ngạch xuất khẩu chè bình quân của Việt Nam sẽ tăng 0,5195%. Năng lực xuất khẩu chè được thể hiện qua khả năng sản xuất và xuất khẩu của một quốc gia. Điều này có nghĩa, một nước có thể không có lợi thế trồng chè vẫn có thể có năng lực xuất khẩu thông qua việc mua chè thô từ các nước có lợi thế để về chế biến, đóng gói sau đó đưa đi xuất khẩu sang các nước khác. Những năm qua, sản lượng chè xuất khẩu của Việt Nam khá lớn tuy nhiên giá trị mang về chưa cao bởi hàm lượng chế biến còn thấp. Đài Loan là một trong nhiều nước đã nhập khẩu chè tươi hoặc chè thô của Việt Nam về làm nguyên liệu hoặc chế biến thêm rồi phục vụ tiêu dùng trong nước và xuất khẩu. Ở góc độ chuỗi giá trị toàn cầu thì cách làm trên đã góp phần

làm tăng giá trị xuất khẩu của ngành chè. Tuy nhiên, cùng với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ thì đây không phải là hướng đi phù hợp của ngành chè Việt Nam trong thời gian tới.

4.3. Một số giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu chè của Việt Nam trong thời gian tới

Trong bối cảnh nền kinh tế thế giới dần phục hồi và phát triển ổn định kết hợp với nhu cầu tiêu dùng chè tại các quốc gia ngày một tăng đã tạo cơ hội để ngành chè Việt Nam có điều kiện để phát triển, góp phần tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị ngành chè của thế giới. Do đó, một số giải pháp cần thực hiện trong thời gian tới nhằm đẩy mạnh xuất khẩu góp phần phát triển ngành chè Việt Nam là:

Thứ nhất, tăng cường vai trò quản lý của nhà nước trong quy hoạch, phát triển ngành chè. Nhà nước cần tiến hành quy hoạch vùng trồng chè theo hướng tăng năng suất, đảm bảo về chất lượng và gia tăng về giá trị xuất khẩu. Hiện nay nhiều vùng có tiềm năng phát triển chè ở Việt Nam vẫn tồn tại tình trạng sản xuất manh mún, chưa tập trung dẫn đến việc ứng dụng khoa học công nghệ vào sản xuất gặp khó khăn làm ảnh hưởng tới năng suất và sản lượng chè.

Thứ hai, nâng cao khả năng sản xuất của ngành chè cả về chiều rộng và chiều sâu. Theo Cục Chất lượng Chế biến và Phát triển Thị trường Nông sản thuộc Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, hiện nay sản phẩm chè xanh vẫn chiếm tới 94% trong tổng khối lượng chè xuất khẩu của Việt Nam. Việc tập trung đất đai, lao động, khoa học công nghệ là cần thiết để tăng năng suất, sản lượng chè. Bên cạnh đó, ứng dụng công nghệ chế biến sâu để tạo ra những sản phẩm có chất lượng hơn (như chè đen, ướp hoa, ô long...) và giá bán cao hơn chính là xu hướng phát triển ngành chè ở hiện tại và trong tương lai. Ngoài ra, sản xuất chè cần tuân thủ nghiêm ngặt theo đúng quy trình sản xuất (ở Việt Nam đang thực hiện theo tiêu chuẩn VietGAP) chính là cách để bảo vệ người tiêu dùng cũng như nâng cao khả năng cạnh tranh của chè Việt Nam trước các đối thủ tại các khu vực thị trường khó tính như Châu Âu, Mỹ, Nhật Bản,...

Thứ ba, tận dụng tốt các cơ hội từ các FTA/FTAs mang lại. Việc ký kết các FTA/FTAs đồng nghĩa với việc Việt Nam sẽ được hưởng nhiều quyền lợi tốt hơn so với các nước không là thành viên. Tuy nhiên, theo kết quả phân tích từ mô hình GLS cho thấy, Việt Nam chưa tận dụng được những lợi thế này trong hoạt động xuất khẩu chè. Nguyên nhân là do sản phẩm chè Việt Nam còn thấp, chưa đáp ứng được các cam kết trong các FTA/FTAs. Vì thế, để tận dụng được các cơ hội từ các FTA/FTAs thì nâng cao chất lượng, tập trung vào các sản phẩm chè có hàm lượng chế biến sâu là yêu cầu cấp bách của ngành chè Việt Nam.

Thứ tư, tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại về chè tại các thị trường xuất khẩu. Việc nghiên cứu, tìm hiểu đặc điểm của thị trường xuất khẩu như quy mô dân số, trình độ phát triển kinh tế, nhu cầu tiêu dùng chè, năng lực sản xuất chè,… để xây dựng chiến lược xúc tiến thương mại phù hợp có ý nghĩa quan trọng với ngành chè. Các hoạt động như quảng bá, hỗ trợ phát triển thương hiệu chè Việt Nam, đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm chè trên sàn thương mại điện tử hay tham gia các triển lãm chè quốc tế,… sẽ góp phần đưa sản phẩm chè Việt Nam đến với nhiều người tiêu dùng hơn từng bước xây dựng vị thế của chè Việt trên thị trường quốc tế.

5. Kết luận

Hoạt động xuất khẩu chè của Việt Nam đã có những kết quả đáng ghi nhận như kim ngạch xuất khẩu không ngừng tăng lên trong những năm gần đây và Việt Nam đã trở thành quốc gia có sản lượng chè xuất khẩu chè đứng thứ 5 trên thế giới (FAO, 2023). Kết quả nghiên cứu cho thấy, Việt Nam có lợi thế so sánh trong xuất khẩu chè tuy nhiên chỉ số này đang có xu hướng giảm mạnh so với các quốc gia cùng có lợi thế so sánh. Các sản phẩm chè xuất khẩu Việt Nam hiện tại chủ yếu là chè xanh có giá trị thấp, thiếu những sản phẩm chè cao cấp nên vị thế và khả năng cạnh tranh của chè Việt so với các đối thủ còn thấp. Bên cạnh đó, khó khăn đặt ra với ngành chè Việt Nam cũng ngày một nhiều hơn đặc biệt là hàng loạt các hàng rào phi thuế quan tại các quốc gia nhập khẩu chè hay các cam kết về chất lượng sản phẩm trong các FTA/FTAs mà chè Việt Nam chưa vượt qua được. Trong thời gian tới, ngành chè Việt Nam cần có sự đầu tư nhiều hơn nữa để thay đổi cả về lượng và chất mới có thể vươn xa trên thị trường quốc tế, khẳng định vị thế của mình trong ngành chè toàn cầu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1]. Agnieszka, Jolanta. (2019). Polish Agri-Food Trade With Non-Eu Countries - A Gravity Model Analysis. *Annals Of The Polish Association Of Agricultural And Agribusiness Economists*, 2019, Vol. XXI, No. (4).

[2]. Anderson. (1979). A Theoretical for the Gravity Equation. *The American Economic Review* 69(1), pp. 106-116.

[3]. Articulos. (2018). A gravity model of trade for nicaraguan agricultural exports. *Cuad. Econ*. vol.37 no.74 Bogotá July/Dec. 2018.

[4]. Atif. (2016). *Pakistan's agricultural exports, determinants and its potential: an application of stochastic frontier gravity model. The Journal of International Trade & Economic Development An International and Comparative Review*.

[5]. Bergstrand. (1985). The Gravity Equation in International Trade: Some Microeconomic Foundations and Empirical Evidence. *The Review of Economics and Statistics* 67(3), pp. 474-481.

[6]. Erdem and Nazlioglu. (2008). Gravity model of Turkish Agricultural Exports to the European Union, *International Trade and Finance Association*, 2008.

[7]. Nguyễn Hạnh. (2024). *Việt Nam đang là thị trường xuất khẩu chè lớn thứ 8 thế giới*, https://congthuong.vn/viet-nam-dang-la-thi-truong-xuat-khau-che-lon-thu-8-the-gioi-337633.html, truy cập ngày 10/8/2024

[8]. Hatab, Abu, Romstad and Huo. (2010). Determinants of Egyptian Agricultural Exports: A Gravity Model Approach. *Modern Economy* 1, pp. 134-143

[9]. Chu Khôi. (2024). *Xuất khẩu chè sa sút vì chậm đầu tư vào chế biến sâu.* https://vneconomy.vn/xuat-khau-che-sa-sut-vi-cham-dau-tu-vao-che-bien-sau.htm, truy cập ngày 6/8/2024

[10]. Trần Nhuận Kiên, Ngô Thị Mỹ. (2016). Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu nông sản của Việt Nam qua cách tiếp cận của mô hình lực hấp dẫn. *Tạp chí Kinh tế và phát triển*, số 233, tháng 11 năm 2016, tr. 106 - 112.

[11]. Kushtrim, Artan, Ema, Jozef. (2016). *Determinants of Albanian Agricultural Export: The Gravity Model Approach.* Dep Working Paper Series, NO. 3/2016.

[12]. Phạm Hoàng Linh. (2019). Phân tích tiềm năng xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam sang thị trường Liên Minh Châu Âu (EU). *Đề tài Khoa học và Công nghệ cấp Đại học*, Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh - Đại học Thái Nguyên, 2019.

[13]. Linnermann. (1966). *An Econometric Study of International Trade Flows*, Amsterdam, North-Holland

[14]. Moisikari, Eita. (2016). Determinants of South Africa's exports of agriculture, forestry and fishing products to sadc: A Gravity model approach. *Economia Internazionale/International Economics*, 2016 Volume 69, Issue 3 – August, 248 - 265.

[15]. Ngô Thị Mỹ. (2016). *Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới xuất khẩu một số nông sản Việt Nam. Luận án tiến sĩ,* Đại học Thái nguyên.

[16]. Đỗ Thị Hòa Nhã. (2017). Các nhân tố tác động đến xuất khẩu nông sản Việt Nam vào thị trường EU. *Luận án tiến sĩ*, Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh, ĐH Thái Nguyên.

[17]. OECD. (2024). *Báo cáo Triển vọng kinh tế OECD: Sự phục hồi đang diễn ra.* https://www.oecd.org/economic-outlook/may-2024/, truy cập ngày 18/6/2024

[18]. Chương Phượng. (2021). *Vì sao xuất khẩu chè vẫn "luẩn quẩn" với những thị trường dễ tính?*, https://vneconomy.vn/vi-sao-xuat-khau-che-van-luan-quan-voi-nhung-thi-truong-de-tinh.htm, truy cập 18/6/2024.

[19]. Rahman. (2009). *The Determinants of Bangladesh's Imports: A Gravity Model Analysis Under Panel Data.* Australian Conference of Economists.

[20]. Sevela. (2002). Gravity type model of Czech agricultural export. *Agriculltural Economics 48*, pp. 463-466

[21]. Shahriar, Qian & Kea. (2019). Determinants of Exports in China's Meat Industry: A Gravity Model Analysis. *Emerging Markets Finance and Trade*, pp. 2544 – 2565

[22]. Sotja, Edriss, Alexander & Micah. (2016). Determinants of Swaziland's Sugar Export: A Gravity Model Approach. *International Journal of Economics and Finance*; Vol. 8, No. 10; 2016.

[23]. Tinbergen. (1962). *Shaping the World Economy: Suggesstions for an International Economy Policy*. New York: The Twentieth Century Fund.
[24]. Wei. (2019). *Analysis of Factors Affecting Kiwifruit Export*. E3S Web Conf, Volume 131, 2nd International Conference on Biofilms (ChinaBiofilms 2019).
[25]. World Bank. (2024a). *World Bank Integrated Trade Solution (WITS)*, website: http://wits.worldbank.org/ WITS/, ngày truy cập: 24/6/2024.
[26]. World Bank. (2024b). *World Development Indicators*, website: http://data.worldbank.org /indicator, ngày truy cập: 29/6/2024.
[27]. Trịnh Thị Bạch Yến. (2017). Các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu gạo Việt Nam sang thị trường ASEAN: Kết quả phân tích bằng mô hình lực hấp dẫn. *The Uhd - Ctu Annual Economics and Business Conference Proceedings – 2017*, 768 – 778

Thông tin tác giả:
1. Nguyễn Quang Hợp
- Đơn vị công tác: Trường ĐH Kinh tế và Quản trị kinh doanh Thái Nguyên
2. Đoàn Đức Tiến
- Đơn vị công tác: K18-KTĐT Khoa Kinh tế, Trường ĐH Kinh tế và QTKD
- Địa chỉ email: *doanphamhuy270@gmail.com*
3. Dương Văn Huy
- Đơn vị công tác: Trung tâm Nghiên cứu Địa tin học - Trường Đại học Nông lâm TN
4. Trần Thanh Bình
- Đơn vị công tác: Công Ty cổ phần TTB Group

Ngày nhận bài: 6/9/2024
Ngày nhận bản sửa: 27/9/2024
Ngày duyệt đăng: 30/9/2024