

**VIỆN HÀN LÂM
KHOA HỌC XÃ HỘI VIỆT NAM
HỌC VIỆN KHOA HỌC XÃ HỘI**

NGUYỄN LƯƠNG LONG

**NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH
CỦA NGÀNH HÀNG CHÈ XUẤT KHẨU VIỆT
NAM TRONG THỜI KỲ HỘI NHẬP QUỐC TẾ**

LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

Hà Nội - 2020

**VIỆN HÀN LÂM
KHOA HỌC XÃ HỘI VIỆT NAM
HỌC VIỆN KHOA HỌC XÃ HỘI**

NGUYỄN LƯƠNG LONG

**NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH
CỦA NGÀNH HÀNG CHÈ XUẤT KHẨU VIỆT
NAM TRONG THỜI KỲ HỘI NHẬP QUỐC TẾ**

Ngành: Kinh tế Quốc tế

Mã số: 9 31 01 06

LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học:

- 1. PGS.TS. Đỗ Đức Định**
- 2. TS. Trần Đức Vui**

Hà Nội - 2020

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu khoa học độc lập của riêng tôi.

Các số liệu, dữ liệu tham khảo được sử dụng trong phân tích có nguồn gốc rõ ràng, đã được công bố theo đúng quy định. Các kết quả nghiên cứu trong luận án của tôi do tôi tự tìm hiểu, phân tích một cách khách quan. Nội dung luận án chưa từng được ai công bố trong bất kỳ công trình nghiên cứu nào.

Người cam đoan

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	1
Chương 1: TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH NGÀNH CHÈ XUẤT KHẨU VIỆT NAM TRONG THỜI KỲ HỘI NHẬP.....	9
1.1 Một số nghiên cứu của thế giới về năng lực cạnh tranh ngành chè	9
1.2 Những nghiên cứu về năng lực cạnh tranh ngành chè tại Việt Nam.....	14
1.3 Về khoảng trống nghiên cứu và hướng nghiên cứu của Luận án	18
Kết luận chương 1	20
Chương 2: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH NGÀNH CHÈ TRONG ĐIỀU KIỆN HỘI NHẬP	21
2.1 Cơ sở lý luận về năng lực cạnh tranh và hội nhập kinh tế quốc tế	21
2.1.1 Khái niệm và phân loại năng lực cạnh tranh	21
2.1.2 Năng lực cạnh tranh ngành.....	26
2.1.3 Nội dung nghiên cứu năng lực cạnh tranh theo mô hình "Kim cương" của M. Porter.....	28
2.1.4 Quan điểm về nâng cao năng lực cạnh tranh ngành hàng chè xuất khẩu Việt Nam.....	36
2.1.5 Hội nhập kinh tế quốc tế với với ngành hàng chè xuất khẩu	36
2.2 Các tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh ngành chè trong điều kiện hội nhập	37
2.2.1 Thị phần sản phẩm chè	38
2.2.2 Chất lượng nguồn nguyên liệu	38
2.2.3 Năng lực công nghệ của doanh nghiệp chè	39
2.2.4 Tiếp cận vốn của các doanh nghiệp thuộc ngành chè	40
2.2.5 Năng lực liên kết doanh nghiệp.....	41
2.2.6 Thương hiệu sản phẩm	42
2.3 Các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh ngành chè.....	43
2.3.1 Điều kiện về yếu tố sản xuất.....	43
2.3.2 Các điều kiện về cầu.....	43

2.3.3 Điều kiện về quản trị	44
2.3.4 Vai trò của chính phủ	44
2.3.5 Hoạt động marketing	44
2.3.6 Văn hóa bản địa	45
2.4 Sơ đồ nghiên cứu và thiết kế nghiên cứu các yếu tố tác động đến năng lực cạnh tranh ngành chè	54
2.4.1 Sơ đồ nghiên cứu	54
2.4.2 Thiết kế nghiên cứu	55
2.4.3 Thiết kế Bảng hỏi	56
2.4.4 Thang đo	57
2.4.5 Phương pháp thu thập dữ liệu	57
2.4.6 Phương pháp phân tích dữ liệu	58
2.5 Kinh nghiệm của một số quốc gia về nâng cao năng lực cạnh tranh ngành chè và bài học cho ngành hàng chè xuất khẩu Việt Nam	60
2.5.1 Kinh nghiệm và bài học từ Kenya	60
2.5.2 Kinh nghiệm và bài học của Sri Lanka	64
2.5.3 Kinh nghiệm và bài học của Trung Quốc	66
Kết luận chương 2	69
Chương 3: THỰC TRẠNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH NGÀNH HÀNG CHÈ XUẤT KHẨU VIỆT NAM TRONG ĐIỀU KIỆN HỘI NHẬP	70
3.1 Đặc điểm tình hình phát triển ngành chè Việt Nam	70
3.1.1 Diện tích trồng chè	70
3.1.2 Sản lượng chè	71
3.1.3 Năng suất vườn chè	72
3.1.4 Kim ngạch xuất khẩu	73
3.2 Đánh giá thực trạng năng lực cạnh tranh ngành chè xuất khẩu Việt Nam	74
3.2.1 Thực trạng về thị phần sản phẩm chè	74
3.2.2 Chất lượng nguồn nguyên liệu	81
3.2.3 Năng lực công nghệ của doanh nghiệp chè	83

3.2.4 Tiếp cận vốn của các doanh nghiệp thuộc ngành chè	86
3.2.5 Năng lực liên kết doanh nghiệp.....	86
3.2.6 Thương hiệu sản phẩm	87
3.3 Đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh ngành hàng chè xuất khẩu Việt Nam.....	88
3.3.1 Phân tích thông tin mẫu khảo sát.....	88
3.3.2 Kiểm định mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh ngành chè.....	91
3.4 Đánh giá chung về năng lực cạnh tranh ngành chè xuất khẩu	103
3.4.1 Những kết quả đạt được	103
3.4.2 Những hạn chế.....	104
3.4.3 Nguyên nhân của những hạn chế.....	105
Kết luận chương 3	108
Chương 4: GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH NGÀNH CHÈ XUẤT KHẨU TRONG ĐIỀU KIỆN HỘI NHẬP.....	109
4.1. Hội nhập quốc tế, cơ hội và thách thức cho ngành hàng chè xuất khẩu Việt Nam	109
4.1.1. Hội nhập quốc tế mang đến các cơ hội xuất khẩu chè sang nhiều thị trường khó tính.....	109
4.1.2. Thương mại trực tuyến đang thay đổi bộ mặt của thương mại hàng hóa truyền thống	111
4.1.3. Cách mạng công nghiệp lần thứ tư – cơ hội và thách thức cho ngành hàng chè xuất khẩu	111
4.2 Quan điểm và định hướng phát triển xuất khẩu chè giai đoạn 2020-2030.....	113
4.2.1 Quan điểm phát triển xuất khẩu chè	113
4.2.2 Định hướng phát triển xuất khẩu ngành hàng chè.....	114
4.3 Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh ngành chè xuất khẩu.....	116
4.3.1 Nâng cao năng lực cạnh tranh bằng phát triển sản xuất nâng cao	

chất lượng sản phẩm.....	116
4.3.2 Hoàn thiện công tác quản trị doanh nghiệp.....	121
4.3.3 Hoàn thiện hoạt động marketing	123
4.3.4 Phát triển thương hiệu chè với văn hóa Việt Nam	126
4.3.5 Hoàn thiện công tác xây dựng thị trường gắn với cầu đối với sản phẩm	127
4.3.6 Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực.....	129
4.3.7 Hoàn thiện các chính sách hỗ trợ của chính phủ đối với ngành chè	131
4.4 Kiến nghị.....	132
Kết luận chương 4.....	138
KẾT LUẬN	139
TÀI LIỆU THAM KHẢO	143

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

ASEAN	Association of Southeast Asian Nations <i>Hiệp hội các nước Đông Nam Á</i>
ATTP	<i>An toàn thực phẩm</i>
CFA	Confirmatory Factor Analysis <i>Phân tích yếu tố khẳng định</i>
CPTPP	Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership <i>Hiệp định đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương</i>
CSP	<i>Cầu sản phẩm</i>
DN	<i>Doanh nghiệp</i>
EVFTA	European - Vietnam Free Trade Agreement <i>Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU</i>
FAO	Food and Agriculture Organization of the United Nations <i>Tổ chức lương thực và nông nghiệp Liên Hiệp Quốc</i>
FDI	Foreign Direct Investment <i>Đầu tư trực tiếp nước ngoài</i>
FII	Foreign Indirect Investment <i>Đầu tư gián tiếp nước ngoài</i>
FTA	Free Trade Agreement <i>Hiệp định thương mại tự do</i>
HDM	<i>Hoạt động Marketing</i>
IMF	International Monetary Fund <i>Quỹ tiền tệ quốc tế</i>
KTDA	Kenya Tea Development Agency <i>Cơ quan phát triển chè Kenya</i>
NLCT	<i>Năng lực cạnh tranh</i>
NTSX	<i>Nhân tố sản xuất</i>
QT	<i>Yếu tố quản trị</i>
SEM	Structural Equation Modeling <i>Mô hình phương trình cấu trúc</i>
TBK	Tea Board of Kenya <i>Ủy ban chè Kenya</i>
TBT	<i>Tán búp tươi</i>
VBCSD	<i>Hội đồng Doanh nghiệp vì sự Phát triển Bền vững Việt Nam</i>
VHBD	<i>Văn hóa bản địa</i>
VINATEA	<i>Tổng công ty chè Việt Nam</i>
VTCP	<i>Vai trò chính phủ</i>
WEF	World Economic Forum <i>Diễn đàn kinh tế thế giới</i>
WTO	World Trade Organization <i>Tổ chức thương mại quốc tế</i>

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1 Nhóm nhân tố xác định năng lực cạnh tranh quốc gia	22
Bảng 2.2 Bảng tổng hợp các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh ngành chè.....	47
Bảng 2.3 Thiết kế nghiên cứu	55
Bảng 3.1 Diện tích và sản lượng chè khô trên cả nước.....	71
Bảng 3.2 Tỷ trọng sản lượng của một số nước sản xuất chè năm 2014-2017	71
Bảng 3.3 Năng suất chè của Việt Nam và một số nước trên thế giới	72
Bảng 3.4 Lượng xuất khẩu và kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam.....	73
Bảng 3.5 Tổng lượng tiêu thụ chè khô của Việt Nam từ năm 2013-2017	74
Bảng 3.7 Các thị trường xuất khẩu chủ yếu của chè Việt Nam năm 2018	77
Bảng 3.8 Cơ cấu sản phẩm chè xuất khẩu của Việt Nam	79
Bảng 3.9 Đánh giá của doanh nghiệp ngành chè về công nghệ đang sử dụng	83
so với trình độ thế giới (%)	83
Bảng 3.10 Đánh giá của doanh nghiệp về công nghệ đang sử dụng so với các doanh nghiệp trong nước (%).....	84
Bảng 3.11 Đánh giá của doanh nghiệp ngành chè về tiếp cận công nghệ mới nước ngoài (%)	84
Bảng 3.13 Đánh giá của doanh nghiệp về tiếp cận vốn từ các nguồn chính thức (%).....	86
Bảng 3.14 Địa bàn doanh nghiệp mua/bán nguyên liệu thô (nguyên liệu chưa qua chế biến để sản xuất sản phẩm)	87
Bảng 3.15 Thống kê mô tả cho biến định tính	89
Bảng 3.16 Kết quả phân tích nhân tố độc lập	92
Bảng 3.17 Hệ số tương quan	93
Bảng 3.18 Các hệ số xác định độ tin cậy của dữ liệu phân tích.....	95
Bảng 3.19 Kết quả phân tích mô hình phản ánh	96
Bảng 3.20 Kết quả phân tích Giá trị phân biệt mô hình.....	97
Bảng 3.21 Tổng kết các giá trị R^2 và f^2 của dữ liệu mô hình.....	97
Bảng 3.22 Kết quả xác định mức độ ý nghĩa của các liên kết (sử dụng Bootstrapping).....	98
Bảng 3.23 Giá trị chỉ số mô hình phù hợp (model fit).....	99

DANH MỤC CÁC HÌNH

Hình 1.1 Khung nghiên cứu của luận án.....	8
Hình 2.1. Hệ thống các yếu tố quyết định lợi thế cạnh tranh.....	29
Hình 2.2 Sơ đồ nghiên cứu đề xuất.....	54
Hình 2.3 Quy trình tiến hành nghiên cứu.....	56
Hình 3.1 Quy trình phân tích các chỉ số.....	94
Hình 3.2 Kết quả kiểm định mô hình.....	100