

HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO VIỆT NAM – UAE VÀ TÁC ĐỘNG TIỀM ẨN ĐẾN XUẤT KHẨU CÀ PHÊ, CHÈ VÀ GIA VỊ CỦA VIỆT NAM: NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM BẰNG PHƯƠNG PHÁP EX-ANTE VÀ MÔ HÌNH SMART

Doãn Kế Bôn¹, Nguyễn Ngọc Diệp²

Ngày nhận bài: 30/09/2024

Ngày nhận bản sửa: 27/11/2024

Ngày duyệt đăng: 30/12/2024

Tóm tắt. Bài viết đánh giá tác động tiềm ẩn của Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – UAE đến xuất khẩu cà phê, chè và gia vị (HS09) của Việt Nam sang thị trường UAE. Hiệp định vẫn đang trong quá trình đàm phán, do đó, bài viết xây dựng hai kịch bản mô phỏng: (i) FTA Việt Nam – UAE có hiệu lực với cả 2 bên, trong đó UAE cam kết xóa bỏ hoàn toàn thuế quan nhập khẩu cho mặt hàng cà phê, chè và gia vị của Việt Nam và chỉ duy nhất sản phẩm từ Việt Nam được hưởng ưu đãi thuế quan từ UAE và (ii) UAE tự do hóa thương mại không chỉ với Việt Nam thông qua FTA Việt Nam – UAE mà còn hội nhập sâu rộng hơn với 11 đối tác thông qua các hiệp định thương mại khác. Dựa trên kết quả nghiên cứu từ mô hình SMART, bài viết rút ra kết luận rằng FTA Việt Nam – UAE mang lại tác động tích cực đến xuất khẩu cà phê, chè và gia vị của Việt Nam, ngay cả khi các sản phẩm này phải cạnh tranh gay gắt với hàng hóa của các nước đối tác trên thị trường UAE, cùng được hưởng ưu đãi về thuế. Từ đây, bài viết đề xuất các giải pháp trong cả ngắn hạn và dài hạn để Việt Nam tận dụng tối đa FTA Việt Nam – UAE khi Hiệp định này có hiệu lực trong tương lai, thúc đẩy xuất khẩu cà phê, chè và gia vị của Việt Nam, không chỉ sang UAE mà còn trên toàn thế giới.

Từ khóa: Cà phê; Chè và gia vị xuất khẩu; FTA Việt Nam – UAE; Hạt tiêu; Mô hình SMART; Việt Nam.

1. Giới thiệu

Việt Nam và các Tiểu vương quốc Ả Rập Thống nhất (UAE) chính thức thiết lập quan hệ ngoại giao từ năm 1993. Đây là một trong những thị trường xuất khẩu quan trọng của Việt Nam. Sau 10 năm xây dựng khuôn khổ hợp tác song phương (1993 – 2003), Việt Nam chỉ xuất khẩu được gần 66 triệu USD hàng hóa sang UAE thì đến năm 2022, con số này đã tăng hơn 58 lần, chạm ngưỡng hơn 3,85 tỷ USD. UAE lọt vào top 25 trên tổng số 150 thị trường xuất khẩu của Việt Nam. Ngược lại, Việt Nam cũng nằm trong 15 đối tác nhập khẩu nhiều nhất của UAE (năm 2022) (ITC Trade map).

¹Trường Đại học Đại Nam

²Trường Đại học Thương mại, email: diep.nn@tmu.edu.vn

Thương mại song phương Việt Nam - UAE có tính bổ sung mạnh mẽ. UAE là một trong những cường quốc năng lượng thế giới với vị trí thứ 8 về sản xuất dầu thô năm 2023 (International Energy Institute (IEI), 2023). Sản xuất dầu thô chi phối nền kinh tế của UAE, với thực tế rằng nhiên liệu khoáng, dầu khoáng (HS27) luôn là mặt hàng xuất khẩu quan trọng nhất của quốc gia này, chiếm tỷ trọng từ 16,11% đến 35,19% tổng kim ngạch xuất khẩu từ 2012 đến 2019 hay thậm chí hơn 50% hoặc 60% trong những năm gần đây 2020 – 2023 (ITC Trade map). Cũng trong năm 2023, ngành công nghiệp dầu khí đóng góp 27% vào GDP quốc gia. Phụ thuộc quá nhiều vào dầu mỏ, UAE thiếu hụt lương thực trầm trọng, phải nhập khẩu gần như toàn bộ (90%) nhu cầu trong nước (Formiga & Degreenia, 2023). Trong quan hệ thương mại với Việt Nam, UAE tập trung xuất khẩu các sản phẩm điện, điện tử, cơ khí (HS85, HS84), thuốc lá và nguyên liệu thay thế thuốc lá (HS24), plastics và các sản phẩm bằng plastics (HS39), nhiên liệu khoáng, dầu khoáng (HS27), chiếm gần 50% đến 90% tổng giá trị xuất khẩu từ 2012 - 2022 và nhập khẩu máy móc và thiết bị điện (HS85), máy móc và thiết bị cơ khí (HS84), giày dép (HS64), trái cây (HS08), cà phê, chè và các loại gia vị (HS09), hàng may mặc (HS61, HS62, HS63), thủy sản (HS03) và ngũ cốc (HS10),...

Tất cả thành tựu kể trên trong thương mại song phương giữa hai nước đặt nền móng cho việc thành lập Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - UAE (FTA Việt Nam – UAE), chính thức được khởi xướng từ tháng 4 năm 2023. FTA Việt Nam – UAE được kỳ vọng mở ra một kỷ nguyên mới trong hợp tác thương mại của hai nước. Hàng xuất khẩu của Việt Nam được hưởng ưu đãi thuế quan nhờ Hiệp định sẽ thâm nhập sâu hơn vào thị trường UAE và ngược lại. Đối với cà phê, chè và các loại gia vị của Việt Nam (HS09), Hiệp định là bàn đạp thúc đẩy kim ngạch xuất khẩu cất cánh. Bởi (i) ngành nông nghiệp của UAE, đóng góp chưa đến 1% vào GDP kể từ năm 2012, chưa đáp ứng được nhu cầu lương thực trong nước ((Statista, 2024), (Pirani & Arafat, 2016)). An ninh lương thực của UAE đã, đang và sẽ tiếp tục chịu ràng buộc rất nhiều vào sản phẩm nhập khẩu ((Pirani & Arafat, 2016), (Sadler & Magnan, 2011)), khiến cà phê, chè và các loại gia vị của Việt Nam trở thành nguồn bổ sung không thể thiếu. (ii) Các sản phẩm cà phê, chè và các loại gia vị của Việt Nam đóng góp chưa đến 20% tổng lượng nhập khẩu của UAE từ 2012 – 2022 (ITC Trade Map), tạo ra cơ hội tăng trưởng vượt bậc về giá trị xuất khẩu khi hàng rào thuế quan dự kiến được loại bỏ về 0% theo Hiệp định.

Trên cơ sở áp dụng mô hình SMART và lý thuyết cân bằng một phần, bài viết dưới đây sẽ đánh giá tác động tiềm ẩn của FTA Việt Nam – UAE đến xuất khẩu cà phê, chè và các loại gia vị của Việt Nam sang UAE cũng như đưa ra một số khuyến nghị để Việt Nam chuẩn bị tốt hơn cho việc thực thi Hiệp định trong thời gian tới. Ngoài phần Giới thiệu, bài viết bao gồm 3 phần: (ii) Phương pháp nghiên cứu, (iii) Kết quả nghiên cứu và (iv) Kết luận và khuyến nghị.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Mô hình SMART

Mô hình SMART được xây dựng dựa trên cơ sở lý thuyết về cân bằng cục bộ. Phân tích cân bằng cục bộ tìm hiểu về trạng thái cân bằng cung – cầu và sự thay đổi trạng thái cân bằng cung – cầu của một hàng hóa, vì một nhân tố ảnh hưởng, chẳng hạn trong trường hợp này là ưu đãi thuế quan 0% nhờ hiệp định thương mại, khiến giá (nhập khẩu) hàng hóa giảm. Lý thuyết cân bằng cục bộ chỉ xem xét một thị trường riêng biệt, bỏ qua tính kết nối giữa các thị trường. Ví dụ như ở đây, bài nghiên cứu áp dụng mô hình SMART chỉ xem xét duy nhất một thị trường hay một sản phẩm là cà phê, chè và gia vị và một quốc gia nhập khẩu là UAE, nhập khẩu cà phê, chè và gia vị từ nhiều quốc gia xuất khẩu khác nhau trên thế giới.

Các quốc gia xuất khẩu này phải cạnh tranh với nhau để cung ứng hàng hóa cho quốc gia nhập khẩu. Lượng cung ứng hàng hóa của mỗi quốc gia xuất khẩu phụ thuộc vào giá cả của hàng hóa. Giả định rằng tất cả các quốc gia xuất khẩu đều áp dụng mức giá thế giới, phản ứng của cung hàng hóa trước sự thay đổi của giá cả hàng hóa, trong điều kiện các yếu tố khác giữ nguyên, là độ co giãn của cung theo giá. Trong mô hình SMART, độ co giãn của cung được xác định là vô hạn, bởi quốc gia nhập khẩu và nhu cầu nhập khẩu của họ chỉ là một phần rất nhỏ so với thị trường hàng hóa đang xem xét đến và khả năng cung ứng của các nước xuất khẩu.

Phản ứng của cầu hàng hóa trước sự thay đổi của giá cả hàng hóa, trong điều kiện các yếu tố khác giữ nguyên, là độ co giãn của cầu theo giá. Giá sản phẩm ở đây là giá nhập khẩu, thay đổi theo từng quốc gia xuất khẩu, vì thuế quan. Chẳng hạn, UAE dành ưu đãi thuế quan 0% theo cam kết trong hiệp định thương mại tự do với Việt Nam, xuất khẩu cà phê, chè và gia vị, nhu cầu của UAE đối với cà phê, chè và gia vị từ Việt Nam tăng lên khi giá của sản phẩm trở nên cạnh tranh hơn. Tuy nhiên, vì cà phê, chè và gia vị từ Việt Nam không thể thay thế hoàn toàn cho các sản phẩm tương tự từ các nguồn cung ứng khác và người tiêu dùng ở UAE cũng có sở thích rất đa dạng, UAE vẫn tiếp tục nhập khẩu cà phê, chè và gia vị từ nhiều nước xuất khẩu khác nhau, thay vì chỉ tập trung vào Việt Nam. Do đó, ngoài độ co giãn của cầu theo giá, mô hình SMART còn xem xét độ co giãn thay thế, hay phản ứng của cầu về các sản phẩm cà phê, chè và gia vị từ nhiều nguồn cung ứng khác nhau so với cầu về cà phê, chè và gia vị từ Việt Nam (cầu tương đối) trước sự thay đổi của giá cà phê, chè và gia vị từ nhiều nguồn cung ứng khác nhau so với giá cà phê, chè và gia vị từ Việt Nam (giá tương đối).

Tất cả thông tin về thuế quan và kim ngạch thương mại giữa UAE và các nước xuất khẩu cà phê, chè, và gia vị ở năm cơ sở được mô hình SMART trích xuất tự động từ COMTRADE và UNCTAD TRAINS. Độ co giãn của cung theo giá được mặc định là 99% và độ co giãn của cầu theo giá được tính toán tự động. Duy nhất độ co giãn thay thế nên được xác định và đưa vào mô hình để đảm bảo độ tin cậy của kết quả nghiên

cứu. Trong bài viết này, tác giả sử dụng độ co giãn thay thế do (Hertel et al., 2007) đề xuất, là 6,5 đối với cà phê, chè và gia vị (cây trồng chưa được phân loại vào đầu).

2.2. Xây dựng các kịch bản mô phỏng chính sách ưu đãi thuế quan từ UAE

Bài nghiên cứu xây dựng hai kịch bản dựa trên giả định rằng UAE sẽ xóa bỏ hoàn toàn thuế quan đối với sản phẩm cà phê, chè và các loại gia vị từ Việt Nam, đây là cam kết của UAE trong FTA Việt Nam - UAE. Trong đó, nếu như kịch bản 1 chỉ xem xét duy nhất FTA Việt Nam – UAE thì ở kịch bản 2, ngoài FTA Việt Nam – UAE, nhiều hiệp định thương mại hiện có của UAE cũng được đưa vào. Cụ thể, tính tới thời điểm hiện tại, UAE đã ký các hiệp định thương mại song phương với Ấn Độ, Israel, Indonesia, Thổ Nhĩ Kỳ, Campuchia, Georgia và Thụy Sĩ. Cả bảy hiệp định thương mại này đều đã có hiệu lực. Bài nghiên cứu đã xây dựng kịch bản 2 rất sát với bối cảnh thực tế khi cân nhắc phần lớn các hiệp định thương mại đã chính thức đi vào thực thi của UAE, tập trung vào hiệp định thương mại mới nhất với các đối tác có lợi thế về sản xuất và xuất khẩu cà phê, chè và gia vị. Trong từng hiệp định này, UAE cũng thực sự ưu đãi thuế quan 0% cho phần lớn các dòng sản phẩm cà phê, chè và gia vị từ các nước, như Thụy Sĩ 20 dòng, Thổ Nhĩ Kỳ 33 dòng và Ấn Độ, Israel, Indonesia, Campuchia, Georgia 42 dòng, trên tổng số khoảng 44 dòng sản phẩm theo mã HS 8 chữ số.

Bên cạnh đó, kịch bản 2 còn tính đến một số quốc gia có khả năng cao ký kết hiệp định thương mại với UAE trong tương lai, giống như Việt Nam. Malaysia và Thái Lan, khởi xướng đàm phán hiệp định đối tác kinh tế toàn diện (CEPT) với UAE từ năm 2023 và đặt mục tiêu về việc ký kết hiệp định vào năm 2024. CEPA Hàn Quốc – UAE chính thức được hai nhà lãnh đạo quốc gia phê chuẩn cuối tháng 05 năm 2024, nhân chuyến thăm cấp nhà nước đến Hàn Quốc của Tổng thống UAE. Cuối cùng là FTA GCC – Trung Quốc mà UAE, với tư cách là một thành viên của Hội đồng Hợp tác vùng Vịnh (GCC), đã trải qua mười vòng đàm phán trong gần một thập kỷ. Hiệp định hiện đang tiếp tục được các bên đẩy nhanh đến bước cuối cùng, khi phần lớn các điều khoản về thương mại hàng hóa trong hiệp định đã hoàn tất. Các quốc gia này và sản phẩm cà phê, chè và gia vị có nguồn gốc xuất xứ từ đây có triển vọng được UAE tạo điều kiện về thuế quan ưu đãi, khi các hiệp định thương mại kể trên có hiệu lực, tương tự như cà phê, chè và gia vị của Việt Nam hưởng lợi từ FTA Việt Nam – UAE (giả định).

Tựu chung lại, trong cả hai kịch bản, bài nghiên cứu tập trung vào các tham số sau: (i) kim ngạch xuất khẩu cà phê, chè và gia vị của Việt Nam trước (năm cơ sở 2021) và sau khi được hưởng ưu đãi thuế quan theo cam kết của UAE trong duy nhất FTA với Việt Nam (giả định ở kịch bản 1); (ii) kim ngạch xuất khẩu sản phẩm khi Việt Nam có lợi thế độc quyền về thuế quan ưu đãi nhờ FTA Việt Nam – UAE (kịch bản 1) và khi Việt Nam phải chia sẻ lợi thế này cho 11 đối thủ cạnh tranh khác, cũng thực thi hiệp định thương mại (thực tế và giả định) với UAE; (iii) kim ngạch xuất khẩu cà phê, chè và gia vị sang UAE của 11 quốc gia kể trên khi bị áp thuế quan tại năm cơ sở 2021 (kịch

bản 1) và khi được xóa bỏ hoàn toàn rào cản thuế quan (kịch bản 2) và (iv) kim ngạch xuất khẩu từng dòng sản phẩm cà phê, chè và gia vị của Việt Nam theo mã HS6 để tìm ra sản phẩm bút phá nhiều nhất nhờ FTA Việt Nam – UAE trong cả hai kịch bản. Các tham số này cũng chính là kết quả rút ra được từ mô hình SMART. Các tham số này đồng thời là minh chứng trực quan về tác động tiềm ẩn của FTA Việt Nam – UAE đến xuất khẩu cà phê, chè và gia vị của Việt Nam sang UAE theo cả hai kịch bản. Các tham số (ii) và (iii) cũng giúp phân chia rõ ràng tổng tác động thương mại của FTA Việt Nam – UAE (tổng giá trị xuất khẩu tăng lên) thành tác động tạo lập và chuyển hướng thương mại. Trong đó, tác động tạo lập thương mại nhấn mạnh việc FTA Việt Nam – UAE thúc đẩy UAE sử dụng các sản phẩm nhập khẩu từ Việt Nam để thay thế/bổ sung cho dòng sản phẩm trong nước, vốn được sản xuất kém hiệu quả hơn. Tác động tạo lập thương mại khẳng định lợi thế so sánh và khả năng chuyên môn hóa cao hơn của Việt Nam trong việc sản xuất cà phê, chè và gia vị so với UAE. Nói cách khác, tác động tạo lập thương mại làm tăng phúc lợi cho cả hai bên. Một bên (UAE) tiết kiệm được nguồn lực trong việc sản xuất các sản phẩm mà mình không có lợi thế so sánh (cà phê, chè và gia vị), thay vào đó, tập trung chính nguồn lực này để sản xuất các sản phẩm khác hiệu quả hơn, nhưng vẫn đảm bảo nhu cầu trong nước đối với cà phê, chè và gia vị bằng nguồn nhập khẩu từ Việt Nam. Bên còn lại (Việt Nam) phân phối hiệu quả nguồn lực của mình để chuyên môn hóa đúng sản xuất sản phẩm mà mình có lợi thế so sánh. Ngược lại, tác động chuyển hướng thương mại của FTA Việt Nam – UAE cho biết sau khi xóa bỏ hoàn toàn thuế quan cho sản phẩm cà phê, chè và gia vị của Việt Nam, UAE sẽ ưu thích các sản phẩm này hơn như thế nào so với các dòng sản phẩm tương tự từ 11 quốc gia xuất khẩu khác. Tác động này được thể hiện thông qua việc UAE chuyển hướng một phần giá trị nhập khẩu từ các quốc gia này sang nhập khẩu từ Việt Nam, khiến giá trị nhập khẩu của UAE từ 11 đối tác này giảm đi trong khi giá trị nhập khẩu từ Việt Nam tăng lên. Như vậy, tác động chuyển hướng thương mại của FTA Việt Nam – UAE nhấn mạnh lợi thế cạnh tranh về giá của sản phẩm cà phê, chè và gia vị của Việt Nam so với các đối thủ khác. So sánh giữa kịch bản 1 và kịch bản 2, tác động chuyển hướng thương mại của FTA Việt Nam – UAE chắc chắn sẽ thấp hơn ở kịch bản 2, bởi khi cà phê, chè và gia vị từ 11 đối thủ cạnh tranh cũng được UAE cắt giảm thuế quan về 0% như Việt Nam, quốc gia Trung Đông này sẽ hạn chế một phần nhập khẩu từ Việt Nam và chuyển sang nhập khẩu từ các nước còn lại. Kết luận lại, tác động tạo lập thương mại và chuyển hướng thương mại của FTA Việt Nam – UAE cho biết: (i) FTA Việt Nam – UAE khuyến khích Việt Nam khai thác lợi thế so sánh trong việc sản xuất cà phê, chè và gia vị phục vụ thị trường UAE, tuy nhiên (ii) để duy trì và tăng cường thị phần trên thị trường UAE, Việt Nam phải đẩy mạnh lợi thế cạnh tranh bền vững hơn so với lợi thế cạnh tranh về giá từ Hiệp định này.

3. Kết quả nghiên cứu

Kết quả từ mô hình SMART về kim ngạch xuất khẩu cà phê, chè và gia vị Việt Nam sang UAE theo hai kịch bản giả định trên như sau:

Bảng 1. Kim ngạch xuất khẩu cà phê, chè và gia vị Việt Nam sang UAE theo hai kịch bản giả định

Nội dung	Kịch bản 1	Kịch bản 2
Kim ngạch xuất khẩu ban đầu (nghìn USD)	68.745,720	68.745,720
Kim ngạch xuất khẩu sau khi được hưởng ưu đãi thuế quan từ UAE (nghìn USD)	78.927,370	77.795,820
Tổng giá trị kim ngạch thay đổi (nghìn USD)	10.181,660	9.050,094
Giá trị tạo lập thương mại (nghìn USD)	2.684,678	2.684,678
Giá trị chuyển hướng thương mại (nghìn USD)	7.496,977	6.365,416

Nguồn: Tính toán của tác giả từ mô hình SMART, năm 2025

Trong kịch bản 1, giá trị xuất khẩu cà phê, chè và gia vị từ Việt Nam sang UAE dự kiến tăng trưởng gần 10,2 triệu USD, tương đương với bước tiến hơn 14,8%, cho thấy vai trò quan trọng của FTA Việt Nam – UAE trong việc thúc đẩy cà phê, chè và gia vị xuất khẩu sang thị trường UAE. 78,93 triệu USD kim ngạch xuất khẩu là thành quả ấn tượng mà Việt Nam đạt được trong kịch bản 1, nhờ hai lý do: (i) sản phẩm cà phê, chè và gia vị Việt Nam trở nên cạnh tranh hơn về giá so với trước đây, do được hưởng mức thuế suất ưu đãi 0% từ UAE theo cam kết của quốc gia này trong FTA Việt Nam – UAE, thay vì mức thuế nhập khẩu trung bình hiện tại là 3,61%; (ii) cà phê, chè và gia vị của Việt Nam cũng cạnh tranh hơn về giá so với các sản phẩm cùng loại đến từ các đối thủ khác không được hưởng ưu đãi thuế quan từ UAE. Chẳng hạn như Ấn Độ, vốn vượt trội hơn Việt Nam về vị thế trên thị trường UAE, nhưng theo kịch bản 1, sản phẩm cà phê, chè và gia vị của Ấn Độ bị UAE áp thuế trung bình 3,47%, không thể cạnh tranh bằng cà phê, chè và gia vị của Việt Nam được hưởng thuế suất ưu đãi 0%. Do đó, UAE sẽ chuyển hướng nhập khẩu cà phê, chè và gia vị của Việt Nam, thay vì các nước đối tác khác. Minh chứng cho nhận định này nằm ở giá trị chuyển hướng thương mại, 7.496,977 nghìn USD trong kịch bản 1 (Bảng 1).

Sang đến kịch bản 2, kim ngạch xuất khẩu cà phê, chè và gia vị của Việt Nam sang UAE giảm khoảng 1.131.550 USD so với kịch bản 1, tương ứng với mức giảm ở giá trị chuyển hướng thương mại. Điều này khiến cho tốc độ tăng trưởng ghi nhận được

trong tổng doanh thu xuất khẩu kém nổi bật hơn, chỉ dừng lại ở con số 13,2%. Nguyên nhân là bởi khi UAE theo đuổi tự do hóa thương mại không chỉ với Việt Nam mà còn cả 11 nước đối tác còn lại, sản phẩm cà phê, chè và gia vị từ các quốc gia này cũng được hưởng ưu đãi thuế quan từ UAE như sản phẩm của Việt Nam. Không còn kém cạnh tranh hơn về giá so với sản phẩm của Việt Nam, cà phê, chè và gia vị từ các quốc gia này được thị trường UAE đón nhận nhiều hơn hay nói cách khác UAE sẽ dịch chuyển một phần cơ cấu nhập khẩu, từ Việt Nam sang các nguồn cung ứng này (Bảng 1).

Thực tế là Việt Nam luôn nằm trong top 5 đối tác xuất khẩu cà phê, chè và gia vị chủ lực cho UAE kể từ năm 2012 cho đến nay (ITC Trade map), do đó, khi được hưởng ưu đãi thuế quan 0% từ UAE nhờ FTA Việt Nam – UAE, hàng hóa từ Việt Nam sẽ có thêm lợi thế để thâm nhập thị trường này. Bằng chứng là giá trị chuyển hướng thương mại chiếm tỷ trọng lên đến hơn 73,6% tổng kim ngạch thương mại tăng lên trong kịch bản 1. Tuy nhiên, giá trị chuyển hướng thương mại áp đảo giá trị tạo lập thương mại cũng cho thấy giá cả cạnh tranh nhờ ưu đãi thuế quan là lợi thế duy nhất mà cà phê, chè và gia vị xuất xứ từ Việt Nam nắm giữ, khuyến khích quốc gia Trung Đông này chuyển hướng nhập khẩu sang Việt Nam. Đó cũng là lý do vì sao khi UAE hội nhập thương mại sâu rộng hơn với các đối tác khác thông qua FTA hay CEPA và dành ưu đãi thuế quan 0% cho sản phẩm của họ trong kịch bản 2, hàng hóa Việt Nam mất dần đi lợi thế về giá, làm giá trị chuyển hướng thương mại giảm khoảng 15% so với kịch bản 1 (Bảng 1).

Bảng 2. Giá trị xuất khẩu cà phê, chè và gia vị của 12 nước đối tác sang UAE theo hai kịch bản giả định

Nước xuất khẩu	Kịch bản 1			Kịch bản 2		
	Kim ngạch xuất khẩu ban đầu (nghìn USD)	Tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu thay đổi (nghìn USD)	Tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu thay đổi (%)	Kim ngạch xuất khẩu ban đầu (nghìn USD)	Tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu thay đổi (nghìn USD)	Tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu thay đổi (%)
Việt Nam	68.745,720	10.181,660	14,8	68.745,720	9.050,094	13,2
Ấn Độ	208.222,8	-280,621	-0,1	208.222,8	11.042,68	5,3
Israel	10.824	0	0	10.824	0,163	1,5
Indonesia	26.745,09	-149,074	-0,6	26.745,09	2.865,822	10,7
Thổ Nhĩ Kỳ	3.514,12	-30,756	-0,9	3.514,12	546,86	15,6
Campuchia	6,172	-0,379	-6,1	6,172	1,316	21,3
Georgia	23,309	-0,002	0	23,309	5,525	23,7
Thụy Sĩ	22.924,79	0	0	22.924,79	-0,055	0

Nước xuất khẩu	Kịch bản 1			Kịch bản 2		
	Kim ngạch xuất khẩu ban đầu (nghìn USD)	Tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu thay đổi (nghìn USD)	Tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu thay đổi (%)	Kim ngạch xuất khẩu ban đầu (nghìn USD)	Tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu thay đổi (nghìn USD)	Tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu thay đổi (%)
Hàn Quốc	705,804	-0,482	-0,1	705,804	8,466	1,2
Malaysia	5.109,646	-6,384	-0,1	5.109,646	15,188	0,3
Thái Lan	2.771,217	-2,999	-0,1	2.771,217	218,147	7,9
Trung Quốc	53.249,57	-689,929	-1,3	53.249,57	4.423,314	8,3

Nguồn: Tính toán của tác giả từ mô hình SMART, năm 2025

Theo Bảng 2, Việt Nam là quốc gia duy nhất được hưởng lợi từ FTA Việt Nam – UAE trong cả hai kịch bản, khi kim ngạch xuất khẩu cà phê, chè và gia vị sang thị trường UAE chứng kiến mức tăng trưởng lần lượt là 14,8% và 13,2%. Tuy nhiên, dễ dàng nhận thấy rằng ngay cả khi UAE chỉ áp dụng ưu đãi thuế quan 0% cho sản phẩm cà phê, chè và gia vị đến từ Việt Nam, theo FTA Việt Nam – UAE trong kịch bản 1, các đối tác thương mại còn lại cũng không phải chịu tác động đáng kể. Chẳng hạn, Trung Quốc là quốc gia bị ảnh hưởng nhiều nhất, mất gần 700 nghìn USD kim ngạch xuất khẩu nhưng con số này chỉ tương đương với mức giảm khoảng 1,3% so với kim ngạch xuất khẩu ban đầu của nước này sang thị trường UAE trong trường hợp UAE không cam kết thương mại với Việt Nam thông qua FTA. Ấn Độ, Indonesia, Thổ Nhĩ Kỳ, Malaysia và Thái Lan thất thoát từ 3.000 – 300.000 USD, nhưng họ hy sinh chưa đến 1% tổng kim ngạch xuất khẩu cho Việt Nam. Thụy Sĩ cũng không chịu tác động từ FTA Việt Nam – UAE bởi ngay trong kịch bản 1, sản phẩm cà phê, chè và gia vị của quốc gia châu Âu này đã được loại bỏ hoàn toàn hàng rào thuế quan khi tiến vào thị trường UAE. Bên cạnh đó, không thể phủ nhận rằng cả bốn quốc gia Ấn Độ, Trung Quốc, Thụy Sĩ và Indonesia đã và đang khẳng định được chỗ đứng vững chắc trên thị trường cà phê, chè và gia vị của UAE, với Ấn Độ ở vị trí số một, Trung Quốc và Thụy Sĩ lọt vào top 10 và Indonesia được xếp hạng thứ 12 trên bảng danh sách các nhà xuất khẩu năm 2022 (ITC Trade map). Do đó, nếu như ở kịch bản 1, FTA Việt Nam – UAE chỉ hạn chế ở mức tối thiểu kim ngạch xuất khẩu cà phê, chè và gia vị của bốn đối tác này sang UAE thì sang đến kịch bản hai, ¾ quốc gia này, ngược lại, ghi nhận bước tiến đáng chú ý nhất. Cụ thể, khi UAE kết nối thương mại sâu sắc hơn với các nước châu Á, Ấn Độ được hưởng lợi từ mức tăng tuyệt đối lớn nhất trong kim ngạch xuất khẩu, theo sau là Trung Quốc và Indonesia. Việt Nam đứng thứ hai về mức tăng tuyệt đối, chỉ sau

Ấn Độ, nhưng giá trị chuyển hướng thương mại lớn hơn gấp hai lần so với giá trị tạo lập thương mại, điều này một lần nữa nhấn mạnh rằng giá cả cạnh tranh nhờ ưu đãi thuế quan theo FTA Việt Nam – UAE là yếu tố duy nhất khiến sản phẩm cà phê, chè và gia vị của Việt Nam trở nên hấp dẫn trong mắt khách hàng ở thị trường Trung Đông.

Trong kịch bản 1, FTA Việt Nam – UAE giả định mang lại bước tiến tuyệt đối lớn nhất cho kim ngạch xuất khẩu sang UAE của mặt hàng HS090411, theo sau là HS090412 và HS090611, đóng góp hơn 96% tổng giá trị xuất khẩu tăng lên của cả 18 dòng sản phẩm. Tuy nhiên, sang đến kịch bản 2, khi UAE mở cửa thương mại cho 10 quốc gia châu Á và một quốc gia châu Âu khác, duy nhất mức tăng trưởng trong doanh thu xuất khẩu của sản phẩm HS090411 hầu như không thay đổi (chỉ giảm nhẹ hơn 3,0%) trong khi HS091030, HS090620, HS090422, HS090611, HS090619 tụt dốc nghiêm trọng, từ 75 đến gần 90%. HS091011 và HS090421 cũng sụt giảm doanh thu xuất khẩu tăng trưởng, xuống chỉ còn lần lượt $\frac{1}{2}$ và $\frac{1}{3}$ so với mức ban đầu, còn lại là các sản phẩm ghi nhận tốc độ trượt dốc thấp hơn, dao động từ 20% - 34%. Xem xét đến thay đổi tương đối về kim ngạch xuất khẩu, HS090961 và HS090962 nổi lên trong cả hai kịch bản. Tựu chung lại, HS090411 và HS090412 tận dụng được triệt để nhất FTA Việt Nam – UAE để tăng tốc ấn tượng về doanh thu xuất khẩu sang UAE, cả khía cạnh tuyệt đối và tương đối. Ngược lại, các sản phẩm cà phê và chè của Việt Nam (HS0901 và HS0902) vốn đã được hưởng ưu đãi thuế quan 0% từ UAE trước đó, nên trong cả hai kịch bản, lượng xuất khẩu của cả các mặt hàng này đều giữ nguyên.

4. Kết luận và khuyến nghị

Bài viết nghiên cứu tác động tiềm tàng của FTA Việt Nam – UAE tới xuất khẩu cà phê, chè và gia vị từ Việt Nam sang UAE, thông qua mô hình SMART, theo hai kịch bản được xây dựng trên cơ sở giả định rằng UAE sẽ tăng cường hợp tác thương mại với các nước châu Á như Malaysia, Thái Lan, Hàn Quốc thông qua CEPA, Việt Nam và Trung Quốc thông qua FTA, bên cạnh các CEPA và FTA hiện có của UAE với Ấn Độ, Israel, Indonesia Thổ Nhĩ Kỳ, Campuchia, Georgia và Thụy Sĩ. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng FTA Việt Nam – UAE giả định là nền tảng vững chắc để kim ngạch xuất khẩu cà phê, chè và gia vị của Việt Nam sang UAE bứt phá, dù UAE chỉ dành ưu đãi thuế 0% cho sản phẩm nhập khẩu từ Việt Nam hay mở rộng phạm vi cam kết xóa bỏ thuế quan đối với tất cả 12 đối tác. Tuy nhiên, xu hướng hội nhập thương mại sâu rộng hơn của UAE với 11 đối thủ cạnh tranh của Việt Nam trên khía cạnh xuất khẩu cà phê, chè và gia vị sang thị trường Trung Đông này sẽ khiến doanh thu xuất khẩu của nước ta giảm hơn 1,1 triệu đô la trong kịch bản 2, tương đương 11,1% so với mức tăng trong kịch bản 1. Trong cơ cấu sản phẩm xuất khẩu sang UAE, HS090411 và HS090412 là hai dòng sản phẩm được hưởng lợi nhiều nhất khi UAE tăng cường kết nối thương mại với Việt Nam thông qua FTA.

Trên cơ sở đó, bài nghiên cứu xin đưa ra một số khuyến nghị như sau để Việt Nam thúc đẩy hơn nữa dòng thương mại cà phê, chè và gia vị xuất khẩu sang UAE:

Thứ nhất, quá trình đàm phán FTA Việt Nam - UAE cần được hai bên đẩy nhanh vì hiệp định thương mại này mang lại tác động tích cực không chỉ cho Việt Nam với tư cách là nước xuất khẩu cà phê, chè và gia vị, được thâm nhập sâu hơn vào thị trường UAE mà còn giúp cho quốc gia Trung Đông này tiếp cận được nguồn cung thực phẩm dồi dào từ Việt Nam. Tiếp đó, với vị trí địa lý và cơ sở hạ tầng lý tưởng, UAE đang ngày càng khẳng định được vị thế là một trung tâm trung chuyển thiết yếu cho khu vực Trung Đông, cầu nối giữa châu Á, châu Âu và châu Phi. Từ đây, những lợi ích mà FTA Việt Nam - UAE đem đến cho Việt Nam sẽ không chỉ dừng lại ở khối lượng xuất khẩu cà phê, chè và gia vị ngày càng tăng sang UAE như đã đề cập ở trên mà Hiệp định này còn mở ra nhiều cơ hội cho sản phẩm của Việt Nam tiếp cận các thị trường vùng Vịnh, Trung Đông và châu Phi.

Thứ hai, giá cả cạnh tranh là lợi thế duy nhất của cà phê, chè và gia vị có nguồn gốc từ Việt Nam nhờ ưu đãi thuế quan theo cam kết giảm thuế của UAE trong FTA Việt Nam – UAE, so với sản phẩm tương tự của các đối thủ khác. Lợi thế này chỉ kéo dài trong thời gian rất ngắn, do đó, Việt Nam cần có sự chuẩn bị tốt ngay từ bây giờ để tận dụng tối đa Hiệp định kể từ thời điểm có hiệu lực. Ví dụ như các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực xuất khẩu cà phê, chè và gia vị tại Việt Nam cần nắm bắt được thông tin về FTA Việt Nam – UAE. Bộ Công Thương, Bộ Ngoại giao, Đại sứ quán Việt Nam tại UAE,... phải tăng cường hỗ trợ kỹ thuật về nghiên cứu thị trường và kết nối doanh nghiệp hai bên. May mắn thay, Phòng Thương mại quốc tế Dubai đã chính thức đi vào hoạt động từ ngày 20 tháng 07 năm 2023 tại thành phố Hồ Chí Minh và kết nạp được gần 150 thành viên là doanh nghiệp Việt Nam tính đến hết quý I năm 2024 (Tạp chí điện tử Tri thức, 2024), là tiền đề vững chắc để hai quốc gia khai thác tốt hơn FTA Việt Nam – UAE trong tương lai. Ngoài ra, trong dài hạn, khi UAE không ngừng hợp tác thương mại sâu rộng hơn với các quốc gia châu Á khác, bên cạnh các đối tác thân thiết vốn có như Ấn Độ, Israel, Indonesia, Thổ Nhĩ Kỳ, Campuchia, Georgia, Thụy Sĩ, thông qua các hiệp định thương mại khác nhau và áp dụng ưu đãi thuế quan cho các sản phẩm cà phê, chè và gia vị đến từ tất cả các quốc gia này, hàng hóa của Việt Nam bắt buộc phải tìm ra lợi thế cạnh tranh khác thay vì phụ thuộc hoàn toàn vào giá cả cạnh tranh.

Thực tế là theo kết quả từ mô hình SMART, hạt tiêu (HS090411 và HS090412) đóng vai trò chủ lực trong số 18 dòng sản phẩm cà phê, chè và gia vị xuất khẩu sang UAE, chiếm tỷ trọng hơn 88,0% tổng doanh thu xuất khẩu ngay cả khi UAE không thực thi chính sách thương mại mở cửa với Việt Nam. Với trường hợp UAE tăng cường quan hệ thương mại với Việt Nam thông qua FTA Việt Nam – UAE, hạt tiêu cũng là mặt hàng chứng kiến tốc độ tăng trưởng tuyệt đối cao nhất. Điều này đồng nghĩa với việc

hạt tiêu được hưởng lợi nhiều nhất từ hiệp định thương mại song phương giữa hai quốc gia. Từ đó, bài nghiên cứu khuyến nghị Chính phủ và các doanh nghiệp Việt Nam dành quan tâm nhiều hơn đến việc xuất khẩu hạt tiêu sang thị trường Trung Đông này để khai thác tốt hơn FTA Việt Nam - UAE.

Cũng từ kết quả của mô hình SMART, dễ dàng nhận thấy Ấn Độ là đối thủ cạnh tranh lớn nhất của Việt Nam về xuất khẩu hạt tiêu sang UAE. Bởi mặc dù Việt Nam là nguồn cung hạt tiêu hàng đầu cho UAE trong hơn 10 năm qua nhưng Ấn Độ đang thu hẹp rất nhanh khoảng cách về giá trị xuất khẩu. Sản lượng xuất khẩu hạt tiêu của Việt Nam ra toàn thế giới trong năm năm gần đây nhất (2019 – 2023) chỉ xấp xỉ $\frac{1}{2}$ - $\frac{3}{4}$ sản lượng của Ấn Độ (ITC Trade map). Đặc biệt, Ấn Độ và UAE đã chính thức kết nối thương mại thông qua CEPA Ấn Độ - UAE kể từ ngày 01 tháng 05 năm 2022 và cũng từ thời điểm đó, hạt tiêu của Ấn Độ được UAE miễn giảm 100% thuế nhập khẩu. Như vậy, Ấn Độ đang nắm trong tay những điều kiện vô cùng thiết yếu để thúc đẩy xuất khẩu hạt tiêu sang UAE. Và để cạnh tranh với Ấn Độ, Việt Nam không còn cách nào khác, phải tăng cường cả về số lượng và chất lượng sản phẩm. Thứ nhất, về sản lượng xuất khẩu, Việt Nam đang gặp phải vấn đề chính là sản xuất thiếu bền vững khi diện tích gieo trồng trời sụt liên tục qua các năm. Từ con số khiêm tốn 51,3 nghìn ha năm 2010, diện tích gieo trồng đã tăng lên 2 – 2,5 lần trong các năm 2015 và 2016, hay thậm chí đạt đỉnh năm 2017 (151,9 nghìn ha). Tuy nhiên, sau khi giá hồ tiêu liên tục lao dốc, diện tích trồng tiêu ngay lập tức ghi nhận xu hướng sụt giảm, chỉ còn 140,2 nghìn ha năm 2019 và 115,0 năm 2023. Thậm chí, trong thời gian tới, diện tích hồ tiêu dự kiến tiếp tục trượt dốc, xuống còn khoảng 110,0 nghìn ha, kéo theo sản lượng từ mức kỷ lục 290.000 tấn năm 2019 xuống 170.000 tấn năm 2024, dự kiến là mức thấp nhất trong vòng 10 năm qua, kể từ năm 2015 ((Tổng cục Thống kê, 2021), (Báo Nông nghiệp, 2024)). Trong bối cảnh hồ tiêu là cây trồng mang lại hiệu quả kinh tế cao, việc quy hoạch vùng trồng và sản xuất nguyên liệu theo hướng bền vững đóng vai trò then chốt. Cụ thể, hai vùng sản xuất trọng điểm là Đông Nam Bộ và Tây Nguyên, gồm các tỉnh Đắk Nông, Đắk Lắk, Gia Lai, Bình Phước, Đồng Nai và Bà Rịa - Vũng Tàu, cần được quan tâm nhiều hơn nữa về khâu chọn giống và phát triển quy trình canh tác chuẩn theo hướng nông nghiệp sạch cũng như đẩy mạnh ứng dụng công nghệ canh tác tiên tiến. Thứ hai, đối với chất lượng hồ tiêu xuất khẩu, sau giai đoạn trồng trọt kể trên, doanh nghiệp Việt Nam phải chú ý đến bước bảo quản sau thu hoạch, đặc biệt là các yêu cầu vệ sinh an toàn thực phẩm và các tiêu chuẩn về môi trường và xã hội để đảm bảo tầm vé thâm nhập thị trường UAE cũng các thị trường cao cấp của EU và Hoa Kỳ. Bài nghiên cứu cũng đề xuất Bộ Công Thương hỗ trợ các doanh nghiệp đầu tư chế biến sâu hơn các sản phẩm hồ tiêu để vừa đa dạng hóa cơ cấu mặt hàng xuất khẩu vừa thúc đẩy giá trị hạt tiêu Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu, mang lại lợi thế cạnh tranh cho hạt tiêu Việt Nam bên cạnh giá cả.

Thứ ba, UAE là một quốc gia Hồi giáo. Hiến pháp của UAE quy định rằng Hồi giáo là tôn giáo chính thức của quốc gia này. Năm 2023, UAE lọt vào top 4 quốc gia có chỉ số kinh tế Hồi giáo toàn cầu cao nhất và top 7 quốc gia sở hữu chỉ số thực phẩm Halal hàng đầu (Sgier, 2023). Do đó, hàng hóa của Việt Nam, muốn thâm nhập sâu hơn vào thị trường UAE, phải được chứng nhận Halal. May mắn thay, mới đây nhất, ngày 24 tháng 04 năm 2024, Trung tâm Chứng nhận Phù hợp (QUACERT), trực thuộc Bộ Khoa học và Công nghệ Việt Nam, đã công bố quyết định thành lập Trung tâm chứng nhận Halal quốc gia (HALCERT), thống nhất việc chứng nhận và quản lý sản phẩm Halal tại Việt Nam cũng như tạo điều kiện thuận lợi cho các sản phẩm này được các tổ chức chứng nhận Halal khác trên thế giới chấp nhận (Tạp chí điện tử Hải quan, 2024). Bên cạnh đó, các doanh nghiệp Việt Nam cần đẩy mạnh nghiên cứu về Hồi giáo và văn hóa Hồi giáo, bao gồm cả tiêu chuẩn Halal của UAE và tuân thủ nghiêm ngặt các tiêu chuẩn này trong sản xuất hàng xuất khẩu, giúp hàng hóa Việt Nam nói chung và sản phẩm cà phê, chè và gia vị của Việt Nam nói riêng tiếp cận thị trường UAE dễ dàng hơn. UAE, với vị thế là trung tâm thương mại quốc tế, là bộ phận để hàng hóa Việt Nam thâm nhập vào thị trường thực phẩm Halal thế giới, dự kiến ghi nhận tốc độ tăng trưởng kép mỗi năm, từ 2022 – 2027, là 6,1% và chạm ngưỡng 1,887 nghìn tỷ đô la Mỹ năm 2027 (Sgier, 2023)

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Báo Nông nghiệp. (2024). Hồ tiêu: Giảm diện tích, giảm sản lượng. <https://nongnghiep.vn/tri-thuc-nong-dan/ho-tieu-giam-dien-tich-giam-san-luong-d378336.html>. Truy cập ngày 30 tháng 09 năm 2024
- Formiga, M., & Degreenia, J. (2023). Report Name : Grain and Feed Annual - Brazil - 2023. *Report, Grain and Feed in Brazil*, 39. https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Grain and Feed Annual_Brasilia_Brazil_BR2023-0008.pdf
- Hertel, T., Hummels, D., Ivanic, M., & Keeney, R. (2007). How confident can we be of CGE-based assessments of Free Trade Agreements? *Economic Modelling*, 24(4), 611–635. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2006.12.002>
- International Energy Institute (IEI). (2023). Statistical Review of World Energy 2023. *BP Energy Outlook 2023*, 70, 8–20.
- ITC Trade map. Vietnam's exports to all partners, UAE's exports to all partners, UAE's imports from all partners, UAE imports of coffee, tea, maté and spices from all partners, Exports of Turkey, South Korea, Thailand and Malaysia to UAE, Vietnam's exports of coffee, tea, maté and spices to all partners, India's exports of coffee, tea, maté and spices to all partners. <https://www.trademap.org/>. Truy cập ngày 30 tháng 09 năm 2024
- Pirani, S. I., & Arafat, H. A. (2016). Interplay of food security, agriculture and tourism within GCC countries. *Global Food Security*, 9(2016), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.gfs.2016.05.002>
- Sadler, M., & Magnan, N. (2011). Grain import dependency in the MENA region: risk

management options. *Food Security*, 3(S1), 77–89. <https://doi.org/10.1007/s12571-010-0095-y>

Sgier. (2023). State of the Global Islamic Economy Report. *DinarStandard*, 65–66. <https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>

Statista. (2023). Share of GDP attributed to oil and gas production in select countries worldwide in 2023. <https://www.statista.com/statistics/1451878/share-gdp-oil-and-gas-production-select-countries-globally/>. Truy cập ngày 30 tháng 09 năm 2024

Statista. (2024). United Arab Emirates: Share of economic sectors in gross domestic product (GDP) 2022. <https://www.statista.com/statistics/297777/uae-gross-domestic-product-share-of-economic-sectors/>. Truy cập ngày 30 tháng 09 năm 2024

Tạp chí điện tử Hải quan. (2024). Hàng Việt Nam chiếm lĩnh thị trường Halal bằng lòng tin và chất lượng. <https://haiquanonline.com.vn/hang-viet-nam-chiem-linh-thi-truong-halal-bang-long-tin-va-chat-luong-191267.html>. Truy cập ngày 30 tháng 09 năm 2024

Tạp chí điện tử Tri thức. (2024). Gần 150 doanh nghiệp Việt kinh doanh tại Dubai. <https://znews.vn/gan-150-doanh-nghiep-viet-kinh-doanh-tai-dubai-post1474447.html>. Truy cập ngày 30 tháng 09 năm 2024

Tổng cục Thống kê (2021). Hướng tới phát triển bền vững cây hồ tiêu. <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2021/06/huong-toi-phat-trien-ben-vung-cay-ho-tieu/>. Truy cập ngày 30 tháng 09 năm 2024

**VIETNAM'S EXPORTS OF COFFEE, TEA, MATÉ AND SPICES
UNDER THE IMPACT OF THE ASSUMED VIETNAM – UEA FREE TRADE
AGREEMENT: AN EX-ANTE EVALUATION THROUGH
THE SMART MODEL**

Doan Ke Bon, Nguyen Ngoc Diep

Abstract. The paper aims at examining the ex-ante impact of the Vietnam – UAE FTA, which is still under negotiation, on Vietnam's coffee, tea, maté and spice exports on the usage of the SMART model. Two scenarios are developed in accordance with the UAE's trade liberalization as follows: (i) the Vietnam – UAE FTA would come into effect, leading to UAE's commitments on exclusive tariff elimination for coffee, tea, maté and spices of Vietnamese origin and (ii) UAE would provide tariff preference to coffee, tea, maté and spice imports not only from Vietnam but 11 partners as well thanks to UAE's other FTAs or CEPAs. The SMART model's findings reveal the positive effect of the assumed Vietnam – UAE FTA on Vietnam's exports in both two scenarios. However, the UAE's deeper engagement with other countries would cause a decrease in the export turnover of Vietnam's commodities, triggering some short-term and long-term recommendations to promote Vietnam's exports of coffee, tea, maté and spices to the UAE and worldwide.

Keywords: Exports of coffee, tea, maté and spices; pepper; SMART model; Vietnam – UAE FTA; Vietnam