

## GIẢI PHÁP CHO HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU CHÈ CỦA VIỆT NAM

Ngô Thị Mỹ\*, Nguyễn Thị Lan Anh

Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh - ĐH Thái Nguyên

### TÓM TẮT

Xuất khẩu chè của Việt Nam những năm qua đã đạt được những kết quả đáng ghi nhận về sản lượng, kim ngạch cũng như thị trường tiêu thụ. Nhưng kết quả này vẫn chưa phù hợp với những tiềm năng sẵn có của đất nước. Trên cơ sở của việc phân tích, đánh giá thực trạng bài viết sẽ chỉ ra một số thành tựu và khó khăn của ngành chè Việt Nam hiện nay.

**Từ khóa:** Giải pháp, xuất khẩu, chè, Việt Nam

### ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng như hiện nay của nước ta, cây chè đã vượt qua phạm vi biên giới quốc gia, sản xuất và xuất khẩu chè ngày càng đóng vai trò quan trọng và trở thành một trong những mặt hàng xuất khẩu mũi nhọn của đất nước. Với những ưu thế về khí hậu, đất đai thổ nhưỡng, lao động và sự ưa chuộng của thị trường thế giới thì Việt Nam hoàn toàn xứng đáng ghi tên mình vào danh sách các quốc gia xuất khẩu chè trên thế giới. Mặc dù thị phần chè của Việt Nam còn nhỏ bé, chưa thật ổn định nhưng lại đang hứa hẹn một tương lai rộng mở. Thực tiễn xuất khẩu chè nước ta vẫn tồn tại những bất cập và yếu kém cần khắc phục như vấn đề về chất lượng sản phẩm, biện pháp bảo quản hay các chính sách để nâng cao năng lực cạnh tranh cho sản phẩm chè...[1].

### PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Bằng phương pháp thống kê mô tả, phương pháp so sánh kết hợp với việc sử dụng chỉ tiêu lợi thế so sánh (RCA) tác giả đã đi sâu phân tích để làm rõ thực trạng về xuất khẩu chè, chỉ ra những tiềm năng, lợi thế của hoạt động xuất khẩu chè của Việt Nam trong những năm qua.

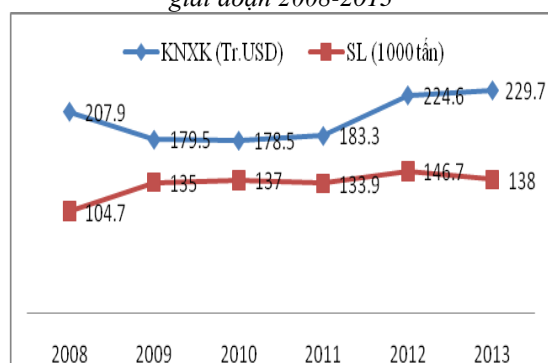
### KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

#### Khái quát tình hình xuất khẩu chè của Việt Nam những năm qua

Chè là một trong số các nông sản có giá trị kinh tế cao, đóng góp một phần không nhỏ trong kim ngạch xuất khẩu nông sản nói chung của cả nước. Tuy nhiên, do những hạn chế trong khâu sản xuất chế biến cũng như

vấn đề về thương hiệu của sản phẩm đã khiến cho lượng xuất khẩu thì nhiều mà giá trị thu về lại khiêm tốn (thấp hơn so với các quốc gia cùng xuất khẩu chè như Ấn Độ, Trung Quốc và Sri Lanka)[2]. Biểu đồ dưới đây sẽ khái quát tình hình xuất khẩu chè của Việt Nam qua hai chỉ tiêu chính là sản lượng xuất khẩu và giá trị.

**Biểu 1:** Tình hình xuất khẩu chè của Việt Nam giai đoạn 2008-2013



Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2014

Biểu đồ 1 cho thấy sản lượng chè xuất khẩu của Việt Nam có xu hướng tăng dần qua các năm trong giai đoạn 2008 – 2013. Cụ thể năm 2008 sản lượng là 104.7 nghìn tấn nhưng đã tăng lên 138 nghìn tấn vào năm 2013 (mặc dù đã bị giảm 8.7 nghìn tấn so với 2012), đạt tốc độ tăng trưởng bình quân cho cả giai đoạn là 5.7%/năm. Chất lượng chè những năm qua cũng đã được nâng lên rõ rệt tuy nhiên vẫn thấp hơn nhiều so với mặt bằng chung của thế giới. Chính vì thế mà giá chè xuất khẩu của nước ta luôn thấp hơn các đối thủ cạnh tranh, thực tế thì giá chè nước ta luôn xếp cuối bảng so với các quốc gia xuất khẩu chè lớn và chỉ bằng khoảng 60% so với giá bình quân của thế giới. Điều này khiến cho kim ngạch xuất khẩu chè của nước ta còn thấp, đạt tốc độ tăng

\* Tel: 0915 208444, Email: ngomy2008@gmail.com

trường bình quân 2.01% trong giai đoạn 2008-2013. Việc giá trị gia tăng thấp không chỉ nằm trong ngành chè mà còn xuất hiện ở khá nhiều ngành hàng xuất khẩu khác. Đây là vấn đề đặt ra với các mặt hàng nông sản xuất khẩu nói chung và sản phẩm chè nói riêng của Việt Nam trong những năm qua.

#### **Thị trường xuất khẩu chè của Việt Nam**

Hiện nay, sản phẩm chè của Việt Nam đã có mặt ở hơn 118 quốc gia và vùng lãnh thổ[5], trong đó đã có quốc gia đạt kim ngạch xuất khẩu trên 20 triệu USD như Pakixtan, Đài Loan và Nga. Sản phẩm chè của Việt Nam khá đa dạng như chè đen, chè xanh, chè nhà, chè hương, chè ô long,... và mặt hàng xuất khẩu chủ lực hiện nay là chè đen và chè xanh. Nhận thức được tầm quan trọng của công tác nghiên cứu thị trường cũng như hoạt động xúc tiến mở rộng thị trường ảnh hưởng đến với sự ổn định của sản xuất và xuất khẩu nên nhà nước ta luôn có những chính sách hỗ trợ, khuyến khích kịp thời với các doanh nghiệp có liên quan như: chính sách hỗ trợ thông qua các nguồn vay ưu đãi của nước ngoài và ODA cho các chương trình phát triển nông nghiệp bền vững với người nông dân; chính sách cho doanh nghiệp vay vốn với lãi suất thấp, thời gian hoàn vốn dài; chính sách xây dựng thương hiệu cho sản phẩm;...[4]. Kết quả là sản lượng chè xuất khẩu của nước ta đã tăng lên đáng kể trong những năm qua.

Bảng 1 giúp chúng ta có cái nhìn khái quát về thị trường xuất khẩu chè của Việt Nam trong giai đoạn 2011-2013. Với cả hai chỉ tiêu nghiên cứu là sản lượng và kim ngạch xuất khẩu (KNXK) chè đều tăng lên trong 3 năm ở hầu hết các thị trường. Ngoài các thị trường chủ chốt là Pakixtan, Đài Loan, Nga và Trung Quốc, thì các thị trường các nước EU, Mỹ, Nhật Bản và Ấn Độ đã có sự tăng lên đáng kể cả về sản lượng và KNXK. Đây chính là tin vui, là dấu hiệu tốt cho thấy sản phẩm chè của nước ta đã làm hài lòng được những khách hàng khó tính – họ rất coi trọng vấn đề an toàn thực phẩm và được sự kiểm soát rất gắt gao. Thị trường tiêu thụ chè của nước ta khá đa dạng, xuất hiện ở nhiều quốc gia có nền văn hóa khác nhau, tuy nhiên tập trung nhiều vẫn là khu vực Châu Á. Theo dự báo của Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên hiệp quốc (FAO) thì nhu cầu tiêu dùng chè trên thế giới sẽ ngày một tăng thêm. Bởi, ngoài lợi ích to lớn đem lại cho sức khỏe con người thì uống chè còn là một thú vui tao nhã. Hiện tại, chè Việt Nam đang xếp ở vị trí thứ 7 về sản xuất và xuất khẩu, đứng thứ 5 về chế biến so với các quốc gia cùng xuất khẩu trên thế giới. Trong tương lai, sản phẩm chè của nước ta sẽ còn tiến xa hơn nữa khi mà chúng ta biết cách khai thác tốt các tiềm năng và cơ hội hiện có của đất nước.

**Bảng 1:** Thị trường tiêu thụ chè của Việt Nam giai đoạn 2011 - 2013

Quốc gia	Sản lượng (1000 kg)			KNXK (1000 USD)			Bình quân (%)
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	KNXK
Pakixtan	15723	24045	22909	29179	45305	45950	125.49
Đài Loan	16955	22453	22477	22620	29590	30917	116.91
Nga	15128	13896	11748	21263	21615	19251	95.15
Ấn Độ	10833	15397	11692	10629	14805	12480	108.36
Trung Quốc	11808	14632	14011	13906	19307	18990	116.86
Mỹ	4025	8170	9909	4398	8969	11741	163.39
Tiểu vương quốc Ả Rập thống nhất	2826	3772	3807	5570	7788	8028	120.05
Đức	3191	2987	2483	4968	5136	4501	95.18
Ả Rập Xê út Xyri	2545	2782	2283	5912	6810	5659	97.84
Balan	2353	4083	4139	2718	4850	5570	143.15
Các nước khác	35229	34491	32542	62185	60416	58913	97.33
<b>Tổng</b>	<b>120616</b>	<b>146708</b>	<b>138000</b>	<b>183348</b>	<b>224590</b>	<b>222000</b>	<b>110.04</b>

Nguồn: Tác giả tính toán từ số liệu của Bộ Nông nghiệp và PTNT, 1/2014

**Bảng 2:** RCA của sản phẩm chè và một số nông sản khác của Việt Nam so với Thế giới

Nông sản	RCA (lần)				
	2008	2009	2010	2011	2012
Chè	6.83	7.15	6.55	6.47	5.92
Gạo	38.52	34.17	37.26	35.43	26.02
Cà phê	19.82	15.02	13.21	11.48	13.38

Nguồn: Tác giả tính toán dựa vào số liệu của Worldbank và Tổng cục thống kê

### Phân tích tiềm năng xuất khẩu chè của Việt Nam

Để đánh giá lợi thế so sánh trong xuất khẩu một số mặt hàng nông sản tác giả sử dụng chỉ tiêu lợi thế so sánh (RCA) để phân tích. Cho đến nay chỉ tiêu RCA đã được sử dụng tương đối rộng rãi trong lĩnh vực nghiên cứu về xuất nhập khẩu.

Với công thức:

$$RCA_{ij} = (x_{ij} / X_{it}) / (x_{wj} / X_{wt})$$

Trong đó:  $RCA_{ij}$  là lợi thế so sánh trong xuất khẩu sản phẩm  $j$  của nước  $i$ ;  $x_{ij}$  và  $x_{wj}$  lần lượt là giá trị xuất khẩu của sản phẩm  $j$  của nước  $i$  và thế giới;  $X_{it}$  và  $X_{wt}$  lần lượt là tổng giá trị xuất khẩu của nước  $i$  và thế giới. Nếu giá trị này lớn hơn 1, tức là nước  $i$  có lợi thế so sánh đối với sản phẩm  $j$  này và ngược lại.  $RCA > 2.5$  thì sản phẩm có lợi thế so sánh rất cao;  $RCA$  nằm trong khoảng từ 1 đến 2.5 thì sản phẩm có lợi thế so sánh; và  $RCA < 1$  thì sản phẩm bất lợi thế so sánh.

Qua bảng 2 cho thấy: cả 3 mặt hàng nông sản nghiên cứu đều có lợi thế so sánh rất cao và cao nhất vẫn là gạo, tiếp đến là cà phê và cuối cùng là chè. Tuy nhiên các chỉ tiêu RCA tính được đang có xu hướng giảm dần theo thời gian bởi quy luật cạnh tranh gay gắt của các quốc gia có cùng mặt hàng xuất khẩu. Bởi, việc gia nhập tổ chức Thương mại thế giới (WTO) năm 2007 đã mở ra nhiều cơ hội song cũng đem lại không ít khó khăn cho hoạt động xuất khẩu trong nước. Cùng với những quy định ngặt nghèo về chất lượng sản phẩm, những cam kết về mức thuế suất đã gây ra những ảnh hưởng rõ rệt cho hoạt động xuất khẩu nông sản nói chung và ngành chè nói riêng. Bảng chứng được thể hiện ở 3 mặt hàng nghiên cứu, cụ thể: RCA của cà phê

năm 2012 đã giảm 6.44 lần so với năm 2008; RCA của gạo năm 2012 giảm 12.5 lần so với năm 2008; RCA của chè năm 2012 đã giảm 0.91 lần so với 2008.

### Đánh giá về tình hình xuất khẩu chè của Việt Nam

#### Những thành tựu

Từ việc phân tích trên cho thấy, hoạt động xuất khẩu chè của Việt Nam những năm qua đã đạt được một số thành tựu sau: *Thứ nhất*, xuất khẩu chè của nước ta những năm qua tăng cả về sản lượng và KNXK. *Thứ hai*, chất lượng, mẫu mã và chủng loại sản phẩm cũng đã dần được cải thiện cho phù hợp với nhu cầu của thị trường thế giới. Sản phẩm chè Việt Nam đã từng bước làm hài lòng các thị trường khó tính như EU, Mỹ và Nhật Bản. *Thứ ba*, thị trường tiêu thụ chè khá đa dạng mặc dù sản lượng chè xuất khẩu của nước ta so với thế giới chỉ chiếm một tỷ lệ rất nhỏ. *Thứ tư*, luôn được sự quan tâm, đầu tư đúng hướng của Nhà nước đối với xuất khẩu một số mặt hàng nông sản mũi nhọn (trong đó có chè) khi tham gia vào thị trường thế giới nên quy mô sản xuất chè trong nước đã không ngừng tăng lên.

#### Những khó khăn

*Trong khâu sản xuất:* Diện tích trồng chè chưa tập trung còn manh mún; kỹ thuật chăm sóc và chế biến chè còn mang nặng tính truyền thống, ý thức và nhận thức của người dân trồng chè chưa cao nên phần nào đó đã ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm khiến cho giá chè xuất khẩu thấp. Không chỉ vậy, việc sản xuất ồ ạt chạy theo sản lượng đối với những nông sản xuất khẩu (trong đó có chè) ở một số địa phương hiện nay sẽ là nguyên nhân làm ảnh hưởng đến tính bền vững của sản phẩm trong tương lai.

*Trong khâu chế biến:* Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực chế biến chè đã bộc lộ không ít vướng mắc như thiết bị đầu tư có chất lượng chưa cao và chưa có vùng chè nguyên liệu riêng nên thiếu chủ động trong sản xuất, làm cho việc xác định phẩm cấp và giá trị chưa thống nhất ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm.

*Trong khâu tiêu thụ:* Do năng lực, trình độ của cán bộ làm công tác xuất khẩu còn hạn chế, khả năng nhạy bén với thị trường chưa cao đã khiến nhiều cơ hội lớn bị bỏ lỡ. Thêm vào đó chè của nước ta luôn bị các đối thủ cạnh tranh trong xuất khẩu chè gây áp lực gay gắt về giá bán cũng như về thương hiệu sản phẩm cho làm giá trị gia tăng của sản phẩm còn thấp. Chính vì thế mà rất nhiều nhà nhập khẩu chè đã nhập chè của Việt Nam về chôn với các loại chè khác để đăng ký thương hiệu cho nước họ...

#### KẾT LUẬN

Tóm lại, hoạt động xuất khẩu chè Việt Nam những năm qua đã đạt được những thành tích đáng ghi nhận cả về sản lượng và KNXX. Sự phát triển của ngành chè có vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế xã hội như xóa đói giảm nghèo, giải quyết một lượng lớn lao

động ở khu vực nông thôn vùng trung du miền núi như Thái Nguyên, Yên Bái, Tuyên Quang,... Tuy nhiên, bản thân ngành chè Việt Nam vẫn tồn tại một số vấn đề cần khắc phục ở cả 3 khâu là sản xuất, chế biến và tiêu thụ sản phẩm. Do vậy để ngành chè ngày càng phát triển hơn trong tương lai đòi hỏi các nhà quản lý cần có cái nhìn tổng quát hơn được cụ thể hóa bằng các biện pháp phù hợp với từng khâu nhằm tận dụng và phát huy tốt những tiềm năng, cơ hội hiện có của đất nước.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hiệp hội chè Việt nam (2003), *Những giải pháp nâng cao chất lượng tăng sức cạnh tranh của sản phẩm chè Việt Nam*, tài liệu hội thảo 12/2003, Hà Nội.
2. Bộ Thương mại (2006), *Chính sách và giải pháp nâng cao giá trị gia tăng hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam hiện nay*, Đề tài Khoa học cấp bộ do GS.TSKH Lương Xuân Quý chủ nhiệm đề tài.
3. Ngân hàng phát triển Châu Á (2004), *Chuỗi giá trị ngành chè Việt Nam: Triển vọng tham gia của người nghèo*, Báo cáo tham luận số 1.
4. Phạm Anh Tuấn, Nguyễn Đỗ Anh Tuấn, Nguyễn Thị Kim Dung (2005), báo cáo nghiên cứu: *Khả năng cạnh tranh các mặt hàng nông sản chính của Việt Nam trong bối cảnh hội nhập AFTA*, Báo cáo khoa học, quỹ nghiên cứu IAE-MISPA.
5. Và một số trang web.

#### SUMMARY

#### SOLUTIONS FOR EXPORTING TEA PRODUCTS IN VIETNAM

Ngô Thị Mỹ\*, Nguyễn Thị Lan Anh

College of Economics and Business Administrations - TNU

In recent years, tea export in Vietnam has achieved remarkable results in terms of output, turnover as well as consumption market. However, these results is not consistent with the potential of country. Base on the analysis, assessing the situation, the article gives some achievements and difficulties of Vietnamese's tea industry now.

**Keywords:** solution, export, tea, Vietnam

Ngày nhận bài: 15/8/2014; Ngày phản biện: 30/8/2014; Ngày duyệt đăng: 15/9/2014

**Phân biên khoa học:** TS. Đàm Thanh Thủy - Trường Đại học Kinh tế & Quản trị kinh doanh - ĐHTN

\* Tel: 0915 208444, Email: ngomy2008@gmail.com