

SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU CHÈ CỦA VIỆT NAM TRONG GIAI ĐOẠN HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

Trần Đức Vui*

1. Tình hình sản xuất kinh doanh và xuất khẩu của ngành chè Việt Nam

* Tình hình sản xuất chè

Ở Việt Nam, cây chè đang được coi là cây trồng chủ lực góp phần xoá đói giảm nghèo, thậm chí làm giàu cho người dân ở vùng sâu, vùng xa, vùng núi cao. Cây chè còn giúp phủ xanh đất trống đồi trọc và bảo vệ môi trường. Quan trọng hơn, chè còn là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ đạo của Việt Nam trong giai đoạn hội nhập kinh tế quốc tế.

Theo báo cáo của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, hiện Việt Nam có 6 triệu người sống trong vùng chè, có thu nhập từ trồng, chế biến và kinh doanh và xuất khẩu chè. Có 34/63 tỉnh, thành phố có diện tích trồng chè, chủ yếu tập trung ở trung du và miền núi với diện tích trên 130.000 ha, với năng suất 6,5 tấn búp tươi/ha, cung cấp nguyên liệu cho khoảng 700 cơ sở sản xuất chè khô.

Hiện cả nước có 262 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực này với khoảng 650 nhà máy chế biến chè (công suất từ 2 đến 10 tấn nguyên liệu chè búp tươi/ngày) và hàng ngàn hộ dân lập xưởng để chế biến chè tại gia đình. Đội ngũ làm chè lên tới 3 triệu lao động, chiếm 50% tổng số dân sống trong vùng chè.

Hiện nay năng suất các giống chè của Việt Nam còn thấp (4-5 tấn/ha đối với giống cũ). Chỉ có một số giống mới cho năng suất cao hơn. Do hầu hết các vườn chè của Việt Nam (60-70%) được trồng trên 30 năm và qua thời kỳ cho năng suất cao nhất, chính vì thế việc thay thế các giống mới năng suất cao đang là mục tiêu ưu tiên hàng đầu của chính phủ đặt ra cho ngành chè.

b. Thực trạng xuất khẩu chè của Việt Nam thời gian qua

Ngành chè Việt Nam chủ yếu tập trung vào xuất khẩu với trên 80% sản lượng chè được bán ra thị trường thế giới. Hiện nay chè là một trong sáu mặt hàng nông sản xuất khẩu chính của Việt Nam, khối lượng chè xuất khẩu tăng

* Tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế Đại học Quốc gia Hà Nội

10 lần trong thập kỷ vừa qua. Khối lượng chè xuất khẩu của Việt Nam tăng đột biến trong năm 2000 trở lại đây và năm 2004 xuất khẩu chè của Việt Nam đạt con số 99.300 tấn với trị giá 99.9 triệu USD, tăng 60.8% về lượng và

tăng 55% về giá trị so với năm 2003. Trong 6 tháng đầu năm 2009, xuất khẩu chè của Việt Nam đạt 51.744 tấn và đạt giá trị 63.8 triệu USD. Trong nhiều năm trở lại đây, Việt Nam luôn đứng thứ 5 trên thế giới về xuất khẩu chè.

Bảng 1: Số lượng và kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam qua các năm

Năm	Số lượng (tấn)	Kim ngạch xuất khẩu (triệu USD)
1999	36.440	45
2000	55.660	69
2001	68.217	78
2002	74.812	82
2003	60.000	60
2004	99.300	99.9
2005	89.000	100
2006	95.000	107
6 tháng đầu 2009	51.744	63.5

Nguồn: Thông tin xuất nhập khẩu, Hiệp hội chè Việt Nam 2009

Tính theo cơ cấu mặt hàng chè xuất khẩu của Việt Nam, chè xanh hiện chiếm khoảng 20%, chè đen chiếm 79% và các loại chè khác chiếm 1%. Mặc dù sản xuất và xuất khẩu chè của Việt Nam phát triển mạnh trong những năm gần đây nhưng vẫn không có ảnh hưởng lớn tới giá trên thị trường thế giới. Do chất lượng chưa cao, hầu hết chỉ là chè nguyên liệu để chế biến chè các loại (chiếm 95%), nên giá bán chè của Việt Nam trên thị trường thế giới không cao, chỉ bằng khoảng 50% so với giá chung của toàn thế giới. Chẳng hạn, đơn giá xuất khẩu chè của Việt Nam năm 2002 là 1.6 USD/kg, nhưng năm 2008 là 1.8 USD/kg và 6 tháng đầu năm 2009 chỉ là 1.2 đến 1,3 USD/kg. Trong khi đó, đơn giá chè nguyên liệu bình quân trên thị trường thế giới năm 2009 là 2.2 USD/kg. Nếu so với Sri Lanka luôn bán chè trên thị trường thế giới với giá 2.4-2.6

USD/kg, thì giá xuất khẩu chè của Việt Nam chỉ bằng một nửa.

Về đối tác, những nước nhập khẩu chè nhiều nhất của Việt Nam là Ấn Độ, Ả-rập Xê-út, Ba Lan, Các tiểu vương quốc Ả-rập thống nhất, Đài Loan, Đức, Mỹ, Indonesia, Nga, Pakistan, Philippin và Trung Quốc (bang 2).

Tuy nhiên, dù giá chè xuất khẩu có giảm từ năm 1998 đến nay nhưng xuất khẩu chè vẫn mang lại lợi nhuận. Do quá phụ thuộc vào một số ít thị trường xuất khẩu chính nên ngành chè gặp nhiều rủi ro. Có thể thấy rõ tình trạng này năm 2003 khi thị trường Iraq sụp đổ vì xảy ra chiến tranh. Iraq là thị trường xuất khẩu chè lớn nhất của Việt Nam, bình quân chiếm khoảng 40% tổng khối lượng xuất khẩu giai đoạn 1995-2002 và sự sụp đổ của thị trường này đã gây tổn thất lớn cho ngành chè Việt

Nam, đặc biệt là những người có quan hệ mật thiết với các doanh nghiệp nhà nước xuất khẩu qua Hiệp hội chè Việt Nam (VINATEA). Cho đến năm 2009, Iraq không còn nằm trong số

những thị trường xuất khẩu chè chủ yếu của Việt Nam, mà nhường chỗ cho những đối tác nhập khẩu chè lớn nhất của Việt Nam là Pakistan, Nga, Đài Loan và Trung Quốc.

Bảng 2: Thị trường xuất khẩu chè của Việt Nam 6 tháng đầu năm 2009

Nước	Lượng (tấn)	Trị giá (USD)
Ấn Độ	2.745	2.855.667
Arập Xêut	121	252.078
Ba Lan	562	627.046
Các tiểu vương quốc Arập thống nhất	249	380.791
Đài Loan	8.141	9.797.712
Đức	873	1.106.699
Mỹ	2.097	1.915.326
Indônêxia	2.044	1.580.973
Nga	8.750	10.392.735
Pakistan	13.025	18.135.797
Philippin	132	410.161
Trung Quốc	3.258	3.485.625

Nguồn: Thông tin xuất nhập khẩu, Hiệp hội chè Việt Nam 2009.

2. Những định hướng chính sách của chính phủ đối với ngành chè trong thời gian tới

Nhìn chung, nhà nước có sự quan tâm nhiều tới ngành chè. Chương trình phát triển ngành chè (Nghị định 43/1999 QĐTTG) nêu rõ cố gắng nâng năng suất chè lên 1,7 lần, tăng gấp 3 lần sản lượng, và tạo thêm công ăn việc làm cho 1 triệu người. Giá chè hiện nay chủ yếu do thị trường quyết định. Để từng bước tạo tiền đề cho sự phát triển của ngành chè, nhà nước đã ban hành nhiều chính sách đối với ngành nông nghiệp nói chung, trong đó có ngành chè: Chính sách đầu tư xây dựng hạ tầng nông thôn (kết hợp vốn nhà nước và vốn huy động trong dân); Chính sách tín dụng nhằm hỗ trợ vốn cho các hộ trồng và chế biến chè; Chính sách hỗ

trợ tiêu thụ sản phẩm và xuất khẩu có ảnh hưởng lớn đến các doanh nghiệp vừa và nhỏ, đặc biệt là các hộ gia đình. Ngoài ra thông qua hệ thống luật như Luật doanh nghiệp, Luật hợp tác xã, Luật đất đai, Luật khuyến khích đầu tư trong nước... đã có tác động lớn đến tính chủ động, sáng tạo trong kinh doanh của các tổ chức và hộ gia đình trong sản xuất và chế biến, tiêu thụ chè. Các chính sách như vậy sẽ có ảnh hưởng nhiều hơn ở những vùng mà nhà nước có vai trò lớn trong ngành chè, song hiện nay ảnh hưởng của các chính sách này vẫn thấp:

- Đòi mới cơ chế quản lý chưa triệt để: còn chậm chuyển giao tư liệu sản xuất cho người lao động, cơ chế khoán chưa rõ ràng

- Còn nhiều tồn tại đối với chính sách vĩ mô của ngành: Chưa chú trọng quy hoạch, định

hường sản xuất chè: cơ sở chế biến còn thu công, phân tán; công tác cai tạo giống chưa được chú trọng; các biện pháp hỗ trợ ngành chưa gắn với kết quả sản xuất kinh doanh.

- Chất lượng chè xuất khẩu còn thấp, giá xuất khẩu chè liên tục giảm và thấp hơn nhiều so với giá chè thế giới do còn nhiều bất cập trong việc nâng cao công nghệ chế biến chè xuất khẩu.

Đề thực hiện mục tiêu chiến lược của ngành (mục tiêu là đến năm 2015 diện tích trồng chè sẽ đạt 154.000 ha, sản lượng chè thô đạt 1.338.000 tấn, chè khô đạt 212.000 tấn, xuất khẩu chè đạt 400 triệu USD/năm), định hướng cơ bản là:

- Phát triển bền vững vùng nguyên liệu, gắn lợi ích giữa người trồng chè và cơ sở chế biến; Phát triển thị trường xuất khẩu, trong đó ưu tiên thị trường truyền thống. Trong việc nghiên cứu thị trường phải tìm cách đề giới thiệu rộng rãi những sản phẩm chè mà Việt Nam có khả năng sản xuất được, những loại chè có khả năng kháng bệnh. Kết hợp liên doanh, liên kết để mở rộng thị trường. Chiến lược thâm nhập thị trường phải được coi là một bộ phận quan trọng trong cơ chế quản lý ngành chè: Ưu tiên những thị trường truyền thống và từng bước nghiên cứu các thị trường tiềm năng khi Việt Nam đã là thành viên của WTO và thực hiện các cam kết của ASEAN/AFTA.

- Xây dựng thương hiệu cho sản phẩm chè Việt Nam: Thực trạng vừa qua, hầu hết các sản phẩm chè tinh chế tại Việt Nam đều chưa có nhãn hiệu, nên dù có sản xuất tốt, chất lượng cao cũng trở thành sản phẩm của người khác. Đã xây dựng được thương hiệu phải có cơ chế đề giữ vững được ưu tín của thương hiệu quốc

gia chè Việt Nam, đảm bảo sự cạnh tranh của sản phẩm chè trên thị trường thế giới.

- Chính sách đầu tư, tín dụng: Cơ chế quản lý ngành phải có hướng đến mục tiêu giai phóng sức sản xuất bằng cách huy động nhiều thành phần kinh tế tham gia trồng, chế biến chè, đặc biệt là những người đầu tư và tiêu thụ lớn; tạo môi trường đầu tư thông thoáng (trong đó chủ trương chính sách nhà nước giữ vai trò quyết định) nhằm giải thoát tình trạng thiếu vốn dẫn đến thiếu công nghệ hiện đại.

- Chính sách giá cả: Cần phát triển các loại hình doanh nghiệp, trên cơ sở đó xây dựng quan hệ liên kết giữa doanh nghiệp với nông dân, gắn lợi ích với trách nhiệm từ thấp đến cao, từ mua bán theo thời vụ đến hợp đồng ổn định và tiến tới mức liên kết hơn nữa để người nông dân góp vốn cổ phần, trở thành cổ đông của công ty chế biến, tiêu thụ chè. Sớm hình thành quỹ hỗ trợ sản xuất nguyên liệu chè, có thể từ nhiều nguồn vốn trong đó có nhà nước.

- Khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia trồng và phát triển công nghiệp chế biến chè: Ngành chè cần tập hợp các lực lượng sản xuất trong nước và liên doanh, liên kết với nước ngoài. Với một diện tích đất cùng đặc tính của chất đất, độ dốc, độ cao và trình độ dân trí của khu vực như là một thông số thì trồng cây chè đem lại hiệu quả cao hơn ca. Nếu không, hộ gia đình sẽ tự phát chuyển sang cây trồng khác. Sự ổn định kinh tế vĩ mô làm giảm yếu tố tự phát đó.

- Cai tạo và lựa chọn giống mới có năng suất, chất lượng cao, hình thành vùng chuyên canh sản xuất chè sạch: Công nghệ cao đòi hỏi phải có quy trình canh tác, chăm bón thích hợp mới cho những chủng loại chè có chất lượng cao. Cần từng bước cơ giới hoá việc sản xuất.

chăm bón và thu hoạch. Từng bước giảm chi phí lao động trong sản xuất chè.

Để thực hiện định hướng cơ bản trên, giải pháp đề ra là:

Thứ nhất, kết hợp phát triển ngành và hội nhập quốc tế để không ngừng mở rộng thị trường tiêu thụ.

Sự ổn định của thị trường đầu ra đối với sản phẩm chè phải được đảm bảo dù giá cả trên thị trường có thể biến động. Thị trường chè thế giới có nhiều biến động so với hàng nông sản khác. Tuy nhiên, tổng cung, cầu chè thế giới vẫn tăng nhịp độ khá đều đặn. Sự ổn định của thị trường chè là do tính tập trung của nguồn cung vì nó chỉ phát triển và cho chất lượng ở một số vùng có khí hậu và đất đai phù hợp. Trong xu thế hội nhập, mặc dù có nhiều khó khăn, song ngành chè phải có định hướng và giải pháp cho sản xuất, có những thương hiệu đủ uy tín cạnh tranh trên thị trường thế giới.

Thứ hai, giải quyết hài hoà mối quan hệ lợi ích giữa người trồng chè với người thu mua chế biến.

Các hộ gia đình phải là các đơn vị sản xuất tự chủ. Doanh nghiệp không tham gia vào canh tác nông nghiệp mà tập trung vào chế biến, dịch vụ tạo môi trường cho kinh tế hộ phát triển. Về lâu dài, đề đưa cơ giới vào các khâu trồng và thu hoạch nhằm giảm chi phí sản xuất thì sự liên kết, liên doanh giữa các hộ hình thành tổ hợp tác, cao hơn là cơ đồng của công ty cổ phần sản xuất chè là giải pháp cần thiết.

Thứ ba, nhà nước vẫn giữ vai trò định hướng đối với sản xuất của ngành.

Trên cơ sở quy hoạch phát triển vùng chè, nhà nước tập trung đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng phục vụ sản xuất, điều chỉnh các lực

lượng thị trường tham gia bỏ vốn kinh doanh. Kinh nghiệm các nước, thậm chí có chế độ tự hữu về ruộng đất, nhà nước giữ vai trò gắn kết mô hình tổ chức ngành bằng cơ chế chính sách. Quan hệ Hiệp hội - Doanh nghiệp - Hộ gia đình muốn vững chắc phải có môi trường pháp lý, môi trường kinh doanh mà người quyết định là nhà nước.

Thứ tư, gắn sản xuất với chế biến chè theo vùng tập trung hướng theo thị trường.

Bố trí cơ sở chế biến gần vùng nguyên liệu tập trung và tính tới yếu tố cạnh tranh thị trường. Gắn lợi ích giữa sản xuất nông nghiệp và công nghiệp chế biến tạo sự gắn bó lâu dài. Cơ chế gắn bó phải rõ ràng. Bậc thấp là hợp đồng thu mua chế biến chè theo thời vụ, tiếp theo là quan hệ hợp tác lâu dài bằng hợp đồng bao tiêu sản phẩm và cao hơn nữa là hình thành các công ty cổ phần chè có sự tham gia của các hộ gia đình trồng chè.

Thứ năm, đổi mới mạnh mẽ cơ chế quản lý trong các công ty chè.

Hướng tới nền tiến hành cổ phần rộng rãi các công ty chè. Bởi vì, kinh nghiệm cổ phần hoá doanh nghiệp nhà nước cho thấy đây là hình thức huy động vốn đồng thời tạo cơ chế quản lý dân chủ. Đổi mới cơ chế quản lý của Tổng Công ty chè Việt Nam: Cho phép chuyển các đơn vị hạch toán độc lập sang hạch toán phụ thuộc Tổng công ty nhằm san sẻ rủi ro, tạo điều kiện cho Tổng Công ty tham gia các chương trình mục tiêu quốc gia. Bổ sung vốn lưu động cho Tổng Công ty để tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường thế giới; giao cho Tổng Công ty chè quản lý phần vốn nhà nước ở các công ty chè cổ phần vốn nhà nước khi tiến hành cổ phần hoá; hình thành lập đoàn chè Việt Nam bằng cách thu hút thêm các

ngành khác trong sản xuất đồ uống. Nâng cao hiệu quả hoạt động của Hiệp hội chè Việt Nam, thu hút các thành viên mới, tăng cường xúc tiến thương mại, đào tạo cán bộ, công nhân viên kỹ thuật, phối hợp các địa phương tham gia điều tiết lợi ích giữa các khâu trong ngành chè.

Thứ sáu, cần nâng cao chất lượng chè xuất khẩu.

Cho đến nay, chính phủ đã đồng ý cho ngành chè Việt Nam xây dựng thương hiệu Cheviet. Chương trình được vận động trên toàn quốc và hiện nay thương hiệu Cheviet đã được đăng ký bảo hộ ở 77 quốc gia trên thế

giới. Tuy nhiên, để thương hiệu Cheviet ngày càng phát triển, chúng ta cần nâng cao chất lượng chè xuất khẩu. Với tiềm năng sẵn có về diện tích trồng chè, giống chè, chúng ta cần mở rộng khâu chiến biến xuất khẩu chè chứ không chỉ dừng lại ở xuất khẩu chè thô, chè nguyên liệu như hiện nay. Mục tiêu đề ra là đến năm 2015 Việt Nam sẽ xuất khẩu 200 nghìn tấn chè/năm, đạt kim ngạch xuất khẩu là 400 triệu USD/năm và nâng giá chè xuất khẩu lên khoảng 2-2.5 USD/kg. Để đạt được mục tiêu đó, việc nâng cao chất lượng chè xuất khẩu là điều cần phải ban tới trước hết trong chiến lược mở rộng thị trường xuất khẩu chè của Việt Nam trong thời gian tới.

Tài liệu tham khảo

- CIEM, 2007
- Trung tâm thông tin PT NNNT
- Agro.gov.vn
- Trang thông tin điện tử của Hiệp hội Việt Nam