

Giải pháp nâng cao xuất khẩu gạo Việt Nam

Phan Ngọc Trung*

*Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh,
140 Lê Trọng Tấn, Phường Tây Thạnh, Quận Tân Phú, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam*

Nhận ngày 02 tháng 12 năm 2013

Chỉnh sửa ngày 12 tháng 9 năm 2014; chấp nhận đăng ngày 02 tháng 10 năm 2014

Tóm tắt: Xuất khẩu gạo từ lâu đã mang lại một nguồn ngoại tệ không nhỏ cho nước ta trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Bài viết phân tích tình hình sản xuất gạo trên thế giới, nêu rõ một số vấn đề chính mà thị trường gạo thế giới ảnh hưởng đến việc xuất khẩu gạo của Việt Nam. Bài viết cũng đánh giá toàn diện về thực trạng xuất khẩu gạo của Việt Nam trong thời gian gần đây, nêu rõ những thách thức mà hoạt động xuất khẩu gạo gặp phải trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, từ đó đề xuất giải pháp khắc phục trong tương lai.

Từ khóa: Xuất khẩu gạo, Việt Nam, TPP.

1. Thực trạng xuất nhập khẩu gạo thế giới

1.1. Xuất khẩu gạo thế giới

Trong niên vụ 2011/2012, sản lượng gạo tại nhiều quốc gia tăng đáng kể, đặc biệt là những quốc gia sản xuất gạo hàng đầu như Trung Quốc, Ấn Độ, Bangladesh và Pakistan.

Sản lượng gạo niên vụ 2011/12 của Trung Quốc vào khoảng 140,5 triệu tấn; tăng 3,5 triệu tấn (2,55%) so với niên vụ 2010/11 [1]. Tương tự, tại Ấn Độ và Pakistan, sản lượng gạo trong niên vụ 2011/12 tăng với mức tương ứng 7,42 triệu tấn (tăng 7,73%) và 6,5 triệu tấn (tăng 30%).

Ngoài ra, đối với Thái Lan - nước sản xuất và xuất khẩu gạo hàng đầu thế giới - mặc dù chịu ảnh hưởng nặng nề bởi trận lũ lịch sử năm 2011, nhưng sản lượng gạo vẫn tăng nhẹ. Trong

niên vụ 2011/12, sản lượng gạo của Thái Lan đạt khoảng 20,46 triệu tấn; tăng 0,198 triệu tấn (0,98%) so với niên vụ 2010/2011.

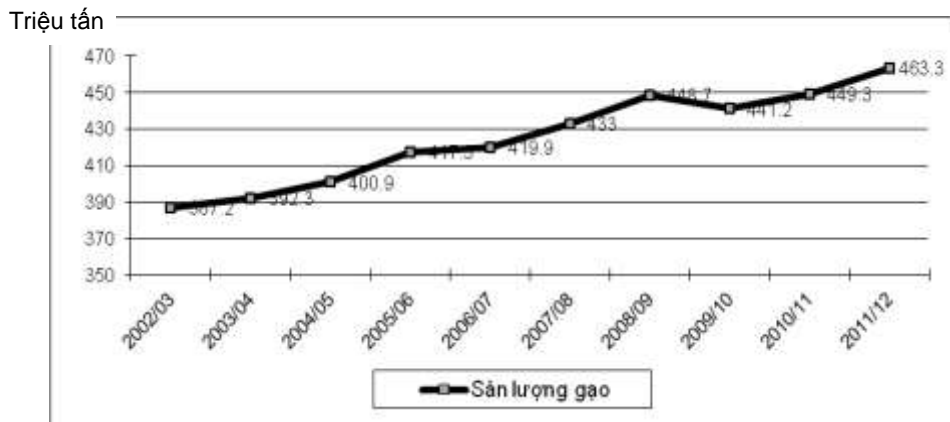
Niên vụ 2011/2012, trong nhóm các quốc gia sản xuất gạo hàng đầu, Việt Nam đã vượt qua Thái Lan, trở thành nước xuất khẩu gạo lớn nhất thế giới, với sản lượng khoảng 7 triệu tấn.

1.2. Nhập khẩu gạo thế giới

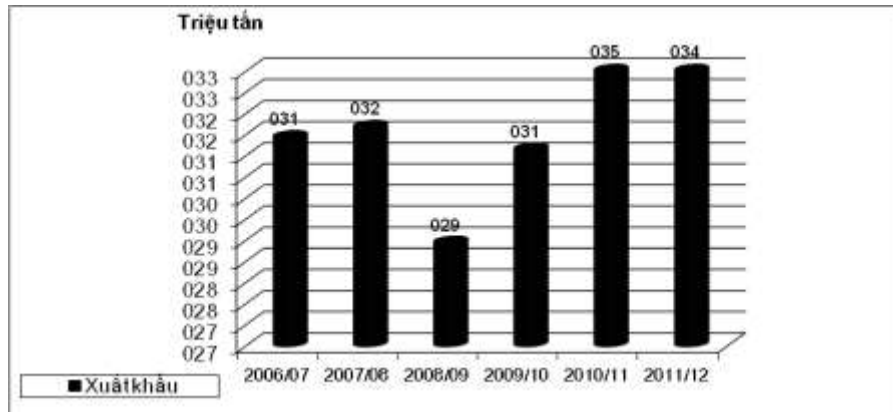
Niên vụ 2011/2012, nhập khẩu gạo thế giới đạt 32,89 triệu tấn; tăng 0,274 triệu tấn (0,84%) so với niên vụ 2010/2011.

Theo Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), niên vụ 2011/2012, Nigeria là nước nhập gạo lớn nhất thế giới với khối lượng khoảng 2,5 triệu tấn [1]; tiếp theo là Indonesia, Iran, Philippines, Iraq, Saudi Arabia, Malaysia và Trung Quốc. Tổng khối lượng nhập khẩu gạo thế giới năm 2012 là 32,890 triệu tấn; trong đó châu Á 10,135 triệu tấn; châu Phi 5,670 triệu tấn; các quốc gia khác là 17,105 triệu tấn.

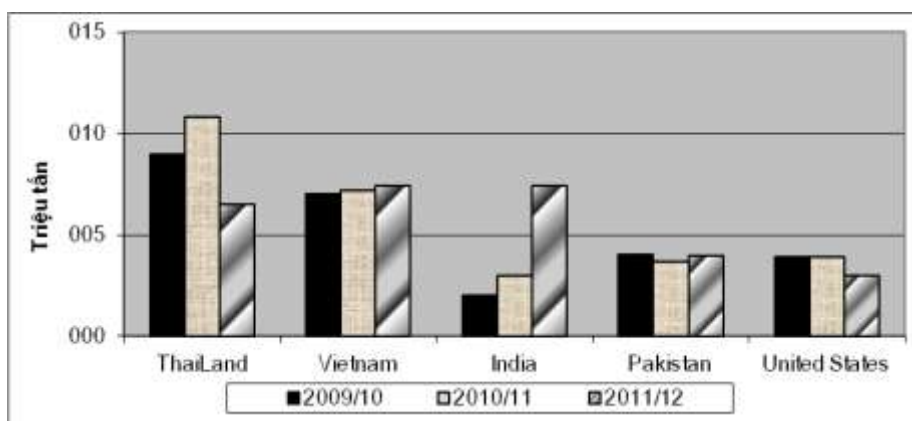
*ĐT: 84-908162969
Email: trungpn@cntp.edu.vn



Hình 1: Sản lượng gạo thế giới 2003-2012.
 Nguồn: Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), 2012



Hình 2: Xuất khẩu gạo thế giới 2007-2012.
 Nguồn: USDA, 2012



Hình 3: Các quốc gia xuất khẩu gạo lớn nhất trên thế giới 2010-2012.
 Nguồn: USDA, 2012

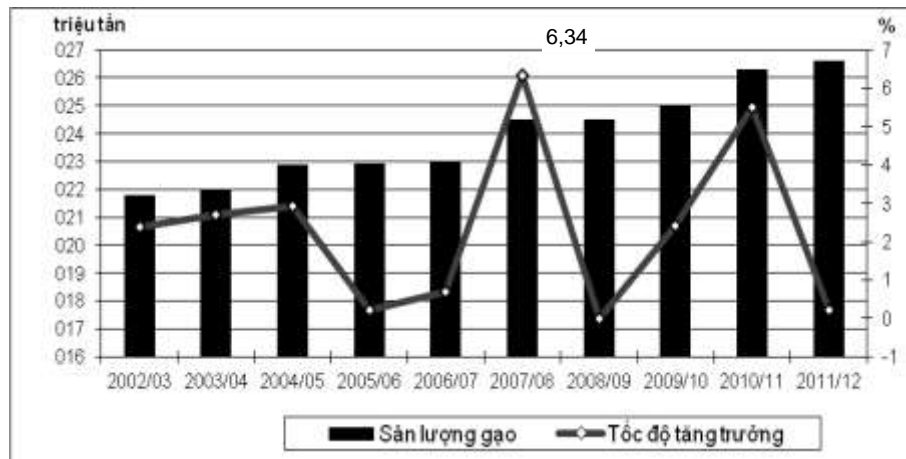
2. Thực trạng xuất nhập khẩu gạo của Việt Nam

2.1. Sản lượng gạo Việt Nam

Do sản lượng lúa tăng nên sản lượng gạo của Việt Nam năm 2013 đạt mức trên 27 triệu tấn; tăng 0,065 triệu tấn so với niên vụ 2011/2012 [2]. Như vậy, trong nhiều năm gần đây mặc dù diện tích trồng lúa có biến động, nhưng do năng suất lúa tăng nên sản lượng gạo được duy trì ổn định (Hình 4).

Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, khối lượng xuất khẩu gạo của Việt Nam

năm 2013 đạt 6,61 triệu tấn; trị giá FOB đạt 2,95 tỷ USD, giảm 17,4% về số lượng và giảm 19,7% về giá trị so với năm 2012 [3]. Gạo Việt Nam chủ yếu xuất khẩu sang 10 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới như: Trung Quốc, Bờ biển Ngà, Malaysia, Ghana, Philippines, Singapore, Hồng Kông, Indonesia, Angola và Nga. Trung Quốc vẫn là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam. Nguyên nhân dẫn đến sự sụt giảm về xuất khẩu gạo năm 2013 là do sự giảm mạnh về nhu cầu từ các thị trường truyền thống như Indonesia, Philippines...



Hình 4: Sản lượng gạo Việt Nam 2003-2012.

Nguồn: Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn và Tổng cục Thống kê 2012

2.2. Xuất khẩu gạo Việt Nam

Bảng 1: Kim ngạch xuất khẩu và tỷ trọng đóng góp của xuất khẩu gạo của Việt Nam giai đoạn 2005-2012

Năm	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Kim ngạch XK cả nước (Tỷ USD)	32.447	39.826	48.561	62.685	57.096	72.236	96.300	114,6
Số lượng XK gạo (ngàn tấn)	5.254	4.643	4.530	4.679	6.052	6,754	7,105	7.335
Kim ngạch XK gạo (Triệu USD)	1.394	1.380	1.401	2.663	2.464	2.912	3.507	3.271
Tỷ trọng đóng góp của XK gạo trong kim ngạch XK (%)	4,30	3,47	2,89	4,25	4,32	4,03	3,64	2,85

Nguồn: Tổng Cục Thống kê, 2012.

2.3. Giá gạo xuất khẩu

Xuất khẩu gạo của Việt Nam không nằm ngoài diễn biến của thị trường gạo thế giới. Giá gạo xuất khẩu giảm do vào thời điểm này xuất khẩu bị chững lại, giá bình quân đạt 430,80 USD/tấn, giảm 14,04% so với cùng kỳ năm 2012. Trong khi đó, giá gạo 25% tằm ở mức 447 USD/tấn.

Theo Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA), tình hình giá gạo thế giới có xu hướng giảm do chịu áp lực bán hạ giá của Thái Lan và Pakistan - hai quốc gia có nguồn cung gạo rẻ nhất so với các quốc gia xuất khẩu gạo khác như Ấn Độ, Việt Nam...

Giá gạo xuất khẩu của Thái Lan thường cao hơn các nước như Việt Nam, Ấn Độ, Pakistan, Myanmar... Nếu so sánh giá gạo xuất khẩu cùng chủng loại của Việt Nam và Thái Lan trong thời gian qua, giá gạo Việt Nam có dấu hiệu thu hẹp đáng kể khoảng cách trong những năm gần đây.

2.4. Chủng loại gạo xuất khẩu

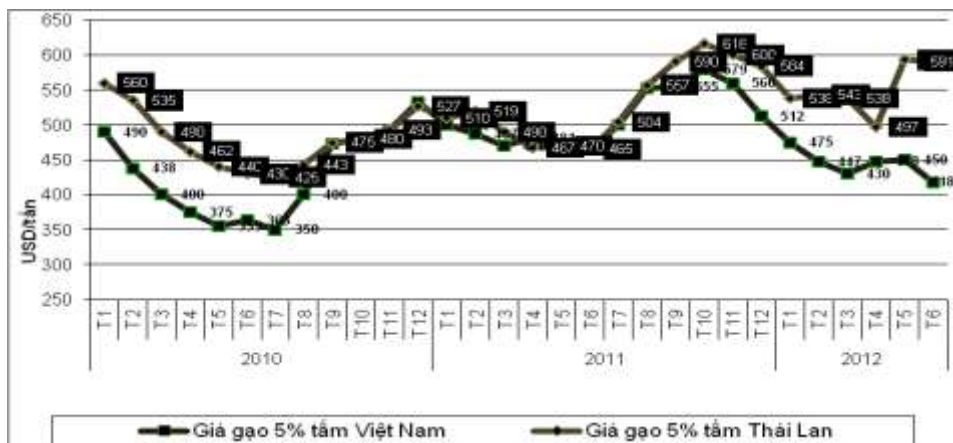
Ở Việt Nam, gạo xuất khẩu chủ yếu là gạo tẻ hạt dài, chất lượng trung bình, được sản xuất

hầu hết từ Đồng bằng Sông Cửu Long. Trong cơ cấu xuất khẩu, Việt Nam vẫn chưa chú trọng nhiều tới gạo đặc sản truyền thống, như gạo Thơm Lài, Nàng Hương, Nàng Thơm, Jasmine... Hiện nay, trên thế giới, ở những nước phát triển, loại gạo này rất được ưa chuộng và trong tương lai, nhu cầu về loại gạo này sẽ ngày càng tăng, đem lại nguồn thu lớn cho các nước xuất khẩu.

2.5. Thị trường xuất khẩu gạo

Năm 2013, châu Á là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam, chiếm 58,93% (thị trường Trung Quốc, Indonesia, Philippines, Malaysia...), kế đến là châu Phi chiếm 29,32%, châu Mỹ 6,7% và châu Âu chiếm 3,6% [4]. So với cùng kỳ năm 2012, lượng gạo xuất khẩu sang khu vực châu Phi tăng 5,7%; châu Mỹ tăng 25,90%; châu Âu tăng 161,12%; nhưng khu vực châu Á giảm 22,78%.

Thị trường xuất khẩu các năm gần đây có nhiều thay đổi. Trung Quốc là thị trường xuất khẩu gạo lớn nhất của Việt Nam, thị trường Malaysia không thay đổi nhiều, Philippines nhập khẩu chậm, tại thị trường châu Phi xuất hiện sự cạnh tranh gay gắt của Ấn Độ.



Hình 5: So sánh giá gạo xuất khẩu của Việt Nam và Thái Lan theo tháng giai đoạn 1/2010-6/2012.

Nguồn: Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, 2012

3. Dự báo nhu cầu gạo thế giới

Theo dự báo, sản lượng gạo trên thế giới tăng bình quân 0,8% theo các năm, trong khi dự trữ cuối kỳ giảm bình quân 3,5% qua các năm. Nguồn cung gạo vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu tiêu thụ. Nhu cầu nhập khẩu của các nước sản xuất gạo châu Á tăng lên cùng với nhu cầu tăng ở Nigeria và Trung Đông, có tới 30 nước trên thế giới vẫn thiếu lương thực. Các nước xuất khẩu chính sẽ vẫn nằm ở châu Á, gồm Thái Lan, Việt Nam, Ấn Độ, Pakistan và Myanmar.

Hiện nay, trên thế giới có 4 nước trồng lúa nhiều nhất là Trung Quốc, Ấn Độ, Indonesia và Bangladesh với sản lượng gạo chiếm đến 66,3% sản lượng toàn thế giới trong niên vụ 2010/2011, tiếp theo là Việt Nam, Thái Lan. Tuy nhiên, sản lượng gạo sản xuất của các nước như Trung Quốc, Indonesia và Bangladesh không đủ cung cấp trong nước và hàng năm đều phải nhập khẩu gạo [5] (Bảng 2).

4. Các giải pháp nâng cao hiệu quả xuất khẩu gạo

Qua phân tích thực trạng và triển vọng thị trường lúa gạo của thế giới và Việt Nam, bài viết đề xuất các giải pháp sau nhằm nâng cao kim ngạch xuất khẩu gạo:

4.1. Hoàn thiện hệ thống xuất khẩu gạo

Để nâng cao khả năng cạnh tranh của gạo Việt Nam trên thị trường thế giới, vấn đề đặt ra hiện nay chính là hoàn thiện hệ thống tổ chức xuất khẩu gạo:

Một là, duy trì số lượng doanh nghiệp có đủ khả năng về trữ lượng kho, năng suất chế biến gạo xuất khẩu tham gia xuất khẩu; hạn chế sự ồ ạt quá mức của các doanh nghiệp còn non kém về kinh nghiệm, yếu về tài chính. Tránh xuất khẩu thiếu kiểm soát, bán phá giá, tránh tình trạng hủy hợp đồng đã ký kết với khách hàng khi giá cả biến động, tạo ấn tượng xấu về nhà xuất khẩu gạo Việt Nam.

Hai là, đối với hợp đồng mua bán gạo cấp Chính phủ (hợp đồng tập trung), nên duy trì cơ chế khuyến khích doanh nghiệp tham gia đấu thầu và chỉ định tham gia đấu thầu.

Ba là, Hiệp hội Lương thực Việt Nam cần quản lý tích cực hơn trong đăng ký hợp đồng xuất khẩu gạo; phải là nơi cung cấp thông tin về giá xuất khẩu và chi phí chế biến - xuất khẩu; phối hợp các ngành có liên quan như hải quan, thuế... nhằm ngăn chặn gian lận giá bán trong đăng ký hợp đồng xuất khẩu gạo.

Bốn là, tham gia liên minh lúa gạo (Việt Nam, Thái Lan, Lào, Campuchia và Myanmar), tạo thương hiệu gạo chung để “cùng nhau tiến”. Khi liên minh lúa gạo được thành lập với một thương hiệu chung, những vấn đề về giá trị hạt gạo sẽ được giải quyết.

Bảng 2: Dự báo cung cầu gạo thế giới 2013-2016
Đơn vị tính: 1.000 tấn

Năm	2013	2014	2015	2016
Sản lượng	449.448	452.270	456.647	460.213
Dự trữ đầu kỳ	96.672	94.732	90.913	87.728
Cung tiêu dùng trong nước	546.120	547.002	547.56	547.941
Tiêu dùng	451.388	456.089	459.832	464.063
Dự trữ cuối kỳ	94.732	90.912	87.728	83.878
Thương mại	33.208	33.608	34.058	34.416
Dự trữ (%)	20,99	19,93	19,08	18,07

Nguồn: Viện Nghiên cứu Chính sách và Thực phẩm Hoa Kỳ (FARPRI), 2012 [6].

4.2. Đầu tư đồng bộ khoa học công nghệ để hiện đại hóa sản xuất

Cũng như tất cả các ngành nghề khác trong nền kinh tế, ngành sản xuất và xuất khẩu gạo Việt Nam muốn phát triển cần có chính sách đầu tư thỏa đáng cho khoa học công nghệ.

Một là, đầu tư hệ thống cơ sở vật chất phục vụ sản xuất. Đây là điều kiện tiên quyết để sản xuất có hiệu quả. Hệ thống này cần phải được trang bị hiện đại, đồng bộ, đảm bảo sức cạnh tranh của lúa gạo. Cơ sở hạ tầng cần được chú trọng nhất ở các khâu sản xuất, chế biến, đóng gói bằng việc lắp đặt, sử dụng các máy móc mới, công suất cao, chế tạo, lắp ráp và mua sắm thiết bị thu hoạch lúa để tăng cơ giới hóa thu hoạch và giải quyết thiếu hụt lao động nông nghiệp ở các vùng trồng lúa quy mô lớn.

Hai là, đầu tư nghiên cứu các ứng dụng khoa học công nghệ như: xúc tiến nhanh việc bình tuyển các loại giống lúa đặc sản của các địa phương, từ đó hình thành quỹ gen về giống lúa chất lượng cao để xuất khẩu; hoàn thiện hệ thống quản lý nhà nước về giống lúa; hình thành hệ thống nhân giống lúa thích hợp để thường xuyên thay giống lai tạp bằng giống thuần cho nông dân (do phần lớn các giống lúa mới đều bị xuống cấp nhanh, dễ bị lai tạp). Đồng thời, Nhà nước cần phát huy vai trò chỉ đạo của các cơ sở nghiên cứu chính là các viện, trường đại học, doanh nghiệp, nông trường... tham gia nghiên cứu.

Ba là, phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng bên cạnh cho xuất khẩu. Đồng bằng sông Cửu Long là nơi cung cấp nguồn gạo chủ yếu cho xuất khẩu của nước ta hiện nay. Gạo được thu mua và xuất sang nước ngoài qua các cảng khẩu. Tuy nhiên, cơ sở hạ tầng phục vụ cho xuất khẩu ở vùng này nói riêng và cả nước nói chung còn nhiều hạn chế, khiến chi phí vận chuyển gạo bị đẩy lên cao. Gạo xuất khẩu thường tập trung về Thành phố Hồ Chí Minh - nơi diễn ra hoạt động

xuất, nhập của rất nhiều loại hàng nên dễ dẫn đến sự ùn tắc. Vấn đề đặt ra là cần tạo sự thông suốt về vận tải - khâu cuối cùng của xuất khẩu gạo. Khu vực cảng Sài Gòn và các tỉnh lân cận là những cảng quan trọng cần được đầu tư, nâng cấp, cải tiến lại hệ thống kho bãi, phương tiện bốc dỡ để đáp ứng nhu cầu vận chuyển xuất khẩu gạo đúng thời gian và tiến độ.

4.3. Phát triển và xây dựng thị trường mục tiêu

Việc đa dạng hóa và mở rộng thị trường luôn là mục tiêu quan trọng nhất. Đặc biệt, với thị trường xuất khẩu, đây là mối quan tâm hàng đầu. Để mở rộng thị trường xuất khẩu, trong thời gian tới cần thực hiện các biện pháp sau:

Một là, nghiên cứu và xây dựng thị trường. Xây dựng thị trường xuất khẩu gạo là một đòi hỏi mang tính cấp thiết và chiến lược. Nhà nước cần tạo lập mối quan hệ thương mại với các nước có nhu cầu lớn về xuất khẩu gạo, tranh thủ khai thác các mối quan hệ để ký các hiệp định xuất khẩu gạo hoặc các bản thỏa thuận phối hợp, hợp tác với các nước để tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp hoạt động, đồng thời có thể hỗ trợ cho các doanh nghiệp tìm kiếm thị trường bên ngoài. Trong quá trình xuất khẩu gạo, cần tranh thủ gây dựng uy tín thương mại quốc tế đối với các bạn hàng, từng bước tạo thói quen ưa chuộng, tiêu dùng gạo Việt Nam, từ đó đẩy mạnh xuất khẩu chiếm lĩnh thị trường.

Hai là, xác định các thị trường mục tiêu. Theo USDA dự báo, đến năm 2015, lượng gạo nhập khẩu của thế giới sẽ tăng bình quân mỗi năm khoảng 2,6% [7]. Các khu vực nhập khẩu gạo chủ yếu là các nước Trung Đông nhập khẩu khoảng 4-5 triệu tấn/năm; châu Phi nhập khẩu khoảng 9 triệu tấn/năm và có xu hướng tăng trong thời gian tới. Như vậy, trong tương lai, thị trường xuất khẩu chủ yếu vẫn là các nước khu vực châu Á như Philippines, Indonesia, Malaysia...

Thời gian tới, chúng ta cần tập trung xuất khẩu gạo vào các thị trường tiêu biểu sau:

(i) Thị trường gạo chất lượng trung bình và thấp: Đây là thị trường tập trung những nước tiêu thụ gạo chất lượng cấp trung và thấp (15-25% tằm) như Indonesia, Philippines, các quốc gia châu Phi... Với số dân hơn 1,3 tỷ người và vị thế địa lý thuận lợi, Trung Quốc hứa hẹn là nước nhập khẩu gạo lớn của Việt Nam.

(ii) Thị trường gạo chất lượng cao:

+ Thị trường EU: Hiện nay, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng gạo của Việt Nam vào thị trường này chưa lớn do có sự cạnh tranh gay gắt của gạo Thái Lan. Tuy nhiên, trong tương lai, khi chúng ta nâng cao được chất lượng gạo thì đây là một thị trường rất có tiềm năng. Các chuẩn mực kinh doanh của EU đòi hỏi các doanh nghiệp Việt Nam phải thật sự năng động, đảm bảo chất lượng gạo và giữ chữ tín trong giao dịch, buôn bán, từng bước xuất khẩu trực tiếp gạo Việt Nam vào khu vực này.

+ Thị trường Mỹ: Là nước xuất khẩu gạo lớn trên thế giới nhưng Mỹ cũng có nhu cầu nhập khẩu. Việt Nam được hưởng quy chế tối huệ quốc của Mỹ nên gạo Việt Nam có thể tiếp cận và xâm nhập vào thị trường này dễ dàng hơn. Trong tương lai, chúng ta cần mở rộng quan hệ để có mức xuất khẩu gạo ổn định vào thị trường Mỹ nói riêng cũng như các nước châu Mỹ nói chung.

+ Thị trường Nhật Bản: Nhật Bản là nước tiêu thụ gạo đòi hỏi chất lượng cao. Do vậy, các doanh nghiệp Việt Nam cần nắm bắt yêu cầu này để đầu tư trang thiết bị, nâng cao chất lượng sản phẩm mới để có thể có chỗ đứng trên thị trường, nhất là khi Nhật Bản giảm mức bảo hộ đối với mặt hàng gạo theo quy định của WTO.

+ Thị trường Trung Đông: Đây là khu vực gồm những nước giàu có trên thế giới, có nhu cầu cũng như khả năng thanh toán, giao dịch thương mại quốc tế... Do chưa hiểu biết nhiều

về bạn hàng và thị trường ở khu vực này nên kim ngạch buôn bán giữa Việt Nam và các nước này không đáng kể. Bước đầu gạo Việt Nam đã có chỗ đứng và được ưa dùng tại Iran, Iraq... Trong tương lai, khu vực này sẽ mở ra nhiều cơ hội cho các nhà xuất khẩu gạo của Việt Nam.

4.4. Chuẩn bị điều kiện cần thiết khi Việt Nam tham gia TPP

Hiện nay, Việt Nam đang đàm phán Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP). Tham gia Hiệp định TPP là cơ hội để Việt Nam gia tăng xuất khẩu gạo vào thị trường các quốc gia trong Hiệp định này. Việt Nam đã ký Hiệp định thương mại tự do (FTA) song phương với 7/12 nước trong TPP, nghĩa là sản phẩm nông nghiệp được cam kết cắt giảm thuế còn 0% theo lộ trình, do đó TPP chỉ mang lại lợi ích về thuế quan cho Việt Nam so với những nước chưa có FTA với Việt Nam. Đón bắt thời cơ này, nhiều doanh nghiệp xuất khẩu gạo cần phải xây dựng vùng nguyên liệu, mở thêm nhà máy, liên kết với nông dân để nâng cao chất lượng gạo. Một cơ hội khác cho các doanh nghiệp xuất khẩu gạo của Việt Nam là khi tham gia TPP, gạo Việt Nam xuất khẩu vào các thị trường này thuế có thể giảm từ 17-20% hiện nay xuống còn 0%, nên khả năng cạnh tranh với gạo từ Thái Lan và Ấn Độ (2 nước không tham gia TPP) là rất lớn. Hiệp hội Xuất khẩu gạo Việt Nam (VFA) đang rất kỳ vọng vào việc gia tăng xuất khẩu gạo sang châu Mỹ và Nhật Bản sau các cuộc đàm phán TPP. VFA còn cho biết, giá gạo Việt Nam thấp hơn nhiều so với Thái Lan. Bên cạnh đó, gạo Việt Nam khá phổ biến ở Mỹ và các nước khác nằm trong vòng đàm phán TPP như Nhật Bản, Canada, Chile, Peru, Mexico. VFA cũng đã yêu cầu Chính phủ trợ giúp các nhà xuất khẩu gạo tiếp cận rộng hơn với các thị trường này.

4.5. Đẩy mạnh công tác marketing

Để nâng cao vị thế hạt gạo, đáp ứng những đòi hỏi ngày càng khắt khe của thị trường quốc tế, Việt Nam cần có các giải pháp cụ thể cho các chính sách sản phẩm, chính sách giá, chính sách phân phối, chính sách xúc tiến và hỗ trợ kinh doanh. Cụ thể:

(i) Nâng cao chất lượng sản phẩm xuất khẩu

Để thực hiện được chính sách này, trong thời gian tới, cần tiến hành một số giải pháp sau:

Một là, xây dựng vùng sản xuất lúa hàng hóa với quy mô lớn, phát triển nguồn nguyên liệu một cách bền vững. Trên thực tế, thực hiện tích cực vai trò liên kết 4 nhà: “Nhà nước, nhà khoa học, nhà doanh nghiệp và nhà nông”.

+ Nhà nước: Quy hoạch đầu tư phát triển sản xuất lúa cho từng tiểu vùng và toàn vùng; phát triển cơ sở hạ tầng, nhất là hệ thống thủy lợi; thông tin, dự báo thị trường lúa gạo; đầu tư ngân sách cho công tác nghiên cứu lai tạo các giống lúa mới, hỗ trợ về vốn cho nông dân và các doanh nghiệp trong sản xuất, chế biến và tiêu thụ lúa gạo.

+ Nhà khoa học: Lai tạo và chọn lọc giống lúa cho năng suất cao, chất lượng tốt, chống chịu sâu bệnh; đẩy mạnh nghiên cứu và ứng dụng công nghệ sinh học trong lai tạo các giống lúa mới; nghiên cứu các giải pháp kỹ thuật để giảm giá thành, nâng cao năng suất và chất lượng.

+ Nhà doanh nghiệp: Đặt hàng với chính quyền địa phương, các nhà khoa học, tổ chức nông dân để sản xuất theo nhu cầu như “đúng giống, đủ số lượng” và ký hợp đồng bao tiêu với nông dân. Từ đó, các doanh nghiệp sẽ chủ động được nguồn nguyên liệu, đảm bảo được chất lượng sản phẩm.

+ Nhà nông: Ứng dụng các thành tựu tiên bộ khoa học kỹ thuật trong sản xuất lúa vào đồng ruộng, sản xuất theo đúng nhu cầu của các doanh nghiệp và nâng cao ý thức, giữ chữ tín trong việc hợp tác, ký kết hợp đồng bao tiêu sản phẩm với doanh nghiệp.

(ii) Thống nhất việc xác định giá xuất khẩu

Định giá cho hàng bán nội địa đã khó, định giá cho hàng xuất khẩu, đặc biệt là hàng nông sản luôn biến động như gạo lại càng khó hơn. Để nâng cao giá trị xuất khẩu, cần thực hiện:

+ Giảm thiểu chi phí sản xuất: Chi phí sản xuất gạo phụ thuộc vào nhiều yếu tố như phân bón, giống, nhân công, năng suất lúa... Hiện nay, chi phí sản xuất lúa gạo Việt Nam nhìn chung thấp hơn so với các nước châu Á, đặc biệt là so với Thái Lan - đối thủ cạnh tranh chính của chúng ta do điều kiện tự nhiên thuận lợi, mức độ đầu tư phân bón thấp nhưng có năng suất tương tự như các nước khác, chi phí nhân công rẻ... Chính vì vậy, trong những năm tới, chúng ta cần phát huy lợi thế này, tiếp tục giảm thiểu chi phí sản xuất - yếu tố quyết định tính cạnh tranh và giá gạo xuất khẩu ra thị trường thế giới.

+ Chính sách giá mua: Gạo Việt Nam được sản xuất theo thời vụ trong khi nhu cầu của các nước nhập khẩu thường không đổi trong suốt cả năm. Do đó, giá gạo trong khâu mua thường xuyên biến động, tăng cao khi khan hiếm và giảm vào vụ thu hoạch. Sự không ổn định về giá kéo theo nguy cơ mất lợi nhuận, gây tâm lý lo lắng cho người nông dân. Vì vậy, cần có các biện pháp ổn định giá thu mua, trong đó có mô hình giá bảo hộ gián tiếp (chính sách hỗ trợ Chính phủ mua tạm trữ và đảm bảo 30-40% lợi nhuận cho nông dân).

+ Thống nhất giá xuất khẩu giữa các doanh nghiệp xuất khẩu: Do cạnh tranh giữa các doanh nghiệp nên giá gạo Việt Nam xuất khẩu giảm đáng kể so với gạo cùng chất lượng của các nước xuất khẩu khác. Do đó, cần phải có một chính sách giá chung giữa các nhà xuất khẩu Việt Nam. Hơn nữa, lúa gạo là một sản phẩm sản xuất theo thời vụ, phụ thuộc vào các điều kiện tự nhiên trong khi nhu cầu luôn ổn định. Vì vậy, Hiệp hội Lương thực Việt Nam cần đưa ra các mức giá sàn hợp lý cho từng thời điểm dựa trên những thông tin chính.

(iii) Xây dựng và quảng bá thương hiệu

Trong thời gian qua, việc xây dựng và quảng bá thương hiệu sản phẩm lúa gạo của Việt Nam chưa được quan tâm thỏa đáng. Có thể nói, gạo Việt Nam được ví như “nàng công chúa ngủ trong rừng” vì trong nhiều năm qua, gạo xuất khẩu của Việt Nam thường chỉ được xuất hiện với một cái tên hết sức đơn giản “gạo trắng hạt dài” và được đóng “mác” của những công ty, tập đoàn kinh doanh lương thực trung gian thuộc các quốc gia khác. Tất nhiên, những tập đoàn này sẽ không bao giờ làm thương hiệu cho gạo Việt Nam. Trong khi đó, Thái Lan có loại gạo nổi tiếng như Khaw Dawk Mali, Hom Mali, Jasmine 85; Ấn Độ có gạo Basmati; Ý có gạo Arborio; Australia có gạo Amaroo... Giá gạo trên thị trường thế giới trong năm cho thấy, gạo Thái Lan, gạo Basmati của Ấn Độ chào bán cao hơn gạo Việt Nam từ 70 đến vài trăm USD/tấn. Tình trạng này đã kéo dài từ nhiều năm nay, qua đó cho thấy mặc dù chúng ta luôn duy trì vị trí thứ hai về số lượng gạo xuất khẩu trên thế giới nhưng mức lợi nhuận thực mang về lại chưa tương xứng. Nguyên nhân do gạo Việt Nam khi xuất khẩu chỉ mang nhãn hiệu chung chung, hoặc không có thương hiệu thì giá bán sẽ rất thấp so với những loại gạo có thương hiệu thật sự của Thái Lan hay các nước khác.

Vì vậy, việc xây dựng thương hiệu cho gạo Việt Nam là rất cấp thiết để gạo Việt Nam “thức dậy” và làm cho toàn thế giới biết đến tên thương hiệu gạo Việt Nam.

Tài liệu tham khảo

- [1] Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), “Rice Outlook 2012”, 2012.
- [2] Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Hội nghị sơ kết sản xuất lúa năm 2013 và triển khai năm 2014 tại tỉnh Trà Vinh, 2013.
- [3] Thảo Nguyên, “Xuất khẩu gạo năm 2013 giảm mạnh”, xem tại <http://dantri.com.vn/kinh-doanh/xuat-khau-gao-nam-2013-giam-manh-820229.htm>, 2013.
- [4] Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA), “Kết quả xuất khẩu gạo 2011-2012”, 2012.
- [5] Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA), “Kết quả xuất khẩu gạo 10 tháng đầu năm 2013”, 2013.
- [6] Viện Nghiên cứu Chính sách và Thực phẩm Hoa Kỳ (FARPRI), “World Rice Outlook: International Rice Baseline with Deterministic and Stochastic Projection 2011-2012”, 2012.
- [7] Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), “Rice Outlook 2013”, 2013.
- [8] Samarendu Mohanty, “Xu hướng dài hạn cung cầu ngành gạo”, 2012.
- [9] Huỳnh Minh Huệ, “Tình hình xuất khẩu gạo trong 5 năm qua”, 2011.

Basic Solutions Help to Improve Vietnam’s Rice Export

Phan Ngọc Trung

*Hồ Chí Minh City University of Food Industry,
140 Lê Trọng Tấn, Tây Thạnh Ward, Tân Phú Dist., Hồ Chí Minh City, Vietnam*

Abstract: Rice export has brought about a considerable source of foreign currency for Vietnam in the process of industrialization and modernization. This paper provides an overall analysis of global rice production and shows how some main characteristics of the world rice market would impact on Vietnam’s rice export. It also offers a complete assessment of Vietnam’s recent rice export, specifies the challenges for rice export in the international economic integration process, then proposes solutions for the better exportation of rice in the future.

Keywords: Rice export, Vietnam, TPP.