

ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY XUẤT KHẨU MẶT HÀNG GẠO CỦA VIỆT NAM

● LÊ THỊ VĂN ANH - TRẦN THỊ THU HUYỀN

TÓM TẮT:

Thức đẩy xuất khẩu mặt hàng gạo theo hướng bền vững là một vấn đề cấp thiết đối với Việt Nam. Bài viết này phân tích thực trạng tình hình sản xuất và xuất khẩu gạo ở Việt Nam hiện nay và đề xuất một số giải pháp thúc đẩy xuất khẩu bền vững mặt hàng gạo trong thời gian tới.

Từ khóa: Mặt hàng gạo, xuất khẩu, giải pháp.

1. Tình hình sản xuất lúa gạo ở Việt Nam

Việt Nam có truyền thống trồng lúa lâu đời, lúa gạo là một lương thực quan trọng và chủ yếu nhất đối với người dân Việt Nam, lúa gạo ngoài dùng làm lương thực cho người, thức ăn cho vật nuôi còn dùng để chế biến các sản phẩm khác... Đặc biệt với một nước dân số đông tới khoảng trên 90 triệu người, việc tự sản xuất lúa là rất quan trọng. Việt Nam có điều kiện tự nhiên thích hợp cho cây lúa có 2 vụ lúa chính là đồng bằng sông Hồng và đồng bằng sông Cửu Long. Diện tích sản xuất lúa được xếp hạng 5 và xuất khẩu gạo đứng thứ 3 trên thế

giới, gạo Việt Nam đã được xuất khẩu sang gần 160 quốc gia và vùng lãnh thổ, chiếm 15% thị phần gạo toàn cầu và cũng bước đầu thâm nhập được các thị trường có yêu cầu chất lượng cao, như Nhật Bản, Hàn Quốc, Mỹ, EU...

- Về gieo trồng:

Diện tích gieo trồng các vụ lúa ở nước ta từ năm 2015 đến năm 2019 có sự thay đổi qua các năm, được thể hiện qua Bảng 1.

Nhìn chung từ năm 2015 đến năm 2019, tổng diện tích gieo trồng ở nước ta có xu hướng giảm đi, do nhiều nơi người dân chuyển đổi dần từ trồng

Bảng 1. Diện tích lúa gieo trồng từ năm 2015-2019

Năm	Diện tích lúa Đông Xuân (Nghìn ha)	Diện tích lúa Hè Thu (Nghìn ha)	Diện tích lúa mùa (Nghìn ha)	Tổng diện tích (Nghìn ha)
2015	3168,0	2869,1	1790,9	7828,0
2016	3128,9	2872,9	1735,3	7737,1
2017	3117,1	2876,7	1711,4	7705,2
2018	3102,1	2785,0	1683,3	7570,4
2019	3120	2010	1621,9	6751,9

Thức: Tổng cục Thống kê

lúa sang trồng các cây nông nghiệp (điều, cao su, tiêu,...) cho giá trị kinh tế cao hơn; một số địa phương cũng phải ưu tiên dành đất nông nghiệp cho phát triển công nghiệp, kết cấu hạ tầng và đô thị hóa. Điều này làm ảnh hưởng rất lớn đến vấn đề an ninh lương thực quốc gia.

- Về thu hoạch

Nhìn chung, từ năm 2015 đến năm 2019, sản lượng lúa các mùa vụ sụt giảm qua các năm, chỉ có năm 2018 là sản lượng có tăng so với năm 2017. Nguyên nhân là do diện tích gieo trồng bị thu hẹp dần, người dân dần chuyển sang loại nông sản cho thu nhập cao hơn. Điều này đã ảnh hưởng rất lớn đến tình hình xuất khẩu gạo của Việt Nam. (Bảng 2)

Bảng 2. Sản lượng lúa từ năm 2015 - 2019

Năm	Sản lượng lúa đông xuân (Nghìn tấn)	Sản lượng lúa hè thu (Nghìn tấn)	Sản lượng lúa mùa (Nghìn tấn)	Tổng sản lượng (Nghìn tấn)
2015	21091,7	15341,3	8658,0	45091,0
2016	19646,6	15232,1	8286,4	43165,1
2017	19415,8	15461,2	7861,9	42738,9
2018	20603,0	15111,3	8264,9	43979,2
2019	20470,0	10950,0	8090,0	43450,0

Nguồn: Tổng cục Thống kê

2. Thực trạng xuất khẩu gạo của Việt Nam

- Sản lượng gạo xuất khẩu

Theo thống kê sơ bộ của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, trong tháng 12/2019, khối lượng gạo xuất khẩu ước đạt 474.000 tấn với giá trị đạt 214 triệu USD. Lũy kế năm 2019, khối lượng xuất khẩu ước đạt 6,34 triệu tấn và 2,79 tỷ USD, tăng 3,9% về khối lượng nhưng giảm 9,7% về giá trị so với cùng kì năm 2018. Về thị trường xuất khẩu, Philippines đứng vị trí thứ nhất về thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam với khoảng hơn 30% thị phần. Ngoài ra, các thị trường có giá trị xuất khẩu gạo tăng mạnh như Bờ biển Ngà (+64,5%), Australia (63,9%), Hồng Kông (+43,5%), Ả Rập Saudi (+31,3) và Iraq (24,8%).

Theo Tổng cục Hải quan, trong tháng 6/2019,

Việt Nam xuất khẩu 536.059 tấn gạo trị giá 280.122 triệu USD, giảm 28,1% về khối lượng và 26,7% về giá trị so với tháng 5/2019. Như vậy, lượng gạo xuất khẩu được trong 6 tháng đầu năm 2019 là 3.341.386 tấn, giá trị 1.767.679 triệu USD.

Theo thống kê sơ bộ của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu gạo tháng 9/2019 sụt giảm 20,4% về lượng và giảm 21,7% về kim ngạch so với tháng 8/2019, đạt 479.363 tấn, tương đương 210,94 triệu USD; tuy nhiên so với cùng tháng năm 2018 thì tăng 33,1% về lượng và tăng 21,3% về kim ngạch. Giá xuất khẩu gạo trong tháng 9/2019 đạt trung bình 440 USD/tấn, giảm 1,7% so với tháng liền kề trước đó và giảm 8,9% so với tháng 9/2018.

Biểu đồ 1 cho thấy sản lượng gạo Việt Nam xuất khẩu trong 6 tháng đầu năm 2019 không có sự tăng trưởng nhiều so với năm 2018, thậm chí có tháng sản lượng xuất khẩu thấp hơn, sản lượng gạo xuất khẩu chỉ có sự tăng trưởng vượt bật trong tháng 2 so với năm 2018.

Cộng chung cả 9 tháng đầu năm 2019, xuất khẩu gạo của cả nước đạt 5,06 triệu tấn, thu về 2,2 tỷ USD, tăng 3,4% về lượng, nhưng giảm 10,4% về kim ngạch so với 9 tháng đầu năm 2018; giá xuất khẩu trung bình giảm 13,4%, đạt 435,6 USD/tấn.

- Thị trường xuất khẩu chính và kim ngạch xuất khẩu

Tính chung năm 2019, cả nước xuất khẩu 6,37 triệu tấn gạo, tương đương 2,81 tỷ USD, tăng 4,1% về lượng, nhưng giảm 8,4% về kim ngạch so với

năm 2018. Giá xuất khẩu đạt 440,7 USD/tấn, giảm 12,1%. Trong năm 2019, xuất khẩu gạo sang hầu hết các thị trường tăng cả về lượng và kim ngạch so với năm 2018, tuy nhiên, giá gạo xuất khẩu sang tất cả các thị trường sụt giảm so với năm trước. Trong đó, đáng chú ý có các thị trường tăng mạnh như: Senegal tăng gấp 577 lần về lượng và tăng gấp 296,8 lần về kim ngạch so với cùng kỳ, đạt 53.706 tấn, tương đương 16,91 triệu USD; Brunei tăng 304,5% về lượng và tăng 279,4% về kim ngạch, đạt 7.868 tấn, tương đương 3,27 triệu USD; Bỉ tăng 145% về lượng và tăng 189,8% về kim ngạch, đạt 1.278 tấn, tương đương 0,88 triệu USD; Angola tăng 257,3% về lượng và tăng 138,3% về kim ngạch, đạt 13.459 tấn, tương đương 5,05 triệu USD.

Ngược lại, một vài thị trường xuất khẩu gạo bị sụt giảm mạnh, gồm có: Indonesia giảm gần 95% cả về lượng và kim ngạch; Bangladesh giảm 76% về lượng và giảm 79,4% về kim ngạch; Thổ Nhĩ Kỳ giảm 70,9% về lượng và giảm 75,8% về kim ngạch. (Biểu đồ 2)

3. Một số đề xuất về giải pháp xuất khẩu bền vững gạo Việt Nam

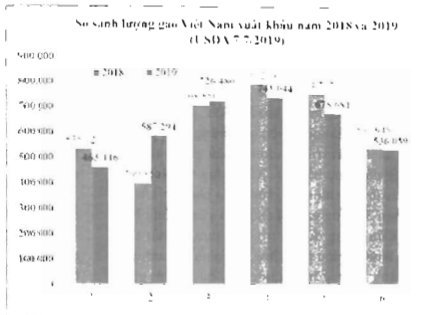
3.1. Đối với Nhà nước

Trước hết, về Quy hoạch lại sản xuất lúa gạo.

Nhà nước cần có các biện pháp quy hoạch lại sản xuất lúa gạo nhằm nâng cao sản lượng gạo của cả nước đảm bảo đến năm 2030, các vùng sản xuất lúa gạo xuất khẩu ổn định, hiệu quả và bền vững, đưa gạo Việt Nam trở thành thương hiệu hàng đầu thế giới về chất lượng, an toàn thực phẩm.

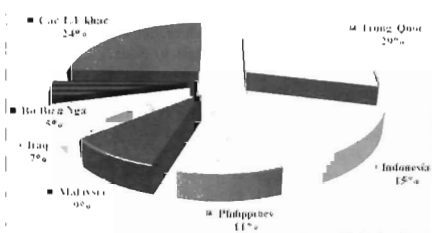
Trên cơ sở Quyết định số 124/QĐ-TTg, ngày 02/2/2012 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển sản xuất ngành Nông

Biểu đồ 1: So sánh lượng gạo Việt Nam xuất khẩu năm 2018 và năm 2019



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Biểu đồ 2: Thị trường xuất khẩu gạo năm 2019



Nguồn: Tổng cục Hải quan

ng nghiệp đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cần hướng dẫn các địa phương rà soát quy hoạch cho phù hợp với điều kiện cụ thể, phát triển những ngành hàng có lợi thế của địa phương.

Thông qua hệ thống khuyến nông để chuyển tải các tiến bộ kỹ thuật mới đến nông dân và hướng dẫn nông dân phát triển sản xuất theo qui hoạch, sử dụng các công nghệ canh tác mới, giống mới, đảm bảo nâng cao chất lượng và khả năng cạnh tranh của nông sản hàng hóa.

Thực hiện đào tạo nâng cao trình độ cho người nông dân, việc này cần chú trọng ngay từ các thế hệ nông dân trẻ. Trước tiên là giáo dục nhận thức cho họ, sau đó là đào tạo về kỹ thuật, nâng cao khả năng tiếp nhận công nghệ.... Để hướng tới xây dựng một nền nông nghiệp hiện đại cần phải có nông dân có trình độ. Bên cạnh đó, đào tạo các cán bộ nghiên cứu, cán bộ khuyến nông để giúp nông dân áp dụng công nghệ và kỹ thuật vào sản xuất.

Phát triển thương hiệu gạo vùng, địa phương thông qua phát triển thương hiệu gạo vùng, địa phương đã được bảo hộ. Xây dựng và phát triển mới các thương hiệu gạo vùng, địa phương. Ưu tiên lựa chọn 3 giống gạo đặc sản tại vùng đồng bằng sông Cửu Long để hỗ trợ xây dựng, phát triển thành thương hiệu gạo vùng, địa phương hướng tới trở thành thương hiệu quốc gia, bao gồm: giống jasmine, giống lúa thơm và giống nếp đặc sản.

Thứ hai, có chính sách hỗ trợ doanh nghiệp thu mua gạo tạm trữ xuất khẩu và chính sách trợ giá cho nông dân.

Trong cơ chế thị trường, giá cả biến động theo qui luật cung cầu, đa số các mặt hàng nông sản là loại hàng hóa thường sản xuất theo thói vụ, tiêu thụ cả năm, nên có nơi, có lúc vào vụ thu hoạch tiêu thụ không kịp giá bị rớt, nhất là khi được mùa lớn. Để hạn chế tình trạng này, Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ doanh nghiệp thu mua gạo tạm trữ xuất khẩu và có chính sách trợ giá cho nông dân.

Thứ ba, hợp tác với các quốc gia xuất khẩu gạo lớn để chiếm lĩnh thị trường.

Vấn đề của Việt Nam là không có đủ gạo có chất lượng cao để xuất khẩu, trong khi gạo chất lượng thấp và gạo 25% tấm rất nhiều nhưng lại rất khó xuất khẩu, do nhu cầu thị trường đối với loại gạo này thấp và phải cạnh tranh với gạo của Ấn Độ và Pakistan có giá thấp hơn nên gạo chất lượng thấp và gạo 25% tấm của Việt Nam rơi vào tình trạng ế ẩm. Đã đến lúc Việt Nam và các quốc gia xuất khẩu gạo chủ đạo trong khu vực phải hợp tác thành một khối, nhằm cạnh tranh và giành lại lợi thế trên thị trường gạo quốc tế.

3.2. Đối với doanh nghiệp

Trước hết, cần ứng dụng khoa học công nghệ vào chế biến gạo xuất khẩu.

Một yếu tố quan trọng gây hạn chế chất lượng

gạo là công nghệ sau thu hoạch. Hoàn thiện công nghệ sau thu hoạch: cần quan tâm đầu tư nâng cấp công nghệ thu hoạch, bảo quản sau thu hoạch (dùng máy sấy thay cho phơi thóc bằng ánh sáng mặt trời). Tăng cường đầu tư cho công nghiệp xay xát, chế biến gạo, áp dụng các công nghệ tiên tiến trong tạm trữ như sử dụng khí cacbon dioxit, nitơ, công nghệ bảo quản mát. Hệ thống cơ sở vật chất phục vụ cho việc cung cấp cây giống, khuyến nông, mua, bảo quản, tồn trữ, vận chuyển, bốc xếp... phải thực hiện quản lý theo tiêu chuẩn ISO, đặc biệt là ở những vùng trọng điểm lúa gạo xuất khẩu.

Thứ hai, cần có giải pháp về phát triển thị trường.

Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt giữa các nước về xuất khẩu gạo như hiện nay và những năm tới, các doanh nghiệp Việt Nam nhất thiết phải có hệ thống các giải pháp hữu hiệu về thị trường ngoài nước. Để tăng sức cạnh tranh của hạt gạo Việt Nam trên thị trường thế giới cần phải có nhiều giải pháp đồng bộ, không chỉ là tăng năng suất và chất lượng sản xuất trong nước để giảm chi phí, mà còn phải mở rộng và ổn định thị trường theo hướng đa dạng hóa, đa phương hóa, đảm bảo chữ tín với khách hàng, tăng cường tiếp thị, đầu tư nghiên cứu và dự báo thị trường... Các giải pháp cụ thể như: Nghiên cứu thị trường, Lựa chọn các thị trường mục tiêu.

Thứ ba, cần có giải pháp về xúc tiến thương mại.

Các doanh nghiệp trực tiếp thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại bao gồm: nghiên cứu thị trường; tuyên truyền, giới thiệu sản phẩm,... bằng cách thực hiện các chiến dịch quảng cáo, tham gia hội chợ, triển lãm, lập văn phòng đại diện ở nước ngoài,...

Bên cạnh sự hỗ trợ của Nhà nước trong vấn đề thị trường, các doanh nghiệp phải chủ động tìm bạn hàng và phương thức kinh doanh thích hợp để xâm nhập, duy trì và mở rộng chỗ đứng trên thị trường gạo thế giới. Các doanh nghiệp cần đa dạng hóa khách hàng và tận dụng cả những hợp đồng có khối lượng không lớn; đồng thời cũng có thể thiết lập quan hệ với các tập đoàn xuyên quốc gia là những tổ chức kinh tế vững mạnh có tầm hoạt động rộng, sự am hiểu về thị trường và khả năng về vốn lớn để đảm bảo thị trường xuất khẩu ổn định ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. AEC và giải pháp cho xuất khẩu gạo Việt Nam (2016). *Tạp chí Vietnam Logistics Review*.
2. Chanerin Maneechansook (2014). *Value Chain of Rice Exported from Thailand to Sweden*.
3. Bộ Công Thương (2017). *Chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam giai đoạn 2017 - 2020, định hướng đến năm 2030*.
4. Lê Thị Vân Anh (2016). Thực trạng và giải pháp thúc đẩy xuất khẩu gạo của Việt Nam. *Tạp chí Tài chính*.
5. Trung tâm Thông tin Phát triển Nông nghiệp Nông thôn. *Báo cáo thường niên ngành Lúa gạo Việt Nam năm 2018 và triển vọng 2019*.
6. Sina Xie và Orachos Napisintuwong (2014). *Review of Rice Policies in China, Thailand and Vietnam*

Ngày nhận bài: 2/3/2020

Ngày phân biện đánh giá và sửa chữa: 12/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 22/3/2020

Thông tin tác giả:

ThS. LÊ THỊ VÂN ANH

TRẦN THỊ THU HUYỀN

Khoa Kinh tế cơ sở

Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật công nghiệp

SOLUTIONS TO PROMOTING SUSTAINABLE VIETNAM'S RICE EXPORTS

● Master. LE THI VAN ANH

● TRAN THI THU HUYEN

Faculty of Fundamental Economics

University of Economics - Technology for Industries

ABSTRACT:

Promoting sustainable rice exports is an urgent issue for Vietnam. This article analyzes the current situation of rice production and exports in Vietnam and proposes some solutions to promote sustainable Vietnam's exports of rice products in the near future.

Keywords: Rice, export, solutions.