MỘT SỐ NÉT CHÍNH TRONG XUẤT KHẨU GẠO CỦA VIỆT NAM

● VŨ DIỆP ANH

TÓM TẮT:

Lúa gạo đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam. Hiện nay, gạo là loại lương thực chính của phần lớn người dân Việt Nam. Sản xuất lúa gạo là sinh kế của hàng triệu nông dân nhỏ lẻ. Việt Nam được đánh giá là nước có lợi thế so sánh rất cao về gạo. Tuy nhiên gần đây, lợi thế so sánh về gạo của Việt Nam có xu hướng giảm dần và hiện ở mức thấp hơn so với những nước xuất khẩu gạo chủ lực khác là Ấn Độ, Thái Lan và Pakistan. Bài viết đã tập trung làm rõ một số nét chính về tình hình xuất khẩu gạo của Việt Nam, đồng thời đề xuất một số giải pháp tăng cường xuất khẩu gạo Việt Nam, nâng cao khả năng cạnh tranh của gạo Việt Nam trên thị trường thế giới.

Từ khóa: xuất khẩu gạo, Việt Nam, kim ngạch, thị trường, giá gạo, lợi thế so sánh.

1. Đặt vấn đề

Lúa gạo đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam. Hiện nay, gạo là loại lượng thực chính của phần lớn người dân Việt Nam. Sản xuất lúa gạo là sinh kế của hàng triệu nông dân nhỏ lẻ. Chính sách đổi mới năm 1986 đã đánh dấu bước chuyển mình của sản xuất lúa gạo tại Việt Nam. Điều đó được thể hiện qua việc Việt Nam đã đảm bảo được an ninh lương thực quốc gia và vươn lên thành nước xuất khẩu gạo lớn thứ 3 thế giới. Châu Á và châu Phi là 2 thị trường xuất khẩu gạo chính của Việt Nam, trong đó, Philippines là thị trường xuất khẩu gạo lớn nhất. Sản lượng, kim ngạch và giá gạo xuất khẩu có xu hướng gia tăng. Việt Nam được đánh giá là nước có lợi thế so sánh rất cao về gạo. Tuy nhiên gần đây, lợi thế này đang có xu hướng giảm dần và hiện ở mức thấp hơn so với những nước xuất khẩu gạo chủ lực khác là Ấn Độ, Thái Lan và Pakistan. Để tăng cường khả năng cạnh tranh của gạo Việt Nam trên thị trường thế giới đòi hỏi Việt Nam phải triển khai đồng bộ nhiều giải pháp.

2. Một số nét chính trong xuất khẩu gạo của Việt Nam

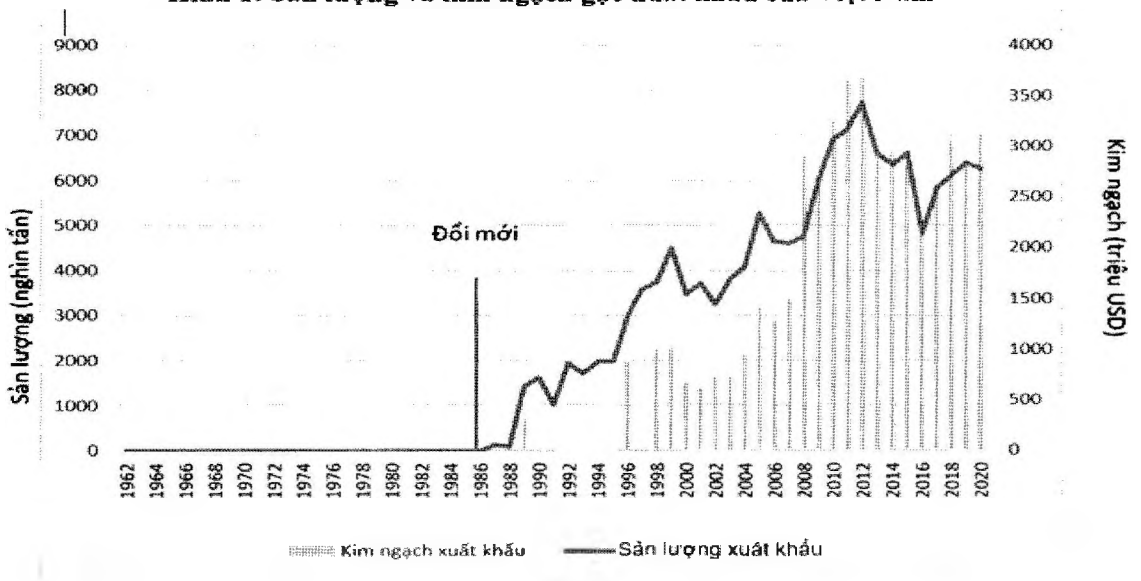
2.1. Kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam

Trước năm 1986, Việt Nam phải nhập khẩu gạo do sản xuất trong nước không đáp ứng được nhu cầu nội địa. Lượng gạo Việt Nam nhập khẩu vào cuối những năm 1960 và trong năm 1976 còn vượt quá 1 triệu tấn/năm. (Hình 1).

Chính sách đổi mới năm 1986 đã mở đầu cho quá trình Việt Nam hội nhập vào nền kinh tế thế giới và triển khai những chính sách quan trọng trong phát triển nông nghiệp, nhờ đó, sản xuất lúa gạo của Việt Nam tăng lên nhanh chóng. Năm 1989, Việt Nam lần đầu tiên xuất khẩu gạo, chấm dứt thời kỳ thiếu gạo và chuyển sang xuất khẩu. Trải qua hơn 30 năm (1989-2021), đến nay, hạt gạo Việt Nam đã có mặt ở hơn 172 nước/vùng lãnh thổ. Xuất khẩu gạo của Việt Nam có xu hướng tăng lên cả về sản lượng và kim ngạch xuất khẩu. Việt Nam mới chỉ xuất khẩu được 1,37 triệu tấn gạo, trị giá 310 triệu USD vào năm 1989. Sản lượng gạo xuất khẩu tăng lên 2 triệu tấn vào năm 1995, 3 triệu tấn vào năm 1996, 4 triệu tấn vào năm 1999, 5 triệu tấn vào năm 2005, 6 triệu tấn vào năm 2009 và 7 triệu tấn vào năm 2011. Kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam đã để lại những dấu ấn khi đạt mốc 1 tỷ USD vào năm 1998, 2 tỷ USD vào năm 2008 và 3 tỷ USD vào năm 2010. Gạo hiện là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam.

Theo số liệu thống kê của Hải quan Việt Nam và của Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC), xét

Hình 1: Sản lượng và kim ngạch gạo xuất khẩu của Việt Nam



Nguồn: FAO, ITC, GSO, VFA, Hải quan Việt Nam, UN Comtrade

theo kim ngạch xuất khẩu, Việt Nam là 1 trong số 3 nước xuất khẩu gạo lớn nhất thế giới kể từ năm 2001. Trong năm 2020, Việt Nam xuất khẩu 6.249,114 nghìn tấn gạo với kim ngạch xuất khẩu đạt 3.120,163 triệu USD, chiếm 12,75% thị phần xuất khẩu gạo thế giới, đứng sau Ấn Độ (35,61%) và Thái Lan (15,1%).

2.2. Cơ cấu thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam

Hiện nay, Việt Nam xuất khẩu gạo sang 79 nước và vùng lãnh thổ trên thế giới. Châu Á và châu Phi là 2 khu vực xuất khẩu gạo chính, lần lượt chiếm 67,68% và 21,59% trong tổng kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam năm 2019. Trung Quốc là thị trường xuất khẩu gạo lớn nhất của Việt Nam trong suốt giai đoạn 2012 - 2018. Tuy nhiên, đến năm 2019, vị trí này của Trung Quốc đã thuộc về Philippines chiếm 36,49% kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam. Các thị trường xuất khẩu gạo truyền thống khác của Việt Nam bao gồm Trung Quốc, Bờ Biển Ngà, Malaysia, Ghana, có thị phần dao động trong khoảng 8,74% - 10,38% trong tổng kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam. (Hình 2)

2.3. Giá gạo xuất khẩu của Việt Nam

Giá gạo xuất khẩu của Việt Nam dao động quanh ngưỡng 350 - 400 USD/M trong phần lớn giai đoạn từ tháng 2/2016 đến tháng 1/2020. Tuy nhiên, từ tháng 2/2020, giá gạo của Việt Nam đã tăng lên, đạt mức 450-520 USD/MT. Giá gạo xuất khẩu của Việt Nam tăng một phần là do chất lượng gạo của Việt Nam đã được cải thiện, chủng loại gạo xuất khẩu cũng dần chuyển sang những loại gạo có giá trị gia tăng cao. Ngoài ra, do ảnh hưởng của dịch Covid-19 từ cuối năm 2019, việc Việt Nam tạm dừng xuất khẩu gạo một thời gian, vận tải quốc tế bị gián đoạn và hiện nay là tình trạng khó thuê vỏ container rỗng để vận chuyển gạo xuất khẩu đã đẩy giá gạo lên cao.

Số liệu thống kê của Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA) cho thấy, giá gạo xuất khẩu của Việt Nam trong giai đoạn từ tháng 2/2016 đến tháng 2/2021 luôn thấp hơn giá gạo của Mỹ và Uruguay nhưng cao hơn giá gạo của Ấn Độ và Pakistan. Giá gạo xuất khẩu của Việt Nam cơ bản thấp hơn của Thái Lan. Tuy nhiên, từ đầu tháng 2/2021, giá gạo của Việt Nam đã cao hơn một chút so với Thái Lan. Do nguồn cung gạo của Thái Lan được dự báo gia tăng nhờ điều kiện thời tiết thuận lợi nên giá gạo của Thái Lan có xu hướng giảm. Trong khi đó, nguồn cung của Việt Nam bị hạn chế trong giai đoạn giao mùa và cước vận tải gia tăng do khó thuê container. Đây chính là điều bất lợi với xuất khẩu gạo của Việt Nam khi một số nước bắt đầu chuyển hướng sang nhập khẩu gạo từ các nước khác để hưởng giá gạo thấp hơn. (Hình 3)

2.4. Lợi thế so sánh của gạo Việt Nam

Lợi thế so sánh của một ngành hàng được đánh giá thông qua hệ số biểu thị lợi thế so sánh (RCA), được tính toán theo công thức.

$$RCA = \frac{X_{ij} / X_i}{X_{wj} / X_w} \quad [8]$$

Hình 2 - Cơ cấu thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam năm 2019

Đơn vị: %

Nguồn: Tính toán của tác giả theo số liệu của ITC

Trong đó: RCA là hệ số biểu thị lợi thế so sánh trong xuất khẩu sản phẩm j của nước i; X_{ij} là kim ngạch xuất khẩu sản phẩm j của nước i; Xi là tổng kim ngạch xuất khẩu của nước i; X_{wj} là kim ngạch xuất khẩu sản phẩm j của toàn thế giới; X_w là tổng kim ngạch xuất khẩu của toàn thế giới. Nếu RCA < 1, nước i không có lợi thế so sánh đối với sản phẩm j. Nếu 1 < RCA ≤ 2, nước i có lợi thế so sánh thấp đối với sản phẩm j. Nếu 2 < RCA ≤ 4, nước i có lợi thế so sánh trung bình đối với sản phẩm j. Nếu RCA ≥ 4, nước i có lợi thế so sánh cao đối với sản phẩm j.

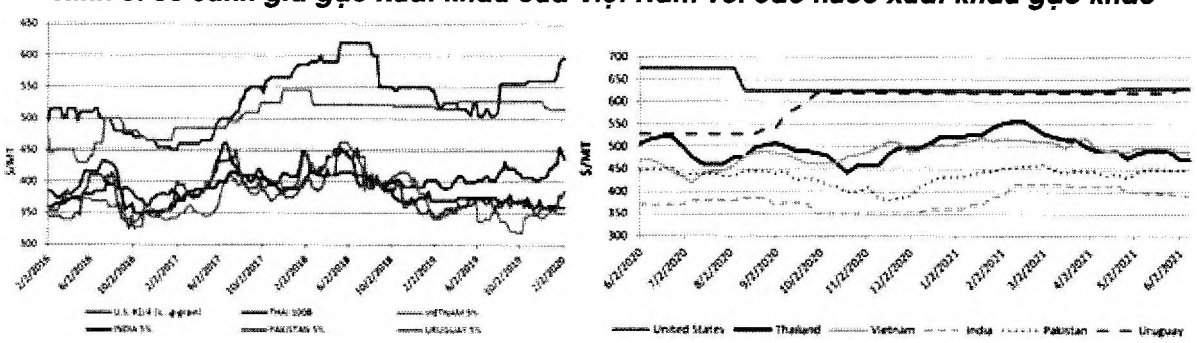
Thành tựu trong xuất khẩu gạo của Việt Nam những năm qua đã khẳng định vị trí của Việt Nam trên thị trường gạo thế giới. Hệ số RCA của Việt Nam cho thấy nước ta có lợi thế so sánh rất cao về gạo. Tuy nhiên, lợi thế này có xu hướng giảm dần. RCA của Việt Nam đạt 24,52 - 44,52 trong suốt giai đoạn 2001 - 2012. Hệ số này giảm xuống chỉ còn 12,23 - 16,27 trong giai đoạn 2013 - 2015 và dao động quanh mức 7,13 - 9,43 kể từ năm 2016. Hiện nay, RCA về gạo của Việt Nam là 7,13.

Hình 4 cho thấy, trước năm 2012, Việt Nam có lợi thế so sánh về gạo cao hơn hẳn Ấn Độ, Thái Lan, Mỹ và Trung Quốc. RCA của Việt Nam chỉ thấp hơn so với Pakistan. Tuy nhiên, Việt Nam đã đánh mất lợi thế trong xuất khẩu gạo, khi RCA giảm dần và ở mức thấp hơn so với RCA của cả Ấn Độ, Thái Lan và Pakistan kể từ năm 2013. Hệ số RCA < 1 cho thấy, Mỹ và Trung Quốc không có lợi thế so sánh về gạo.

3. Giải pháp tăng cường xuất khẩu gạo Việt Nam

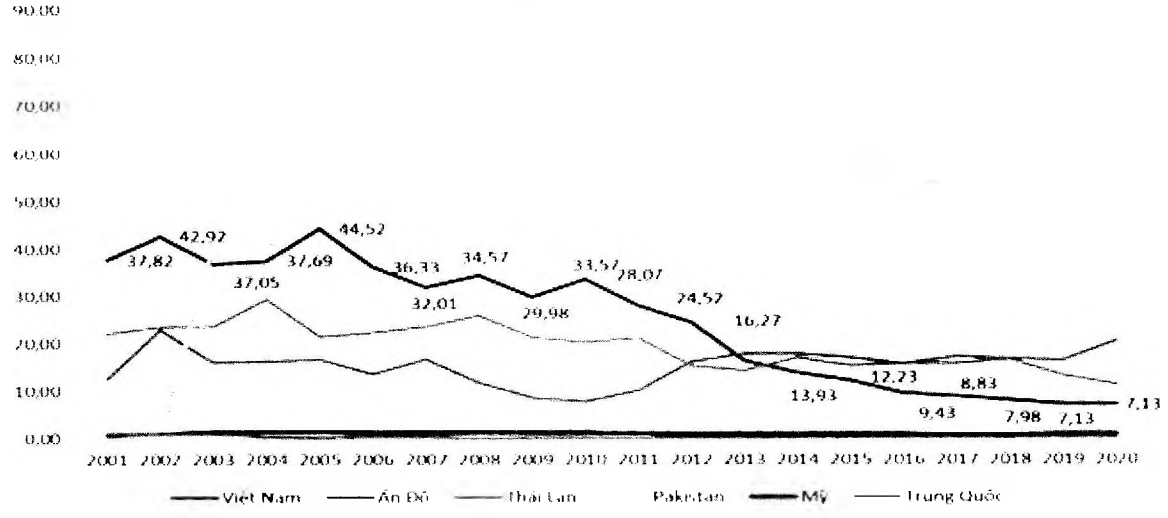
Để nâng cao khả năng cạnh tranh của gạo Việt Nam trên thị trường thế giới, Việt Nam cần triển khai đồng bộ nhiều giải pháp, trong đó quan trọng nhất là cần chú ý tới việc nâng cao chất lượng gạo. Thực tế cho thấy, các nước nhập khẩu luôn quan tâm đến chất lượng sản phẩm, đặc biệt là đối với các mặt hàng nông sản như gạo. Các nước xuất khẩu gạo lớn khác đều chú trọng đến chất lượng gạo và xây dựng các thương hiệu gạo của mình. Thái Lan nổi tiếng với gạo thơm, gạo tám, gạo lài thơm (jasmine). Ấn Độ và Pakistan nổi tiếng với gạo Basmati. Nhiều nước nhập khẩu gạo, nhất là các nước châu Âu, rất thích gạo thơm và gạo Phka Romdoul của Campuchia. Chính vì vậy, nâng cao chất lượng gạo sẽ giúp Việt Nam nâng cao

Hình 3: So sánh giá gạo xuất khẩu của Việt Nam với các nước xuất khẩu gạo khác



Nguồn: USDA

Hình 4 - Hệ số biểu thị lợi thế so sánh của gạo Việt Nam so với một số nước



Nguồn: Tính toán của tác giả theo số liệu của ITC

được khả năng cạnh tranh trên thị trường thế giới. Để làm được việc đó, Việt Nam cần phát triển các loại gạo mới có chất lượng, có giá trị gia tăng cao, xây dựng và đăng ký bảo hộ các thương hiệu gạo có chất lượng. Việc này đòi hỏi việc đẩy mạnh hơn nữa liên kết "4 nhà" (Nhà khoa học - Doanh nghiệp - Người nông dân - Nhà nước) trong ngành lúa gạo.

- Các nhà khoa học cần phát huy vai trò trong việc nghiên cứu tạo ra những giống lúa mới có chất lượng, xây dựng quy trình sản xuất lúa gạo hiện đại, đáp ứng những tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, đạt chứng nhận như VietGap hay Global Gap, sản xuất theo hướng hữu cơ; phổ biến những quy trình sản xuất đó cho người nông dân thông qua các chương trình, dự án đào tạo hay chuyển giao công nghệ. Những quy trình sản xuất này cần được ứng dụng công nghệ giúp truy xuất nguồn gốc và thông tin về sản phẩm.

- Các doanh nghiệp cần phát huy vai trò trong việc đầu tư cho các dự án nghiên cứu của các nhà khoa học, xây dựng vùng nguyên liệu, ứng dụng khoa học công nghệ hiện đại trong khâu chế biến, bảo quản lúa gạo. Sự hỗ trợ của các doanh nghiệp về vốn và chính sách bao tiêu gạo đầu ra hấp dẫn dựa trên nền tảng chia sẻ lợi ích sẽ giúp cho người nông dân yên tâm sản xuất.

- Người nông dân Việt Nam cần thay đổi tập quán sản xuất truyền thống của mình, tuân thủ theo quy trình sản xuất được các nhà khoa học hướng dẫn từ khâu làm đất, chọn giống, gieo hạt, chăm sóc đến thu hoạch và chế biến, bảo quản để có thể cung ứng cho các doanh nghiệp xuất khẩu gạo những sản phẩm có chất lượng, đảm bảo đáp ứng các tiêu chuẩn như dư lượng thuốc bảo vệ thực vật.

- Nhà nước cần phát huy vai trò chủ đạo trong phát triển sản xuất và xuất khẩu gạo của Việt Nam. Nhà nước cần ban hành những chính sách khuyến khích sản xuất lúa gạo gắn với tín hiệu của thị trường, nâng cao chất lượng gạo theo hướng đáp ứng các tiêu chuẩn ngày càng khắt khe của các thị trường nhập khẩu. Chính phủ cần có chiến lược quy hoạch các vùng nguyên liệu tiềm năng, những chính sách hỗ trợ vốn thuận lợi cho người nông dân và các doanh nghiệp trong sản xuất và tiêu thụ lúa gạo cũng như những chính sách khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào ngành lúa gạo.

Bên cạnh việc nâng cao chất lượng gạo, Việt Nam cũng cần chú ý phát triển thị trường theo hướng duy trì thị trường truyền thống và đồng thời phát triển thị trường mới, đặc biệt, khi nhiều nước nhập khẩu châu Á và châu Phi có xu hướng phát triển đảm bảo tự túc lương thực. Do đó, Nhà nước cần hoàn thiện cơ chế điều hành xuất khẩu và quản lý hoạt động kinh doanh xuất khẩu gạo, tạo thuận lợi cho thương nhân tham gia xuất khẩu gạo. Ngoài việc Nhà nước đàm phán mở cửa và phát triển thị trường thông qua các hiệp định thương mại tự do với các nước và khu vực trên thế giới, các doanh nghiệp cũng cần chủ động tìm hiểu những quy định trong các hiệp định đó để có thể tận dụng được tối đa các ưu đãi theo hiệp định; nghiên cứu thị trường nhập khẩu để nắm rõ yêu cầu của nước nhập khẩu đối với sản phẩm gạo. Ngoài ra, các doanh nghiệp xuất khẩu gạo Việt Nam cần tích cực trong các hoạt động xúc tiến thương mại thông qua việc

tuyên truyền, quảng cáo sản phẩm trên website của doanh nghiệp, tham gia các hội chợ, triển lãm, thành lập văn phòng đại diện ở nước ngoài, tham gia các sàn giao dịch nông sản... để người tiêu dùng nước ngoài có nhiều cơ hội biết đến gạo Việt Nam hơn.

4. Kết luận

Từ một nước phải nhập khẩu gạo để đáp ứng được nhu cầu trong nước, Việt Nam đã vươn lên trở thành một trong những nước xuất khẩu gạo hàng đầu thế giới. Sản lượng, kim ngạch và giá gạo xuất khẩu của Việt Nam có xu hướng gia tăng theo thời gian. Giá gạo tăng lên và hệ số biểu thị lợi thế so sánh giảm xuống cho thấy, lợi thế so sánh trong xuất khẩu gạo của Việt Nam đang giảm dần và hiện ở mức thấp hơn so với các nước xuất khẩu gạo chủ lực khác. Để nâng cao khả năng cạnh tranh và tăng cường xuất khẩu gạo trên thị trường thế giới, Việt Nam cần triển khai nhiều giải pháp, trong đó, đặc biệt chú trọng nâng cao chất lượng gạo thông qua liên kết "4 nhà" và phát triển thị trường■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO): *http://faostat.fao.org/.*

2. Vietnam Food Association (VFA): *http://www.vietfood.org.vn/en/.*

3. UN Comtrade: *https://comtrade.un.org/data/* .

4. Tổng cục thống kê: *http://www.gso.gov.vn/.*

5. International Trade Centre (ITC): *http://www.intracen.org/.*

6. Hải quan Việt Nam: *https://www.customs.gov.vn/.*

7. USDA: *https://www.fas.usda.gov/data/grain-world-markets-and-trade.*

8. Balassa, B. (1965). Trade liberalization and revealed comparative advantage. *Manchester School,* 33(2), 99-123.

9. Hinloopen, J. (2001). On the empirical distribution of Balassa index. *Reviewed of World Economics,* 137 (1).13 1-49.

Ngày nhận bài: 10/5/2021
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 21/5/2021
Ngày chấp nhận đăng bài: 5/6/2021

Thông tin tác giả:
TS. VŨ DIỆP ANH
Khoa Kinh tế và Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Mỏ - Địa chất

HIGHLIGHTS IN VIETNAM'S RICE EXPORTS

● PhD. **VU DIEP ANH**
Faculty of Economics and Business Administration
Hanoi University of Mining and Geology

ABSTRACT:

Rice plays an essential role in the socio-economic development of Vietnam. It is the main staple food for most Vietnamese. The production of rice is the livelihood of millions of Vietnamese farmers. Vietnamese rice has a high comparative advantage in the world market. However, this advantage of Vietnam tends to decrease and is, recently, lower than that of other rice exporters like India, Thailand, and Pakistan. This paper presents the main features of Vietnam's rice exports, and proposes some solutions to promote the country's rice exports and improve the competitiveness of Vietnamese rice in the world market.

Keywords: rice exports, Vietnam, turnover, market, rice price, comparative advantage.