

XUẤT KHẨU GẠO CỦA VIỆT NAM – SAU 15 NĂM NHÌN LẠI

TS. MAI THỊ THANH XUÂN

Khoa Kinh tế, ĐHQG Hà Nội

1. Thực trạng xuất khẩu gạo

Gạo là sản phẩm quan trọng đối với nước ta. Nó không chỉ có vai trò trong việc đáp ứng nhu cầu hàng ngày của dân cư, mà còn là mặt hàng xuất khẩu chiến lược của nền kinh tế. Nhìn lại 15 năm xuất khẩu gạo của Việt Nam, có thể rút ra một số nhận xét sau:

Thứ nhất, nhìn chung sản lượng và kim ngạch xuất khẩu gạo có xu hướng tăng lên

Kể từ năm 1989, lần đầu tiên sau một thời gian dài thiếu lương thực, Việt Nam đã xuất khẩu được hơn 14 triệu tấn gạo, với mức kim ngạch 290 triệu USD, đứng thứ 3 thế giới về lượng gạo xuất khẩu (sau Thái Lan và Mỹ). Những năm tiếp theo, sản phẩm gạo xuất khẩu vẫn giữ được mức tăng tương đối ổn định cả về sản lượng và giá trị kim ngạch, trở thành một trong 10 mặt hàng xuất khẩu chủ lực của nền kinh tế. Tính đến hết năm 2004, tổng sản lượng gạo xuất khẩu của cả nước đạt 44,92 triệu tấn, thu 10,11 tỷ USD, bình quân mỗi năm tăng 10,48% sản lượng và 12,13% kim ngạch. Trong đó các năm có tốc độ tăng cao nhất về sản lượng là: 1992 (88,4%), 1996 (51%), 1999 (20,8%), 2003 (20%); và các năm có tăng kim ngạch cao nhất là: 1990 (29%), 1992 (78,6%), 61,3%, 2004 (28,2%). Đặc biệt, năm 1996 xuất khẩu gạo đã có bước phát triển đột phá, đạt hơn 3 triệu tấn (tăng 51,3% so với năm 1995 và 107% so với năm 1989), với 855 triệu USD (tăng 61,3%) so với năm 1995 và 128,6% so với năm 1989). Từ đó đến năm, lượng gạo xuất khẩu luôn duy trì ở mức trên 3 triệu tấn, kỷ lục là vào năm 1999 đạt 4,5 triệu tấn và 1,025 tỷ USD.

Sang năm 2005, do điều kiện thời tiết không thuận, hạn hán kéo dài nên Chính phủ đã có quyết định chỉ cho xuất khẩu 3,8 triệu tấn gạo nhằm đảm bảo mục tiêu an toàn lương thực quốc gia. Nhưng trên thực tế, chỉ mới 5 tháng đầu năm cả nước đã xuất khẩu được hơn 2,25 triệu tấn và thu 621 triệu USD. So với cùng kỳ năm trước, sản lượng tăng 14% và kim ngạch tăng 30,6%. Theo kết quả khảo sát tại 6 tỉnh Đồng bằng Sông Cửu Long của Hiệp hội lương thực, đến hết năm nay sản lượng gạo xuất khẩu của nước ta sẽ vượt ngưỡng 4 triệu tấn của năm 2004. Nếu vậy thì đây sẽ là năm thứ 14 Việt Nam đứng vị trí thứ 2 thế giới về xuất khẩu gạo.

Thứ hai, chất lượng và giá cả gạo Việt Nam trên thị trường thế giới từng bước được nâng cao

Có thể nói, chất lượng gạo Việt Nam trong những năm gần đây đã có sự cải thiện đáng kể. Nếu như trong những năm đầu xuất khẩu, tỷ lệ gạo chất lượng thấp (trên 25% tấm) và trung bình (15-20% tấm) thường chiếm trên 80-90%, thì đến năm 1998 chỉ còn 47% và cuối năm 2003 là 40%. Tương ứng, tỷ lệ gạo chất lượng cao (5-10% tấm) đã tăng từ 14,2% năm 1990 lên 40% năm 2000 và 55% năm 2003.

Giá gạo xuất khẩu của Việt Nam cũng đang trên đà tăng lên, từng bước bám sát giá gạo của Thái Lan. Những năm đầu thập kỷ 1990, giá gạo của Việt Nam thường thấp hơn gạo Thái Lan khoảng 100 USD/tấn thì đến cuối thập kỷ chỉ còn 40-50 USD/tấn, và hiện nay chênh lệch khoảng 20-30 USD/tấn. Ví dụ: vào tháng 5/2005, trung bình giá gạo của Thái Lan là 291 USD/tấn đối với gạo 5% tấm và 282 USD/tấn đối với gạo 25% tấm, thì giá gạo cùng loại của Việt Nam tương ứng đạt 263 USD/tấn và 252 USD/tấn. Thậm chí, có loại gạo thơm Việt Nam đã bán được với giá 360-380 USD/tấn, không thua kém gạo Con Lài, Con Phụng của Thái Lan (năm 2004 Việt Nam đã xuất khẩu được 100 nghìn tấn gạo này).

Thứ ba, thị trường gạo Việt Nam ngày càng được mở rộng

Việt Nam chỉ thực sự là những xuất khẩu gạo từ năm 1989. Việc xâm nhập thị trường, "chen chân" vào thị trường của các nước xuất khẩu gạo truyền thống trong thời kỳ này là vô cùng khó khăn. Vậy nhưng, chỉ sau 2 năm gạo Việt Nam đã được xuất khẩu sang thị trường 20 nước, chiếm 8,1% tổng lượng gạo bán buôn trên thị trường thế giới.

Đến năm 1994, sau 5 năm xuất khẩu, gạo Việt Nam đã có mặt tại thị trường 50 nước, và hiện nay là trên 80 nước của cả 5 châu lục, trong đó châu Á và châu Phi là hai khu vực chiếm tỷ trọng lớn nhất. Năm 2003, thị trường châu Á chiếm đến 59% sản lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam, tiếp đến là châu Phi 20%, Trung Đông 9%, châu Mỹ 8% và châu Âu 4%... Gạo Việt Nam cũng đã chiếm lĩnh được cả một số thị trường khó tính như EU, Bắc Mỹ và Nhật Bản.

Cùng với mở rộng thị trường xuất khẩu, thị phần gạo Việt Nam cũng đã tăng từ 8,1% năm 1991 lên 14,8 năm 1998 và 16% năm 2004.

Thứ tư, xuất khẩu gạo còn thiếu tính bền vững

Xuất khẩu gạo được coi là thế mạnh của Việt Nam, nhưng thực chất thế mạnh đó mới chỉ được tạo ra bởi lợi thế tự nhiên - lợi thế "tĩnh". Lợi thế này đang ngày càng giảm dần, trong khi đó các lợi thế "động" - yếu tố quyết định của sự phát triển nhanh và bền vững lại mới chỉ được khai thác rất hạn chế. Vì vậy, mặc dù Việt Nam luôn đứng hàng thứ hai, thứ ba thế giới về xuất khẩu gạo nhưng vẫn bị "lép vế" trước gạo các nước, giá trị kim ngạch thấp, thậm chí có những năm xuất khẩu càng nhiều càng lỗ lớn. Cụ thể là, tốc độ tăng giá trị kim ngạch không tương ứng với tốc độ tăng sản lượng xuất khẩu, thậm chí còn bị giảm. Ví dụ: so với năm trước, năm 1997 sản lượng gạo xuất khẩu tăng 19%, nhưng kim ngạch chỉ tăng 1,8%; năm 1999 sản lượng tăng 20,8%, kim ngạch tăng 0,1%; năm 2003 sản lượng tăng 20%, kim ngạch tăng 1,1%, và đặc biệt năm 2001 sản lượng tăng 7,2% nhưng kim ngạch lại giảm đến 7,9%...

Có thể thấy rõ hơn thực trạng biến động của sản lượng, giá cả và kim ngạch xuất khẩu gạo Việt Nam 1989-2005 qua bảng số liệu sau:

Năm	Sản lượng (1000 tấn)	Giá bình quân (USD/tấn)	Giá trị kim ngạch (triệu USD)
1989	1.450	204	290
1990	1.624	186	374
1991	1.033	227	234
1992	1.946	215	418
1993	1.722	210	362
1994	1.983	214	424

Năm	Sản lượng (1000 tấn)	Giá bình quân (USD/tấn)	Giá trị kim ngạch (triệu USD)
1995	1.988	267	530
1996	3.003	285	855
1997	3.575	243	870
1998	3.730	275	1.024
1999	4.508	227	1.025
2000	3.476	192	672
2001	3.729	1695	619
2002	3.240	224	726
2003	3.890	188	734
2004	4.020	219	941
5 tháng 2005	2.250	241	621

Nguồn: Tạp chí Kinh tế và Dự báo, số 4/2004 (372)

Tình trạng đó có nguyên nhân khách quan từ sự biến động của cung - cầu và giá cả gạo trên thị trường thế giới, nhưng chủ yếu vẫn là do nhiều nguyên nhân chủ quan, như: phẩm cấp gạo thấp, chủng loại thiếu đa dạng, trình độ công nghệ chế biến lạc hậu, và đặc biệt là chưa có thương hiệu...

2. Giải pháp chủ yếu đẩy mạnh xuất khẩu gạo trong thời gian tới

+ Phát triển công nghệ sau thu hoạch

Ở Việt Nam hiện nay, tác động của công nghệ sau thu hoạch đến xuất khẩu gạo còn rất mờ nhạt, thậm chí cả trong việc hoạch định chiến lược phát triển công nghệ này cũng chưa được quan tâm đúng mức. Vì vậy tỷ lệ gạo bị hao hụt cao, chất lượng không đồng đều, giá cả thấp. Theo phân tích của Vụ xuất nhập khẩu (Bộ Thương mại), tỷ lệ tổn thất sau thu hoạch cao cũng như việc thiếu một ngành công nghiệp chế biến sau gạo phát triển là nguyên nhân chính khiến cho năng lực cạnh tranh của hạt gạo Việt Nam thấp. Trong khi ở Thái Lan, tỷ lệ tổn thất sau thu hoạch chỉ khoảng 7-10% và tỷ lệ gạo phẩm cấp cao chiếm 70%, thì ở Việt Nam các số liệu tương ứng là 13-16% và 55%; trong khi ở Thái Lan các khâu trước và sau thu hoạch được

chuẩn bị, triển khai rất đồng bộ và hiện đại, thì ở Việt Nam thóc thường được phơi trên sân đất, bê tông hay trên đường nhựa dẫn đến độ rạn, gãy rất cao (30-40%) và tỷ lệ sạn, cát vượt quá mức cho phép. Nguyên nhân là do 80% lượng thóc ở nước ta được xay xát và chế biến tại các cơ sở nhỏ và các hộ nông dân, không được trang bị đồng bộ về phơi sấy và kho chứa.

Từ đó cho thấy, để tăng sản lượng và kim ngạch xuất khẩu gạo, nhất thiết phải trang bị đồng bộ công nghệ sau thu hoạch, bao gồm từ khâu phơi sấy, phân loại, bảo quản đến sơ chế, chế biến, bao bì và đóng gói. Đương nhiên, cần phải chú ý đúng mức đến cả các yếu tố trước thu hoạch như: giống, phân bón, cách thức chăm sóc, việc sử dụng thuốc bảo vệ thực vật..., bởi các khâu này có vai trò gần như quyết định đối với các khâu khác. Hơn thế, nếu chất lượng sản phẩm tốt, an toàn, tiêu chuẩn thì việc chế biến và bảo quản cũng sẽ thuận lợi hơn.

+ Phát triển thị trường cả chiều rộng lẫn chiều sâu

Thị trường thế giới đang có những biến động có lợi cho một số ngành hàng xuất khẩu của Việt Nam, trong đó có mặt hàng gạo. Theo dự báo của FAO, nhu cầu gạo của thế giới đang có xu hướng tăng cao nhưng do hạn hán và thiên tai xảy ra tại nhiều nước nên sản lượng giao dịch thương mại dự kiến sẽ giảm khoảng 117 nghìn tấn so với năm 2004. Mặt khác, do giá gạo của Việt Nam thấp hơn giá gạo Thái Lan nên sẽ có thêm một số khách hàng từ Iran, Philippin... sẽ chuyển qua đàm phán mua gạo của Việt Nam. Đó là những cơ hội lớn, mà nếu các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu gạo nắm bắt được sẽ có điều kiện tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu.

Tuy nhiên, sự biến động cung-cầu về gạo của thị trường thế giới không phải lúc nào cũng diễn ra theo một chiều có lợi cho ta, mà nó diễn biến thất thường do tác động của điều kiện khí hậu, thời tiết, giá vật tư nguyên liệu, và các nhân tố khác. Vì vậy, việc giữ vững được thị trường hiện có và tiếp cận thêm các thị trường mới là hết sức cần thiết, nhằm đảm bảo ổn định sản lượng gạo xuất khẩu.

Một khó khăn mới của các doanh nghiệp xuất khẩu gạo hiện nay là một số nước nhập khẩu lớn của Việt Nam tại châu Á như Malaysia, Indonesia, Philippin đang có xu hướng giảm nhập khẩu gạo (năm

1995, thị trường châu Á chiếm đến 65% lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam, nhưng đến năm 2003 chỉ còn 59%). Trong điều kiện đó, muốn giữ vững các thị trường này đòi hỏi các doanh nghiệp phải nâng cao chất lượng và chủng loại gạo, nhất là các loại gạo đặc sản có hương vị đặc trưng và hàm lượng dinh dưỡng cao.

Để phát triển thị trường một cách bền vững, nhất thiết các doanh nghiệp phải nắm bắt được các thông tin thị trường một cách đầy đủ và kịp thời, đồng thời phải dự báo được sản lượng và chất lượng lúa hàng hóa ở trong dân để tránh được các rủi ro có thể xảy ra. Chẳng hạn như, những ngày đầu tháng 5/2005, khi giá gạo có hiện tượng chững lại, vì sợ giá còn xuống thấp nữa nên các doanh nghiệp đã vội vàng đi ký các hợp đồng mới. Chính hành động đó của họ đã vô tình kéo giá gạo tụt dốc thêm.

Bên cạnh việc tăng sản lượng, mở rộng thị trường, các doanh nghiệp Việt Nam cần phải đổi mới hơn nữa phương thức xuất khẩu, chuyển từ xuất khẩu qua trung gian sang xuất khẩu trực tiếp. Hiện nay, tuy gạo Việt Nam đã xuất khẩu sang thị trường 80 những song số lượng gạo buôn bán qua trung gian còn chiếm tỷ lệ cao (trung bình khoảng 65%). Đặc biệt, thị trường châu Phi - nơi tiêu thụ khối lượng lớn gạo Việt Nam thì phần lớn đều do các trung gian nước ngoài đứng ra thực hiện. Việc xuất khẩu qua trung gian như vậy đã làm cho gạo Việt Nam luôn bị ép bán với giá thấp hơn thực tế, điều đó đã làm giảm đáng kể giá trị kim ngạch. Vì vậy, việc nhanh chóng giảm bớt và dần đi đến chấm dứt tình trạng xuất khẩu qua trung gian cũng là biện pháp hữu hiệu để tăng kim ngạch xuất khẩu gạo.

+ Nhanh chóng xây dựng thương hiệu cho sản phẩm gạo

Lợi thế của gạo có thương hiệu là các doanh nghiệp có thể định giá cao hơn mà người tiêu dùng vẫn chấp nhận mua. Sờ dĩ gạo Thái Lan luôn bán được với giá cao hơn gạo Việt Nam cũng là nhờ có thương hiệu. Hiện nay Việt Nam đã có nhiều loại gạo chất lượng không kém gạo các nước, như: gạo Nàng Hương, Hoa Hồng, Hoa Sứ, Sofafarm (của Nông trường Sông Hậu), gạo Tám Xoan Hải Hậu, gạo thơm An Giang và Long An... Nhưng đáng tiếc là các loại gạo đó còn ít được thị trường thế giới biết đến vì chưa có tên tuổi. Nhiều doanh nghiệp đã phải "mượn danh" thương hiệu của nước ngoài để đưa gạo

Việt Nam đến với bạn hàng quốc tế. Việc làm đó không chỉ làm giảm giá trị kim ngạch, mà còn dẫn đến nguy cơ bị mất mặt hàng truyền thống này. Từ thực tế đó, vấn đề xây dựng thương hiệu cho hạt gạo Việt Nam trở thành vấn đề cấp bách hơn bao giờ hết.

Để xây dựng được thương hiệu cho hạt gạo, cần:

- Nâng cao chất lượng gạo trên cơ sở phát triển công nghệ hạt giống và công nghệ sau thu hoạch. Chất lượng gạo là yếu tố quan trọng, có tính quyết định đến các yếu tố khác, là tiêu chuẩn đầu tiên để người tiêu dùng đưa ra quyết định lựa chọn của mình. Muốn tạo được gạo chất lượng cao, trước hết phải đầu tư phát triển công nghệ giống nhằm tạo ra các loại giống lúa mới có mùi thơm, hạt trắng và dài, có hàm lượng protein cao. Đồng thời, phải hiện đại hóa công nghệ xay xát (có máy phân hạt theo kích cỡ), công nghệ đánh bóng và chọn màu để tạo hạt gạo có kích thước đồng đều, đảm bảo độ ẩm, độ bóng và tỷ lệ hạt gãy theo tiêu chuẩn cho phép.

- Phải đảm bảo sự có mặt thường xuyên của sản phẩm gạo trên thị trường thế giới. Một trong những hạn chế lớn của xuất khẩu gạo hiện nay là mang tính chất từng chuyến, từng đợt phụ thuộc vào thời vụ thu hoạch. Điều đó ảnh hưởng rất lớn đến việc xây dựng thương hiệu, bởi người tiêu dùng chưa kịp làm quen với sản phẩm thì nó đã không còn trên thị trường. Có thể khắc phục hạn chế này bằng cách tăng cường đầu tư xây dựng hệ thống các kho dự trữ. Hệ thống kho này sẽ cho phép các nhà xuất khẩu vừa có hàng đưa ra thị trường quanh năm, vừa giảm thiểu được tình trạng "được mùa rớt giá", gây nhiều thiệt hại cho xuất khẩu gạo như hiện nay.

- Phát triển vùng nguyên liệu chuyên canh để tạo sản phẩm thuần nhất. Đặc điểm của sản xuất lúa gạo là sản phẩm rất dễ bị pha tạp, nhanh bị thoái hóa. Sở dĩ như vậy, một mặt là vì giống lúa được sử dụng nhiều lần trong năm nên mỗi lần dùng lúa thu hoạch để làm giống thì giống lại bị thoái hóa thêm một ít; và mặt khác, việc gieo cấy lúa trên những thửa ruộng gần nhau, xen nhau nên chỉ cần một cơn gió nhỏ cũng tạo nên sự lai tạp giữa các giống lúa đó. Đặc điểm này đòi hỏi phải xây dựng vùng nguyên liệu lúa riêng cho xuất khẩu, nhằm tạo sản phẩm gạo có chất lượng tốt, đảm bảo tiêu chuẩn quốc tế, nhờ đó mà tăng nhanh sản lượng và kim ngạch.

Tài liệu tham khảo

1. Bộ NN và PTNT: *Tình hình hội nhập trong lĩnh vực thương mại hàng nông sản*, Hà Nội, 2002.
2. PGS.TS Nguyễn Sinh Cúc: *Nâng cao sức cạnh tranh của nông sản xuất khẩu Việt Nam trong thời kỳ hội nhập kinh tế thế giới*, trong *Kỷ yếu hội thảo khoa học Việt Nam: Những thách thức trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế*, do Khoa Kinh tế, Đại học Quốc gia tổ chức, tháng 11/2004.
3. Vũ Hùng Phương: *Xuất khẩu gạo của Việt Nam: thực trạng và giải pháp*, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, số 4/2004 (372).
4. <http://www.cpv.org.vn>.
5. <http://www.vneconomy.com.vn>.
6. <http://www.agroviets.gov.vn>.