

BỘ THƯƠNG MẠI
VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI

ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC CẤP BỘ

**MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN XUẤT
KHẨU CAO SU TỰ NHIÊN CỦA VIỆT NAM
ĐẾN NĂM 2010**

(BÁO CÁO TỔNG HỢP)

5892
21/6/2/16

HÀ NỘI 2006

BỘ THƯƠNG MẠI
VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI

ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC CẤP BỘ

**MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU
CAO SU TỰ NHIÊN CỦA VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2010**

(BÁO CÁO TỔNG HỢP)

Cơ quan chủ quản: **BỘ THƯƠNG MẠI**

Cơ quan chủ trì thực hiện: **Viện Nghiên cứu Thương mại**

Chủ nhiệm Đề tài: **ĐINH VĂN THÀNH**

5892
21/6/2006

HÀ NỘI - 2006

BỘ THƯƠNG MẠI
ĐỀ TÀI KHOA HỌC CẤP BỘ

MÃ SỐ: 2004 – 78 – 001

**MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU CAO SU TỰ
NHIÊN CỦA VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2010**

Cơ quan quản lý đề tài: BỘ THƯƠNG MẠI

Cơ quan chủ trì thực hiện: VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI

Chủ nhiệm đề tài: PGS.TS Đinh Văn Thành

Các thành viên: NCS Phạm Nguyên Minh

Ths. Đỗ Kim Chi

Ths. Nguyễn Việt Hưng

CN. Phạm Hồng Lam

HÀ NỘI 2005

MỤC LỤC

Nội dung	Trang
Danh mục chữ viết tắt	
Mở đầu	1
CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG CAO SU TỰ NHIÊN THẾ GIỚI	4
1. Tình hình cung cầu, giá cả trên thị trường cao su tự nhiên thế giới	4
<i>1.1. Tình hình thị trường cao su tự nhiên thế giới trong những năm qua</i>	4
<i>1.2. Tình hình sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên của các nước cung cấp chính</i>	8
<i>1.3. Động thái giá cả</i>	12
2. Thị trường các nước nhập khẩu cao su tự nhiên chủ yếu	18
<i>2.1. Thị trường Trung Quốc</i>	20
<i>2.2. Thị trường Hoa Kỳ</i>	22
<i>2.3. Thị trường EU</i>	23
<i>2.4. Thị trường Hàn Quốc</i>	26
3. Kinh nghiệm của một số nước về phát triển thị trường và xuất khẩu cao su tự nhiên	27
<i>3.1. Kinh nghiệm của Thái Lan</i>	27
<i>3.2. Kinh nghiệm của Indônêxia</i>	32
<i>3.3. Kinh nghiệm của Malaixia</i>	33
<i>3.4. Bài học rút ra cho Việt Nam</i>	36
CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU CAO SU TỰ NHIÊN CỦA VIỆT NAM	40
1. Thực trạng sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam	40
<i>1.1. Thực trạng sản xuất và tiêu thụ cao su tự nhiên</i>	40
<i>1.2. Thực trạng xuất khẩu</i>	43
<i>1.3. Quản lý Nhà nước đối với hoạt động xuất khẩu cao su tự nhiên</i>	51
2. Thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang một số thị trường	60

2.1. Thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên sang thị trường Trung Quốc	1
2.2. Thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên sang thị trường Hoa Kỳ	64
2.3. Thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên sang thị trường EU	66
2.4. Thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên sang thị trường Hàn Quốc	68
3. Đánh giá thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam	69
3.1. Những kết quả đạt được chủ yếu	69
3.2. Hạn chế và nguyên nhân	70
3.3. Những vấn đề đặt ra cần giải quyết	71
CHƯƠNG 3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU NHẪM PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU CAO SU TỰ NHIÊN CỦA VIỆT NAM	73
1. Triển vọng thị trường cao su tự nhiên thế giới và khả năng xuất khẩu của Việt Nam	72
1.1. Triển vọng thị trường cao su tự nhiên thế giới	73
1.2. Khả năng sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam	78
2. Mục tiêu và quan điểm phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên	80
2.1. Các mục tiêu tổng quát và mục tiêu cụ thể về xuất khẩu cao su tự nhiên	80
2.2. Một số quan điểm chủ yếu nhằm phát triển xuất cao su tự nhiên của Việt Nam	81
3. Một số giải pháp phát triển và nâng cao hiệu quả xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam	83
3.1. Các giải pháp chung	83
3.1.1. Giải pháp về nâng cao hiệu lực quản lý Nhà nước trong quy hoạch và định hướng phát triển	85
3.1.2. Giải pháp về phát triển thị trường	87
3.1.3. Giải pháp về phát triển sản phẩm và đa dạng hoá sản phẩm	88
3.1.4. Giải pháp về nâng cao hiệu quả sản xuất và xuất khẩu	90
3.1.5. Giải pháp nâng cao vai trò của Hiệp hội sản xuất và xuất khẩu cao su	92
3.1.6. Giải pháp về nguồn nhân lực	93
3.2. Các giải pháp đối với một số thị trường	94
3.2.1. Thị trường Trung Quốc	94

3.2.2. Thị trường Hoa Kỳ	96
3.2.3. Thị trường EU	98
3.2.4. Thị trường Hàn Quốc	98
3.2.5. Các thị trường khác	99
Kết luận và kiến nghị	101
Tài liệu tham khảo	104

DANH MỤC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ, PHỤ LỤC

Bảng 1.1. Tiêu thụ cao su tự nhiên thế giới	4
<i>Bảng 1.2. Sản lượng cao su tự nhiên thế giới giai đoạn 1996 -2004</i>	9
Bảng 1.3. Xuất khẩu cao su tự nhiên thế giới	11
Bảng 1.4. Nhập khẩu cao su tự nhiên thế giới 1997 - 2004	18
Bảng 1.5. Nhập khẩu một số sản phẩm cao su tự nhiên chủ yếu	19
Bảng 1.6. Nhập khẩu cao su tự nhiên của Trung Quốc theo thị trường	20
Bảng 1.7. Nhập khẩu cao su tự nhiên của Trung Quốc theo nhóm hàng năm 2003	21
Bảng 1.8. Nhập khẩu cao su tự nhiên của Hoa Kỳ theo nhóm hàng năm 2003	22
Bảng 1.9. Nhập khẩu cao su tự nhiên của Pháp theo nhóm hàng năm 2003	24
Bảng 1.10. Nhập khẩu cao su tự nhiên của Đức theo nhóm hàng năm 2003	24
Bảng 1.11. Nhập khẩu cao su tự nhiên của Tây Ban Nha theo nhóm hàng năm 2003	25
Bảng 1.12. Nhập khẩu cao su tự nhiên của Anh theo nhóm hàng năm 2003	25
Bảng 1.13. Nhập khẩu cao su tự nhiên của Italia theo nhóm hàng năm 2003	26
Bảng 1.14. Nhập khẩu cao su tự nhiên của Hàn Quốc theo nhóm hàng năm 2003	27
Bảng 2.1. Tình hình sản xuất cao su tự nhiên của Việt Nam	40
Bảng 2.2. Tình hình xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam	44
Bảng 2.3. Xuất khẩu cao su tự nhiên trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam	44
Bảng 2.4. Thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam	45
Bảng 2.5. So sánh cơ cấu sản phẩm xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam với các nước trong khu vực	46
Bảng 2.6. Thị phần của Việt Nam trên thị trường cao su tự nhiên thế giới	48
Bảng 2.7. Giá xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam so với các nước	50

xuất khẩu khác trong khu vực	
Bảng 2.8. Giá xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang các thị trường	50
Bảng 2.9. Lợi thế so sánh hiển thị về xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam	51
Bảng 2.10. Tỷ trọng xuất khẩu cao su của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc	63
Bảng 2.11. Tỷ trọng xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ	64
Bảng 2.12. Tỷ trọng xuất khẩu cao su tự nhiên Việt Nam sang thị trường EU	67
Bảng 2.13. Tỷ trọng xuất khẩu cao su tự nhiên Việt Nam sang thị trường Hàn Quốc	69
Bảng 3.1. Dự báo sản xuất cao su tự nhiên thế giới đến năm 2010	74
Bảng 3.2. Dự báo tiêu thụ cao su tự nhiên thế giới đến năm 2010	74
Bảng 3.3. Dự báo xuất khẩu cao su tự nhiên thế giới đến năm 2010	75
Bảng 3.4. Dự báo nhập khẩu cao su thế giới đến năm 2010	76
Bảng 3.5. Dự báo triển vọng ngành cao su Việt Nam đến 2010	78
Đồ thị 1.1: Phân bố sản xuất cao su theo khu vực	11
Đồ thị 1.2. Diễn biến giá cả một số chủng loại cao su tự nhiên chủ yếu	15
Đồ thị 2.1. Thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam 2004	61
Đồ thị 2.2. Xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang Trung Quốc	61
Đồ thị 2.3. Xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang Hoa Kỳ	64
Đồ thị 2.4. Xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang EU	66
Đồ thị 2.5. Xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang Hàn Quốc	68

Danh mục chữ viết tắt

Tiếng Anh		
AFTA	ASEAN Free Trade Area	Khu vực mậu dịch tự do ASEAN
ANRPC	Association of Natural Rubber Producing Countries	Hiệp hội các nước sản xuất cao su tự nhiên
APEC	Asia Pacific Economic Cooperation	Diễn đàn Hợp tác kinh tế châu Á - Thái Bình Dương
ARBC	Asean Rubber Business Council	Hội đồng doanh nghiệp cao su Đông Nam Á
CEPT	Common Effective Preferential Tariff	Chương trình ưu đãi thuế quan có hiệu lực chung
DRC	Domestic Resource Cost	Hệ số chi phí nguồn lực nội địa
EHP	Early harvest programme	Chương trình thu hoạch sớm
EU	European Union	Liên minh châu Âu
FAO	Food and Agriculture Organization	Tổ chức Nông lương của Liên Hợp Quốc
GATT	General Agreement on Tariff and Trade	Hiệp định chung về thuế quan và mậu dịch
GAPKINDO	Indonesian Natural Rubber Producers Association	Hiệp hội Cao su Indônêxia
GSP	Generalised System of Preference	Hệ thống ưu đãi phổ cập
ICRAF	International Center for Research in Agroforestry	Trung tâm Nghiên cứu nông lâm quốc tế
IMF	International Monetary Fund	Quỹ Tiền tệ quốc tế
INRO	International Natural Rubber Organization	Tổ chức Cao su tự nhiên quốc tế
IRA	International Rubber Association	Hiệp hội cao su quốc tế
IRSG	International Rubber Study Group	Nhóm nghiên cứu cao su quốc tế
IRCo	International Rubber Consortium	Công ty TNHH cao su quốc tế
ISO	International Organization for Standardization	Tổ chức Tiêu chuẩn quốc tế
ITC	International Trade Centre	Trung tâm thương mại quốc tế
ITRC	International Tri-Partite Rubber Council	Hội đồng cao su quốc tế 3 bên

ITRO	Tripartite Rubber Organization	Tổ chức cao su quốc tế ba bên
LDC	Least Developed Countries	Các nước kém phát triển
MFN	Most Favoured Nation	Quy chế Tối huệ quốc
MRB	Malaysian Rubber Board	Ủy ban cao su Malaixia
NTM	Non - Tariff Measures	Các biện pháp phi thuế quan
OECD	Organization for Economic Cooperation and Development	Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế
OPEC	Organization of the Petroleum Exporting Countries	Tổ chức các nước xuất khẩu dầu mỏ
RCA	Revealed Comparative Advantage	Hệ số lợi thế so sánh hiển thị
TRC	Tripartite Rubber Corp	Tổ chức cao su 3 bên
TRQ	Tariff-rate quota	Hạn ngạch thuế quan
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development	Diễn đàn của Liên hiệp quốc về thương mại và phát triển
UNDP	United Nations Development Programme	Chương trình Phát triển Liên hiệp quốc
WB	World Bank	Ngân hàng Thế giới
WTO	World Trade Organization	Tổ chức Thương mại thế giới
TIẾNG VIỆT		
BNN&PTNT	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn	
GERUCO	Tổng công ty cao su Việt Nam	
KNNK	Kim ngạch nhập khẩu	
KNXK	Kim ngạch xuất khẩu	
XNK	Xuất nhập khẩu	

MỞ ĐẦU

Sự cần thiết nghiên cứu đề tài:

Đại hội IX của Đảng đã xác định chiến lược phát triển kinh tế xã hội ở nước ta thời kỳ 2001 - 2010, trong đó, mục tiêu phát triển kinh tế là đưa GDP năm 2010 ít nhất lên gấp đôi năm 2000, xuất khẩu tăng gấp trên 2 lần nhịp độ tăng GDP. Triển khai thực hiện Nghị quyết đại hội IX của Đảng, Bộ Thương mại đã xây dựng Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu thời kỳ 2001 - 2010 ở nước ta và đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt với mục tiêu bao trùm là nỗ lực gia tăng xuất khẩu để thúc đẩy tăng trưởng GDP, phấn đấu tăng trưởng xuất khẩu 14 - 16%/năm thời kỳ đến năm 2010. Để đạt được mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu như đã xác định, cần mở rộng thị trường và mặt hàng xuất khẩu, giảm mạnh xuất khẩu sản phẩm thô và sơ chế, tăng nhanh tỷ trọng sản phẩm chế biến và tỷ lệ nội địa hoá, sản phẩm có hàm lượng chất xám và công nghệ cao.

Cao su tự nhiên là một trong những mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Trong những năm qua, khối lượng và kim ngạch xuất khẩu cao su tự nhiên đã tăng lên nhưng chưa thật ổn định. Thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên được mở rộng. Đồng thời với việc duy trì các thị trường truyền thống như Trung Quốc, Singapore, Đài Loan,... Việt Nam cũng đã phát triển thêm các thị trường mới ở các khu vực châu Âu, Bắc Mỹ. Năm 2004, ngành cao su Việt Nam phát triển vượt bậc, vươn tới vị trí thứ 4 chỉ sau Thái Lan, Indônêxia, Malaixia về giá trị xuất khẩu. Ngành công nghiệp chế biến cao su cũng được xác định là một trong những ngành công nghiệp quan trọng nên Nhà nước đã có quy hoạch chung phát triển diện tích trồng cây cao su và đã có nhiều cố gắng đầu tư cho khâu chế biến nguyên liệu phục vụ xuất khẩu cũng như cho sản xuất trong nước.

Những năm gần đây, thị trường cao su tự nhiên thế giới phát triển rất đa dạng và đặc biệt là thị trường thế giới có nhiều biến động về nhu cầu nhập khẩu và giá cả. Tuy nhiên, sự phát triển của ngành cao su Việt Nam vẫn còn nhiều bất cập: chất lượng và cơ cấu sản phẩm xuất khẩu chưa phù hợp với yêu cầu của thị trường thế giới, giá xuất khẩu thấp, chưa tạo lập được thị trường ổn định... Mặt khác, cơ cấu thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam còn chưa hợp lý, còn lệ thuộc quá lớn vào các thị trường châu Á. Các khu vực thị trường khác có sức mua lớn, giá bán cao và ổn định hơn như EU, Bắc Mỹ chưa chiếm được tỷ trọng cao. Công nghệ và trang thiết bị lạc hậu, trình độ quản lý kinh doanh còn hạn chế. Chính sách hỗ trợ của Nhà nước đối với phát triển sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên còn nhiều bất cập. Việc định hướng phát triển, phân công và phối hợp giữa trồng và khai thác mủ cao su, công nghiệp chế biến mủ và công nghiệp

sản xuất sản phẩm còn nhiều hạn chế. Những tồn tại trên đây đã gây tác động không tốt tới phát triển sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên theo hướng bền vững.

Để khắc phục những hạn chế đối với sự phát triển của sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên và nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất và xuất khẩu, cần phải nghiên cứu, phân tích những yếu tố tác động, đặc điểm và xu hướng phát triển thị trường cao su tự nhiên thế giới, dự báo nhu cầu và triển vọng xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam. Đồng thời còn phải tìm ra những giải pháp nhằm phát triển bền vững và nâng cao hiệu quả sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam.

Vì những lý do nêu trên, việc nghiên cứu đề tài khoa học cấp Bộ với tên gọi: ***“Một số giải pháp phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam đến năm 2010”*** là thực sự cần thiết và cấp bách.

Tình hình nghiên cứu trong và ngoài nước:

Những năm gần đây, Bộ Thương mại, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và một số Bộ, Ngành đã tiến hành nghiên cứu một số đề tài và dự án về chính sách và giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam nói chung và giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu một số hàng hoá cụ thể như rau, hoa, quả, hàng điện tử tin học, hàng thủ công mỹ nghệ, thuỷ sản, dệt may... Tuy nhiên, chưa có đề tài nào nghiên cứu về phát triển xuất khẩu cao su. Trong khuôn khổ của Chương trình khoa học công nghệ KC.06 có một đề tài: “Nghiên cứu, điều tra và dự báo thị trường xuất khẩu cho một số chủng loại nông, lâm, thuỷ sản”; mã số: KC.06.01.NN do Viện Nghiên cứu thương mại chủ trì đã có một chuyên đề nghiên cứu về thị trường cao su thế giới và khả năng xuất khẩu của Việt Nam. Tuy nhiên, các kết quả nghiên cứu của chuyên đề này chỉ dừng ở mức độ thông tin tổng quan về thị trường chứ chưa đi vào nghiên cứu thực trạng và các giải pháp. Ngoài ra, còn có một số báo cáo của Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài về thị trường sản phẩm cao su của một số nước nhưng tính hệ thống và tính cập nhật của thông tin còn hạn chế.

Mục tiêu nghiên cứu:

- Tổng quan về cung cầu và đặc điểm thị trường cao su tự nhiên thế giới, các yếu tố ảnh hưởng đến thị trường cao su tự nhiên thế giới và kinh nghiệm của một số nước về phát triển thị trường và xuất khẩu cao su tự nhiên.

- Phân tích và đánh giá một cách đầy đủ và toàn diện về thực trạng sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam thời kỳ từ 1996 đến nay để tìm ra những mặt được, chưa được và nguyên nhân.

- Đề xuất các giải pháp chung và giải pháp đối với một số thị trường nhằm phát triển và nâng cao hiệu quả xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam thời kỳ đến năm 2010.

Đối tượng nghiên cứu:

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là cung cầu và giá cả trên thị trường thế giới đối với cao su tự nhiên, các yếu tố ảnh hưởng đến nhập khẩu cao su tự nhiên của một số thị trường nhập khẩu chủ yếu như Trung Quốc, Hoa Kỳ, EU, Hàn Quốc và các giải pháp nhằm phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam.

Phạm vi nghiên cứu:

- *Về nội dung:* phạm vi nghiên cứu của đề tài là cung cầu, giá cả cao su tự nhiên trên thị trường thế giới, các yếu tố ảnh hưởng đến nhập khẩu cao su tự nhiên của một số thị trường nhập khẩu chủ yếu và các giải pháp nhằm phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam

- *Về không gian:*

Trong nước: là phạm vi cả nước, đối với các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế.

Ngoài nước: Là một số thị trường có triển vọng đối với xuất khẩu cao su của Việt Nam như Trung Quốc, Hoa Kỳ, EU, Hàn Quốc.

- *Về thời gian:* Phân tích thực trạng từ năm 1996 đến nay và các giải pháp cho đến năm 2010.

Đề tài bao gồm 3 chương, nội dung cụ thể như sau:

CHƯƠNG 1

TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG CAO SU TỰ NHIÊN THẾ GIỚI

1. TÌNH HÌNH CUNG CẦU, GIÁ CẢ TRÊN THỊ TRƯỜNG CAO SU TỰ NHIÊN THẾ GIỚI

1.1. Tình hình thị trường cao su tự nhiên thế giới trong những năm qua

Tiêu thụ cao su tự nhiên thế giới tăng từ 6,019 triệu tấn năm 1996 lên 8.180 triệu tấn năm 2004, đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 3,78%/năm trong giai đoạn 1996 - 2004. Tốc độ tăng trưởng tiêu thụ cao su tự nhiên có xu hướng tăng lên qua các năm do nhu cầu sử dụng cao su tự nhiên nhiều hơn trong ngành sản xuất lốp ô tô, xe máy. Từ năm 1997 đến 1999, do tác động của cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ châu Á, tổng mức tiêu thụ cao su tự nhiên thế giới chỉ tăng từ 6.019 nghìn tấn lên 6.362 nghìn tấn, bình quân tăng 1,9%/năm. Năm 2002 là năm có mức tăng trưởng cao nhất trong giai đoạn 1997 - 2004, với mức tiêu thụ tăng 10,3% so với năm 2001, đạt 7.520 tấn. Mức tiêu thụ cao su tự nhiên tăng lên chủ yếu do cầu các phương tiện vận tải, đặc biệt là lốp xe tăng lên. Ngoài ra, giá dầu cao làm giá cao su tổng hợp tăng buộc các nhà sản xuất phải chuyển sang sử dụng các loại cao su tự nhiên.

Bảng 1.1. Tiêu thụ cao su tự nhiên thế giới

Đơn vị: 1000 tấn

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Tổng	6.131	6.245	6362	6.660	7.160	7.520	7.930	8180
<i>% thay đổi</i>	<i>1,86</i>	<i>1,86</i>	<i>1,87</i>	<i>3,7</i>	<i>7,5</i>	<i>10,3</i>	<i>5,5</i>	<i>3,1</i>
Trung Quốc	900	921,8	944,2	1.080	1.215	1.310,0	1.485,0	1595,0
<i>% thay đổi</i>	<i>11,11</i>	<i>2,42</i>	<i>2,43</i>	<i>14,38</i>	<i>12,50</i>	<i>7,82</i>	<i>13,36</i>	<i>7,4</i>
Hoa Kỳ	1.441	1.060,4	1.076,9	1.193	972	1.110,8	1.078,5	1085,0
<i>% thay đổi</i>	<i>43,96</i>	<i>-26,41</i>	<i>1,56</i>	<i>10,78</i>	<i>-18,52</i>	<i>14,28</i>	<i>-2,91</i>	<i>0,6</i>
Nhật Bản	713	720,3	727,7	751,8	724,4	749,0	784,2	787,0
<i>% thay đổi</i>	<i>-0,21</i>	<i>1,02</i>	<i>1,03</i>	<i>3,31</i>	<i>-3,64</i>	<i>3,40</i>	<i>4,70</i>	<i>0,35</i>
Ấn Độ	562	572	592	637	631,2	680,0	717,1	760
<i>% thay đổi</i>	<i>7,05</i>	<i>1,78</i>	<i>3,50</i>	<i>7,60</i>	<i>-0,91</i>	<i>7,73</i>	<i>5,46</i>	<i>6,0</i>
Malaysia	326,9	369,9	418,6	473,6	536	407,9	420,8	415
<i>% thay đổi</i>	<i>-8,53</i>	<i>13,15</i>	<i>13,17</i>	<i>13,14</i>	<i>13,18</i>	<i>-23,90</i>	<i>3,16</i>	<i>0,98</i>
Hàn Quốc	302	312	323,2	331	330	325,6	332,8	342,0
<i>% thay đổi</i>	<i>0,67</i>	<i>3,31</i>	<i>3,59</i>	<i>2,41</i>	<i>-0,30</i>	<i>-1,33</i>	<i>2,21</i>	<i>2,76</i>
Đức	212	210,9	209,8	208,7	207,6	247,0	251,0	255,0
<i>% thay đổi</i>	<i>9,84</i>	<i>-0,52</i>	<i>-0,52</i>	<i>-0,52</i>	<i>-0,53</i>	<i>18,98</i>	<i>1,62</i>	<i>1,60</i>

Nguồn: IRSG Rubber Statistical Bulletin, 2005

Tiêu thụ cao su tự nhiên thế giới chủ yếu tập trung tại các nước công nghiệp phát triển như Hoa Kỳ, Nhật Bản, Đức... nhưng trong những năm gần đây, Trung Quốc, Hàn Quốc và các nước châu Á khác đã trở thành những nước tiêu thụ lớn, chiếm khoảng 1/3 tiêu thụ cao su tự nhiên toàn cầu.

Hiện Trung Quốc là nước tiêu thụ cao su tự nhiên lớn nhất thế giới do sự phát triển bùng nổ của ngành chế tạo ô tô. Nhiều công ty sản xuất ô tô của nước ngoài đã xây dựng nhà máy sản xuất ô tô ngay tại Trung Quốc. Tiêu thụ cao su tự nhiên của Trung Quốc đã tăng từ 810 ngàn tấn năm 1996 lên 1.595 ngàn tấn năm 2004, đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 9,15%/năm so với tốc độ tăng trưởng bình quân 3,78%/năm của toàn thế giới. Trong khi đó, tiêu thụ cao su tự nhiên ở các nước châu Á khác như Hàn Quốc, Malaysia chỉ tăng trưởng với tốc độ thấp.

Mặc dù là nước tiêu thụ cao su lớn nhất thế giới song nếu tính bình quân đầu người Trung Quốc chỉ đứng hàng thứ 22. Tiêu thụ cao su bình quân đầu người năm 2002 của Trung Quốc là 2,4 kg/người trong khi EU là 5,4kg/người, Bắc Mỹ là 10,7 kg/người và Nhật Bản là 14,3 kg/người.

Tốc độ tăng tiêu thụ của các nước phát triển cũng tương đối thấp - Hoa Kỳ là 3,34%, Đức là 4,05% và Nhật Bản là 1,37%. Từ năm 2001, Hoa Kỳ đã trở thành nước tiêu thụ cao su tự nhiên lớn thứ 2 thế giới, nhường vị trí đứng đầu cho Trung Quốc. Năm 1996 tiêu thụ cao su tự nhiên của Hoa Kỳ là 1.001 ngàn tấn và đến năm 2004 tiêu thụ của Hoa Kỳ cũng chỉ tăng lên tới 1.085 ngàn tấn.

Tỷ trọng của Hoa Kỳ trong tổng mức tiêu thụ cao su tự nhiên toàn cầu đã giảm từ 18% trong năm 2000 xuống còn 13,3% trong năm 2004 trong khi tỷ trọng của Trung Quốc tăng từ 13% năm 2000 lên 19,5% trong năm 2004. Tỷ trọng của Nhật Bản là 9,62%; Ấn Độ là 9,2%, Malaixia là 5,07%; Hàn Quốc là 4,18% và Đức là 3,12%.

Cao su tự nhiên chủ yếu được dùng trong ngành công nghiệp chế tạo ô tô và các phương tiện vận tải khác (máy bay, máy kéo...). Khoảng 2/3 tổng mức tiêu thụ cao su tự nhiên được dùng trong ngành vận tải, chủ yếu là sản xuất các loại săm lốp. Cao su tự nhiên cũng được sử dụng rộng rãi trong nhiều ngành sản xuất tư liệu sản xuất và hàng tiêu dùng, thiết bị y tế...

Theo hệ thống phân loại Hải hoà (HS), cao su tự nhiên (4001) được chia thành các phân nhóm chủ yếu sau:

- 4001.10: Mủ cao su thiên nhiên, đã hoặc chưa tiền lưu hoá, được sử dụng để sản xuất bao tay, bao cao su, bong bóng...

Mủ cao su được chia làm hai loại: loại có hàm lượng Amoniac thấp (Amoniac thêm tối đa 0,29%) và loại có hàm lượng Amoniac cao (Amoniac thêm tối thiểu 0,60%).

Mủ tờ chưa xông khói (USS): người trồng cao su cũng có thể sản xuất USS bằng cách cô đông mủ cao su, kéo thành tấm và cuộn tròn lại sau khi đã được làm khô ngoài không khí. USS thường được bán dưới dạng hỗn hợp cho người trung gian, sau đó có thể phân loại hoặc có thể bán trực tiếp cho nhà máy dưới dạng hỗn hợp. Đa phần USS được chuyển thành RSS, một phân nhỏ cũng có thể được sử dụng để sản xuất cao su khối TSR.

- 4001.21: Cao su tấm xông khói (RSS - Ribbed Smoked Sheet): là một dạng mủ cao su được sấy khô bằng khói hoặc nhiệt độ dưới dạng tấm, thường gặp các loại như RSS1, RSS2, ..., RSS6. Cao su tấm xông khói có độ bền cao, thích hợp cho việc sản xuất lốp xe, phà cho xe tăng và các sản phẩm công nghiệp khác...

- 4001.22: Cao su tự nhiên định chuẩn kỹ thuật (TSNR), được phân loại theo Tiêu chuẩn cao su - quy định kỹ thuật TSR (Technically Specified Rubber) của Tổ chức tiêu chuẩn quốc tế - ISO. Theo hệ thống TSR, cao su tự nhiên bao gồm các loại sau:

- TSR CV: Cao su có tính dẻo cao
- TSR L: Cao su có màu sáng
- TSR 5: Tương đương loại RSS 1 từ cao su tấm xông khói
- TSR 10, 20: Cao su nguyên liệu phân theo nơi khai thác
- TSR 50, 60: Cao su chất lượng thấp, thường là từ cao su thoái hoá

Căn cứ vào TSR, mỗi nước sản xuất có những quy định riêng cho cao su do nước mình sản xuất, tùy theo hàm lượng bụi, hàm lượng nitrogen, độ co dãn, màu sắc... tiêu biểu là:

- SIR (Standard Indonesia Rubber): Cao su tiêu chuẩn Indonesia, có các loại chủ yếu là SIR3CV, SIR3L, SIR10, SIR20

- SMR (Standard Malaysia Rubber): Cao su tiêu chuẩn Malaysia, có các loại chủ yếu là SMRCV60, SMRCV50, SMRL, SMRCV10, SMR10, SMRCV20, SMR20

- STR (Standard Thai Rubber): Cao su tiêu chuẩn Thái Lan có các loại chủ yếu: STR5L và STRCV60 làm từ mủ cao su đông đặc và STR10, STR10CV, STR20 và STR20CV được làm từ cao su tấm không khói

- SVR (Standard Vietnamese Rubber): Cao su tiêu chuẩn Việt Nam, có các loại chủ yếu: SVR3L, SVR5L, SVR10L, SVR20L, và SVR 50, 60

- 4001.29: Các loại khác, như:

+ Cao su tấm khô (ADS) bề ngoài trông giống cao su tấm xông khói nhưng sáng hơn do không qua xông khói. ADS được sản xuất trong nhà máy nhỏ sử dụng mủ cao su tươi mua của nông dân. Thị trường nhỏ vì loại cao su này chỉ dành cho các công nghệ sử dụng cuối cùng trong sản xuất các sản phẩm cao su có mẫu.

+ Váng xộp là sản phẩm phụ từ quá trình sản xuất mủ cao su.

+ Cao su Crepe: Cao su Crepe là mủ cao su dạng lỏng, được tẩy trắng, được nghiền nhiều lần, được làm khô nhờ nhiệt độ tự nhiên. Cao su Crepe được dùng để sản xuất các dụng cụ y tế, giày dép và bất cứ sản phẩm nào đòi hỏi những đặc tính như sáng màu, nhẹ, độ co giãn tốt.

+ Mủ Latex ly tâm (Centrifugal Latex): Mủ cô đặc được làm từ mủ tươi sử dụng công nghệ ly tâm. Mủ cô đặc được sử dụng sản xuất các đồ dùng ngâm nước (găng tay phẫu thuật, bao cao su).

+ Cao su miếng vụn (Crum Rubber)

- 4001.30: Nhựa cây balata, nhựa kết, nhựa cây cúc cao su, nhựa cây họ sacolasea và các loại nhựa thiên nhiên tương tự.

Sau khi khai thác, mủ cao su tươi có thể được bán trực tiếp cho nhà máy chế biến. Giá trị được tính theo hàm lượng cao su khô (DRC) của mủ tươi. Vì thế, việc bán cao su mủ tươi yêu cầu phải xác định DRC. DRC bị ảnh hưởng bởi giống cây, tuổi cây và thời gian thu hoạch trong năm. Nhìn chung, DRC thay đổi từ 30 - 35%.

Khoảng 2/3 lượng cao su tự nhiên được sử dụng cho lốp xe, đặc biệt cho sản xuất lốp xe tải hạng nặng. 1/3 còn lại được sử dụng cho các sản phẩm chung, một phần lớn sử dụng sản xuất phụ tùng ô tô. Vì vậy, 3 Công ty lốp lớn - Bridgestone, Goodyear, và Michelin - 3 công ty lốp tầm cỡ trung bình - Continental, Pirelli và Yokohama, chiếm vị trí quan trọng trong tiêu thụ cao su tự

nhiên. Cả 6 Công ty và một vài công ty khác đã mua văn phòng ở Singapore và lập các đại lý tại các quốc gia sản xuất cao su tự nhiên.

Các hợp đồng kỳ hạn đối với cao su tự nhiên được trao đổi chủ yếu tại Singapore (Sicom), Tokyo (Tocom) và Osaka (OME). Tại Nhật bản, OME có quy mô nhỏ hơn Tocom. Tocom và Sicom có quy định rõ về giao dịch cao su tấm hun khói: Sicom giao dịch chủng loại RSS1 bằng đồng USD trong khi Tocom giao dịch các sản phẩm RSS3 bằng đồng JPY. Sicom cũng có những hợp đồng về cao su đặc chủng (TSR20). Các hợp đồng của Sicom có thời hạn khoảng 1 năm, trong khi các hợp đồng Tocom là khoảng 6 tháng.

Xuất khẩu cao su có đặc trưng là giữ giá kì hạn (trong vòng 9 tháng) trên cơ sở đồng USD và do đó, thị trường Tocom với trao đổi kỳ hạn là đồng JPY sẽ có những trở ngại hơn là Sicom với giao dịch kỳ hạn là đồng USD. Ngoài ra, có các quan điểm rằng, thị trường Tocom tương đối cứng nhắc trong khi Sicom có cơ chế giá cả mềm dẻo hơn.

Trên thế giới cao su tự nhiên có thể được giao dịch cả theo kênh trực tiếp và qua trung gian. Các nước nhập khẩu chủ yếu như Hoa Kỳ, Nhật Bản, Hàn Quốc ... không những mua trực tiếp từ các nước sản xuất mà còn mua qua các thị trường trung gian như Singapore, Malaysia ...

1.2. Tình hình sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên của các nước cung cấp chính

Sản xuất cao su tự nhiên thế giới mang tính tập trung cao. Hiện nay có khoảng 20 nước sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên, trong đó các nước Châu Á chiếm khoảng 90% sản lượng cao su toàn cầu. Khoảng 75% cao su sản xuất ra dùng để xuất khẩu vì các nước phát triển là những nước tiêu thụ cao su tự nhiên lớn trong khi đó các nước đang phát triển lại là những nước xuất khẩu cao su. Đông Nam Á là là khu vực sản xuất cao su tự nhiên lớn nhất thế giới, trong đó 3 nước Thái Lan, Indônêxia, Malaysia chiếm đến 75% sản lượng cao su tự nhiên sản xuất trên thế giới. Tiếp đến là Ấn Độ, Trung Quốc, Việt Nam, Srilanca, Philipin và một số nước khác. Libera và Nigieria là hai nước đứng đầu về sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên ở khu vực châu Phi, tuy nhiên, sản lượng không cao do nhiều yếu tố, chủ yếu là do điều kiện thời tiết không phù hợp. Tại khu vực Nam Mỹ, Braxin là nước sản xuất cao su tự nhiên lớn, khoảng 94 ngàn tấn/năm nhưng chủ yếu phục vụ nhu cầu trong nước, không xuất khẩu. Ngoài các nước sản xuất, nhiều nước cung cấp cao su tự nhiên dưới hình thức tạm nhập tái xuất như Singapore, Nhật Bản, Malaysia ...

Trong những năm 90, khu vực sản xuất cao su tự nhiên có một số thay đổi cơ bản về địa lý, Thái Lan đã vượt Malaixia và Indônêxia trở thành nước sản xuất cao su tự nhiên lớn nhất. Trong thời kỳ này, sản xuất cao su tự nhiên ở Malaixia đã giảm 2,5 lần, còn ở Indônêxia tăng khoảng 1/3. Những năm gần đây, Ấn Độ đã được xếp vào bộ ba đứng đầu về sản xuất cao su tự nhiên với sản lượng tăng tới 3 lần từ cuối thập niên 80 đến cuối thập niên 90. Vị trí thứ năm về sản xuất cao su tự nhiên thuộc về Trung Quốc. Việt Nam cũng có bước nhảy vọt về sản xuất cao su tự nhiên và trở thành một trong những nước sản xuất cao su tự nhiên hàng đầu thế giới. Vào cuối những năm 90, sản xuất cao su tự nhiên cũng tăng lên tại một số nước châu Phi, đặc biệt ở Liberia và Bờ biển Ngà, nhưng lại giảm đi ở Nigieria, nước dẫn đầu về sản xuất cao su tự nhiên ở lục địa này đến trước năm 1995.

Theo Nhóm nghiên cứu cao su quốc tế (IRSG), sản lượng cao su thế giới đã tăng liên tục trong những năm qua. Trong giai đoạn 2000 - 2004, sản lượng cao su tự nhiên thế giới đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 4,25%/năm so với tốc độ tăng trưởng bình quân 1,4%/năm trong giai đoạn 1996 - 2000.

Bảng 1.2. Sản lượng cao su tự nhiên thế giới giai đoạn 1996-2004

Đơn vị: 1.000 tấn

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Thế giới	6410	6680	6811	6810	7190	7350	8000	8421
Thái Lan	2017	2026	2155	2346	2284	2615	2873	2866
Indônêxia	1552	1582	1599	1556	1607	1630	1792	1786
Malaysia	971	980	769	615	882	890	986	1247
Ấn Độ	564	571	620	629	632	641	707	724
T. Quốc	444	441	460	445	464	468	480	483
Việt Nam	186	193	249	290	313	298	363	500
Shi Lanka	105	105	97	88	86	91	92	94
Nước khác	570	748	396	840	1242	642	686	821

Nguồn: Rubber Statistical Bulletin, International Rubber Study Group - IRSG, 2004 và FAO, Rubber Commodities Notes, 2004

Sản lượng cao su thế giới ước tính đạt 8,41 triệu tấn trong năm 2004, tăng 5,3% so với năm 2003. Sản lượng của Thái Lan đạt 2,866 triệu tấn, giảm chút ít so với 2,873 triệu tấn của năm 2003. Sản lượng của Indônêxia cũng giảm từ 1,792 triệu tấn xuống còn 1,786 triệu tấn. Sau khi giảm trong vài năm cuối thập kỷ 90, sản lượng của Malaixia đạt gần 1,25 triệu tấn trong năm 2004, tăng 26% so với năm 2003. Giá cao su tự nhiên tăng lên đã khuyến khích người dân chuyển sang

trồng cao su thay thế cho các cây trồng khác, trong đó có cây cọ. Tăng trưởng sản lượng của Việt Nam vẫn tiếp tục tăng sau thời kỳ tăng mạnh trong những năm cuối của thập niên 90. Trong năm 2004, sản lượng của Việt Nam đạt 500 ngàn tấn, tăng 37% so với năm 2003. Sản lượng cao su của Braxin và Ấn Độ cũng tăng lên do nhu cầu nội địa tăng cùng với sự tăng trưởng của ngành sản xuất phương tiện giao thông. Trong năm 2004, sản lượng của Braxin đạt 101 ngàn tấn, tăng 7,4% so với năm 2003 trong khi sản lượng của Ấn Độ tăng lên khoảng 2,3%. Tuy nhiên, sản lượng chỉ tăng nhẹ ở Sri Lanca do chi phí sản xuất cao hơn các nước sản xuất khác đã cản trở Sri Lanca phát triển sản xuất cao su. Mặc dù nhu cầu nội địa tăng mạnh, sản lượng cao su của Trung Quốc không tăng do những hạn chế về đất trồng cao su.

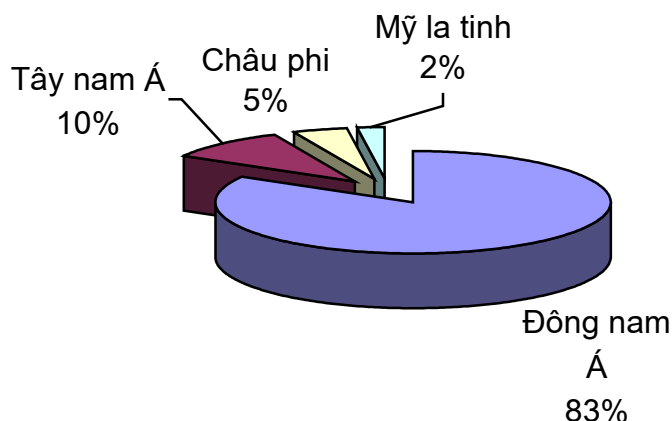
Thái Lan là nước sản xuất cao su tự nhiên lớn nhất thế giới. Sản lượng cao su tự nhiên của Thái Lan năm 2004 đạt 2,866 triệu tấn, chiếm 34% sản lượng cao su thế giới, trong đó khoảng 75 - 80% sản lượng dành cho xuất khẩu. Thái Lan đã hiện đại hoá ngành sản xuất cao su, từ khâu trồng trọt đến chế biến. Phần lớn khâu trồng trọt và chăm sóc cao su của Thái Lan có công nghệ hiện đại, sản phẩm cao su phù hợp tập quán tiêu dùng của thị trường thế giới. Chính sách thị trường cao su của Thái Lan hiện nay là chuyển từ quan tâm tăng số lượng sang cải thiện về chất lượng. Đặc biệt là, ở đây đã có sự chuyển từ sản xuất mủ tờ xông khói theo phương pháp truyền thống (SRR) sang sản xuất cao su theo định chuẩn kỹ thuật (TSR). Điều đặc biệt quan trọng là Thái Lan đã tạo dựng được thị trường xuất khẩu cao su ổn định, không bị chèn ép về giá so với các nước cùng xuất khẩu.

Indônêxia hiện là nước sản xuất cao su tự nhiên đứng thứ hai thế giới. Sản lượng cao su của Indônêxia năm 2004 đạt 1,786 triệu tấn, chiếm khoảng 21,2% sản lượng cao su của thế giới, trong đó khoảng 73% sản lượng dành cho xuất khẩu. Cơ cấu sản xuất cao su hiện nay của Indônêxia bao gồm những loại sau: 90% là cao su định chuẩn kỹ thuật (TSR) hay còn gọi là cao su tiêu chuẩn Indônêxia (SIR), 6% là cao su tờ xông khói (RSS), 3% là mủ li tâm và 1% còn lại là các loại khác. Cao su của Indônêxia chủ yếu là để xuất khẩu trực tiếp cho các nước công nghiệp hoặc vận chuyển qua cảng Singapore và hầu hết là sử dụng để sản xuất lốp xe.

Trong những năm trước, sản lượng cao su của Malaysia chỉ đạt dưới 1 triệu tấn. Nhưng năm 2004, với giá cao, nhiều diện tích cao su được phục hồi và sản lượng tăng, ước đạt 1,25 triệu tấn.

Ấn Độ là nước sản xuất cao su thứ tư với sản lượng năm 2004 là 724 ngàn tấn và Trung Quốc xếp thứ năm với sản lượng là 483 ngàn tấn .

Đồ thị 1.1: Phân bố sản xuất cao su theo khu vực



Nguồn: Bản tin thống kê của IRSG Vol 58 số 10-11 tháng 7 tháng 8 năm 2004

Xuất khẩu cao su tự nhiên thế giới đã tăng bình quân 2,15%/năm trong giai đoạn 2000 - 2004. Xuất khẩu cao su tự nhiên thế giới trong năm 2004 ước tính đạt trên 5,9 triệu tấn, tăng 4,4% so với năm 2003 sau khi đã tăng 10% so với năm 2002, trong đó xuất khẩu của Ấn Độ, Malaixia, Thái Lan và Việt Nam chiếm khoảng 90%. Tăng trưởng lượng xuất khẩu của các nước xuất khẩu cao su tự nhiên chủ yếu được thể hiện trong bảng sau:

Bảng 1.3. Xuất khẩu cao su tự nhiên thế giới

Đơn vị: (1000 tấn)

Năm	TB 1997-1999	2000	2001	2002	2003	2004
Thế giới	4643	5347	5090	5270	5720	5975
Thái Lan	1854	2166	2006	2354	2593	2553
Ấn Độ	1513	1380	1453	1502	1661	1668
Malaixia	948	977	820	886	945	824
Việt Nam	205	495	522	449	433	578
Các nước khác	123	329	289	79	88	417

Nguồn: IRSG - Rubber Statistical Bulletin, 2004

Xuất khẩu của Thái Lan - nước xuất khẩu cao su tự nhiên lớn nhất thế giới - đạt 2,55 triệu tấn, giảm nhẹ so với 2,59 triệu tấn của năm trước. Xuất khẩu của Indônêxia đạt 1,67 triệu tấn, tăng 0,6% và xuất khẩu của Malaixia đạt 824.000 tấn, giảm 13% so với năm trước trong khi xuất khẩu của Việt Nam ít thay đổi do sản lượng tăng trưởng chậm. Các sản phẩm cao su chủ yếu của Thái Lan là cao su tờ xông khói RSS (chiếm 45,2%), cao su khối định chuẩn kỹ thuật STR (34,4%) và cao su ly tâm (17%). Các thị trường nhập khẩu cao su chủ yếu của Thái Lan là Trung Quốc (27-28%), Nhật Bản (19-20%), Malaixia (14-15%), Hoa Kỳ (12-13%), châu Âu (9-10%) và một số thị trường khác như Hàn Quốc, Singapore, Braxin, Italia, Tây Ban Nha và Đài Loan. Thái Lan tiêu thụ cao su trong nước hàng năm khoảng 300.000 tấn (khoảng 10%), chủ yếu để sản xuất lốp xe, găng tay, băng tải cao su và một số sản phẩm có tính đàn hồi.

Các nhà sản xuất cao su tự nhiên của Thái Lan hiện đang rất quan tâm tới giao dịch điện tử tại Trung Quốc. Năm 2003 được phép của Trung tâm giao dịch điện tử các nông trường quốc doanh tại Hải Nam, Thái Lan là nước ngoài đầu tiên có trụ sở giao dịch tại Trung Quốc. Đầu năm 2004 hơn một triệu tấn mủ cao su đã được giao dịch thông qua thị trường này.

Cao su của Indônêxia chủ yếu xuất khẩu trực tiếp sang các nước công nghiệp phát triển hoặc xuất khẩu qua thị trường trung gian Singapore để dùng vào sản xuất các loại lốp xe. Thị trường xuất khẩu cao su chủ yếu của Indônêxia là Hoa Kỳ. Xuất khẩu cao su tự nhiên của Indônêxia đã tăng vững trong vòng 4 năm qua, từ 1.380 ngàn tấn năm 2000 lên 1668 ngàn tấn vào năm 2004.

Hiệp hội các công ty cao su Indônêxia cho biết năm 2005 sẽ tăng xuất khẩu cao su sang Trung Quốc và Ấn Độ - những thị trường có triển vọng cao về tiêu thụ cao su tự nhiên. Trung Quốc hiện đã mở cửa thị trường đối với tất cả các nhà cung cấp cao su tự nhiên. Tuy nhiên cho đến nay, đối tác mua cao su lớn nhất của Indônêxia vẫn là Hoa Kỳ - chiếm tới 60% xuất khẩu của Indônêxia, tiếp đến là châu Âu chiếm 20% và Trung Quốc 20%.

1.3. Động thái giá cả

Giá cao su tự nhiên trên thị trường thế giới thường không ổn định do ảnh hưởng của nhiều yếu tố: sự biến động của cung và cầu, chi phí sản xuất, sự cạnh tranh của cao su tổng hợp và những nguyên liệu thay thế khác, mức độ độc quyền trên thị trường và mức tăng giá chung của đồng tiền, tác động của tỷ giá tại những nước xuất khẩu, nhập khẩu chính ... Ngoài ra, còn có các nhân tố khách quan khác tác động đến giá cao su tự nhiên như tình hình chính trị quốc tế,

chương trình bán hoặc mua cao su tồn kho chiến lược của các nước công nghiệp phát triển hoặc các biện pháp điều chỉnh sản xuất và mậu dịch ở cả các nước sản xuất và nước tiêu thụ.

Tác động đối với giá cả từ phía nguồn cung ngắn hạn liên quan đến phản ứng tức thì của nông dân đối với sự thay đổi của giá cả. Xu hướng tăng lên của giá dẫn đến tăng nguồn cung bằng việc tăng cường độ khai thác mỏ. Tuy nhiên, sự giảm giá cũng có thể làm cho người nông dân tăng cạo mỏ và tăng cung để giữ thu nhập của họ ở mức thích đáng. Tác động của nguồn cung dài hạn liên quan đến ảnh hưởng của giá cả tới các quyết định đầu tư. Vì đầu tư cây cao su sẽ cho thu hoạch 20 - 40 năm, với thời kỳ kiến thiết cơ bản 7 năm không có thu nhập, kỳ vọng về giá cả và thu nhập trong tương lai đối với thời kỳ tiếp theo sẽ chi phối nguồn cung. Đối với loại cây trồng như cao su tự nhiên, giá thấp cũng có thể đưa đến hậu quả là thanh lý cao su để trồng lại hoặc trồng cây trồng khác. Điều này có nghĩa là giảm cung trong ngắn hạn. Giá cao sẽ làm cho nông dân trì hoãn việc phá bỏ hoặc trồng lại và vì vậy sẽ tăng nguồn cung.

Những nhân tố cơ bản cho việc định giá cao su tự nhiên là quan hệ giữa cung và cầu trên thị trường, mức độ cũng như biện pháp xử lý cao su tồn kho tại nước sản xuất và tiêu thụ. Ngoài ra, sự hình thành giá cao su còn phụ thuộc vào sự đổi mới công nghệ, kỹ thuật trong canh tác, chế biến, vào sự khác nhau về chất lượng giữa các loại cao su cũng như biện pháp can thiệp của các tổ chức cao su như INRO (đã hết hiệu lực năm 1999), IRSG, thoả thuận giữa các nước sản xuất và xuất khẩu cao su chủ yếu (ITRO - Tổ chức cao su quốc tế ba bên gồm Thái Lan, Indônêsi và Malaysia được thành lập năm 2001). Đặc biệt, giá cao su phụ thuộc khá lớn vào ngành công nghiệp ô tô vì đây là ngành tiêu dùng cao su nhiều nhất.

Dung lượng trao đổi trên các thị trường giao dịch chủ yếu - Kuala Lumpur, Luân Đôn, Singapore và Tokyo - chiếm tới 4/5 khối lượng cao su trao đổi của thế giới - cũng là yếu tố có ảnh hưởng quyết định tới giá giao dịch cao su trên thị trường thế giới.

Theo Nhóm nghiên cứu cao su thế giới, trong thập kỷ qua, tình hình giá cao su thế giới diễn biến rất phức tạp, mức độ dao động cao. Xét trong từng thời kỳ cụ thể, biến động giá cao su trong thập kỷ qua như sau:

- Năm 1993, giá cao su giảm xuống tới mức thấp nhất trong giai đoạn từ năm 1989, nguyên nhân chủ yếu do sự suy giảm của ngành công nghiệp sản xuất sẫm lốp trên thế giới.

- Trong giai đoạn 1994 - đầu năm 1998, giá cao su hồi phục trở lại và đạt đỉnh cao vào năm 1995 và 1996.

- Cuối năm 1998, cao su giảm giá trầm trọng, xuống tới mức giá của năm 1993 (mức giá chung 1995/1998 giảm tới 56% trong vòng 3 năm do ảnh hưởng của khủng hoảng tài chính kinh tế Châu Á). Mức giá cao su bình quân đã giảm từ 1.700USD/tấn năm 1996 xuống còn 700USD/tấn vào cuối năm 1998.

- Đến cuối năm 1999 và sang năm 2000, giá cao su có hồi phục chút ít nhưng vẫn ở mức thấp và lại giảm nhẹ trong năm 2001.

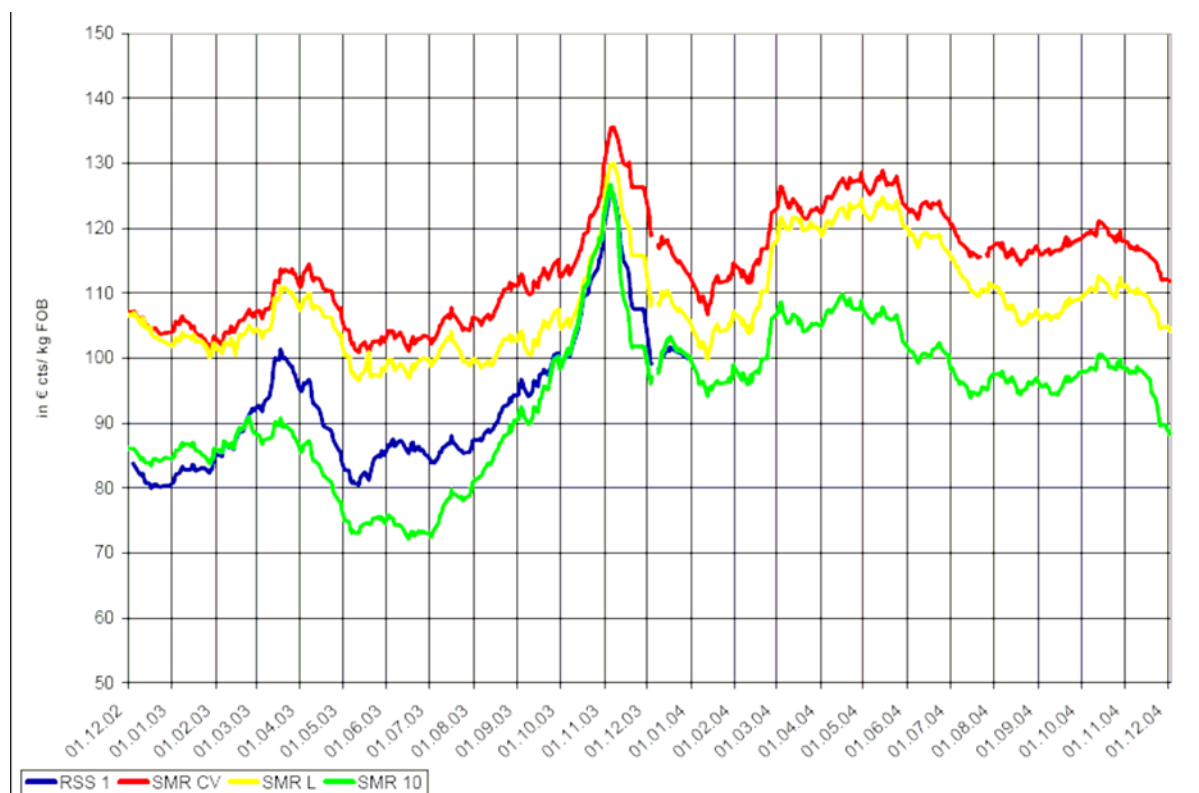
- Đầu năm 2002, giá cao su kỳ hạn có dấu hiệu tăng nhẹ do 3 nước sản xuất chính là Thái Lan, Indônêxia, Malaysia thoả thuận cắt giảm sản lượng và xuất khẩu cùng với việc Trung Quốc - một trong những nước tiêu thụ cao su chính - trở thành thành viên chính thức của WTO cũng là một cơ hội cho ngành cao su đẩy giá lên.

Được khuyến khích bởi nhu cầu tiêu thụ của Trung Quốc và các nước châu Á khác, giá cao su trên các thị trường giao dịch quốc tế đã bắt đầu tăng từ năm 2003 và tiếp tục tăng trong năm 2004. Giá cao su RSS3 bình quân của Thái Lan trong năm 2003 đạt 44,5 baht/kg (khoảng 1,07 USD/kg), tăng 36% so với năm 2002 và 77% so với năm 2001. Giá cao su trên thị trường London và Tokyo cũng duy trì ở mức tương đương. Sau khi đạt 55,9 baht/kg trong tháng 6/2004, giá cao su RSS3 của Thái Lan bắt đầu giảm xuống do sản lượng tăng lên trong năm 2004 và tốc độ tăng nhu cầu của Trung Quốc giảm đi. Tuy nhiên, mức giá bình quân trong tháng 8/2004 vẫn đạt mức 52 baht/kg, tăng 16% so với năm 2003. Giá dầu mỏ - nguyên liệu chủ yếu để sản xuất cao su tổng hợp - đã tăng mạnh trong năm 2004, làm cho giá cao su tự nhiên trở nên cạnh tranh hơn.

Nhu cầu cao su tự nhiên sẽ tiếp tục tăng lên do các nhà sản xuất, đặc biệt là các hãng sản xuất sẫm lốp Trung Quốc vốn hết sức nhạy cảm với giá cả, đã và đang tích cực chuyển sang sử dụng cao su tự nhiên thay cho cao su tổng hợp. Giá cao su tổng hợp thời gian qua đã tăng liên tục cùng với giá dầu thô, nguyên liệu dùng để sản xuất cao su tổng hợp. Butadien, sản phẩm phụ dầu mỏ, là nguyên liệu thô chủ yếu dùng trong sản xuất cao su tổng hợp. Giá cao su tổng hợp đã tăng từ 155 UScent/kg lên 180 UScent/kg trong năm 2004. Vì vậy, bất chấp nguồn cung cao su tự nhiên khá eo hẹp, giao dịch cao su tự nhiên có giá rẻ hơn vẫn tăng lên nhằm thay thế loại cao su tổng hợp thường được sử dụng trong sản xuất sẫm lốp ô tô. Các nhà sản xuất sẫm lốp hiện là những người tiêu thụ cao su lớn nhất thế giới với tỷ lệ sử dụng thông thường là 60% cao su tổng hợp và 40%

cao su tự nhiên. Các công ty sản xuất sảm lốp ở Hoa Kỳ và châu Âu có thể sẽ sử dụng thử đồng thời cả hai loại cao su, nhưng các nhà sản xuất Trung Quốc có xu hướng đẩy mạnh việc sử dụng cao su tự nhiên thay cho cao su tổng hợp bằng cách điều chỉnh công thức chế tạo lốp.

Đồ thị 1.2. Diễn biến giá cả một số chủng loại cao su tự nhiên chủ yếu



Năm 2005, giá dầu thô có thể là yếu tố chính quyết định xu hướng của giá cao su tự nhiên. Vì giá dầu tăng ảnh hưởng đến giá cao su tổng hợp nên các công ty lốp, những nguồn tiêu thụ cao su tự nhiên chủ yếu sẽ buộc phải dùng nhiều cao su tự nhiên hơn thay cho cao su tổng hợp. Cao su tổng hợp giao dịch ở mức 155 US cent/kg, C&F ở Ấn Độ trong tháng 8, sau đó tăng tới 180 US cent/kg vào tháng 11. Đây chính là cơ hội thuận lợi cho giá cao su tự nhiên RSS3 của Thái Lan ổn định ở mức 122-127 US cent/kg, C&F giao tại Trung Quốc. Nếu mức chênh lệch vẫn còn thì mức tiêu thụ và giá cao su tự nhiên sẽ được hỗ trợ trong năm 2005.

Có thể thấy rằng, trong những năm qua đã xảy ra nhiều thời kỳ giảm giá cao su tự nhiên. Các nước sản xuất đã phải sử dụng nhiều biện pháp để ổn định thị trường này nhưng kết quả đạt được khá hạn chế. Một trong những kết quả của

Chương trình hội nhập hàng hoá UNCTAD năm 1979 (IPC) là Hiệp định về cao su tự nhiên (INRA) đã được thành lập. Một kho dự trữ đệm cao su tự nhiên được thành lập nhằm giữ giá cao su ổn định. INRA được kéo dài thêm hai năm nữa trước khi hiệp định mới được đàm phán năm 1987. Năm 1987 giá tiếp tục tăng và trước ngày hiệp định hết hiệu lực một phần của kho dự trữ được bán ra thị trường. Quá trình bán này diễn ra liên tục trong năm 1988 và vài ngàn tấn cuối cùng cũng được vào năm 1989. Nửa đầu thập kỷ 90 giá lại giảm và giám đốc kho dự trữ lại mua vào 30.000 tấn.

Cuộc khủng hoảng tài chính châu Á đã làm giá cao su tự nhiên giảm mạnh ở tất cả các nước sản xuất chính. Tổ chức cao su tự nhiên quốc tế (INRO) được thành lập với mục tiêu chi phối giá cả đã không thực hiện được những kế hoạch đặt ra. Vì vậy ba nước sản xuất cao su tự nhiên hàng đầu là Thái Lan, Malaixia và Sri Lanka đã tuyên bố rút ra khỏi INRO với lý do tổ chức này không có khả năng ổn định giá và bảo vệ quyền lợi của những nhà sản xuất. Vào tháng 9 năm 1999, INRO ra quyết định huỷ bỏ Hiệp định cao su tự nhiên quốc tế (INRA) từ 13/10/1999 và bán toàn bộ lượng dự trữ kho đệm lên tới 138,3 nghìn tấn trước ngày 30/6/2001 nếu điều kiện thị trường thuận lợi. Trong khi đó, một số nước sản xuất, sau khi mất lòng tin vào hiệu lực của các biện pháp điều chỉnh quốc tế, trong những năm 90, đã bắt đầu đưa ra những biện pháp ổn định thị trường riêng của mình như lập ra Hiệp hội các nước sản xuất cao su tự nhiên (ANRPC). Tháng 4/1999, Malaixia đã tuyên bố chương trình giúp đỡ các nhà sản xuất cao su nhỏ bằng cách hỗ trợ giá trong nước và hạn chế nhập cao su từ các nước láng giềng.

Tháng 7/2001, ba nước Thái Lan, Ấn Độ và Malaixia đã thoả thuận lập ra một tổ chức mới - Tổ chức cao su 3 bên (Tripartite Rubber Corp - TRC) để điều chỉnh sản xuất và kinh doanh cao su tự nhiên. Theo ý đồ của ba nước này, TRC sẽ hoạt động như OPEC, hạn chế hoặc tăng bán cao su ra thị trường. Trong một kế hoạch dài hạn, TRC dự định hàng năm giảm 4% sản lượng cao su tự nhiên với hy vọng sẽ làm giảm dự trữ và tăng giá cao su. Tổ chức này cũng dự định quy định mức giá bán tối thiểu. Tuy nhiên, theo đánh giá của giới thương nhân, khả năng điều chỉnh thị trường bằng cách này khá hạn chế. Một trong những trở ngại chủ yếu của Cacten này là sản xuất cao su tự nhiên phụ thuộc nhiều vào những nhà sản xuất cao su tiểu điền và khó điều tiết được hoạt động của họ. Bên cạnh đó, việc lưu giữ hàng thường đi kèm với những chi phí lớn và vì vậy không phải nước sản xuất cao su tự nhiên nào cũng có thể duy trì được.

Phân tích thực trạng thị trường cao su tự nhiên trên thế giới trong những năm qua, có thể thấy những đặc điểm chủ yếu sau:

- Thị trường cao su tự nhiên trên thế giới gồm nhiều chủng loại khác nhau, được phân loại theo tiêu chuẩn quốc tế, tiêu chuẩn quốc gia và quy định kỹ thuật của nhà nhập khẩu.

- Sản xuất cao su tự nhiên tập trung ở một số nước chủ yếu, 6 nước sản xuất cao su lớn nhất chiếm tới 84% tổng sản lượng cao su toàn cầu.

- Cao su tự nhiên được sử dụng chủ yếu trong các ngành công nghiệp sản xuất săm lốp, băng tải và sản xuất các dụng cụ y tế. Ngoài ra, cao su tự nhiên còn được sử dụng trong sản xuất giấy dếp và công nghiệp xây dựng.

- Sản xuất cao su tự nhiên không có sự chuyển dịch lớn giữa các nước nhưng nhập khẩu cao su tự nhiên đã có sự thay đổi. Trung Quốc đã trở thành nhà nhập khẩu cao su tự nhiên lớn nhất thế giới, tiếp theo đó là Hoa Kỳ.

- Lượng cao su giao dịch trên thị trường thế giới chiếm tới 70% tổng sản lượng cao su toàn cầu. Thái Lan, Ấn Độ, Malaixia và Việt Nam chiếm tới 80% tổng lượng xuất khẩu toàn cầu.

- Hoa Kỳ, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Đức và Pháp chiếm tới 70% tổng lượng nhập khẩu toàn cầu

- Không có rào cản đáng kể nào đối với nhập khẩu cao su ở hầu hết các nước, thuế quan và các yêu cầu về kỹ thuật có thể coi là rào cản chủ yếu đối với thị trường cao su toàn cầu.

- Tổ chức cao su quốc tế (INRO) đóng vai trò chủ yếu trong ổn định giá xuất khẩu nhờ dự trữ kho đệm nhưng Hiệp định cao su quốc tế đã bị phá vỡ năm 1999 do những khó khăn về cạnh tranh giữa các nước sản xuất, biến động tỷ giá và xu hướng giảm giá mạnh trên thị trường thế giới.

- Xu hướng giảm giá kéo dài trong nhiều năm cuối thập kỷ 80 đã làm lợi nhuận từ trồng cao su giảm và một số nước đã chuyển sang các loại cây trồng khác, dẫn đến giảm cung làm cho giá cả tăng lên trong thời gian gần đây. Đồng thời giá dầu mỏ có xu hướng tăng, ảnh hưởng đến giá cao su tổng hợp làm tăng xu hướng tiêu thụ cao su tự nhiên cũng là yếu tố tích cực cải thiện giá cao su tự nhiên trên thị trường thế giới.

2. THỊ TRƯỜNG CÁC NƯỚC NHẬP KHẨU CAO SU TỰ NHIÊN CHỦ YẾU

Tăng trưởng lượng nhập khẩu của các nước nhập khẩu cao su tự nhiên chủ yếu được thể hiện trong bảng sau:

Bảng 1.4. Nhập khẩu cao su tự nhiên thế giới 1997 - 2004

Đơn vị: 1000 tấn

	1997-99	2000	2001	2002	2003	2004	2000/04
Thế giới	4643	5347	5090	5270	5720	5975	2,81%
Trung Quốc	392	820	943	915	1150	1092	7,42%
Hoa Kỳ	1112	1192	972	1110	1077	1054	- 3,02%
Nhật Bản	721	802	713	772	792	761	- 1,84%
Hàn Quốc	304	331	330	323	333	328	- 0,22%
Đức	228	250	245	243	260	213	- 3,92%
Pháp	223	309	282	231	300	249	- 5,25%
Tây Ban Nha	156	171	184	182	189	178	1,00%
Braxin	104	139	128	144	162	175	5,92%
Italia	137	136	135	136	142	136	0
Anh	130	133	107	76	96	87	-10,06%
Các nước khác	962	1064	1025	1045	1161	1141	1,5%

Nguồn: IRSG - Rubber Statistical Bulletin - 2004

Các loại cao su tự nhiên được giao dịch nhiều nhất trên thị trường, theo cách phân loại quốc tế, là các nhóm HS 4001.10 (Latex), 4001.22 (mủ tờ xông khói), 4001.21 (cao su tự nhiên định chuẩn kỹ thuật - TSNR) và 4001.29 (các loại khác).

Các nước nhập khẩu cao su Latex (HS 4001.10) lớn nhất là Malaixia (27%), Trung Quốc (11%), Hoa Kỳ (11%), Iran (6%), Italia (4%) và Hàn Quốc (3%¹) trong khi các nước xuất khẩu lớn nhất mặt hàng này là Thái Lan (61%), Malaixia (11%), Liberia (7%), Hoa Kỳ (1%) và Việt Nam (1%²).

Các nước nhập khẩu cao su mủ tờ xông khói (HS 4001.21) lớn nhất là Trung Quốc (29%), Nhật Bản (22%), Hoa Kỳ (11%), Pháp (7%), Singapore (6%), Đức (3%) và Braxin (3%³) trong khi các nước xuất khẩu lớn nhất mặt hàng

¹ % trong tổng kim ngạch nhập khẩu HS400110 toàn cầu

² % trong tổng kim ngạch xuất khẩu HS400110 toàn cầu

³ % trong tổng kim ngạch nhập khẩu HS400121 toàn cầu

này là Thái Lan (81%), Singapore (5%), Indônêxia (3%), Ấn Độ (3%) và Việt Nam (2%⁴).

Các nước nhập khẩu cao su TSNR (HS 4001.22) lớn nhất là Hoa Kỳ (26%), Trung Quốc (17%), Nhật Bản (13%), Hàn Quốc (8%), Pháp (5%) và Canada (3%⁵) trong khi các nước xuất khẩu lớn nhất mặt hàng này là Indônêxia (50%), Malaixia (30%), Việt Nam (6%), Singapore (4%) và Cốtđivoa (1%⁶).

Các nước nhập khẩu cao su tự nhiên loại khác (HS 4001.29) lớn nhất là Đức (13%), Braxin (9%), Đài Loan (8%), Tây Ban Nha (7%), Trung Quốc (7%) và Italia (6%⁷) trong khi các nước xuất khẩu lớn nhất mặt hàng này là Thái Lan (75%), Việt Nam (5%), Cốtđivoa (3%), Philippin (2%) và Indônêxia (2%⁸).

Bảng 1.5. Nhập khẩu một số sản phẩm cao su tự nhiên chủ yếu

HS	Kim ngạch nhập khẩu toàn cầu (triệu USD)					Thị phần (%) [*]	Tăng trưởng 1999-2003 (%)
	1999	2000	2001	2002	2003		
4001.22	1565	2018	1768	2116	3111	7,8	15,3
4001.21	928	1146	872	1015	1456	3,7	8,1
4001.29	790	867	748	754	1124	2,9	4,4
4001.10	533	654	617	637	865	2,3	0,5

** % trong tổng kim ngạch nhập khẩu cao su và sản phẩm cao su (HS 40)*

Nguồn: ITC, UNCTAD/WTO, pmaps, tháng 2/2005.

Trung Quốc đã trở thành nước nhập khẩu cao su tự nhiên lớn nhất thế giới trong năm 2003 với lượng nhập khẩu đạt 1,15 triệu tấn, tăng 26% so với năm 2002. Mặc dù nhu cầu giảm nhẹ trong năm 2004 do những chính sách kiềm chế tình trạng phát triển quá nóng của nền kinh tế, nhập khẩu cao su của Trung Quốc trong năm 2004 ước tính vẫn đạt 1,1 triệu tấn. Tuy nhiên, lượng nhập khẩu của những thị trường nhập khẩu truyền thống như Hoa Kỳ, Nhật Bản và EU ít thay đổi kể từ 2001 đến nay.

⁴ % trong tổng kim ngạch xuất khẩu HS400121 toàn cầu

⁵ % trong tổng kim ngạch nhập khẩu HS400122 toàn cầu

⁶ % trong tổng kim ngạch xuất khẩu HS400122 toàn cầu

⁷ % trong tổng kim ngạch nhập khẩu HS400129 toàn cầu

⁸ % trong tổng kim ngạch xuất khẩu HS400129 toàn cầu

2.1. Thị trường Trung Quốc

Năm 2001, Trung Quốc đã trở thành nước đứng đầu thế giới về tiêu thụ cao su tự nhiên. Năm 2002, chỉ riêng Trung Quốc đã chiếm tới 17% tiêu thụ toàn thế giới. Mặc dù sản xuất cao su tự nhiên của Trung Quốc liên tục tăng song cũng không đáp ứng đủ nhu cầu trong nước, do vậy nhập khẩu chiếm một tỷ lệ lớn trong tổng lượng cao su tiêu thụ. Tốc độ tăng trưởng cao của nền kinh tế kéo theo việc mở rộng hệ thống đường xá, phương tiện giao thông vận tải cũng như các ngành sản xuất sẫm lớp cao su.

Trung Quốc không chỉ dựa vào thị trường nguyên liệu thô nhập khẩu mà còn rất phụ thuộc vào thị trường xuất khẩu cao su thành phẩm bởi phần lớn cao su thành phẩm của Trung Quốc được dành cho xuất khẩu. Nhìn chung, mức tiêu thụ cao su và tốc độ tăng trưởng GDP không phải lúc nào cũng tỷ lệ thuận với nhau bởi trong trường hợp của Trung Quốc, tiêu thụ cao su thô do sản xuất quyết định trong khi tăng trưởng GDP lại do sản phẩm tiêu dùng cuối cùng quyết định.

Bảng 1.6. Nhập khẩu cao su tự nhiên của Trung Quốc theo thị trường

	Lượng nhập khẩu 2003 (tấn)	Tăng bình quân 1999-2003 (%)	KNNK 2003 (1000 USD)	Tăng bình quân 1999-2003 (%)	% trong tổng KNNK cao su tự nhiên
Thế giới	1.203.132	24	1.155	35	100
Thái Lan	706.490	24	672	35	58
Malaysia	216.847	25	212	37	18
Indônêxia	135.682	25	132	37	11
Việt Nam	187.099	32	173	41	16
Hoa Kỳ	19.857	18	19	19	2
Ấn Độ	14.869		15.581		1

Nguồn: United Nations Statistics Division

Trung Quốc nhập khẩu cao su tự nhiên chủ yếu từ Thái Lan, Malaixia, Indônêxia, Việt Nam, Hoa Kỳ và Ấn Độ. Thái Lan đứng đầu về xuất khẩu cao su tự nhiên sang Trung Quốc với tỷ trọng 58% trong tổng kim ngạch nhập khẩu cao su tự nhiên vào Trung Quốc trong năm 2003.

Mặt hàng cao su tự nhiên nhập khẩu lớn nhất của Trung Quốc là cao su định chuẩn kỹ thuật (HS 4001.22) với kim ngạch nhập khẩu đạt trên 538 triệu USD trong năm 2003, chiếm 46% tổng kim ngạch nhập khẩu cao su tự nhiên vào thị

trường Trung Quốc. Trung Quốc nhập khẩu cao su định chuẩn kỹ thuật chủ yếu từ Thái Lan (39%), Malaixia (30%), Indônêxia (19%) và Việt Nam (8%).

Mặt hàng đứng thứ hai về kim ngạch nhập khẩu cao su tự nhiên của Trung Quốc là cao su mủ tờ xông khói (HS 4001.21) với kim ngạch nhập khẩu đạt 435 triệu USD trong năm 2003, chiếm tỷ trọng 38%. Trung Quốc nhập khẩu cao su mủ tờ xông khói chủ yếu từ Thái Lan (81%), Indônêxia (5,7%) và Việt Nam (2,6%).

Bảng 1.7. Nhập khẩu cao su tự nhiên của Trung Quốc theo nhóm hàng năm 2003

Đơn vị: Lượng: Tấn; Trị giá: 1000 USD

N. khẩu từ nước	HS 4001.10		HS 4001.21		HS 4001.22		HS 4001.29	
	Trị giá	Số lượng	Trị giá	Số lượng	Trị giá	Số lượng	Trị giá	Số lượng
Thế giới	104.612	129.639	435.267	439.284	538.281	551.205	76.788	82.971
Thái Lan	79.523	99.652	352.537	356.556	209.646	217.208	30.598	33.074
Malaixia	23.406	27.879	5.285	5.080	162.245	160.775	21.926	23.111
Việt Nam	1.210	1.591	11.187	10.878	45.115	49.627	15.578	16.903
Indônêxia	-	-	24.676	25.121	105.240	107.830	2.602	2.724
Mianma	-	-	2.583	2.734	279	343	240	399
Hàn Quốc	102	138	529	530	568	584	53	44
Nước khác	0	0	38.215	38.099	10.085	9.605	5.786	6.714

Nguồn: United Nations Statistics Division

Cao su mủ Latex đứng thứ ba về kim ngạch nhập khẩu cao su tự nhiên vào Trung Quốc với kim ngạch nhập khẩu đạt 105 triệu USD trong năm 2003, chiếm tỷ trọng 9%. Trung Quốc nhập khẩu mủ Latex chủ yếu từ Thái Lan (76%), Malaixia (22%) và Việt Nam (1,2%).

Để hạn chế nhập khẩu hàng nông sản, Trung Quốc cũng áp dụng các rào cản thuế quan và phi thuế quan như hạn chế quyền thương mại và các rào cản kỹ thuật. Trước khi gia nhập WTO, Trung Quốc quản lý nhập khẩu cao su chủ yếu bằng hạn ngạch. Thuế nhập khẩu cao su tự nhiên vẫn ở mức cao vào khoảng 30%. Tuy nhiên, Trung Quốc đang giảm dần các rào cản này theo những cam kết trong WTO. Trung Quốc đã bắt đầu thực hiện cắt giảm thuế quan theo cam kết trong WTO bắt đầu bằng việc giảm thuế suất đối với nhiều hàng nông sản từ ngày 1/1/2001.

Đối với Việt Nam, theo biên bản thoả thuận giữa hai chính phủ, mặt hàng mủ cao su của ta đang được hưởng mức thuế ưu đãi (MFN) là 20%. Tháng 1 năm 2002, mức thuế này đã giảm xuống 10% đã tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu

cao su của Việt Nam. Hạn ngạch đối với nhập khẩu cao su tự nhiên cũng đã được bãi bỏ từ 1/1/2004.

2.2. Thị trường Hoa Kỳ

Từ năm 2003, Hoa Kỳ đã trở thành nước đứng thứ hai về nhập khẩu cao su tự nhiên, sau Trung Quốc. Hoa Kỳ chủ yếu nhập khẩu cao su định chuẩn kỹ thuật (HS 4001.22) với kim ngạch nhập khẩu đạt 828 triệu USD, chiếm tỷ trọng 72% trong tổng kim ngạch nhập khẩu cao su tự nhiên vào thị trường Hoa Kỳ. Cao su định chuẩn kỹ thuật được Hoa Kỳ nhập khẩu chủ yếu từ Ấn Độ (70,4%), Thái Lan (16,7%), Malaixia (8,8%) và Việt Nam (1,5%).

Đứng thứ hai về lượng nhập khẩu là các loại cao su mủ tờ xông khói (HS 4001.21) với kim ngạch nhập khẩu đạt 170 triệu USD trong năm 2003, chiếm tỷ trọng 14%. Cao su mủ tờ xông khói được nhập khẩu chủ yếu từ Thái Lan (71,6%), Ấn Độ (17,1%), Malaixia (8,41%) và Sri Lanka (2,2%).

Nhập khẩu cao su mủ Latex đạt 98 triệu USD trong năm 2003, chiếm 8,5% tổng kim ngạch nhập khẩu. Hoa Kỳ nhập khẩu mủ Latex chủ yếu từ Liberia (58,8%), Thái Lan (23,9%), Malaixia (8,4%) và Ấn Độ (3,3%)

Bảng 1.8. Nhập khẩu cao su tự nhiên của Hoa Kỳ theo nhóm hàng năm 2003

Đơn vị: Lượng: Tấn; Trị giá: 1000 USD

Nhập khẩu từ nước	HS 400110		HS 400121		HS 400122		HS 400129	
	Trị giá	Số lượng	Trị giá	Số lượng	Trị giá	Số lượng	Trị giá	Số lượng
Thế giới	97926	113882	170267	157638	828376	808751	46578	39515
Thái Lan	23467	26038	121990	115843	138231	135118	350	292
Việt Nam	563	647	134	141	12489	12918	895	809
Malaysia	8211	10053	14317	12852	73174	70777	3078	2622
Indonesia	3220	3351	29163	24849	583363	570033	36547	33804
Srilanka	628	119	3599	2976	1744	1305	153	74
Singapore	242	254	153	133	8714	9058	190	229
Liberia	57616	67958	-	-	199	202	-	-
Nước khác	3945	5443	259	278	10222	9224	5352	1686

Nguồn: United Nations Statistics Division

Hoa Kỳ sử dụng rất ít hoặc thậm chí không áp dụng các tiêu chuẩn của các tổ chức tiêu chuẩn quốc tế. Các thành viên WTO tham gia hiệp định về rào cản kỹ thuật đối với thương mại đều cam kết sẽ áp dụng tới mức nhiều nhất có thể các tiêu chuẩn này. Mặc dù một số lượng đáng kể các tiêu chuẩn của Hoa Kỳ được coi là “tương đương” với các tiêu chuẩn quốc tế và trên thực tế, một số các tiêu chuẩn này được sử dụng rộng rãi trên thế giới nhưng rất ít tiêu chuẩn quốc tế được áp dụng trực tiếp. Do đó, các nhà xuất khẩu cần nghiên cứu kỹ hệ thống tiêu chuẩn của Hoa Kỳ trước khi xuất khẩu vào nước này.

Đối với cao su và sản phẩm cao su, cao su tổng hợp và các dạng cao su khác chế biến từ dầu mỏ, nếu muốn xuất khẩu được vào thị trường Mỹ thì phải thoả mãn các điều kiện sau:

- Phù hợp với các quy định về chất lượng và các thủ tục và thông báo hàng đến của FDA

- Phù hợp với quy định của Hội đồng thương mại liên bang (FTC) và Hội đồng an toàn tiêu dùng

- Phù hợp với các quy định về môi trường của Cơ quan bảo vệ môi trường Hoa Kỳ (EPA)

- Phù hợp với các quy định của Bộ Vận tải về chất độc hại

- Phù hợp với các quy định của DOT, Cơ quan quản lý giao thông (NHTSA) về các tiêu chuẩn an toàn xe cộ.

2.3. Thị trường EU

Pháp, Đức, Tây Ban Nha, Italia và Anh là những nước nhập khẩu cao su tự nhiên lớn nhất trong EU - 15. Do các yếu tố lịch sử, EU nhập khẩu nhiều cao su tự nhiên từ các nước châu Phi trong khi các nước nhập khẩu chính khác nhập khẩu chủ yếu từ châu Á.

Pháp chủ yếu nhập khẩu cao su tự nhiên định chuẩn kỹ thuật (HS 400122) với kim ngạch nhập khẩu đạt 163 triệu USD trong năm 2003, chiếm 50% tổng kim ngạch nhập khẩu cao su tự nhiên, chủ yếu được nhập khẩu từ Malaixia, Thái Lan, Indônêxia và Côtđivoa.

Pháp cũng nhập khẩu nhiều cao su mũ tờ xông khói với kim ngạch đạt 97 triệu USD trong năm 2003, chiếm 30% tổng kim ngạch nhập khẩu, chủ yếu nhập khẩu từ Thái Lan, Indônêxia, Camorun và Việt Nam. Trong khi đó, nhập khẩu cao su mũ Latex chiếm một tỷ trọng khá nhỏ trong tổng kim ngạch nhập khẩu cao su tự nhiên vào thị trường Pháp.

Bảng 1.9. Nhập khẩu cao su tự nhiên của Pháp theo nhóm hàng năm 2003

Đơn vị: Lượng: tấn; Trị giá: 1000 USD

	400110		400121		400122		400129	
	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng
Thế giới	8207	6828	97501	95160	163181	163994	58259	55165
Malaysia	1838	2062	2114	1930	31838	30761	26518	25339
Thái Lan	1740	1772	85964	84206	15271	15388	1687	1578
Indônêxia	243	221	2361	2309	23770	26531	21376	20495
Camorun	102	99	2144	2171	11056	11164	3937	3806
Việt Nam	78	81	2866	2743	7593	7046	149	121
Côđivôa	40	40	1065	1086	43294	44345	2195	2094

Nguồn: United Nations Statistics Division

Khác với các nước khác, nhập khẩu các loại cao su thuộc nhóm HS 400129 vào thị trường Đức chiếm tới 50% trong tổng kim ngạch cao su tự nhiên nhập khẩu. Đức nhập khẩu cao su tự nhiên chủ yếu từ Thái Lan, Malaixia, Indônêxia, Côđivôa, Việt Nam và từ một số thị trường tái xuất như Hà Lan.

Bảng 1.10. Nhập khẩu cao su tự nhiên của Đức theo nhóm hàng năm 2003

Đơn vị: Lượng: tấn; Trị giá: 1000 USD

	400110		400121		400122		400129	
	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng
Thế giới	27543	33687	48343	47084	78238	74817	148060	140417
Thái Lan	12844	17642	22767	21634	5492	5133	7259	6549
Malaysia	4023	4090	6993	6915	9075	7891	85040	80056
Indônêxia	3597	4585	4107	3845	13814	14043	34643	33734
Hà Lan	866	352			9985	9090	37	14
Côđivôa	428	583	5624	5746	8348	7767	4150	4093
Việt Nam	211	240	1219	1177	23359	22398	35	40

Nguồn: United Nations Statistics Division

Cũng như Đức, Tây Ban Nha nhập khẩu nhiều cao su thuộc nhóm HS 400129 với kim ngạch nhập khẩu đạt 77 triệu USD trong năm 2003, chiếm tỷ trọng 38% và cao su định chuẩn kỹ thuật (37,5%). Tây Ban Nha chủ yếu nhập khẩu từ Thái Lan, Malaixia, Cốtđivoa và Việt Nam, trong đó Cốtđivoa chủ yếu là xuất khẩu cao su định chuẩn kỹ thuật và mủ Latex.

Bảng 1.11. Nhập khẩu cao su tự nhiên của Tây Ban Nha theo nhóm hàng năm 2003

Đơn vị: Lượng: tấn; Trị giá: 1000 USD

	400110		400121		400122		400129	
	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng
Thế giới	9867	9748	38439	36243	74663	71611	77349	74387
Thái Lan	1647	1991	35725	33451	11781	11190	17713	17475
Malaysia	1522	1622	389	370	15623	15178	995	1067
Cốtđivoa	951	1245			14621	14612		
Việt Nam	395	501	168	159	5057	4740	2386	2148
Indônêxia	51	62	143	121	11639	11400	18798	19315

Nguồn: United Nations Statistics Division

Anh cũng nhập khẩu nhiều cao su tự nhiên thuộc nhóm HS 400129. Anh nhập khẩu cao su tự nhiên chủ yếu từ Thái Lan, Malaixia, Cốtđivoa, Việt Nam và Indônêxia.

Bảng 1.12. Nhập khẩu cao su tự nhiên của Anh theo nhóm hàng năm 2003

Đơn vị: Lượng: tấn; trị giá: 1000 USD

	400110		400122		400129	
	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng
Thế giới	27887	28195	28814	28309	54397	53149
Thái Lan	9416	8996	9399	9797	3638	5159
Malaysia	7136	6840	5872	5717	16922	16192
Cốt đivoa	1287	1169	4785	4403	7387	6833
Việt Nam	1011	981	1108	1066	987	886
Indônêxia	911	927	3377	3341	15609	14830

Nguồn: United Nations Statistics Division

Cũng như các nước EU khác, Italia nhập khẩu nhiều cao su tự nhiên thuộc nhóm HS400129. Italia nhập khẩu cao su tự nhiên chủ yếu từ Thái Lan, Malaixia, Indônêxia, Camơrun và Việt Nam.

Bảng 1.13. Nhập khẩu cao su tự nhiên của Italia theo nhóm hàng năm 2003

Đơn vị: Lượng: tấn; Trị giá: 1000 USD

	400110		400121		400122		400129	
	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng
Thế giới	37435	38136	29089	27766	33672	29895	73677	68588
Thái Lan	13638	14456	23273	22153	14439	13425	10977	10546
Malaysia	9207	9068	706	685	9670	8493	16900	15070
Indônêxia	7560	7917	850	840	1805	1471	13532	12656
Camơrun	2870	3321	1159	1175	948	928	6361	6146
Việt Nam	1351	1592	213	211	3247	2559	3682	3399

Nguồn: United Nations Statistics Division

Nhìn chung, không có các rào cản đáng kể đối với nhập khẩu cao su tự nhiên vào thị trường châu Âu, ngoại trừ một số tiêu chuẩn về môi trường đối với cao su tự nhiên và sản phẩm cao su nói chung.

2.4. Thị trường Hàn Quốc

Cũng như Hoa Kỳ, Hàn Quốc chủ yếu nhập khẩu cao su định chuẩn kỹ thuật (HS 4001.22) với kim ngạch nhập khẩu đạt 240 triệu USD trong năm 2003, chiếm tỷ trọng 70% trong tổng kim ngạch nhập khẩu cao su tự nhiên. Hàn Quốc nhập khẩu cao su định chuẩn kỹ thuật chủ yếu từ Thái Lan (48%), Indônêxia (25,5%), Malaixia (22,1%) và Việt Nam (4%).

Nhập khẩu cao su mủ Latex đạt 31 triệu USD trong năm 2003, chiếm tỷ trọng 9% chủ yếu được nhập khẩu từ Thái Lan (64,4%), Việt Nam (28,5%) và Malaixia (7%).

Nhập khẩu cao su mủ tờ xông khói (HS 4001.21) đạt 34 triệu USD trong năm 2003, chiếm tỷ trọng 10%. Cao su mủ tờ xông khói được nhập khẩu chủ yếu từ Thái Lan (88%), Việt Nam (5,2%) và Malaixia (2,6%).

Mức thuế nhập khẩu cao su tự nhiên tương đối thấp, chỉ 2% đối với cao su thuộc HS 400130 và 1% đối với các loại cao su còn lại thuộc HS 4001. Hàn Quốc cũng không áp dụng các rào cản phi thuế quan đối với nhập khẩu cao su tự nhiên ngoại trừ những điều kiện môi trường đối với các sản phẩm cao su nói chung.

Bảng 1.14. Nhập khẩu cao su tự nhiên của Hàn Quốc theo nhóm hàng năm 2003

Đơn vị: Lượng: tấn; Trị giá: 1000 USD

Nước	HS 400110		HS 400121		HS 400122	
	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng
Thế giới	30795	42445	34295	33819	240469	249763
Thái Lan	19827	26330	30169	29507	115482	119190
Việt Nam	8766	13480	1786	1845	9629	9520
Malaysia	2090	2562	910	934	53265	54972
Indônêxia	-	-	377	364	61424	65473
Nước khác	79	39	153	1169	650	592

Nguồn: United Nations Statistics Division

3. KINH NGHIỆM CỦA MỘT SỐ NƯỚC VỀ PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG VÀ XUẤT KHẨU CAO SU TỰ NHIÊN

3.1. Kinh nghiệm của Thái Lan

- Hỗ trợ của Chính phủ thông qua các chính sách khuyến khích sản xuất và xuất khẩu:

Thái Lan đã vượt Malaixia, trở thành nước sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên lớn nhất thế giới nhờ những chính sách khuyến khích trồng lại cao su của Thái Lan từ năm 1961 đến nay. Chính phủ Thái Lan đã chú trọng tạo lập và hoàn thiện môi trường pháp lý, môi trường kinh doanh trong nước bình đẳng, thuận lợi và ổn định nhằm phát triển thị trường và đầu tư trong nước làm nền tảng cho sự phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên.

Chính phủ Thái Lan thành lập một Ủy ban chính sách cao su quốc gia. Ủy ban này chuyên hoạch định chiến lược và kế hoạch phát triển ngành cao su Thái Lan, đồng thời cũng xác định ngân sách để thực hiện những kế hoạch đó đệ trình lên chính phủ và quốc hội phê chuẩn.

Viện Nghiên cứu cao su Thái Lan trực thuộc Bộ Nông nghiệp và hợp tác Thái Lan (RRIT) chịu trách nhiệm nghiên cứu, dự báo và tư vấn chính sách về cao su cho Thái Lan nói chung, về lĩnh vực phát triển thị trường xuất khẩu cao su nói riêng. Cơ quan này giúp ích đắc lực cho các cơ quan quản lý nhà nước và các doanh nghiệp cao su Thái Lan trong việc phát triển sản xuất, phát triển thị trường và xuất khẩu cao su. Ngoài các cơ quan quản lý và tư vấn nhà nước ra, Chính phủ Thái Lan còn thành lập Tổ chức đồn điền cao su Thái Lan (REO), một trong những chức năng chính của tổ chức này là lập kế hoạch và thực thi việc dự trữ cao su, thực thi những quyết định bán cao su dự trữ, mức giá và thời hạn thanh toán theo chỉ đạo của Chính phủ.

Chính phủ Thái Lan có kế hoạch thành lập Sở giao dịch cao su kỳ hạn Thái Lan trong năm 2001-2002 nhằm khuyến khích các thương gia quốc tế chấp nhận mức giá cao su xuất khẩu theo chỉ đạo chung của Thái Lan. Việc này sẽ có tác dụng củng cố thị trường cao su trong nước, tạo sự ổn định và tiềm lực cho việc xuất khẩu cao su Thái Lan ra thị trường thế giới.

Để tăng cường thế lực xuất khẩu cao su, chính phủ Thái Lan còn thành lập Khu công nghiệp cao su với mục tiêu xúc tiến việc chế biến sâu cao su thành sản phẩm cao su nhằm tăng hiệu quả xuất khẩu cao su và nâng chất lượng cao su Thái Lan đạt tiêu chuẩn quốc tế, nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu cao su.

Chính phủ Thái Lan đã thành lập Ủy ban đầu tư hoạt động theo Luật khuyến khích đầu tư của Thái Lan năm 1977. Nhờ chính sách và biện pháp đầu tư tích cực, đã khuyến khích phát triển các ngành công nghiệp chủ chốt tăng năng lực xuất khẩu như đối với ngành cao su.

- Chú trọng hoạt động xúc tiến xuất khẩu:

Chính phủ Thái Lan đã thành lập Cục xúc tiến xuất khẩu thuộc Ủy ban phát triển xuất khẩu của Thái Lan với các hoạt động chính là xây dựng kế hoạch và chiến lược xúc tiến xuất khẩu ngắn hạn, dài hạn và các bước liên tục đối với các thị trường mục tiêu cho cao su; phát triển thị trường nước ngoài, đặc biệt là thị trường mới cho xuất khẩu cao su; hỗ trợ hoạt động nghiên cứu, triển khai nhằm tăng năng suất và chất lượng sản phẩm cao su xuất khẩu có giá trị gia tăng cao; lập quỹ hỗ trợ thương mại quốc tế; giảm các thủ tục xuất khẩu và phối hợp chặt chẽ với khu vực tư nhân để tháo gỡ những vướng mắc về xuất khẩu cao su; hỗ trợ tìm hiểu nhu cầu thị trường để tích cực chuyển đổi cơ cấu sản phẩm cho phù hợp.

Chính phủ Thái Lan nỗ lực đàm phán ký kết thêm các hiệp định thương mại song biên với các thị trường mới để tăng xuất khẩu nông sản trong đó có cao su. Mặt khác, thường xuyên cử các phái đoàn hỗn hợp nhà nước và doanh nghiệp đi xúc tiến xuất khẩu cao su tại các thị trường truyền thống và thị trường tiềm năng như Mỹ, Nhật, Iran, Thổ Nhĩ Kỳ ...

Cục xúc tiến xuất khẩu Thái Lan triển khai và điều phối hoạt động xúc tiến xuất khẩu, cụ thể là:

- + Xác định các kế hoạch và chiến lược xúc tiến xuất khẩu ngắn hạn, dài hạn và các bước liên tục đối với các thị trường mục tiêu cho cao su nói riêng và hàng hoá nói chung.

- + Phát triển thị trường nước ngoài, đặc biệt là thị trường mới cho xuất khẩu cao su.

- + Hỗ trợ hoạt động nghiên cứu, triển khai nhằm tăng năng suất và chất lượng sản phẩm cao su xuất khẩu có giá trị gia tăng cao.

- + Lập quỹ hỗ trợ thương mại quốc tế trên cơ sở các khoản phụ thu 0,5% trị giá nhập khẩu thuộc mọi danh mục hàng hoá.

- + Giảm các thủ tục xuất khẩu và phối hợp chặt chẽ với khu vực tư nhân để tháo gỡ những vướng mắc về xuất khẩu cao su.

- + Thực hiện các chương trình khuyến khích xuất khẩu như hoàn trả thuế và giảm thuế đối với các sản phẩm trung gian nhập khẩu để phục vụ cho xuất khẩu cao su và tín dụng với lãi suất thấp dành cho các doanh nghiệp xuất khẩu để tăng vốn lưu động.

Ngoài ra, chính phủ thường xuyên điều hành sự phối hợp liên bộ và các nhà doanh nghiệp mở các chiến dịch khuyến khích xuất khẩu, đặc biệt trong điều kiện giá cao su tụt giảm.

- Phát huy vai trò của Hiệp hội cao su Thái Lan

Hiệp hội cao su Thái Lan được thành lập vào tháng 5/1951 với tên gọi là “Hiệp hội các nhà buôn bán cao su Thái Lan”. Hiệp hội là một tổ chức của các nhà sản xuất và các công ty buôn bán cao su. Hiệp hội cũng là cơ quan đại diện cho các nhà sản xuất, các công ty buôn bán cao su trong đàm phán với Chính phủ hoặc các tổ chức nước ngoài về lợi ích chung của các bên.

Mục đích ban đầu khi thành lập Hiệp hội là để giải quyết các vấn đề về việc buôn bán cao su khi chưa có các quy định về buôn bán sản phẩm này. Mục tiêu của Hiệp hội này là loại trừ thương mại bất bình đẳng và trợ giúp các thành viên buôn bán trung thực trong Hiệp hội bằng cách thực thi luật pháp và các quy định. Hiệp hội cũng đóng vai trò thiết lập mối quan hệ giữa các nhà sản xuất và các công ty buôn bán cao su với người nông dân và những người chủ đồn điền cao su trên khắp miền bắc của Thái Lan. Nếu như ban đầu các thành viên của Hiệp hội cao su Thái Lan chỉ có 15 thành viên thì đến nay Hiệp hội này đã có đến 49 thành viên.

Hiệp hội cao su Thái Lan thực hiện những nhiệm vụ chủ yếu sau:

+ Dịch vụ cho các thành viên:

Hiệp hội cung cấp các thông tin về sản xuất và buôn bán cao su cho các thành viên của mình. Hiệp hội đóng vai trò là người thu thập thông tin từ nhiều nguồn khác nhau và cung cấp lại cho các thành viên thông qua nhiều hình thức khác nhau.

Ngoài việc cung cấp thông tin Hiệp hội còn là cơ quan cung cấp kiến thức kỹ năng về công nghệ chế biến cao su thông qua việc trao đổi ý tưởng, cung cấp thông tin, tổ chức các đoàn khảo sát, mời các thành viên tham gia các cuộc gặp, hội thảo, lớp học đào tạo các thành viên của mình. Ngoài ra Hiệp hội còn mời các chuyên gia nước ngoài để học tập thêm kinh nghiệm.

Hiệp hội là cơ quan giải quyết tranh chấp ở cả trong nước và quốc tế. Hiệp hội hoạt động như cơ quan trung gian nhằm giải quyết các tranh chấp giữa các thành viên hoặc giữa các thành viên và các đối tác bên ngoài Hiệp hội.

Một trong những dịch vụ của Hiệp hội là hoạt động marketing cho sản phẩm cao su của các thành viên. Hiệp hội cao su Thái Lan mở rất nhiều văn phòng ở các nước và khu vực như EU, Hoa Kỳ, Đông Nam Á nhằm mục đích khuyến khích tiêu thụ cao su của Thái Lan. Hàng năm, Hiệp hội còn sắp xếp cho các thành viên tham gia vào các buổi trao đổi thường niên của các tổ chức cao su quốc tế nhằm tăng cường mối quan hệ buôn bán đặc biệt là đối với các nước láng giềng.

+ Phối hợp với Chính phủ:

Hiệp hội cao su Thái Lan đã phối hợp với các cơ quan của Chính phủ thực hiện rất nhiều hoạt động nhằm phát triển ngành công nghiệp này.

Năm 1991, Viện Nghiên cứu cao su Thái Lan đã thành lập chợ giao dịch cao su ở tỉnh Songkhala của Thái Lan, đây là chợ đấu giá chính cho những nhà buôn bán nhỏ. Hiệp hội còn đưa ra giá tham khảo dựa trên giá FOB tại Băng Cốc. Ngoài ra chính phủ cũng thành lập hội đồng kiểm soát chất lượng cao su của Thái Lan nhằm từng bước đưa chất lượng cao su của Thái Lan đáp ứng được yêu cầu của thế giới. Hiệp hội cùng thường xuyên trợ giúp hội đồng kiểm soát chất lượng thực hiện công việc của mình điều này đã mang lại lợi ích cho cả hai phía.

Hiệp hội cũng phối hợp với Viện Nghiên cứu cao su để thiết lập các ưu tiên nghiên cứu cho các lĩnh vực có liên quan đối với hoạt động Hiệp hội nhằm mục tiêu nâng cao trình độ của ngành. Từ những kết quả nghiên cứu đó Hiệp hội tổ chức các cuộc hội thảo để phổ biến những kiến thức đó cho các thành viên.

+ Hợp tác với các tổ chức cao su quốc tế:

Hiệp hội cũng đóng vai trò quan trọng và là đầu mối để hợp tác với các tổ chức bên ngoài. Hiệp hội cao su Thái Lan là thành viên của Hiệp hội cao su quốc tế (IRA) được thành lập tại Ottawa Canada vào ngày 29/9/1971 bao gồm 21 thành viên. Hiện nay, Hiệp hội cao su Thái Lan là một trong những thành viên thường trực của Hiệp hội cao su quốc tế.

Năm 1968 Tổ chức quốc tế về chất lượng và đóng gói sản phẩm cao su đã phát hành “Sách xanh” về sản phẩm cao su và Hiệp hội cao su Thái Lan cũng là một trong những nước đầu tiên ký kết Hiệp định này.

Hiệp hội cao su Thái Lan còn là thành viên của Câu lạc bộ buôn bán cao su ASEAN. Vào năm 1992, Viện nghiên cứu cao su của các nước Indônêxia, Malaysia, Singapore và Thái Lan đã cùng thành lập Câu lạc bộ buôn bán cao su nhằm củng cố mối quan hệ và hợp tác trong buôn bán cao su quốc tế.

- Nâng cao năng lực chế biến

+ Tăng cường đầu tư, thu hút đầu tư từ Hoa Kỳ, EU, để chế biến và sản xuất ra các sản phẩm cao su chất lượng cao, như săm lốp xe, vôi cao su, găng tay cao su, nệm cao su ... phù hợp với hai thị trường này. Chế biến loại cao su STR 20, TSR 20 để xuất sang Hoa Kỳ và châu Âu, chế biến loại cao su RSS để xuất sang Nhật và các nước châu Á khác.

+ Thành lập khu công nghiệp cao su tập trung có tính liên hoàn để tiến hành xúc tiến và chế biến cao su tự nhiên thành sản phẩm cao su chất lượng cao, đạt các tiêu chuẩn chất lượng quốc tế như ISO, SA, HACCP ... theo yêu cầu của từng thị trường.

+ Thành lập phòng thí nghiệm và trung tâm thông tin cao su quốc gia để kiểm tra chất lượng và thống nhất tiêu chuẩn cao su, đồng thời tiến hành thử nghiệm việc sử dụng cao su tự nhiên lẫn với asphalt để trải đường thay cho việc chỉ dùng asphalt.

+ Áp dụng mức thuế suất xuất khẩu cao su nguyên liệu thô cao hơn mức thuế suất xuất khẩu các sản phẩm cao su nhằm khuyến khích công nghiệp chế biến sản phẩm cao su ở Thái Lan.

3.2. Kinh nghiệm của Indônêxia

- Nâng cao chất lượng sản phẩm:

Cao su Indônêxia chủ yếu thuộc dạng tiểu điền. Diện tích và sản lượng cao su tiểu điền chiếm tương ứng 83% và 74% diện tích và sản lượng cao su của cả nước. Để cải thiện và nâng cao chất lượng của cao su nguyên liệu ngay từ khâu sản xuất tại các hộ gia đình, Chính phủ Indônêxia đã phối hợp cùng Hiệp hội cao su Indônêxia (Gapkindo) khuyến khích người nông dân tập trung vào sản xuất dạng tấm mỏng chưa xông khói, đồng thời tại mỗi khu vực sản xuất cao su sẽ tiến hành thu gom cao su tảng xộp và sạch để đáp ứng cao su nguyên liệu cho sản xuất cao tiêu chuẩn SIR trên phạm vi cả nước. Chính phủ Indônêxia cùng tổ chức Gapkindo đã nỗ lực cải tiến chất lượng bằng cách nâng cao độ sạch của cao su ngay từ các hộ sản xuất thông qua các cam kết trên toàn quốc về tiêu chuẩn quốc gia và Gapkindo cam kết chỉ mua cao su sạch để chế biến SIR 20. Nhờ những nỗ lực này mà cho đến nay Indônêxia đã đạt được những thành quả đáng kể trong nâng cao chất lượng cao su tự nhiên.

Năm 1990, Bộ Nông nghiệp Indônêxia đã ban hành bộ tiêu chuẩn chất lượng tiêu chuẩn quốc gia SNI 06-2047-1990 quy định 3 dạng cao su nguyên liệu chủ yếu: tấm chưa xông khói, miếng mỏng và dạng dài xộp dựa trên hai tiêu chuẩn cơ bản là độ dày và sấy khô. Quá trình soạn thảo tiêu chuẩn chất lượng đối với cao su đông cứng được thể hiện trên các chỉ số cụ thể. Khuyến khích nông dân tập trung vào sản xuất cao su dạng tấm mỏng thay cho dạng dài xộp để có thể quản lý một cách hiệu quả đồng thời giảm nguy cơ ô nhiễm trong quá trình sản xuất, chế biến. Tiêu chuẩn mới này sẽ bao gồm cả những hướng dẫn mua các SIR nguyên liệu thô trong hệ thống chất lượng bắt buộc (Module I).

Theo quy định bắt buộc của Bộ Thương mại và Công nghiệp ra ngày 22/6/1996, kể từ tháng 1/1997 tất cả các nhà sản xuất cao su dạng SIR và RSS phải tuân thủ hệ thống quản lý chất lượng thông qua một chứng chỉ về tiêu chuẩn quốc gia. Quy định này yêu cầu mỗi nhà sản xuất phải có một trong ba các chứng chỉ

sau: ISO 9001, ISO 9002 hoặc hệ thống quản lý chất lượng Module I. Hầu hết các nhà sản xuất cao su SIR đều lựa chọn hệ thống Module I vì hệ thống này là cơ sở của một loạt các ISO 9000 đồng thời rất phù hợp với các doanh nghiệp vừa và nhỏ và là tiền đề để lấy các chứng chỉ ISO 9000 sau này.

- Giảm chi phí sản xuất:

Trong số các nước sản xuất cao su tự nhiên hàng đầu, Indonexia hiện là nước có chi phí sản xuất thấp nhất. Chi phí sản xuất tại Indonexia năm 1995 là 86 cent/kg so với 95-106 cent tại các nước khác. Đây là kết quả từ việc thực hiện mô hình nông lâm kết hợp. Các dự án phát triển của Chính phủ đang được tiến hành theo hình thức chuyển giao trọn gói tín dụng và công nghệ trồng trọt để thay đổi cách thức trồng cao su hiện nay được gọi là "cao su rừng nhiệt đới" nhằm có sự quản lý tốt và hiệu quả cao.

Xét về góc độ môi trường, "cao su rừng nhiệt" đới có vai trò quan trọng trong việc bảo vệ môi trường vì nó có tác dụng chống xói mòn góp phần vào đa dạng sinh học. Cao su rừng nhiệt đới thu hút được rất nhiều sự quan tâm từ các nước công nghiệp phát triển - những nước tiêu thụ cao su tự nhiên chủ yếu. Cao su tự nhiên được coi là một dạng polime được chiết xuất từ nguồn tài nguyên được coi là có thể tái tạo được, do vậy tiết kiệm năng lượng vì sử dụng năng lượng mặt trời. Cao su nhiệt đới có lợi thế là chi phí đầu vào thấp, đòi hỏi ít lao động. Tuy nhiên một điểm yếu của "cao su nhiệt đới" là hiệu quả thấp, đem lại thu nhập không cao cho người trồng nhất là trong trường hợp giá cả cao su trên thị trường thế giới gặp nhiều bất lợi. Tổ chức Gapkindo đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động của Chương trình "cao su rừng nhiệt đới" vì trên thực tế "cao su rừng nhiệt đới" có tiềm năng rất lớn trong việc duy trì kỷ nguyên xanh trong tương lai. Do vậy Gapkindo đang nỗ lực tìm kiếm nguồn tài trợ từ Trung tâm nghiên cứu nông lâm quốc tế (ICRAF) có văn phòng tại khu vực Đông Nam Á. Sáng kiến triển khai hệ thống nông lâm từ một phần của "cao su rừng nhiệt đới" (trồng xen kẽ cao su với một số loài thực vật đem lại lợi nhuận cao hoặc gỗ thân cứng) vừa có tác dụng bảo vệ môi trường vừa góp phần nâng cao mức sống cho nhân dân. Năm 1995 dự án thí điểm đầu tiên đã được thực hiện tại Tây Kalimantan, Jambi và Tây Sumatra.

3.3. Kinh nghiệm của Malaixia

- Phát huy vai trò của Ủy ban cao su Malaixia:

Ủy ban cao su Malaixia (Malaixia Rubber Board - MRB) đại diện cho ngành cao su của nước này. MRB được thành lập tháng 1 năm 1998 với mục tiêu

là hỗ trợ quá trình phát triển và hiện đại hoá của ngành cao su Malaixia về nhiều mặt từ trồng cao su, thu hoạch mủ cao su, chế biến các sản phẩm từ cao su đến hoạt động marketing và chế biến các sản phẩm cao su. Nhiệm vụ của MRB là tăng cường khả năng cạnh tranh của ngành cao su Malaixia trên thị trường thế giới thông qua nghiên cứu triển khai, chuyển giao công nghệ hiệu quả và một số dịch vụ hỗ trợ khác. Ngân sách của Uỷ ban được hình thành trên cơ sở thu phí 120 RM trên mỗi tấn cao su sản xuất ra và được sử dụng vào các chương trình hỗ trợ ngành cao su, chủ yếu là hỗ trợ nghiên cứu khoa học và hỗ trợ kỹ thuật.

Cao su tự nhiên là nguyên liệu cần phải xử lý kỹ thuật trước khi đưa ra thị trường vì vậy công nghệ đóng vai trò rất quan trọng. Thông qua ứng dụng công nghệ nông nghiệp (giống, kỹ thuật chăm sóc, kiểm soát sâu bệnh...) đã làm năng suất cao su tăng 10 lần so với thời kỳ ban đầu của cây cao su. Malaixia là nước dẫn đầu về tiến bộ khoa học công nghệ trong ngành cao su, hàng năm nước này chi hàng triệu rigit cho các hoạt động nghiên cứu và triển khai phục vụ sự phát triển của ngành.

Tuy trách nhiệm của MRB đối với ngành cao su là rất rộng từ sản xuất đến tiêu dùng, nhưng 2 nhiệm vụ chủ yếu của cơ quan này là thúc đẩy sự phát triển của ngành cao su Malaxia, xây dựng các chính sách và các ưu tiên đối với phát triển ngành. Do phần lớn ngành cao su là của tư nhân nên Nhà nước đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng kế hoạch phát triển của ngành.

Các hoạt động nghiên cứu triển khai

Tạo giống và tuyển chọn giống là một trong những nhiệm vụ quan trọng nhất của MRB. Tạo giống và lựa chọn các giống có năng suất cao được thực hiện trên một diện tích rộng đến 1500 héc ta. Mục tiêu của các hoạt động này là tạo ra các giống có năng suất cao. Thông qua việc lấy mẫu gien ở Brazil năm 1981 tổ chức này đã tạo ra rất nhiều giống cây cao su mới cho năng suất cao.

Thông qua các hoạt động nghiên cứu đã tạo ra được các giống cao su mới và các giống cao su vô tính. Giống cao su mới cho năng suất trên 3.500 kg/ha/năm và cho ra đời nhiều giống cao su kháng bệnh. Hơn nữa, hoạt động nghiên cứu giống của Malaixia còn cho phép thời gian trưởng thành của cây cao su từ 96 tháng xuống còn 54 tháng. Các vườn cây trên khắp Malaixia đã ứng dụng công nghệ trồng trọt do RRIM phát triển. Ngoài ra Malaixia còn ứng dụng nhiều công nghệ mới vào tất cả các khâu trong quá trình sản xuất và buôn bán cao su của Malaixia. Công nghệ sinh học và công nghệ gen, đặc biệt là đối với những cây biến đổi gen có thể cung cấp các loại hoá chất và một số loại mủ đặc

trung. Hệ thống tiêu chuẩn cao su Malaixia do RRIM đưa ra năm 1965 là một cuộc các mạnh trong quản lý chất lượng cao su tự nhiên. Theo hệ thống này, các tiêu chuẩn kỹ thuật của cao su dựa trên các tiêu chuẩn cụ thể thay vì các tiêu chuẩn về hình thức như trước kia. Đây là một hệ thống kiểm soát chất lượng quan trọng nhằm đảm bảo chất lượng của cao su tự nhiên để có thể cạnh tranh với cao su nhân tạo.

Nâng cao giá trị gia tăng: Thực hiện chủ trương của chính phủ về nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm cao su trong nước, RRIM cùng với TARRC của Anh đã nghiên cứu và phát triển các loại cao su mới như cao su Epoxit (ENR), cao su tự nhiên đã khử Protein (DPNR), cao su tự nhiên có độ dẻo cao (TPNR), cao su tự nhiên dạng lỏng (LNR)...những loại cao su cao cấp này được ứng dụng trong rất nhiều ngành quan trọng trên thế giới.

Bảo vệ môi trường: RRIM còn đóng vai trò rất lớn trong việc giúp ngành cao su sản xuất các sản phẩm thân thiện với môi trường. Ngoài ra tổ chức này còn nghiên cứu nhiều công nghệ thân thiện với môi trường để chuyển giao cho các doanh nghiệp trong ngành.

Dịch vụ thí nghiệm: với kinh nghiệm hơn nửa thế kỷ nghiên cứu và triển khai, LGM là một trong những tổ chức cung cấp thông tin cũng như phổ biến các kết quả nghiên cứu triển khai rất hiệu quả. RRIM có rất nhiều phòng thí nghiệm nhằm hỗ trợ các hoạt động nghiên cứu triển khai trong nước cũng như giúp ngành công nghiệp nâng cao chất lượng sản phẩm cao su cũng như nghiên cứu các sản phẩm mới. RRIM cũng hoạt động như một bên thứ 3 độc lập trong việc cấp chứng chỉ và cơ quan lưu trữ mẫu cao su. Một số phòng thí nghiệm của RRIM cũng được công nhận tiêu chuẩn chất lượng theo hệ thống quản lý chất lượng ISO.

Đào tạo nguồn nhân lực: MRB là trung tâm đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành cao su đặc biệt là trong sản xuất các sản phẩm cao su. Là một tổ chức hàng đầu về cao su thiên nhiên, MRB có thể đáp ứng mọi nhu cầu đào tạo của ngành cao su thiên nhiên. Những khoá học mà tổ chức này cung cấp bao gồm từ các khoá học về trồng trọt, các khoá học cho ngành sản xuất sản phẩm từ cao su cũng như các khoá học ngay tại nơi làm việc. Các khoá học này thường được tổ chức nhằm mục đích chuyển giao công nghệ đã được phát triển.

- Phát triển sản xuất, xuất khẩu các sản phẩm cao su kết hợp với xuất khẩu cao su nguyên liệu:

Trong những năm 80, ngành cao su Malaixia cũng chủ yếu sản xuất cao su nguyên liệu để xuất khẩu. Để đảm bảo cho khu vực thượng nguồn (cung cấp

nguyên liệu) trong những giai đoạn kinh tế thế giới suy thoái, nhu cầu và giá cả cao su nguyên liệu giảm sút mạnh, Malaixia đã chuyển sang định hướng ưu tiên phát triển sản xuất/xuất khẩu các sản phẩm cao su. Sau khi điều chỉnh định hướng, một mặt Malaixia giảm diện tích trồng cao su (thay bằng dầu cọ) nhằm ổn định mức sản lượng khoảng 1 triệu tấn/năm, mặt khác đẩy mạnh phát triển khu vực hạ nguồn, nâng mức tiêu thụ cao su trong nước để sản xuất các sản phẩm cao su lên 400.000 tấn/năm, trong đó 74% là cao su Latex. Giá trị tổng sản lượng của ngành công nghiệp sản xuất các sản phẩm cao su của Malaixia lên đến 1,85 tỷ USD, kim ngạch xuất khẩu đạt 1,46 tỷ USD, trong đó riêng kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm Latex đạt 1,15 tỷ USD. Xuất khẩu đồ gỗ cao su đạt kim ngạch 1,19 tỷ USD trong khi kim ngạch xuất khẩu cao su nguyên liệu vào khoảng 600 triệu USD. Malaixia có 333 nhà máy sản xuất các sản phẩm cao su, trong đó có 135 nhà máy sản xuất các sản phẩm Latex quy mô lớn.

Sự phát triển của công nghiệp sản xuất sản phẩm cao su, một mặt, tạo điều kiện tiêu thụ ổn định cao su nguyên liệu trong những giai đoạn nhu cầu và giá cả trên thị trường thế giới giảm sút; mặt khác tạo thêm công ăn việc làm và tăng giá trị cho sản phẩm xuất khẩu.

3.4. Bài học rút ra cho Việt Nam

- Thứ nhất, thực hiện liên kết và hợp tác để phát triển kinh doanh:

Xu hướng sáp nhập và liên kết theo ngành dọc để nâng cao khả năng cạnh tranh hiện đang trở thành xu hướng của các nước sản xuất và xuất khẩu chủ yếu. Chẳng hạn, các doanh nghiệp xuất khẩu cao su của Malaysia thực hiện chiến lược sáp nhập giữa các công ty cổ phần nhỏ để thành lập các tập đoàn xuất khẩu cao su có quy mô lớn, đủ sức phát triển thị trường và cạnh tranh quốc tế. Trong khi đó, các doanh nghiệp của Việt Nam hiện nay chưa có phương thức hợp tác hữu hiệu.

Trên phạm vi quốc tế, các nước Thái Lan, Indônêsi-a, Malaysia đã thực hiện liên kết, hợp tác trong quản lý sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên nhằm điều tiết giá cả trên thị trường cao su thế giới, hạn chế sự suy giảm giá cao su, tăng cường vị thế của họ trong việc cung ứng cao su tự nhiên trên thế giới. Hiệp định 3 bên giữa Thái Lan, Indônêsi-a, Malaysia có hiệu lực từ năm 2002 đã thể hiện sự hợp tác quốc tế giữa 3 nước trong việc phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên. Một trong những kế hoạch hành động quan trọng là 3 nước thực hiện giảm 4% sản lượng và 10% xuất khẩu cao su tự nhiên bắt đầu từ năm 2002. Ngoài ra, họ còn thoả thuận kế hoạch hỗ trợ giá cao su bằng cách cung cấp cho các doanh

nghiệp và tư nhân tín dụng với lãi suất ưu đãi để dự trữ cao su tự nhiên và thống nhất mức giá tối thiểu cho xuất khẩu cao su. Để thực thi kế hoạch hành động theo thoả thuận của Hiệp định hợp tác, ba nước đã thành lập Hội đồng cao su, gọi tắt là ITRC gồm đại diện của chính phủ và doanh nghiệp thuộc ngành cao su của ba nước nhằm kiểm soát việc dự trữ và quyết định thời gian, mức xuất khẩu cao su đảm bảo quyền lợi chung. ITRC đã thành lập Công ty TNHH cao su quốc tế (IRCo) từ năm 2003 và đến tháng 4/2004, IRCo thành lập Uỷ ban hoạt động chiến lược thị trường (CSMO) nhằm đảm bảo giá cao su sẽ không giảm xuống dưới 1,1 USD/1kg. CSMO sẽ mua và dự trữ cao su trên thị trường nhằm bình ổn giá cả.

- Thứ hai, tăng cường đầu tư trang thiết bị, cải tiến kỹ thuật chế biến:

Cả ba nước sản xuất và xuất khẩu hàng đầu đều ưu tiên cho đầu tư nước ngoài trong khâu chế biến, sản xuất, bao tiêu sản phẩm cao su theo từng thị trường xuất khẩu trọng điểm, ưu tiên đầu tư công nghệ, kỹ thuật chế biến theo nhu cầu của thị trường, đảm bảo gắn kết việc tăng cường kỹ thuật công nghệ chế biến cao su với thị hiếu, nhu cầu của từng thị trường. Thành lập Khu công nghiệp cao su tập trung, tạo ra sự liên hoàn và thuận lợi trong sản xuất, chế biến và giám định tiêu chuẩn chất lượng. Phát triển những nông trại cao su trên quy mô lớn, tạo ra sự thuận lợi, đồng bộ trong việc tăng cường và phát huy năng lực của công nghệ mới. Thành lập các phòng thí nghiệm cao su do Nhà nước quản lý thống nhất để đảm bảo chất lượng cao su theo tiêu chuẩn quốc tế. Ban hành các chính sách ưu tiên về thuế, tín dụng, hải quan, hỗ trợ xuất khẩu ... cho xuất khẩu những sản phẩm cao su đã qua chế biến, hạn chế việc xuất khẩu cao su nguyên liệu ở dạng thô, tăng cường tính cạnh tranh của sản phẩm cao su xuất khẩu.

Các doanh nghiệp thuộc ngành cao su cần hoạch định chu đáo một chiến lược thị trường xuất khẩu để chủ động triển khai các kế hoạch thích ứng phát triển thị trường đầu ra cho sản phẩm cao su Việt Nam. Áp dụng kinh nghiệm về hợp tác đầu tư liên doanh với nước ngoài của các doanh nghiệp cao su Thái Lan, Indônêxia, Malaysia về tăng cường kỹ thuật công nghệ chế biến cao su, sản xuất các sản phẩm cao su phù hợp với nhu cầu thị trường.

- Thứ ba, tăng cường sản xuất các sản phẩm công nghiệp cao su để giảm lệ thuộc vào xuất khẩu nguyên liệu thô và tăng giá trị xuất khẩu:

Thái Lan, Indônêxia và đặc biệt là Malaixia rất chú ý đến việc tăng cường sản xuất các sản phẩm cao su như săm lốp các loại, dụng cụ cao su y tế... để xuất khẩu và tiêu thụ trong nước. Việc đẩy mạnh sản xuất các sản phẩm công nghiệp

cao su đã làm cho giá trị và kim ngạch xuất khẩu tăng lên và điều quan trọng hơn là giảm lệ thuộc vào việc xuất khẩu nguyên liệu thô.

- Thứ tư, nâng cao vai trò của Hiệp hội:

Hiệp hội cao su có thể đóng vai trò tích cực trong phối hợp với các cơ quan Chính phủ xây dựng và triển khai các chương trình phát triển, xây dựng tiêu chuẩn kỹ thuật và khuyến khích các doanh nghiệp thành viên tuân thủ các tiêu chuẩn ban hành

Hiệp hội cũng là tổ chức đóng vai trò quan trọng là cầu nối giữa Chính phủ với doanh nghiệp, đồng thời là cơ quan đại diện của doanh nghiệp trong hợp tác quốc tế.

- Thứ năm, sử dụng các chính sách hỗ trợ xuất khẩu:

Nhìn chung, chính sách hỗ trợ xuất khẩu của chính phủ ba nước có thể phân thành 3 nhóm lớn mang tính tổng thể cho các mặt hàng xuất khẩu gồm:

+ Nhóm thứ nhất là ưu đãi thuế, trong đó có hoàn trả thuế, giảm, miễn thuế đối với các sản phẩm trung gian nhập khẩu để sản xuất hàng xuất khẩu.

+ Nhóm thứ hai là hoàn thuế, giảm thuế đối với nhóm thiết bị, máy móc nhập khẩu để sản xuất xuất khẩu.

+ Nhóm thứ ba là ưu đãi tín dụng, trợ giúp khuyếch trương, xúc tiến xuất khẩu và hoạch định chiến lược thị trường xuất khẩu trung và dài hạn. Một trong những chiến lược lớn của nhà nước Malaysia là hướng tới mục tiêu biến nước này trở thành một trung tâm buôn bán giao dịch cao su thiên nhiên của thế giới vào giai đoạn 2006-2010.

- Thứ sáu, đẩy mạnh hoạt động xúc tiến xuất khẩu:

Xúc tiến xuất khẩu có nhiều nội dung hoạt động phong phú nhưng ngoài các hoạt động xúc tiến thương mại chung, các doanh nghiệp xuất khẩu cao su của ba nước, đặc biệt là của Thái Lan chú trọng việc tìm hiểu những thị trường mục tiêu thông qua các văn phòng hoặc chuyên gia tư vấn tại từng thị trường. Do đó, họ có những quyết sách đúng đắn, phù hợp với nhu cầu thị hiếu của thị trường, của từng khách hàng.

Kinh nghiệm của một số nước thành công trong lĩnh vực phát triển thị trường xuất khẩu cao su cho thấy, cần thiết phải có những tổ chức chuyên trách trong việc nghiên cứu thị trường ngoài nước. Các tổ chức này có nhiệm vụ:

- Nghiên cứu về điều kiện kinh tế, chính trị, văn hoá, tập quán sinh hoạt, hệ thống pháp luật, chính sách và cơ chế điều hành, thu thập thông tin về cung cầu, giá cả, điều kiện thâm nhập thị trường của từng nhóm hàng, mặt hàng ở từng khu vực thị trường.

- Xử lý thông tin, dự báo sản phẩm tiềm năng ở mỗi thị trường cụ thể về các mặt: chủng loại, số lượng, chất lượng, giá cả.

- Xây dựng hệ thống cung cấp thông tin đã xử lý một cách nhanh nhất cho các cấp lãnh đạo làm cơ sở để xây dựng chiến lược kinh doanh, chỉ đạo điều hành kinh doanh. Cung cấp thông tin qua các phương tiện thông tin đại chúng, qua các tổ chức khuyến nông, các cấp chính quyền ..., tới người sản xuất để họ có căn cứ xác định phương hướng sản xuất lâu dài, ổn định, phù hợp với nhu cầu của khách hàng.

- Cung cấp thông tin về những ưu thế của sản phẩm trong nước tới khách hàng thông qua các cuộc hội thảo, hội chợ, triển lãm quốc tế. Giúp cho các nhà nhập khẩu hiểu rõ về sản phẩm của Việt Nam, nhằm tạo ra nhu cầu tiêu thụ và tìm đối tác cho doanh nghiệp trong nước.

Để thực hiện tốt công tác này, một mặt cần phải có sự phối hợp chặt chẽ giữa Bộ Thương mại và Bộ quản lý chuyên ngành. Mặt khác, các cơ quan quản lý vĩ mô cần nâng cao vai trò và hiệu quả trong việc mở rộng thị trường xuất khẩu thông qua các hoạt động đàm phán ký kết các thoả thuận song phương và đa phương, định hướng cho các doanh nghiệp phát triển thị trường.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU CAO SU TỰ NHIÊN CỦA VIỆT NAM

1. THỰC TRẠNG SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU CAO SU TỰ NHIÊN CỦA VIỆT NAM

1.1. Thực trạng sản xuất và tiêu thụ cao su tự nhiên

** Tình hình sản xuất, chế biến*

Cao su là cây công nghiệp dài ngày được đưa vào trồng ở nước ta từ năm 1897. Đến nay, cao su đã được phát triển khá rộng rãi và trở thành một mặt hàng nông sản xuất khẩu mũi nhọn của Việt Nam. Đất đai và khí hậu tại nhiều vùng sinh thái của Việt Nam như Đông Nam Bộ, Tây Nguyên rất phù hợp với sinh trưởng và phát triển của cây cao su. Trong các năm qua, nhà nước đã dành sự quan tâm đầu tư cho phát triển ngành cao su.

Bảng 2.1. Tình hình sản xuất cao su tự nhiên của Việt Nam

Năm	Diện tích (1000 ha)	% thay đổi	Sản lượng mủ khô (1000 tấn)	% thay đổi	Năng suất (kg/ha)	% thay đổi
1990	221,7	-	57,9	-	261,1	-
1991	220,6	99,5	64,6	111,6	292,8	112,1
1992	212,4	96,3	67,0	103,7	315,4	107,7
1993	242,5	114,2	96,9	144,6	399,6	126,7
1994	258,4	106,6	128,8	132,9	498,4	124,7
1995	278,4	107,7	124,7	96,8	447,9	89,86
1996	254,2	91,3	142,5	114,3	560,6	125,2
1997	347,5	136,7	186,5	130,9	536,7	95,7
1998	382,0	109,9	193,5	103,8	506,5	124,3
1999	394,9	103,4	248,7	128,5	629,8	124,3
2000	412,0	104,3	290,8	116,9	705,8	112,1
2001	415,8	100,9	312,6	107,5	751,8	106,5
2002	428,8	103,1	298,2	95,4	695,4	92,5
2003	440,8	102,7	363,5	121,8	824,6	118,6
2004	460,0	104,5	500,0	137,7	1086,9	131,8

*Nguồn: - Niên giám thống kê 2004
- Kinh tế Việt Nam - thế giới 2004 - 2005*

Tổng diện tích trồng cao su năm đã tăng từ 221,7 ngàn ha năm 1990 lên 412 ngàn ha năm 2000 và 460 ngàn ha năm 2004, đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 6,6%/năm trong giai đoạn 1990 - 2000 và 3,1%/năm trong giai đoạn 2000 - 2004. Sản lượng cao su mủ khô tăng từ 57,9 ngàn tấn lên 290,8 ngàn tấn năm

2000 và 500 ngàn tấn năm 2004, đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 18,0%/năm và 15,9%/năm trong giai đoạn tương ứng. Năng suất cao su tự nhiên cũng tăng đáng kể, từ 261 kg/ha năm 1990 lên trên 700 kg/ha năm 2000 và trên 1 tấn/ha năm 2004.

Diện tích cao su tập trung ở Đông Nam Bộ (68%), một phần ở Tây Nguyên (24%) và Duyên hải miền Trung (8%). Phần lớn diện tích trồng cao su thuộc các nông trường cao su của Tổng Công ty cao su Việt Nam (GERUCO). Tổng công ty cao su Việt Nam hiện có gần 214.500 ha, với khoảng 174.440 ha đang kinh doanh (chiếm xấp xỉ 70% diện tích kinh doanh của cả nước) và đạt sản lượng mủ ước 290.000 tấn (chiếm 72,4% tổng lượng cao su của cả nước).⁹

Các tỉnh cũng có nông trường cao su thuộc tỉnh. Cao su tư nhân thuộc các hộ gia đình trồng với quy mô nhỏ, tối đa khoảng 20 ha. Tuy nhiên, đa phần là loại rất nhỏ, chỉ khoảng 1 hoặc 2 ha. Các diện tích cao su tiểu điền này chỉ được bắt đầu từ những năm 1990 hoặc muộn hơn, khi quyền sử dụng đất được cấp. Nhiều hộ gia đình trồng cao su bằng cây trồng từ hạt vào đầu những năm 1990, cho năng suất thấp. Họ đã thay thế bằng cây trong vài năm gần đây. Do vậy, sản xuất cao su tự nhiên tiểu điền ở Việt Nam còn có khả năng tiếp tục phát triển.

Tổng công suất thiết kế của toàn ngành cao su Việt Nam vào khoảng 290.000 tấn/năm. Với công suất thiết kế này, có thể đáp ứng được nhu cầu về sơ chế mủ cao su. Tuy nhiên, cao su tiểu điền đến kỳ thu hoạch tăng nhanh, đồng thời nhiều vườn cây cao su nằm ở các vùng sâu vùng xa, trải dài từ Thanh Hoá đến Bình Thuận, Tây Ninh và Tây Nguyên nên hệ thống thu mua của các nhà máy chế biến chưa bao quát được hết. Trong những điều kiện đó, kênh thu mua tư nhân phát huy tác dụng, thu gom sản phẩm mủ cao su và xuất khẩu cao su nguyên liệu sống sang Trung Quốc.

**** Tiêu thụ trong nước, thị trường trong nước***

Hiện nay, nhu cầu tiêu thụ trong nước chỉ 30 - 40 nghìn tấn/năm, chiếm khoảng 15% tổng sản lượng mủ cao su tự nhiên sản xuất hàng năm. Các sản phẩm chế biến từ cao su tiêu thụ tại thị trường trong nước chủ yếu bao gồm: các loại săm lốp, găng tay y tế, băng chuyên, đai, phốt dùng trong sản xuất công nghiệp và cả một số sản phẩm được dùng trong lĩnh vực quốc phòng và an ninh như các loại lốp dùng cho các máy bay MIG-21 và SU-22 v.v...

⁹ Số liệu của Tổng Công ty cao su Việt Nam

Trong cả nước có 3 doanh nghiệp Nhà nước lớn sản xuất các sản phẩm từ cao su là Công ty cao su Sao vàng, Công ty cao su miền Nam và Công ty cao su Đà Nẵng. Hai công ty cao su bao gồm Công ty cao su miền Nam và Công ty cao su Đà Nẵng thuộc Tổng công ty Hoá chất Việt Nam.

Trong năm 2004, Tổng Công ty Hoá chất Việt Nam, đơn vị chủ lực của ngành sản xuất các sản phẩm từ cao su, đã sản xuất được 1,234 triệu lốp xe ô tô, chiếm 55% thị phần trong nước; 6,686 triệu lốp và 13,995 triệu chiếc săm xe máy, chiếm 80% thị phần trong nước; 16,279 triệu chiếc lốp và 20,256 triệu chiếc săm xe đạp, chiếm 90% thị phần trong nước. Sản phẩm săm lốp xe đạp hiện đã xuất khẩu sang thị trường Đông Âu, nhưng cũng chỉ mới tập trung ở loại lốp xe đạp địa hình. Ngoài ra còn sản xuất nhiều sản phẩm cao su khác cung cấp cho thị trường như lốp máy bay, ống cao su, găng tay cao su...¹⁰

Để sản phẩm cao su Việt Nam tiếp tục nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu trong nước, tiến tới cạnh tranh với các sản phẩm nhập khẩu và chuẩn bị cho xuất khẩu, Tổng công ty Hoá chất đang thực hiện các giải pháp về đổi mới công nghệ, theo hướng nhập đồng bộ công nghệ cao kết hợp với việc mời các chuyên gia kỹ thuật nước ngoài trực tiếp chỉ đạo kỹ thuật.

Bên cạnh đó, một số nhà máy sản xuất săm lốp xe liên doanh với các doanh nghiệp nước ngoài đã được xây dựng ở Việt Nam. Do đó, lượng cao su tiêu thụ nội địa có xu hướng tăng. Tuy nhiên, cao su tự nhiên của Việt Nam vẫn chủ yếu nhằm phục vụ xuất khẩu. Ngoài sản xuất trong nước, Việt Nam còn nhập cao su của Campuchia để tái xuất, đặc biệt trong những năm gần đây thị trường Trung Quốc có nhu cầu lớn nên Việt Nam đã nhập một lượng lớn mủ cao su của Campuchia để tái xuất sang Trung Quốc.

*** Mạng lưới tiêu thụ cao su tự nhiên nội địa:**

Để phục vụ cho sản xuất trong nước cũng như cho xuất khẩu, sau khi khai thác, người trồng cao su có thể bán mủ cao su cho các đối tác sau:

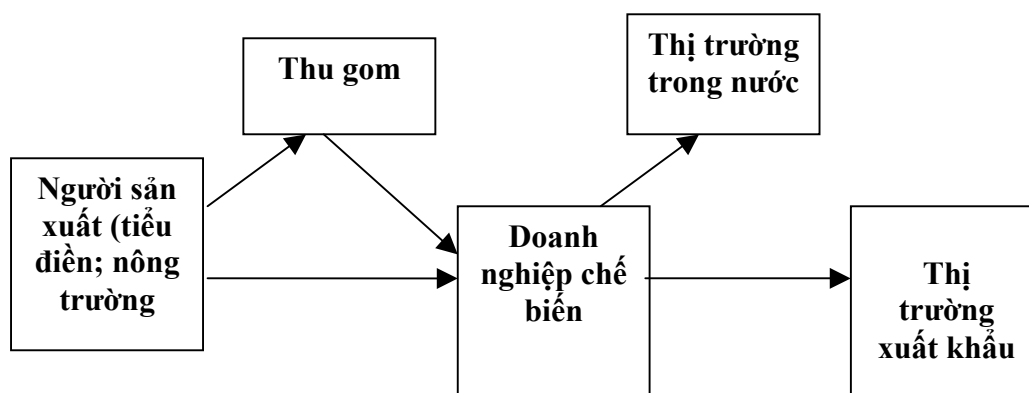
- Bán cho nhà máy của GERUCO
- Bán cho nhà máy chế biến cao su của tỉnh
- Bán cho nhà máy chế biến cao su tư nhân nhỏ, (sản xuất mủ tờ xông khói)

¹⁰ Báo cáo của Tổng công ty Hoá chất Việt Nam ngày 22/6/2005

- Bán cho người trung gian, chủ yếu là loại mủ cốc hoặc mủ đã rút chân không (xuất khẩu cho Trung Quốc)

Mặc dù có sự cạnh tranh giữa các bên mua, nhưng việc lựa chọn bên mua chủ yếu là dựa vào khoảng cách vận chuyển đến nhà máy

Mô hình hoá kênh tiêu thụ



Việc xây dựng các công ty liên doanh sản xuất các sản phẩm từ cao su đã tăng lên trong những năm gần đây. Điều đó cũng có nghĩa là một phần sản lượng mủ cao su cũng được sử dụng nhiều hơn tại thị trường trong nước để làm nguyên liệu cho các nhà máy này. Mặc dù thị phần cao su nguyên liệu thô ở thị trường trong nước còn khiêm tốn so với thị trường xuất khẩu, nhưng nếu các công ty được đầu tư thích đáng hơn nữa thì tỷ trọng xuất khẩu cao su nguyên liệu thô sẽ giảm xuống do các sản phẩm của công nghiệp chế biến cao su phát triển và có khả năng xuất khẩu được. Tuy vậy, cùng với sự phát triển của công nghiệp chế biến các sản phẩm từ cao su, tác động về mặt môi trường của các nhà máy và cơ sở sản xuất này cũng cần được đặc biệt chú ý xử lý.

1. 2. Thực trạng xuất khẩu

*** Khối lượng, kim ngạch xuất khẩu và thị trường xuất khẩu:**

Về lượng xuất khẩu: xuất khẩu cao su của Việt Nam đã tăng từ 194,2 ngàn tấn năm 1997 lên 494.600 ngàn tấn năm 2004. Xuất khẩu cao su đạt đỉnh cao trong năm 2001 với lượng xuất khẩu đạt 522,8 ngàn tấn nhưng lại giảm xuống trong 2 năm tiếp theo và tăng trở lại ở mức 494.600 ngàn tấn trong năm 2004. Năm 1999, xuất khẩu cao su của Việt Nam chiếm 5,7 % trong tổng xuất khẩu cao su tự nhiên thế giới. Đến năm 2003, thị phần của Việt Nam đã tăng lên tới 7,5 % và năm 2004 là 8,3%.

Về kim ngạch xuất khẩu: kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam tăng giảm thất thường do giá cao su trên thị trường thế giới có nhiều biến động. Năm 2001, lượng xuất khẩu đạt trên 522 ngàn tấn nhưng kim ngạch xuất khẩu chỉ đạt 165 triệu USD. Tuy nhiên, trong thời gian gần đây, giá xuất khẩu cao su tự nhiên đã có xu hướng hồi phục và kim ngạch xuất khẩu năm 2004 đạt gần 578 triệu USD, tăng 53,2% so với năm trước.

Bảng 2.2. Tình hình xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam

Năm	Lượng xuất khẩu (tấn)	% thay đổi	KNXK (1000 USD)	% thay đổi	Giá XK bình quân (USD/tấn)
1997	194196	-	190541	-	981
1998	191034	98,37	127471	66,8	667
1999	265331	138,9	146835	114,9	553
2000	495420	186,8	156841	106,8	316,6
2001	522854	105,5	165073	105,8	315,7
2002	448645	85,5	267832	161,8	597
2003	433106	96,65	377864	141,2	872
2004	494.600	114,20	578.877	153,2	1163

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu thống kê Tổng cục Hải quan năm 2005 và Kinh tế 2004-2005 Việt Nam - Thế giới.

Với tốc độ tăng trưởng 30,6% về kim ngạch xuất khẩu và 21,3% về lượng xuất khẩu trong giai đoạn 1999 - 2004 so với tốc độ tăng trưởng 11% và 1% của xuất khẩu cao su thế giới trong cùng giai đoạn, Việt Nam đã trở thành nước đứng thứ 4 thế giới về xuất khẩu cao su tự nhiên. Cao su là một trong những nông sản đóng góp một tỷ trọng không nhỏ trong tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản Việt Nam. Trong số các mặt hàng nông nghiệp xuất khẩu, cao su đóng góp phần kim ngạch đáng kể, thường đứng thứ 3 sau gạo và cà phê.

Bảng 2.3. Xuất khẩu cao su tự nhiên trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
KNXK cao su (triệu USD)	190,5	127,5	146,8	156,8	165,1	267,8	377,9	578
% tăng	-27,56	-33,2	14,9	6,81	5,8	61,8	41,2	53,2
Tổng KNXK (triệu USD)	9.185,0	9.360,3	11.541,4	14.483	15.027	16.706	20.176	26.503
% tăng	26,6	1,9	23,3	25,5	3,8	11,2	20,8	31,3
Tỷ trọng KNXK cao su trong tổng KN (%)	2,07	1,36	1,27	1,08	1,10	1,60	1,87	2,18

Nguồn: Tổng hợp từ Số liệu thống kê của Tổng cục Hải Quan và Kinh tế Việt Nam - Thế giới 2004-2005

Về thị trường xuất khẩu:

Trong những năm qua, thị trường xuất khẩu cao su lớn nhất của Việt Nam là các nước trong khu vực châu Á như Trung Quốc, Singapore, Đài Loan, Hàn Quốc và một số nước châu Âu như Đức, Tây Ban Nha và Italia. Xuất khẩu cao su tự nhiên sang thị trường Hoa Kỳ có xu hướng tăng nhanh trong những năm gần đây và từ năm 2002, Hoa Kỳ đã trở thành một trong những thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên lớn nhất của Việt Nam. Trong khi đó, xuất khẩu sang Singapore có xu hướng giảm đi do Việt Nam đã xuất khẩu trực tiếp sang nhiều nước nhập khẩu chính, giảm bớt xuất khẩu trung gian qua thị trường Singapore.

Bảng 2.4. Thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam

Đơn vị: 1.000USD

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Tổng số	190541	127471	146835	156841	165073	267832	377864	578877
Trong đó:								
Trung Quốc	102690	64829	51836	66392	51219	88668	147024	357934
<i>Tỷ trọng (%)</i>	<i>53,89</i>	<i>50,85</i>	<i>35,30</i>	<i>42,33</i>	<i>31,02</i>	<i>33,10</i>	<i>38,90</i>	<i>61,83</i>
Singapore	31471	10746	30399	16545	18913	36361	25050	7338
<i>Tỷ trọng (%)</i>	<i>16,51</i>	<i>8,43</i>	<i>20,70</i>	<i>10,54</i>	<i>11,45</i>	<i>13,57</i>	<i>6,62</i>	<i>1,26</i>
Hàn Quốc	2014	2253	6495	8961	9982	14120	21337	27204
<i>Tỷ trọng (%)</i>	<i>1,05</i>	<i>1,76</i>	<i>4,42</i>	<i>5,71</i>	<i>6,04</i>	<i>5,27</i>	<i>5,64</i>	<i>4,69</i>
Đài Loan	11112	7535	7400	8611	10156	15898	21203	23353
<i>Tỷ trọng (%)</i>	<i>5,83</i>	<i>5,91</i>	<i>5,03</i>	<i>5,49</i>	<i>6,15</i>	<i>5,93</i>	<i>5,61</i>	<i>4,03</i>
Đức	13330	7790	9084	8982	8204	10104	17757	22079
<i>Tỷ trọng (%)</i>	<i>6,99</i>	<i>6,11</i>	<i>6,18</i>	<i>5,72</i>	<i>4,96</i>	<i>3,77</i>	<i>4,70</i>	<i>3,81</i>
Nhật Bản	5661	2624	2969	5669	5229	10447	11986	15092
<i>Tỷ trọng (%)</i>	<i>2,97</i>	<i>2,05</i>	<i>2,02</i>	<i>3,61</i>	<i>3,16</i>	<i>3,90</i>	<i>3,17</i>	<i>2,60</i>
Hồng Kông	2895	538	4410	5452	2864	8930	10895	5813
<i>Tỷ trọng (%)</i>	<i>1,51</i>	<i>0,42</i>	<i>3,00</i>	<i>3,47</i>	<i>1,73</i>	<i>3,33</i>	<i>2,88</i>	<i>1,00</i>
Hoa Kỳ	724	670	1612	1563	2130	10107	10842	16893
<i>Tỷ trọng (%)</i>	<i>0,37</i>	<i>0,52</i>	<i>1,09</i>	<i>0,99</i>	<i>1,29</i>	<i>3,77</i>	<i>2,86</i>	<i>2,91</i>

Nguồn: Số liệu thống kê - Tổng cục Hải quan, 2005

Trong những năm gần đây, Tổng công ty cao su Việt Nam đã ký được hợp đồng xuất khẩu trực tiếp sản phẩm mủ cao su với một số tập đoàn sản xuất lớn tại Trung Quốc, Hàn Quốc và Nhật Bản như China Chem (Trung Quốc), Tong Teck (Hàn Quốc), Sam Sung (Hàn Quốc) và Itochu (Nhật Bản)...

*** Các yếu tố tác động tới xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam:**

- Cơ cấu sản phẩm xuất khẩu:

Nếu xét theo cách phân loại theo mã HS thì cơ cấu xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam tương đối phù hợp với nhu cầu nhập khẩu của thế giới vì Việt Nam chủ yếu xuất khẩu loại cao su định chuẩn kỹ thuật (HS 400129). Tuy nhiên, cơ cấu sản phẩm của nhóm HS 400129 của Việt Nam lại không phù hợp với nhu cầu của thị trường thế giới về nhóm sản phẩm này.

Bảng 2.5. So sánh cơ cấu sản phẩm xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam với các nước trong khu vực

ĐVT: 1000 USD

Xuất khẩu	HS 4001	HS 400110		HS 400121		HS 400122		HS 400129	
		Trị giá	400110/4001 (%)	Trị giá	400121/4001 (%)	Trị giá	400121/4001 (%)	Trị giá	400129/4001 (%)
Việt Nam	274482	23998	8.74	24878	9.06	158600	57.78	66987	24.40
Thế giới	6542594	891009	13.61	1460106	22.31	2789361	42.63	1388057	21.21
Thái Lan	2796774	546078	19.52	1189374	42.52	17101	0.61	1044150	37.33
Indônêxia	1494625	10943	0.73	45510	3.04	1407527	94.17	29485	1.97
Malaysia	942829	97760	10.36	6574	0.69	824697	87.47	13458	1.42

Nguồn: ITC, COMTRADE Staticstic

Việt Nam hiện có bốn chủng loại cao su xuất khẩu chủ yếu:

SVR (cao su tiêu chuẩn Việt Nam) chiếm khoảng 58% khối lượng xuất khẩu. Trong đó chủ yếu là loại SVR thường có các hạng sản phẩm 3L, 5L; các loại cao su như SVR 10L, 20L, loại CV50, CV60...chiếm một tỷ lệ không đáng kể.

Mủ cao su nguyên liệu (HS 400110) và các loại mủ cao su sơ chế như mủ kem và mủ ly tâm, dùng để sản xuất găng tay, bao cao su, ủng, chiếm 3% khối lượng xuất khẩu

Mủ tờ xông khói (RSS - HS 400121) - chiếm khoảng 1,4% khối lượng xuất khẩu

Cao su Crepe (HS 400129)- chiếm khoảng 0,2%

Thời gian qua, cao su Việt Nam chủ yếu được xuất khẩu dưới dạng SVR3L, SVR5L và một số mủ tờ RSS, Crepe ..., trong đó loại SVR5L và SVR3L chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu mặt hàng xuất khẩu. Mủ cao su SVR3L, SVR5L của Việt Nam chủ yếu được xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc.

Trong khi đó, các loại cao su như SVR10, SVR20, RSS và Crepe đang được ưa chuộng trên thị trường thế giới thì chúng ta lại chỉ sản xuất được một khối lượng hạn chế. Mủ cao su SVR 10, SVR 20 có nhu cầu nhập khẩu cao tại các thị trường như Ba Lan, Hoa Kỳ, Thụy Điển, Italia, Thụy sĩ, Tây Ban Nha, Hồng Kông ... nhưng do cao su Việt Nam chưa đáp ứng được nên lượng cao su xuất khẩu chỉ chiếm một tỷ lệ nhỏ, khoảng 0,5-3% tại thị trường này.

Theo nhóm Nghiên cứu cao su quốc tế (IRSG) thì khoảng 70% nhu cầu cao su thế giới là RSS3, SVR 10, SVR 20. Những nước sản xuất và xuất khẩu cao su hàng đầu thế giới như Thái Lan, Indônêsi-a, Malaysia hiện đang có cơ cấu chủng loại tương đương SVR3L khoảng 3%, SVR10, SVR20 khoảng 74%, loại mủ ly tâm khoảng 10%, khá phù hợp với nhu cầu nhập khẩu của thị trường thế giới. Trong cơ cấu sản phẩm cao su của Việt Nam cao su SVR3L chiếm tới 70%; SVR10, SVR20: 10%, còn lại là các loại khác. Do đó Nhật Bản hàng năm mua của Thái Lan trên 500.000 tấn cao su (27-28% nhu cầu) nhưng chỉ mua của Việt Nam 5.000 tấn (3% nhu cầu). Hoa Kỳ nhập khẩu từ Thái Lan 250.000 tấn cao su nguyên liệu/năm nhưng chỉ mua cao su của Việt Nam khoảng 2.000 - 3.000 tấn. Lý do là phần lớn cao su Việt Nam là loại 3L - chủng loại mà các nước đó hầu như không có nhu cầu.

Cơ cấu chủng loại cao su một trong những nguyên nhân chính khiến cao su Việt Nam phụ thuộc quá nhiều vào thị trường Trung Quốc. Trước những khó khăn gần đây trong việc xuất khẩu cao su sang Trung Quốc, Bộ Thương mại đang khuyến cáo các doanh nghiệp xuất khẩu cao su của Việt Nam một mặt kiên quyết giữ giá, mặt khác cần đa dạng hoá thị trường xuất khẩu, tránh phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc. Tuy nhiên, Việt Nam chỉ có thể đa dạng hoá thị trường nếu các doanh nghiệp đa dạng hoá chủng loại sản phẩm vì nhiều chủng loại hiện nay chỉ có thể tiêu thụ tốt ở thị trường Trung Quốc.

Hiện tại, Geruco không sử dụng thị trường kỳ hạn, lý do chính là hầu hết sản phẩm là loại TSR3 (SVR3), TSR5 (SVR5) và TSRCV (SVRC). Những sản phẩm này không được giao dịch trên bất kỳ các thị trường kỳ hạn nào. SVR3 và SVR5 hầu hết được xuất khẩu sang Trung Quốc, SVRCV thì phần lớn được xuất khẩu sang châu Âu, các chủng loại này được chủ yếu dùng cho các sản phẩm giấy dếp và các sản phẩm kỹ thuật khác.

Trong những năm gần đây, Việt Nam bắt đầu mở rộng công suất của các nhà máy sản xuất SVR10, SVR20 và cao su ly tâm, giảm tỷ lệ cao su SVR 3L, SVR 5L. Tuy nhiên, việc chuyển đổi cơ cấu sản phẩm gặp nhiều khó khăn vì mỗi sản phẩm cao su đòi hỏi một quy trình sản xuất riêng, khép kín, từ vườn cây đến nhà máy chế biến, ngoài ra còn phải thay đổi từ công tác quản lý và điều hành sản xuất đến thói quen làm việc của người lao động.

- Năng lực cạnh tranh của sản phẩm xuất khẩu

+ *Năng lực sản xuất*

Mặc dù có sự phát triển với tốc độ khá cao trong 10 năm qua nhưng so với các nước trên thế giới và trong khu vực như Thái Lan, Indonesia và Malaysia thì diện tích và sản lượng cao su Việt Nam còn rất thấp. Sản lượng cao su của Việt Nam năm 2004 mới chỉ chiếm 4,5% tổng sản lượng cao su toàn cầu. Lượng cao su xuất khẩu của Việt Nam trong năm 2004 chỉ bằng 23% lượng xuất khẩu của Thái Lan, 35% của Indônêxia và 70 % của Malaixia. Tuy năng suất cao su tự nhiên của Việt Nam có tốc độ tăng trưởng bình quân khá cao trong những năm qua, đạt trên 1000 kg/ha, cao hơn mức bình quân chung 910 kg/ha của thế giới nhưng vẫn còn thấp so với 1.471 kg/ha của Thái Lan ¹¹.

Bảng 2.6. Thị phần của Việt Nam trên thị trường cao su tự nhiên thế giới

	2000	2001	2002	2003	2004
<i>Thế giới</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>
Thái Lan	40,50	39,41	44,66	45,33	42,73
Indônêxia	25,80	28,54	28,50	29,04	27,92
Malaixia	18,27	16,11	16,81	16,52	13,79
Việt Nam	9,25	10,26	8,51	7,60	9,67

Nguồn: tính toán của BCN đề tài.

¹¹ Số liệu tính năng suất của FAO theo tổng diện tích, trong khi đó thông thường năng suất tính ở Việt Nam là theo diện tích kinh doanh. Do vậy, có sự khác nhau đáng kể giữa số liệu của FAO và số liệu về năng suất được nêu ở phần trước đây.

Trong khi Việt Nam mới chỉ chiếm được khoảng 10% tổng lượng xuất khẩu cao su thiên nhiên thế giới trong năm 2004 thì Thái Lan chiếm tỷ trọng 42,7%, Indônêxia – 27,9% và Malaixia – 13,8%.

+ *Giá thành sản xuất*

Mặc dù năng suất mủ cao su còn thấp, nhưng do nguồn lực lao động dồi dào, chi phí lao động thấp cùng với việc áp dụng phương pháp canh tác đơn giản nên giá thành sản xuất cao su của Việt Nam tương đối thấp so với các nước trong khu vực. Theo số liệu của FAO, trong giai đoạn 1997 - 1999, giá thành sản xuất cao su tự nhiên của Việt Nam chỉ bằng khoảng 60% chi phí sản xuất cao su của Malaysia và 70% chi phí sản xuất của Indonesia và Thái Lan¹². Điều này cho thấy Việt Nam cũng là nước có lợi thế tương đối về chi phí giá thành trong việc sản xuất cao su.

Tuy nhiên, trong những năm gần đây, giá thành sản xuất cao su tự nhiên của Việt Nam đã tăng mạnh. Theo số liệu của Tổng công ty cao su Việt Nam, giá thành sản xuất cao su trong năm 2004 lên đến 11 triệu đồng, tăng 1-1,5 triệu đồng/tấn so với cách đây 2 năm. Nguyên do vì Tổng công ty sẽ đưa 0,8% giá bán vào giá thành để tạo thành quỹ dự phòng (quỹ bình ổn giá), điều chỉnh khấu hao vườn cây từ 25 năm xuống còn 20 năm. Tiền lương công nhân cao su gần 2 năm qua cũng tăng lên do tính lương theo mức 340 đồng/1.000 đ doanh thu.

Do điều kiện canh tác, đất đai khác nhau nên năng suất cao su của Việt Nam còn có sự khác nhau giữa các vùng. Chính vì thế, chi phí sản xuất, chế biến ở một số tỉnh cũng khác nhau tương đối lớn, ảnh hưởng rất lớn tới lợi nhuận từ quá trình sản xuất chế biến cao su. Theo Công ty Cao su Dầu Tiếng (Bình Dương), mỗi tháng công ty tiêu thụ một lượng xăng rất lớn do phải vận chuyển mủ cao su từ các nông trường về nhà máy (công ty có 11 nông trường, cách nhà máy 7-30 km). Chi phí bán hàng dự kiến cũng sẽ tăng lên vì công ty phải chuyên chở hơn 90% sản lượng mủ từ nhà máy đến các cảng TP.HCM để xuất khẩu. Thêm vào đó, mỗi năm Dầu Tiếng phải dùng dầu DO để sấy khô hơn 40.000 tấn mủ cao su. Nếu cứ tính 1 tấn cần 30 lít dầu thì khoản chi phí tăng thêm sẽ là 24 triệu đồng do ảnh hưởng của giá xăng dầu tăng trong năm 2004.

+ *Giá xuất khẩu*

Nhìn chung, giá xuất khẩu của Việt Nam ở mọi thời điểm đều thấp hơn so với giá thế giới từ 10-15% cho tất cả các loại sản phẩm, thậm chí có thời điểm

¹² Sơn.L D., *Đánh giá cạnh tranh của cao su trong khối ASEAN*, 2000

thấp hơn tới 20%. Thường giá trị cao su của Việt Nam cùng chủng loại và chất lượng nhưng thua hẳn giá tại NewYork từ 150-500 USD/tấn, ở Kualalumpur từ 100-250USD/tấn, tại Singapore từ 100-200 USD/tấn. Điều này cho thấy, các cơ sở xuất khẩu cao su còn thiếu các thông tin cập nhật về giá cả, thị trường bên ngoài do đó hay bị thua thiệt khi buôn bán, trao đổi với nước ngoài. Hơn nữa, khâu điều tiết hoạt động xuất khẩu còn chưa hiệu quả, còn thiếu tổ chức, tạo ra sự mất cân đối về tiến độ xuất khẩu và dễ bị bện hàng ép giá.

Bảng 2.7. Giá xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam so với các nước xuất khẩu khác trong khu vực

DVT: USD/tấn

Nước xuất khẩu	2000	2001	2002	2003
Thái Lan	697,2	658,6	441,1	1095,2
Indônêxia	587,8	541,4	436,7	899,8
Malaixia	692,6	605,3	305,8	1144,2
Việt Nam	317	316	597	872

Nguồn: IRSG - Rubber Statistical Bulletin, 2004.

ITC, International Trade Statistics

Cũng như các nông sản khác, giá xuất khẩu cao su tự nhiên sang các thị trường có độ chênh lệch cao. Tuy nhiên, sự khác biệt này chủ yếu phụ thuộc vào chủng loại cao su xuất khẩu, ít phụ thuộc vào sự khác biệt kênh phân phối như đối với các nông sản khác.

Bảng 2.8. Giá xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang các thị trường

DVT: USD/tấn

Xuất khẩu sang	Giá bq	Trung Quốc	Hàn Quốc	Đức	Hoa Kỳ
2003	872	786	822	989	885
2004	1162	1181	978	1120	1052

+ *Lợi thế so sánh hiển thị (RCA):*

Để đánh giá lợi thế so sánh của cao su xuất khẩu Việt Nam so với một số nước sản xuất và xuất khẩu chính như Thái Lan, Indônêxia ... có thể sử dụng chỉ số RCA- chỉ số lợi thế so sánh hiển thị. RCA là tỷ lệ giữa thị phần của một mặt hàng này của một nước trong xuất khẩu mặt hàng đó của thế giới với thị phần xuất khẩu hàng hoá của nước đó trong tổng xuất khẩu toàn thế giới. Chỉ số RCA phản ánh lợi thế cạnh tranh của một sản phẩm trong trạng thái tĩnh. Nếu $RCA > 1$ thì nước đó có lợi thế so sánh trong xuất khẩu sản phẩm đó, ngược lại nếu $RCA < 1$ thì chứng tỏ sản phẩm đó không có lợi thế cạnh tranh trong xuất khẩu.

Bảng dưới đây mô tả chỉ số RCA của Việt Nam, Thái Lan và Indônêxia và qua đó ta thấy được xu hướng biến đổi chỉ tiêu RCA của 3 nước này.

Bảng 2.9. Lợi thế so sánh hiển thị về xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam

Năm	Thị phần XK cao su của Việt Nam			Thị phần XK hàng hoá của Việt Nam			Chỉ số RCA của cao su Việt Nam
	XK cao su của VN (nghìn tấn)	XK cao su của thế giới (nghìn tấn)	Thị phần XK cao su của VN (%)	XK hàng hoá của Việt Nam (Tr.USD)	XK hàng hoá toàn thế giới (Tr.USD)	Thị phần XK hàng hoá của VN (%)	
Việt Nam							
1995	138,1	4510	3,06	5448,9	5103600	0,106	28,86
1998	191	4623	4,13	9360,3	5418100	0,173	23,87
2003	433	5720	7,60	20176	7015800	0,30	25,33
Thái Lan							
1995	1745	4510	38,69	56439	5103600	1,106	34,98
1998	1813	4623	39,21	54456	5418100	1,01	38,82
2003	2593	5720	45,33	80522	7015800	1,10	41,20
Indônêxia							
1995	1378	4510	30,75	45417	5103600	0,89	34,55
1998	1493	4623	32,29	48847	5418100	0,90	35,88
2003	1661	5720	29,03	60955	7015800	0,80	36,28

Nguồn: Kinh tế Việt Nam - Thế giới 2004 - 2005 và WTO, Staticstic, 2004, tính toán của BCN đề tài.

Như vậy, chỉ số lợi thế so sánh hiển thị của Việt Nam có xu hướng tăng giảm thất thường trong khi của Thái Lan và Indônêxia lại có xu hướng tăng lên.

1.3. Quản lý Nhà nước đối với hoạt động xuất khẩu cao su tự nhiên

*** Chính sách phát triển sản xuất**

- *Quyền sử dụng đất*: Luật đất đai sửa đổi (chính thức có hiệu lực ngày 1/7/2003) đã thể chế hoá và nới rộng quyền của người sử dụng đất. Đây là một chính sách khuyến khích người nông dân đầu tư vào sản xuất dài hạn, thay đổi cơ cấu cây trồng nhằm phát triển sản xuất hàng hoá một cách có hiệu quả.

Bằng việc khẳng định bằng pháp lý quyền của người sử dụng đất và giao quyền sử dụng đất lâu dài và ổn định cho người nông dân, Luật đất đai sửa đổi đã tạo động lực khuyến khích người nông dân chuyển đổi cơ cấu nông nghiệp, nông

thôn phát huy được lợi thế so sánh của từng vùng, từng miền nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu thị trường.

Chính sách giao quyền sử dụng đất canh tác lâu dài giúp người nông dân ổn định sản xuất, ổn định thâm canh cây trồng, đẩy mạnh việc chuyển dịch cơ cấu cây trồng hướng về xuất khẩu, phát huy được thế mạnh từng vùng gắn với thị trường, sử dụng nguồn lực một cách có hiệu quả hơn, phát huy được lợi thế so sánh nhờ quy mô đối với những nông sản xuất khẩu, trong đó có cao su tự nhiên. Chính sách đất đai còn có tác dụng thúc đẩy nhanh quá trình tích tụ và tập trung ruộng đất, thúc đẩy phát triển sản xuất theo hướng nông trại hàng hoá. Nhiều trang trại trồng cây công nghiệp dài ngày đã hình thành và phát triển. Nhờ chính sách này mà đã hình thành những trang trại trồng cao su ở vùng Đông Nam Bộ, Tây Nguyên cho một khối lượng lớn mủ cao su lớn thoả mãn nhu cầu tiêu thụ nội địa và phục vụ cho xuất khẩu.

Chủ trương phát triển các vùng cây công nghiệp tập trung theo hướng sản xuất hàng hoá, trong đó có cao su trong các Nghị quyết của Đảng, Chính phủ (Nghị quyết ĐH VIII, Quyết định của Chính phủ về phát triển kinh tế xã hội của các tỉnh vùng Tây Nguyên). Trong những năm qua, ngành cao su đã quán triệt và cơ bản thực hiện được những chủ trương, chính sách nói trên và đã đạt được những kết quả quan trọng, đã hình thành các vùng sản xuất tập trung theo hướng sản xuất hàng hoá, gắn sản xuất nguyên liệu với công nghiệp chế biến, phù hợp với điều kiện tự nhiên và lợi thế so sánh của từng vùng, địa phương, góp phần chuyển đổi cơ cấu kinh tế nông nghiệp và kinh tế nông thôn, xoá đói giảm nghèo, đặc biệt là vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc đặc biệt khó khăn.

Chủ trương đa dạng hoá thành phần kinh tế và khuyến khích kinh tế hộ nông dân phát triển đã đạt được những kết quả bước đầu quan trọng. Cơ cấu thành phần kinh tế trong sản xuất cao su đã có sự chuyển dịch theo hướng tăng dần tỷ trọng cao su tiểu điền và giảm dần tỷ trọng cao su quốc doanh. Nếu từ năm 1990 về trước, hầu như chỉ có cao su quốc doanh thì đến nay, cao su tiểu điền đã chiếm khoảng 30-35% tổng diện tích và 8-10% tổng sản lượng. Có thể nói trong 10 năm qua đã có sự phát triển khá nhanh của cao su tiểu điền và đây là sự phát triển đúng hướng theo đường lối, chủ trương của Đảng, Nhà nước.

Bên cạnh những tác động tích cực, việc triển khai Luật đất đai sửa đổi trên thực tế cũng còn nhiều hạn chế. Việc giao đất còn manh mún, phân tán đã gây ra không ít khó khăn cho quá trình tích tụ tập trung và mở rộng qui mô, đầu tư cho sản xuất theo yêu cầu của sản xuất hàng hoá. Mặt khác, thực tế việc thực hiện 7 quyền của Luật đất đai sửa đổi còn gặp khó khăn, việc theo dõi quản lý đất đai

đang phát sinh nhiều hiện tượng tiêu cực như chuyển đổi sai mục đích sử dụng làm hạn chế hiệu quả sử dụng đất đai, gây lãng phí nguồn lực trong nông nghiệp, nông thôn.

- *Quy hoạch phát triển ngành*: Cao su là cây trồng được Chính phủ Việt Nam đánh giá cao về tính bền vững, tính hiệu quả kinh tế và môi trường sinh thái, do đó trong những năm qua Chính phủ Việt Nam đã có những chính sách hỗ trợ đầu tư phát triển, theo đó:

Chính phủ hỗ trợ kinh phí đầu tư cho việc khảo sát, quy hoạch các vùng trồng cao su; Xây dựng tổng quan phát triển ngành cao su đến năm 2005 đạt diện tích 500.000 ha, sản lượng đạt 700.000 tấn. Trong đó, riêng Tổng công ty cao su trồng 400.000 ha.

Nhà nước cho phép phát triển cao su dưới nhiều hình thức đầu tư: Quốc doanh, liên doanh, liên kết, tư nhân, tiểu điền...

Các chính sách được ban hành trong Quyết định số 86/TTg ngày 5/2/1996 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Tổng quan phát triển ngành cao su Việt Nam từ 1996-2005; Quyết định số 656/TTg ngày 13/9/1996 của Thủ tướng chính phủ về phát triển kinh tế xã hội vùng Tây Nguyên 1996 - 2000 và 2010; Chiến lược phát triển giai đoạn 2001-2010 của Tổng công ty cao su Việt Nam được xây dựng trên quan điểm là tận dụng mọi nguồn lực, mọi thời cơ để phát triển với tốc độ tăng trưởng nhanh và bền vững, đầu tư phát triển kinh tế gắn liền với phát triển xã hội và hạ tầng kỹ thuật ở các vùng sản xuất.

- *Chính sách về giống*: Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Chương trình giống cây trồng, giống vật nuôi thời kỳ 2000 -2005 (QĐ số 225/ 1999/QĐ-TTg ngày 10/12/1999), khuyến khích các nhà đầu tư và các địa phương nhập giống, đồng thời Chính phủ cũng hỗ trợ một số địa phương và doanh nghiệp nhập giống cây trồng, vật nuôi có năng suất, chất lượng cao, khả năng chống bệnh tốt. Nhà nước hỗ trợ cho việc nhập giống mới có năng suất cao. Thành lập Viện Nghiên cứu cao su do Ngân sách nhà nước tài trợ kinh phí để nghiên cứu, lai tạo, thực nghiệm giống cao su đưa vào sản xuất, hỗ trợ kinh phí trong nghiên cứu quy trình công nghệ sản xuất cao su tự nhiên, nông hoá thổ nhưỡng, bảo vệ thực vật,...

Đối với các hộ gia đình trên địa bàn có trồng cây cao su được Nhà nước hỗ trợ kinh phí khuyến nông thông qua Ngân sách địa phương chi hàng năm khoảng 1 tỷ đồng để hỗ trợ về giống mới, nghiên cứu học tập phương pháp trồng, áp dụng kỹ thuật thâm canh và chăm sóc vườn cây cao su, kỹ thuật sơ chế mủ cao su

trong nhóm nông hộ,... Ngân sách nhà nước hỗ trợ một phần kinh phí đào tạo cán bộ quản lý, đào tạo công nhân và nâng cao tay nghề cho công nhân.

*** Chính sách tài chính, tín dụng:**

- Thực hiện việc miễn giảm thuế cho các doanh nghiệp cao su theo Luật khuyến khích đầu tư trong nước, hàng năm Nhà nước đã giải quyết miễn giảm thuế gần 200 tỷ, trong đó cho miễn, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp đối với các nhà máy công nghiệp chế biến gỗ cao su xuất khẩu và miễn, giảm thuế sử dụng đất nông nghiệp đối với một số diện tích trồng cây cao su.

- Nghị quyết số 09/2000/QĐ-TTg ngày 15/06/2000 của Chính phủ về “một số chính sách và biện pháp khuyến khích tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp” quy định ngoài diện miễn giảm theo chính sách đã ban hành, kể từ năm 2001, còn được xét miễn giảm khi gặp rủi ro về thị trường và giá cả, cắt giảm thuế đối với nhiều loại mặt hàng vật tư, phân bón, giống cây trồng khi thị trường những mặt hàng này có những biến động lớn bất lợi cho người nông dân. Cụ thể là nếu giá các loại phân bón trên thế giới tăng quá cao Chính phủ sẽ giảm thuế nhập khẩu phân bón xuống 0% để ổn định giá phân bón trong nước. Qua đó chi phí sản xuất cũng giảm nếu thị trường đầu vào cho sản xuất nông nghiệp có những biến động quá lớn.

Nghị Quyết 09/2000/QĐ-TTg chỉ đạo Bộ Tài chính, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Thủy sản và các Bộ, ngành có liên quan nghiên cứu xây dựng chính sách hỗ trợ đầu tư từ Quỹ hỗ trợ phát triển với các điều kiện và lãi suất ưu đãi đối với các dự án sản xuất nông nghiệp khó thu hồi vốn nhanh như cây lâu năm, chăn nuôi gia súc lớn, thủy sản và phát triển công nghiệp chế biến.

Nghị quyết 09 cũng chỉ đạo lập Quỹ bảo lãnh tín dụng để tạo điều kiện cho hộ nông dân, các chủ trang trại, các chủ doanh nghiệp vừa và nhỏ, các hợp tác xã vay đủ vốn phát triển sản xuất, kinh doanh trong điều kiện khó đảm bảo về thế chấp. Với việc thành lập các quỹ bảo lãnh tín dụng sẽ hỗ trợ người dân trong ngành tiếp cận với các nguồn vốn, các hoạt động tín dụng vốn được coi là xa với với người dân trước kia.

- Thị trường nông sản hàng hoá thường gặp rủi ro, ảnh hưởng đến lợi ích của nông dân và doanh nghiệp. Ngoài các chính sách tài trợ hiện hành thì Nhà nước khuyến khích lập Quỹ bảo hiểm xuất khẩu ngành hàng. Cao su tự nhiên là một trong những mặt hàng được khuyến khích lập quỹ bảo hiểm và được hỗ trợ ở mức cao vì đây là một ngành kinh doanh có mức độ rủi ro thị trường tương đối cao do giá cả cao su tự nhiên biến động thất thường.

Tuy nhiên, các hình thức bảo hiểm rủi ro đối với sản xuất nông nghiệp hiện còn rất hạn chế. Các hình thức mua bán hiện đại như thị trường triển hạn, kỳ hạn, quyền chọn, hay hoán đổi để sử dụng công cụ thị trường bảo hiểm cho người nông dân mới bắt đầu được quan tâm hình thành.

- Thông tư số 95/2004/TT-BTC ngày 11/10/2004 “Hướng dẫn một số chính sách hỗ trợ tài chính và ưu đãi về thuế phát triển vùng nguyên liệu và công nghiệp chế biến nông, lâm, thủy sản, muối” quy định:

+ Trên cơ sở vùng nguyên liệu và công nghiệp chế biến nông, lâm, thủy sản, muối đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương sẽ tạo điều kiện thuận lợi để các tổ chức, cá nhân thuộc mọi thành phần kinh tế được thuê đất hoặc thực hiện hợp đồng với nông dân đầu tư phát triển vùng nguyên liệu

+ Các cơ sở chế biến, tiêu thụ, xuất khẩu cao su sẽ được hỗ trợ ưu tiên sử dụng đất đai xây dựng các nhà máy chế biến, kho bãi, cơ sở bảo quản và vận chuyển hàng hoá được hưởng ưu đãi về giá thuê đất với mức giá thuê đất thấp nhất theo quy định của pháp luật hiện hành.

- Thông tư số 95/2004/TT-BTC cũng quy định các tổ chức, cá nhân thuê đất đầu tư phát triển vùng nguyên liệu được miễn, giảm thuế sử dụng đất nông nghiệp theo quy định tại Thông tư số 112/2003/TT-BTC ngày 19/11/2003 hướng dẫn việc miễn, giảm thuế sử dụng đất nông nghiệp từ năm 2003 đến năm 2010 theo Nghị định số 129/2003/NĐ-CP ngày 3/11/2003 của Chính phủ.

*** Chính sách đầu tư:**

Đầu tư cho tăng trưởng và phát triển kinh tế, đặc biệt đầu tư phát triển thị trường, đẩy mạnh xuất khẩu nông sản, trong đó có cao su là vấn đề quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế nhằm phát huy các lợi thế, nâng cao hiệu quả và sức cạnh tranh của sản phẩm cao su xuất khẩu trên thị trường thế giới, mở rộng thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên. Nhà nước đã chủ trương và có chính sách lớn về đầu tư phát triển thị trường và xuất khẩu cao su tự nhiên trong giai đoạn này là đầu tư phát triển thủy lợi, xây dựng cơ sở hạ tầng, đầu tư phát triển khoa học công nghệ, đầu tư cho các vùng sản xuất cao su tập trung phục vụ xuất khẩu, đầu tư cho hoạt động xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên. Tuy nhiên, chính sách đầu tư cho công nghệ chế biến cao su chưa thoả đáng nên chủ yếu vẫn chỉ xuất khẩu nguyên liệu thô, dẫn đến hiệu quả kém. Công nghệ chế biến còn chưa phù hợp, thiếu cơ cấu sản phẩm phù hợp với thị trường đa dạng hiện nay.

Vốn đầu tư cho sản xuất, chế biến, xuất khẩu cao su tự nhiên là rất lớn. Chính sách cho vay vốn đối với những doanh nghiệp sản xuất, chế biến cao su tự nhiên xuất khẩu đã tạo điều kiện cho các doanh nghiệp xuất khẩu có thêm nguồn vốn đầu tư ứng trước cho người sản xuất, đầu tư phát triển công nghệ chế biến nâng cao chất lượng sản phẩm. Chủ trương ưu tiên đầu tư bằng nguồn vốn vay tín dụng ưu đãi, vốn ODA cho phát triển cây công nghiệp dài ngày, trong đó có cao su từ trồng mới, chăm sóc đến chế biến là hoàn toàn đúng đắn và thực tế đã mang lại hiệu quả kinh tế, xã hội, môi trường rất lớn. Tuy nhiên, đối tượng được vay vốn tín dụng ưu đãi chưa bình đẳng giữa các thành phần kinh tế, chủ yếu là doanh nghiệp nhà nước, lãi suất cho vay có một số năm bị biến động và thời gian ân hạn và trả nợ quá ngắn, chưa phù hợp với chu kỳ sinh trưởng, phát triển của cây trồng.

Chủ trương ưu đãi sau đầu tư theo nghị định 51/1999/NĐ-CP của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Luật khuyến khích đầu tư trong nước (số 03/1998/QH 10) đang bắt đầu áp dụng đối với ngành cao su trong việc miễn giảm thuế sử dụng đất nông nghiệp và thuế thu nhập doanh nghiệp ... sẽ có tác dụng giảm chi phí sản xuất, tăng thu nhập thúc đẩy các ngành phát triển và hội nhập với khu vực và thế giới. Tuy nhiên, trong Nghị định quy định đối tượng được hưởng ưu đãi là doanh nghiệp nhà nước và công ty nên hộ nông dân - một đối tượng có số lượng lớn không được hưởng. Đây là một hạn chế cần được bổ sung, điều chỉnh để khuyến khích hộ nông dân phát triển sản xuất cây công nghiệp dài ngày nói chung và cao su nói riêng.

*** Chính sách phát triển thị trường:**

- *Chính sách khuyến khích tiêu thụ:* Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định của số 80/2002/QĐ-TTg ngày 24/6/2002 về chính sách khuyến khích tiêu thụ nông sản hàng hoá thông qua hợp đồng, theo đó Nhà nước khuyến khích các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế ký kết hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hoá (bao gồm nông sản, lâm sản, thủy sản và muối) với người sản xuất, hợp tác xã, hộ nông dân, trang trại, đại diện hộ nông dân) nhằm gắn sản xuất với chế biến và tiêu thụ nông sản hàng hoá để phát triển sản xuất ổn định và bền vững. Hợp đồng sau khi đã ký kết là cơ sở pháp lý để gắn trách nhiệm và nghĩa vụ của các bên, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp giữa người sản xuất nguyên liệu và các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh, chế biến và xuất khẩu theo các quy định của hợp đồng.

Nhà nước cũng hỗ trợ cho hoạt động đầu tư vào những vùng sản xuất nguyên liệu tập trung gắn với cơ sở chế biến, tiêu thụ nông sản hàng hoá có hợp

đồng tiêu thụ nông sản hàng hoá được ngân sách nhà nước hỗ trợ một phần về đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng (đường giao thông, thuỷ lợi, điện...), hệ thống chợ bán buôn, kho bảo quản, mạng lưới thông tin thị trường, các cơ sở kiểm định chất lượng nông sản hàng hoá. Cơ chế tài chính và hỗ trợ ngân sách thực hiện như quy định tại Điều 3 Quyết định số 132/2001/QĐ-TTg ngày 07 tháng 9 năm 2001 của Thủ tướng Chính phủ.

Mặt khác, người sản xuất, doanh nghiệp ký hợp đồng tiêu thụ nông sản có dự án sản xuất, chế biến hàng xuất khẩu được hưởng các hình thức đầu tư nhà nước từ Quỹ Hỗ trợ phát triển theo quy định tại Nghị định số 43/1999/NĐ-CP ngày 29 tháng 6 năm 1999 của Chính phủ về tín dụng đầu tư của Nhà nước và Quyết định số 02/2001/QĐ-TTg ngày 02/01/ 2001 của Thủ tướng Chính phủ.

Các doanh nghiệp ký kết hợp đồng tiêu thụ nông sản để xuất khẩu, có dự án sản xuất kinh doanh hàng xuất khẩu được vay vốn từ Quỹ Hỗ trợ xuất khẩu theo quy định tại Quyết định số 133/2001/QĐ-TTg ngày 10 tháng 9 năm 2001 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Quy chế Tín dụng hỗ trợ xuất khẩu. Các doanh nghiệp tiêu thụ nông sản mang tính thời vụ được vay vốn từ Quỹ Hỗ trợ xuất khẩu để mua nông sản hàng hoá theo hợp đồng và được áp dụng hình thức tín chấp hoặc thế chấp bằng tài sản hình thành từ vốn vay để vay vốn.

Chính sách khuyến khích các hình thức tiêu thụ đã phát huy tác dụng thúc đẩy liên kết giữa các đối tượng hoạt động trong ngành cao su. Tuy nhiên, mức độ liên kết cũng như điều phối giữa các đối tượng này còn thấp và thường tạo rủi ro cao cho cả người sản xuất và người buôn bán. Mặc dù đã có chế tài điều chỉnh những hành vi vi phạm hợp đồng này nhưng khả năng thực chưa cao. Mặt khác chính sách này chưa phát huy hiệu quả một phần cũng là do nhận thức của người dân còn thấp, một phần là do chúng ta vẫn chưa tìm được cơ chế phù hợp hơn với các điều kiện của Việt Nam hiện nay.

- Chính sách khuyến khích xuất khẩu

+ Ngày 19/9/1998, Chính phủ ban hành Quyết định số 178/1998/QĐ- TTg, về hỗ trợ lãi suất vay vốn ngân hàng đối với một số mặt hàng xuất khẩu. Thực hiện chủ trương của Chính phủ về khuyến khích xuất khẩu, góp phần hỗ trợ về vốn cho những doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh những mặt hàng xuất khẩu, Chính phủ cho vay với lãi suất thấp hơn 0,2%/tháng so với mức lãi suất cho vay xuất khẩu mà ngân hàng thương mại áp dụng.

+ Thực hiện chính sách mở cửa, thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên được mở rộng theo hướng đa phương hoá, đa dạng hoá. Bên cạnh hệ thống thị trường

xuất khẩu truyền thống, nhiều thị trường mới đã mở ra, đây là những thị trường tiềm năng cho ngành sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên. Để mở rộng thị trường xuất khẩu, Nhà nước đã thực hiện nhiều biện pháp nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu như thưởng xuất khẩu, hỗ trợ thông tin cho các doanh nghiệp tìm kiếm thị trường.

Thị trường tiêu thụ sản phẩm ngày càng được mở rộng và hội nhập với các nước khu vực và thế giới đã tạo thuận lợi bước đầu cho ngành trong sản xuất kinh doanh. Bên cạnh việc duy trì và phát triển quan hệ mậu dịch với các thị trường truyền thống, ngành cao su cũng tìm kiếm và mở mang thêm một số thị trường mới như Tây Âu, Bắc Mỹ, Đông Bắc Á, Nam Phi... Tuy nhiên, thị trường Trung Quốc vẫn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng lượng xuất khẩu cao su tự nhiên mỗi năm. Có thể nói, do chất lượng chưa phù hợp, mặt hàng chưa phong phú, chi phí sản xuất lớn nên khả năng cạnh tranh của sản phẩm chưa cao. Đó cũng là nguyên nhân làm cho thị trường tiêu thụ sản phẩm cao su tự nhiên vẫn còn khó khăn và hiệu quả sản xuất kinh doanh còn hạn chế.

- Hiện nay, Luật Thương mại đã được sửa đổi, những quy định mới đã được đưa vào Luật thương mại như quy định về sàn giao dịch hàng hoá... Với những quy định này, các hình thức trao đổi, buôn bán cao su tự nhiên hiệu quả hơn với thời gian ngắn hơn. Mặt khác, các giao dịch kỳ hạn cũng là cơ sở bảo hiểm rủi ro cho người sản xuất, giúp người sản xuất yên tâm hơn trong sản xuất vì họ có thể phân tán rủi ro trên thị trường.

+ Quyết định số 1116/QĐ-BTM ngày 9/9/2003 về quy chế thưởng xuất khẩu đối với phần kim ngạch xuất khẩu năm 2003 vượt so với năm 2002 áp dụng cho 13 mặt hàng và nhóm mặt hàng, trong đó có cao su tự nhiên.

+ Nhà nước đã ban hành nhiều chính sách phát triển thị trường nhằm khuyến khích mở rộng thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên. Nhiều chương trình xúc tiến thương mại đã được thực hiện

Ngày 22/10/2003, Bộ Thương mại đã ban hành Quyết định “Danh mục hàng hoá trọng điểm và Danh mục thị trường trọng điểm xúc tiến thương mại quốc gia năm 2004” trong đó quy định Các chương trình xúc tiến thương mại năm 2004 do các Bộ, cơ quan ngang Bộ, các Hiệp hội ngành hàng, các Tổng Công ty ngành hàng đề xuất, đáp ứng các quy định tại Quy chế xây dựng và quản lý Chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm quốc gia ban hành kèm theo Quyết định số 0104/2003/QĐ-BTM ngày 24/01/2003 của Bộ trưởng Bộ Thương mại và thuộc các danh mục hàng hoá trọng điểm, thị trường trọng điểm theo sẽ được Bộ

Thương mại ưu tiên hỗ trợ, trong đó có mặt hàng cao su tự nhiên. Cao su tự nhiên cũng là mặt hàng thuộc Danh mục mặt hàng trọng điểm của Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia năm 2005.

Tuy nhiên, các chương trình xúc tiến thương mại hiện nay vẫn chưa chú trọng vào phát triển thị trường phi truyền thống trong khi chính những thị trường này mới là những thị trường mà Nhà nước cần hỗ trợ xúc tiến thương mại để các doanh nghiệp có thể thâm nhập thị trường.

Tuy cơ chế quản lý hoạt động xuất - nhập khẩu có nhiều bước cải tiến, tạo môi trường thương mại thông thoáng, thúc đẩy hoạt động xuất- nhập khẩu song vẫn còn một số hạn chế sau:

- Cơ chế quản lý xuất - nhập khẩu chưa tác động tích cực đến việc hình thành kênh lưu thông xuất khẩu. Nhìn chung, các doanh nghiệp chưa quan tâm tới sự vận động của hàng hoá từ sản xuất đến xuất khẩu, qua đó chủ động tổ chức nguồn hàng, tổ chức bảo quản, chế biến, nâng cao giá trị hàng hoá của sản phẩm. Đồng thời thông qua đó đảm bảo lợi ích cho người sản xuất, người xuất khẩu.

- Còn thiếu những quy định về tổ chức liên kết trong hoạt động xuất khẩu nên còn tình trạng cạnh tranh không lành mạnh, ép cấp, ép giá, gây thiệt hại lợi ích kinh tế cho người kinh doanh, mất cơ hội xuất khẩu. Hiện nay các liên kết, điều phối theo ngành dọc của Việt Nam còn lỏng lẻo nên chưa khai thác được một các hiệu quả những lợi thế về sản xuất, chế biến và kinh doanh cao su trên thị trường hiện nay.

- Việc quản lý điều hành xuất - nhập khẩu còn hạn chế về hiệu quả, đặc biệt là việc quản lý hoạt động xuất khẩu qua các cửa khẩu. Hoạt động của hệ thống ngân hàng không khuyến khích xuất khẩu sang Trung Quốc. Hiện nay tại khu vực biên giới phía bắc, hoạt động xuất nhập khẩu cao su rất sôi động, tuy nhiên, các ngân hàng chỉ chấp nhận hình thức mở LC bằng đồng USD chứ không được dùng đồng Nhân dân tệ hay đồng Việt Nam, do đó gây khó khăn cho các doanh nghiệp trong quá trình xuất nhập khẩu mặt hàng này. Các quy định này cũng không khuyến khích các doanh nghiệp thực hiện hình thức xuất khẩu chính ngạch trong hoạt động buôn bán cao su với Trung Quốc - đối tác xuất nhập khẩu cao su lớn nhất của Việt Nam.

*** Chính sách hội nhập:**

Việt Nam là thành viên mới nhất gia nhập Hiệp hội Cao su quốc tế (ITRO), một tổ chức do Indonesia, Malaysia và Thái Lan thành lập vào 2001 để

quản lý việc sản xuất cao su trên thị trường thế giới. Sự gia nhập của Việt Nam sẽ giúp cho Hiệp hội trở thành một tổ chức cao su chính với khối lượng xuất khẩu trên 90% lượng cao su mua bán trên toàn thế giới. Việc tham gia của Việt Nam trong Hiệp hội này làm tăng khả năng điều tiết thị trường cao su thế giới trong những năm tới đây, đặc biệt là khả năng bình ổn giá cao su.

Nhờ chính sách hỗ trợ khuyến khích phát triển của Nhà nước, ngành cao su đã có sự tăng trưởng hàng năm khá cao cả về vốn đầu tư, diện tích vườn cây, sản lượng và xuất khẩu. Bên cạnh đó, việc phát triển ngành cao su góp phần xây dựng cơ sở hạ tầng kinh tế, tạo điều kiện hình thành một loạt các thị trấn trên các vùng kinh tế thuộc miền núi, vùng sâu, vùng xa, góp phần phát triển đô thị hoá. Đồng thời, góp phần vào việc thực hiện chương trình xoá đói giảm nghèo, giải quyết công ăn việc làm, nâng cao đời sống vật chất và tinh thần cho nhân dân ở các vùng sâu, vùng xa, phủ xanh đất trống đồi núi trọc, tạo cân bằng về mặt sinh thái, góp phần tốt trong việc bảo vệ môi trường tự nhiên.

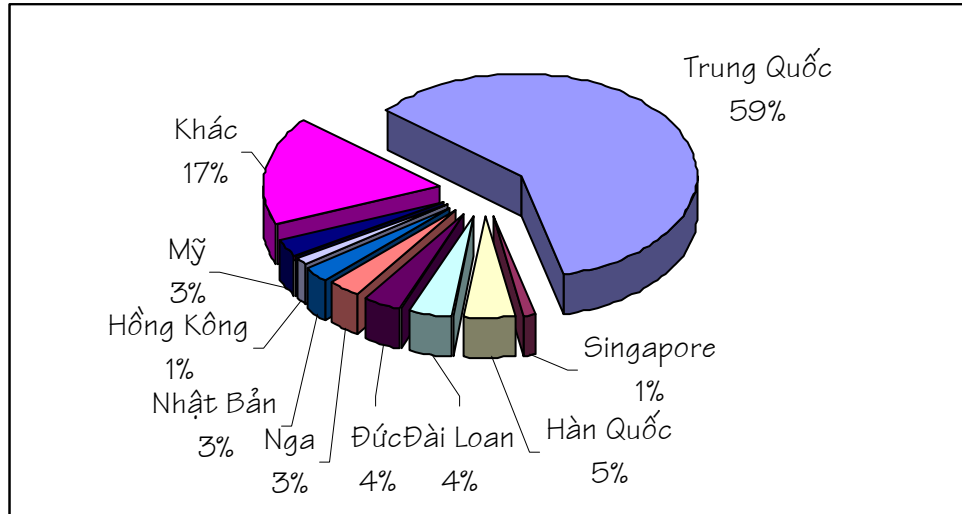
Tuy nhiên, trong lĩnh vực sản xuất - chế biến - lưu thông xuất khẩu cao su, Nhà nước, các Bộ, ngành có liên quan chưa tạo lập được cơ chế quản lý và chính sách kinh tế thực sự khuyến khích đối với người trồng và chế biến cao su như chính sách đầu tư vào lĩnh vực nghiên cứu khoa học; đầu tư cho công nghệ sau thu hoạch; chính sách khuyến khích về thuế; chính sách khuyến nông; chính sách bảo hiểm đối với lĩnh vực kinh doanh xuất khẩu cao su tự nhiên... Những chính sách đã ban hành chung trong lĩnh vực sản xuất - lưu thông xuất khẩu nông sản vẫn còn hạn chế ở nhiều khía cạnh, cần được bổ sung nhằm khuyến khích xuất khẩu cao su và nâng cao hiệu quả xuất khẩu.

2. THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU CAO SU TỰ NHIÊN CỦA VIỆT NAM SANG MỘT SỐ THỊ TRƯỜNG

Trước thập kỷ 90, cao su tự nhiên của Việt Nam chủ yếu được xuất khẩu sang thị trường Liên xô cũ và các nước Đông Âu. Từ năm 1990, các thị trường này có nhiều biến động lớn, nhất là từ năm 1991 khi Liên Xô tan rã thì khối lượng cao su tự nhiên xuất khẩu của Việt Nam sang khu vực này giảm xuống.

Trong những năm gần đây, Việt Nam đã tích cực tìm kiếm thị trường mới, tăng xuất khẩu cao su sang các nước châu Á, đặc biệt là Trung Quốc và Hàn Quốc. Do đó, thị trường xuất khẩu cao su của Việt Nam liên tục được mở rộng. Năm 2004, thị trường xuất khẩu được mở rộng ra hơn 80 nước, trong đó châu Á chiếm tới 75%, châu Âu chiếm 19%, còn lại là Bắc Mỹ, châu Phi và châu Đại Dương.

Đồ thị 2.1. Thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam 2004

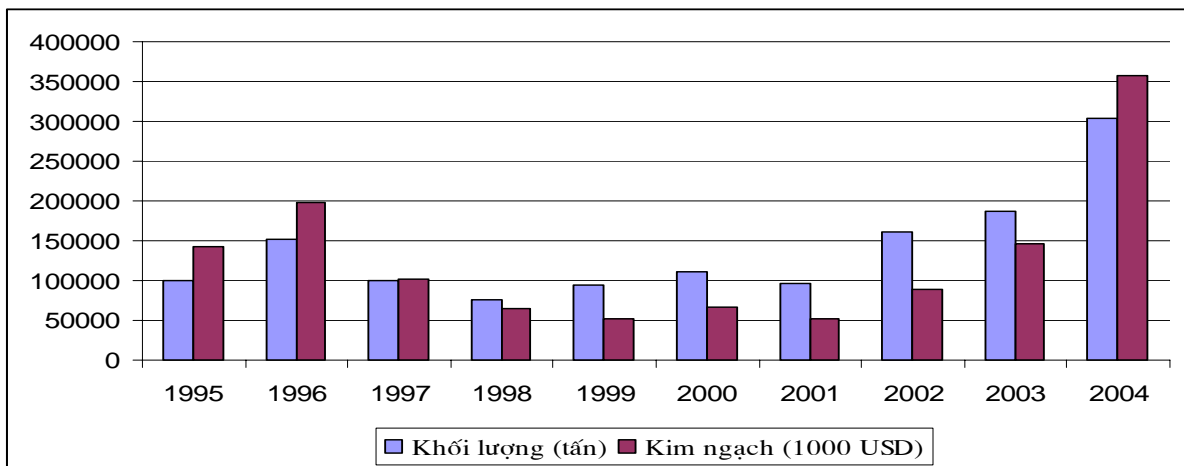


Nguồn: Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan

2.1. Thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên sang thị trường Trung Quốc

Với dân số khoảng 1,2 tỷ người, Trung Quốc là quốc gia sản xuất và tiêu thụ hàng nông sản lớn nhất thế giới. Nền kinh tế tăng trưởng mạnh cùng với việc Trung Quốc gia nhập WTO và cắt giảm các rào cản thuế quan và phi thuế quan đối với nhập khẩu nông sản nói chung và cao su tự nhiên nói riêng, nhập khẩu cao su tự nhiên vào thị trường Trung Quốc đã tăng nhanh trong những năm gần đây. Trung Quốc là thị trường xuất khẩu cao su lớn nhất của Việt Nam và từ năm 2003, Trung Quốc cũng đã trở thành nước nhập khẩu cao su tự nhiên lớn nhất thế giới.

Đồ thị 2.2. Xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang Trung Quốc



Trung Quốc nhập khẩu một khối lượng lớn cao su của Việt Nam là do cao su SVR3L, SVR5L - loại cao su chiếm tỷ trọng lớn trong tổng sản lượng cao su tự nhiên của Việt Nam - rất thích hợp cho việc sản xuất săm lốp cao su của các nhà máy chế biến cao su Trung Quốc.

Tuy nhiên, trong những năm trước, xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang Trung Quốc gặp nhiều khó khăn do chế độ quản lý nhập khẩu của Trung Quốc. Năm 2000 Trung Quốc cấp hạn ngạch chính ngạch 50.000 tấn nhưng các doanh nghiệp Việt Nam chỉ xuất khẩu được 10.000 tấn hay có những thời điểm vào giữa năm 2001 cao su Việt Nam bị tồn đọng hàng ngàn tấn tại cửa khẩu chỉ vì phía Trung Quốc tạm ngừng không cấp quota nhập khẩu cao su Việt Nam. Ngoài việc quản lý bằng hạn ngạch, Trung Quốc còn chỉ định 17 đầu mối nhập khẩu cao su. Lệ phí xin hạn ngạch nhập khẩu cao su Việt Nam của Trung Quốc rất cao, đối với cao su nhập khẩu chính ngạch càng cao hơn, bằng 166% so với nhập khẩu tiểu ngạch. Thuế nhập khẩu cao su (cả thuế GTGT) cũng tới 40%. Trong khi đó, phí hạn ngạch được cấp cho những doanh nghiệp Trung Quốc nhập khẩu cao su của Thái Lan, Malaysia, Indonesia chỉ bằng 60-65% so với lệ phí hạn ngạch nhập khẩu cao su của Việt Nam. Việc xuất khẩu cao su sang thị trường phía Bắc này cũng gặp nhiều khó khăn và rủi ro về thanh toán.

Bên cạnh đó, sự phụ thuộc ngày càng nhiều vào thị trường này khiến cho tiêu thụ cao su của các doanh nghiệp của ta trở nên bấp bênh bởi hầu hết các doanh nghiệp đều xuất khẩu cao su sang Trung Quốc theo hình thức biên mậu nên dễ bị ép giá hoặc không thanh toán được. Ngành cao su Việt Nam đang nỗ lực chuyển đổi cơ cấu sản phẩm và cơ cấu thị trường xuất khẩu. Vì vậy, mặc dù lượng xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang Trung Quốc tăng lên trong những năm qua nhưng tỷ trọng của Trung Quốc trong tổng kim ngạch xuất khẩu cao su Việt Nam có xu hướng giảm đi trong giai đoạn 1998 - 2002 và chỉ tăng lên từ năm 2003, khi Trung Quốc cắt giảm các rào cản đối với nhập khẩu cao su. Tuy nhiên, tỷ trọng của cao su tự nhiên Việt Nam trong tổng lượng nhập khẩu cao su của Trung Quốc vẫn có xu hướng giảm đi do Trung Quốc tăng nhập khẩu các sản phẩm cao su tự nhiên đã chế biến từ các nước như Hoa Kỳ, Nhật Bản và Mianma. Trong giai đoạn 1999- 2003, nhập khẩu cao su tự nhiên của Trung Quốc từ Hoa Kỳ đã tăng tới 194%, nhập khẩu từ Nhật Bản tăng 117%, nhập khẩu từ Mianma tăng 226% so với mức tăng nhập khẩu 41% từ Việt Nam và 35% từ Thái Lan.¹³

¹³ ITC, dựa trên số liệu thống kê của COMTRADE

Bảng 2.10 . Tỷ trọng xuất khẩu cao su của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Xuất khẩu cao su sang Trung Quốc (tấn)	100605	75640	94677	110648	96159	160709	187099	303521
Nhịp độ tăng (%)	-33,54	-24,81	25,17	16,87	-13,09	67,13	16,42	62,22
Tỷ trọng trong tổng xuất khẩu cao su của Việt Nam (%)	51,81	39,60	35,68	22,33	18,39	35,82	43,20	59,14
Tỷ trọng trong tổng NK cao su của Trung Quốc	23,0*			13,5	10,2	17,6	16,3	27,7

*Bình quân mỗi năm trong giai đoạn 1997 – 1999

Nguồn: số liệu thống kê xuất nhập khẩu của Tổng cục Hải quan

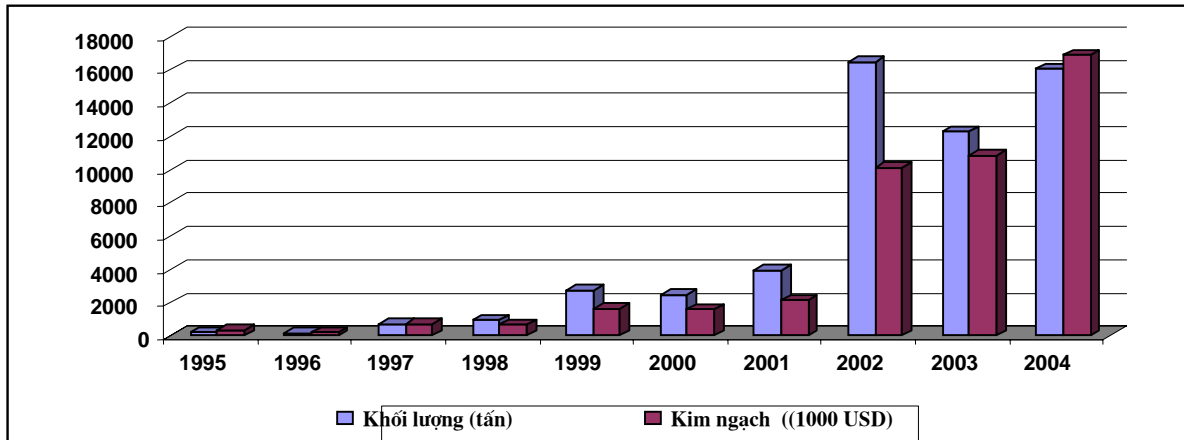
Từ năm 2004, Trung Quốc cũng bãi bỏ hạn ngạch đối với nhập khẩu cao su tự nhiên, chuyển sang quản lý bằng giấy phép nhập khẩu tự động. Mức thuế phổ thông đối với nhập khẩu cao su tự nhiên vào Trung Quốc là 40%, thuế MFN là 20%. Mức thuế tương ứng đối với nhập khẩu mủ cao su là 14% và 7,5%. Cao su tự nhiên của Việt Nam nhập khẩu vào Trung Quốc được áp dụng quy chế ưu đãi từ tháng 2/2002.

Về mặt địa lý, thị trường Trung Quốc thuận lợi hơn so với các thị trường khác trong việc vận chuyển cao su xuất khẩu. Khâu thanh toán thuận tiện hơn trước vì các ngân hàng thương mại Việt Nam đã mở quan hệ với các ngân hàng Trung Quốc để đưa dịch vụ thanh toán biên mậu vào hoạt động. Mủ cao su của Việt Nam có chất lượng và độ đàn hồi được nhiều nhà nhập khẩu Trung Quốc đánh giá cao. Những diễn biến thuận lợi trên thị trường đang mở ra triển vọng cho các nhà sản xuất cao su tự nhiên của Việt Nam đẩy mạnh sản xuất, xuất khẩu sang thị trường này. Tuy nhiên, thị trường Trung Quốc cũng là một thị trường có nhiều biến động. Diễn biến giá cả thất thường, chỉ cần có một tác động nhỏ về cơ chế, chính sách của phía Trung Quốc, ngay lập tức giá cao su cũng biến động theo. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp Việt Nam cần phải quan tâm, chú ý hơn đến các chính sách quản lý về thuế, các điều kiện rào cản kỹ thuật mà phía Trung Quốc có thể đưa ra trong hoạt động xuất khẩu nói chung và xuất khẩu cao su nói riêng để có những biện pháp điều chỉnh hoạt động một cách kịp thời, hiệu quả. Ngoài ra, các điều kiện về chất lượng sản phẩm, thời gian giao hàng... với đối tác cũng cần được quan tâm.

2.2. Thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên sang thị trường Hoa Kỳ

Xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang Hoa Kỳ đã tăng mạnh từ năm 2002, kể từ khi 2 nước ký kết Hiệp định thương mại song phương. Sau khi giảm nhẹ trong năm 2003 do nhu cầu tiêu thụ giảm tại thị trường Hoa Kỳ, xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ hồi phục trở lại trong năm 2004.

Đồ thị 2.3. Xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang Hoa Kỳ



Mặc dù còn khá nhỏ, tỷ trọng của Hoa Kỳ trong tổng lượng xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam có xu hướng tăng nhanh. Thị phần của Việt Nam trên thị trường cao su tự nhiên Hoa Kỳ cũng được cải thiện rõ rệt.

Bảng 2.11. Tỷ trọng xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Xuất khẩu cao su sang Hoa Kỳ (tấn)	723	938	2720	2438	3938	16485	12252	16058
Nhịp độ tăng (%)	435,56	29,74	189,98	-10,37	61,53	318,61	-25,68	31,06
Tỷ trọng trong tổng xuất khẩu cao su của Việt Nam (%)	0,37	0,49	1,03	0,49	0,75	3,67	2,83	3,13
Tỷ trọng trong tổng NK cao su của Hoa Kỳ (%)		0,13*		0,20	0,41	1,80	1,13	1,52

Bên cạnh đó, một lượng không nhỏ cao su tự nhiên của Việt Nam được xuất khẩu sang Hoa Kỳ qua các thị trường trung gian. Theo số liệu thống kê của Việt Nam, trong năm 2001, Việt Nam xuất sang Hoa Kỳ chỉ có gần 4.000 tấn cao su tự nhiên nhưng theo số liệu của Hải quan Hoa Kỳ là hơn 7.000 tấn. Theo Tổng công

ty cao su Việt Nam, trong năm 2003, thị trường Hoa Kỳ đã nhập khẩu khoảng 7.000 - 8.000 tấn mủ cao su của Tổng công ty nhưng hầu hết đều nhập thông qua các đối tác trung gian Singapore. Điều này cho thấy những thị trường như Singapore và các thị trường trung gian khác chiếm vai trò quan trọng trong việc xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ.

Theo kết quả khảo sát thực tế tại thị trường Hoa Kỳ của Tổng công ty cao su Việt Nam, thị trường Hoa Kỳ hiện đang có nhu cầu lớn về loại mủ cao su 3L chất lượng cao - loại sản phẩm chủ yếu của ngành cao su tự nhiên Việt Nam. Trong năm 2004, Hoa Kỳ đã nhập khẩu một khối lượng lớn mủ cao su loại 3L của Việt Nam, chủ yếu của Công ty cao su Đồng Nai. Theo thông tin từ phía thị trường Hoa Kỳ, hiện các nhà sản xuất tại thị trường này đang tìm mua loại cao su có độ sáng (loại 3L), nhu cầu khoảng 5-7% tổng nhu cầu tiêu thụ mủ cao su, tương đương 50.000 - 70.000 tấn. Các nhà nhập khẩu Hoa Kỳ cũng chấp nhận giao dịch theo phương thức T/T, chuyển tiền 100% trước khi nhận hàng một tuần, thay vì thanh toán theo phương thức mở L/C thông qua ngân hàng như vẫn thường giao dịch với những đối tác quan hệ lần đầu.

Tuy nhiên, xuất khẩu cao su của Việt Nam sang Hoa Kỳ vẫn gặp nhiều khó khăn. Môi trường cạnh tranh xuất khẩu vào Hoa Kỳ rất gay gắt trong khi Việt Nam mới chỉ thực sự thâm nhập thị trường Hoa Kỳ kể từ năm 2002 sau khi BTA có hiệu lực, trong khi đó các đối thủ cạnh tranh của ta đã có hệ thống bán hàng nhập khẩu và phân phối tại thị trường này từ rất lâu. Tuy BTA đã và đang phát huy hiệu quả, song Việt Nam vẫn đang đứng trước một số bất lợi về thâm nhập thị trường. Một là, Việt Nam vẫn chưa được hưởng mức thuế ưu đãi GSP của Hoa Kỳ dành cho các nước đang phát triển. Hiện nay, có khoảng 3.500 loại sản phẩm từ trên 140 nước và vùng lãnh thổ được hưởng GSP của Hoa Kỳ - tức là được nhập khẩu miễn thuế vào Hoa Kỳ, trong đó có cao su và sản phẩm cao su. Mặt khác, những nước được hưởng GSP là những nước đang phát triển. Phần lớn những nước này có cơ cấu hàng xuất khẩu tương tự như Việt Nam, trong đó có những đối thủ cạnh tranh chủ yếu về xuất khẩu cao su tự nhiên như Thái lan, Malaixia, Indônêsiá v.v..

Trong số 24 nước trong khu vực Lòg chảo Caribê được hưởng ưu đãi thương mại theo Luật Sáng kiến Khu vực Lòg chảo Caribê; 4 nước thuộc khu vực Ađean được hưởng ưu đãi thương mại theo Luật ưu đãi thương mại Ađean; gần 40 nước châu Phi được hưởng ưu đãi thương mại theo Luật Cơ hội cho Phát triển châu Phi cũng có những nước đang phát triển sản xuất và xuất khẩu cao su. Đa số các mặt hàng nhập khẩu từ những nước này vào Hoa Kỳ được miễn

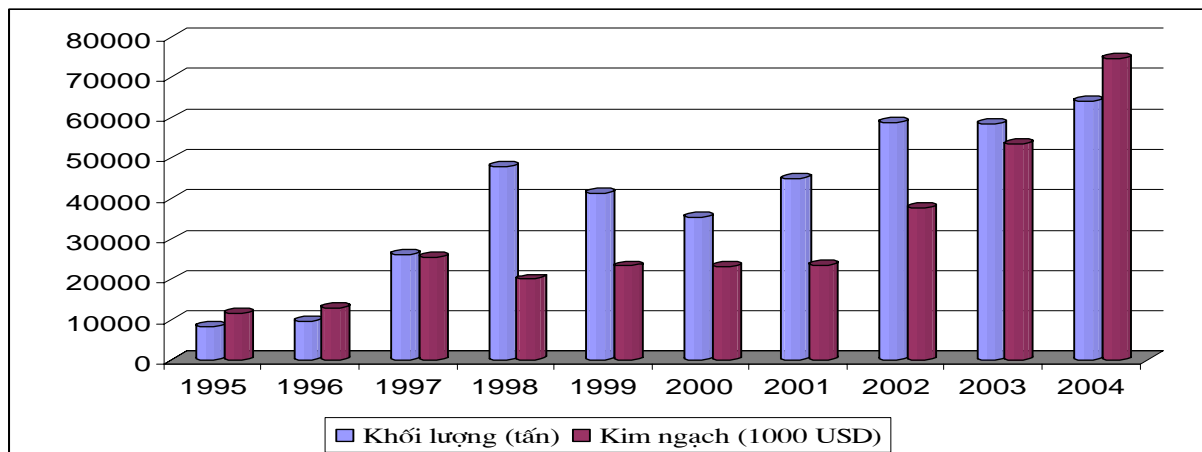
thuế hoặc được hưởng mức thuế thấp hơn mức thuế MFN rất nhiều. Những nước nói trên cũng là những nước có thể trở thành đối thủ cạnh tranh của Việt Nam trong những năm tới. Đối với Việt Nam, hiện tại các sản phẩm từ cao su Việt Nam xuất khẩu sang Hoa Kỳ vẫn chưa được hưởng mức thuế GSP, trong khi mức thuế MFN là khá cao, chẳng hạn băng tải các loại có mức thuế là 8%, trong khi đó thuế GSP là 0%. Đây là một khó khăn lớn đối với xuất khẩu các sản phẩm từ cao su vào thị trường đầy tiềm năng này.

Ngoài những lợi thế của ngành cao su cũng đang nổi lên vấn đề là năng lực cạnh tranh xuất khẩu của Việt Nam đang có xu hướng giảm đi so với những đối thủ cạnh tranh trong khu vực do chi phí xuất khẩu cao. Cước phí và thời gian vận tải hàng từ Việt Nam sang Hoa Kỳ thường cao hơn và lâu hơn so với từ các nước khác đến Hoa Kỳ (kể cả từ các nước xung quanh Việt Nam) do khoảng cách địa lý xa và chưa có tuyến vận tải biển trực tiếp giữa hai nước. Theo kết quả nghiên cứu về năng lực cạnh tranh của Việt Nam, cước phí vận tải biển từ Việt Nam sang Hoa Kỳ cao hơn các nước trong khu vực khoảng 15-20%. Chi phí vận tải và bốc xếp ở cảng Sài Gòn cao gấp đôi so với Băng Cốc... Môi trường đầu tư tại Việt Nam chưa thực sự hấp dẫn các nhà đầu tư Hoa Kỳ là những lý do các doanh nghiệp Hoa Kỳ chưa quan tâm đầu tư sản xuất tại Việt Nam để xuất khẩu trở lại Hoa Kỳ trong khi đã đầu tư vào nhiều doanh nghiệp cao su tại Thái Lan, Indônêxia, tạo điều kiện thuận lợi cho các nước này chuyển đổi cơ cấu sản phẩm phù hợp với những thay đổi của nhu cầu thị trường.

2.3. Thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên sang thị trường EU

Nhờ đẩy mạnh xúc tiến thương mại nên lượng cao su xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU đã tăng liên tục, từ 36.000 tấn vào năm 2000 lên 60.000 tấn vào năm 2003 và đạt trên 66.000 tấn trong năm 2004.

Đồ thị 2.4. Xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang EU



Tuy nhiên, lượng cao su xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU vẫn chỉ chiếm tỉ lệ thấp trong tổng lượng cao su nhập khẩu vào EU.

Bảng 2.12. Tỷ trọng xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang thị trường EU

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Xuất khẩu cao su sang EU (tấn)	26927	48091	41625	36246	45191	61246	60027	66050
Nhịp độ tăng (%)	-	78,59	-13,45	-12,93	24,67	35,53	-2,00	10,03
Trong đó: Đức	13580	30254	15330	12628	16701	14380	17937	18.408
Pháp	4659	8187	10393	8139	9077	8331	7600	9.053
Hà Lan	2688	4771	4762	3746	3361	4171	2809	3.210
Bỉ	552	464	2656	3140	5297	9527	11191	13.764
Tỷ trọng trong tổng nhập khẩu cao su của EU (%)	13,86	25,17	15,68	7,3	8,6	13,65	13,85	12,86

Nguyên nhân chính là do chủng loại cao su xuất khẩu của Việt Nam chưa đáp ứng được tiêu chuẩn và nhu cầu của các nước EU. Để khắc phục tình trạng này, Tổng Công ty cao su Việt Nam đã thiết lập được quan hệ hợp tác với một số khách hàng ở Pháp và Đức để hỗ trợ cho ngành cao su Việt Nam trong việc chuyển đổi sản xuất các chủng loại cao su cho phù hợp với nhu cầu của thị trường EU.

Mặc dù EU không áp dụng rào cản đặc biệt nào đối với nhập khẩu cao su tự nhiên ngoài những tiêu chuẩn chung đối với sản phẩm cao su, xuất khẩu cao su tự nhiên sang EU phải tuân thủ các quy định chung về môi trường. Theo thông báo của Hiệp hội Thương mại cao su châu Âu gửi cho Hiệp hội cao su Việt Nam, kể từ ngày 01/03/2005, bao bì gỗ cho cao su xuất sang các nước thuộc Liên minh châu Âu phải đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế về vệ sinh thực vật (ISPM 15) như sau:

- Tất cả bao bì gỗ phải được đóng dấu xác nhận đã khử trùng bằng biện pháp xông hơi khử trùng bằng Methyl Bromide hoặc sấy nóng đến bên trong gỗ ở nhiệt độ 56 độ C trong hơn 30 phút. Việc đóng dấu hay cấp giấy chứng nhận khử trùng phải do cơ quan của nhà nước có thẩm quyền.

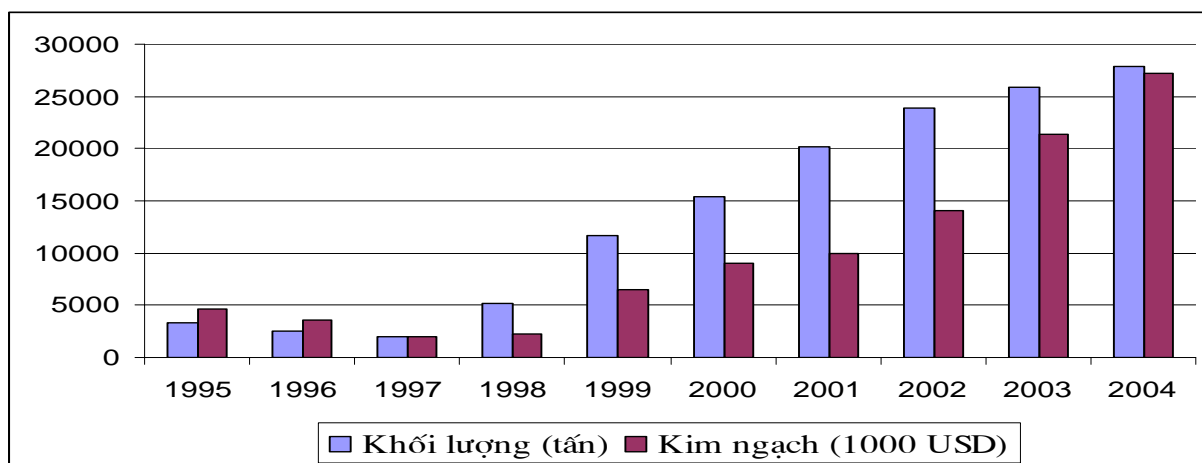
- Việc xử lý bao bì gỗ phải được thực hiện tại các nước xuất khẩu và chi phí xử lý khử trùng được tính vào giá bán đối với các hợp đồng ký sau 01 tháng 02, không được tính là chi phí tăng thêm ngoài giá bán. Đối với hợp đồng đã ký trước ngày 01/02/2005, chi phí khử trùng nếu hợp lý sẽ do 2 bên mua và bán chia đều.

- Nếu việc xử lý bao bì gỗ không đúng quy định hoặc không có đóng dấu chứng tỏ đã xử lý theo ISPM 15, các nhà nhập khẩu hoặc người có thẩm quyền tại nước nhập khẩu sẽ thực hiện khử trùng và người xuất hàng phải chịu chi phí này.

2.4. Thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên sang thị trường Hàn Quốc

Xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang Hàn Quốc đã tăng mạnh trong những năm gần đây với lượng xuất khẩu đạt 27,8 ngàn tấn trong năm 2004, tăng gần gấp đôi so với năm 2000.

Đồ thị 2.5. Xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang Hàn Quốc



Trong năm 2004, Hàn Quốc đã trở thành thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên lớn thứ hai của Việt Nam, chỉ sau thị trường Trung Quốc. Tỷ trọng cao su xuất khẩu sang Hàn Quốc trong tổng kim ngạch xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam có xu hướng tăng ổn định trong những năm qua. Thị phần của cao su tự nhiên Việt Nam trên thị trường Hàn Quốc cũng tăng từ 2,3% trong giai đoạn 1997 - 1999 lên 8,5% trong năm 2004.

Thuế nhập khẩu cao su tự nhiên của Hàn Quốc khá thấp – 1% đối với các loại cao su thuộc HS 411010, 400121, 400122, 400129 và 2% với HS 400130.

Bảng 2.13. Tỷ trọng xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang thị trường Hàn Quốc

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Xuất khẩu cao su sang Hàn Quốc (tấn)	1929	5162	11677	15351	20228	23957	25883	27815
Nhịp độ tăng (%)		167,60	126,21	31,46	31,77	18,43	8,04	7,46
Tỷ trọng trong tổng xuất khẩu cao su của Việt Nam (%)	0,99	2,70	4,40	3,10	3,87	5,34	5,98	5,42
Tỷ trọng trong tổng nhập khẩu cao su của Hàn Quốc (%)		2,05*		4,6	6,1	7,4	7,8	8,5

3. ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU CAO SU TỰ NHIÊN CỦA VIỆT NAM

3.1. Những kết quả đạt được chủ yếu

Trên cơ sở phân tích thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam thời gian qua, có thể rút ra một số kết quả đạt được chủ yếu như sau:

- Kim ngạch xuất khẩu cao su tự nhiên đã tăng từ 190,5 triệu USD năm 1997 lên 578,8 triệu USD năm 2004, góp phần đáng kể vào tăng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Trên thị trường thế giới, xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam đã chiếm khoảng 10% trong tổng khối lượng xuất khẩu của thế giới, đưa Việt Nam trở thành nước đứng thứ tư thế giới về xuất khẩu cao su tự nhiên.

- Cơ cấu sản phẩm cao su tự nhiên xuất khẩu đã có sự thay đổi khá phù hợp với nhu cầu thị trường thế giới. Trước đây, sản phẩm xuất khẩu chính của Việt Nam là dưới dạng SVR 3L (vì trước đây, Việt Nam là một thành viên của khối SEV nên các sản phẩm cao su xuất khẩu của Việt Nam được sản xuất để đáp ứng nhu cầu của các nước XHCN ở Đông Âu). Việt Nam đã tích cực chuyển đổi cơ cấu, đa dạng hoá sản phẩm cho phù hợp với thị trường các nước tiêu thụ chủ yếu.

- Cơ cấu thị trường xuất khẩu đã được đa dạng hoá. Nếu như năm 1996, cao su Việt Nam mới được xuất khẩu sang 19 nước và vùng lãnh thổ thì đến năm 2004 đã xuất khẩu được sang 82 thị trường, từ chỗ cao su Việt Nam chỉ được xuất khẩu sang thị trường châu Á, châu Âu thì đến năm 2004 đã vươn tới cả thị trường Hoa Kỳ, Nam Phi và châu Đại dương.

- Giá xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam đã tăng đáng kể, từ mức bình quân 317 USD/tấn năm 2000 lên 872 USD/tấn năm 2004.

3.2. Hạn chế và nguyên nhân:

- Nhu cầu sử dụng mủ cao su trong nước có xu hướng tăng cùng với sự phát triển của công nghiệp chế biến trong nước nhưng tốc độ tăng trưởng khá hạn chế. Vì vậy, tiêu thụ cao su tự nhiên của Việt Nam vẫn chủ yếu phụ thuộc vào xuất khẩu và biến động của thị trường thế giới.

- Giá xuất khẩu cao su còn thấp so với các nước từ 200 – 300 USD/tấn, đặc biệt là các nước sản xuất và xuất khẩu chủ yếu như Thái Lan, Ấn Độ. Điều này chứng tỏ chất lượng cao su của Việt Nam còn thấp hơn thế giới mà nguyên nhân chính là do khâu chế biến còn kém hiệu quả.

Cơ cấu sản phẩm xuất khẩu cao su của Việt Nam còn bất hợp lý, chưa phù hợp với nhu cầu của thị trường thế giới. Tỷ trọng mủ cấp thấp (SVR 3L, 5L) chiếm tới 70% tổng sản lượng mủ, trong khi thị trường loại này rất hạn chế và dễ bị bão hoà khi có nhiều nguồn cung cấp. Do đó, khả năng tiêu thụ là rất khó khăn và giá lại thấp.

- Mặc dù có những kết quả đáng khích lệ nhưng tỷ trọng của Việt Nam trên thị trường thế giới cũng như trên các thị trường nhập khẩu và tiêu thụ chính vẫn còn thấp. Sức cạnh tranh của cao su tự nhiên Việt Nam còn hạn chế và có xu hướng giảm tương đối so với các nước trong khu vực, một phần do cơ cấu sản phẩm chưa thích hợp, một phần do chi phí xuất khẩu cao.

- Thị trường xuất khẩu cao su của Việt Nam mặc dù đã được đa dạng hoá nhưng cho đến nay vẫn không ổn định, còn lệ thuộc nhiều vào một số thị trường, đặc biệt là thị trường Trung Quốc. Các thị trường mới mở như thị trường Hoa Kỳ, Nhật Bản, một số nước Tây Âu... đã góp phần làm đa dạng hoá cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam nhưng tỷ trọng cao su xuất khẩu sang các thị trường này vẫn còn thấp.

- Cơ sở hạ tầng của các khu vực trồng cao su còn yếu kém, điều kiện vận chuyển, dự trữ sản phẩm rất hạn chế, làm giảm hiệu quả sản xuất/xuất khẩu và tăng giá thành sản phẩm. Năng suất cao su của nước ta còn thấp so với các nước trong khu vực và trên thế giới.

- Công nghiệp chế biến sản phẩm cao su trong nước phát triển chậm, phải xuất khẩu nguyên liệu thô, hiệu quả thấp. Khả năng chuyển đổi cơ cấu sản phẩm để phù hợp với nhu cầu của các thị trường nhập khẩu còn thấp. Chưa có chính sách

thu hút đầu tư thích hợp vào công nghiệp chế biến sản phẩm cao su nhằm tăng sử dụng nguyên liệu mủ khô sơ chế, giảm xuất khẩu nguyên liệu thô.

- Nhà nước chưa quan tâm giúp đỡ khu vực tiểu điền để tăng năng suất và chất lượng cao su cũng như chưa quan tâm đúng mức đến phát triển công nghiệp sản xuất các sản phẩm cao su để tăng giá trị xuất khẩu và giảm tỷ lệ xuất khẩu nguyên liệu thô.

3.3. Những vấn đề đặt ra cần giải quyết:

Chúng ta có thể khẳng định rằng, cao su là cây công nghiệp có nhiều triển vọng phát triển vì nhu cầu cao su làm nguyên liệu trong nước và xuất khẩu ngày một tăng và ngành sản xuất cao su thiên nhiên hiện vẫn là một trong những ngành mũi nhọn của nông nghiệp Việt Nam. Tuy nhiên, trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế và tiến tới gia nhập WTO, ngành cao su cũng còn nhiều vấn đề cần giải quyết. Vấn đề bao trùm lên tất cả là làm thế nào để phát triển sản xuất và xuất khẩu một cách bền vững, có hiệu quả từ khâu sản xuất đến khâu tiêu thụ cuối cùng nhằm khai thác triệt để các lợi thế về đất đai, khí hậu, lao động, thúc đẩy nhanh tốc độ phát triển của ngành công nghiệp sản xuất các sản phẩm từ mủ cao su và gỗ cao su. Theo hướng đó, ngành cao su cần giải quyết được một số vấn đề cơ bản đặt ra sau đây:

Về công tác quy hoạch phát triển:

Trong thời gian qua, do công tác quy hoạch chưa được chuẩn bị kỹ lưỡng, chỉ chú ý đến phát triển theo chiều rộng nên đã bố trí một số diện tích cây cao su không phù hợp với điều kiện thổ nhưỡng làm ảnh hưởng đến sinh trưởng và phát triển của cây cao su, giảm sản lượng mủ khai thác, gây hậu quả không tốt đến sản xuất và xuất khẩu. Ngoài ra, vườn cây cao su chưa được thâm canh đúng quy trình ngay từ đầu đã dẫn tới việc kéo dài thời gian kiến thiết cơ bản, số cây đủ tiêu chuẩn cho mủ đạt tỉ lệ thấp.

Về vấn đề tổ chức quản lý:

Thời gian qua, ngành cao su Việt Nam ở trong tình trạng không có sự quản lý thống nhất của một cơ quan chức năng nào nên hiện tượng phát triển sản xuất một cách tự phát, tranh mua, tranh bán mủ và các loại gỗ cao su diễn ra khá phổ biến, làm giảm hiệu quả xuất khẩu cao su tự nhiên nói chung. Kinh nghiệm của các nước sản xuất và xuất khẩu cao su chủ yếu trên thế giới cho thấy, họ có một tổ chức có chức năng quản lý thống nhất toàn ngành và tổ chức này thực hiện các chức năng quản lý, điều tiết, phổ biến các chính sách của Nhà nước đối với ngành cao su.

Hiện nay Hiệp hội cao su Việt Nam đã được thành lập để giúp đỡ và bảo vệ quyền lợi cho những người sản xuất cao su. Tuy nhiên, các nhà sản xuất sẫm lốp và các nhà sản xuất đồ gỗ từ cao su lại không thuộc Hiệp hội cao su Việt Nam và còn chưa có sự gắn bó với các nhà sản xuất cao su để cùng nhau phát triển. Đây cũng là một trong những vấn đề bất cập cần phải giải quyết.

Về vấn đề tạo nguồn hàng, mặt hàng cho xuất khẩu:

Nguồn hàng xuất khẩu của Việt Nam hiện được tạo từ hai nguồn: (1) sản xuất trong nước và (2) tạm nhập khẩu để tái xuất (chủ yếu nhập từ Campuchia, Lào). Vấn đề đặt ra chính là đối với nguồn hàng sản xuất trong nước là còn nhiều yếu kém, từ khâu trồng trọt, áp dụng tiến bộ kỹ thuật nhằm rút ngắn thời gian kiến thiết cơ bản, tăng năng suất và chất lượng sản phẩm đến công nghiệp chế biến cao su nguyên liệu. Hiện tại, năng suất cao su Việt Nam còn thấp so với các nước trong khu vực, công nghệ thiết bị lạc hậu, thiếu các thiết bị công nghệ tiên tiến, hiện đại (như máy ép tiêm, máy ép chân không, máy ly tâm) nên cơ cấu chủng loại cao su còn hạn chế, chất lượng thấp, vì vậy xuất khẩu với giá thấp hơn nhiều so với các nước khác. Đồng thời các ngành công nghiệp sản xuất các sản phẩm từ cao su nguyên liệu lại chưa phát triển nên việc xuất khẩu chủ yếu là cao su nguyên liệu. Đây cũng là những vấn đề cần giải quyết nhằm tăng kim ngạch và hiệu quả của xuất khẩu cao su tự nhiên.

Về vấn đề thị trường xuất khẩu:

Cao su tự nhiên của Việt Nam được sản xuất chủ yếu để xuất khẩu và chúng ta đang xuất khẩu cái mà chúng ta có chứ không phải cái mà thị trường cần. Phần lớn cao su tự nhiên được xuất khẩu sang Trung Quốc là cao su nguyên liệu có phẩm cấp thấp hoặc là mủ cao su sống. Một nghịch lý là trong khi sản lượng cao su có giới hạn, lao động khá dồi dào và phần lớn diện tích cao su đang khai thác được tập trung vào một số khu vực mà chúng ta lại phải xuất khẩu mủ cao su sống và mủ kém chất lượng (trong khi đó nếu cạo mủ đúng quy trình và chế biến tốt thì chất lượng cao su tự nhiên của Việt Nam không thua kém so với các nước trong khu vực. Mặt khác, xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc lại chủ yếu là xuất khẩu tiểu ngạch. Do vậy, cần phải tiếp tục mở rộng thị trường xuất khẩu sang các nước và khu vực khác để nâng cao giá trị và phát triển xuất khẩu bền vững. Muốn vậy phải giải quyết hàng loạt vấn đề có liên quan như vốn, công nghệ, nguồn nhân lực và giải pháp cụ thể cho từng loại thị trường.

CHƯƠNG 3

MỘT SỐ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU NHẪM PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU CAO SU TỰ NHIÊN CỦA VIỆT NAM

1. TRIỂN VỌNG THỊ TRƯỜNG CAO SU TỰ NHIÊN THẾ GIỚI VÀ KHẢ NĂNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM

1.1. Triển vọng thị trường cao su tự nhiên thế giới

** Dự báo cung cầu cao su tự nhiên thế giới thời kỳ đến năm 2010*

Dự báo sản xuất:

Căn cứ vào tốc độ tăng trưởng sản lượng, xu hướng đầu tư của các nước sản xuất chính vào ngành cao su và dự báo của Tổ chức nông lương quốc tế (FAO), sản lượng cao su tự nhiên toàn cầu dự báo sẽ tăng từ 8,4 triệu tấn năm 2004 lên 8,96 triệu tấn năm 2010 với tốc độ tăng trưởng 1,3%/năm trong giai đoạn 2004 - 2010 so với tốc độ tăng trưởng bình quân 4,25%/năm của giai đoạn 2000 - 2004.

Châu Á vẫn tiếp tục là khu vực sản xuất cao su tự nhiên lớn nhất thế giới tuy tốc độ tăng sản lượng ở hầu hết các nước châu Á đều có xu hướng giảm xuống, trừ Việt Nam. Sản lượng của Thái Lan ít có khả năng tăng lên do diện tích trồng mới giảm đi trong khi nhiều vườn cao su cũ đã đến thời hạn thanh lý. Tuy nhiên, Thái Lan vẫn là nước cung cấp cao su lớn nhất thế giới với sản lượng dự báo sẽ đạt 2,89 triệu tấn vào năm 2010. Sản lượng của Indônêxia dự báo sẽ tăng 1,5%/năm, lên 1,95 triệu tấn vào năm 2010 trong khi sản lượng của Malaixia sẽ giảm đi do Malaixia chủ trương chuyển sang trồng cọ dầu - loại cây mang lại hiệu quả kinh tế cao hơn. Sản lượng của Trung Quốc và Ấn Độ dự báo sẽ chỉ tăng nhẹ do những khó khăn trong mở rộng đất trồng cao su. Trong khi đó, diện tích cao su được trồng mới còn có khả năng tăng lên, tuy không nhiều nhưng một số diện tích trồng cao su được đưa vào khai thác cũng như chương trình cải thiện giống cao su sẽ giúp Việt Nam tăng mạnh sản lượng trong những năm tới.

Tốc độ tăng sản lượng trong những năm tới sẽ chủ yếu phụ thuộc vào các nước châu Phi và Mỹ La tinh. Dự báo tốc độ tăng sản lượng của các nước châu Phi sẽ đạt 2,2%/năm so với 1,8%/năm của thập kỷ trước, và tốc độ tăng sản lượng của các nước Mỹ Latinh sẽ đạt khoảng 5%/năm so với 8%/năm của thập kỷ trước.

Bảng 3.1. Dự báo sản xuất cao su tự nhiên thế giới đến năm 2010*ĐVT: 1000 tấn*

	2000	2004	2010	% tăng bình quân	
				2000-2004	2004-2010
Thế giới	6810	8401	8960	4,25	1,3
Thái Lan	2346	2866	2880	4,10	0,1
Indônêxia	1556	1786	1950	2,80	1,5
Malaixia	615	1247	950	15,10	-4,4
Ấn Độ	629	724	790	2,90	1,5
Trung Quốc	445	483	500	1,65	0,8
Việt Nam	291	400	650	6,65	8,4
Các nước khác	928	895	1240	-	5,5

*Nguồn: FAO Agricultural Commodity Projections to 2010**Dự báo tiêu thụ:*

Nhu cầu cao su tự nhiên toàn cầu dự báo sẽ đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 1,35%/năm trong giai đoạn 2004 - 2010 so với tốc độ tăng trưởng 4,2%/năm trong giai đoạn 2000 - 2004.

Bảng 3.2. Dự báo tiêu thụ cao su tự nhiên thế giới đến năm 2010*ĐVT: 1000 tấn*

	2000	2004	2010	% tăng bình quân	
				2000-2004	2004-2010
Thế giới	6660	8180	8865	4,20	1,35
Trung Quốc	1080	1595	2150	8,10	5,1
Hoa Kỳ	1193	1085	1125	-1,90	0,6
Nhật Bản	752	787	745	1,20	-0,9
Ấn Độ	637	760	835	3,55	1,6
Malaixia	474	415	417	-2,70	0,1
Hàn Quốc	331	342	385	1,15	2,0
Đức	209	255	250	4,10	-0,3
Các nước khác	1984	2941	2958	8,2	0,1

Nguồn: FAO Agricultural Commodity Projections to 2010

Trung Quốc vẫn là nước có tốc độ tăng trưởng nhu cầu tiêu thụ cao su tự nhiên cao nhất trong những năm tới với tốc độ tăng trưởng bình quân 5,1%/năm, lên 2,15 triệu tấn vào năm 2010 do tốc độ tăng trưởng cao của nền kinh tế và sự phát triển nhanh chóng của ngành sản xuất xe hơi. Nhu cầu của Ấn Độ và Hàn

Quốc - 2 nước tiêu thụ chính trong khu vực - dự báo sẽ tăng khoảng 1,6%/năm và 2%/năm, đạt mức tương ứng 0,835 triệu tấn và 0,385 triệu tấn. Nhìn chung, nhu cầu có xu hướng tăng lên ở hầu hết các nước châu Á, trừ Nhật Bản.

Nhu cầu tiêu thụ của Hoa Kỳ dự báo cũng sẽ chỉ tăng nhẹ trong những năm tới sau khi đã giảm đi trong giai đoạn 2000 - 2004, chủ yếu do một số nhà sản xuất sẽ chuyển sang dùng cao su tự nhiên khi giá cao su tổng hợp tăng quá cao. Nhu cầu cũng giảm đi ở hầu hết các nước sản xuất xe hơi chính của EU - Đức, Pháp, Italia và Anh. Nhu cầu tiêu thụ của Nhật Bản dự báo cũng giảm đi gần 1%/năm.

Như vậy, nhu cầu tiêu thụ của các nước châu Á vẫn là động lực chủ yếu của ngành cao su trong những năm tới.

*** Dự báo triển vọng xuất nhập khẩu cao su tự nhiên thế giới đến năm 2010:**

- *Dự báo xuất khẩu:*

Trong thời gian qua, xuất khẩu đã tăng với tốc độ chậm hơn tốc độ tăng sản lượng. Trong khi sản lượng đạt mức tăng trưởng 4,25%/năm, xuất khẩu chỉ tăng 2,15%/năm do nhu cầu tiêu thụ giảm đi tại các nước phát triển nhập khẩu trong khi lại tăng lên ở các nước sản xuất. Bên cạnh đó, trong khi xuất khẩu của các nước xuất khẩu mới tăng mạnh thì xuất khẩu của nước xuất khẩu truyền thống - Malaixia - lại giảm đi.

Trong những năm tới, xuất khẩu cao su tự nhiên toàn cầu dự báo sẽ tăng 1,3%/năm, đạt 6,455 triệu tấn vào năm 2010.

Bảng 3.3. Dự báo xuất khẩu cao su tự nhiên thế giới đến năm 2010

ĐVT: 1000 tấn

Năm	2000	2004	2010	% tăng bình quân	
				2000-2004	2004 -2010
Thế giới	5347	5975	6455	2,15	1,3
Thái Lan	2166	2553	2630	3,35	0,5
Indônêxia	1380	1668	1820	3,85	1,5
Malaixia	977	824	645	-3,45	-4,0
Việt Nam	495	513	700	1,25	5,5
Các nước khác	329	417	660	4,75	7,9

Nguồn: FAO Agricultural Commodity Projections to 2010

Xuất khẩu của Indônêxia dự báo sẽ tăng 1,5%/năm, đạt 1,82 triệu tấn vào năm 2010. Xuất khẩu của Việt Nam sẽ đạt mức tăng 5,5%/năm, đạt 0,7 triệu tấn vào năm 2010. Xuất khẩu của Thái Lan ít thay đổi so với hiện tại do sản lượng tăng chậm trong khi nhu cầu tiêu thụ nội địa tăng nhưng Thái Lan vẫn là nước xuất khẩu cao su chủ yếu với lượng xuất khẩu 2,63 triệu tấn trong năm 2010. Trong khi đó, xuất khẩu của Malaixia giảm khoảng 4%/năm, chỉ còn khoảng 0,645 triệu tấn vào năm 2010. Các nước châu Phi và Mỹ Latinh dự báo sẽ là khu vực có tốc độ tăng trưởng sản lượng cao nhất trong những năm tới.

- Dự báo nhập khẩu:

Nhu cầu tiêu thụ tăng mạnh trong khi sản lượng khó có khả năng tăng lên sẽ buộc Trung Quốc phải tăng nhập khẩu cao su tự nhiên trong những năm tới. Trung Quốc cũng là nước đi tiên phong trong việc chuyển sang dùng cao su tự nhiên thay thế cho cao su tổng hợp trong sản xuất lốp xe hơi. Nhập khẩu của Trung Quốc dự báo sẽ tăng 8%/năm, đạt 1,73 triệu tấn vào năm 2010. Nhu cầu nhập khẩu cao su tự nhiên của các nước nhập khẩu truyền thống ở Tây Âu và Bắc Mỹ ít thay đổi do tốc độ tăng tiêu thụ giảm. Tuy nhiên, nhu cầu nhập khẩu có khả năng tăng mạnh ở các nước Đông Âu và các nước CISs cùng với sự phục hồi kinh tế của các khu vực này.

Bảng 3.4. Dự báo nhập khẩu cao su thế giới đến năm 2010

ĐVT: 1000 tấn

	2000	2005	2010	% tăng bình quân	
				2000-2004	2004 -2010
Thế giới	5347	5975	6455	2,15	1,3
Trung Quốc	820	1092	1730	5,9	8,0
Hoa Kỳ	1192	1054	1085	-5,0	0,5
Nhật Bản	802	761	760	-1,3	0,0
Hàn Quốc	331	328	430	-0,1	2,5
Đức	250	213	250	-3,2	0,5
Pháp	309	249	265	-4,4	1,0
Các nước khác	1064	1141	1930	1,5	9,1

Nguồn: FAO Agricultural Commodity Projections to 2010

** Dự báo xu hướng giá cả:*

Những diễn biến về thị trường cao su từ cuối năm 2004 đến nay và triển vọng cung cầu trong những năm tới cho thấy giá cao su có thể giữ vững trong thời gian tới do nguồn cung tiếp tục tăng chậm hơn nhu cầu tiêu thụ. Tuy nhiên,

giá cao su tự nhiên sẽ tăng hay giảm còn phụ thuộc vào sự biến động của các nhân tố chủ yếu như sau:

- Thứ nhất, do tình hình kinh tế thế giới luôn có những biến động, nếu tăng trưởng kinh tế được ổn định trong khoảng thời gian dài thì nhu cầu tiêu thụ ô tô các loại sẽ tăng và nhu cầu tiêu thụ cao su tự nhiên tiếp tục tăng khiến cho cầu vượt cung và giá cả sẽ tăng.

- Thứ hai, giá dầu mỏ vẫn có biến động theo xu hướng tăng khiến cho giá cao su tổng hợp cũng tăng theo, buộc các nhà sản xuất các sản phẩm từ cao su phải chuyển sang sử dụng cao su tự nhiên làm cho cầu thị trường đối với cao su tự nhiên tăng vượt so với cung, điều này cũng kích thích việc tăng giá cao su tự nhiên trong thời gian tới.

- Thứ ba, giá cao su có thể biến động lên xuống theo chu kỳ sinh trưởng và lấy mủ. Khi mà phần lớn diện tích cao su đều vào thời kỳ thu hoạch với sản lượng và năng suất cao nhất thì cung sẽ tăng nhanh trong ngắn hạn và khi đó giá cao su trên thị trường thế giới sẽ giảm.

- Thứ tư, giá cao su sẽ lên xuống thất thường trong ngắn hạn do yếu tố thời tiết, mưa nhiều sẽ gây ảnh hưởng đến việc lấy mủ làm cho sản lượng giảm xuống và giá cả sẽ tăng lên.

- Thứ năm, thị trường cao su tự nhiên trên thế giới được giao dịch mua bán bằng nhiều loại tiền khác nhau. Sự thay đổi tỷ giá giữa các loại đồng tiền cũng tác động đến giá cả cao su trên thế giới.

- Thứ sáu, giá cả cao su tự nhiên trên thị trường thế giới còn phụ thuộc vào sự hợp tác điều tiết sản lượng sản xuất và xuất khẩu. Các nước xuất khẩu chủ yếu nếu có sự hợp tác chặt chẽ với nhau thì có thể ổn định được giá xuất khẩu theo hướng có lợi cho các nhà sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên.

Theo dự báo của Ngân hàng thế giới (WB), trong ngắn hạn giá cao su tự nhiên vẫn sẽ đứng ở mức cao do nhu cầu tiêu thụ tăng cao ở Trung Quốc, Hoa Kỳ, Nhật Bản và Ấn Độ, trong khi sản lượng cao su của Thái Lan (nước xuất khẩu cao su tự nhiên lớn nhất thế giới) giảm còn 2,97 triệu tấn so với 3,02 triệu tấn của năm 2004. Tuy nhiên, trong dài hạn thì giá cao su tự nhiên sẽ giảm. Cụ thể là loại cao su RSS1 hiện đang ở mức 969 USD/tấn sẽ giảm xuống còn 862 USD/tấn vào năm 2010 và tiếp tục giảm xuống còn 846 USD/tấn vào năm 2015.

1.2. Khả năng sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam

* Dự báo sản xuất cao su tự nhiên thời kỳ đến năm 2010:

Theo mục tiêu chiến lược đến năm 2010 phải phát triển 700.000 ha cao su trong cả nước, trong đó ưu tiên phát triển cao su tiểu điền, phân bố như sau: Đông Nam bộ: 300.000 ha; Tây Nguyên: 330.000 ha; Duyên hải Nam Trung bộ: 28.000 ha; Duyên hải Bắc Trung bộ: 42.000 ha. Trong số đó, diện tích cao su của các doanh nghiệp quốc doanh là 250.000-300.000 ha, của tư nhân và tiểu điền là 350.000 ha, và của xí nghiệp liên doanh là 50.000-100.000 ha.

Diện tích cây cao su hiện có là 450.900 ha, nhiều nhất ở Đông Nam bộ 305.400 ha, ở Tây Nguyên 104.400 ha, Duyên hải Nam Trung bộ 35.900 ha và Duyên hải Bắc Trung bộ 5.200 ha. Hai nhóm đất chính được sử dụng để trồng cao su là đất đỏ vàng 373.400 ha, kể đến là đất xám và bạc màu 77.500 ha. Theo các chuyên gia ngành cao su, quỹ đất thích hợp cho cây cao su không còn nhiều và hầu hết là trên vùng ít thuận lợi. Theo khảo sát, tại miền Đông Nam bộ có thể phát triển thêm 50.000 ha cao su, và ở Tây Nguyên, Duyên hải miền Trung là 100.000 ha. Như vậy, đến năm 2010, diện tích cao su của Việt Nam có thể sẽ chỉ đạt khoảng 600.000 ha, tức là từ nay tới năm 2010 phải phát triển thêm 150.000 ha, bình quân mỗi năm là 30.000 ha. Để khắc phục những khó khăn về đất đai, từ năm 2005, Tổng công ty Cao su Việt Nam đã triển khai dự án trồng 50.000 ha cao su tại tỉnh Champasak (Lào).

Bảng 3.5. Dự báo triển vọng ngành cao su Việt Nam đến 2010

	2000	2004	2010	Tốc độ tăng trưởng (%)	
				2000-04	2005-2010
Diện tích (1.000ha)	412,0	451,0	600,0	1,8	1,95
Sản lượng (1.000 tấn)	290,8	400,1	800,0	6,5	12,25
Lượng xuất khẩu (1000 tấn)	495,4	513,2	640	1,35	3,7
Kim ngạch xuất khẩu (1000 USD)	156841	596877	780000	30,75	4,5

Nguồn: Niên giám thống kê 2004;

Dự báo của Tổng công ty cao su Việt Nam.

Trong những năm tới, Việt Nam vẫn định hướng phát triển với hướng chính là đầu tư thâm canh. Tiếp tục thanh lý các diện tích cao su già cỗi, kém hiệu quả. Tích cực thâm canh tăng năng suất lên 2 tấn/ha, sản lượng mủ khô đạt 800 ngàn tấn, trong đó xuất khẩu khoảng 640 ngàn tấn. Với xu hướng giá cả tăng

lên trong những năm tới, kim ngạch xuất khẩu năm 2010 có thể đạt 780 triệu USD.

Cùng với việc đầu tư thâm canh chăm sóc, cần có biện pháp đầu tư mới nhà máy và đổi mới công nghệ chế biến cao su. Đầu tư tăng thêm 140 ngàn tấn công suất để đảm bảo chế biến hết số mủ cao su nguyên liệu, giảm tỷ trọng mủ sơ chế từ 70% xuống còn khoảng 55 - 60%, đồng thời tăng tỷ lệ mủ chế biến tinh từ 12% lên 70% vào năm 2010. Đối với cao su của khu vực quốc doanh, sẽ cải tạo và tăng công suất chế biến loại mủ SVR 10, 20, mủ kem và giảm mủ cấp cao. Khu vực cao su tiểu điền cần trang bị dây chuyền chế biến quy mô nhỏ và chế biến 100% loại mủ cấp thấp cho hộ gia đình và các tổ hợp tác.

Cơ cấu thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên đến năm 2010 dự báo như sau - thị trường Trung Quốc sẽ khoảng 40%, Singapore: 20%, EU: 15%; Malaysia: 6%; Đài Loan: 5%; Hàn Quốc: 4%; Hồng Kông: 3%, Nhật Bản: 2%; Liên bang Nga: 2%, các thị trường khác chiếm 8%.

Có thể khẳng định rằng phương án trên là có tính khả thi thấp vì những khó khăn về mở rộng diện tích trồng mới cây cao su, cũng như những khó khăn về nguồn vốn và nhất là chưa đáp ứng được yêu cầu về phát triển bền vững sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam trong thời gian tới. Vì vậy, ngày 8/7/2005, Bộ Thương mại đã tổ chức Hội nghị chuyên đề về xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam với sự tham gia của Hiệp hội cao su Việt Nam, các địa phương có diện tích trồng cao su, các doanh nghiệp sản xuất và chế biến cao su, các nhà sản xuất săm lốp ô tô...***Tại Hội nghị, các chuyên gia về lĩnh vực sản xuất và chế biến cao su đã đi tới thống nhất phương án như sau:***

- Tận dụng triệt để diện tích thích hợp (khoảng 50000 ha) để trồng cao su; đưa diện tích trồng cao su của cả nước lên 500 000 ha và ổn định ở mức này để thâm canh tăng năng suất, đưa năng suất bình quân của cả nước lên 2 tấn/ha.

- Với khoảng 400 000 ha cao su khai thác thường xuyên sẽ có sản lượng khai thác là 800 000 tấn/năm: trong đó sẽ xuất khẩu khoảng 400 000 tấn, kim ngạch đạt trên 500 triệu USD/ năm.

- Tăng cường đầu tư nâng cao năng lực chế biến mủ ly tâm (latex) đưa sản lượng lên khoảng 300 000 tấn/năm. Tăng cường đầu tư nâng cao năng lực chế biến cao su kỹ thuật SVR 20, cao su tờ RSS và giảm tỷ lệ chế biến các loại cao su SVRL xuống còn 30%.

- Đầu tư phát triển công nghiệp sản xuất các loại săm lốp, các sản phẩm cao su kỹ thuật như ống cao su, băng tải..., các sản phẩm từ latex như các loại cao su cho ngành y tế. Mục tiêu chung của lĩnh vực này là đáp ứng nhu cầu nội địa và xuất khẩu với kim ngạch 500 triệu USD/năm.

- Tăng cường năng lực xử lý gỗ cao su, đầu tư công nghệ và thiết bị phù hợp để chế biến hết khoảng 500 000 đến 1 000 000 mét khối gỗ. Mục tiêu đặt ra là xuất khẩu đồ gỗ cao su với kim ngạch khoảng 500 000 triệu USD vào năm 2010.

2. MỤC TIÊU VÀ QUAN ĐIỂM PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU CAO SU TỰ NHIÊN

2.1. Các mục tiêu tổng quát và mục tiêu cụ thể về xuất khẩu cao su tự nhiên

Mục tiêu bao trùm đối với xuất khẩu cao su Việt Nam từ nay đến năm 2010 là tăng trưởng xuất khẩu một cách bền vững, hạn chế tăng trưởng xuất khẩu về số lượng và giữ ở mức 450 - 500 nghìn tấn/năm, tăng giá trị và kim ngạch xuất khẩu để đến năm 2010 kim ngạch xuất khẩu đạt từ 500 - 600 triệu USD. Chuyển dịch từ định hướng sản xuất xuất khẩu cao su nguyên liệu là chính sang định hướng ưu tiên sản xuất, xuất khẩu các sản phẩm công nghiệp cao su, nâng cao hiệu quả của ngành cao su theo hướng tận dụng các loại gỗ cao su để sản xuất đồ gỗ xuất khẩu.

Với định hướng như trên, kim ngạch xuất khẩu cao su nguyên liệu sẽ là 500 - 600 triệu USD, các sản phẩm cao su công nghiệp sẽ là 500 triệu USD, đồ gỗ cao su khoảng 500 triệu USD vào năm 2010. Những năm từ 2011 đến 2020 sẽ tiếp tục giảm xuất khẩu cao su nguyên liệu và tập trung chủ yếu vào xuất khẩu các sản phẩm cao su công nghiệp.

Mục tiêu cụ thể đối với xuất khẩu cao su nguyên liệu là đến năm 2010 đạt kim ngạch xuất khẩu 500 - 600 triệu USD, trong đó giảm xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc đối với các mặt hàng mũ đồng, mũ sừng, tăng xuất khẩu vào các thị trường Hoa Kỳ, EU, Hàn Quốc, Đài Loan, Nhật Bản, Singapore... đối với các mặt hàng cao su RSS, SVR20 và cao su latex. Cơ cấu thị trường xuất khẩu dự kiến như sau: Trung Quốc 30 - 40%; Hoa Kỳ 10 - 15%; Nhật Bản 10 - 15%; Hàn Quốc 8 - 10%; Đài Loan 8 - 10%; EU 8 - 10%; Thị trường khác 20 - 25%.

Do mua bán cao su tự nhiên trên thế giới chủ yếu diễn ra tại các thị trường kỳ hạn và là các hợp đồng giao sau; tại một số thị trường kỳ hạn ở Nhật Bản (Tocom, Osaka), Singapore(Sicom) đã có mặt đại diện của 3 Công ty lớn nhất thế giới là Bridgestone, Goodyear, Michelin và 3 Công ty lớp cỡ trung bình là Continental, Pirelli, Yokohama.

Để xuất khẩu cao su thiên nhiên một cách có hiệu quả thì các doanh nghiệp cần quan hệ để xuất khẩu trực tiếp cho các nhà sản xuất lớn chủ yếu trên thế giới. Đồng thời, cần tập trung bán cho các nhà nhập khẩu lớn để giữ ổn định về giá cả và thị trường.

2.2. Một số quan điểm chủ yếu nhằm phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam

Từ các dự báo về tình hình thị trường thế giới đối với cao su tự nhiên và trên cơ sở các mục tiêu đã được xác lập, quan điểm chủ yếu về phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam được xác định là:

Quan điểm 1: Phải nâng cao nhận thức và thực hiện một cách nhất quán mục tiêu quy hoạch diện tích trồng cây cao su, duy trì khối lượng xuất khẩu nguyên liệu cao su tự nhiên ở mức độ hợp lý.

Trong điều kiện diện tích đất canh tác nông nghiệp có hạn, diện tích cây cao su hiện có của Việt Nam còn một tỷ lệ khá lớn cây cao su giống cũ năng suất thấp và cây cao su già đã hết thời kỳ lấy mủ cần phải thanh lý. Chu kỳ sinh trưởng của cây cao su chỉ có 20 - 25 năm, trong đó chỉ có khoảng 20 năm khai thác mủ cho hiệu quả kinh tế cao nhất. Như vậy, để ổn định diện tích khai thác là 400.000 ha thì phải duy trì diện tích quy hoạch quỹ đất cho trồng cây cao su khoảng 550.000 ha ở trong nước, số còn lại phải bằng cách đầu tư ra nước ngoài chứ không nên mở rộng ra các vùng có điều kiện thổ nhưỡng không thuận lợi cũng như không nên thay thế cây trồng khác bằng cây cao su. Hiện tại, xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam đang có thuận lợi về giá vì giá thị trường thế giới đang đứng ở mức cao. Nếu không quán triệt đầy đủ quan điểm này mà cứ mở rộng diện tích quy hoạch hoặc để cho việc trồng cây cao su phát triển tự phát như những cây trồng khác thì dù có tăng khối lượng cao su nguyên liệu xuất khẩu nhưng hiệu quả xuất khẩu sẽ giảm và sẽ là một sự tăng trưởng không bền vững.

Quan điểm 2: Phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên theo chiều sâu, tăng kim ngạch xuất khẩu cao su theo hướng nâng cao chất lượng để nâng giá trị xuất khẩu trên một đơn vị sản phẩm.

Theo đánh giá của nhiều chuyên gia, cao su tự nhiên của Việt Nam xuất khẩu có chất lượng kém hơn khá nhiều so với các nước trong khu vực, vì vậy giá bán thường thấp hơn. Việt Nam xuất khẩu khoảng 400 - 500 nghìn tấn cao su mỗi năm, nếu tăng giá trị cho mỗi tấn sản phẩm khoảng 20 USD thì chúng ta đã nâng kim ngạch xuất khẩu cao su tự nhiên lên hàng trăm triệu USD mỗi năm. Cao su xuất khẩu của Việt Nam có chất lượng thấp chủ yếu là cao su tiểu điền và cao su của các doanh nghiệp nhỏ do điều kiện thu hoạch không tập trung và công nghệ chế biến lạc hậu. Từ nhận định trên, chúng tôi cho rằng cần quán triệt quan điểm tăng kim ngạch xuất khẩu cao su tự nhiên theo hướng nâng cao chất lượng để tăng kim ngạch.

Quan điểm 3: Thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu mặt hàng và thị trường xuất khẩu cao su, tăng kim ngạch xuất khẩu cao su tự nhiên theo hướng chuyển dịch cơ cấu mặt hàng và thị trường xuất khẩu

Hiện nay, cao su tự nhiên của Việt Nam chủ yếu được xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc vì cơ cấu chủng loại cao su xuất khẩu chỉ có thể xuất khẩu sang thị trường này. Tuy nhiên, xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc thường không có giá cao hơn so với các thị trường khác nên đã hạn chế đến việc tăng trưởng kim ngạch. Vì vậy, một trong những quan điểm về tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam là phải chuyển dịch cơ cấu mặt hàng và thị trường xuất khẩu, đó là việc tăng tỷ trọng các loại mủ cao su kỹ thuật và latex để xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ, EU và các thị trường khác. Muốn vậy, cần phải sự đầu tư về máy móc, thiết bị và công nghệ để chế biến được các loại cao su theo yêu cầu của các thị trường này.

Quan điểm 4: Kết hợp chặt chẽ giữa khu vực thượng nguồn và hạ nguồn, tăng kim ngạch xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam theo hướng tăng xuất khẩu các sản phẩm từ cao su tự nhiên và đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm đồ gỗ từ gỗ cao su.

Quan điểm này đòi hỏi phải giữ ổn định và tiến tới giảm khối lượng cao su nguyên liệu xuất khẩu, tăng đầu tư cho ngành công nghiệp chế biến các sản phẩm từ cao su để xuất khẩu, đặc biệt là các ngành công nghiệp sản xuất săm lốp xe, băng truyền và cao su phục vụ cho ngành y tế. Đồng thời, tận dụng gỗ cao su (kể cả cành và ngọn) để sản xuất đồ gỗ, ván ép ... phục vụ cho tiêu dùng trong nước và xuất khẩu. Đây là vấn đề có tính chiến lược lâu dài nhưng cũng phải được sớm triển khai ngay trong thực tiễn để tăng trưởng nhanh và bền vững đối với xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam.

Quan điểm 5: Phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam phải dựa trên cơ sở tăng cường định hướng của Nhà nước, phát huy tốt vai trò của Hiệp hội cùng với sự hoạt động có hiệu quả của các doanh nghiệp trong ngành cao su

Để ngành công nghiệp cao su nước ta có thể phát triển xuất khẩu nhanh và bền vững thì phải có sự gắn kết giữa người trồng trọt, khai thác, chế biến cao su với các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu trong một thể gắn bó, hỗ trợ lẫn nhau dưới sự định hướng và hướng dẫn của Nhà nước. Nhà nước định hướng chiến lược, xây dựng quy hoạch và hỗ trợ để các hiệp hội và doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu cao su có hiệu quả. Khuyến khích tất cả các thành phần kinh tế và các chủ thể kinh doanh... tham gia vào việc mở rộng và phát triển thị trường xuất khẩu cao su với mức độ, quy mô và hình thức khác nhau. Các doanh nghiệp vừa cạnh tranh lại vừa liên kết và hợp tác với nhau trong Hiệp hội ngành hàng và dưới sự quản lý của Nhà nước. Có như vậy mới có thể đẩy mạnh xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam theo hướng nhanh và bền vững.

3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN VÀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ XUẤT KHẨU CAO SU TỰ NHIÊN CỦA VIỆT NAM

3.1. Các giải pháp chung

Tại Hội nghị xuất khẩu cao su năm 2005, các chuyên gia đã đưa ra 10 giải pháp để phát triển ngành cao su đến năm 2010 như sau:

(1) Giao Tổng công ty Cao su Việt Nam trồng tập trung cao su diện tích 50.000 ha đất thích hợp để tận dụng năng lực về vốn và kỹ thuật của Tổng công ty, sau đó có thể chuyển nhượng lại cho các thành phần kinh tế khác có nhu cầu.

(2) Tăng cường đầu tư nghiên cứu khoa học trong các lĩnh vực giống, kỹ thuật trồng, cạo mủ và chế biến cao su nguyên liệu với sự đầu tư kinh phí của Nhà nước. Chính phủ cần thành lập Viện Nghiên cứu cao su trên cơ sở Viện cao su thuộc Tổng công ty cao su Việt Nam để phục vụ yêu cầu nghiên cứu và phổ biến giống cao su, kỹ thuật cạo mủ, kỹ thuật chế biến cao su nguyên liệu.

(3) Đẩy nhanh tiến độ cổ phần hoá các công ty cao su thuộc sở hữu Nhà nước để tạo điều kiện thu hút vốn của các thành phần kinh tế khác tham gia vào khu vực thượng nguồn cung cấp nguyên liệu cao su và tạo điều kiện để các công ty cao su đầu tư vốn vào các cơ sở sản xuất sản phẩm công nghiệp cao su, chế

biến gỗ ở khu vực hạ nguồn, tạo ra sự liên kết chặt chẽ giữa 2 khu vực trong từng đơn vị kinh tế.

(4) Nhà nước hỗ trợ tài chính cho các xí nghiệp chế biến cao su nguyên liệu trong khâu nghiên cứu và các biện pháp xử lý nước thải nhằm bảo vệ môi trường. Đồng thời, quản lý chặt chẽ chất lượng sản phẩm cao su nguyên liệu do các xí nghiệp chế biến sản xuất ra.

(5) Khuyến khích thu hút đầu tư trong và ngoài nước vào khu vực sản xuất các sản phẩm công nghiệp cao su, đặc biệt là các sản phẩm latex. Đưa ngành công nghiệp này vào danh mục ưu đãi đầu tư.

(6) Có chính sách khuyến khích phát triển sản xuất các loại nguyên phụ liệu cho ngành công nghiệp sản xuất các sản phẩm cao su trong nước để giảm lệ thuộc vào nhập khẩu từ nước ngoài .

(7) Tăng cường đào tạo nguồn nhân lực cho ngành cao su. Bộ Lao động & TBXH cần bố trí kinh phí đào tạo công nhân kỹ thuật cho ngành cao su, trước hết là công nhân sản xuất các sản phẩm công nghiệp cao su, công nhân chế biến gỗ.

(8) Xây dựng Trung tâm giao dịch cao su theo mô hình Malaixia hoặc Indônêxia để giúp người mua và người bán có cơ hội mua bán trực tiếp thông qua đấu giá, tránh tình trạng khi ít hàng người bán “ làm cao” với người mua và ngược lại.

(9) Bộ Thương mại tăng cường hỗ trợ cho ngành cao su trong công tác thông tin thị trường thông qua các cơ quan chuyên trách của Bộ như Viện Nghiên cứu thương mại, Trung tâm thông tin thương mại...

(10) Củng cố Hiệp hội cao su vững mạnh làm cơ sở liên kết tất cả các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế cả khu vực thượng nguồn và hạ nguồn, cả người sản xuất lẫn người mua bán vì mục tiêu phát triển ngành cao su và giải quyết hài hoà lợi ích của từng lĩnh vực, từng doanh nghiệp.

Trên đây là những định hướng cơ bản về giải pháp nhằm phát triển bền vững ngành cao su ở nước ta thời kỳ đến năm 2010. Để có thể thực hiện tốt các định hướng trên và đặc biệt là để đẩy mạnh xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam theo các mục tiêu, quan điểm và định hướng đã được xác lập, chúng tôi đề xuất cụ thể về các giải pháp như sau:

3.1.1. Giải pháp về nâng cao hiệu lực quản lý Nhà nước trong quy hoạch và định hướng phát triển

Liên quan đến vấn đề sản xuất, chế biến và xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam có 3 Bộ, ngành chủ chốt là Thương mại, Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Công nghiệp. Để nâng cao hiệu lực quản lý Nhà nước trong công tác quy hoạch và định hướng phát triển phải có sự phân công và phối hợp chặt chẽ giữa các bộ, ngành trên. Bên cạnh đó, cần có sự nâng cao về mặt nhận thức và thực hiện một cách nhất quán quan điểm về không mở rộng diện tích trồng cao su đối với các cấp chính quyền địa phương. Phải nâng cao tính pháp lý của quy hoạch phát triển sản xuất và xuất khẩu để buộc các cơ quan quản lý Nhà nước phải thực hiện theo quy hoạch đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt.

Đối với vấn đề hạn chế xuất khẩu mủ cao su sống, chúng ta không thể áp dụng các biện pháp hành chính một cách cứng nhắc (như cấm xuất khẩu, hạn ngạch xuất khẩu) vì nhiều số lý do khác nhau. Theo Quyết định số 46/2001/QĐ-TTg về quản lý xuất khẩu, nhập khẩu hàng hoá thời kỳ 2001 - 2005, mặt hàng cao su xuất khẩu không nằm trong danh mục các hàng hoá cần được kiểm soát bằng các biện pháp hành chính. Hiện nay, cao su tiểu điền của nhiều hộ nông dân nằm ở xa các nhà máy chế biến và ở một số nơi còn chưa có nhà máy chế biến. Do vậy, nếu chúng ta cấm triệt để việc xuất khẩu cao su mủ sống thì sẽ càng gây thêm những khó khăn không cần thiết cho người nông dân trong tiêu thụ sản phẩm đầu ra. Vì thế, trước mắt cần tiếp tục duy trì mức thuế phụ thu xuất khẩu đối với xuất khẩu mủ cao su sống ở mức 10% như hiện nay là hợp lý. Bên cạnh đó, để khắc phục và tiến tới loại trừ hiện tượng các doanh nghiệp xuất khẩu mủ sống khai mức thuế thấp hơn so với giá trị thực trên thị trường, thì Nhà nước có thể xem xét áp dụng mức thuế phụ thu theo giá trị tuyệt đối, chẳng hạn là 400 NDT/tấn. Về lâu dài, cần ban hành quy định tiêu chuẩn đối với mủ cao su nguyên liệu xuất khẩu theo hướng nếu đáp ứng được các tiêu chuẩn do ngành hoặc Nhà nước ban hành mới được phép xuất khẩu. Làm như vậy sẽ vừa thúc ép được doanh nghiệp nâng cao chất lượng cao su xuất khẩu, hạn chế được xuất khẩu mủ sống và lại không vi phạm các quy định quốc tế về tự do hoá thương mại.

Theo Quy hoạch về phát triển diện tích trồng cây cao su đến năm 2010 ở nước ta thì đến năm 2010 sẽ mở rộng diện tích đến 700.000 ha. Đến nay, có thể khẳng định rằng mục tiêu này là không thực hiện được nên cần phải có quyết định điều chỉnh để tránh tình trạng phát triển tự phát như đã từng diễn ra ở một số cây trồng khác. Đồng thời, cần định hướng tập trung vào cải thiện diện tích cao su hiện có để nâng cao hiệu quả thông qua việc thay thế những vườn cao su già

cồi bằng các giống cao su mới có năng suất cao, thời gian sinh trưởng ngắn, cho phép các doanh nghiệp được thanh lý các vườn cây cao su già cỗi và thay thế bằng các giống cây cao su mới phù hợp cho năng suất cao hơn. Khuyến khích người dân phát triển cao su tiểu điền thông qua hình thức hợp đồng tiêu thụ sản phẩm với các doanh nghiệp trong ngành và trong phạm vi quy hoạch đã thông qua. Các nước sản xuất cao su lớn trên thế giới như Malaysia và Thái Lan cũng chủ yếu là phát triển cao su tiểu điền. Trong khi đó, ở Việt Nam hiện nay, diện tích cao su đại điền vẫn chiếm tỷ trọng lớn hơn trong tổng diện tích cao su Việt Nam. Tuy nhiên, để có thể thúc đẩy phát triển cao su tiểu điền, các doanh nghiệp trong ngành cao su, đặc biệt là Tổng công ty cao su Việt Nam, phải đảm nhận vai trò hỗ trợ kỹ thuật, khuyến nông, thu mua chế biến tiêu thụ sản phẩm và xuất khẩu. Để làm tốt điều này, các doanh nghiệp thuộc Tổng công ty cần mạnh dạn ký hợp đồng với người nông dân trồng cao su. Thông qua hợp đồng tiêu thụ đó, Tổng công ty hỗ trợ về kỹ thuật trồng và chăm sóc, cung cấp giống mới và các vật tư nông nghiệp. Người nông dân cần đảm bảo thực hiện đúng theo hợp đồng khi vườn cây cao su đến kỳ khai thác.

Bộ Công nghiệp cần rà soát và điều chỉnh quy hoạch phát triển ngành công nghiệp hoá chất, công nghiệp sản xuất săm lốp ô tô, xe máy và các ngành công nghiệp có sử dụng cao su tự nhiên làm nguyên liệu để có kế hoạch và các giải pháp phát triển cho phù hợp. Đồng thời, cần đưa nội dung chế biến đồ gỗ xuất khẩu vào định hướng và quy hoạch phát triển nguyên liệu cho ngành công nghiệp chế biến đồ gỗ vì cao su khác với nhiều cây công nghiệp lâu năm khác là cho khả năng khai thác gỗ cao su. Hiện nay, giá bán một ha gỗ cao su trưởng thành có thể đạt được mức giá xấp xỉ 40 triệu đồng/ha. Như vậy, có thể nói là cây cao su vừa cho sản phẩm có giá trị hàng năm khai thác (mủ cao su) như các cây nông nghiệp khác, vừa có sản phẩm có giá trị cuối cùng khai thác một lần (gỗ cao su) như một cây lâm nghiệp.

Do đó, để tăng cường hiệu lực của Nhà nước cần những giải pháp cụ thể và phân công trách nhiệm cụ thể cho từng Bộ, ngành. Cần nghiên cứu kỹ kinh nghiệm của Malaysia về việc thành lập Tổng cục cao su để quản lý Nhà nước đối với toàn bộ hoạt động có liên quan đến cả trồng trọt, chế biến và xuất khẩu cao su. Chỉ có trên cơ sở quản lý thống nhất hoặc ít nhất là nắm rõ được quy hoạch và định hướng phát triển của các ngành sản xuất thì mới có thể quản lý xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam một cách có hiệu quả và tăng trưởng xuất khẩu cao su tự nhiên mới bền vững.

3.1.2. Giải pháp về phát triển thị trường

Để có được các giải pháp phát triển thị trường thì điều quan trọng trước hết là phải xác định được mục tiêu và phương hướng phát triển thị trường. Chúng tôi đề xuất phương hướng phát triển thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam trong những năm tới như sau:

- Trước hết, giữ vững và phát huy các thị trường đang nhập khẩu khối lượng lớn và ổn định như thị trường Trung Quốc, Singapore, Hồng Kông, Hàn Quốc. Sở dĩ trước mắt cần coi trọng thị trường này vì đây là thị trường có dung lượng tiêu thụ cao su lớn, với phẩm cấp các loại cao su phù hợp với khả năng chế biến hiện tại của chúng ta. Trong thời gian tới, cần chuẩn bị các điều kiện để hướng đến khu vực thị trường EU, Hoa Kỳ ...nhằm nâng cao giá trị kim ngạch xuất khẩu và đề phòng những biến động bất thường về thị trường và nhu cầu tiêu thụ cũng như giảm dần sự lệ thuộc vào một thị trường.

- Mở rộng thị trường sang khu vực các nước EU, CISs... vì đây là khu vực thị trường có tiềm lực kinh tế mạnh và yêu cầu cao về chất lượng sản phẩm. Do vậy, cần coi trọng việc nâng cao chất lượng sản phẩm, chuyển đổi cơ cấu sản phẩm xuất khẩu cho phù hợp, từng bước tạo lập quan hệ mật thiết, gắn bó với bạn hàng, đặc biệt là các Tập đoàn sản xuất lốp xe lớn và trung bình trên thế giới.

- Từng bước, phát triển các thị trường tiềm năng khác như thị trường các nước Hoa Kỳ, Canada, Nam Phi ... Đối với các thị trường này, cần làm tốt công tác nghiên cứu tiếp thị và dự báo phát triển để có chiến lược kinh doanh thích hợp.

- Linh hoạt điều chỉnh hướng thâm nhập thị trường kịp và khối lượng xuất khẩu nhằm hạn chế và giảm thiểu các bất lợi trước những biến động của cung - cầu do tác động đột ngột của các yếu tố chính trị, kinh tế và thời tiết gây ra.

Để phát triển thị trường xuất khẩu, Nhà nước cần tăng cường hỗ trợ ngành cao su phát triển thị trường xuất khẩu thông qua chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm quốc gia với các hoạt động dài hạn, mang tính chất chuyên sâu chứ không chỉ dừng lại ở các dự án nhỏ như khảo sát thị trường nước ngoài. Để đạt được hiệu quả kinh tế cao trong xuất khẩu cao su, cần coi trọng công tác nghiên cứu và thông tin thị trường, các hoạt động xúc tiến thương mại nhằm tổ chức và mở rộng thị trường xuất khẩu ở cả tầm vĩ mô và vi mô. Nghiên cứu và tổ chức tốt hệ thống thông tin thường xuyên về thị trường sẽ tạo điều kiện cho doanh nghiệp nắm bắt được những cơ hội của thị trường, đồng thời giúp các cơ

quan chức năng của nhà nước nắm được những diễn biến của thị trường để kịp thời ứng phó nhằm thực hiện tốt việc điều hành vĩ mô đối với thị trường.

Bộ Thương mại cần giao nhiệm vụ cụ thể cho hệ thống thương vụ và đại diện thương mại của Việt Nam đặt tại các nước về việc thu thập và cung cấp thông tin thường xuyên và kịp thời cho các bộ phận có chức năng nghiên cứu và tổ chức thông tin thị trường (các Vụ thị trường ngoài nước, Trung tâm thông tin, Viện nghiên cứu) cho các doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh xuất khẩu cao su.

Phát triển thị trường xuất khẩu không phải chỉ là công việc của Bộ Thương mại mà đòi hỏi phải có sự tham gia và phối hợp chặt chẽ của các ngành, các địa phương và các doanh nghiệp. Về phía các doanh nghiệp, cần chủ động tích cực tìm kiếm thị trường, bạn hàng, học hỏi kinh nghiệm phát triển thị trường của các nước trên thế giới. Cần bố trí kế hoạch kinh phí để tổ chức các đoàn công tác đi tiếp thị, tổ chức các chuyến khảo sát, tham gia hội chợ để tìm hiểu thị trường và triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại.

Đối với các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu cao su có quy mô lớn, đặc biệt là Tổng công ty cao su Việt Nam, ngoài việc tổ chức các bộ phận chuyên trách về công tác thông tin kinh tế và thị trường thì việc phải tổ chức các văn phòng đại diện tại các thị trường tiêu thụ lớn và các thị trường giao dịch là hết sức cần thiết. Các bộ phận này phải không chỉ thường xuyên thu thập thông tin về nhu cầu, giá cả qua các kênh thông tin khác nhau mà điều quan trọng hơn là phải nâng cao khả năng dự báo chiến lược để cho các đơn vị có liên quan có kế hoạch sản xuất và xuất khẩu phù hợp, qua đó mà nâng cao kim ngạch và hiệu quả kinh doanh.

3.1.3. Giải pháp về phát triển sản phẩm và đa dạng hoá sản phẩm

Như đã trình bày trong phần thực trạng, hiện nay phần lớn các cơ sở chế biến cao su của Việt Nam chỉ sản xuất được cao su khối theo tiêu chuẩn Việt Nam (SVR các loại) và mủ ly tâm để sản xuất các sản phẩm latex, với cơ cấu: SVR 3L, 5L 55-60%; SVR 10-20 10-15%; SVRCV 10-15%; Mủ ly tâm latex 10-15; RSS 4-5%. Cơ cấu các sản phẩm cao su như vậy chỉ phù hợp với xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc và lại chủ yếu xuất khẩu bằng con đường tiểu ngạch. Vì vậy, để đẩy mạnh xuất khẩu cao su tự nhiên một cách bền vững thì phải đầu tư công nghệ mới để tăng tỷ trọng sản xuất các loại cao su kỹ thuật như RSS, SVRCV 60, 50...Xây dựng mới và nâng cấp thiết bị cho các nhà máy chế biến mủ để đa dạng hoá sản phẩm xuất khẩu và linh hoạt trong cơ cấu sản phẩm chế

biến, tạo điều kiện mở rộng và phát triển các sản phẩm cao su có sức cạnh tranh cao trong xuất khẩu.

Tuy nhiên, để đầu tư đổi mới công nghệ nhằm thay đổi cơ cấu sản phẩm cho phù hợp với nhu cầu thị trường và nâng cao giá trị xuất khẩu không phải là vấn đề dễ giải quyết. Vì ứng với mỗi dây chuyền công nghệ chỉ có thể sản xuất một vài chủng loại cao su. Từ thực tiễn của Tổng công ty cao su Việt Nam đã cho thấy trong vòng 10 năm với sự đầu tư hàng trăm tỷ đồng thì Tổng công ty mới giảm được tỷ lệ cao su SVR3L, 5L từ 81% xuống còn 54%; tăng được mức cao su ly tâm từ 2,5% lên 13%. Nhìn chung các công ty loại nhỏ và các hộ tiểu điền không có khả năng tài chính để đầu tư nhằm thay đổi cơ cấu sản phẩm. Vì vậy, để thay đổi cơ cấu sản phẩm cao su, Nhà nước phải lựa chọn 1 số doanh nghiệp có khả năng về tài chính và có chính sách ưu tiên vay vốn trong Quỹ hỗ trợ phát triển với sự hỗ trợ lãi suất tín dụng để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp này đầu tư nhằm chuyển đổi cơ cấu sản phẩm. Việc đầu tư như vậy cũng có tác dụng hỗ trợ đối với khu vực trồng cao su tiểu điền vì họ sẽ tiêu thụ được mức cao su ổn định với giá hợp lý mà không phải xuất khẩu tiểu ngạch.

Một vấn đề tồn tại lớn trong xuất khẩu cao su của Việt Nam là xuất khẩu sản phẩm thô còn chiếm hơn 80% sản lượng cao su. Điều này không những làm giảm giá trị xuất khẩu của cao su nói chung mà còn không có điều kiện và khả năng để phát triển các sản phẩm mới xuất khẩu trong khi lao động ở nước ta lại dồi dào. Để khắc phục hạn chế này, các doanh nghiệp sản xuất cao su nguyên liệu phải đa dạng hoá sản phẩm, nhưng mặt khác rất quan trọng đó là phải có sự liên kết hoặc đầu tư vào sản xuất các sản phẩm thuộc công nghiệp cao su. Hiện tại, do giá cao su trên thị trường thế giới đang thuận lợi cho việc tiêu thụ theo hướng xuất khẩu vì vậy nhiều doanh nghiệp chế biến mức cao su xuất khẩu đã không chú ý tới việc tiêu thụ và chế biến ở trong nước. Cần phải nhận thức một cách đầy đủ rằng thị trường thế giới luôn có những biến động khó lường, đặc biệt là đối với xuất khẩu các sản phẩm thô. Cho nên, để phát triển sản xuất và xuất khẩu bền vững, các doanh nghiệp chế biến mức cao su cần có những cam kết về cung cấp nguyên liệu mức, gỗ một cách ổn định cho các nhà sản xuất sẫm lớp, băng truyền tải và dụng cụ y tế từ cao su tự nhiên hoặc góp vốn bằng nguồn nguyên liệu với các đơn vị sản xuất cao su công nghiệp.

Thu hút đầu tư nước ngoài mà đặc biệt là các nhà đầu tư nước ngoài vào sản xuất các sản phẩm cao su xuất khẩu là giải pháp có tính lâu dài. Trước mắt, Nhà nước cần tạo điều kiện để Tổng công ty Hoá chất Việt Nam đầu tư dự án sản xuất lớp ô tô bán thép với công suất 2 triệu sản phẩm/năm; băng tải bố thép với

công suất 1 triệu mét/năm và các sản phẩm cao su từ mủ latex với công suất 10.000 tấn/năm. Nhà nước cần giảm thuế nhập khẩu đối với các nguyên liệu cho sản xuất các sản phẩm cao su mà trong nước chưa sản xuất được như dây thép tanh, vải màn, hoá chất... để kích thích sản xuất sản phẩm xuất khẩu.

Sản phẩm công nghiệp cao su không những có giá trị gia tăng còn cao hơn cao su nguyên liệu mà còn có cơ hội và khả năng để đa dạng hoá sản phẩm xuất khẩu, phát triển các sản phẩm mới. Tuy nhiên, vấn đề này lại vượt khỏi tầm giải quyết của các cơ sở sản xuất hoặc cơ sở chế biến mủ cao su, ngay cả Tổng công ty cao su Việt Nam cũng rất khó có thể giải quyết được. Vì vậy, cần có các giải pháp đồng bộ của Nhà nước đối với cả khu vực thượng nguồn và hạ nguồn. Trong đó, Nhà nước cần tập trung đầu tư phát triển các vùng nguyên liệu gắn với các nhà máy chế biến phục vụ xuất khẩu, đầu tư cho khâu chế biến để tăng giá trị xuất khẩu. Vốn đầu tư cho sản xuất, chế biến, xuất khẩu cao su là rất lớn. Để có vốn đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh không chỉ trông chờ vào nguồn vốn Nhà nước mà các doanh nghiệp cần có các giải pháp huy động vốn từ nhiều nguồn, đặc biệt là nguồn vốn trong dân. Một mặt, Nhà nước cần đẩy nhanh tiến trình cổ phần hoá các doanh nghiệp thuộc ngành cao su, mặt khác các doanh nghiệp cần có giải pháp để các hộ tiểu điền góp vốn bằng các vườn cây cao su để thu hút vốn cổ phần đầu tư. Nhà nước cần có chính sách cho vay vốn ưu đãi đối với người sản xuất để đầu tư phát triển sản xuất, chế biến cao su.

3.1.4. Giải pháp về nâng cao hiệu quả sản xuất và xuất khẩu

Năng suất cao su bình quân của Việt Nam so với năng suất cao su của 3 nước Đông Nam Á còn thấp hơn nhiều. Do vậy, ngành cao su cần đẩy mạnh các hoạt động nghiên cứu ứng dụng từ lĩnh vực giống, phân bón, chế độ khai thác, công nghệ chế biến sản phẩm. Tăng cường khâu quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc gia TCVN 3769 - 2004. Nhà nước cần có quy định cụ thể về việc chỉ có doanh nghiệp nào đã thông qua kiểm tra chất lượng sản phẩm hoặc đáp ứng được các yêu cầu kỹ thuật mới được gắn trên sản phẩm của mình tiêu chuẩn này, tránh tình trạng ghi tiêu chuẩn một cách bừa bãi làm giảm uy tín về chất lượng của cao su Việt Nam.

Hiện nay, việc nghiên cứu phát triển các loại giống cây và kỹ thuật trồng trọt và khai thác, chế biến mủ cao su thuộc về nhiệm vụ của Viện Nghiên cứu cao su. Tuy nhiên, chức năng, nhiệm vụ và quy mô của Viện chỉ giới hạn trong phạm vi của Tổng công ty cao su Việt Nam. Rõ ràng là Viện Nghiên cứu cao su không đủ tầm cỡ để giải quyết nhiều vấn đề khoa học theo yêu cầu cho phát triển ngành cao su trong thời gian tới, đặc biệt là cho việc phát triển ngành cao su theo hướng

đồng bộ và có sự liên kết chặt chẽ cả sản xuất, chế biến các sản phẩm từ các nguyên liệu của cây cao su. Do vậy, một mặt cần đẩy mạnh các hoạt động nghiên cứu của Viện Nghiên cứu cao su trong các lĩnh vực nghiên cứu về giống, chăm sóc, chế độ khai thác, công nghệ chế biến sản phẩm... Nghiên cứu và chuyển giao các giống mới, đặc biệt là giống lai cho năng suất cao cả mủ lẫn gỗ, chống chịu gió, bệnh. Hoàn thiện quy trình sản xuất mủ SVR 10, 20, mủ ly tâm; xây dựng quy phạm quản lý hoạt động nhà máy bao gồm các tiêu chuẩn vệ sinh môi trường, định mức tiêu hao nhiên liệu... Thực hiện thâm canh ngay từ đầu, tăng cường bón phân vi sinh, phân hữu cơ, giảm bón phân khoáng. Nâng cao năng suất vườn cây, gia tăng cường độ cạo mủ hợp lý, rút ngắn thời gian kinh doanh nhằm thay đổi giống mới một cách kịp thời cũng là biện pháp có hiệu quả để nâng cao năng suất bình quân cũng như tạo nguồn gỗ cao su xuất khẩu. Đồng thời, Nhà nước cần nâng cấp Viện Nghiên cứu cao su thuộc Tổng công ty cao su thành Viện Nghiên cứu cao su thuộc hệ thống các Viện của Nhà nước, thuộc hệ thống các Viện quốc gia để đáp ứng tốt hơn yêu cầu phát triển và góp phần vào việc nâng cao hiệu quả của sản xuất và xuất khẩu cao su.

Để nâng cao hiệu quả sản xuất và xuất khẩu, các doanh nghiệp cần đẩy mạnh khâu chế biến ra sản phẩm cuối cùng để nâng cao giá trị gia tăng, việc chế biến bao gồm cả gỗ cao su và mủ cao su. Với giống cao su mới, chu kỳ kinh doanh từ 15 - 20 năm, trong 1 vòng đời cây cao su có thể cho đến 150 - 200 ster gỗ cao su tươi, và nếu qua chế biến có thể cho từ 12- 16 m³ thành phẩm, với giá trị cuối cùng từ 15 - 20 ngàn USD. Gia tăng tính hàng hóa của sản phẩm trồng xen trong những năm đầu cũng là biện pháp nhằm gia tăng giá trị sản phẩm/ha cao su. Việc đưa đàn bò sữa, bò thịt nuôi công nghiệp ở các vùng cao su cũng cần được nghiên cứu, xem xét để thực hiện.

Hiện nay, Tổng Công ty Cao su Việt Nam đã công bố Bộ qui trình kỹ thuật cao su 2004 để thay thế cho bộ qui trình kỹ thuật cao su năm 1997 không còn phù hợp. Theo đó, chu kỳ kinh doanh (từ thời điểm khai thác cho đến khi thanh lý vườn cây) của cây cao su còn 20 năm, thay vì 25 năm như trước đây. Chu kỳ kinh tế (kể từ khi trồng cho đến khi thanh lý vườn cây) là 25 năm, thay vì 32 năm như trước đây. Theo đánh giá của nhiều chuyên gia, đây là một quy trình khá tiến bộ, việc rút ngắn chu kỳ kinh doanh giúp doanh nghiệp cao su thu hồi vốn nhanh, nâng sản lượng gỗ, nhanh chóng ứng dụng các tiến bộ kỹ thuật như thay giống cũ bằng các giống cao sản, việc ứng dụng chất kích thích, phòng trừ sâu bệnh hiệu quả... Việc áp dụng bộ qui trình mới này mở ra triển vọng đưa năng suất khai thác mủ cao su lên 1,8 - 2 tấn/ha/năm (năm 2003 năng suất bình quân 1,51

tấn/ha/năm). Vì vậy để nâng cao hiệu quả sản xuất và xuất khẩu cao su thì tất cả các doanh nghiệp và các hộ sản xuất tiểu điền đều phải áp dụng quy trình này.

3.1.5. Giải pháp nâng cao vai trò của Hiệp hội sản xuất và xuất khẩu cao su

Hiệp hội Cao su Việt Nam đã được thành lập năm 2004. Hiện nay Hiệp hội có khoảng 52 hội viên là các doanh nghiệp quốc doanh, tư nhân, cổ phần. Năng lực sản xuất cao su nguyên liệu của các hội viên Hiệp hội Cao su Việt Nam đạt khoảng 76% sản lượng của cả nước và sẽ mở rộng thu hút thêm các hội viên làm cao su tiểu điền. Hiệp hội có mối quan hệ chặt chẽ với các Hiệp hội cao su của các nước Thái Lan, Indonesia, Malaysia, Singapore và một số tổ chức cao su quốc tế. Mặt khác, các thành viên của Hiệp hội có nhiều khách hàng trong nước và từ các nước Trung Quốc, Hàn quốc, Nhật Bản, Đài Loan, Malaysia, Pháp, Đức, Anh, Hoa Kỳ, Australia...

Mặc dù mới được thành lập và đang trong quá trình tiếp tục kiện toàn tổ chức và hoạt động theo đúng tôn chỉ, mục đích đã đề ra như: cùng với các Hiệp hội cao su và các tổ chức khác trong khu vực phấn đấu bảo vệ lợi ích của người sản xuất kinh doanh cao su, hợp tác xây dựng chiến lược phát triển bền vững Ngành Cao su Việt Nam. Hiệp hội đã có những đóng góp đáng kể vào sự phát triển chung của ngành như cung cấp thông tin thị trường, kiến nghị với các Bộ có liên quan để có biện pháp quản lý Nhà nước về chất lượng sản phẩm thông qua chứng chỉ kiểm phẩm, hoàn chỉnh bộ “Tiêu chuẩn cao su Việt Nam” cho phù hợp với đặc thù của Việt Nam, xây dựng phương án phát triển công nghiệp cao su.

Hiệp hội Cao su Việt Nam đã tham gia chính thức vào Hội đồng doanh nghiệp cao su Đông Nam Á (Asean Rubber Business Council) từ đầu năm 2005 và là thành viên thứ năm của Hội đồng.

Các thành viên khác là Hiệp hội cao su Thái Lan, Hiệp hội Cao su Indonesia, Hiệp hội Thương mại cao su Singapore và Phòng Giao dịch cao su Malaysia & Liên đoàn Hiệp hội doanh nghiệp cao su Malaysia. Việc tham gia vào tổ chức này sẽ nâng cao ảnh hưởng của Việt Nam trong việc quyết định các vấn đề liên quan đến cân đối cung cầu về cao su tự nhiên. Việt Nam cũng sẽ được hưởng một số ưu đãi nhất định khi đã tham gia tổ chức này như nhận hỗ trợ về kỹ thuật, về giống cao su, phối hợp trong công tác nghiên cứu. Các nước thành viên đều là thành viên của Hiệp hội ASEAN nên có nhiều thuận lợi trong việc tìm được tiếng nói chung cho sự đồng thuận. Thanh thế và uy tín của Việt Nam cũng

sẽ được nâng cao, bên cạnh đó sản phẩm cao su Việt Nam sẽ được cải thiện về uy tín thương hiệu.

Để nâng cao hơn nữa vai trò của Hiệp hội và để phát triển bền vững ngành cao su Việt Nam, Hiệp hội cao su Việt Nam cần phải tập trung thực hiện một số giải pháp sau:

- Phối hợp chặt chẽ với Bộ Thương mại, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và Bộ Công nghiệp trong việc rà soát lại chiến lược và quy hoạch phát triển, theo dõi và giám sát việc thực hiện quy hoạch đất trồng cao su, góp phần thực hiện tốt mục tiêu nâng cao giá trị và điều chỉnh hợp lý cơ cấu các mặt hàng cao su xuất khẩu.

- Mở rộng mạng lưới Hội viên đến các doanh nghiệp mạnh để làm chỗ tựa phát triển cao su tiểu điền và các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

- Thiết lập chương trình xúc tiến thương mại trong Chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm quốc gia, tập trung xây dựng và phát triển thương hiệu cao su Việt Nam.

- Tăng cường công tác thông tin và dự báo thị trường, đặc biệt là cần tập trung vào các thông tin và dự báo chiến lược về tình hình thị trường và giá cả cao su trên thế giới để các doanh nghiệp có các giải pháp chiến lược cho phù hợp (vì đặc điểm của cây cao su là cây công nghiệp dài ngày).

- Tiếp tục mở rộng hợp tác quốc tế, đấu tranh bảo vệ quyền lợi của các doanh nghiệp sản xuất và chế biến, xuất khẩu cao su Việt Nam.

3.1.6. Giải pháp về nguồn nhân lực

Phát triển nguồn nhân lực là giải pháp rất quan trọng để phát triển xuất khẩu cao su một cách có hiệu quả và bền vững, đây là một trong những giải pháp có tính chiến lược lâu dài. Để phát triển nguồn nhân lực cần phải nhận thức đúng đắn và đầy đủ rằng đây không phải chỉ là công việc của Nhà nước mà phải là công việc của các doanh nghiệp và các hộ sản xuất, chế biến cao su. Đồng thời, phát triển nguồn nhân lực phải bao gồm nhiều cấp độ, trình độ và với những lĩnh vực cũng như các yêu cầu cụ thể khác nhau. Trước mắt, để giải quyết những vấn đề cấp bách của thực tế, chúng tôi cho rằng cần tập trung vào đào tạo nguồn nhân lực cho ngành cao su theo hướng sau:

- Gia tăng quy mô đào tạo nguồn nhân lực là công nhân trồng trọt, đào tạo công nhân khai thác mủ cao su thông qua các chương trình khuyến nông. Chương

trình này cần triển khai rộng rãi đến các hộ tiểu điền để thông qua đó mà nâng cao năng suất của toàn bộ ngành cao su. Các hoạt động khuyến nông cần đưa vào chương trình hỗ trợ vùng để tránh bị vi phạm nguyên tắc hỗ trợ nông nghiệp theo quy định của WTO.

- Nhà nước hỗ trợ một phần kinh phí cùng với các doanh nghiệp để đào tạo công nhân chế biến mủ cao su, công nhân chế biến đồ gỗ và công nhân trong các ngành công nghiệp sản xuất các sản phẩm từ cao su. Đội ngũ công nhân này phải được đào tạo và đào tạo lại về các kỹ năng chuyên môn, thực sự là đội ngũ công nhân lành nghề nhằm nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm.

- Đào tạo để nâng cao tính chuyên nghiệp của đội ngũ cán bộ quản lý và kinh doanh xuất khẩu. Đồng thời, cần đào tạo và có chính sách, giải pháp để thu hút đội ngũ chuyên gia giỏi (kể cả trong và ngoài nước) nhằm phục vụ cho công tác nghiên cứu ứng dụng phát triển sản phẩm, sớm thương mại hoá được sản phẩm trên thị trường thế giới và trong nước.

3.2. Các giải pháp đối với một số thị trường

Đối với mỗi loại thị trường đều có các đặc điểm và yêu cầu khác nhau đối với cao su nguyên liệu và các sản phẩm từ cao su, vì vậy để phát triển xuất khẩu cao su đến các thị trường khác nhau cũng cần phải có các giải pháp khác nhau.

3.2.1. Thị trường Trung Quốc

Theo đề xuất của đề tài, trong những năm tới Việt Nam cần giảm tỷ lệ xuất khẩu cao su nguyên liệu sang Trung Quốc vì để tránh tập trung và lệ thuộc quá nhiều vào một thị trường. Tuy nhiên, để đạt được mục tiêu này cần phải có một quá trình chuẩn bị nhiều mặt, cả về công tác xúc tiến thị trường và đầu tư để chuyển dịch cơ cấu sản phẩm. Trong những năm tới, đối với thị trường Trung Quốc cần tập trung vào các giải pháp sau:

- Các doanh nghiệp cần phải tập trung vào những khách hàng trực tiếp là các nhà sản xuất săm lốp ô tô của Trung Quốc để chuyển mạnh buôn bán cao su với Trung Quốc từ con đường biên mậu sang chính ngạch. Xuất khẩu tiểu ngạch qua biên giới, các doanh nghiệp tận dụng được một số thuận lợi như: giảm 50% thuế nhập khẩu, tiết kiệm một số chi phí về bao bì, không đòi hỏi cao về chất lượng và thậm chí còn tránh được kiểm dịch về an toàn vệ sinh... Nhưng khi Trung Quốc chấm dứt các ưu đãi buôn bán tiểu ngạch qua biên giới thì doanh nghiệp sẽ gặp phải khó khăn. Thời gian qua đã có những lúc Trung Quốc thay đổi chính sách nhập khẩu cao su theo con đường tiểu ngạch mà buôn bán chính

ngạch chưa được chuẩn bị chu đáo nên kim ngạch xuất khẩu đã bị sụt giảm nhanh chóng. Để khắc phục tình trạng này, các doanh nghiệp cần hạn chế thói quen buôn bán tiểu ngạch, chuyển qua kinh doanh chính ngạch mà việc cần làm là giữ thị phần và mở rộng thị phần đối với các khách hàng là các nhà nhập khẩu lớn. Có thể trong ngắn hạn, việc xuất khẩu theo con đường này không mang hiệu quả cao bằng xuất khẩu tiểu ngạch nhưng về lâu dài thì lại ổn định được thị trường và giá cả, hạn chế được các rủi ro trong dài hạn do sự biến động của giá cả thị trường và sự thay đổi trong chính sách của Trung Quốc.

Để xuất khẩu chính ngạch, các doanh nghiệp cần thường xuyên cập nhật hệ thống văn bản pháp luật thương mại của Trung Quốc có liên quan đến mặt hàng cao su. Hiện nay Trung Quốc đang sử dụng hạn ngạch tự động với nhập khẩu cao su, vì vậy phải cập nhật xem khi quyết định ký hợp đồng thì còn hạn ngạch hay không, nếu nằm ngoài hạn ngạch thì sẽ phải chịu mức thuế nhập khẩu vào Trung Quốc cao hơn nhiều so với trong hạn ngạch (thuế MFN đối với mủ cao su là 7,5%, nhưng thuế phổ thông là 14%). Các doanh nghiệp lớn của ta đã thiết lập văn phòng đại diện tại những thị trường tiêu thụ chính của Trung Quốc nhưng các doanh nghiệp nhỏ và vừa lại chưa làm được việc này, vì thế để xuất khẩu cần có sự liên kết với các doanh nghiệp lớn của Việt Nam. Văn phòng đại diện của Tổng công ty Cao su Việt Nam đã thành lập và hoạt động tại Nam Ninh (Quảng Tây), ngành cao su cần mở rộng mạng phân phối, tiêu thụ sản phẩm rộng tại địa bàn các tỉnh Trung Quốc bằng việc mở thêm các văn phòng đại diện hoặc khuyến khích, tạo điều kiện để các doanh nghiệp trong ngành tiếp cận, thiết lập các cơ sở phân phối tại các tỉnh, thành lớn nằm sâu trong nội địa Trung Quốc như Thượng Hải để mở rộng mạng phân phối, phát triển quan hệ bạn hàng, đa dạng hình thức kinh doanh v.v... và phát triển xuất khẩu mặt hàng cao su tại thị trường này.

- Hiện tại và trong những năm tới, công nghiệp sản xuất ô tô của Trung Quốc vẫn tiếp tục phát triển với tốc độ cao, vì thế cần nghiên cứu đưa săm lốp cao su trở thành sản phẩm mới xuất khẩu sang Trung Quốc. Giải pháp cho vấn đề này là Bộ Công nghiệp cần chỉ đạo và hỗ trợ ngành cao su để nghiên cứu, tích cực đầu tư cho công nghiệp chế biến cao su tạo ra nhiều sản phẩm thành phẩm từ cao su phục vụ cho nhu cầu trong nước và tăng nguồn hàng, hiệu quả xuất khẩu; tích cực chuyển nhanh cơ cấu sản phẩm cao su xuất khẩu hiện tại vào thị trường Trung Quốc từ các dạng cao su nguyên liệu, bán thành phẩm sang các dạng thành phẩm cao su chất lượng cao, đã qua chế biến trong thời gian ngắn nhất.

- Nhà nước cần tạo môi trường thuận lợi và minh bạch cho việc xuất khẩu cao su sang Trung Quốc như đàm phán để tạo thuận lợi cho việc thanh toán tiền

hàng xuất khẩu qua hệ thống ngân hàng thương mại để tránh các rủi ro khi thanh toán bằng tiền mặt, qua đó sớm hợp thức hoá việc mua bán cao su chính ngạch với Trung Quốc. Có chính sách khuyến khích, tạo điều kiện tốt, môi trường đầu tư thuận lợi để các doanh nghiệp Trung Quốc đầu tư, hợp tác trong các lĩnh vực gây trồng, sản xuất và chế biến cao su, đặc biệt là sản xuất các dạng sản phẩm cao su chất lượng cao, phẩm cấp quốc tế và phù hợp với nhu cầu tiêu thụ tại thị trường Trung Quốc nhằm tăng nhanh khối lượng xuất khẩu các sản phẩm từ ngành công nghiệp sản xuất săm lốp và đồ dùng y tế vào thị trường này.

- Các doanh nghiệp xuất khẩu cần đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại và tham gia tích cực, có hiệu quả các chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm của Bộ Thương mại. Tổng công ty Cao su Việt Nam giữ vai trò nòng cốt trong việc tiêu chuẩn hoá sản phẩm cao su nguyên liệu; đăng ký bảo hộ thương hiệu cho cao su xuất khẩu của Việt Nam, đi đầu trong mở rộng thị trường xuất khẩu vào các trung tâm tiêu thụ lớn của Trung Quốc.

3.2.2. Thị trường Hoa Kỳ

Hiện nay, xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ chưa đạt tới 20 triệu USD/năm và chủ yếu là mủ cao su latex. Hàng năm Hoa Kỳ nhập khẩu trên 1 tỷ USD cao su kỹ thuật (TSNR) và khoảng trên 5 tỷ USD các sản phẩm từ cao su. Thuế nhập khẩu cao su nguyên liệu vào Hoa Kỳ là 0% và các rào cản kỹ thuật cũng không có gì trở ngại. Do vậy, để đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ cần tập trung vào một số giải pháp chủ yếu sau:

- Đối với mặt hàng cao su xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ thì yếu tố quyết định là lựa chọn cơ cấu mặt hàng thích hợp để đẩy mạnh sản xuất ra hàng hoá phù hợp với nhu cầu của thị trường, sản phẩm có chất lượng cao và số lượng lớn rồi mới tính đến vấn đề thị trường. Các nhà nhập khẩu Hoa Kỳ thường đòi hỏi nhập khẩu với khối lượng lớn và lô hàng phải đồng đều về chất lượng. Thái Lan và Indônêxia cũng dành ra một lượng lớn cao su nguyên liệu để xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ vì thường bán được giá cao hơn so với các thị trường khác. Vì thế chúng ta phải chủ động đổi mới công nghệ chế biến để có thể sản xuất được các loại cao su kỹ thuật xuất khẩu sang thị trường này với khối lượng lớn. Đối với các sản phẩm từ cao su và đồ gỗ từ cao su thì vấn đề là ở chỗ thiết kế kiểu dáng sản phẩm cho phù hợp với thị trường hơn.

- Nhà nước và các doanh nghiệp cần chủ động trong việc thu hút các doanh nghiệp Hoa Kỳ đầu tư vào sản xuất các sản phẩm từ cao su để xuất khẩu trở lại thị trường Hoa Kỳ. Hiện nay, nhiều công ty Hoa Kỳ đã đầu tư vào Trung Quốc

và làm hàng xuất khẩu về Hoa Kỳ với số lượng và kim ngạch rất lớn. Nhu cầu cao su của Trung Quốc tăng mạnh một phần cũng là do xu thế này. Việc xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc rõ ràng là sẽ không có lợi bằng việc thu hút các doanh nghiệp của cả Trung Quốc và Hoa Kỳ đầu tư vào Việt Nam. Điều đó sẽ vừa giải quyết được vấn đề việc làm, công nghệ sản xuất và lại sử dụng có hiệu quả nguồn nguyên liệu có hạn. Theo nhận định của một số chuyên gia, nguyên nhân dẫn đến việc các công ty Hoa Kỳ chưa đầu tư vào Việt Nam là do những nguyên nhân khác không phải do ngành công nghiệp cao su mà là do môi trường đầu tư chung và đặc biệt là tính thiếu ổn định trong chính sách giữa thay thế nhập khẩu và hướng về xuất khẩu. Với tình hình này, Nhà nước cần có những chính sách rõ ràng và nhất quán đối với ngành công nghiệp cao su và chiến lược phát triển sản xuất để thay đổi cơ cấu sản phẩm và chính sách công nghiệp nhằm phát triển các mặt hàng mới hướng về xuất khẩu với quy mô lớn đủ đáp ứng nhu cầu của thị trường Hoa Kỳ. Điều đó có nghĩa là cần hoàn thiện chính sách không chỉ trong phạm vi ngành cao su mà còn cả các chính sách có liên quan đến ngành sản xuất ô tô. Do bảo hộ cao đối với ngành sản xuất ô tô nên nhu cầu sắm lớp ô tô tăng chậm, các doanh nghiệp của Hoa Kỳ chưa sẵn sàng đầu tư vào ngành sản xuất sắm lớp ô tô ở Việt Nam.

- Nhu cầu nhập khẩu vào thị trường Hoa Kỳ rất đa dạng và phong phú, không chỉ nguyên liệu cao su, sắm lớp ô tô và băng tải mà còn gồm rất nhiều sản phẩm từ cao su như các loại ống cao su, ủng cao su, găng tay từ cao su... Mặc dù các sản phẩm này đang bị cạnh tranh rất mạnh với cao su tổng hợp và những loại thay thế khác như composite, nhựa, chất liệu xốp khác nhưng cao su tự nhiên vẫn là những nguyên liệu quý giá cho nhiều ngành công nghiệp. Để đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ cần phải phát triển các sản phẩm trên, đồng thời cần đầu tư cho việc nghiên cứu cao su xốp dùng sản xuất giấy dếp và vật liệu xây dựng. Những tấm lợp xốp đang là những vật liệu xây dựng quan trọng đối với nhiều nước trên thế giới, nhất là Hoa Kỳ - nơi có ngành xây dựng đang phát triển mạnh và sản phẩm xuất khẩu có giá trị kinh tế cao.

- Vấn đề xúc tiến xuất khẩu các mặt hàng cao su sang thị trường Hoa Kỳ không quan trọng bằng công tác nghiên cứu thị trường để tìm ra mặt hàng thích hợp nhằm sản xuất ra các sản phẩm phù hợp với thị trường. Nói chung, các doanh nghiệp có quy mô nhỏ thì không nên quan tâm quá nhiều đến công tác tiếp thị trực tiếp với các doanh nghiệp nhập khẩu của Hoa Kỳ vì họ thường nhập khẩu các lô hàng lớn. Cần phát huy vai trò Hiệp hội trong việc tiếp thị và định hướng thị trường để giảm chi phí và nâng cao hiệu quả xuất khẩu. Trong việc phát triển

sản phẩm mới, nếu cần thiết có thể thuê tư vấn nước ngoài để thực hiện nhiệm vụ này.

3.2.3. Thị trường EU

Trước đây, do thị trường dầu mỏ thế giới tương đối ổn định với giá thấp nên nhiều nước công nghiệp phát triển thuộc EU đã chủ động sử dụng thay thế cao su tự nhiên bằng cao su tổng hợp với giá rẻ hơn, nên nhập khẩu cao su tự nhiên của các nước EU giảm đi rõ rệt. Mặt khác, các nước này còn chủ động chuyển dịch đầu tư công nghiệp sản xuất sẫm lốp và băng tải công nghiệp sang các nước công nghiệp mới ở châu Á. Tuy nhiên, hàng năm Đức và Pháp vẫn nhập khẩu một khối lượng lớn cao su nguyên liệu phục vụ cho việc sản xuất các sản phẩm kỹ thuật từ cao su tự nhiên cho một số ngành công nghiệp vì một số đặc tính của cao su tự nhiên mà cao su tổng hợp chưa thay thế được.

Thị trường khu vực EU có nhu cầu cao đối với các loại cao su kỹ thuật HS 400100; HS 400121; HS 400122 và đặc biệt là HS 400129. Đây là các loại cao su nguyên liệu có yêu cầu chất lượng cao nhưng giá xuất khẩu lại cao hơn nhiều so với các loại cao su nguyên liệu thông thường. Để phát triển hơn nữa xuất khẩu sang EU, trong thời gian tới cần đầu tư công nghệ chế biến để vừa nâng cao chất lượng và đáp ứng được nhu cầu về chủng loại đối với các nhà nhập khẩu. Ngoài ra, thị trường EU có đòi hỏi cao về chất lượng và luật lệ phức tạp nên các doanh nghiệp cần làm tốt công tác thu thập thông tin về các quy định kỹ thuật và rào cản thương mại để tận dụng được mọi cơ hội để thâm nhập vào thị trường này.

Các nước thuộc EU có nhu cầu cao về nhập khẩu các loại sẫm lốp ô tô, sẫm lốp xe máy và các sản phẩm cao su phục vụ cho ngành y tế. Tuy nhiên, để xuất khẩu được vào thị trường này thì các sản phẩm trên phải có thương hiệu của các nhà sản xuất nổi tiếng trên thế giới. Vì vậy, các doanh nghiệp cần chủ động liên doanh, liên kết hoặc thu hút đầu tư của các nhà sản xuất sẫm lốp nổi tiếng của châu Âu, qua đó mà tăng kim ngạch và nâng cao hiệu quả xuất khẩu. Đồng thời, cần đẩy mạnh xuất khẩu trực tiếp các sản phẩm cao su y tế và gia tăng xuất khẩu xe đạp cũng là một trong những giải pháp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường EU.

3.2.4. Thị trường Hàn Quốc:

Hàn Quốc có nhu cầu cao đối với cao su kỹ thuật và Latex nhưng năng lực sản xuất của doanh nghiệp Việt Nam có hạn nên hiện Việt Nam mới chỉ chiếm khoảng 25% tổng nhập khẩu cao su tự nhiên của Hàn Quốc. Với cơ cấu hàng xuất khẩu như vậy, các đối thủ cạnh tranh của Việt Nam hiện nay tại Hàn Quốc

như Thái Lan, Indônêxia, Malaixia...có lợi thế hơn hẳn. Hơn nữa, Thái Lan, Indônêxia, Malaixia lại có quy mô sản xuất hiện đại hơn, hàng hóa đã được tiêu chuẩn hóa cao và có truyền thống làm ăn với Hàn Quốc từ lâu.

Bên cạnh đó, ngoài biểu thuế hải quan phổ thông, Hàn Quốc còn có biểu thuế hải quan bổ sung áp dụng một số ưu đãi (mức thuế thấp hơn đối với một số mặt hàng) đối với những thành viên của WTO, các nước đã ký hiệp định song phương với Hàn Quốc (MNF), các nước đã ký hiệp định quốc tế ... mà Hàn Quốc có tham gia. Hàn Quốc cũng áp dụng một số biểu thuế hải quan khác như biểu thuế GSTP giành cho một số nước kém phát triển...Những nước được hưởng thuế quan ưu đãi sẽ có lợi thế cạnh tranh hơn Việt Nam khi xuất khẩu sang thị trường này.

Hiện nay, một hình thức xuất khẩu hiệu quả là bán hàng thông qua các đại lý nhập khẩu của Hàn Quốc. Mỗi năm Hàn Quốc nhập khẩu trên 200 tỉ USD và có đến 80% kim ngạch đó được nhập khẩu qua các công ty đại lý Hàn Quốc. Vì vậy, các doanh nghiệp cần nghiên cứu kỹ để tận dụng hình thức xuất khẩu này thay vì áp dụng hình thức xuất khẩu thông thường như hiện nay.

Để tiếp cận thị trường Hàn Quốc, các doanh nghiệp Việt Nam cần tham gia vào các chương trình xúc tiến thương mại, tham gia triển lãm tại Hàn Quốc để tìm bạn hàng, hoặc thông qua các cơ quan xúc tiến thương mại của hai nước để tìm thông tin thị trường, khách hàng.

3.2.5. Các thị trường khác

Đối với thị trường LB Nga, Đông Âu và các nước SNG, do có những vướng mắc về khả năng thanh toán nên việc mua bán lẻ diễn ra rất phổ biến, và thời gian qua đã có một số doanh nghiệp thực hiện xuất khẩu theo con đường này. Tuy nhiên, do chưa có kho ngoại quan của Việt Nam và việc thuê kho ngoại quan của nước sở tại với giá cao nên xuất khẩu còn hạn chế. Vì vậy, Nhà nước cần sớm triển khai xây dựng trung tâm giới thiệu hàng Việt Nam ở khu vực thị trường này và có chính sách ưu đãi để doanh nghiệp có thể triển khai góp vốn xây dựng kho ngoại quan ở nước ngoài.

Trước mắt, Tổng công ty cao su Việt Nam có thể thuê kho ngoại quan, mở văn phòng đại diện nhằm giải quyết việc cung cấp cho các bạn hàng theo Nghị định thư của Chính phủ về việc trả nợ bằng nguyên liệu cao su cho các nước LB Nga. Nhà nước cần thanh toán kịp thời cho các doanh nghiệp thực hiện nhiệm vụ trả nợ đã được ban hành và tạo những điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp ngành cao su Việt Nam mở rộng thị trường xuất khẩu. Khôi phục và phát triển

xuất khẩu cao su sang các nước Đông Âu và CISs (nhất là Liên bang Nga) là rất cần thiết vì đây là các thị trường có nhu cầu nhập khẩu cao đối với cao su tự nhiên.

Củng cố thị phần xuất khẩu cao su của Việt Nam ở những thị trường hiện có như Singapore, Đài Loan, Malaysia, Nhật Bản, Hồng Kông. Thị trường Nhật Bản, Singapore, Hồng Kông trong tương lai vẫn sẽ là thị trường lớn, là bạn hàng quan trọng và có nhiều tiềm năng đối với xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam. Hiện nay, cao su Việt Nam chủ yếu được xuất khẩu qua các nhà nhập khẩu trung gian. Vì vậy, trong thời gian tới cần tham gia trực tiếp vào thị trường kỳ hạn của các nước này, nhất là thị trường kỳ hạn của Nhật Bản và Singapore.

Để tham gia vào thị trường kỳ hạn một cách có hiệu quả thì vấn đề có ý nghĩa quyết định là phải nâng cao năng lực phân tích và dự báo thông tin giá cả thị trường. Một sự dự báo sai có thể gây thiệt hại rất lớn cho doanh nghiệp tại thị trường kỳ hạn vì hàng hoá được giao sau và tỷ giá giữa các loại tiền tệ cũng luôn biến đổi. Đồng thời, các doanh nghiệp cũng cần chú ý tới các nội dung ký kết hợp đồng khi tham gia vào thị trường này.

Bên cạnh các thị trường đã nêu, cần đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Hồng Kông vì đây là một thị trường tiêu thụ lớn và là một trong những cầu nối để mở rộng thị trường xuất khẩu cao su của nước ta đến nhiều nước. Ngoài ra, cần chú ý đến thị trường Đài Loan không chỉ vì Đài Loan hiện là bạn hàng nhập khẩu cao su lớn của nước ta, mà trong thời gian tới việc xuất khẩu cao su sang thị trường này vẫn mang lại hiệu quả kinh tế cao cho doanh nghiệp.

Đẩy mạnh thâm nhập các thị trường mới như Canada, các nước Mỹ Latinh, các nước châu Phi. Canada có nhu cầu nhập khẩu khá lớn đối với các loại đế giày không thấm nước của Việt Nam. Các nước châu Phi, đặc biệt là Nam Phi cũng có nhu cầu nhập khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam. Thông qua thị trường Nam Phi để các doanh nghiệp có những bước chuẩn bị tích cực để thâm nhập thị trường các nước châu Phi khác.

Đối với các thị trường này, một mặt các doanh nghiệp phải chủ động tìm kiếm khách hàng, nhưng mặt khác Nhà nước cần có những chính sách hỗ trợ cho các doanh nghiệp xuất khẩu cao su trong việc thâm nhập thị trường. Vì đây là thị trường mới và điều kiện địa lý xa cách, chi phí cao nhưng đã gặp phải sự cạnh tranh gay gắt của cao su Thái Lan, Indônêsiá ...

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Nhằm góp phần thúc đẩy xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam thời kỳ đến năm 2010, Bộ Thương mại đã giao cho chúng tôi triển khai nghiên cứu đề tài khoa học cấp Bộ với tên gọi " Một số giải pháp phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam đến năm 2010". Thực hiện nhiệm vụ khoa học được giao, Ban chủ nhiệm đề tài đã căn cứ vào các mục tiêu và yêu cầu đề ra để triển khai thực hiện đề tài. Qua nghiên cứu đề tài, chúng tôi rút ra một số kết luận sau:

1. Thị trường cao su tự nhiên thế giới rất đa dạng về chủng loại sản phẩm, nó bao gồm không chỉ là nguyên liệu cao su (mủ cao su các loại) mà còn bao gồm cả các sản phẩm từ cao su và các loại đồ gỗ từ gỗ cao su. Để phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam cần đẩy mạnh xuất khẩu các loại sản phẩm trên.

2. Cung, cầu và giá cả thị trường cao su tự nhiên thế giới luôn luôn có sự biến động kể cả trong ngắn hạn và dài hạn. Sự biến động ấy phụ thuộc vào nhiều nhân tố khác nhau, trong đó yếu tố cung và cầu có tính chất quyết định, sự biến động của giá cả của dầu thô trên thị trường thế giới có tác động rất lớn đến giá cả của cao su tự nhiên nguyên liệu.

3. Các nước sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên chủ yếu trên thế giới tập trung ở khu vực Đông Nam Á như Thái lan, Indônêxia, Malaixia và Việt Nam..., Thái Lan hiện đang là nước sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên lớn nhất thế giới. Các nước nhập khẩu cao su tự nhiên trên thế giới phần lớn là các nước có ngành công nghiệp sản xuất sãm lốp ô tô và xe máy lớn trên thế giới như Trung Quốc, Hoa Kỳ, Hàn Quốc, và một số nước thuộc EU; những năm gần đây Trung Quốc đã thay thế vị trí của Hoa Kỳ và trở thành nước nhập khẩu cao su lớn nhất trên thế giới.

4. Kinh nghiệm của các nước xuất khẩu cao su tự nhiên trên thế giới và các bài học rút ra cho Việt Nam là để đẩy mạnh xuất khẩu cao su tự nhiên, Nhà nước cần tăng cường vai trò định hướng và hỗ trợ phát triển, doanh nghiệp cần thực hiện liên kết và hợp tác để phát triển kinh doanh, tăng cường đầu tư cho các khâu từ nghiên cứu giống, kỹ thuật chế biến và nâng cao hiệu quả quản lý hoạt động sản xuất kinh doanh.

5. Cao su nguyên liệu gồm rất nhiều chủng loại khác nhau và để sử dụng cho các mục đích khác nhau nên chúng được giao dịch trên thị trường thế giới với các tiêu chuẩn rất khác nhau, có cả tiêu chuẩn quốc tế, tiêu chuẩn của nhà xuất khẩu và tiêu chuẩn của nhà nhập khẩu. Giá cao su tự nhiên cao hay thấp phụ

thuộc vào hàm lượng cao su tinh khiết và cách chế biến nguyên liệu. Vì vậy, buôn bán cao su tự nhiên trên thị trường thế giới thường được thực hiện ở các thị trường kỳ hạn như Sicom (Singapore), Tocom và OME (Nhật Bản)... với kỳ hạn 1 năm. Bên cạnh đó vẫn có các hợp đồng mua bán trực tiếp, giao ngay nhưng giá cả thường không có lợi bằng các hợp đồng kỳ hạn. Để đẩy mạnh xuất khẩu và nâng cao hiệu quả của xuất khẩu mủ cao su các doanh nghiệp Việt Nam cần tham gia vào các thị trường kỳ hạn và Nhà nước cần nghiên cứu để hình thành sàn giao dịch mua bán cao su.

6. Xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam trong những năm qua đã đạt được những thành tựu đáng kể, khối lượng đã đạt 500 nghìn tấn và kim ngạch đạt trên 500 triệu USD. Tuy nhiên, sự tăng trưởng xuất khẩu còn chậm và thiếu tính bền vững. Với cơ cấu sản phẩm còn đơn điệu, chất lượng thấp và sự tập trung quá cao vào một thị trường Trung Quốc đã khiến cho giá cao su tự nhiên xuất khẩu của Việt Nam còn thấp hơn mức bình quân của các nước trong khu vực từ 100 - 200 USD/tấn. Có nhiều nguyên nhân dẫn tới thực trạng này, trong đó có cả nguyên nhân từ công tác tổ chức và quản lý Nhà nước và từ phía các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên. Vì vậy, cần phải có các giải pháp đồng bộ, mang tính hệ thống và sát hợp với thực tiễn để giải quyết vấn đề này.

7. Mục tiêu xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam đến năm 2010 là kim ngạch xuất khẩu cao su nguyên liệu ở mức 500 - 600 triệu USD, xuất khẩu các sản phẩm cao su khoảng 500 triệu USD và đồ gỗ cao su khoảng 500 triệu USD. Để đạt được mục tiêu trên cần phải thống nhất các quan điểm về phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên, theo đó cần tăng cường sự định hướng và hỗ trợ của Nhà nước, phát huy vai trò của Hiệp hội cùng với sự hoạt động có hiệu quả của các doanh nghiệp để tăng kim ngạch theo hướng chuyển dịch cơ cấu mặt hàng và thị trường, nâng cao chất lượng sản phẩm và nâng cao năng lực cạnh tranh.

8. Để phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam trong thời gian tới cần có nhiều giải pháp khác nhau, đó là các giải pháp về nâng cao hiệu lực và hiệu quả của quản lý Nhà nước, phát triển thị trường, phát triển sản phẩm và đa dạng hoá sản phẩm, nâng cao hiệu quả sản xuất và xuất khẩu của doanh nghiệp, nâng cao vai trò của Hiệp hội và phát triển nguồn nhân lực cho ngành cao su. Đồng thời cần nâng cao năng lực cạnh tranh và đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại.

9. Với mỗi loại thị trường khác nhau cần có các giải pháp phù hợp, trong đó các giải pháp nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường của nước nhập khẩu, giải pháp

về xúc tiến thương mại, giải pháp vượt các rào cản thương mại quốc tế của các nước nhập khẩu cao su và các sản phẩm cao su có vị trí và vai trò rất quan trọng.

Phát triển xuất khẩu cao sự tự nhiên của Việt Nam là một trong những vấn đề cần thiết, cấp bách và để phát triển xuất khẩu cần có nhiều giải pháp khác nhau. Chúng tôi hy vọng rằng với những kết quả nghiên cứu của đề tài có thể giúp cho các nhà hoạch định chính sách và cho các doanh nghiệp có thêm cơ sở khoa học để nghiên cứu thực hiện.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

TIẾNG VIỆT

1. Bộ NN&PTNT, *Đề án: “Nâng cao năng lực cạnh tranh hàng nông lâm sản”*, Hà Nội, 2001.
2. Bộ Thương mại, *Chiến lược xuất khẩu của Việt Nam đến năm 2010*, Hà Nội, 2001.
3. Bộ Thương mại, *Thương vụ Việt Nam tại Indonesia, Xuất khẩu cao su của Indônêxia*, 2004.
4. Ngân hàng Thế giới, *Quản lý rủi ro giá cả hàng nông sản*, Báo cáo giai đoạn 1, 2002
5. Tổng cục Hải quan, *số liệu thống kê xuất nhập khẩu hàng năm*
6. Tổng cục Thống kê, *Niên giám thống kê 2004*
7. Tổng cục Thống kê, *Kinh tế Việt Nam - Thế giới 2004 - 2005*
8. Hoàng Nguyên Học, *Chính sách tài chính của Nhà nước đối với sự phát triển của ngành cao su*, Diễn đàn Việt - Pháp “Nông nghiệp, phát triển nông thôn và các chính sách công cộng”, Montpellier, 2001.
9. Lê Quang Thung, *Triển vọng và giải pháp phát triển ngành cao su Việt Nam*, Diễn đàn Việt – Pháp “Nông nghiệp, phát triển nông thôn và các chính sách công cộng”, Montpellier, 2001.
10. TS. Lê Hồng Tiễn, *Nâng cao hiệu quả kinh tế quốc doanh cao su, Thực trạng và giải pháp*, Tạp chí Phát triển Kinh tế, tháng 2/2004.
11. Th.s. Hoàng thị Vân Anh, *Thị trường cao su thiên nhiên thế giới và khả năng xuất khẩu của Việt Nam*, Chuyên đề thuộc Đề tài cấp Nhà nước mã số KC-06-01.NN.
12. TS Trần Thị Thúy Hoa, *Tăng hiệu quả kinh tế cây cao su*, Hiệp hội cao su Việt Nam, 2004.

TIẾNG ANH

13. Department of Statistics, Malaysia, *Natural Rubber Statistics*, 2004
14. Customs Tariff of China, HS 4001

BỘ THƯƠNG MẠI
ĐỀ TÀI KHOA HỌC CẤP BỘ

BÁO CÁO TÓM TẮT

**MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU CAO SU TỰ
NHIÊN CỦA VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2010**

Cơ quan quản lý đề tài: BỘ THƯƠNG MẠI

Cơ quan chủ trì thực hiện: VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI

Chủ nhiệm đề tài: PGS.TS Đinh Văn Thành

Các thành viên: NCS Phạm Nguyên Minh

Ths. Đỗ Kim Chi

Ths. Nguyễn Việt Hưng

CN. Phạm Hồng Lam

MỤC LỤC

Nội dung	Trang
Danh mục chữ viết tắt	
Mở đầu	1
CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG CAO SU TỰ NHIÊN THẾ GIỚI	3
1. Tình hình cung cầu, giá cả trên thị trường cao su tự nhiên thế giới	3
<i>1.1. Tình hình thị trường cao su tự nhiên thế giới trong những năm qua</i>	3
<i>1.2. Tình hình sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên của các nước cung cấp chính</i>	4
<i>1.3. Động thái giá cả</i>	6
2. Thị trường các nước nhập khẩu cao su tự nhiên chủ yếu	9
<i>2.1. Thị trường Trung Quốc</i>	10
<i>2.2. Thị trường Hoa Kỳ</i>	11
<i>2.3. Thị trường EU</i>	12
<i>2.4. Thị trường Hàn Quốc</i>	12
3. Kinh nghiệm của một số nước về phát triển thị trường và xuất khẩu cao su tự nhiên	13
<i>3.1. Kinh nghiệm của Thái Lan</i>	13
<i>3.2. Kinh nghiệm của Indônêxia</i>	13
<i>3.3. Kinh nghiệm của Malaixia</i>	13
<i>3.4. Bài học rút ra cho Việt Nam</i>	13
CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU CAO SU TỰ NHIÊN CỦA VIỆT NAM	14
1. Thực trạng sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam	14
<i>1.1. Thực trạng sản xuất và tiêu thụ cao su tự nhiên</i>	14
<i>1.2. Thực trạng xuất khẩu</i>	16
<i>1.3. Quản lý Nhà nước đối với hoạt động xuất khẩu cao su tự nhiên</i>	19
2. Thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang một số thị trường	22

2.1. Thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên sang thị trường Trung Quốc	2
2.2. Thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên sang thị trường Hoa Kỳ	23
2.3. Thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên sang thị trường EU	24
2.4. Thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên sang thị trường Hàn Quốc	24
3. Đánh giá thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam	25
3.1. Những kết quả đạt được chủ yếu	25
3.2. Hạn chế và nguyên nhân	25
3.3. Những vấn đề đặt ra cần giải quyết	26
CHƯƠNG 3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU NHẪM PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU CAO SU TỰ NHIÊN CỦA VIỆT NAM	28
1. Triển vọng thị trường cao su tự nhiên thế giới và khả năng xuất khẩu của Việt Nam	28
1.1. Triển vọng thị trường cao su tự nhiên thế giới	28
1.2. Khả năng sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam	30
2. Mục tiêu và quan điểm phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên	32
2.1. Các mục tiêu tổng quát và mục tiêu cụ thể về xuất khẩu cao su tự nhiên	32
2.2. Một số quan điểm chủ yếu nhằm phát triển xuất cao su tự nhiên của Việt Nam	33
3. Một số giải pháp phát triển và nâng cao hiệu quả xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam	33
3.1. Các giải pháp chung	33
3.1.1. Giải pháp về nâng cao hiệu lực quản lý Nhà nước trong quy hoạch và định hướng phát triển	35
3.1.2. Giải pháp về phát triển thị trường	35
3.1.3. Giải pháp về phát triển sản phẩm và đa dạng hoá sản phẩm	36
3.1.4. Giải pháp về nâng cao hiệu quả sản xuất và xuất khẩu	36
3.1.5. Giải pháp nâng cao vai trò của Hiệp hội sản xuất và xuất khẩu cao su	37
3.1.6. Giải pháp về nguồn nhân lực	37
3.2. Các giải pháp đối với một số thị trường	37
3.2.1. Thị trường Trung Quốc	37

3.2.2. Thị trường Hoa Kỳ	38
3.2.3. Thị trường EU	39
3.2.4. Thị trường Hàn Quốc	39
3.2.5. Các thị trường khác	39
Kết luận	41
Tài liệu tham khảo	43

Danh mục chữ viết tắt

Tiếng Anh		
AFTA	ASEAN Free Trade Area	Khu vực mậu dịch tự do ASEAN
ANRPC	Association of Natural Rubber Producing Countries	Hiệp hội các nước sản xuất cao su tự nhiên
APEC	Asia Pacific Economic Cooperation	Diễn đàn Hợp tác kinh tế châu Á - Thái Bình Dương
ARBC	Asean Rubber Business Council	Hội đồng doanh nghiệp cao su Đông Nam Á
CEPT	Common Effective Preferential Tariff	Chương trình ưu đãi thuế quan có hiệu lực chung
DRC	Domestic Resource Cost	Hệ số chi phí nguồn lực nội địa
EHP	Early harvest programme	Chương trình thu hoạch sớm
EU	European Union	Liên minh châu Âu
FAO	Food and Agriculture Organization	Tổ chức Nông lương của Liên Hợp Quốc
GATT	General Agreement on Tariff and Trade	Hiệp định chung về thuế quan và mậu dịch
GAPKINDO	Indonesian Natural Rubber Producers Association	Hiệp hội Cao su Indônêxia
GSP	Generalised System of Preference	Hệ thống ưu đãi phổ cập
ICRAF	International Center for Research in Agroforestry	Trung tâm Nghiên cứu nông lâm quốc tế
IMF	International Monetary Fund	Quỹ Tiền tệ quốc tế
INRO	International Natural Rubber Organization	Tổ chức Cao su tự nhiên quốc tế
IRA	International Rubber Association	Hiệp hội cao su quốc tế
IRSG	International Rubber Study Group	Nhóm nghiên cứu cao su quốc tế
IRCo	International Rubber Consortium	Công ty TNHH cao su quốc tế
ISO	International Organization for Standardization	Tổ chức Tiêu chuẩn quốc tế
ITC	International Trade Centre	Trung tâm thương mại quốc tế

ITRC	International Tri-Partite Rubber Council	Hội đồng cao su quốc tế 3 bên
ITRO	Tripartite Rubber Organization	Tổ chức cao su quốc tế ba bên
LDC	Least Developed Countries	Các nước kém phát triển
MFN	Most Favoured Nation	Quy chế Tối huệ quốc
MRB	Malaysian Rubber Board	Ủy ban cao su Malaixia
NTM	Non - Tariff Measures	Các biện pháp phi thuế quan
OECD	Organization for Economic Cooperation and Development	Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế
OPEC	Organization of the Petroleum Exporting Countries	Tổ chức các nước xuất khẩu dầu mỏ
RCA	Revealed Comparative Advantage	Hệ số lợi thế so sánh hiển thị
TRC	Tripartite Rubber Corp	Tổ chức cao su 3 bên
TRQ	Tariff-rate quota	Hạn ngạch thuế quan
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development	Diễn đàn của Liên hiệp quốc về thương mại và phát triển
UNDP	United Nations Development Programme	Chương trình Phát triển Liên hiệp quốc
WB	World Bank	Ngân hàng Thế giới
WTO	World Trade Organization	Tổ chức Thương mại thế giới
TIẾNG VIỆT		
BNN&PTNT	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn	
GERUCO	Tổng công ty cao su Việt Nam	
KNNK	Kim ngạch nhập khẩu	
KNXK	Kim ngạch xuất khẩu	
XNK	Xuất nhập khẩu	

MỞ ĐẦU

Sự cần thiết nghiên cứu đề tài:

Caos tự nhiên là một trong những mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Trong những năm qua, khối lượng và kim ngạch xuất khẩu cao su tự nhiên đã tăng lên nhưng chưa thật ổn định. Thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên được mở rộng. Đồng thời với việc duy trì các thị trường truyền thống như Trung Quốc, Singapore, Đài Loan, ... Việt Nam cũng đã phát triển thêm các thị trường mới ở các khu vực châu Âu, Bắc Mỹ. Năm 2004, ngành cao su Việt Nam phát triển vượt bậc, vươn tới vị trí thứ 4 chỉ sau Thái Lan, Ấn Độ, Malaixia về giá trị xuất khẩu. Ngành công nghiệp chế biến cao su cũng được xác định là một trong những ngành công nghiệp quan trọng nên Nhà nước đã có quy hoạch chung phát triển diện tích trồng cây cao su và đã có nhiều cố gắng đầu tư cho khâu chế biến nguyên liệu phục vụ xuất khẩu cũng như cho sản xuất trong nước.

Những năm gần đây, thị trường cao su tự nhiên thế giới phát triển rất đa dạng và đặc biệt là thị trường thế giới có nhiều biến động về nhu cầu nhập khẩu và giá cả. Tuy nhiên, sự phát triển của ngành cao su Việt Nam vẫn còn nhiều bất cập: chất lượng và cơ cấu sản phẩm xuất khẩu chưa phù hợp với yêu cầu của thị trường thế giới, giá xuất khẩu thấp, chưa tạo lập được thị trường ổn định... Mặt khác, cơ cấu thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam còn chưa hợp lý, còn lệ thuộc quá lớn vào các thị trường châu Á. Các khu vực thị trường khác có sức mua lớn, giá bán cao và ổn định hơn như EU, Bắc Mỹ chưa chiếm được tỷ trọng cao. Công nghệ và trang thiết bị lạc hậu, trình độ quản lý kinh doanh còn hạn chế. Chính sách hỗ trợ của Nhà nước đối với phát triển sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên còn nhiều bất cập. Việc định hướng phát triển, phân công và phối hợp giữa trồng và khai thác mủ cao su, công nghiệp chế biến mủ và công nghiệp sản xuất sản phẩm còn nhiều hạn chế. Những tồn tại trên đây đã gây tác động không tốt tới phát triển sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên theo hướng bền vững.

Để khắc phục những hạn chế đối với sự phát triển của sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên và nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất và xuất khẩu, cần phải nghiên cứu, phân tích những yếu tố tác động, đặc điểm và xu hướng phát triển thị trường cao su tự nhiên thế giới, dự báo nhu cầu và triển vọng xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam. Đồng thời còn phải tìm ra những giải pháp nhằm phát triển bền vững và nâng cao hiệu quả sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam.

Vì những lý do nêu trên, việc nghiên cứu đề tài khoa học cấp Bộ với tên gọi: ***“Một số giải pháp phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam đến năm 2010”*** là thực sự cần thiết và cấp bách.

Tình hình nghiên cứu trong và ngoài nước:

Những năm gần đây, Bộ Thương mại, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và một số Bộ, Ngành đã tiến hành nghiên cứu một số đề tài và dự án về chính sách và giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam. Tuy nhiên, chưa có đề tài nào nghiên cứu về phát triển xuất khẩu cao su ngoài chuyên đề “Nghiên cứu về thị trường cao su thế giới và khả năng xuất khẩu của Việt Nam” trong khuôn khổ của Chương trình khoa học công nghệ KC.06 “Nghiên cứu, điều tra và dự báo thị trường xuất khẩu cho một số chủng loại nông, lâm, thủy sản”; mã số: KC.06.01.NN do Viện Nghiên cứu thương mại chủ trì. Tuy nhiên, các kết quả nghiên cứu của chuyên đề này chỉ dừng ở mức độ thông tin tổng quan về thị trường chứ chưa đi vào nghiên cứu thực trạng và các giải pháp.

Mục tiêu nghiên cứu:

- Tổng quan về cung cầu và đặc điểm thị trường cao su tự nhiên thế giới, các yếu tố ảnh hưởng đến thị trường cao su tự nhiên thế giới và kinh nghiệm của một số nước về phát triển thị trường và xuất khẩu cao su tự nhiên.

- Phân tích và đánh giá một cách đầy đủ và toàn diện về thực trạng sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam thời kỳ từ 1996 đến nay để tìm ra những mặt được, chưa được và nguyên nhân.

- Đề xuất các giải pháp chung và giải pháp đối với một số thị trường nhằm phát triển và nâng cao hiệu quả xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam thời kỳ đến năm 2010.

Đối tượng nghiên cứu: Đối tượng nghiên cứu của đề tài là cung cầu và giá cả trên thị trường thế giới đối với cao su tự nhiên, các yếu tố ảnh hưởng đến nhập khẩu cao su tự nhiên của một số thị trường nhập khẩu chủ yếu như Trung Quốc, Hoa Kỳ, EU, Hàn Quốc và các giải pháp nhằm phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam.

Phạm vi nghiên cứu:

Phạm vi nghiên cứu của đề tài là cung cầu, giá cả cao su tự nhiên trên thị trường thế giới, các yếu tố ảnh hưởng đến nhập khẩu cao su tự nhiên của một số thị trường nhập khẩu chủ yếu và các giải pháp nhằm phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam

Về không gian: Trong nước: là phạm vi cả nước, đối với các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế. Ngoài nước: Là một số thị trường có triển vọng đối với xuất khẩu cao su của Việt Nam như Trung Quốc, Hoa Kỳ, EU, Hàn Quốc. *Về thời gian:* Phân tích thực trạng từ năm 1996 đến nay và các giải pháp cho đến năm 2010.

Đề tài bao gồm 3 chương, nội dung cụ thể như sau:

CHƯƠNG 1

TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG CAO SU TỰ NHIÊN THẾ GIỚI

1. TÌNH HÌNH CUNG CẦU, GIÁ CẢ TRÊN THỊ TRƯỜNG CAO SU TỰ NHIÊN THẾ GIỚI

1.1. Tình hình thị trường cao su tự nhiên thế giới trong những năm qua

Tiêu thụ cao su tự nhiên thế giới tăng từ 6,019 triệu tấn năm 1996 lên 8.180 triệu tấn năm 2004, đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 3,78%/năm trong giai đoạn 1996 - 2004. Tốc độ tăng trưởng tiêu thụ cao su tự nhiên có xu hướng tăng lên qua các năm do nhu cầu sử dụng cao su tự nhiên nhiều hơn trong ngành sản xuất lốp ô tô, xe máy. Từ năm 1997 đến 1999, do tác động của cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ ở châu Á, tổng mức tiêu thụ cao su tự nhiên thế giới chỉ tăng từ 6.019 nghìn tấn lên 6.362 nghìn tấn, bình quân tăng 1,9%/năm. Năm 2002 là năm có mức tăng trưởng cao nhất trong giai đoạn 1997 - 2004, với mức tiêu thụ tăng 10,3% so với năm 2001, đạt 7.520 tấn. Mức tiêu thụ cao su tự nhiên tăng lên chủ yếu do cầu các phương tiện vận tải, đặc biệt là lốp xe tăng lên. Ngoài ra, giá dầu cao làm giá cao su tổng hợp tăng buộc các nhà sản xuất phải chuyển sang sử dụng các loại cao su tự nhiên.

Tiêu thụ cao su tự nhiên thế giới chủ yếu tập trung tại các nước công nghiệp phát triển như Hoa Kỳ, Nhật Bản, Đức... nhưng trong những năm gần đây, Trung Quốc, Hàn Quốc và các nước châu Á khác đã trở thành những nước tiêu thụ lớn, chiếm khoảng 1/3 tiêu thụ cao su tự nhiên toàn cầu. Hiện Trung Quốc là nước tiêu thụ cao su tự nhiên lớn nhất thế giới do sự phát triển bùng nổ của ngành chế tạo ô tô. Tiêu thụ cao su tự nhiên của Trung Quốc đã tăng từ 810 ngàn tấn năm 1996 lên 1.595 ngàn tấn năm 2004, đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 9,15%/năm so với tốc độ tăng trưởng bình quân 3,78%/năm của toàn thế giới. Trong khi đó, tiêu thụ cao su tự nhiên ở các nước châu Á khác như Hàn Quốc, Malaysia chỉ tăng trưởng với tốc độ thấp. Tỷ trọng của Hoa Kỳ trong tổng mức tiêu thụ cao su tự nhiên toàn cầu đã giảm từ 18% trong năm 2000 xuống còn 13,3% trong năm 2004 trong khi tỷ trọng của Trung Quốc tăng từ 13% năm 2000 lên 19,5% trong năm 2004. Tỷ trọng của Nhật Bản là 9,62%; Ấn Độ là 9,2%, Malaixia là 5,07%; Hàn Quốc là 4,18% và Đức là 3,12%.

Cao su tự nhiên chủ yếu được dùng trong ngành công nghiệp chế tạo ô tô và các phương tiện vận tải khác (máy bay, máy kéo...). Khoảng 2/3 tổng mức tiêu thụ cao su tự nhiên được dùng trong ngành vận tải, chủ yếu là sản xuất các loại lốp xe. Cao su tự nhiên cũng được sử dụng rộng rãi trong nhiều ngành sản xuất tư liệu sản xuất và hàng tiêu dùng, thiết bị y tế... Khoảng 2/3 lượng cao su tự nhiên được sử dụng cho lốp xe, đặc biệt cho sản xuất lốp xe tải hạng nặng. 1/3 còn lại được sử dụng cho các sản phẩm chung, một phần lớn sử dụng sản xuất

phụ tùng ô tô. Vì vậy, 3 Công ty lớp lớn - Bridgestone, Goodyear, và Michelin - 3 công ty lớp tầm cỡ trung bình - Continental, Pirelli và Yokohama, chiếm vị trí quan trọng trong tiêu thụ cao su tự nhiên. Cả 6 Công ty và một vài công ty khác đã mua văn phòng ở Singapore và lập các đại lý tại các quốc gia sản xuất cao su tự nhiên.

Các hợp đồng kỳ hạn đối với cao su tự nhiên được trao đổi chủ yếu tại Singapore (Sicom), Tokyo (Tocom) và Osaka (OME). Tại Nhật bản, OME có quy mô nhỏ hơn Tocom. Tocom và Sicom có quy định rõ về giao dịch cao su tấm hun khói: Sicom giao dịch chủng loại RSS1 bằng đồng USD trong khi Tocom giao dịch các sản phẩm RSS3 bằng đồng JPY. Sicom cũng có những hợp đồng về cao su đặc chủng (TSR20). Các hợp đồng của Sicom có thời hạn khoảng 1 năm, trong khi các hợp đồng Tocom là khoảng 6 tháng.

Xuất khẩu cao su có đặc trưng là giữ giá kì hạn (trong vòng 9 tháng) trên cơ sở đồng USD và do đó, thị trường Tocom với trao đổi kỳ hạn là đồng JPY sẽ có những trở ngại hơn là Sicom với giao dịch kỳ hạn là đồng USD. Ngoài ra, có các quan điểm rằng, thị trường Tocom tương đối cứng nhắc trong khi Sicom có cơ chế giá cả mềm dẻo hơn. Trên thế giới cao su tự nhiên có thể được giao dịch cả theo kênh trực tiếp và qua trung gian. Các nước nhập khẩu chủ yếu như Hoa Kỳ, Nhật Bản, Hàn Quốc ... không những mua trực tiếp từ các nước sản xuất mà còn mua qua các thị trường trung gian như Singapore, Malaysia ...

1.2. Tình hình sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên của các nước cung cấp chính

Sản xuất cao su tự nhiên thế giới mang tính tập trung cao. Hiện nay có khoảng 20 nước sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên, trong đó các nước Châu Á chiếm khoảng 90% sản lượng cao su toàn cầu. Khoảng 75% cao su sản xuất ra dùng để xuất khẩu vì các nước phát triển là những nước tiêu thụ cao su tự nhiên lớn trong khi đó các nước đang phát triển lại là những nước xuất khẩu cao su. Đông Nam Á là là khu vực sản xuất cao su tự nhiên lớn nhất thế giới, trong đó 3 nước Thái Lan, Indônêxia, Malaysia chiếm đến 75% sản lượng cao su tự nhiên sản xuất trên thế giới. Tiếp đến là Ấn Độ, Trung Quốc, Việt Nam, Srilanca, Philipin và một số nước khác. Libera và Nigieria là hai nước đứng đầu về sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên ở khu vực châu Phi, tuy nhiên, sản lượng không cao do nhiều yếu tố, chủ yếu là do điều kiện thời tiết không phù hợp. Tại khu vực Nam Mỹ, Braxin là nước sản xuất cao su tự nhiên lớn, khoảng 94 ngàn tấn/năm nhưng chủ yếu phục vụ nhu cầu trong nước, không xuất khẩu. Ngoài các nước sản xuất, nhiều nước cung cấp cao su tự nhiên dưới hình thức tạm nhập tái xuất như Singapore, Nhật Bản, Malaysia ...

Theo Nhóm nghiên cứu cao su quốc tế (IRSG), sản lượng cao su thế giới đã tăng liên tục trong những năm qua. Trong giai đoạn 2000 - 2004, sản lượng cao

su tự nhiên thế giới đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 4,25%/năm so với tốc độ tăng trưởng bình quân 1,4%/năm trong giai đoạn 1996 - 2000. Sản lượng cao su toàn cầu ước tính đạt 8,41 triệu tấn trong năm 2004, tăng 5,3% so với năm 2003. Sản lượng của Thái Lan đạt 2,866 triệu tấn, giảm chút ít so với 2,873 triệu tấn của năm 2003. Sản lượng của Indônêxia cũng giảm từ 1,792 triệu tấn xuống còn 1,786 triệu tấn. Sau khi giảm trong vài năm cuối thập kỷ 90, sản lượng của Malaixia đạt gần 1,25 triệu tấn trong năm 2004, tăng 26% so với năm 2003. Sản lượng của Việt Nam vẫn tiếp tục tăng sau thời kỳ tăng mạnh trong những năm cuối của thập niên 90. Trong năm 2004, sản lượng của Việt Nam đạt 500 ngàn tấn, tăng 37% so với năm 2003. Sản lượng cao su của Braxin và Ấn Độ cũng tăng lên do nhu cầu nội địa tăng cùng với sự tăng trưởng của ngành sản xuất phương tiện giao thông. Trong năm 2004, sản lượng của Braxin đạt 101 ngàn tấn, tăng 7,4% so với năm 2003 trong khi sản lượng của Ấn Độ tăng lên khoảng 2,3%. Mặc dù nhu cầu nội địa tăng mạnh, sản lượng cao su của Trung Quốc không tăng do những hạn chế về đất trồng cao su.

Thái Lan là nước sản xuất cao su tự nhiên lớn nhất thế giới. Sản lượng cao su tự nhiên của Thái Lan năm 2004 đạt 2,866 triệu tấn, chiếm 34% sản lượng cao su thế giới, trong đó khoảng 75 - 80% sản lượng dành cho xuất khẩu. Thái Lan đã hiện đại hoá ngành sản xuất cao su, từ khâu trồng trọt đến chế biến. Phần lớn khâu trồng trọt và chăm sóc cao su của Thái Lan có công nghệ hiện đại, sản phẩm cao su phù hợp tập quán tiêu dùng của thị trường thế giới. Đặc biệt là, ở đây đã có sự chuyển từ sản xuất mủ tờ xông khói theo phương pháp truyền thống (SRR) sang sản xuất cao su theo định chuẩn kỹ thuật (TSR). Điều đặc biệt quan trọng là Thái Lan đã tạo dựng được thị trường xuất khẩu cao su ổn định, không bị chèn ép về giá so với các nước cùng xuất khẩu.

Indônêxia hiện là nước sản xuất cao su tự nhiên đứng thứ hai thế giới. Sản lượng cao su của Indônêxia năm 2004 đạt 1,786 triệu tấn, chiếm khoảng 21,2% sản lượng cao su của thế giới, trong đó khoảng 73% sản lượng dành cho xuất khẩu. Cơ cấu sản xuất cao su hiện nay của Indônêxia bao gồm những loại sau: 90% là cao su định chuẩn kỹ thuật (TSR) hay còn gọi là cao su tiêu chuẩn Indônêxia (SIR), 6% là cao su tờ xông khói (RSS), 3% là mủ li tâm và 1% còn lại là các loại khác. Cao su của Indônêxia chủ yếu là để xuất khẩu trực tiếp cho các nước công nghiệp hoặc vận chuyển qua cảng Singapore và hầu hết là sử dụng để sản xuất lốp xe. Trong những năm trước, sản lượng cao su của Malaysia chỉ đạt dưới 1 triệu tấn. Nhưng năm 2004, với giá cao, nhiều diện tích cao su được phục hồi và sản lượng tăng, ước đạt 1,25 triệu tấn. Ấn Độ là nước sản xuất cao su thứ tư với sản lượng năm 2004 là 724 ngàn tấn và Trung Quốc xếp thứ năm với sản lượng là 483 ngàn tấn.

Xuất khẩu cao su tự nhiên thế giới đã tăng bình quân 2,15%/năm trong giai đoạn 2000 - 2004. Xuất khẩu cao su tự nhiên thế giới trong năm 2004 ước tính đạt trên 5,9 triệu tấn, tăng 4,4% so với năm 2003 sau khi đã tăng 10% so với năm 2002, trong đó xuất khẩu của Indônêxia, Malaixia, Thái Lan và Việt Nam chiếm khoảng 90%.

Xuất khẩu của Thái Lan - nước xuất khẩu cao su tự nhiên lớn nhất thế giới - đạt 2,55 triệu tấn, giảm nhẹ so với 2,59 triệu tấn của năm trước. Xuất khẩu của Indônêxia đạt 1,67 triệu tấn, tăng 0,6% và xuất khẩu của Malaixia đạt 824.000 tấn, giảm 13% so với năm trước trong khi xuất khẩu của Việt Nam ít thay đổi do sản lượng tăng trưởng chậm. Các sản phẩm cao su chủ yếu của Thái Lan là cao su tờ xông khói RSS (chiếm 45,2%), cao su khối định chuẩn kỹ thuật STR (34,4%) và cao su ly tâm (17%). Các thị trường nhập khẩu cao su chủ yếu của Thái Lan là Trung Quốc (27-28%), Nhật Bản (19-20%), Malaixia (14-15%), Hoa Kỳ (12-13%), châu Âu (9-10%) và một số thị trường khác như Hàn Quốc, Singapore, Braxin, Italia, Tây Ban Nha và Đài Loan. Thái Lan tiêu thụ cao su trong nước hàng năm khoảng 300.000 tấn (khoảng 10%), chủ yếu để sản xuất sảm lốp xe, găng tay, băng tải cao su và một số sản phẩm có tính đàn hồi.

Cao su của Indônêxia chủ yếu xuất khẩu trực tiếp sang các nước công nghiệp phát triển hoặc xuất khẩu qua thị trường trung gian Singapore để dùng vào sản xuất các loại lốp xe. Xuất khẩu cao su tự nhiên của Indônêxia đã tăng vững trong vòng 4 năm qua, từ 1.380 ngàn tấn năm 2000 lên 1668 ngàn tấn vào năm 2004. Thị trường xuất khẩu cao su chủ yếu của Indônêxia là Hoa Kỳ, chiếm tới 60% xuất khẩu của Indônêxia, tiếp đến là châu Âu chiếm 20% và Trung Quốc 20%.

1.3. Động thái giá cả

Giá cao su tự nhiên trên thị trường thế giới thường không ổn định do ảnh hưởng của nhiều yếu tố: sự biến động của cung và cầu, chi phí sản xuất, sự cạnh tranh của cao su tổng hợp và những nguyên liệu thay thế khác, mức độ độc quyền trên thị trường và mức tăng giá chung của đồng tiền, tác động của tỷ giá tại những nước xuất khẩu, nhập khẩu chính ... Ngoài ra, còn có các nhân tố khách quan khác tác động đến giá cao su tự nhiên như tình hình chính trị quốc tế, chương trình bán hoặc mua cao su tồn kho chiến lược của các nước công nghiệp phát triển hoặc các biện pháp điều chỉnh sản xuất và mậu dịch ở cả các nước sản xuất và nước tiêu thụ. Tác động đối với giá cả từ phía nguồn cung ngắn hạn liên quan đến phản ứng tức thì của nông dân đối với sự thay đổi của giá cả. Tác động của nguồn cung dài hạn liên quan đến ảnh hưởng của giá cả tới các quyết định đầu tư. Vì đầu tư cây cao su sẽ cho thu hoạch 20 - 40 năm, với thời kỳ kiến thiết cơ bản 7 năm không có thu nhập, kỳ vọng về giá cả và thu nhập trong tương lai đối với thời kỳ tiếp theo sẽ chi phối nguồn cung.

Những nhân tố cơ bản cho việc định giá cao su tự nhiên là quan hệ giữa cung và cầu trên thị trường, mức độ cũng như biện pháp xử lý cao su tồn kho tại nước sản xuất và tiêu thụ. Ngoài ra, sự hình thành giá cao su còn phụ thuộc vào sự đổi mới công nghệ, kỹ thuật trong canh tác, chế biến, vào sự khác nhau về chất lượng giữa các loại cao su cũng như biện pháp can thiệp của các tổ chức cao su như INRO (đã hết hiệu lực năm 1999), IRSG, thoả thuận giữa các nước sản xuất và xuất khẩu cao su chủ yếu (ITRO - Tổ chức cao su quốc tế ba bên gồm Thái Lan, Indônêxia và Malaysia được thành lập năm 2001). Đặc biệt, giá cao su phụ thuộc khá lớn vào ngành công nghiệp ô tô vì đây là ngành tiêu dùng cao su nhiều nhất.

Dung lượng trao đổi trên các thị trường giao dịch chủ yếu - Kuala Lumpur, Luân Đôn, Singapore và Tokyo - chiếm tới 4/5 khối lượng cao su trao đổi của thế giới - cũng là yếu tố có ảnh hưởng quyết định tới giá giao dịch cao su trên thị trường thế giới.

Theo Nhóm nghiên cứu cao su thế giới, trong thập kỷ qua, biến động giá cao su trong thập kỷ qua như sau:

- Năm 1993, giá cao su giảm xuống tới mức thấp nhất trong giai đoạn từ năm 1989, nguyên nhân chủ yếu do sự suy giảm của ngành công nghiệp sản xuất sẫm lốp trên thế giới.

- Trong giai đoạn 1994 - đầu năm 1998, giá cao su hồi phục trở lại và đạt đỉnh cao vào năm 1995 và 1996.

- Cuối năm 1998, cao su giảm giá trầm trọng, xuống tới mức giá của năm 1993 (mức giá chung 1995/1998 giảm tới 56% trong vòng 3 năm do ảnh hưởng của khủng hoảng tài chính kinh tế Châu Á). Mức giá cao su bình quân đã giảm từ 1.700USD/tấn năm 1996 xuống còn 700USD/tấn vào cuối năm 1998.

- Đến cuối năm 1999 và sang năm 2000, giá cao su có hồi phục chút ít nhưng vẫn ở mức thấp và lại giảm nhẹ trong năm 2001.

- Đầu năm 2002, giá cao su kỳ hạn có dấu hiệu tăng nhẹ do 3 nước sản xuất chính là Thái Lan, Indônêxia, Malaysia thoả thuận cắt giảm sản lượng và xuất khẩu cùng với việc Trung Quốc - một trong những nước tiêu thụ cao su chính - trở thành thành viên chính thức của WTO cũng là một cơ hội cho ngành cao su đẩy giá lên.

Được khuyến khích bởi nhu cầu tiêu thụ của Trung Quốc và các nước châu Á khác, giá cao su trên các thị trường giao dịch quốc tế đã bắt đầu tăng từ năm 2003 và tiếp tục tăng trong năm 2004. Giá cao su RSS3 bình quân của Thái Lan trong năm 2003 đạt 44,5 baht/kg (khoảng 1,07 USD/kg), tăng 36% so với năm 2002 và 77% so với năm 2001. Giá cao su trên thị trường London và Tokyo cũng

duy trì ở mức tương đương. Sau khi đạt 55,9 baht/kg trong tháng 6/2004, giá cao su RSS3 của Thái Lan bắt đầu giảm xuống do sản lượng tăng lên trong năm 2004 và tốc độ tăng nhu cầu của Trung Quốc giảm đi. Tuy nhiên, mức giá bình quân trong tháng 8/2004 vẫn đạt mức 52 baht/kg, tăng 16% so với năm 2003. Giá dầu mỏ - nguyên liệu chủ yếu để sản xuất cao su tổng hợp - đã tăng mạnh trong năm 2004, làm cho giá cao su tự nhiên trở nên cạnh tranh hơn.

Năm 2005, giá dầu thô có thể là yếu tố chính quyết định xu hướng của giá cao su tự nhiên. Vì giá dầu tăng ảnh hưởng đến giá cao su tổng hợp nên các công ty lốp, những nguồn tiêu thụ cao su tự nhiên chủ yếu sẽ buộc phải dùng nhiều cao su tự nhiên hơn thay cho cao su tổng hợp. Cao su tổng hợp giao dịch ở mức 155 US cent/kg, C&F ở Ấn Độ trong tháng 8, sau đó tăng tới 180 US cent/kg vào tháng 11. Đây chính là cơ hội thuận lợi cho giá cao su tự nhiên RSS3 của Thái Lan ổn định ở mức 122-127 US cent/kg, C&F giao tại Trung Quốc. Nếu mức chênh lệch vẫn còn thì mức tiêu thụ và giá cao su tự nhiên sẽ được hỗ trợ trong năm 2005.

Phân tích thực trạng thị trường cao su tự nhiên trên thế giới trong những năm qua, có thể thấy những đặc điểm chủ yếu sau:

- Thị trường cao su tự nhiên trên thế giới gồm nhiều chủng loại khác nhau, được phân loại theo tiêu chuẩn quốc tế, tiêu chuẩn quốc gia và quy định kỹ thuật của nhà nhập khẩu.

- Sản xuất cao su tự nhiên tập trung ở một số nước chủ yếu, 6 nước sản xuất cao su lớn nhất chiếm tới 84% tổng sản lượng cao su toàn cầu.

- Cao su tự nhiên được sử dụng chủ yếu trong các ngành công nghiệp sản xuất sẫm lốp, băng tải và sản xuất các dụng cụ y tế. Ngoài ra, cao su tự nhiên còn được sử dụng trong sản xuất giấy dếp và công nghiệp xây dựng.

- Sản xuất cao su tự nhiên không có sự chuyển dịch lớn giữa các nước nhưng nhập khẩu cao su tự nhiên đã có sự thay đổi. Trung Quốc đã trở thành nhà nhập khẩu cao su tự nhiên lớn nhất thế giới, tiếp theo đó là Hoa Kỳ.

- Lượng cao su giao dịch trên thị trường thế giới chiếm tới 70% tổng sản lượng cao su toàn cầu. Thái Lan, Ấn Độ, Malaixia và Việt Nam chiếm tới 80% tổng lượng xuất khẩu toàn cầu.

- Hoa Kỳ, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Đức và Pháp chiếm tới 70% tổng lượng nhập khẩu toàn cầu

- Không có rào cản đáng kể nào đối với nhập khẩu cao su ở hầu hết các nước, thuế quan và các yêu cầu về kỹ thuật có thể coi là rào cản chủ yếu đối với thị trường cao su toàn cầu.

- Tổ chức cao su quốc tế (INRO) đóng vai trò chủ yếu trong ổn định giá xuất khẩu nhờ dự trữ kho đệm nhưng Hiệp định cao su quốc tế đã bị phá vỡ năm 1999 do những khó khăn về cạnh tranh giữa các nước sản xuất, biến động tỷ giá và xu hướng giảm giá mạnh trên thị trường thế giới.

- Xu hướng giảm giá kéo dài trong nhiều năm cuối thập kỷ 80 đã làm lợi nhuận từ trồng cao su giảm và một số nước đã chuyển sang các loại cây trồng khác, dẫn đến giảm cung làm cho giá cả tăng lên trong thời gian gần đây. Đồng thời giá dầu mỏ có xu hướng tăng, ảnh hưởng đến giá cao su tổng hợp làm tăng xu hướng tiêu thụ cao su tự nhiên cũng là yếu tố tích cực cải thiện giá cao su tự nhiên trên thị trường thế giới.

2. THỊ TRƯỜNG CÁC NƯỚC NHẬP KHẨU CAO SU TỰ NHIÊN CHỦ YẾU

Các loại cao su tự nhiên được giao dịch nhiều nhất trên thị trường, theo cách phân loại quốc tế, là các nhóm HS 4001.10 (Latex), 4001.22 (mủ tờ xông khói), 4001.21 (cao su tự nhiên định chuẩn kỹ thuật - TSNR) và 4001.29 (các loại khác).

Các nước nhập khẩu cao su Latex (HS 4001.10) lớn nhất là Malaixia (27%), Trung Quốc (11%), Hoa Kỳ (11%), Iran (6%), Italia (4%) và Hàn Quốc (3%¹) trong khi các nước xuất khẩu lớn nhất mặt hàng này là Thái Lan (61%), Malaixia (11%), Liberia (7%), Hoa Kỳ (1%) và Việt Nam (1%²).

Các nước nhập khẩu cao su mủ tờ xông khói (HS 4001.21) lớn nhất là Trung Quốc (29%), Nhật Bản (22%), Hoa Kỳ (11%), Pháp (7%), Singapore (6%), Đức (3%) và Braxin (3%³) trong khi các nước xuất khẩu lớn nhất mặt hàng này là Thái Lan (81%), Singapore (5%), Indônêxia (3%), Ấn Độ (3%) và Việt Nam (2%⁴).

Các nước nhập khẩu cao su TSNR (HS 4001.22) lớn nhất là Hoa Kỳ (26%), Trung Quốc (17%), Nhật Bản (13%), Hàn Quốc (8%), Pháp (5%) và Canada (3%⁵) trong khi các nước xuất khẩu lớn nhất mặt hàng này là Indônêxia (50%), Malaixia (30%), Việt Nam (6%), Singapore (4%) và Cốtđivoa (1%⁶).

Các nước nhập khẩu cao su tự nhiên loại khác (HS 4001.29) lớn nhất là Đức (13%), Braxin (9%), Đài Loan (8%), Tây Ban Nha (7%), Trung Quốc (7%)

¹ % trong tổng kim ngạch nhập khẩu HS400110 toàn cầu

² % trong tổng kim ngạch xuất khẩu HS400110 toàn cầu

³ % trong tổng kim ngạch nhập khẩu HS400121 toàn cầu

⁴ % trong tổng kim ngạch xuất khẩu HS400121 toàn cầu

⁵ % trong tổng kim ngạch nhập khẩu HS400122 toàn cầu

⁶ % trong tổng kim ngạch xuất khẩu HS400122 toàn cầu

và Italia (6%⁷) trong khi các nước xuất khẩu lớn nhất mặt hàng này là Thái Lan (75%), Việt Nam (5%), Côtđivoa (3%), Philippin (2%) và Indônêxia (2%⁸).

Trung Quốc đã trở thành nước nhập khẩu cao su tự nhiên lớn nhất thế giới trong năm 2003 với lượng nhập khẩu đạt 1,15 triệu tấn, tăng 26% so với năm 2002. Mặc dù nhu cầu giảm nhẹ trong năm 2004 do những chính sách kiềm chế tình trạng phát triển quá nóng của nền kinh tế, nhập khẩu cao su của Trung Quốc trong năm 2004 ước tính vẫn đạt 1,1 triệu tấn. Tuy nhiên, lượng nhập khẩu của những thị trường nhập khẩu truyền thống như Hoa Kỳ, Nhật Bản và EU ít thay đổi kể từ 2001 đến nay.

2.1. Thị trường Trung Quốc

Năm 2001, Trung Quốc đã trở thành nước đứng đầu thế giới về tiêu thụ cao su tự nhiên. Năm 2002, chỉ riêng Trung Quốc đã chiếm tới 17% tiêu thụ toàn thế giới. Mặc dù sản xuất cao su tự nhiên của Trung Quốc liên tục tăng song cũng không đáp ứng đủ nhu cầu trong nước, do vậy nhập khẩu chiếm một tỷ lệ lớn trong tổng lượng cao su tiêu thụ. Tốc độ tăng trưởng cao của nền kinh tế kéo theo việc mở rộng hệ thống đường xá, phương tiện giao thông vận tải cũng như các ngành sản xuất sẫm lớp cao su. Trung Quốc nhập khẩu cao su tự nhiên chủ yếu từ Thái Lan, Malaixia, Indônêxia, Việt Nam, Hoa Kỳ và Ấn Độ. Thái Lan đứng đầu về xuất khẩu cao su tự nhiên sang Trung Quốc với tỷ trọng 58% trong tổng kim ngạch nhập khẩu cao su tự nhiên vào Trung Quốc trong năm 2003.

Mặt hàng cao su tự nhiên nhập khẩu lớn nhất của Trung Quốc là cao su định chuẩn kỹ thuật (HS 4001.22) với kim ngạch nhập khẩu đạt trên 538 triệu USD trong năm 2003, chiếm 46% tổng kim ngạch nhập khẩu cao su tự nhiên vào thị trường Trung Quốc. Trung Quốc nhập khẩu cao su định chuẩn kỹ thuật chủ yếu từ Thái Lan (39%), Malaixia (30%), Indônêxia (19%) và Việt Nam (8%). Mặt hàng đứng thứ hai về kim ngạch nhập khẩu cao su tự nhiên của Trung Quốc là cao su mủ tờ xông khói (HS 4001.21) với kim ngạch nhập khẩu đạt 435 triệu USD trong năm 2003, chiếm tỷ trọng 38%. Trung Quốc nhập khẩu cao su mủ tờ xông khói chủ yếu từ Thái Lan (81%), Indônêxia (5,7%) và Việt Nam (2,6%). Cao su mủ Latex đứng thứ ba về kim ngạch nhập khẩu cao su tự nhiên vào Trung Quốc với kim ngạch nhập khẩu đạt 105 triệu USD trong năm 2003, chiếm tỷ trọng 9%. Trung Quốc nhập khẩu mủ Latex chủ yếu từ Thái Lan (76%), Malaixia (22%) và Việt Nam (1,2%).

Để hạn chế nhập khẩu hàng nông sản, Trung Quốc cũng áp dụng các rào cản thuế quan và phi thuế quan như hạn chế quyền thương mại và các rào cản kỹ

⁷ % trong tổng kim ngạch nhập khẩu HS400129 toàn cầu

⁸ % trong tổng kim ngạch xuất khẩu HS400129 toàn cầu

thuật. Trước khi gia nhập WTO, Trung Quốc quản lý nhập khẩu cao su chủ yếu bằng hạn ngạch. Thuế nhập khẩu cao su tự nhiên vẫn ở mức cao vào khoảng 30%. Tuy nhiên, Trung Quốc đang giảm dần các rào cản này theo những cam kết trong WTO. Trung Quốc đã bắt đầu thực hiện cắt giảm thuế quan theo cam kết trong WTO bắt đầu bằng việc giảm thuế suất đối với nhiều hàng nông sản từ ngày 1/1/2001. Đối với Việt Nam, theo biên bản thoả thuận giữa hai chính phủ, mặt hàng mủ cao su của ta đang được hưởng mức thuế ưu đãi (MFN) là 20%. Tháng 1 năm 2002, mức thuế này đã giảm xuống 10% đã tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu cao su của Việt Nam. Hạn ngạch đối với nhập khẩu cao su tự nhiên cũng đã được bãi bỏ từ 1/1/2004.

2.2. Thị trường Hoa Kỳ

Từ năm 2003, Hoa Kỳ đã trở thành nước đứng thứ hai về nhập khẩu cao su tự nhiên, sau Trung Quốc. Hoa Kỳ chủ yếu nhập khẩu cao su định chuẩn kỹ thuật (HS 4001.22) với kim ngạch nhập khẩu đạt 828 triệu USD, chiếm tỷ trọng 72% trong tổng kim ngạch nhập khẩu cao su tự nhiên vào thị trường Hoa Kỳ. Cao su định chuẩn kỹ thuật được Hoa Kỳ nhập khẩu chủ yếu từ Indônêxia (70,4%), Thái Lan (16,7%), Malaixia (8,8%) và Việt Nam (1,5%). Đứng thứ hai về lượng nhập khẩu là các loại cao su mủ tờ xông khói (HS 4001.21) với kim ngạch nhập khẩu đạt 170 triệu USD trong năm 2003, chiếm tỷ trọng 14%. Cao su mủ tờ xông khói được nhập khẩu chủ yếu từ Thái Lan (71,6%), Indônêxia (17,1%), Malaixia (8,41%) và Sri Lanca (2,2%). Nhập khẩu cao su mủ Latex đạt 98 triệu USD trong năm 2003, chiếm 8,5% tổng kim ngạch nhập khẩu. Hoa Kỳ nhập khẩu mủ Latex chủ yếu từ Liberia (58,8%), Thái Lan (23,9%), Malaixia (8,4%) và Indônêxia (3,3%)

Hoa Kỳ sử dụng rất ít hoặc thậm chí không áp dụng các tiêu chuẩn của các tổ chức tiêu chuẩn quốc tế. Các thành viên WTO tham gia hiệp định về rào cản kỹ thuật đối với thương mại đều cam kết sẽ áp dụng tới mức nhiều nhất có thể các tiêu chuẩn này. Mặc dù một số lượng đáng kể các tiêu chuẩn của Hoa Kỳ được coi là “tương đương” với các tiêu chuẩn quốc tế và trên thực tế, một số các tiêu chuẩn này được sử dụng rộng rãi trên thế giới nhưng rất ít tiêu chuẩn quốc tế được áp dụng trực tiếp.

Đối với cao su và sản phẩm cao su, cao su tổng hợp và các dạng cao su khác chế biến từ dầu mỏ, nếu muốn xuất khẩu được vào thị trường Mỹ thì phải thoả mãn các điều kiện sau: Phù hợp với các quy định về chất lượng và các thủ tục và thông báo hàng đến của FDA; Phù hợp với quy định của Hội đồng thương mại liên bang (FTC) và Hội đồng an toàn tiêu dùng; Phù hợp với các quy định về môi trường của Cơ quan bảo vệ môi trường Hoa Kỳ (EPA); Phù hợp với các quy định của Bộ Vận tải về chất độc hại; Phù hợp với các quy định của DOT, Cơ quan quản lý giao thông (NHTSA) về các tiêu chuẩn an toàn xe cộ.

2.3. Thị trường EU

Pháp, Đức, Tây Ban Nha, Italia và Anh là những nước nhập khẩu cao su tự nhiên lớn nhất trong EU - 15. Do các yếu tố lịch sử, EU nhập khẩu nhiều cao su tự nhiên từ các nước châu Phi trong khi các nước nhập khẩu chính khác nhập khẩu chủ yếu từ châu Á.

Pháp chủ yếu nhập khẩu cao su tự nhiên định chuẩn kỹ thuật (HS 400122) với kim ngạch nhập khẩu đạt 163 triệu USD trong năm 2003, chiếm 50% tổng kim ngạch nhập khẩu cao su tự nhiên, chủ yếu được nhập khẩu từ Malaixia, Thái Lan, Indônêxia và Côtđivoa. Pháp cũng nhập khẩu nhiều cao su mủ tờ xông khói với kim ngạch đạt 97 triệu USD trong năm 2003, chiếm 30% tổng kim ngạch nhập khẩu, chủ yếu nhập khẩu từ Thái Lan, Indônêxia, Camơrun và Việt Nam. Trong khi đó, nhập khẩu cao su mủ Latex chiếm một tỷ trọng khá nhỏ trong tổng kim ngạch nhập khẩu cao su tự nhiên vào thị trường Pháp.

Khác với các nước khác, nhập khẩu các loại cao su thuộc nhóm HS 400129 vào thị trường Đức chiếm tới 50% trong tổng kim ngạch cao su tự nhiên nhập khẩu. Đức nhập khẩu cao su tự nhiên chủ yếu từ Thái Lan, Malaixia, Indônêxia, Côtđivoa, Việt Nam và từ một số thị trường tái xuất như Hà Lan. Cũng như Đức, Tây Ban Nha nhập khẩu nhiều cao su thuộc nhóm HS 400129 với kim ngạch nhập khẩu đạt 77 triệu USD trong năm 2003, chiếm tỷ trọng 38% và cao su định chuẩn kỹ thuật (37,5%). Tây Ban Nha chủ yếu nhập khẩu từ Thái Lan, Malaixia, Côtđivoa và Việt Nam, trong đó Côtđivoa chủ yếu là xuất khẩu cao su định chuẩn kỹ thuật và mủ Latex. Anh cũng nhập khẩu nhiều cao su tự nhiên thuộc nhóm HS 400129. Anh nhập khẩu cao su tự nhiên chủ yếu từ Thái Lan, Malaixia, Côtđivoa, Việt Nam và Indônêxia. Cũng như các nước EU khác, Italia nhập khẩu nhiều cao su tự nhiên thuộc nhóm HS400129. Italia nhập khẩu cao su tự nhiên chủ yếu từ Thái Lan, Malaixia, Indônêxia, Camơrun và Việt Nam.

Nhìn chung, không có các rào cản đáng kể đối với nhập khẩu cao su tự nhiên vào thị trường châu Âu, ngoại trừ một số tiêu chuẩn về môi trường đối với cao su tự nhiên và sản phẩm cao su nói chung.

2.4. Thị trường Hàn Quốc

Cũng như Hoa Kỳ, Hàn Quốc chủ yếu nhập khẩu cao su định chuẩn kỹ thuật (HS 4001.22) với kim ngạch nhập khẩu đạt 240 triệu USD trong năm 2003, chiếm tỷ trọng 70% trong tổng kim ngạch nhập khẩu cao su tự nhiên. Hàn Quốc nhập khẩu cao su định chuẩn kỹ thuật chủ yếu từ Thái Lan (48%), Indônêxia (25,5%), Malaixia (22,1%) và Việt Nam (4%). Nhập khẩu cao su mủ Latex đạt 31 triệu USD trong năm 2003, chiếm tỷ trọng 9% chủ yếu được nhập khẩu từ Thái Lan (64,4%), Việt Nam (28,5%) và Malaixia (7%). Nhập khẩu cao su mủ tờ xông khói (HS 4001.21) đạt 34 triệu USD trong năm 2003, chiếm tỷ trọng 10%.

Cao su mủ tờ xông khói được nhập khẩu chủ yếu từ Thái Lan (88%), Việt Nam (5,2%) và Malaixia (2,6%).

Mức thuế nhập khẩu cao su tự nhiên tương đối thấp, chỉ 2% đối với cao su thuộc HS 400130 và 1% đối với các loại cao su còn lại thuộc HS 4001. Hàn Quốc cũng không áp dụng các rào cản phi thuế quan đối với nhập khẩu cao su tự nhiên ngoại trừ những điều kiện môi trường đối với các sản phẩm cao su nói chung.

3. KINH NGHIỆM CỦA MỘT SỐ NƯỚC VỀ PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG VÀ XUẤT KHẨU CAO SU TỰ NHIÊN

3.1. Kinh nghiệm của Thái Lan

- *Hỗ trợ của Chính phủ thông qua các chính sách khuyến khích sản xuất và xuất khẩu:*

- *Chú trọng hoạt động xúc tiến xuất khẩu:*
- *Phát huy vai trò của Hiệp hội cao su Thái Lan*
- *Nâng cao năng lực chế biến*

3.2. Kinh nghiệm của Indônêxia

- *Nâng cao chất lượng sản phẩm:*
- *Giảm chi phí sản xuất:*

3.3. Kinh nghiệm của Malaixia

- *Tăng cường vai trò của Ủy ban cao su Malaixia (MRB)*
- *Các hoạt động nghiên cứu triển khai*
- *Nâng cao giá trị gia tăng*
- *Bảo vệ môi trường*
- *Đào tạo nguồn nhân lực*
- *Phát triển sản xuất, xuất khẩu các sản phẩm cao su kết hợp với xuất khẩu cao su nguyên liệu.*

3.4. Bài học rút ra cho Việt Nam

- *Thứ nhất, thực hiện liên kết và hợp tác để phát triển kinh doanh:*
- *Thứ hai, tăng cường đầu tư trang thiết bị, cải tiến kỹ thuật chế biến:*
- *Thứ ba, tăng cường sản xuất các sản phẩm công nghiệp cao su để giảm lệ thuộc vào xuất khẩu nguyên liệu thô và tăng giá trị xuất khẩu:*
- *Thứ tư, nâng cao vai trò của Hiệp hội:*
- *Thứ năm, sử dụng các chính sách hỗ trợ xuất khẩu:*
- *Thứ sáu, đẩy mạnh hoạt động xúc tiến xuất khẩu:*

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU CAO SU TỰ NHIÊN CỦA VIỆT NAM

1. THỰC TRẠNG SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU CAO SU TỰ NHIÊN CỦA VIỆT NAM

1.1. Thực trạng sản xuất và tiêu thụ cao su tự nhiên

** Tình hình sản xuất, chế biến*

Tổng diện tích trồng cao su năm đã tăng từ 221,7 ngàn ha năm 1990 lên 412 ngàn ha năm 2000 và 460 ngàn ha năm 2004, đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 6,6%/năm trong giai đoạn 1990 - 2000 và 3,1%/năm trong giai đoạn 2000 - 2004. Sản lượng cao su mủ khô tăng từ 57,9 ngàn tấn lên 290,8 ngàn tấn năm 2000 và 500 ngàn tấn năm 2004, đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 18,0%/năm và 15,9%/năm trong giai đoạn tương ứng. Năng suất cao su tự nhiên cũng tăng đáng kể, từ 261 kg/ha năm 1990 lên trên 700 kg/ha năm 2000 và trên 1 tấn/ha năm 2004. Đất đai và khí hậu tại nhiều vùng sinh thái của Việt Nam như Đông Nam Bộ, Tây Nguyên rất phù hợp với sinh trưởng và phát triển của cây cao su.

Diện tích cao su tập trung ở Đông Nam Bộ (68%), một phần ở Tây Nguyên (24%) và Duyên hải miền Trung (8%). Phần lớn diện tích trồng cao su thuộc các nông trường cao su của Tổng Công ty cao su Việt Nam (GERUCO). Tổng công ty cao su Việt Nam hiện có gần 214.500 ha, với khoảng 174.440 ha đang kinh doanh (chiếm xấp xỉ 70% diện tích kinh doanh của cả nước) và đạt sản lượng mủ ước 290.000 tấn (chiếm 72,4% tổng lượng cao su của cả nước).⁹

Tổng công suất thiết kế của toàn ngành cao su Việt Nam vào khoảng 290.000 tấn/năm. Với công suất thiết kế này, có thể đáp ứng được nhu cầu về sơ chế mủ cao su. Tuy nhiên, cao su tiểu điền đến kỳ thu hoạch tăng nhanh, đồng thời nhiều vườn cây cao su nằm ở các vùng sâu vùng xa, trải dài từ Thanh Hoá đến Bình Thuận, Tây Ninh và Tây Nguyên nên hệ thống thu mua của các nhà máy chế biến chưa bao quát được hết. Trong những điều kiện đó, kênh thu mua tư nhân phát huy tác dụng, thu gom sản phẩm mủ cao su và xuất khẩu cao su nguyên liệu sống sang Trung Quốc.

** Tiêu thụ trong nước, thị trường trong nước*

Hiện nay, nhu cầu tiêu thụ trong nước chỉ 30 - 40 nghìn tấn/năm, chiếm khoảng 15% tổng sản lượng mủ cao su tự nhiên sản xuất hàng năm. Các sản phẩm chế biến từ cao su tiêu thụ tại thị trường trong nước chủ yếu bao gồm: các loại săm lốp, găng tay y tế, băng chuyên, đai, phốt dùng trong sản xuất công

⁹ Số liệu của Tổng Công ty cao su Việt Nam

nghiệp và cả một số sản phẩm được dùng trong lĩnh vực quốc phòng và an ninh như các loại lốp dùng cho các máy bay MIG-21 và SU-22 v.v...

Trong cả nước có 3 doanh nghiệp Nhà nước lớn sản xuất các sản phẩm từ cao su là Công ty cao su Sao vàng, Công ty cao su miền Nam và Công ty cao su Đà Nẵng. Hai công ty cao su bao gồm Công ty cao su miền Nam và Công ty cao su Đà Nẵng thuộc Tổng công ty Hoá chất Việt Nam.

Trong năm 2004, Tổng Công ty Hoá chất Việt Nam, đơn vị chủ lực của ngành sản xuất các sản phẩm từ cao su, đã sản xuất được 1,234 triệu lốp xe ô tô, chiếm 55% thị phần trong nước; 6,686 triệu lốp và 13,995 triệu chiếc săm xe máy, chiếm 80% thị phần trong nước; 16,279 triệu chiếc lốp và 20,256 triệu chiếc săm xe đạp, chiếm 90% thị phần trong nước. Sản phẩm săm lốp xe đạp hiện đã xuất khẩu sang thị trường Đông Âu, nhưng cũng chỉ mới tập trung ở loại lốp xe đạp địa hình. Ngoài ra còn sản xuất nhiều sản phẩm cao su khác cung cấp cho thị trường như lốp máy bay, ống cao su, găng tay cao su...¹⁰ Để sản phẩm cao su Việt Nam tiếp tục nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu trong nước, tiến tới cạnh tranh với các sản phẩm nhập khẩu và chuẩn bị cho xuất khẩu, Tổng công ty Hoá chất đang thực hiện các giải pháp về đổi mới công nghệ, theo hướng nhập đồng bộ công nghệ cao kết hợp với việc mời các chuyên gia kỹ thuật nước ngoài trực tiếp chỉ đạo kỹ thuật.

Bên cạnh đó, một số nhà máy sản xuất săm lốp xe liên doanh với các doanh nghiệp nước ngoài đã được xây dựng ở Việt Nam. Do đó, lượng cao su tiêu thụ nội địa có xu hướng tăng. Tuy nhiên, cao su tự nhiên của Việt Nam vẫn chủ yếu nhằm phục vụ xuất khẩu. Ngoài sản xuất trong nước, Việt Nam còn nhập cao su của Campuchia để tái xuất, đặc biệt trong những năm gần đây thị trường Trung Quốc có nhu cầu lớn nên Việt Nam đã nhập một lượng lớn mủ cao su của Campuchia để tái xuất sang Trung Quốc.

*** Mạng lưới tiêu thụ cao su tự nhiên nội địa:**

Để phục vụ cho sản xuất trong nước cũng như cho xuất khẩu, sau khi khai thác, người trồng cao su có thể bán mủ cao su cho các đối tác sau:

- Bán cho nhà máy của GERUCO
- Bán cho nhà máy chế biến cao su của tỉnh
- Bán cho nhà máy chế biến cao su tư nhân nhỏ, (sản xuất mủ tờ xông khói)
- Bán cho người trung gian, chủ yếu là loại mủ cốc hoặc mủ đã rút chân không (xuất khẩu cho Trung Quốc)

¹⁰ Báo cáo của Tổng công ty Hoá chất Việt Nam ngày 22/6/2005

Mặc dù có sự cạnh tranh giữa các bên mua, nhưng việc lựa chọn bên mua chủ yếu là dựa vào khoảng cách vận chuyển đến nhà máy

1. 2. Thực trạng xuất khẩu

*** *Khối lượng, kim ngạch xuất khẩu và thị trường xuất khẩu:***

Về lượng xuất khẩu: xuất khẩu cao su của Việt Nam đã tăng từ 194,2 ngàn tấn năm 1997 lên 494.600 ngàn tấn năm 2004. Xuất khẩu cao su đạt đỉnh cao trong năm 2001 với lượng xuất khẩu đạt 522,8 ngàn tấn nhưng lại giảm xuống trong 2 năm tiếp theo và tăng trở lại ở mức 494.600 ngàn tấn trong năm 2004. Năm 1999, xuất khẩu cao su của Việt Nam chiếm 5,7 % trong tổng xuất khẩu cao su tự nhiên thế giới. Đến năm 2003, thị phần của Việt Nam đã tăng lên tới 7,5 % và năm 2004 là 8,3%.

Về kim ngạch xuất khẩu: kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam tăng giảm thất thường do giá cao su trên thị trường thế giới có nhiều biến động. Năm 2001, lượng xuất khẩu đạt trên 522 ngàn tấn nhưng kim ngạch xuất khẩu chỉ đạt 165 triệu USD. Tuy nhiên, trong thời gian gần đây, giá xuất khẩu cao su tự nhiên đã có xu hướng hồi phục và kim ngạch xuất khẩu năm 2004 đạt gần 578 triệu USD, tăng 53,2% so với năm trước. Với tốc độ tăng trưởng 30,6% về kim ngạch xuất khẩu và 21,3% về lượng xuất khẩu trong giai đoạn 1999 - 2004 so với tốc độ tăng trưởng 11% và 1% của xuất khẩu cao su thế giới trong cùng giai đoạn, Việt Nam đã trở thành nước đứng thứ 4 thế giới về xuất khẩu cao su tự nhiên.

Về thị trường xuất khẩu:

Trong những năm qua, thị trường xuất khẩu cao su lớn nhất của Việt Nam là các nước trong khu vực châu Á như Trung Quốc, Singapore, Đài Loan, Hàn Quốc và một số nước châu Âu như Đức, Tây Ban Nha và Italia. Xuất khẩu cao su tự nhiên sang thị trường Hoa Kỳ có xu hướng tăng nhanh trong những năm gần đây và từ năm 2002, Hoa Kỳ đã trở thành một trong những thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên lớn nhất của Việt Nam. Trong khi đó, xuất khẩu sang Singapore có xu hướng giảm đi do Việt Nam đã xuất khẩu trực tiếp sang nhiều nước nhập khẩu chính, giảm bớt xuất khẩu trung gian qua thị trường Singapore. Trong những năm gần đây, Tổng công ty cao su Việt Nam đã ký được hợp đồng xuất khẩu trực tiếp sản phẩm mủ cao su với một số tập đoàn sản xuất lớn tại Trung Quốc, Hàn Quốc và Nhật Bản như China Chem (Trung Quốc), Tong Teck (Hàn Quốc), Sam Sung (Hàn Quốc) và Itochu (Nhật Bản)...

*** *Các yếu tố tác động tới xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam:***

- Cơ cấu sản phẩm xuất khẩu:

Việt Nam hiện có bốn chủng loại cao su xuất khẩu chủ yếu:

SVR (cao su tiêu chuẩn Việt Nam) chiếm khoảng 58% khối lượng xuất khẩu. Trong đó chủ yếu là loại SVR thường có các hạng sản phẩm 3L, 5L; các loại cao su như SVR 10L, 20L, loại CV50, CV60...chiếm một tỷ lệ không đáng kể.

Mủ cao su nguyên liệu (HS 400110) và các loại mủ cao su sơ chế như mủ kem và mủ ly tâm, dùng để sản xuất găng tay, bao cao su, ủng, chiếm 3% khối lượng xuất khẩu

Mủ tờ xông khói (RSS - HS 400121) - chiếm khoảng 1,4% khối lượng xuất khẩu

Cao su Crepe (HS 400129)- chiếm khoảng 0,2%

Theo nhóm Nghiên cứu cao su quốc tế (IRSG) thì khoảng 70% nhu cầu cao su thế giới là RSS3, SVR 10, SVR 20. Những nước sản xuất và xuất khẩu cao su hàng đầu thế giới như Thái Lan, Indônêsi, Malaysia hiện đang có cơ cấu chủng loại tương đương SVR3L khoảng 3%, SVR10, SVR20 khoảng 74%, loại mủ ly tâm khoảng 10%, khá phù hợp với nhu cầu nhập khẩu của thị trường thế giới. Trong cơ cấu sản phẩm cao su của Việt Nam cao su SVR3L chiếm tới 70%; SVR10, SVR20: 10%, còn lại là các loại khác. Do đó Nhật Bản hàng năm mua của Thái Lan trên 500.000 tấn cao su (27-28% nhu cầu) nhưng chỉ mua của Việt Nam 5.000 tấn (3% nhu cầu). Hoa Kỳ nhập khẩu từ Thái Lan 250.000 tấn cao su nguyên liệu/năm nhưng chỉ mua cao su của Việt Nam khoảng 2.000 - 3.000 tấn. Lý do là phần lớn cao su Việt Nam là loại 3L - chủng loại mà các nước đó hầu như không có nhu cầu.

Cơ cấu chủng loại cao su một trong những nguyên nhân chính khiến cao su Việt Nam phụ thuộc quá nhiều vào thị trường Trung Quốc. Hiện tại, Geruco không sử dụng thị trường kỳ hạn, lý do chính là hầu hết sản phẩm là loại TSR3 (SVR3), TSR5 (SVR5) và TSRCV (SVRC). Những sản phẩm này không được giao dịch trên bất kỳ các thị trường kỳ hạn nào. SVR3 và SVR5 hầu hết được xuất khẩu sang Trung Quốc, SVRCV thì phần lớn được xuất khẩu sang châu Âu, các chủng loại này được chủ yếu dùng cho các sản phẩm giấy dệp và các sản phẩm kỹ thuật khác. Trong những năm gần đây, Việt Nam bắt đầu mở rộng công suất của các nhà máy sản xuất SVR10, SVR20 và cao su ly tâm, giảm tỷ lệ cao su SVR 3L, SVR 5L. Tuy nhiên, việc chuyển đổi cơ cấu sản phẩm gặp nhiều khó khăn vì mỗi sản phẩm cao su đòi hỏi một quy trình sản xuất riêng, khép kín, từ vườn cây đến nhà máy chế biến, ngoài ra còn phải thay đổi từ công tác quản lý và điều hành sản xuất đến thói quen làm việc của người lao động.

- Năng lực cạnh tranh của sản phẩm xuất khẩu

+ Năng lực sản xuất

Mặc dù có sự phát triển với tốc độ khá cao trong 10 năm qua nhưng so với các nước trên thế giới và trong khu vực như Thái Lan, Indonesia và Malaysia thì

diện tích và sản lượng cao su Việt Nam còn rất thấp. Sản lượng cao su của Việt Nam năm 2004 mới chỉ chiếm 4,5% tổng sản lượng cao su toàn cầu. Lượng cao su xuất khẩu của Việt Nam trong năm 2004 chỉ bằng 23% lượng xuất khẩu của Thái Lan, 35% của Indônêxia và 70% của Malaixia. Tuy năng suất cao su tự nhiên của Việt Nam có tốc độ tăng trưởng bình quân khá cao trong những năm qua, đạt trên 1000 kg/ha, cao hơn mức bình quân chung 910 kg/ha của thế giới nhưng vẫn còn thấp so với 1.471 kg/ha của Thái Lan¹¹.

Trong khi Việt Nam mới chỉ chiếm được khoảng 10% tổng lượng xuất khẩu cao su thiên nhiên thế giới trong năm 2004 thì Thái Lan chiếm tỷ trọng 42,7%, Indônêxia – 27,9% và Malaixia – 13,8%.

+ *Giá thành sản xuất*

Mặc dù năng suất mủ cao su còn thấp, nhưng do nguồn lực lao động dồi dào, chi phí lao động thấp cùng với việc áp dụng phương pháp canh tác đơn giản nên giá thành sản xuất cao su của Việt Nam tương đối thấp so với các nước trong khu vực. Theo số liệu của FAO, trong giai đoạn 1997 - 1999, giá thành sản xuất cao su tự nhiên của Việt Nam chỉ bằng khoảng 60% chi phí sản xuất cao su của Malaysia và 70% chi phí sản xuất của Indonesia và Thái Lan¹². Điều này cho thấy Việt Nam cũng là nước có lợi thế tương đối về chi phí sản xuất cao su. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, giá thành sản xuất cao su tự nhiên của Việt Nam đã tăng mạnh. Theo số liệu của Tổng công ty cao su Việt Nam, giá thành sản xuất cao su trong năm 2004 lên đến 11 triệu đồng, tăng 1-1,5 triệu đồng/tấn so với cách đây 2 năm. Nguyên do vì Tổng công ty sẽ đưa 0,8% giá bán vào giá thành để tạo thành quỹ dự phòng (quỹ bình ổn giá), điều chỉnh khấu hao vườn cây từ 25 năm xuống còn 20 năm. Tiền lương công nhân cao su gần 2 năm qua cũng tăng lên do tính lương theo mức 340 đồng/1.000 đ doanh thu.

+ *Giá xuất khẩu*

Nhìn chung, giá xuất khẩu của Việt Nam ở mọi thời điểm đều thấp hơn so với giá thế giới từ 10-15% cho tất cả các loại sản phẩm, thậm chí có thời điểm thấp hơn tới 20%. Thường giá trị cao su của Việt Nam cùng chủng loại và chất lượng nhưng thua hẳn giá tại NewYork từ 150-500 USD/tấn, ở Kualalumpur từ 100-250USD/tấn, tại Singapore từ 100-200 USD/tấn. Điều này cho thấy, các cơ sở xuất khẩu cao su còn thiếu các thông tin cập nhật về giá cả, thị trường bên ngoài do đó hay bị thua thiệt khi buôn bán, trao đổi với nước ngoài. Hơn nữa,

¹¹ Số liệu tính năng suất của FAO theo tổng diện tích, trong khi đó thông thường năng suất tính ở Việt Nam là theo diện tích kinh doanh. Do vậy, có sự khác nhau đáng kể giữa số liệu của FAO và số liệu về năng suất được nêu ở phần trước đây.

¹² Sơn.L D., *Đánh giá cạnh tranh của cao su trong khối ASEAN*, 2000

khâu điều tiết hoạt động xuất khẩu còn chưa hiệu quả, còn thiếu tổ chức, tạo ra sự mất cân đối về tiến độ xuất khẩu và dễ bị bạn hàng ép giá.

+ *Lợi thế so sánh hiển thị (RCA):*

Để đánh giá lợi thế so sánh của cao su xuất khẩu Việt Nam so với một số nước sản xuất và xuất khẩu chính như Thái Lan, Indônêxia ... có thể sử dụng chỉ số RCA- chỉ số lợi thế so sánh hiển thị. RCA là tỷ lệ giữa thị phần của một mặt hàng này của một nước trong xuất khẩu mặt hàng đó của thế giới với thị phần xuất khẩu hàng hoá của nước đó trong tổng xuất khẩu toàn thế giới. RCA của Việt Nam đã giảm từ 28,86 năm 1995 xuống 23,87 năm 1998 và chỉ hồi phục ở mức 25,33 năm 2003 trong khi của Thái Lan tăng từ 34,98 lên 38,82 và 41,20; RCA của Indônêxia tăng từ 34,55 lên 35,88 và 36,28 trong giai đoạn tương ứng. Như vậy, chỉ số lợi thế so sánh hiển thị của Việt Nam có xu hướng tăng giảm thất thường trong khi của Thái Lan và Indônêxia lại có xu hướng tăng lên ổn định.

1.3. Quản lý Nhà nước đối với hoạt động xuất khẩu cao su tự nhiên

*** Chính sách phát triển sản xuất**

- *Quyền sử dụng đất:* Luật đất đai sửa đổi (chính thức có hiệu lực ngày 1/7/2003) đã thể chế hoá và mở rộng quyền của người sử dụng đất. Chính sách giao quyền sử dụng đất canh tác lâu dài giúp người nông dân ổn định sản xuất, ổn định thâm canh cây trồng, đẩy mạnh việc chuyển dịch cơ cấu cây trồng hướng về xuất khẩu, phát huy được thế mạnh từng vùng gắn với thị trường, sử dụng nguồn lực một cách có hiệu quả hơn, phát huy được lợi thế so sánh nhờ quy mô đối với những nông sản xuất khẩu, trong đó có cao su tự nhiên. Chính sách đất đai còn có tác dụng thúc đẩy nhanh quá trình tích tụ và tập trung ruộng đất, thúc đẩy phát triển sản xuất theo hướng nông trại hàng hoá. Nhiều trang trại trồng cây công nghiệp dài ngày đã hình thành và phát triển. Nhờ chính sách này mà đã hình thành những trang trại trồng cao su ở vùng Đông Nam Bộ, Tây Nguyên cho một khối lượng lớn mủ cao su lớn thoả mãn nhu cầu tiêu thụ nội địa và phục vụ cho xuất khẩu.

Chủ trương phát triển các vùng cây công nghiệp tập trung theo hướng sản xuất hàng hoá, trong đó có cao su trong các Nghị quyết của Đảng, Chính phủ (Nghị quyết ĐH VIII, Quyết định của Chính phủ về phát triển kinh tế xã hội của các tỉnh vùng Tây Nguyên). Trong những năm qua, ngành cao su đã quán triệt và cơ bản thực hiện được những chủ trương, chính sách nói trên và đã đạt được những kết quả quan trọng, đã hình thành các vùng sản xuất tập trung theo hướng sản xuất hàng hoá, gắn sản xuất nguyên liệu với công nghiệp chế biến, phù hợp với điều kiện tự nhiên và lợi thế so sánh của từng vùng.

Chủ trương đa dạng hoá thành phần kinh tế và khuyến khích kinh tế hộ nông dân phát triển đã đạt được những kết quả bước đầu quan trọng. Cơ cấu

thành phần kinh tế trong sản xuất cao su đã có sự chuyển dịch theo hướng tăng dần tỷ trọng cao su tiểu điền và giảm dần tỷ trọng cao su quốc doanh.

- *Quy hoạch phát triển ngành:* Cao su là cây trồng được Chính phủ Việt Nam đánh giá cao về tính bền vững, tính hiệu quả kinh tế và môi trường sinh thái, do đó trong những năm qua Chính phủ Việt Nam đã có những chính sách hỗ trợ đầu tư phát triển, theo đó:

Chính phủ hỗ trợ kinh phí đầu tư cho việc khảo sát, quy hoạch các vùng trồng cao su; Xây dựng tổng quan phát triển ngành cao su đến năm 2005 đạt diện tích 500.000 ha, sản lượng đạt 700.000 tấn. Trong đó, riêng Tổng công ty cao su trồng 400.000 ha. Nhà nước cho phép phát triển cao su dưới nhiều hình thức đầu tư: Quốc doanh, liên doanh, liên kết, tư nhân, tiểu điền...

- *Chính sách về giống:* Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Chương trình giống cây trồng, giống vật nuôi thời kỳ 2000 -2005 (QĐ số 225/ 1999/QĐ-TTg ngày 10/12/1999). Đối với các hộ gia đình trên địa bàn có trồng cây cao su được Nhà nước hỗ trợ kinh phí khuyến nông thông qua Ngân sách địa phương chi hàng năm khoảng 1 tỷ đồng để hỗ trợ về giống mới, nghiên cứu học tập phương pháp trồng, áp dụng kỹ thuật thâm canh và chăm sóc vườn cây cao su, kỹ thuật sơ chế mủ cao su trong nhóm nông hộ,... Ngân sách nhà nước hỗ trợ một phần kinh phí đào tạo cán bộ quản lý, đào tạo công nhân và nâng cao tay nghề cho công nhân.

*** Chính sách tài chính, tín dụng:**

- Thực hiện việc miễn giảm thuế cho các doanh nghiệp cao su theo Luật khuyến khích đầu tư trong nước, hàng năm Nhà nước đã giải quyết miễn giảm thuế gần 200 tỷ, trong đó cho miễn, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp đối với các nhà máy công nghiệp chế biến gỗ cao su xuất khẩu và miễn, giảm thuế sử dụng đất nông nghiệp đối với một số diện tích trồng cây cao su.

- Nghị quyết số 09/2000/QĐ-TTg ngày 15/06/2000 của Chính phủ về “một số chính sách và biện pháp khuyến khích tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp” quy định ngoài diện miễn giảm theo chính sách đã ban hành, kể từ năm 2001, còn được xét miễn giảm khi gặp rủi ro về thị trường và giá cả, cắt giảm thuế đối với nhiều loại mặt hàng vật tư, phân bón, giống cây trồng khi thị trường những mặt hàng này có những biến động lớn bất lợi cho người nông dân. Nghị Quyết 09/2000/QĐ-TTg chỉ đạo Bộ Tài chính, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Thủy sản và các Bộ, ngành có liên quan nghiên cứu xây dựng chính sách hỗ trợ đầu tư từ Quỹ hỗ trợ phát triển với các điều kiện và lãi suất ưu đãi đối với các dự án sản xuất nông nghiệp khó thu hồi vốn nhanh như cây lâu năm, chăn nuôi gia súc lớn, thủy sản và phát triển công nghiệp chế biến.

- Cao su tự nhiên là một trong những mặt hàng được khuyến khích lập quỹ bảo hiểm và được hỗ trợ ở mức cao vì đây là một ngành kinh doanh có mức độ rủi ro thị trường tương đối cao do giá cả cao su tự nhiên biến động thất thường.

*** Chính sách đầu tư:**

Nhà nước đã chủ trương và có chính sách lớn về đầu tư phát triển thị trường và xuất khẩu cao su tự nhiên trong giai đoạn này là đầu tư phát triển thủy lợi, xây dựng cơ sở hạ tầng, đầu tư phát triển khoa học công nghệ, đầu tư cho các vùng sản xuất cao su tập trung phục vụ xuất khẩu, đầu tư cho hoạt động xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên. Tuy nhiên, chính sách đầu tư cho công nghệ chế biến cao su chưa thoả đáng nên chủ yếu vẫn chỉ xuất khẩu nguyên liệu thô, dẫn đến hiệu quả kém. Công nghệ chế biến còn chưa phù hợp, thiếu cơ cấu sản phẩm phù hợp với thị trường đa dạng hiện nay.

Chủ trương ưu đãi sau đầu tư theo nghị định 51/1999/NĐ-CP của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Luật khuyến khích đầu tư trong nước (số 03/1998/QH 10) đang bắt đầu áp dụng đối với ngành cao su trong việc miễn giảm thuế sử dụng đất nông nghiệp và thuế thu nhập doanh nghiệp ... sẽ có tác dụng giảm chi phí sản xuất, tăng thu nhập thúc đẩy các ngành phát triển và hội nhập với khu vực và thế giới.

*** Chính sách phát triển thị trường:**

- *Chính sách khuyến khích tiêu thụ:* Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định của số 80/2002/QĐ-TTg ngày 24/6/2002 về chính sách khuyến khích tiêu thụ nông sản hàng hoá thông qua hợp đồng, theo đó Nhà nước khuyến khích các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế ký kết hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hoá với người sản xuất, hợp tác xã, hộ nông dân, trang trại, đại diện hộ nông dân) nhằm gắn sản xuất với chế biến và tiêu thụ nông sản hàng hoá để phát triển sản xuất ổn định và bền vững.

- *Chính sách khuyến khích xuất khẩu*

+ Ngày 19/9/1998, Chính phủ ban hành Quyết định số 178/1998/QĐ- TTg, về hỗ trợ lãi suất vay vốn ngân hàng đối với một số mặt hàng xuất khẩu.

+ Thực hiện chính sách mở cửa, thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên được mở rộng theo hướng đa phương hoá, đa dạng hoá. Bên cạnh hệ thống thị trường xuất khẩu truyền thống, nhiều thị trường mới đã mở ra, đây là những thị trường tiềm năng cho ngành sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên. Để mở rộng thị trường xuất khẩu, Nhà nước đã thực hiện nhiều biện pháp nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu như thưởng xuất khẩu, hỗ trợ thông tin cho các doanh nghiệp tìm kiếm thị trường.

+ Hiện nay, Luật Thương mại đã được sửa đổi, những quy định mới đã được đưa vào Luật thương mại như quy định về sàn giao dịch hàng hoá... Với những quy định này, các hình thức trao đổi, buôn bán cao su tự nhiên hiệu quả hơn với thời gian ngắn hơn. Mặt khác, các giao dịch kỳ hạn cũng là cơ sở bảo hiểm rủi ro cho người sản xuất, giúp người sản xuất yên tâm hơn trong sản xuất vì họ có thể phân tán rủi ro trên thị trường.

+ Quyết định số 1116/QĐ-BTM ngày 9/9/2003 về quy chế thưởng xuất khẩu đối với phần kim ngạch xuất khẩu năm 2003 vượt so với năm 2002 áp dụng cho 13 mặt hàng và nhóm mặt hàng, trong đó có cao su tự nhiên.

+ Nhà nước đã ban hành nhiều chính sách phát triển thị trường nhằm khuyến khích mở rộng thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên. Nhiều chương trình xúc tiến thương mại đã được thực hiện

*** Chính sách hội nhập:**

Việt Nam là thành viên mới nhất gia nhập Hiệp hội Cao su quốc tế (ITRO), một tổ chức do Indonesia, Malaysia và Thái Lan thành lập vào 2001 để quản lý việc sản xuất cao su trên thị trường thế giới. Sự gia nhập của Việt Nam sẽ giúp cho Hiệp hội trở thành một tổ chức cao su chính với khối lượng xuất khẩu 4,46 triệu tấn, chiếm 77% lượng cao su mua bán trên toàn thế giới. Việc tham gia của Việt Nam trong Hiệp hội này làm tăng khả năng điều tiết thị trường cao su thế giới trong những năm tới đây, đặc biệt là khả năng bình ổn giá cao su.

2. THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU CAO SU TỰ NHIÊN CỦA VIỆT NAM SANG MỘT SỐ THỊ TRƯỜNG

Trong những năm gần đây, Việt Nam đã tích cực tìm kiếm thị trường mới, tăng xuất khẩu cao su sang các nước châu Á, đặc biệt là Trung Quốc và Hàn Quốc. Do đó, thị trường xuất khẩu cao su của Việt Nam liên tục được mở rộng. Năm 2004, thị trường xuất khẩu được mở rộng ra hơn 80 nước, trong đó châu Á chiếm tới 75%, châu Âu chiếm 19%%, còn lại là Bắc Mỹ, châu Phi và châu Đại Dương.

2.1. Thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên sang thị trường Trung Quốc

Trung Quốc là thị trường xuất khẩu cao su lớn nhất của Việt Nam. Trung Quốc nhập khẩu một khối lượng lớn cao su của Việt Nam là do cao su SVR3L, SVR5L - loại cao su chiếm tỷ trọng lớn trong tổng sản lượng cao su tự nhiên của Việt Nam - rất thích hợp cho việc sản xuất sản phẩm cao su của các nhà máy chế biến cao su Trung Quốc. Tuy nhiên, tỷ trọng của cao su tự nhiên Việt Nam trong tổng lượng nhập khẩu cao su của Trung Quốc vẫn có xu hướng giảm đi do Trung Quốc tăng nhập khẩu các sản phẩm cao su tự nhiên đã chế biến từ các nước như Hoa Kỳ, Nhật Bản và Mianma. Trong giai đoạn 1999- 2003, nhập khẩu cao su tự nhiên của Trung Quốc từ Hoa Kỳ đã tăng tới 194%, nhập khẩu từ Nhật Bản tăng

117%, nhập khẩu từ Mianma tăng 226% so với mức tăng nhập khẩu 41% từ Việt Nam và 35% từ Thái Lan.¹³

Từ năm 2004, Trung Quốc cũng bãi bỏ hạn ngạch đối với nhập khẩu cao su tự nhiên, chuyển sang quản lý bằng giấy phép nhập khẩu tự động. Mức thuế phổ thông đối với nhập khẩu cao su tự nhiên vào Trung Quốc là 40%, thuế MFN là 20%. Mức thuế tương ứng đối với nhập khẩu mủ cao su là 14% và 7,5%. Cao su tự nhiên của Việt Nam nhập khẩu vào Trung Quốc được áp dụng quy chế ưu đãi từ tháng 2/2002. Về mặt địa lý, thị trường Trung Quốc thuận lợi hơn so với các thị trường khác trong việc vận chuyển cao su xuất khẩu. Khâu thanh toán thuận tiện hơn trước vì các ngân hàng thương mại Việt Nam đã mở quan hệ với các ngân hàng Trung Quốc để đưa dịch vụ thanh toán biên mậu vào hoạt động. Mủ cao su của Việt Nam có chất lượng và độ đàn hồi được nhiều nhà nhập khẩu Trung Quốc đánh giá cao. Những diễn biến thuận lợi trên thị trường đang mở ra triển vọng cho các nhà sản xuất cao su tự nhiên của Việt Nam đẩy mạnh sản xuất, xuất khẩu sang thị trường này.

2.2. Thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên sang thị trường Hoa Kỳ

Xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang Hoa Kỳ đã tăng mạnh từ năm 2002, kể từ khi 2 nước ký kết Hiệp định thương mại song phương. Sau khi giảm nhẹ trong năm 2003 do nhu cầu tiêu thụ giảm tại thị trường Hoa Kỳ, xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ hồi phục trở lại trong năm 2004. Mặc dù còn khá nhỏ, tỷ trọng của Hoa Kỳ trong tổng lượng xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam có xu hướng tăng nhanh. Thị phần của Việt Nam trên thị trường cao su tự nhiên Hoa Kỳ cũng được cải thiện rõ rệt.

Bên cạnh đó, một lượng không nhỏ cao su tự nhiên của Việt Nam được xuất khẩu sang Hoa Kỳ qua các thị trường trung gian. Theo Tổng công ty cao su Việt Nam, trong năm 2003, thị trường Hoa Kỳ đã nhập khẩu khoảng 7.000 - 8.000 tấn mủ cao su của Tổng công ty nhưng hầu hết đều nhập thông qua các đối tác trung gian Singapore. Điều này cho thấy những thị trường như Singapore và các thị trường trung gian khác chiếm vai trò quan trọng trong việc xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ.

Thị trường Hoa Kỳ hiện đang có nhu cầu lớn về loại mủ cao su 3L chất lượng cao - loại sản phẩm chủ yếu của ngành cao su tự nhiên Việt Nam. Theo thông tin từ phía thị trường Hoa Kỳ, hiện các nhà sản xuất tại thị trường này đang tìm mua loại cao su có độ sáng (loại 3L), nhu cầu khoảng 5-7% tổng nhu cầu tiêu thụ mủ cao su, tương đương 50.000 - 70.000 tấn. Các nhà nhập khẩu Hoa Kỳ cũng chấp nhận giao dịch theo phương thức T/T, chuyển tiền 100% trước khi

¹³ ITC, dựa trên số liệu thống kê của COMTRADE

nhận hàng một tuần, thay vì thanh toán theo phương thức mở L/C thông qua ngân hàng như vẫn thường giao dịch với những đối tác quan hệ lâu đầu.

Tuy nhiên, xuất khẩu cao su của Việt Nam sang Hoa Kỳ vẫn gặp nhiều khó khăn. Môi trường cạnh tranh xuất khẩu vào Hoa Kỳ rất gay gắt trong khi Việt Nam mới chỉ thực sự thâm nhập thị trường Hoa Kỳ kể từ năm 2002 sau khi BTA có hiệu lực, trong khi đó các đối thủ cạnh tranh của ta đã có hệ thống bán hàng nhập khẩu và phân phối tại thị trường này từ rất lâu. Hiện nay, có khoảng 3.500 loại sản phẩm từ trên 140 nước và vùng lãnh thổ được hưởng GSP của Hoa Kỳ - tức là được nhập khẩu miễn thuế vào Hoa Kỳ, trong đó có cao su và sản phẩm cao su. Mặt khác, những nước được hưởng GSP là những nước đang phát triển. Phần lớn những nước này có cơ cấu hàng xuất khẩu tương tự như Việt Nam, trong đó có những đối thủ cạnh tranh chủ yếu về xuất khẩu cao su tự nhiên như Thái lan, Malaixia, Indônêsiá v.v..

2.3. Thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên sang thị trường EU

Các nước EU nhập khẩu cao su của Việt Nam là Đức, Pháp, Hà Lan, Italia, Tây Ban Nha... Nhờ đẩy mạnh xúc tiến thương mại nên lượng cao su xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU đã tăng liên tục, từ 36.000 tấn vào năm 2000 lên 60.000 tấn vào năm 2003 và đạt trên 66.000 tấn trong năm 2004. Tuy nhiên, lượng cao su xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU vẫn chỉ chiếm tỉ lệ thấp trong tổng lượng cao su nhập khẩu vào EU.

Nguyên nhân chính là do chủng loại cao su xuất khẩu của Việt Nam chưa đáp ứng được tiêu chuẩn và nhu cầu của các nước EU. Để khắc phục tình trạng này, Tổng Công ty cao su Việt Nam đã thiết lập được quan hệ hợp tác với một số khách hàng ở Pháp và Đức để hỗ trợ cho ngành cao su Việt Nam trong việc chuyển đổi sản xuất các chủng loại cao su cho phù hợp với nhu cầu của thị trường EU.

Mặc dù EU không áp dụng rào cản đặc biệt nào đối với nhập khẩu cao su tự nhiên ngoài những tiêu chuẩn chung đối với sản phẩm cao su, xuất khẩu cao su tự nhiên sang EU phải tuân thủ các quy định chung về môi trường. Theo thông báo của Hiệp hội Thương mại cao su châu Âu gửi cho Hiệp hội cao su Việt Nam, kể từ ngày 01/03/2005, bao bì gỗ cho cao su xuất sang các nước thuộc Liên minh châu Âu phải đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế về vệ sinh thực vật (ISPM 15).

2.4. Thực trạng xuất khẩu cao su tự nhiên sang thị trường Hàn Quốc

Xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam sang Hàn Quốc đã tăng mạnh trong những năm gần đây với lượng xuất khẩu đạt 27,8 ngàn tấn trong năm 2004, tăng gần gấp đôi so với năm 2000. Trong năm 2004, Hàn Quốc đã trở thành thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên lớn thứ hai của Việt Nam, chỉ sau thị trường Trung Quốc.

Tỷ trọng cao su xuất khẩu sang Hàn Quốc trong tổng kim ngạch xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam có xu hướng tăng ổn định trong những năm qua. Thị phần của cao su tự nhiên Việt Nam trên thị trường Hàn Quốc cũng tăng từ 2,3% trong giai đoạn 1997 - 1999 lên 8,5% trong năm 2004.

3. ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU CAO SU TỰ NHIÊN CỦA VIỆT NAM

3.1. Những kết quả đạt được chủ yếu

- Kim ngạch xuất khẩu cao su tự nhiên đã tăng từ 190,5 triệu USD năm 1997 lên 578,8 triệu USD năm 2004, góp phần đáng kể vào tăng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Trên thị trường thế giới, xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam đã chiếm khoảng 10% trong tổng khối lượng xuất khẩu của thế giới, đưa Việt Nam trở thành nước đứng thứ tư thế giới về xuất khẩu cao su tự nhiên.

- Cơ cấu sản phẩm cao su tự nhiên xuất khẩu đã có sự thay đổi khá phù hợp với nhu cầu thị trường thế giới. Trước đây, sản phẩm xuất khẩu chính của Việt Nam là dưới dạng SVR 3L (vì trước đây, Việt Nam là một thành viên của khối SEV nên các sản phẩm cao su xuất khẩu của Việt Nam được sản xuất để đáp ứng nhu cầu của các nước XHCN ở Đông Âu). Việt Nam đã tích cực chuyển đổi cơ cấu, đa dạng hoá sản phẩm cho phù hợp với thị trường các nước tiêu thụ chủ yếu.

- Cơ cấu thị trường xuất khẩu đã được đa dạng hoá. Nếu như năm 1996, cao su Việt Nam mới được xuất khẩu sang 19 nước và vùng lãnh thổ thì đến năm 2004 đã xuất khẩu được sang 82 thị trường, từ chỗ cao su Việt Nam chỉ được xuất khẩu sang thị trường châu Á, châu Âu thì đến năm 2004 đã vươn tới cả thị trường Hoa Kỳ, Nam Phi và châu Úc.

- Giá xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam đã tăng đáng kể, từ mức bình quân 317 USD/tấn năm 2000 lên 872 USD/tấn năm 2004.

3.2. Hạn chế và nguyên nhân:

- Nhu cầu sử dụng mủ cao su trong nước có xu hướng tăng cùng với sự phát triển của công nghiệp chế biến trong nước nhưng tốc độ tăng trưởng khá hạn chế. Vì vậy, tiêu thụ cao su tự nhiên của Việt Nam vẫn chủ yếu phụ thuộc vào xuất khẩu và biến động của thị trường thế giới.

- Giá xuất khẩu cao su còn thấp so với các nước từ 200 – 300 USD/tấn, đặc biệt là các nước sản xuất và xuất khẩu chủ yếu như Thái Lan, Indônêxia. Điều này chứng tỏ chất lượng cao su của Việt Nam còn thấp hơn thế giới mà nguyên nhân chính là do khâu chế biến còn kém hiệu quả.

Cơ cấu sản phẩm xuất khẩu cao su của Việt Nam còn bất hợp lý, chưa phù hợp với nhu cầu của thị trường thế giới. Tỷ trọng mủ cấp thấp (SVR 3L, 5L) chiếm tới 70% tổng sản lượng mủ, trong khi thị trường loại này rất hạn chế và dễ

bị bão hoà khi có nhiều nguồn cung cấp. Do đó, khả năng tiêu thụ là rất khó khăn và giá lại thấp.

- Mặc dù có những kết quả đáng khích lệ nhưng tỷ trọng của Việt Nam trên thị trường thế giới cũng như trên các thị trường nhập khẩu và tiêu thụ chính vẫn còn thấp. Sức cạnh tranh của cao su tự nhiên Việt Nam còn hạn chế và có xu hướng giảm tương đối so với các nước trong khu vực, một phần do cơ cấu sản phẩm chưa thích hợp, một phần do chi phí xuất khẩu cao.

- Thị trường xuất khẩu cao su của Việt Nam mặc dù đã được đa dạng hoá nhưng cho đến nay vẫn không ổn định, còn lệ thuộc nhiều vào một số thị trường, đặc biệt là thị trường Trung Quốc. Các thị trường mới mở như thị trường Hoa Kỳ, Nhật Bản, một số nước Tây Âu... đã góp phần làm đa dạng hoá cơ cấu thị trường xuất khẩu của Việt Nam nhưng tỷ trọng cao su xuất khẩu sang các thị trường này vẫn còn thấp.

- Cơ sở hạ tầng của các khu vực trồng cao su còn yếu kém, điều kiện vận chuyển, dự trữ sản phẩm rất hạn chế, làm giảm hiệu quả sản xuất/xuất khẩu và tăng giá thành sản phẩm. Năng suất cao su của nước ta còn thấp so với các nước trong khu vực và trên thế giới.

- Công nghiệp chế biến sản phẩm cao su trong nước phát triển chậm, phải xuất khẩu nguyên liệu thô, hiệu quả thấp. Khả năng chuyển đổi cơ cấu sản phẩm để phù hợp với nhu cầu của các thị trường nhập khẩu còn thấp. Chưa có chính sách thu hút đầu tư thích hợp vào công nghiệp chế biến sản phẩm cao su nhằm tăng sử dụng nguyên liệu mủ khô sơ chế, giảm xuất khẩu nguyên liệu thô.

- Nhà nước chưa quan tâm giúp đỡ khu vực tiểu điền để tăng năng suất và chất lượng cao su cũng như chưa quan tâm đúng mức đến phát triển công nghiệp sản xuất các sản phẩm cao su để tăng giá trị xuất khẩu và giảm tỷ lệ xuất khẩu nguyên liệu thô.

3.3. Những vấn đề đặt ra cần giải quyết:

Về công tác quy hoạch phát triển:

Công tác quy hoạch chưa được chuẩn bị kỹ lưỡng, chỉ chú ý đến phát triển theo chiều rộng nên đã bố trí một số diện tích cây cao su không phù hợp với điều kiện thổ nhưỡng làm ảnh hưởng đến sinh trưởng và phát triển của cây cao su, giảm sản lượng mủ khai thác. Ngoài ra, vườn cây cao su chưa được thâm canh đúng quy trình ngay từ đầu đã dẫn tới việc kéo dài thời gian kiến thiết cơ bản, số cây đủ tiêu chuẩn cho mủ đạt tỉ lệ thấp.

Về vấn đề tổ chức quản lý:

Thời gian qua, ngành cao su Việt Nam ở trong tình trạng không có sự quản lý thống nhất của một cơ quan chức năng nào nên hiện tượng phát triển sản xuất

một cách tự phát, tranh mua, tranh bán mủ và các loại gỗ cao su diễn ra khá phổ biến, làm giảm hiệu quả xuất khẩu cao su tự nhiên nói chung. Kinh nghiệm của các nước sản xuất và xuất khẩu cao su chủ yếu trên thế giới cho thấy, họ có một tổ chức có chức năng quản lý thống nhất toàn ngành và tổ chức này thực hiện các chức năng quản lý, điều tiết, phổ biến các chính sách của Nhà nước đối với ngành cao su. Hiện nay Hiệp hội cao su Việt Nam đã được thành lập để giúp đỡ và bảo vệ quyền lợi cho những người sản xuất cao su. Tuy nhiên, các nhà sản xuất sẫm lớp và các nhà sản xuất đồ gỗ từ cao su lại không thuộc Hiệp hội cao su Việt Nam và còn chưa có sự gắn bó với các nhà sản xuất cao su để cùng nhau phát triển. Đây cũng là một trong những vấn đề bất cập cần phải giải quyết.

Về vấn đề tạo nguồn hàng, mặt hàng cho xuất khẩu:

Nguồn hàng xuất khẩu của Việt Nam hiện được tạo từ hai nguồn: (1) sản xuất trong nước và (2) tạm nhập khẩu để tái xuất (chủ yếu nhập từ Campuchia, Lào). Vấn đề đặt ra chính là đối với nguồn hàng sản xuất trong nước là còn nhiều yếu kém, từ khâu trồng trọt, áp dụng tiến bộ kỹ thuật nhằm rút ngắn thời gian kiến thiết cơ bản, tăng năng suất và chất lượng sản phẩm đến công nghiệp chế biến cao su nguyên liệu. Hiện tại, năng suất cao su Việt Nam còn thấp so với các nước trong khu vực, công nghệ thiết bị lạc hậu, thiếu các thiết bị công nghệ tiên tiến, hiện đại (như máy ép tiêm, máy ép chân không, máy ly tâm) nên cơ cấu chủng loại cao su còn hạn chế, chất lượng thấp, vì vậy xuất khẩu với giá thấp hơn nhiều so với các nước khác. Đồng thời các ngành công nghiệp sản xuất các sản phẩm từ cao su nguyên liệu lại chưa phát triển nên việc xuất khẩu chủ yếu là cao su nguyên liệu. Đây cũng là những vấn đề cần giải quyết nhằm tăng kim ngạch và hiệu quả của xuất khẩu cao su tự nhiên.

Về vấn đề thị trường xuất khẩu:

Cao su tự nhiên của Việt Nam được sản xuất chủ yếu để xuất khẩu và chúng ta đang xuất khẩu cái mà chúng ta có chứ không phải cái mà thị trường cần. Phần lớn cao su tự nhiên được xuất khẩu sang Trung Quốc là cao su nguyên liệu có phẩm cấp thấp hoặc là mủ cao su sống. Một nghịch lý là trong khi sản lượng cao su có giới hạn, lao động khá dồi dào và phần lớn diện tích cao su đang khai thác được tập trung vào một số khu vực mà chúng ta lại phải xuất khẩu mủ cao su sống và mủ kém chất lượng (trong khi đó nếu cạo mủ đúng quy trình và chế biến tốt thì chất lượng cao su tự nhiên của Việt Nam không thua kém so với các nước trong khu vực. Mặt khác, xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc lại chủ yếu là xuất khẩu tiểu ngạch. Do vậy, cần phải tiếp tục mở rộng thị trường xuất khẩu sang các nước và khu vực khác để nâng cao giá trị và phát triển xuất khẩu bền vững. Muốn vậy phải giải quyết hàng loạt vấn đề có liên quan như vốn, công nghệ, nguồn nhân lực và giải pháp cụ thể cho từng loại thị trường.

CHƯƠNG 3

MỘT SỐ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU NHẪM PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU CAO SU TỰ NHIÊN CỦA VIỆT NAM

1. TRIỂN VỌNG THỊ TRƯỜNG CAO SU TỰ NHIÊN THẾ GIỚI VÀ KHẢ NĂNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM

1.1. Triển vọng thị trường cao su tự nhiên thế giới

** Dự báo cung cầu cao su tự nhiên thế giới thời kỳ đến năm 2010*

Dự báo sản xuất:

Căn cứ vào tốc độ tăng trưởng sản lượng, xu hướng đầu tư của các nước sản xuất chính vào ngành cao su và dự báo của Tổ chức nông lương quốc tế (FAO), sản lượng cao su tự nhiên toàn cầu dự báo sẽ tăng từ 8,4 triệu tấn năm 2004 lên 8,96 triệu tấn năm 2010 với tốc độ tăng trưởng 1,3%/năm trong giai đoạn 2004 - 2010 so với tốc độ tăng trưởng bình quân 4,25%/năm của giai đoạn 2000 - 2004.

Châu Á vẫn tiếp tục là khu vực sản xuất cao su tự nhiên lớn nhất thế giới tuy tốc độ tăng sản lượng ở hầu hết các nước châu Á đều có xu hướng giảm xuống, trừ Việt Nam. Tuy nhiên, Thái Lan vẫn là nước cung cấp cao su lớn nhất thế giới với sản lượng dự báo sẽ đạt 2,89 triệu tấn vào năm 2010. Sản lượng của Indônêxia dự báo sẽ tăng 1,5%/năm, lên 1,95 triệu tấn vào năm 2010 trong khi sản lượng của Malaixia sẽ giảm đi do Malaixia chủ trương chuyển sang trồng cọ dầu. Sản lượng của Trung Quốc và Ấn Độ dự báo sẽ chỉ tăng nhẹ do những khó khăn trong mở rộng đất trồng cao su. Tốc độ tăng sản lượng trong những năm tới sẽ chủ yếu phụ thuộc vào các nước châu Phi và Mỹ La tinh. Dự báo tốc độ tăng sản lượng của các nước châu Phi sẽ đạt 2,2%/năm so với 1,8%/năm của thập kỷ trước, và tốc độ tăng sản lượng của các nước Mỹ Latinh sẽ đạt khoảng 5%/năm so với 8%/năm của thập kỷ trước.

Dự báo tiêu thụ:

Nhu cầu cao su tự nhiên toàn cầu dự báo sẽ đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 1,35%/năm trong giai đoạn 2004 - 2010 so với tốc độ tăng trưởng 4,2%/năm trong giai đoạn 2000 - 2004.

Trung Quốc vẫn là nước có tốc độ tăng trưởng nhu cầu tiêu thụ cao su tự nhiên cao nhất trong những năm tới với tốc độ tăng trưởng bình quân 5,1%/năm, lên 2,15 triệu tấn vào năm 2010 do tốc độ tăng trưởng cao của nền kinh tế và sự phát triển nhanh chóng của ngành sản xuất xe hơi. Nhu cầu của Ấn Độ và Hàn Quốc - 2 nước tiêu thụ chính trong khu vực - dự báo sẽ tăng khoảng 1,6%/năm và 2%/năm, đạt mức tương ứng 0,835 triệu tấn và 0,385 triệu tấn. Nhìn chung, nhu cầu có xu hướng tăng lên ở hầu hết các nước châu Á, trừ Nhật Bản.

Nhu cầu tiêu thụ của Hoa Kỳ dự báo cũng sẽ chỉ tăng nhẹ trong những năm tới sau khi đã giảm đi trong giai đoạn 2000 - 2004, chủ yếu do một số nhà sản xuất sẽ chuyển sang dùng cao su tự nhiên khi giá cao su tổng hợp tăng quá cao. Nhu cầu cũng giảm đi ở hầu hết các nước sản xuất xe hơi chính của EU - Đức, Pháp, Italia và Anh. Nhu cầu tiêu thụ của Nhật Bản dự báo cũng giảm đi gần 1%/năm.

*** Dự báo triển vọng xuất nhập khẩu cao su tự nhiên thế giới đến năm 2010:**

- Dự báo xuất khẩu:

Trong những năm tới, xuất khẩu cao su tự nhiên toàn cầu dự báo sẽ tăng 1,3%/năm, đạt 6,455 triệu tấn vào năm 2010. Xuất khẩu của Ấn Độ dự báo sẽ tăng 1,5%/năm, đạt 1,82 triệu tấn vào năm 2010. Xuất khẩu của Việt Nam sẽ đạt mức tăng 5,5%/năm, đạt 0,7 triệu tấn vào năm 2010. Xuất khẩu của Thái Lan ít thay đổi so với hiện tại do sản lượng tăng chậm trong khi nhu cầu tiêu thụ nội địa tăng nhưng Thái Lan vẫn là nước xuất khẩu cao su chủ yếu với lượng xuất khẩu 2,63 triệu tấn trong năm 2010. Trong khi đó, xuất khẩu của Malaixia giảm khoảng 4%/năm, chỉ còn khoảng 0,645 triệu tấn vào năm 2010. Các nước châu Phi và Mỹ Latinh dự báo sẽ là khu vực có tốc độ tăng trưởng sản lượng cao nhất trong những năm tới.

- Dự báo nhập khẩu:

Nhu cầu tiêu thụ tăng mạnh trong khi sản lượng khó có khả năng tăng lên sẽ buộc Trung Quốc phải tăng nhập khẩu cao su tự nhiên trong những năm tới. Trung Quốc cũng là nước đi tiên phong trong việc chuyển sang dùng cao su tự nhiên thay thế cho cao su tổng hợp trong sản xuất lốp xe hơi. Nhập khẩu của Trung Quốc dự báo sẽ tăng 8%/năm, đạt 1,73 triệu tấn vào năm 2010. Nhu cầu nhập khẩu cao su tự nhiên của các nước nhập khẩu truyền thống ở Tây Âu và Bắc Mỹ ít thay đổi do tốc độ tăng tiêu thụ giảm. Tuy nhiên, nhu cầu nhập khẩu có khả năng tăng mạnh ở các nước Đông Âu và các nước CISs cùng với sự phục hồi kinh tế của các khu vực này.

*** Dự báo xu hướng giá cả:**

Những diễn biến về thị trường cao su từ cuối năm 2004 đến nay và triển vọng cung cầu trong những năm tới cho thấy giá cao su có thể giữ vững trong thời gian tới do nguồn cung tiếp tục tăng chậm hơn nhu cầu tiêu thụ. Tuy nhiên, giá cao su tự nhiên sẽ tăng hay giảm còn phụ thuộc vào sự biến động của các nhân tố chủ yếu như sau:

- Thứ nhất, do tình hình kinh tế thế giới luôn có những biến động, nếu tăng trưởng kinh tế được ổn định trong khoảng thời gian dài thì nhu cầu tiêu thụ ô tô

các loại sẽ tăng và nhu cầu tiêu thụ cao su tự nhiên tiếp tục tăng khiến cho cầu vượt cung và giá cả sẽ tăng.

- Thứ hai, giá dầu mỏ vẫn có biến động theo xu hướng tăng khiến cho giá cao su tổng hợp cũng tăng theo, buộc các nhà sản xuất các sản phẩm từ cao su phải chuyển sang sử dụng cao su tự nhiên làm cho cầu thị trường đối với cao su tự nhiên tăng vượt so với cung, điều này cũng kích thích việc tăng giá cao su tự nhiên trong thời gian tới.

- Thứ ba, giá cao su có thể biến động lên xuống theo chu kỳ sinh trưởng và lấy mủ. Khi mà phần lớn diện tích cao su đều vào thời kỳ thu hoạch với sản lượng và năng suất cao nhất thì cung sẽ tăng nhanh trong ngắn hạn và khi đó giá cao su trên thị trường thế giới sẽ giảm.

- Thứ tư, giá cao su sẽ lên xuống thất thường trong ngắn hạn do yếu tố thời tiết, mưa nhiều sẽ gây ảnh hưởng đến việc lấy mủ làm cho sản lượng giảm xuống và giá cả sẽ tăng lên.

- Thứ năm, thị trường cao su tự nhiên trên thế giới được giao dịch mua bán bằng nhiều loại tiền khác nhau. Sự thay đổi tỷ giá giữa các loại đồng tiền cũng tác động đến giá cả cao su trên thế giới.

- Thứ sáu, giá cả cao su tự nhiên trên thị trường thế giới còn phụ thuộc vào sự hợp tác điều tiết sản lượng sản xuất và xuất khẩu. Các nước xuất khẩu chủ yếu nếu có sự hợp tác chặt chẽ với nhau thì có thể ổn định được giá xuất khẩu theo hướng có lợi cho các nhà sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên.

Theo dự báo của Ngân hàng thế giới (WB), trong ngắn hạn giá cao su tự nhiên vẫn sẽ đứng ở mức cao do nhu cầu tiêu thụ tăng cao ở Trung Quốc, Hoa Kỳ, Nhật Bản và Ấn Độ, trong khi sản lượng cao su của Thái Lan (nước xuất khẩu cao su tự nhiên lớn nhất thế giới) giảm còn 2,97 triệu tấn so với 3,02 triệu tấn của năm 2004. Tuy nhiên, trong dài hạn thì giá cao su tự nhiên sẽ giảm. Cụ thể là loại cao su RSS1 hiện đang ở mức 969 USD/tấn sẽ giảm xuống còn 862 USD/tấn vào năm 2010 và tiếp tục giảm xuống còn 846 USD/tấn vào năm 2015.

1.2. Khả năng sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam

*** Dự báo sản xuất cao su tự nhiên thời kỳ đến năm 2010:**

Theo mục tiêu chiến lược đến năm 2010 phải phát triển 700.000 ha cao su trong cả nước, trong đó ưu tiên phát triển cao su tiểu điền, phân bố như sau: Đông Nam bộ: 300.000 ha; Tây Nguyên: 330.000 ha; Duyên hải Nam Trung bộ: 28.000 ha; Duyên hải Bắc Trung bộ: 42.000 ha. Trong số đó, diện tích cao su của các doanh nghiệp quốc doanh là 250.000-300.000 ha, của tư nhân và tiểu điền là 350.000 ha, và của xí nghiệp liên doanh là 50.000-100.000 ha.

Theo các chuyên gia ngành cao su, quỹ đất thích hợp cho cây cao su không còn nhiều và hầu hết là trên vùng ít thuận lợi. Theo khảo sát, tại miền Đông Nam bộ có thể phát triển thêm 50.000 ha cao su, và ở Tây Nguyên, Duyên hải miền Trung là 100.000 ha. Như vậy, đến năm 2010, diện tích cao su của Việt Nam có thể sẽ chỉ đạt khoảng 600.000 ha, tức là từ nay tới năm 2010 phải phát triển thêm 150.000 ha, bình quân mỗi năm là 30.000 ha. Để khắc phục những khó khăn về đất đai, từ năm 2005, Tổng công ty Cao su Việt Nam đã triển khai dự án trồng 50.000 ha cao su tại tỉnh Champasak (Lào).

Trong những năm tới, Việt Nam vẫn định hướng phát triển với hướng chính là đầu tư thâm canh. Tiếp tục thanh lý các diện tích cao su già cỗi, kém hiệu quả. Tích cực thâm canh tăng năng suất lên 2 tấn/ha, sản lượng mủ khô đạt 800 ngàn tấn, trong đó xuất khẩu khoảng 640 ngàn tấn. Với xu hướng giá cả tăng lên trong những năm tới, kim ngạch xuất khẩu năm 2010 có thể đạt 780 triệu USD. Cùng với việc đầu tư thâm canh chăm sóc, cần có biện pháp đầu tư mới nhà máy và đổi mới công nghệ chế biến cao su. Đầu tư tăng thêm 140 ngàn tấn công suất để đảm bảo chế biến hết số mủ cao su nguyên liệu, giảm tỷ trọng mủ sơ chế từ 70% xuống còn khoảng 55 - 60%, đồng thời tăng tỷ lệ mủ chế biến tinh từ 12% lên 70% vào năm 2010. Đối với cao su của khu vực quốc doanh, sẽ cải tạo và tăng công suất chế biến loại mủ SVR 10, 20, mủ kem và giảm mủ cấp cao. Khu vực cao su tiểu điền cần trang bị dây chuyền chế biến quy mô nhỏ và chế biến 100% loại mủ cấp thấp cho hộ gia đình và các tổ hợp tác.

Cơ cấu thị trường xuất khẩu cao su tự nhiên đến năm 2010 dự báo như sau - thị trường Trung Quốc sẽ khoảng 40%, Singapore: 20%, EU: 15%; Malaysia: 6%; Đài Loan: 5%; Hàn Quốc: 4%; Hồng Kông: 3%, Nhật Bản: 2%; Liên bang Nga: 2%, các thị trường khác chiếm 8%.

Có thể khẳng định rằng phương án trên là có tính khả thi thấp vì những khó khăn về mở rộng diện tích trồng mới cây cao su, cũng như những khó khăn về nguồn vốn và nhất là chưa đáp ứng được yêu cầu về phát triển bền vững sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam trong thời gian tới. Vì vậy, ngày 8/7/2005, Bộ Thương mại đã tổ chức Hội nghị chuyên đề về xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam với sự tham gia của Hiệp hội cao su Việt Nam, các địa phương có diện tích trồng cao su, các doanh nghiệp sản xuất và chế biến cao su, các nhà sản xuất săm lốp ô tô...***Tại Hội nghị, các chuyên gia về lĩnh vực sản xuất và chế biến cao su đã đi tới thống nhất phương án như sau:***

- Tận dụng triệt để diện tích thích hợp (khoảng 50000 ha) để trồng cao su; đưa diện tích trồng cao su của cả nước lên 500 000 ha và ổn định ở mức này để thâm canh tăng năng suất, đưa năng suất bình quân của cả nước lên 2 tấn/ha

- Với khoảng 400 000 ha cao su khai thác thường xuyên sẽ có sản lượng khai thác là 800 000 tấn/năm: trong đó sẽ xuất khẩu khoảng 400 000 tấn, kim ngạch đạt trên 500 triệu USD/năm

- Tăng cường đầu tư nâng cao năng lực chế biến mủ ly tâm (latex) đưa sản lượng lên khoảng 300 000 tấn/năm. Tăng cường đầu tư nâng cao năng lực chế biến cao su kỹ thuật SVR 20, cao su tờ RSS và giảm tỷ lệ chế biến các loại cao su SVRL xuống còn 30%.

- Đầu tư phát triển công nghiệp sản xuất các loại săm lốp, các sản phẩm cao su kỹ thuật như ống cao su, băng tải..., các sản phẩm từ latex như các loại cao su cho ngành y tế. Mục tiêu chung của lĩnh vực này là đáp ứng nhu cầu nội địa và xuất khẩu với kim ngạch 500 triệu USD/năm.

- Tăng cường năng lực xử lý gỗ cao su, đầu tư công nghệ và thiết bị phù hợp để chế biến hết khoảng 500 000 đến 1 000 000 mét khối gỗ. Mục tiêu đặt ra là xuất khẩu đồ gỗ cao su với kim ngạch khoảng 500 000 triệu USD vào năm 2010.

2. MỤC TIÊU VÀ QUAN ĐIỂM PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU CAO SU TỰ NHIÊN

2.1. Các mục tiêu tổng quát và mục tiêu cụ thể về xuất khẩu cao su tự nhiên

Mục tiêu bao trùm đối với xuất khẩu cao su Việt Nam từ nay đến năm 2010 là tăng trưởng xuất khẩu một cách bền vững, hạn chế tăng trưởng xuất khẩu về số lượng và giữ ở mức 450 - 500 nghìn tấn/năm, tăng giá trị và kim ngạch xuất khẩu để đến năm 2010 kim ngạch xuất khẩu đạt từ 500 - 600 triệu USD. Chuyển dịch từ định hướng sản xuất xuất khẩu cao su nguyên liệu là chính sang định hướng ưu tiên sản xuất, xuất khẩu các sản phẩm công nghiệp cao su, nâng cao hiệu quả của ngành cao su theo hướng tận dụng các loại gỗ cao su để sản xuất đồ gỗ xuất khẩu.

Với định hướng như trên, kim ngạch xuất khẩu cao su nguyên liệu sẽ là 500 - 600 triệu USD, các sản phẩm cao su công nghiệp sẽ là 500 triệu USD, đồ gỗ cao su khoảng 500 triệu USD vào năm 2010. Những năm từ 2011 đến 2020 sẽ tiếp tục giảm xuất khẩu cao su nguyên liệu và tập trung chủ yếu vào xuất khẩu các sản phẩm cao su công nghiệp. Mục tiêu cụ thể đối với xuất khẩu cao su nguyên liệu là đến năm 2010 đạt kim ngạch xuất khẩu 500 - 600 triệu USD, trong đó giảm xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc đối với các mặt hàng mủ đông, mủ sống, tăng xuất khẩu vào các thị trường Hoa Kỳ, EU, Hàn Quốc, Đài Loan, Nhật Bản, Singapore... đối với các mặt hàng cao su RSS, SVR20 và cao su latex. Cơ cấu thị trường xuất khẩu dự kiến như sau: Trung Quốc 30 - 40%; Hoa

Kỳ 10 - 15%; Nhật Bản 10 - 15%; Hàn Quốc 8 - 10%; Đài Loan 8 - 10%; EU 8 - 10%; Thị trường khác 20 - 25%.

2.2. Một số quan điểm chủ yếu nhằm phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam

Quan điểm 1: Phải nâng cao nhận thức và thực hiện một cách nhất quán mục tiêu quy hoạch diện tích trồng cây cao su, duy trì khối lượng xuất khẩu nguyên liệu cao su tự nhiên ở mức độ hợp lý.

Quan điểm 2: Phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên theo chiều sâu, tăng kim ngạch xuất khẩu cao su theo hướng nâng cao chất lượng để nâng giá trị xuất khẩu trên một đơn vị sản phẩm.

Quan điểm 3: Thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu mặt hàng và thị trường xuất khẩu cao su, tăng kim ngạch xuất khẩu cao su tự nhiên theo hướng chuyển dịch cơ cấu mặt hàng và thị trường xuất khẩu.

Quan điểm 4: Kết hợp chặt chẽ giữa khu vực thượng nguồn và hạ nguồn, tăng kim ngạch xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam theo hướng tăng xuất khẩu các sản phẩm từ cao su tự nhiên và đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm đồ gỗ từ gỗ cao su.

Quan điểm 5: Phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam phải dựa trên cơ sở tăng cường định hướng của Nhà nước, phát huy tốt vai trò của Hiệp hội cùng với sự hoạt động có hiệu quả của các doanh nghiệp trong ngành cao su.

3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN VÀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ XUẤT KHẨU CAO SU TỰ NHIÊN CỦA VIỆT NAM

3.1. Các giải pháp chung

Tại Hội nghị xuất khẩu cao su năm 2005, Hội nghị đã đưa ra 10 giải pháp để phát triển ngành cao su đến năm 2010 như sau:

(1) Giao Tổng công ty Cao su Việt Nam trồng tập trung cao su diện tích 50.000 ha đất thích hợp để tận dụng năng lực về vốn và kỹ thuật của Tổng công ty, sau đó có thể chuyển nhượng lại cho các thành phần kinh tế khác có nhu cầu.

(2) Tăng cường đầu tư nghiên cứu khoa học trong các lĩnh vực giống, kỹ thuật trồng, cạo mủ và chế biến cao su nguyên liệu với sự đầu tư kinh phí của Nhà nước. Chính phủ cần thành lập Viện Nghiên cứu cao su trên cơ sở Viện cao su thuộc Tổng công ty cao su Việt Nam để phục vụ yêu cầu nghiên cứu và phổ biến giống cao su, kỹ thuật cạo mủ, kỹ thuật chế biến cao su nguyên liệu.

(3) Đẩy nhanh tiến độ cổ phần hoá các công ty cao su thuộc sở hữu Nhà nước để tạo điều kiện thu hút vốn của các thành phần kinh tế khác tham gia vào khu vực thượng nguồn cung cấp nguyên liệu cao su và tạo điều kiện để các công ty cao su đầu tư vốn vào các cơ sở sản xuất sản phẩm công nghiệp cao su, chế biến gỗ ở khu vực hạ nguồn, tạo ra sự liên kết chặt chẽ giữa 2 khu vực trong từng đơn vị kinh tế.

(4) Nhà nước hỗ trợ tài chính cho các xí nghiệp chế biến cao su nguyên liệu trong khâu nghiên cứu và các biện pháp xử lý nước thải nhằm bảo vệ môi trường. Đồng thời, quản lý chặt chẽ chất lượng sản phẩm cao su nguyên liệu do các xí nghiệp chế biến sản xuất ra.

(5) Khuyến khích thu hút đầu tư trong và ngoài nước vào khu vực sản xuất các sản phẩm công nghiệp cao su, đặc biệt là các sản phẩm latex. Đưa ngành công nghiệp này vào danh mục ưu đãi đầu tư.

(6) Có chính sách khuyến khích phát triển sản xuất các loại nguyên phụ liệu cho ngành công nghiệp sản xuất các sản phẩm cao su trong nước để giảm lệ thuộc vào nhập khẩu từ nước ngoài .

(7) Tăng cường đào tạo nguồn nhân lực cho ngành cao su. Bộ Lao động & TBXH cần bố trí kinh phí đào tạo công nhân kỹ thuật cho ngành cao su, trước hết là công nhân sản xuất các sản phẩm công nghiệp cao su, công nhân chế biến gỗ.

(8) Xây dựng Trung tâm giao dịch cao su theo mô hình Malaixia hoặc Ấn Độ để giúp người mua và người bán có cơ hội mua bán trực tiếp thông qua đấu giá, tránh tình trạng khi ít hàng người bán “ làm cao” với người mua và ngược lại.

(9) Bộ Thương mại tăng cường hỗ trợ cho ngành cao su trong công tác thông tin thị trường thông qua các cơ quan chuyên trách của Bộ như Viện Nghiên cứu thương mại, Trung tâm thông tin thương mại...

(10) Củng cố Hiệp hội cao su vững mạnh làm cơ sở liên kết tất cả các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế cả khu vực thượng nguồn và hạ nguồn, cả người sản xuất lẫn người mua bán vì mục tiêu phát triển ngành cao su và giải quyết hài hoà lợi ích của từng lĩnh vực, từng doanh nghiệp.

Trên đây là những định hướng cơ bản về giải pháp nhằm phát triển bền vững ngành cao su ở nước ta thời kỳ đến năm 2010. Để có thể thực hiện tốt các định hướng trên và đặc biệt là để đẩy mạnh xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam theo các mục tiêu, quan điểm và định hướng đã được xác lập, chúng tôi đề xuất cụ thể về các giải pháp như sau:

3.1.1. Giải pháp về nâng cao hiệu lực quản lý Nhà nước trong quy hoạch và định hướng phát triển

Để nâng cao hiệu lực quản lý Nhà nước trong công tác quy hoạch và định hướng phát triển phải có sự phân công và phối hợp chặt chẽ giữa các bộ, ngành chủ chốt liên quan đến vấn đề sản xuất, chế biến và xuất khẩu cao su tự nhiên là Thương mại, Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Công nghiệp. Bên cạnh đó, cần có sự nâng cao về mặt nhận thức và thực hiện một cách nhất quán quan điểm về không mở rộng diện tích trồng cao su đối với các cấp chính quyền địa phương. Phải nâng cao tính pháp lý của quy hoạch phát triển sản xuất và xuất khẩu để buộc các cơ quan quản lý Nhà nước phải thực hiện theo quy hoạch đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt. Vì vậy cần phải có quyết định điều chỉnh quy hoạch để tránh tình trạng phát triển tự phát như đã từng diễn ra ở một số cây trồng khác. Đồng thời, cần định hướng tập trung vào cải thiện diện tích cao su hiện có, khuyến khích người dân phát triển cao su tiểu điền thông qua hình thức hợp đồng tiêu thụ sản phẩm với các doanh nghiệp trong ngành và trong phạm vi quy hoạch đã thông qua.

3.1.2. Giải pháp về phát triển thị trường

- Trước hết, giữ vững và phát huy các thị trường đang nhập khẩu khối lượng lớn và ổn định như thị trường Trung Quốc, Singapore, Hồng Kông, Hàn Quốc. Trong thời gian tới, cần chuẩn bị các điều kiện để hướng đến khu vực thị trường EU, Hoa Kỳ ...nhằm nâng cao giá trị kim ngạch xuất khẩu và đề phòng những biến động bất thường về thị trường và nhu cầu tiêu thụ cũng như giảm dần sự lệ thuộc vào một thị trường.

- Mở rộng thị trường sang khu vực các nước EU, CISs... vì đây là khu vực thị trường có tiềm lực kinh tế mạnh và yêu cầu cao về chất lượng sản phẩm. Do vậy, cần coi trọng việc nâng cao chất lượng sản phẩm, chuyển đổi cơ cấu sản phẩm xuất khẩu cho phù hợp, từng bước tạo lập quan hệ mật thiết, gắn bó với bạn hàng, đặc biệt là các Tập đoàn sản xuất lốp xe lớn và trung bình trên thế giới.

- Từng bước, phát triển các thị trường tiềm năng khác như thị trường các nước Hoa Kỳ, Canada, Nam Phi ... Đối với các thị trường này, cần làm tốt công tác nghiên cứu tiếp thị và dự báo phát triển để có chiến lược kinh doanh thích hợp.

- Linh hoạt điều chỉnh hướng thâm nhập thị trường kịp và khối lượng xuất khẩu nhằm hạn chế và giảm thiểu các bất lợi trước những biến động của cung - cầu do tác động đột ngột của các yếu tố chính trị, kinh tế và thời tiết gây ra.

Để phát triển thị trường xuất khẩu, Nhà nước cần tăng cường hỗ trợ ngành cao su phát triển thị trường xuất khẩu thông qua chương trình xúc tiến thương

mại trọng điểm quốc gia với các hoạt động dài hạn, mang tính chất chuyên sâu chứ không chỉ dừng lại ở các dự án nhỏ như khảo sát thị trường nước ngoài. Phát triển thị trường xuất khẩu không phải chỉ là công việc của Bộ Thương mại mà đòi hỏi phải có sự tham gia và phối hợp chặt chẽ của các ngành, các địa phương và các doanh nghiệp. Về phía các doanh nghiệp, cần chủ động tích cực tìm kiếm thị trường, bạn hàng, học hỏi kinh nghiệm phát triển thị trường của các nước trên thế giới. Đối với các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu cao su có quy mô lớn, đặc biệt là Tổng công ty cao su Việt Nam, ngoài việc tổ chức các bộ phận chuyên trách về công tác thông tin kinh tế và thị trường thì việc phải tổ chức các văn phòng đại diện tại các thị trường tiêu thụ lớn và các thị trường giao dịch là hết sức cần thiết.

3.1.3. Giải pháp về phát triển sản phẩm và đa dạng hoá sản phẩm

Để đẩy mạnh xuất khẩu cao su tự nhiên một cách bền vững thì phải đầu tư công nghệ mới để tăng tỷ trọng sản xuất các loại cao su kỹ thuật như RSS, SVRCV 60, 50... Xây dựng mới và nâng cấp thiết bị cho các nhà máy chế biến mủ để đa dạng hoá sản phẩm xuất khẩu và linh hoạt trong cơ cấu sản phẩm chế biến, tạo điều kiện mở rộng và phát triển các sản phẩm cao su có sức cạnh tranh cao trong xuất khẩu.

Để thay đổi cơ cấu sản phẩm cao su, Nhà nước phải lựa chọn 1 số doanh nghiệp có khả năng về tài chính và có chính sách ưu tiên vay vốn trong Quỹ hỗ trợ phát triển với sự hỗ trợ lãi suất tín dụng để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp này đầu tư nhằm chuyển đổi cơ cấu sản phẩm. Việc đầu tư như vậy cũng có tác dụng hỗ trợ đối với khu vực trồng cao su tiểu điền vì họ sẽ tiêu thụ được mủ cao su ổn định với giá hợp lý mà không phải xuất khẩu tiểu ngạch.

Để phát triển sản xuất và xuất khẩu bền vững, các doanh nghiệp chế biến mủ cao su cần có những cam kết về cung cấp nguyên liệu mủ, gỗ một cách ổn định cho các nhà sản xuất săm lốp, băng truyền tải và dụng cụ y tế từ cao su tự nhiên hoặc góp vốn bằng nguồn nguyên liệu với các đơn vị sản xuất cao su công nghiệp. Thu hút đầu tư nước ngoài mà đặc biệt là các nhà đầu tư nước ngoài vào sản xuất các sản phẩm cao su xuất khẩu là giải pháp có tính lâu dài.

Cần có các giải pháp đồng bộ của Nhà nước đối với cả khu vực thượng nguồn và hạ nguồn. Trong đó, Nhà nước cần tập trung đầu tư phát triển các vùng nguyên liệu gắn với các nhà máy chế biến phục vụ xuất khẩu, đầu tư cho khâu chế biến để tăng giá trị xuất khẩu.

3.1.4. Giải pháp về nâng cao hiệu quả sản xuất và xuất khẩu

Năng suất cao su bình quân của Việt Nam so với năng suất cao su của 3 nước Đông Nam Á còn thấp hơn nhiều. Do vậy, ngành cao su cần đẩy mạnh các hoạt động nghiên cứu ứng dụng từ lĩnh vực giống, phân bón, chế độ khai thác,

công nghệ chế biến sản phẩm. Tăng cường khâu quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc gia TCVN 3769 - 2004.

Để nâng cao hiệu quả sản xuất và xuất khẩu, các doanh nghiệp cần đẩy mạnh khâu chế biến ra sản phẩm cuối cùng để nâng cao giá trị gia tăng, việc chế biến bao gồm cả gỗ cao su và mủ cao su.

3.1.5. Giải pháp nâng cao vai trò của Hiệp hội sản xuất và xuất khẩu cao su

Để nâng cao hơn nữa vai trò của Hiệp hội và để phát triển bền vững ngành cao su Việt Nam, Hiệp hội cao su Việt Nam cần phải tập trung thực hiện một số giải pháp sau:

- Phối hợp chặt chẽ với Bộ Thương mại, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và Bộ Công nghiệp trong việc rà soát lại chiến lược và quy hoạch phát triển, theo dõi và giám sát việc thực hiện quy hoạch đất trồng cao su, góp phần thực hiện tốt mục tiêu nâng cao giá trị và điều chỉnh hợp lý cơ cấu các mặt hàng cao su xuất khẩu.

- Mở rộng mạng lưới Hội viên đến các doanh nghiệp mạnh để làm chỗ tựa phát triển cao su tiểu điền và các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

- Thiết lập chương trình xúc tiến thương mại trong Chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm quốc gia, tập trung xây dựng và phát triển thương hiệu cao su Việt Nam.

- Tăng cường công tác thông tin và dự báo thị trường, đặc biệt là cần tập trung vào các thông tin và dự báo chiến lược về tình hình thị trường và giá cả cao su trên thế giới để các doanh nghiệp có các giải pháp chiến lược cho phù hợp (vì đặc điểm của cây cao su là cây công nghiệp dài ngày).

- Tiếp tục mở rộng hợp tác quốc tế, đấu tranh bảo vệ quyền lợi của các doanh nghiệp sản xuất và chế biến, xuất khẩu cao su Việt Nam.

3.1.6. Giải pháp về nguồn nhân lực

Để phát triển nguồn nhân lực cần phải nhận thức đúng đắn và đầy đủ rằng đây không phải chỉ là công việc của Nhà nước mà phải là công việc của các doanh nghiệp và các hộ sản xuất, chế biến cao su. Đồng thời, phát triển nguồn nhân lực phải bao gồm nhiều cấp độ, trình độ và với những lĩnh vực cũng như các yêu cầu cụ thể khác nhau. Trước mắt, để giải quyết những vấn đề cấp bách của thực tế, chúng tôi cho rằng cần tập trung vào đào tạo nguồn nhân lực cho ngành cao su.

3.2. Các giải pháp đối với một số thị trường

3.2.1. Thị trường Trung Quốc

- Các doanh nghiệp cần phải tập trung vào những khách hàng trực tiếp là các nhà sản xuất sẫm lớp ô tô của Trung Quốc để chuyển mạnh buôn bán cao su với Trung Quốc từ con đường biên mậu sang chính ngạch. Để xuất khẩu chính ngạch, các doanh nghiệp cần thường xuyên cập nhật hệ thống văn bản pháp luật thương mại của Trung Quốc có liên quan đến mặt hàng cao su.

Các doanh nghiệp lớn của ta đã thiết lập văn phòng đại diện tại những thị trường tiêu thụ chính của Trung Quốc nhưng các doanh nghiệp nhỏ và vừa lại chưa làm được việc này, vì thế để xuất khẩu cần có sự liên kết với các doanh nghiệp lớn của Việt Nam.

- Cần nghiên cứu đưa sẫm lớp cao su trở thành sản phẩm mới xuất khẩu sang Trung Quốc. Giải pháp cho vấn đề này là Bộ Công nghiệp cần chỉ đạo và hỗ trợ ngành cao su để nghiên cứu, tích cực đầu tư cho công nghiệp chế biến cao su tạo ra nhiều sản phẩm thành phẩm từ cao su phục vụ cho nhu cầu trong nước và tăng nguồn hàng, hiệu quả xuất khẩu.

- Nhà nước cần tạo môi trường thuận lợi và minh bạch cho việc xuất khẩu cao su sang Trung Quốc như đàm phán để tạo thuận lợi cho việc thanh toán tiền hàng xuất khẩu qua hệ thống ngân hàng thương mại để tránh các rủi ro khi thanh toán bằng tiền mặt, qua đó sớm hợp thức hoá việc mua bán cao su chính ngạch với Trung Quốc. Có chính sách khuyến khích, tạo điều kiện tốt, môi trường đầu tư thuận lợi để các doanh nghiệp Trung Quốc đầu tư, hợp tác trong các lĩnh vực gây trồng, sản xuất và chế biến cao su.

- Các doanh nghiệp xuất khẩu cần đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại và tham gia tích cực, có hiệu quả các chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm của Bộ Thương mại.

3.2.2. Thị trường Hoa Kỳ

- Đối với mặt hàng cao su xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ thì yếu tố quyết định là lựa chọn cơ cấu mặt hàng thích hợp để đẩy mạnh sản xuất ra hàng hoá phù hợp với nhu cầu của thị trường, sản phẩm có chất lượng cao và số lượng lớn rồi mới tính đến vấn đề thị trường. Vì thế chúng ta phải chủ động đổi mới công nghệ chế biến để có thể sản xuất được các loại cao su kỹ thuật xuất khẩu sang thị trường này với khối lượng lớn. Đối với các sản phẩm từ cao su và đồ gỗ từ cao su thì vấn đề là ở chỗ thiết kế kiểu dáng sản phẩm cho phù hợp với thị trường hơn.

- Nhà nước và các doanh nghiệp cần chủ động trong việc thu hút các doanh nghiệp Hoa Kỳ đầu tư vào sản xuất các sản phẩm từ cao su để xuất khẩu trở lại thị trường Hoa Kỳ

- Nhu cầu nhập khẩu vào thị trường Hoa Kỳ rất đa dạng và phong phú, không chỉ nguyên liệu cao su, săm lốp ô tô và băng tải mà còn gồm rất nhiều sản phẩm từ cao su. Để đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ cần phải phát triển các sản phẩm trên, đồng thời cần đầu tư cho việc nghiên cứu cao su xốp dùng sản xuất giày dép và vật liệu xây dựng.

- Cần phát huy vai trò Hiệp hội trong việc tiếp thị và định hướng thị trường để giảm chi phí và nâng cao hiệu quả xuất khẩu. Trong việc phát triển sản phẩm mới, nếu cần thiết có thể thuê tư vấn nước ngoài để thực hiện nhiệm vụ này.

3.2.3. Thị trường EU

Thị trường khu vực có nhu cầu cao đối với các loại cao su kỹ thuật HS 400100; HS 400121; HS 400122 và đặc biệt là HS 400129. Đây là các loại cao su nguyên liệu có yêu cầu chất lượng cao nhưng giá xuất khẩu lại cao hơn nhiều so với các loại cao su nguyên liệu thông thường. Để phát triển hơn nữa xuất khẩu sang EU, trong thời gian tới cần đầu tư công nghệ chế biến để vừa nâng cao chất lượng và đáp ứng được nhu cầu về chủng loại đối với các nhà nhập khẩu. Ngoài ra, thị trường EU có đòi hỏi cao về chất lượng và luật lệ phức tạp nên các doanh nghiệp cần làm tốt công tác thu thập thông tin về các quy định kỹ thuật và rào cản thương mại để tận dụng được mọi cơ hội để thâm nhập vào thị trường này.

Các doanh nghiệp cần chủ động liên doanh, liên kết hoặc thu hút đầu tư của các nhà sản xuất săm lốp nổi tiếng của châu Âu, qua đó mà tăng kim ngạch và nâng cao hiệu quả xuất khẩu. Đồng thời, cần đẩy mạnh xuất khẩu trực tiếp các sản phẩm cao su y tế và gia tăng xuất khẩu xe đạp cũng là một trong những giải pháp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường EU.

3.2.4. Thị trường Hàn Quốc:

Hiện nay, một hình thức xuất khẩu hiệu quả là bán hàng thông qua các đại lý nhập khẩu của Hàn Quốc. Mỗi năm Hàn Quốc nhập khẩu trên 200 tỉ USD và có đến 80% kim ngạch đó được nhập khẩu qua các công ty đại lý Hàn Quốc. Vì vậy, các doanh nghiệp cần nghiên cứu kỹ để tận dụng hình thức xuất khẩu này thay vì áp dụng hình thức xuất khẩu thông thường như hiện nay. Để tiếp cận thị trường Hàn Quốc, các doanh nghiệp Việt Nam cần tham gia vào các chương trình xúc tiến thương mại, tham gia triển lãm tại Hàn Quốc để tìm bạn hàng, hoặc thông qua các cơ quan xúc tiến thương mại của hai nước để tìm thông tin thị trường, khách hàng.

3.2.5. Các thị trường khác

Đối với thị trường LB Nga, Đông Âu và các nước SNG, Nhà nước cần sớm triển khai xây dựng trung tâm giới thiệu hàng Việt Nam ở khu vực thị trường này

và có chính sách ưu đãi để doanh nghiệp có thể triển khai góp vốn xây dựng kho ngoại quan ở nước ngoài.

Củng cố thị phần xuất khẩu cao su của Việt Nam ở những thị trường hiện có như Singapore, Đài Loan, Malaysia, Nhật Bản, Hồng Kông. Thị trường Nhật Bản, Singapore, Hồng Kông trong tương lai vẫn sẽ là thị trường lớn, là bạn hàng quan trọng và có nhiều tiềm năng đối với xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam. Hiện nay, cao su Việt Nam chủ yếu được xuất khẩu qua các nhà nhập khẩu trung gian. Vì vậy, trong thời gian tới cần tham gia trực tiếp vào thị trường kỳ hạn của các nước này, nhất là thị trường kỳ hạn của Nhật Bản và Singapore.

Đẩy mạnh thâm nhập các thị trường mới như Canada, các nước Mỹ Latinh, các nước châu Phi. Canada có nhu cầu nhập khẩu khá lớn đối với các loại giấy không thấm nước của Việt Nam. Đối với các thị trường này, một mặt các doanh nghiệp phải chủ động tìm kiếm khách hàng, nhưng mặt khác Nhà nước cần có những chính sách hỗ trợ cho các doanh nghiệp xuất khẩu cao su trong việc thâm nhập thị trường.

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Việc nghiên cứu tìm ra các giải pháp nhằm phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam thời kỳ đến năm 2010 là rất cần thiết và cấp bách. Thông qua nghiên cứu đề tài, chúng tôi rút ra một số kết luận sau:

1. Thị trường cao su tự nhiên thế giới rất đa dạng về chủng loại sản phẩm, nó bao gồm không chỉ là nguyên liệu cao su (mủ cao su các loại) mà còn bao gồm cả các sản phẩm từ cao su và các loại đồ gỗ từ gỗ cao su. Để phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam cần đẩy mạnh xuất khẩu các loại sản phẩm trên.

2. Cung, cầu và giá cả thị trường cao su tự nhiên thế giới luôn luôn có sự biến động kể cả trong ngắn hạn và dài hạn. Sự biến động ấy phụ thuộc vào nhiều nhân tố khác nhau, trong đó yếu tố cung và cầu có tính chất quyết định, sự biến động của giá cả của đầu thô trên thị trường thế giới có tác động rất lớn đến giá cả của cao su tự nhiên nguyên liệu.

3. Các nước sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên chủ yếu trên thế giới tập trung ở khu vực Đông Nam Á như Thái Lan, Indônêxia, Malaixia và Việt Nam..., Thái Lan hiện đang là nước sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên lớn nhất thế giới. Các nước nhập khẩu cao su tự nhiên trên thế giới phần lớn là các nước có ngành công nghiệp sản xuất sãm lốp ô tô và xe máy lớn trên thế giới như Trung Quốc, Hoa Kỳ, Hàn Quốc, và một số nước thuộc EU; những năm gần đây Trung Quốc đã thay thế vị trí của Hoa Kỳ và trở thành nước nhập khẩu cao su lớn nhất trên thế giới.

4. Kinh nghiệm của các nước xuất khẩu cao su tự nhiên trên thế giới và các bài học rút ra cho Việt Nam là để đẩy mạnh xuất khẩu cao su tự nhiên, Nhà nước cần tăng cường vai trò định hướng và hỗ trợ phát triển, doanh nghiệp cần thực hiện liên kết và hợp tác để phát triển kinh doanh, tăng cường đầu tư cho các khâu từ nghiên cứu giống, kỹ thuật chế biến và nâng cao hiệu quả quản lý hoạt động sản xuất kinh doanh.

5. Cao su nguyên liệu gồm rất nhiều chủng loại khác nhau và để sử dụng cho các mục đích khác nhau nên chúng được giao dịch trên thị trường thế giới với các tiêu chuẩn rất khác nhau, có cả tiêu chuẩn quốc tế, tiêu chuẩn của nhà xuất khẩu và tiêu chuẩn của nhà nhập khẩu. Giá cao su tự nhiên cao hay thấp phụ thuộc vào hàm lượng cao su tinh khiết và cách chế biến nguyên liệu. Vì vậy, buôn bán cao su tự nhiên trên thị trường thế giới thường được thực hiện ở các thị trường kỳ hạn như Sicom (Singapore), Tocom và OME (Nhật Bản)... với kỳ hạn 1 năm. Bên cạnh đó vẫn có các hợp đồng mua bán trực tiếp, giao ngay nhưng giá cả thường không có lợi bằng các hợp đồng kỳ hạn. Để đẩy mạnh xuất khẩu và nâng cao hiệu quả của xuất khẩu mủ cao su các doanh nghiệp Việt Nam cần

tham gia vào các thị trường kỳ hạn và Nhà nước cần nghiên cứu để hình thành sàn giao dịch mua bán cao su.

6. Xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam trong những năm qua đã đạt được những thành tựu đáng kể, khối lượng đã đạt 500 nghìn tấn và kim ngạch đạt trên 500 triệu USD. Tuy nhiên, sự tăng trưởng xuất khẩu còn chậm và thiếu tính bền vững. Với cơ cấu sản phẩm còn đơn điệu, chất lượng thấp và sự tập trung quá cao vào một thị trường Trung Quốc đã khiến cho giá cao su tự nhiên xuất khẩu của Việt Nam còn thấp hơn mức bình quân của các nước trong khu vực từ 100 - 200 USD/tấn. Có nhiều nguyên nhân dẫn tới thực trạng này, trong đó có cả nguyên nhân từ công tác tổ chức và quản lý Nhà nước và từ phía các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên. Vì vậy, cần phải có các giải pháp đồng bộ, mang tính hệ thống và sát hợp với thực tiễn để giải quyết vấn đề này.

7. Mục tiêu xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam đến năm 2010 là kim ngạch xuất khẩu cao su nguyên liệu ở mức 500 - 600 triệu USD, xuất khẩu các sản phẩm cao su khoảng 500 triệu USD và đồ gỗ cao su khoảng 500 triệu USD. Để đạt được mục tiêu trên cần phải thống nhất các quan điểm về phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên, theo đó cần tăng cường sự định hướng và hỗ trợ của Nhà nước, phát huy vai trò của Hiệp hội cùng với sự hoạt động có hiệu quả của các doanh nghiệp để tăng kim ngạch theo hướng chuyển dịch cơ cấu mặt hàng và thị trường, nâng cao chất lượng sản phẩm và nâng cao năng lực cạnh tranh.

8. Để phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam trong thời gian tới cần có nhiều giải pháp khác nhau, đó là các giải pháp về nâng cao hiệu lực và hiệu quả của quản lý Nhà nước, phát triển thị trường, phát triển sản phẩm và đa dạng hoá sản phẩm, nâng cao hiệu quả sản xuất và xuất khẩu của doanh nghiệp, nâng cao vai trò của Hiệp hội và phát triển nguồn nhân lực cho ngành cao su. Đồng thời cần nâng cao năng lực cạnh tranh và đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại.

9. Với mỗi loại thị trường khác nhau cần có các giải pháp phù hợp, trong đó các giải pháp nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường của nước nhập khẩu, giải pháp về xúc tiến thương mại, giải pháp vượt các rào cản thương mại quốc tế của các nước nhập khẩu cao su và các sản phẩm cao su có vị trí và vai trò rất quan trọng.

Phát triển xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam là một trong những vấn đề cần thiết, cấp bách và để phát triển xuất khẩu cần có nhiều giải pháp khác nhau. Chúng tôi hy vọng rằng với những kết quả nghiên cứu của đề tài có thể giúp cho các nhà hoạch định chính sách và cho các doanh nghiệp có thêm cơ sở khoa học để nghiên cứu thực hiện.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

TIẾNG VIỆT

1. Bộ NN&PTNT, *Đề án: “Nâng cao năng lực cạnh tranh hàng nông lâm sản”*, Hà Nội, 2001.
2. Bộ Thương mại, *Chiến lược xuất khẩu của Việt Nam đến năm 2010*, Hà Nội, 2001.
3. Bộ Thương mại, *Thương vụ Việt Nam tại Indonesia, Xuất khẩu cao su của Indônêxia*, 2004.
4. Ngân hàng Thế giới, *Quản lý rủi ro giá cả hàng nông sản*, Báo cáo giai đoạn 1, 2002
5. Tổng cục Hải quan, *số liệu thống kê xuất nhập khẩu hàng năm*
6. Tổng cục Thống kê, *Niên giám thống kê 2004*
7. Tổng cục Thống kê, *Kinh tế Việt Nam - Thế giới 2004 - 2005*
8. Hoàng Nguyên Học, *Chính sách tài chính của Nhà nước đối với sự phát triển của ngành cao su*, Diễn đàn Việt - Pháp “Nông nghiệp, phát triển nông thôn và các chính sách công cộng”, Montpellier, 2001.
9. Lê Quang Thung, *Triển vọng và giải pháp phát triển ngành cao su Việt Nam*, Diễn đàn Việt – Pháp “Nông nghiệp, phát triển nông thôn và các chính sách công cộng”, Montpellier, 2001.
10. TS. Lê Hồng Tiễn, *Nâng cao hiệu quả kinh tế quốc doanh cao su, Thực trạng và giải pháp*, Tạp chí Phát triển Kinh tế, tháng 2/2004.
11. Th.s. Hoàng thị Vân Anh, *Thị trường cao su thiên nhiên thế giới và khả năng xuất khẩu của Việt Nam*, Chuyên đề thuộc Đề tài cấp Nhà nước mã số KC-06-01.NN.
12. TS Trần Thị Thúy Hoa, *Tăng hiệu quả kinh tế cây cao su*, Hiệp hội cao su Việt Nam, 2004.

TIẾNG ANH

13. Department of Statistics, Malaysia, *Natural Rubber Statistics*, 2004
14. Customs Tariff of China, HS 4001
15. AFERA, *The Global Economic Outlook and Rubber Industry Trend*, Afera Congress, 2002.
16. FAO, *Agricultural Commodity Projections to 2010*, 2003.
17. FAOSTAT, *Natural Rubber*, 2004.

18. FAO, *Rubber Commodities Notes*, 2004.
19. ITC, *Country/Product Approach, Product Group:231 - Natural Rubber*.
20. ITC, COMTRADE statistics, *Product: 4001 Natural rubber*.
21. ITC, *Product Champions, Product Map: Rubber*.
22. IRSG, *Review of 2004 and the prospects for 2005- 06*.
23. IRSG, *Natural Rubber in the coming decade: policies and projections*, 2000.
24. IRSG, *Rubber Statistics Bulletin*, 2004.
25. IRSG, *The Future of the tyre and rubber sector of China*, London 2003.
26. Korea Customs Service, *Import Export by country, Trade statistics*, 2004
27. MRB, *Rubber consumption survey*, 2004.
28. MRB, *Role of the The Malaysian Rubber Board in R & D*.
29. UNCTAD, *Opportunities and constraints for the internalization of environmental costs and benefits into the price of rubber*, UNCTAD/IRSG Workshop 1997.
30. UNCTAD, *Rubber and Environmental*, UNCTAD/IRSG Workshop 1998.
31. U.S.Department of Commerce, *USA Tariff Heading 4001*, 2004.
32. U.S.Department of Commerce, *Industry, Trade and the Economy, Data and Analysis: U.S. Import*, 2004.
33. WTO, *China Accession - Annex 8*
34. WTO, *World merchandise export*, Statistics, 2004

15. AFERA, *The Global Economic Outlook and Rubber Industry Trend*, Afera Congress, 2002.
16. FAO, *Agricultural Commodity Projections to 2010*, 2003.
17. FAOSTAT, *Natural Rubber*, 2004.
18. FAO, *Rubber Commodities Notes*, 2004.
19. ITC, *Country/Product Approach, Product Group:231 - Natural Rubber*.
20. ITC, COMTRADE statistics, *Product: 4001 Natural rubber*.
21. ITC, *Product Champions, Product Map: Rubber*.
22. IRSG, *Review of 2004 and the prospects for 2005- 06*.
23. IRSG, *Natural Rubber in the coming decade: policies and projections*, 2000.
24. IRSG, *Rubber Statistics Bulletin*, 2004.
25. IRSG, *The Future of the tyre and rubber sector of China*, London 2003.
26. Korea Customs Service, *Import Export by country, Trade statistics*, 2004
27. MRB, *Rubber consumption survey*, 2004.
28. MRB, *Role of the The Malaysian Rubber Board in R & D*.
29. UNCTAD, *Opportunities and constraints for the internalization of environmental costs and benefits into the price of rubber*, UNCTAD/IRSG Workshop 1997.
30. UNCTAD, *Rubber and Environmental*, UNCTAD/IRSG Workshop 1998.
31. U.S.Department of Commerce, *USA Tariff Heading 4001*, 2004.
32. U.S.Department of Commerce, *Industry, Trade and the Economy, Data and Analysis: U.S. Import*, 2004.
33. WTO, *China Accession - Annex 8*
34. WTO, *World merchandise export*, Statistics, 2004