

XUẤT KHẨU GẠO CỦA VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 1989-2006 THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

Mai Thị Thanh Xuân*

Tính đến đầu năm 2006, sau hơn 16 năm xuất khẩu, gạo Việt Nam đã có mặt trên 80 nước và vùng lãnh thổ. Tổng sản lượng gạo xuất khẩu tính đến tháng 5/2006 đạt 42,87 triệu tấn, với kim ngạch 10,997 tỷ USD (trong đó 5 tháng đầu năm 2006 đạt 1,7 triệu tấn và 466 triệu USD). Trong 16 năm đó (chưa kể năm 2006), có đến 14 năm Việt Nam đứng vị trí thứ hai và 2 năm đứng thứ ba thế giới về sản lượng. Đến nay, gạo Việt Nam đã chiếm khoảng 13-16% tổng lượng gạo bán buôn của thế giới, trở thành một trong 10 mặt hàng xuất khẩu có kim ngạch trên 1 tỷ USD, chiếm 16,7% kim ngạch xuất khẩu nông sản. Khoảng cách chênh lệch về giá giữa gạo Việt Nam và Thái Lan đang được thu hẹp dần. Tuy vậy, xuất khẩu gạo của Việt Nam hiện vẫn còn nhiều bất cập: tốc độ tăng sản lượng và kim ngạch chưa ổn định; chất lượng và giá cả còn thiếu sức cạnh tranh; đặc biệt là chưa xác lập được vị trí lâu dài trong lòng người tiêu dùng thế giới.

1. Thực trạng xuất khẩu gạo

Gạo là sản phẩm quan trọng đối với nước ta. Nó không chỉ có vai trò trong việc đáp ứng nhu cầu hàng ngày của dân cư, mà còn là mặt hàng xuất khẩu chiến lược của nền kinh tế. Nhìn lại hơn 16 năm xuất khẩu gạo của Việt Nam, có thể rút ra một số nhận xét sau:

Thứ nhất, xuất khẩu gạo đã tăng lên cả về số lượng và kim ngạch

Kể từ năm 1989, lần đầu tiên sau một thời gian dài thiếu lương thực, Việt Nam đã xuất khẩu được hơn 1,4 triệu tấn gạo, với mức kim ngạch 290 triệu USD, đứng thứ 3 thế giới về lượng gạo xuất khẩu (sau Thái Lan và Mỹ). Những năm tiếp theo, sản phẩm gạo xuất khẩu vẫn giữ được mức tăng tương đối ổn định cả về sản lượng và giá trị, trở thành một trong 10 mặt hàng xuất khẩu chủ lực của nền kinh tế. Tính đến hết năm 2005, tổng sản lượng gạo xuất khẩu của cả nước đạt 50,12 triệu tấn, thu 11,51 tỷ USD, bình quân mỗi năm tăng 13,55% về sản lượng và 14,55% về kim ngạch. Trong đó, các năm có tốc độ tăng cao nhất về sản lượng là: 1992 (88,4%), 1996 (51,1%), 1999 (20,9%), 2003 (20,1%), 2005 (29,4%); các năm có tốc độ tăng cao nhất về kim ngạch là: 1990 (28,9%), 1992 (78,6%), 1996 (61,3%), 2004 (28,2%), 2005 (48,8%)... Bước đột phá của hoạt động xuất khẩu gạo là từ năm 1996, đạt hơn 3 triệu tấn, với 855 triệu USD (tăng 51,1% sản lượng và 61,3% kim ngạch so với năm 1995; tăng 107% sản lượng và 128,6% kim ngạch so với năm đầu tiên xuất khẩu gạo-1989). Từ đó đến nay, lượng gạo xuất khẩu luôn duy trì ở mức trên 3 triệu tấn, kỷ lục là vào năm 2005 đạt 5,2 triệu tấn và 1,4 tỷ USD.

Sang năm 2006, hoạt động xuất khẩu gạo của Việt Nam có dấu hiệu chững lại so với cùng kỳ năm trước. Tính chung trong 5 tháng, sản lượng gạo xuất khẩu chỉ đạt 1,7 triệu tấn và kim ngạch 466 triệu USD (giảm 7,5% về sản lượng và 9% về kim ngạch). Nguyên nhân chính là do cạnh

* Tiến sĩ, Khoa Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội

tranh ngày càng gay gắt, nhất là trên thị trường châu Phi - một trong những khách hàng lớn của Việt Nam trong những năm qua. Tuy vậy, theo Hiệp hội lương thực, đến hết năm nay sản lượng gạo xuất khẩu của nước ta vẫn sẽ đạt khoảng 5 triệu tấn (mục tiêu xuất khẩu của Thái Lan do Bộ Thương mại đề ra cũng chỉ là 7,5 triệu tấn). Và như vậy, đây sẽ là năm thứ 15 Việt Nam đứng vị trí thứ 2 thế giới về xuất khẩu gạo; đồng thời khoảng cách giữa hai nước xuất khẩu gạo hàng đầu thế giới đang ngày càng thu hẹp lại. Hiện các doanh nghiệp xuất khẩu gạo đã ký hợp đồng xuất khẩu hơn 2 triệu tấn gạo, trong đó đã thực hiện 1,7 triệu tấn.

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

Những năm gần đây, các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu gạo đã chủ động đầu tư hơn 2 tỷ đồng để cải tiến và đổi mới các trang thiết bị chuyên dùng như băng tải, bàn trượt con lăn, bồn chứa gạo..., từng bước thay thế lao động thủ công bằng các thiết bị cơ giới hóa, tự động hóa, nhờ đó năng suất và chất lượng gạo đều được nâng cao. Đặc biệt vừa rồi, Công ty lương thực-thực phẩm Vĩnh Long đã sử dụng "Thiết bị đấu trộn gạo sắt" có tác dụng bổ sung lượng sắt vi chất theo tỷ lệ rất thấp, đáp ứng được yêu cầu nghiêm ngặt về an toàn vệ sinh thực phẩm của các nước nhập khẩu gạo trên thế giới (Sáng kiến này đã được Cục Sở hữu công nghiệp cấp giấy chứng nhận độc quyền sáng chế).

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

Giá gạo xuất khẩu của Việt Nam cũng đang trên đà tăng lên, từng bước thu hẹp khoảng cách về giá so với gạo Thái Lan. Những năm đầu thập kỷ 1990, giá gạo của Việt Nam thường thấp hơn gạo Thái Lan khoảng 100 USD/tấn thì đến cuối thập kỷ chỉ còn 40-50 USD/tấn, hiện nay chênh lệch khoảng 20-30 USD/tấn. Ví dụ: vào tháng 5/2005, trung bình giá gạo của Thái Lan là 291 USD/tấn đối với gạo 5% tấm và 282 USD/tấn đối với gạo 25% tấm, thì giá gạo cùng loại của Việt Nam tương ứng đạt 263 USD/tấn và 252 USD/tấn. Mức giá đó vẫn được giữ ổn định trong những tháng đầu năm 2006. Cụ thể, trong thời gian này, giá gạo 5% tấm là 263 USD/tấn; 10% tấm: 256 USD/tấn; 15% tấm: 248 USD/tấn; và 25% tấm: 243 USD/tấn. Một số loại gạo thơm của Việt Nam đã bán được với giá không thua kém gạo Con Lài, Con Phụng của Thái Lan. Ví dụ, năm 2004 Việt Nam đã xuất khẩu được gần 100 nghìn tấn gạo thơm các loại, trong đó gạo Jasmine đã bán được với giá 360-380 USD/tấn.

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

Việt Nam chỉ thực sự là nước xuất khẩu gạo từ năm 1989. Việc xâm nhập thị trường, "chen chân" vào thị trường của các nước xuất khẩu gạo truyền thống trong thời kỳ này là vô cùng khó khăn. Vậy nhưng chỉ sau 2 năm, gạo Việt Nam đã được xuất khẩu sang thị trường 20 nước, chiếm 8,1% tổng lượng gạo bán buôn trên thị trường thế giới. Đến năm 1994, sau 5 năm xuất khẩu, gạo Việt Nam đã có mặt tại thị trường 40 nước và hiện nay là trên 80 nước của cả 5 châu lục, trong đó châu Á và châu Phi là hai khu vực chiếm tỷ trọng lớn nhất. Năm 2003 thị trường châu Á chiếm đến 59% sản lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam, tiếp đến là châu Phi 20%, Trung Đông 9%, châu Mỹ 8% và châu Âu 4%... Gạo Việt Nam cũng đã chiếm lĩnh được cả một số thị trường khó tính như EU, Bắc Mỹ và Nhật Bản.

Thị phần gạo Việt Nam cũng đã tăng rất nhanh, từ 8,1% năm 1991 lên 14,8% năm 1998 và 16% năm 2004. Các doanh nghiệp Thái Lan cho rằng, họ đang bị mất dần thị trường truyền thống bởi các doanh nghiệp xuất khẩu gạo của Việt Nam. Chẳng hạn trong tuần qua, Việt Nam đã giành được hợp đồng xuất khẩu 440.000 tấn gạo trong tổng số 500.000 tấn mời thầu của Philippin (vốn là thị trường truyền thống của Thái Lan), vượt qua 3 đối thủ lớn là Thái Lan, Trung Quốc và Mỹ. Cũng theo các doanh nghiệp Thái Lan, trong năm 2005 một số khách hàng chính của Thái Lan như Iran, Uruguay, XiRi và Nigiêria đã từ chối mua gạo Trung Quốc mà chuyển hướng sang nhập khẩu gạo của Việt Nam. Họ dự đoán rằng, trong năm nay Việt Nam sẽ còn mở rộng thị trường sang cả Nhật Bản, Hàn Quốc, và Ôxtrâyliia nữa. Chúng ta cũng có thể tin vào dự đoán đó, bởi mới chỉ 3 tháng đầu năm, Việt Nam đã 3 lần liên tục thắng thầu tại thị trường Nhật Bản với số lượng 84.078 tấn. Hiện tại Việt Nam đã có đến 281 khách hàng lớn nhỏ, trong đó có 10 khách hàng mua từ 100.000-300.000 tấn.

Thứ tư, dù đã đạt được những thành tựu đáng kể nêu trên, song nhìn một cách tổng thể, hoạt động xuất khẩu gạo của Việt Nam vẫn còn thiếu tính bền vững

Xuất khẩu gạo được coi là thế mạnh của Việt Nam, nhưng thực chất thế mạnh đó mới chỉ được tạo ra bởi lợi thế tĩnh, mà lợi thế này thì đang ngày càng giảm dần. Trong khi đó, các lợi thế động - yếu tố quyết định của sự phát triển nhanh và bền vững, lại mới chỉ được khai thác rất hạn chế. Vì vậy, mặc dù Việt Nam luôn đứng hàng thứ hai, thứ ba thế giới về xuất khẩu gạo nhưng vẫn bị "lép vế" trước gạo các nước, giá trị kim ngạch thấp, tốc độ tăng giá trị kim ngạch không tương ứng với tốc độ tăng sản lượng, thậm chí có những năm sản lượng gạo xuất khẩu tăng nhưng kim ngạch lại giảm, tức càng xuất khẩu càng lỗ. Ví dụ: so với năm trước, năm

1997 sản lượng gạo xuất khẩu tăng 19%, nhưng kim ngạch chỉ tăng 1,8%; năm 1999 sản lượng tăng 20,8%, kim ngạch tăng 0,1%; năm 2003 sản lượng tăng 20%, kim ngạch tăng 1,1%, và đặc biệt năm 2001 sản lượng tăng 7,3% nhưng kim ngạch lại giảm đến 7,9%...

Có thể thấy rõ hơn thực trạng biến động của sản lượng, giá cả và kim ngạch xuất khẩu gạo Việt Nam 1989-2006 qua bảng số liệu sau: (xem bảng 1)

Sự thiếu ổn định trong hoạt động xuất khẩu gạo có nguyên nhân khách quan do sự biến động của cung - cầu và giá cả gạo trên thị trường thế giới, nhưng chủ yếu vẫn là do các nguyên nhân chủ quan, như: phẩm cấp gạo thấp, chủng loại thiếu đa dạng, trình độ công nghệ chế biến lạc hậu, đặc biệt là chưa có thương hiệu... Để khắc phục điều đó, đòi hỏi các doanh nghiệp sản xuất và chế biến xuất khẩu gạo phải thực hiện nhiều giải pháp đồng bộ cả về kỹ thuật và tổ chức.

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

+ Phát triển mạnh công nghệ sau thu hoạch

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

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

Từ đó cho thấy, để tăng sản lượng và kim ngạch xuất khẩu gạo, nhất thiết phải trang bị đồng bộ công nghệ sau thu hoạch,

Bảng 1: Xuất khẩu gạo của Việt Nam giai đoạn 1989 - 2006

Năm	Sản lượng (1.000 tấn)	Tốc độ tăng (%)	Giá bình quân (USD/tấn)	Kim ngạch (triệu USD)	Tốc độ tăng (%)
1989	1.450	-	204	290	-
1990	1.624	12	186	374	28,9
1991	1.033	-36,4	227	234	-37,4
1992	1.946	88,4	215	418	78,6
1993	1.722	-11,5	210	362	-13,4
1994	1.983	15,2	214	424	17,1
1995	1.988	0,25	267	530	25
1996	3.003	51,1	285	855	61,3
1997	3.575	19,1	243	870	1,8
1998	3.730	4,3	275	1.024	17,7
1999	4.508	20,9	227	1.025	0,1
2000	3.476	-22,9	192	672	-34,4
2001	3.729	7,3	165	619	-7,9
2002	3.240	-13,2	224	726	17,3
2003	3.890	20,1	188	734	1,1
2004	4.020	3,3	219	941	28,2
2005	5.202	29,4	257	1.400	48,8
5 tháng 2006	1.700	-	252	441	-

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

- www.agroviet.gov.vn

+ *Phát triển thị trường cả chiều rộng lẫn chiều sâu*

Thị trường thế giới đang có những biến động có lợi cho một số ngành hàng xuất khẩu của Việt Nam, trong đó có mặt hàng gạo. Theo dự báo của FAO, nhu cầu gạo của thế giới đang có xu hướng tăng cao nhưng do hạn hán và thiên tai xảy ra tại nhiều nước, nên sản lượng giao dịch thương mại dự kiến sẽ giảm khoảng 117

bao gồm từ khâu phơi sấy, phân loại, bảo quản đến sơ chế, chế biến, bao bì và đóng gói. Đương nhiên, cần phải chú ý đúng mức đến cả các yếu tố trước thu hoạch như: giống, phân bón, cách thức chăm sóc, việc sử dụng thuốc bảo vệ thực vật..., bởi các khâu này có vai trò quyết định khá lớn đối với các khâu khác. Hơn thế, nếu chất lượng sản phẩm tốt, an toàn, tiêu chuẩn thì việc chế biến và bảo quản cũng sẽ thuận lợi hơn.

nghìn tấn so với năm 2004. Mặt khác, do giá gạo của Việt Nam thấp hơn giá gạo Thái Lan nên sẽ có thêm một số khách hàng từ Iran, Philippin... sẽ chuyển qua đàm phán mua gạo của Việt Nam. Đó là những cơ hội lớn, mà nếu các doanh nghiệp nắm bắt được sẽ có điều kiện tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu gạo.

Tuy nhiên, sự biến động cung - cầu về gạo của thị trường thế giới không phải lúc

nào cũng diễn ra theo một chiều có lợi cho Việt Nam, mà nó diễn biến thất thường do tác động của điều kiện khí hậu, thời tiết, giá vật tư nguyên liệu, và các nhân tố khác. Vì vậy, việc giữ vững được thị trường hiện có và tiếp cận thêm các thị trường mới là hết sức cần thiết để đảm bảo ổn định sản lượng gạo xuất khẩu.

Một khó khăn mới của các doanh nghiệp xuất khẩu gạo hiện nay là nhu cầu nhập khẩu gạo của một số nước châu Á như Malaixia, Indônêxia và Philippin đang có xu hướng giảm xuống. Thể hiện là, năm 1995, thị trường châu Á chiếm đến 65% lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam, nhưng đến năm 2003 chỉ còn 59%. Trong điều kiện đó, muốn giữ được những thị trường này đòi hỏi các doanh nghiệp phải nâng cao chất lượng và chủng loại gạo, nhất là các loại gạo đặc sản có hương vị đặc trưng và hàm lượng dinh dưỡng cao.

Để phát triển thị trường một cách bền vững, nhất thiết các doanh nghiệp phải nắm bắt được các thông tin thị trường một cách đầy đủ và kịp thời, đi đôi với tăng cường dự báo sát sao cả về sản lượng và chất lượng lúa hàng hóa ở trong dân để tránh các rủi ro có thể xảy ra. Chẳng hạn như, những ngày đầu tháng 5/2005, khi giá gạo có hiện tượng chững lại, vì sợ giá còn xuống thấp nữa nên các doanh nghiệp đã vội vàng ký các hợp đồng mới. Chính hành động đó của họ đã vô tình kéo giá gạo tụt dốc thêm. Họ không biết rằng, hiện tượng giảm giá gạo chỉ là nhất thời do một số nước châu Phi đang vào vụ thu hoạch, còn thực tế nhu cầu gạo thế giới về cơ bản vẫn lớn hơn cung (do hạn hán, mất mùa tại nhiều nước xuất khẩu gạo). Đó là bài học khá đắt giá cho các doanh nghiệp xuất khẩu gạo Việt Nam.

Bên cạnh việc tăng sản lượng, mở rộng thị trường, các doanh nghiệp Việt Nam cần phải đổi mới hơn nữa phương thức xuất khẩu, chuyển từ xuất khẩu qua

trung gian sang xuất khẩu trực tiếp. Hiện nay, tuy gạo Việt Nam đã xuất khẩu sang thị trường 80 nước song số lượng gạo buôn bán qua trung gian còn chiếm tỷ lệ cao (trung bình khoảng 65%). Đặc biệt, tại thị trường châu Phi - nơi tiêu thụ khối lượng lớn gạo Việt Nam nhưng phần lớn các thương vụ đều do các trung gian nước ngoài đứng ra thực hiện. Việc xuất khẩu qua trung gian như vậy đã làm cho gạo Việt Nam luôn bị ép bán với giá thấp hơn, nên đã làm giảm đáng kể giá trị kim ngạch. Vì vậy, việc nhanh chóng giảm bớt và dần đi đến chấm dứt tình trạng xuất khẩu qua trung gian cũng là biện pháp hữu hiệu để tăng kim ngạch xuất khẩu gạo.

+ Nhanh chóng xây dựng thương hiệu cho sản phẩm gạo

Lợi thế của gạo có thương hiệu là các doanh nghiệp có thể định giá cao hơn mà người tiêu dùng vẫn chấp nhận mua. Sở dĩ gạo Thái Lan luôn bán được với giá cao hơn gạo Việt Nam cũng là nhờ có thương hiệu. Hiện nay Việt Nam đã có nhiều loại gạo chất lượng không kém gạo các nước, như: Jasmine, ST1, ST5, gạo Nàng Thơm, Tám Xoan Hải Hậu, gạo thơm An Giang và Long An... Nhưng đáng tiếc là các loại gạo đó còn ít được thị trường thế giới biết đến vì chưa có tên tuổi. Nhiều doanh nghiệp đã phải "mượn danh" thương hiệu của nước ngoài để đưa gạo Việt Nam đến với bạn hàng quốc tế. Việc làm đó không chỉ làm giảm giá trị kim ngạch, mà còn dẫn đến nguy cơ bị mất mặt hàng truyền thống này. Từ thực tế đó, vấn đề xây dựng thương hiệu cho hạt gạo Việt Nam trở thành vấn đề cấp bách hơn bao giờ hết.

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

- Nâng cao chất lượng gạo trên cơ sở phát triển công nghệ hạt giống và công nghệ sau thu hoạch, chuyển nền nông nghiệp số lượng sang chất lượng bằng

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

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

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

khẩu, nhằm tạo sản phẩm gạo có chất lượng tốt, đảm bảo tiêu chuẩn quốc tế, nhờ đó mà tăng nhanh sản lượng và kim ngạch xuất khẩu.

Nguyên liệu lúa gạo cho xuất khẩu hiện đang được cung cấp bởi vùng châu thổ sông Hồng và đồng bằng sông Cửu Long, trong đó tập trung chủ yếu tại 7 tỉnh: Đồng Tháp, An Giang, Tiền Giang, Long An, Sóc Trăng, Kiên Giang và Thành phố Cần Thơ. Muốn tạo được nguyên liệu tốt cho chế biến xuất khẩu gạo, các tỉnh này cần phối hợp với Viện Nghiên cứu lúa đồng bằng sông Cửu Long cùng Tổng công ty Lương thực miền Nam để lựa chọn, xác định bộ giống chất lượng cao, tạo mô hình nông nghiệp gắn kết với công nghiệp chế biến, gắn sản xuất với thu mua, bảo quản, chế biến và xuất khẩu. Đó cũng là cách để thực hiện mục tiêu xây dựng vùng sản xuất lúa xuất khẩu 1 triệu ha ở đồng bằng sông Cửu Long mà “Phương hướng chủ yếu phát triển kinh tế xã hội vùng kinh tế trọng điểm phía nam đến năm 2010 và tầm nhìn đến năm 2020” đã đưa ra.

Tài liệu tham khảo

1. Bộ NN và PTNT; *Tình hình hội nhập trong lĩnh vực thương mại hàng nông sản*, Hà Nội, 2002.
2. PGS.TS Nguyễn Sinh Cúc; *Nâng cao sức cạnh tranh của nông sản xuất khẩu Việt Nam trong thời kỳ hội nhập kinh tế thế giới*, trong **Kỷ yếu hội thảo khoa học**, Khoa Kinh tế, Đại học Quốc gia, Hà Nội, tháng 11/2004.
3. Vũ Hùng Phương; *Xuất khẩu gạo của Việt Nam: thực trạng và giải pháp*, **Tạp chí Kinh tế và Dự báo**, số 1/2004 (372).
- 4.- <http://www.cpv.org.vn>
- 5.- <http://www.vneconomy.com.vn>
- 6.- <http://www.agroviat.gov.vn>
- 7.- <http://www.24H.com.vn>