

Trong sự nghiệp đổi mới và phát triển kinh tế của đất nước, VN đã đạt được nhiều thành tựu rất khả quan mà nổi bật nhất là những thành tựu ở lĩnh vực sản xuất lúa gạo. Thật vậy, từ một nước nông nghiệp ở trong tình trạng thiếu lương thực kéo dài, VN đã vươn lên trở thành nước xuất khẩu gạo đứng vị trí thứ hai trên thế giới.

Thành tựu

Hoạt động kinh doanh xuất khẩu gạo trong những năm qua đã đem lại nhiều tác động tích cực đến nền kinh tế - xã hội. Nó đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế VN, đó là:

- Xuất khẩu gạo góp phần đem nguồn thu ngoại tệ về cho đất nước. VN là một trong nhóm năm nước xuất khẩu gạo hàng đầu thế giới. Và gạo xuất khẩu nằm trong nhóm mười ngành hàng xuất khẩu chủ lực của VN với kim ngạch xuất khẩu hàng năm khoảng từ 600 đến 900 triệu USD.

Kim ngạch xuất khẩu gạo 2000-2004

Năm Kim ngạch	2001	2002	2003	2004
Kim ngạch xuất khẩu (Triệu USD)	15.027	16.706	20.176	26.503
Kim ngạch xuất khẩu gạo (Triệu USD)	625	726	720	941
Tỷ trọng kim ngạch gạo / Tổng kim ngạch xuất khẩu (%)	4,1	4,3	3,6	3,5

Nguồn: Trung tâm thông tin thương mại-Bộ thương mại

- Xuất khẩu gạo góp phần ổn định công ăn việc làm, tăng tích lũy và cải thiện đời sống cho người lao động trong khu vực sản xuất nông nghiệp. Qua việc phát triển thị trường xuất khẩu gạo đã kích thích và thúc đẩy năng lực sản xuất nông nghiệp, góp phần khai thông nhanh đầu ra cho sản phẩm lúa của nông dân, thu hút nhiều lao động nông thôn vào các khâu xay xát, chế biến, kho tàng, vận chuyển.

- Bảo đảm an ninh lương thực, cung cấp nguồn lương thực 80 triệu dân. VN là quốc gia đông dân, gạo là nguồn lương thực chính cho hơn 90% dân số, thời gian qua tình hình phát triển sản xuất và sản lượng tăng nhanh chóng đã đảm bảo an ninh lương thực của VN. Lượng xuất khẩu gạo VN chiếm tỷ trọng 13% đến 15% tổng lượng xuất khẩu thế giới đã góp phần vào bảo đảm an ninh lương thực thế giới.

**Lượng gạo xuất khẩu VN và thế giới
từ năm 2000 đến năm 2004**

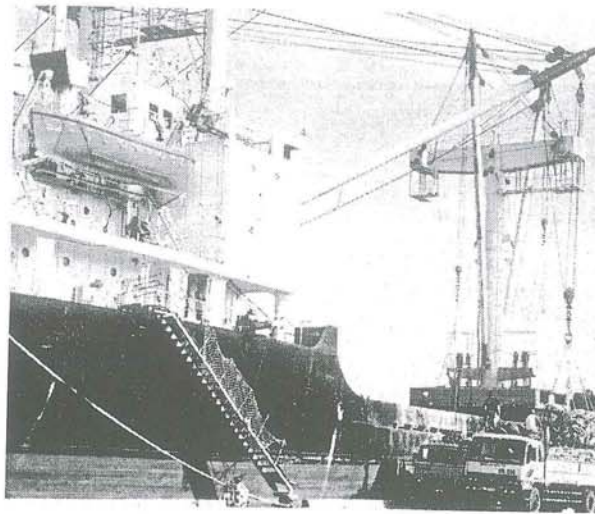
	2001	2002	2003	2004
Lượng gạo xuất khẩu của VN (triệu tấn)	3,351	3,194	3,630	3,920
Tổng lượng gạo xuất khẩu trên thế giới (triệu tấn)	24,442	27,888	27,550	25,487
Tỷ trọng (%)	14	11	13	15

Nguồn: USDA - Hiệp hội lương thực VN

- Cung cấp nguồn nguyên liệu cho ngành chế biến thức ăn gia súc, các ngành công nghiệp thực phẩm khác. Với lượng sản xuất thực tế hàng năm trên 32 triệu tấn lúa, ngành sản xuất lương thực là nền tảng cung cấp nguyên liệu dồi dào

Thị trường xuất khẩu gạo VN và giải pháp phát triển

TS. HỒ TIẾN DŨNG



cho các ngành công nghiệp thực phẩm, các ngành chế biến thức ăn gia súc.

Thuận lợi và khó khăn

Trong lĩnh vực xuất khẩu gạo, VN có một số thuận lợi như: được Nhà nước quan tâm và hỗ trợ phát triển toàn diện từ khâu sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm, chất lượng gạo VN từng bước được khẳng định, các hoạt động phục vụ cho xuất khẩu gạo phát triển nhanh, có chiến lược đầu tư và áp dụng kịp thời những tiến bộ kỹ thuật trong sản xuất, chế biến cũng như bảo quản hàng hóa, xuất hiện nhiều thị trường mới cùng với lộ trình gia nhập WTO của VN.

Sản phẩm gạo VN chủ yếu là loại gạo hạt dài được đánh bóng kỹ. Nhờ vào những đầu tư trong khâu giống, áp dụng những giống lúa mới, cải tiến áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật vào các giai đoạn gia công sau vụ mùa thu hoạch, chế biến, tích trữ và vận chuyển cho nên chất lượng của gạo xuất khẩu VN đã được nâng lên một cách đều đặn trong suốt thời gian qua và đã thỏa mãn thị hiếu của người tiêu dùng, xâm nhập được một số thị trường chất lượng cao. Gạo VN hiện nay đã xây dựng được vị thế của mình và đã được chấp nhận ở nhiều khu vực thị trường. Nếu trước đây, VN xuất khẩu chủ yếu là gạo trắng với tỷ lệ gạo tẩm vào khoảng 15% và 25%, độ xay xát bình thường, thì những năm gần đây, VN đã xuất khẩu được các loại gạo 2% tẩm, 5% tẩm hạt dài, độ bóng tốt. Đặc biệt, VN đã xuất được các loại gạo cao cấp cho các thị trường như Iran, Nhật và Hàn Quốc. Chất lượng gạo xuất khẩu VN trong những năm qua thể hiện qua bảng sau:

Tỷ trọng chất lượng loại gạo xuất khẩu

	5%-15% gạo tằm	25%-35% và gạo tằm
1989 - 1995	55,3%	44,7%
2000	68,3%	36,1%
2002	71,8%	28,2%
2004	71,9%	28,1%

Nguồn: Hiệp hội lương thực VN

Bảng trên nói lên rằng việc xuất khẩu gạo có chất lượng cao và trung bình của VN đã gia tăng; ngược lại, xuất khẩu gạo chất lượng thấp thì giảm dần dần. Thực tế này cho thấy rằng gạo VN đã được cải tiến dần về chất lượng để thoả mãn xu hướng tiêu thụ trên thị trường thế giới. Bên cạnh mặt hàng gạo trắng, VN đang từng bước xâm nhập vào thị trường gạo thơm thế giới. Năm 2004, VN đã xuất khẩu gạo thơm hơn 100 ngàn tấn.

Bên cạnh những thuận lợi, hoạt động xuất khẩu gạo VN còn gặp phải một số khó khăn sau chủ yếu sau:

- Một là, mặt dù chất lượng gạo xuất khẩu VN có cải tiến nhưng so với mặt bằng thế giới thì còn thấp. Nguyên nhân là do trong khâu sản xuất chỉ chạy theo số lượng mà chưa chú trọng đến nâng cao chất lượng lúa gạo. Tính ổn định về chất lượng và tính đồng nhất của sản phẩm không cao. Chưa xây dựng được những vùng nguyên liệu chất lượng cao phục vụ cho xuất khẩu.

- Hai là, công nghệ sản xuất chế biến gạo chưa mang tính đồng bộ, hiện đại và liên hoàn. Chưa áp dụng một cách rộng rãi cơ giới hoá, tự động hoá trong sản xuất và chế biến gạo.

- Ba là sản phẩm gạo xuất khẩu của VN chưa đa dạng về quy cách, chủng loại, không có loại gạo nào nổi bật về phẩm chất để tạo nét độc đáo riêng cho sản phẩm gạo VN trên thị trường thế giới.

- Bốn là, chưa giữ được thế chủ động trên thị trường tiêu thụ, chưa đầu tư thích đáng để tạo lập kênh phân phối, chưa có thương hiệu riêng của mình.

Giải pháp

Để phát triển thị trường xuất khẩu gạo VN trong thời gian sắp đến, cần có hệ thống các giải pháp đồng bộ từ khâu cung ứng nguyên vật liệu đến khâu sản xuất và tiêu thụ sản phẩm như sau:

1. Giải pháp hoàn thiện hoạt động cung ứng nguyên liệu.

Giống: Cần nghiên cứu và đưa vào sử dụng các giống lúa đảm bảo các tiêu chí như: Có hàm lượng dinh dưỡng cao, chất lượng hạt gạo tốt, đó là hạt gạo có hình dáng dài, ít bạc bụng có độ dẻo, có thời gian sinh trưởng ngắn.

Phân bón: Hiện nay, phần lớn phân bón phục vụ cho sản xuất nông nghiệp ở VN là do nhập khẩu; đặc biệt là phân urea và DAP, NPK. Để đảm bảo nguồn phân bón phục vụ sản xuất, Nhà nước nên xây dựng các nhà máy phân urea trong nước để tận dụng lợi thế về nguồn khí thiên nhiên. Bên cạnh đó, thị hiếu người tiêu dùng trên thế giới đang từng bước chuyển sang các loại gạo sạch, ít sử dụng phân bón hoá học vô cơ. Vì vậy, Nhà nước nên có chính sách khuyến khích

người dân sử dụng các loại phân bón hữu cơ, phân vi sinh, áp dụng các biện pháp canh tác mới nhằm giảm lượng phân bón vô cơ.

Bảo vệ thực vật: Cần áp dụng các phương pháp bảo vệ thực vật ít sử dụng các loại thuốc trừ sâu hóa học nhằm giảm sự ô nhiễm môi trường nhưng lại tăng giá trị hạt gạo do xu hướng dùng gạo sạch tăng lên.

Gặt hái, thu hoạch và bảo quản sau thu hoạch: Áp dụng các phương tiện thu hoạch hiện đại sẽ tăng tỷ lệ thu hồi lúa, giảm tỷ lệ hạt gãy vỡ. Nên tổ chức xây dựng các khu vực sản phơi, lò sấy, kho chứa cho từng cụm khu vực dưới hình thức dịch vụ công, Nhà nước chỉ thu phí dịch vụ để duy tu bảo dưỡng. Đặc biệt là ứng dụng các công nghệ sấy hiện đại phục vụ cho việc sấy lúa vào mùa mưa để lúa vừa mau khô vừa không gãy vỡ.

Xây dựng vùng nguyên liệu: Nhà nước cần triển khai nhanh kế hoạch quy hoạch 1 triệu ha gieo trồng lúa chất lượng cao phục vụ xuất khẩu. Ở vùng nguyên liệu này, tùy theo điều kiện thổ nhưỡng, khí hậu, tập quán mà xác định từng loại giống lúa cho từng khu vực.

2. Giải pháp hoàn thiện hoạt động sản xuất chế biến.

(1) Công nghệ bảo quản: Nhà nước cần xây dựng hệ thống dự trữ quốc gia gồm hệ thống các kho có sức chứa lớn trung bình từ 50.000 tấn trở lên hoặc hệ thống silo chứa lúa tại các khu vực trọng điểm lúa gạo với công nghệ bảo quản hiện đại.

(2) Công nghệ xay xát và đánh bóng gạo: Hiện nay, công nghệ chế biến khá tiến bộ, đáp ứng được khả năng sản xuất chế biến các loại gạo cao cấp (như độ bóng của hạt gạo, độ tằm,...). Tuy nhiên, vấn đề phân loại hạt chưa được chú ý cho nên cần tập trung nghiên cứu lắp đặt hệ thống tách hạt nhằm phục vụ cho thị trường xuất khẩu gạo thơm và gạo trắng cao cấp.

(3) Năng lực dự trữ, sức chứa kho tàng: Các doanh nghiệp nên từng bước nghiên cứu cách bảo quản, dự trữ gạo trong hệ thống silo có hệ thống không khí lạnh nhằm bảo quản gạo trong thời gian lâu nhưng chất lượng không bị thay đổi.

(4) Xuất nhập hàng hóa, bao bì đóng gói: Cần ứng dụng các công nghệ nhập xuất tự động, hệ thống cân tịnh và đóng bao tự động nhằm vừa nâng công suất, vừa giảm chi phí công nhân, đồng thời giải phóng bớt công nhân trong lao động phổ thông.

(5) Lao động: Để giải pháp này đem lại kết quả tốt cần có bước chuẩn bị nhân lực, nguồn lao động thông qua việc tuyển dụng từ các trường dạy nghề kỹ thuật nông nghiệp, các đại học nông nghiệp. Nhà nước cần phải có chương trình giảng dạy gắn liền với yêu cầu thực tế đồng thời tiếp cận được những kiến thức, công nghệ mới.

3. Giải pháp hoàn thiện hoạt động marketing.

Để thực hiện giải pháp này, cần tập trung vào các hoạt động sau:

(1) Xác định thị trường mục tiêu: Đây là một công việc quan trọng trong hoạt động xuất nhập khẩu. Hiện nay, trong hoạt động xuất khẩu gạo có các nhóm thị trường mục tiêu cần chú trọng là:

- Nhóm thị trường tập trung: Là các thị trường thông

qua các đàm phán chính phủ như hợp đồng cung cấp gạo cho Cuba, các đấu thầu chính phủ như hợp đồng cung ứng gạo cho Iran, Phillipines, Indonesia, Angeria. Các thị trường này có các đặc điểm là những thị trường lớn của VN với lượng nhập khẩu hàng năm chiếm từ 20% đến 30% tổng sản lượng xuất khẩu của VN; giá mua của các thị trường này thường cao, có tác dụng điều tiết giá cả xuất khẩu, tác động nâng giá xuất khẩu gạo VN.

• Nhóm thị trường thương mại lớn: là các thị trường tiêu thụ một lượng lớn gạo VN như Malaysia, Singapore, các nước Trung Đông và Châu Phi.

• Nhóm các thị trường tiềm năng: Là các thị trường nhu cầu nhập khẩu gạo lớn mà VN có lợi thế và có thể xâm nhập như thị trường Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản.

(2) Sản phẩm xuất khẩu: Căn cứ vào thị hiếu của người tiêu dùng ta xác định được các loại sản phẩm cho từng thị trường như sau:

- Gạo 25% tấm - Thị trường Phillipines
- Gạo 25% tấm, gạo cấp thấp - Thị trường Indonesia, Đông Phi và Cu Ba.
- Gạo thơm, gạo lức - Thị trường Tây Âu, Hồng Kông, Nam Phi
- Gạo cao cấp 2% tấm và 5% tấm - Thị trường Trung Đông và Tây Phi
- Gạo tấm - Thị trường Đông Phi (Senegal).
- Nếp - Thị trường các nước châu Á có nhiều dân theo đạo Hồi.

Xây dựng sản phẩm gạo thơm đặc trưng của VN cũng là giải pháp hữu hiệu trong cạnh tranh xuất khẩu. Mặt hàng mới thường có giá trị cạnh tranh cao vì chưa hình thành giá trên thị trường. Chẳng hạn như sản phẩm gạo chất lượng cao ST1, ST3 hay là sản phẩm gạo thơm "nàng thơm chợ đào", đặc biệt là loại gạo thơm nổi tiếng là gạo thơm "tám xoan"

Xây dựng thương hiệu cho sản phẩm gạo VN cũng là vấn đề cần được quan tâm vì phần lớn gạo VN đều mang nhãn hiệu của nhà nhập khẩu hoặc là nhà phân phối. Do đó, các doanh nghiệp xuất khẩu gạo phải từng bước tạo ra thương hiệu riêng của mình và tạo ra thương hiệu chung cho gạo VN nhằm khẳng định giá trị hạt gạo VN trên thị trường quốc tế.

(3) Giá trong kinh doanh xuất khẩu gạo: Để xây dựng chiến lược giá phù hợp cho sản phẩm gạo VN vừa đảm bảo nâng cao lợi nhuận vừa đảm bảo tính cạnh tranh cần thực hiện các biện pháp sau:

- Thực hiện định giá theo phân khúc thị trường.
 - Đối với một số thị trường mà gạo VN có ưu thế về sản lượng, chủng loại, vị trí địa lý, quan hệ cấp nhà nước cần định giá tương đương với giá đối thủ cạnh tranh chính là Thái Lan như gạo xuất khẩu cho Cuba, gạo vào thị trường Phillipines, Indonesia.
 - Đối với các sản phẩm gạo thơm, đặc sản riêng biệt của VN thì định giá theo hướng tối đa hóa lợi nhuận.
 - Đối với các thị trường thông thường, thì dựa vào quan hệ cung cầu và thông tin về hoạt động xuất khẩu gạo của các đối thủ cạnh tranh là chủ yếu.
 - Thực hiện chính sách nâng cao giá xuất khẩu gạo.
- Để có thể nâng cao giá bán gạo, cần thực hiện tốt các điểm sau:

- Phải tăng cường hình thức bán CIF hoặc CFR. Các doanh nghiệp nên tham gia đấu thầu quốc tế ở các nước nhập khẩu để giành hợp đồng cung cấp ổn định lâu dài,

- Đa dạng hình thức thanh toán như L/C, TTR, DP

- Đảm bảo độ tin cậy trong việc thực hiện hợp đồng về thời gian giao hàng cũng như chất lượng hàng hóa. Đặc biệt Nhà nước nên hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc thành lập kho ngoại quan tại các nước nhập khẩu lớn.

(4) Kênh phân phối: Có hai loại kênh phân phối chủ yếu trong kinh doanh xuất khẩu là kênh phân phối trực tiếp và kênh phân phối gián tiếp.

Doanh nghiệp có thể bán hàng trực tiếp cho người tiêu dùng cuối cùng, nhưng loại kênh này thường ít được áp dụng và không phù hợp với loại hình kinh doanh gạo xuất khẩu. Cách làm này mang lại hiệu quả không cao đối với những doanh nghiệp xuất khẩu chưa đủ mạnh về năng lực cạnh tranh và tiềm lực tài chính.

Việc lập kênh phân phối có thể chia làm hai giai đoạn:

- Giai đoạn 1: Các nhà xuất khẩu gạo VN sử dụng kênh phân phối thông qua mạng lưới trung gian của các nhà buôn quốc tế, các tập đoàn đa quốc gia và các thương nhân ở các nước có nhu cầu nhập khẩu gạo. Kênh này có ưu điểm là tận dụng được hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật, nhân lực, kỹ năng kinh doanh quốc tế sẵn có; gạo xuất khẩu của doanh nghiệp sẽ dễ dàng thâm nhập vào thị trường của nước nhập khẩu.

- Giai đoạn 2: Các doanh nghiệp xuất khẩu gạo VN, một mặt tạo lập và áp dụng các kênh phân phối gián tiếp, mặt khác chủ động từng bước lập các cơ sở như văn phòng đại diện, chi nhánh, công ty con, đại lý, kho ngoại quan,... của mình ở nước ngoài để sử dụng kênh phân phối trực tiếp của chính mình ở nước ngoài. Có như vậy, doanh nghiệp mới thực sự đứng vững trên thị trường, phát huy tối đa năng lực cạnh tranh trong xuất khẩu.

(5) Xúc tiến xuất khẩu: Doanh nghiệp cần xây dựng và áp dụng những phương tiện như:

- Tham gia hội chợ triển lãm - hội nghị, hội thảo. Hàng năm, trên thế giới đều có tổ chức hội nghị gạo quốc tế và nhiều cuộc hội chợ nông sản ở nhiều nơi trên thế giới. Đây là cơ hội cho các nhà xuất khẩu gạo tiếp cận khách hàng, xác định nhu cầu, thị hiếu của khách hàng và giới thiệu sản phẩm gạo VN.

- Điều tra khảo sát thị trường: Doanh nghiệp cần có cán bộ có trình độ và kinh nghiệm về nghiên cứu thị trường, về marketing xuất khẩu để trực tiếp và thường xuyên đến những thị trường mục tiêu nhằm nghiên cứu, nắm bắt nhu cầu thị hiếu, ý muốn, xu hướng của khách hàng.

- Khai thác tối đa sự trợ giúp của các cơ quan thương vụ VN ở các nước và cơ quan của họ tại VN.

Tóm lại, hoạt động xuất khẩu gạo VN trong thời gian qua có nhiều bước chuyển biến tốt, thị phần xuất khẩu gạo VN ngày càng tăng. Mặc dù vậy, hoạt động xuất khẩu gạo VN cũng còn bị hạn chế trong nhiều mặt từ năng lực sản xuất, chế biến đến thị trường tiêu thụ. Do vậy, việc phân tích những thuận lợi và khó khăn trong hoạt động xuất khẩu gạo nhằm đề ra các giải pháp cho việc phát triển thị trường xuất khẩu gạo VN là vấn đề thời sự hiện nay và là nhu cầu cho tương lai ■