

Tăng trưởng xanh trong ngành cao su Việt Nam

Đoàn Thị Hồng Vân

Trường Đại học Kinh tế TP.HCM

hvan.doan@gmail.com

Bùi Thị Khánh Vân

Trường Cán bộ Quản lý nông nghiệp và Phát triển nông thôn 2

khanhvan762002@yahoo.com

Ngày nhận: 13/09/2013
Ngày nhận lại: 02/10/2013
Ngày duyệt đăng: 10/10/2013
Mã số: 09-13-DE-01

Tóm tắt

Quá trình phát triển của ngành cao su VN ngày càng bộc lộ nhiều bất cập: Đầu ra bị lệ thuộc quá nhiều vào thị trường Trung Quốc - nơi nhập hơn một nửa lượng cao su xuất khẩu của VN; đầu vào có hiện tượng phá rừng trồng cao su tràn lan, kém hiệu quả; lợi nhuận trong chuỗi giá trị cao su phân bổ bất hợp lý, làm mất đi động lực của người trồng cao su... Mô hình tăng trưởng cũ trong ngành cao su không còn phù hợp, đã đến lúc cần chuyển sang mô hình tăng trưởng mới - tăng trưởng xanh. Bài viết tập trung làm rõ khái niệm tăng trưởng xanh, đánh giá thực trạng sản xuất, xuất khẩu cao su của VN trong thời gian qua, đi sâu nghiên cứu những bất cập trong ngành, trên cơ sở đó đề xuất hệ thống giải pháp tăng trưởng xanh, tạo tiền đề cho ngành cao su VN phát triển bền vững.

Từ khóa: Cao su, tăng trưởng xanh, phát triển bền vững.

Abstract

Development of rubber business reveals various disadvantages, such as heavy dependence on Chinese market that buys more than 50% of rubber output from Vietnam, unruly deforestation for rubber production, and uneven distribution of profit among participants in rubber value chain. It is about time the rubber industry adopted a new growth model – the green growth one. This paper aims at clarifying the concept of green growth, estimating production and export of rubber in Vietnam, and analyzing inadequacies of rubber industry thereby suggesting measures to improve the situation according to the green growth approach in order to create preconditions for a sustainable development of the rubber industry.

Keywords: Rubber, green growth, sustainable development.

1. Tăng trưởng xanh

Cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu đã làm lộ rõ những nhược điểm của mô hình tăng trưởng theo chiều rộng, không chỉ riêng với ngành cao su, mà với toàn nền kinh tế quốc dân nói chung. Do vậy, cần lựa chọn mô hình tăng trưởng mới để thay thế cho mô hình cũ, trong đó tăng trưởng xanh là mô hình được ưu tiên lựa chọn ở nhiều quốc gia, trong nhiều ngành. Vậy tăng trưởng xanh là gì?

Trải qua hơn một phần tư thế kỷ, khái niệm tăng trưởng xanh không ngừng được bổ sung, hoàn thiện và phát triển bởi các tổ chức quốc tế, quốc gia và các học giả.

Theo UNEP (*United Nations Environment Programme-Chương trình môi trường của Liên Hiệp Quốc*): “Tăng trưởng xanh là định hướng mới thúc đẩy kinh tế phát triển theo những mô hình tiêu thụ và sản xuất bền vững, nhằm đảm bảo nguồn vốn tự nhiên, tiếp tục cung cấp những nguồn lực và dịch vụ sinh thái mà đời sống của con người phụ thuộc vào, cho thế hệ này cũng như cho những thế hệ mai sau. Những chính sách tăng trưởng xanh là một phần của những cải cách chính sách cần thiết để thúc đẩy sự tăng trưởng mạnh mẽ, bền vững và đùm bọc hơn. Nói cách khác, tăng trưởng xanh là hướng tiếp cận mới trong tăng trưởng kinh tế, với cách tiếp cận này không chỉ mang lại lợi ích kinh tế, mà còn hướng tới phục hồi và bảo tồn hệ sinh thái tự nhiên nuôi dưỡng cuộc sống con người, giảm thiểu tác động của biến đổi khí hậu.”

Còn theo Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD): “Tăng trưởng xanh là thúc đẩy tăng trưởng và phát triển kinh tế, đồng thời đảm bảo các nguồn tài sản tự nhiên, tiếp tục cung cấp các tài nguyên và dịch vụ môi trường thiết yếu cho cuộc sống của con người. Để thực hiện điều này, tăng trưởng xanh phải là nhân tố xúc tác trong việc đầu tư và đổi mới, là cơ sở cho sự tăng trưởng bền vững và tăng cường tạo ra các cơ hội kinh tế mới”.

Mỗi quốc gia tùy theo đặc điểm và điều kiện phát triển kinh tế của mình cũng đưa ra những định nghĩa khác nhau về tăng trưởng xanh. Hàn Quốc, một trong những quốc gia đi tiên phong trong lĩnh vực tăng trưởng xanh, đã đưa ra định nghĩa: “Tăng trưởng xanh là sự tăng trưởng đạt được bằng cách tiết kiệm và sử dụng các nguồn tài nguyên và năng lượng hiệu quả để giảm thiểu biến đổi khí hậu và thiệt hại tới môi trường, tạo ra các động lực tăng trưởng mới thông qua nghiên cứu và phát triển công nghệ xanh, tạo các cơ hội việc làm mới và đạt được sự hài hòa giữa phát triển kinh tế và bảo vệ môi trường.”

Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh thời kỳ 2011-2020 và tầm nhìn đến năm 2050 được Thủ tướng chính phủ phê duyệt ngày 25/9/2012 tuy không đưa ra khái niệm “tăng trưởng xanh”, nhưng đã khẳng định: “Chiến lược tăng trưởng xanh ở VN là chiến lược thúc đẩy quá trình tái cấu trúc và hoàn thiện thể chế kinh tế sử dụng hiệu quả hơn tài nguyên thiên nhiên, nâng cao sức cạnh tranh của nền kinh tế, thông qua tăng cường đầu tư vào đổi mới công nghệ, vốn tự nhiên, công cụ kinh tế. Từ đó góp phần ứng phó với biến đổi khí hậu, giảm nghèo và phát triển kinh tế bền vững”.

Những định nghĩa trên dù khác nhau về cách trình bày nhưng về bản chất đều có chung nội dung cốt lõi, trong đó, khái niệm của Hàn Quốc có phần dễ hiểu, gần gũi với cuộc sống hơn. Vì vậy, bài viết sẽ dựa vào đó để đánh giá mức độ tăng trưởng xanh của ngành cao su VN và đề xuất các giải pháp giúp ngành phát triển bền vững và hiệu quả hơn.

2. Thực trạng ngành cao su VN

2.1. Đôi nét về thị trường cao su thế giới

Cao su là loại cây công nghiệp có giá trị kinh tế cao, cho đến nay vẫn giữ vị trí quan trọng, không thể thiếu trong đời sống con người, bởi mủ cao su (cao su thiên nhiên) là một trong những nguyên liệu thiết yếu của nhiều ngành công nghiệp hiện đại trên thế giới, trong đó khoảng 70% cao su thiên nhiên dùng để cung cấp cho ngành sản xuất lốp xe.

Theo Tổ chức nghiên cứu cao su thế giới (International Rubber Study Group-IRSG), vào năm 2013, tổng nhu cầu cao su thiên nhiên trên thế giới sẽ tăng khoảng 3-4%, sản lượng cao su thiên nhiên toàn cầu sẽ đạt khoảng 12 triệu tấn, cung-cầu sẽ xấp xỉ bằng nhau. Tuy nhiên, do kinh tế suy thoái, ngành công nghiệp sản xuất xe hơi phải đối mặt với nhiều khó khăn, kéo theo đó nhu cầu cao su giảm, thị trường cao su thế giới đang và sẽ tiếp tục ảm đạm hơn bởi thông tin lượng cao su tồn kho toàn cầu sẽ lên đến 2,17 triệu tấn năm 2014 và trong những năm tới cung sẽ vượt cầu.

Theo thống kê của IRSG năm 2012, cho đến nay năm nước sản xuất cao su thiên nhiên lớn nhất thế giới là Thái Lan, Indonesia, Malaysia, Ấn Độ và VN (chiếm 82,39% trong tổng sản lượng sản xuất của thế giới). Bốn quốc gia xuất khẩu cao su thiên nhiên lớn nhất thế giới hiện nay là: Thái Lan (hơn 3 triệu tấn), Indonesia (hơn 2,2 triệu tấn), Malaysia (hơn 1,2 triệu tấn) và VN (hơn 1 triệu tấn), chiếm 87,35% tổng sản lượng xuất khẩu cao su thiên nhiên toàn cầu. Về thị trường tiêu thụ, cũng theo IRSG, châu Á là khu vực tiêu thụ cao su thiên nhiên lớn nhất thế giới, chiếm 69,7% tổng nhu cầu trên thế giới, kế đến là châu Âu (13,5%), Bắc Mỹ (10,7%). Năm quốc gia tiêu thụ cao su thiên nhiên lớn nhất thế giới là: Trung Quốc (33,5%), Mỹ (9,5%), Ấn Độ (8,7%), Nhật (6,6%) và Malaysia (4,6%). Riêng Trung Quốc bình quân 5 năm qua chiếm 32% tổng sản lượng tiêu thụ cao su thiên nhiên và chiếm đến 24% tổng kim ngạch nhập khẩu cao su thiên nhiên toàn cầu. Trung Quốc là nước sản xuất lốp xe lớn nhất thế giới, do đó những biến động về nhu cầu cao su thiên nhiên của nước này sẽ tác động mạnh đến giá cả cao su trên toàn cầu, trong đó có VN.

2.2. Đặc điểm ngành cao su VN

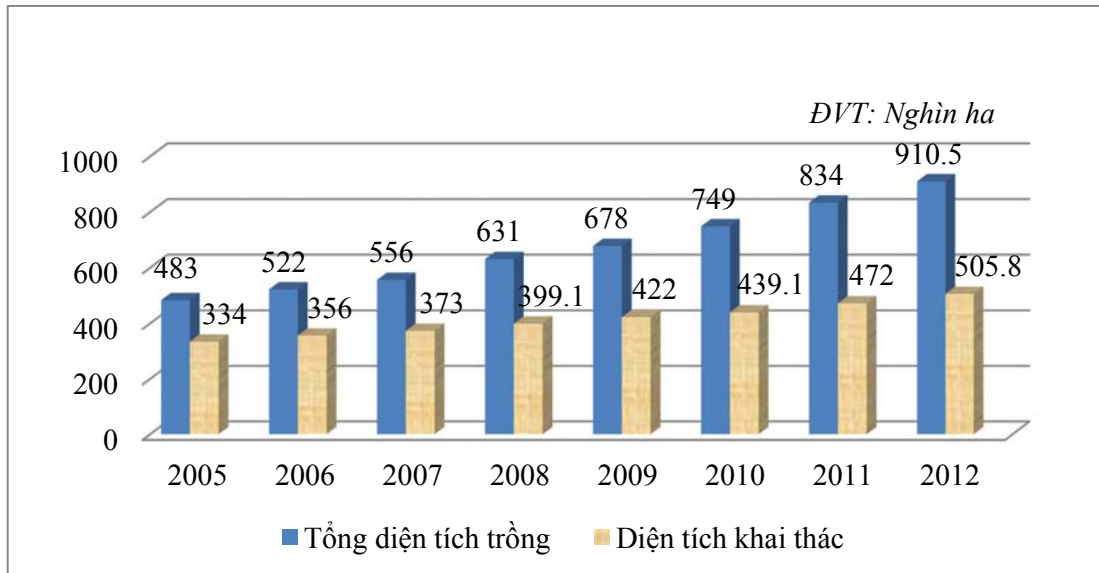
Cây cao su được người Pháp du nhập vào VN từ năm 1897, trồng thử nghiệm tại Thủ Dầu Một và Nha Trang, đến năm 1906 thì bắt đầu trồng đại trà tại Đồng Nai. Với lợi thế về khí hậu, diện tích đất lớn và màu mỡ phù hợp để trồng cao su, từ năm 1907 hàng loạt đồn điền cao su lớn của người Pháp được thành lập, đến 1913 tại vùng Đông Nam Bộ đã có gần 10 nghìn ha cao su. Được xây dựng trên cơ sở những đồn điền cao su lớn và trải qua thời kỳ xây dựng chủ nghĩa xã hội, khác với Indonesia, Thái Lan và Malaysia, nơi mà phần lớn diện tích rừng cao su tập trung vào khu vực tiểu điền, cụ thể 85% diện tích trồng cao su tại Indonesia thuộc khu vực tiểu điền; tại Malaysia tỉ lệ này là 93%, còn ở VN cao su đại điền chiếm ưu thế. Khu vực cao su đại điền của VN cũng được tổ chức khá phức tạp, với nòng cốt là Tập đoàn công nghiệp cao su VN (VRG). VRG có 134 đơn vị thành viên, gồm: 22 công ty trồng, chăm sóc và khai thác cao su; một công ty dịch vụ hoạt động trong lĩnh vực tài chính; 4 đơn vị sự nghiệp có thu, thuộc các lĩnh vực: báo chí, y tế, đào tạo, nghiên cứu; 24 công ty cổ phần do công ty mẹ nắm giữ trên 50% vốn điều lệ; 27 đơn vị do công ty mẹ nắm giữ 100% vốn điều lệ; 39 công ty liên kết (công ty mẹ góp dưới 50% vốn điều lệ); 44 đơn vị do các công ty con và cháu góp vốn thành lập. Trong tổng số các đơn vị trực thuộc kể trên, có 111 đơn vị hoạt động trong nước, gồm: 12 đơn vị ở các tỉnh

phía Bắc, 14 đơn vị ở các tỉnh miền Trung, 20 đơn vị ở Tây Nguyên, TP.HCM có 16 đơn vị và 51 đơn vị ở miền Đông - Tây Nam Bộ. Ở nước ngoài có 24 đơn vị, gồm: 8 ở Lào và 16 ở Campuchia. Tính tới thời điểm ngày 1/1/2012, tổng giá trị tài sản của VRG là 57.500 tỉ đồng, trong đó vốn chủ sở hữu là 31.300 tỉ đồng. VRG hiện đang quản lý 333.235,9 ha (hơn 40% diện tích cao su của cả nước), trong đó: 165.309 ha cao su đang khai thác; diện tích cao su kiến thiết cơ bản có 125.512,5 ha; diện tích cao su tái canh có 10.152,8 ha và diện tích trồng mới là 32.261,6 ha. Trong tổng diện tích kể trên, có 262.627,9 ha ở trong nước và 70.608 ha ở nước ngoài (gồm: 15 dự án ở Campuchia và 9 dự án ở Lào). Năm 2011, VRG đạt tổng lợi nhuận (trước thuế) là 11.692,53 tỉ đồng, nộp ngân sách 3.571,9 tỉ đồng. Hiện VRG có 123.473 lao động, trong đó có 24.324 lao động là người dân tộc thiểu số (chiếm 19,7%). Với kim ngạch xuất khẩu trong năm 2011 đạt hơn 3,2 tỉ USD và nộp ngân sách nhà nước 3.571,9 tỉ đồng, VRG đã vươn lên trở thành tập đoàn kinh tế mạnh nhất trong ngành nông nghiệp VN. Bên cạnh những thành tựu đạt được, VRG đang đương đầu với những thách thức về hoàn thiện bộ máy quản lý, hiệu quả chưa cao hơn các dự án đầu tư ngoài ngành cao su đại điền chiếm 53,9% tổng diện tích cao su VN, ngoài VRG tham gia vào khối này còn có một số công ty, tập đoàn khác, ví dụ các đơn vị làm kinh tế do quân đội quản lý hoặc tập đoàn Hoàng Anh Gia Lai.

Vào những năm đầu thế kỷ 21, nhu cầu cao su thiên nhiên trên thế giới tăng nhanh, đã đẩy giá mủ cao su lên cao, thậm chí rất cao. Trong khi các đơn vị cao su quốc doanh hầu như không còn đất để mở rộng diện tích trồng mới thì người dân ở nhiều địa phương trong nước đã đổ xô trồng cao su với mức tăng bình quân trên 3%/năm. Riêng tại khu vực Đông Nam Bộ bình quân mỗi năm diện tích cao su tiểu điền tăng từ 13.000 đến 20.000 ha. Theo Hiệp hội cao su VN (VRA), diện tích cao su tiểu điền chiếm khoảng 46,1% tổng diện tích, với trên 75.000 hộ trồng cao su ở 24 tỉnh thành. Tuy nhiên, cao su tiểu điền đều là mới trồng, hơn thế nữa phát triển quá nhanh, chưa ứng dụng công nghệ mới, nên năng suất thấp (1,4 tấn/ha), sản lượng chỉ chiếm khoảng gần 20% sản lượng cao su của cả nước.

2.3. Tình hình sản xuất - tiêu thụ cao su tại VN

Thời gian qua, diện tích trồng cao su của VN đã tăng nhanh chóng, nếu năm 2005 cả nước có khoảng 483 nghìn ha, thì đến năm 2009 tăng lên 678 nghìn ha (*Hình 1*), từ thời điểm này VN trở thành quốc gia đứng thứ 5 thế giới về diện tích trồng cao su, đồng thời là quốc gia có tốc độ tăng trưởng về diện tích và sản lượng đạt mức cao nhất thế giới. Tiếp tục đà tăng trưởng “ngoạn mục” ấy, năm 2012 diện tích cao su của VN đã lên đến 910,5 nghìn ha. Theo Quyết định số 750/QĐ-TTg và Quyết định số 124/QĐ-TTg của Thủ tướng chính phủ về Chiến lược phát triển ngành cao su đến năm 2015 và tầm nhìn năm 2020, diện tích trồng cao su của cả nước sẽ ổn định ở mức 800 nghìn ha. Sau đó, sẽ đánh giá kết quả và quỹ đất tại các vùng để điều chỉnh quy mô diện tích phù hợp và bền vững. Tuy nhiên tính đến năm 2011, tổng diện tích rừng cao su đã lên đến 834 nghìn ha, vượt mức kế hoạch đề ra cho năm 2015. Trong đó, diện tích cao su cho mủ chiếm khoảng 57% tương đương 472 nghìn ha. Vì vậy, có khả năng VN sẽ đạt mức 1 triệu ha giai đoạn 2015-2020. Trong đó, vùng Đông Nam Bộ sẽ đạt 390 nghìn ha, vùng Tây Nguyên - 280 nghìn ha, vùng duyên hải Nam Trung Bộ - 40 nghìn ha, vùng Bắc Trung Bộ - 80 nghìn ha, các tỉnh vùng Tây Bắc - 50 nghìn ha và 200 nghìn ha tại Lào và Campuchia.



Hình 1. Diện tích trồng và khai thác mủ cao su của VN giai đoạn 2005-2012

Nguồn: Tổng hợp từ Báo cáo kết quả thực hiện kế hoạch 12 tháng các năm 2008, 2009, 2010, 2011, 2012 ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn.

Nếu theo quan điểm tăng trưởng bề rộng thì diện tích cao su tăng nhanh vượt mức là kỳ tích, nhưng nếu theo quan điểm “tăng trưởng xanh” thì cần xem xét lại, bởi đất đai là tài nguyên khan hiếm, do vậy, nếu chỉ quan tâm tới mở rộng diện tích sẽ gây lãng phí nguồn lực quý giá này.

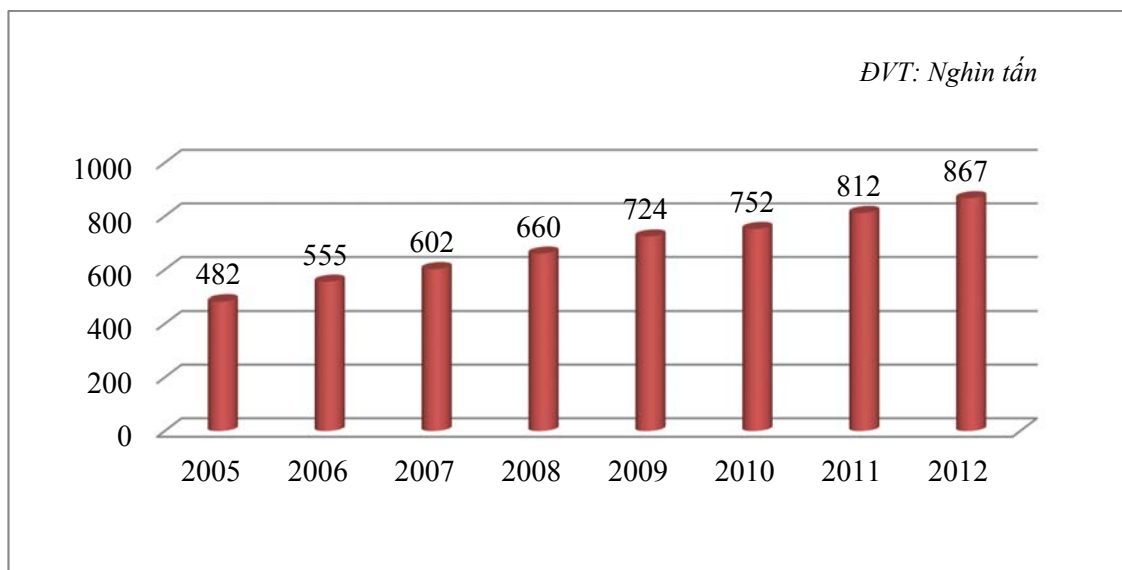
Nếu xét về năng suất khai thác, thì VN đang đứng thứ hai thế giới, chỉ sau Ấn Độ, năm 2011, năng suất khai thác bình quân của toàn thế giới là 1,14 tấn/ha, Ấn Độ 1,78 tấn/ha, VN đạt 1,72 tấn/ha (Bảng 1).

Bảng 1. Năng suất cao su thiên nhiên VN giai đoạn 2005-2012

ĐVT: Tấn/ha								
Năm	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Năng suất	1,44	1,56	1,61	1,65	1,72	1,71	1,72	1,71

Nguồn: Tổng hợp từ Báo cáo kết quả thực hiện kế hoạch 12 tháng các năm 2008, 2009, 2010, 2011, 2012 ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn.

Sản lượng cao su tự nhiên của VN cũng liên tục tăng từ 482 nghìn tấn năm 2005 lên 867 nghìn tấn năm 2012, bình quân tăng 11,4%/năm (Hình 2).



Hình 2. Sản lượng cao su thiên nhiên của VN giai đoạn 2005-2012

Nguồn: Tổng hợp từ Báo cáo kết quả thực hiện kế hoạch 12 tháng các năm 2008, 2009, 2010, 2011, 2012 ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn.

Cao su thiên nhiên của VN phần lớn dùng để xuất khẩu, chiếm trên 82%, chỉ khoảng 18% phục vụ cho nhu cầu nội địa, chủ yếu dùng cho sản xuất xăm lốp, ngoài ra còn dùng để sản xuất găng tay y tế, nệm mút. Những năm gần đây các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài và doanh nghiệp xăm lốp trong nước tăng cường đầu tư và mở rộng sản xuất như Cao su Đà Nẵng-DRC và Cao su miền Nam-CSM xây dựng nhà máy lốp Radial (lốp toàn thép dùng cho xe tải nặng) công suất tương ứng là 600.000 lốp/năm và 1 triệu lốp/năm; Bridgestone (Nhật) cũng xây dựng một nhà máy lốp Radial cho xe chở khách tại VN với công suất hơn 8,6 triệu lốp/năm, nhắm đến thị trường mục tiêu là châu Âu, Bắc Mỹ và Nhật. Đây là cơ hội tốt giúp ngành cao su VN xây dựng chuỗi cung ứng nội địa và gia nhập các chuỗi cung ứng toàn cầu, tuy nhiên, các doanh nghiệp cao su đã không nắm bắt cơ hội này, để các doanh nghiệp sản xuất xăm lốp nhập khẩu cao su thiên nhiên từ nước ngoài, tạo nên một nghịch lý trong ngành.

2.4. Thực trạng xuất khẩu cao su của VN

Về kim ngạch: Cao su là một trong 3 mặt hàng nông sản xuất khẩu lớn nhất của VN, đứng sau gạo và cà phê. Thời gian qua, xuất khẩu cao su tăng trưởng rất nhanh. Nếu năm 2005, VN xuất khẩu được 554 nghìn tấn cao su, thì năm 2012 lượng cao su xuất khẩu đã lên đến 1.023 nghìn tấn, tăng gần gấp đôi, với tốc độ tăng trung bình trong giai đoạn này là 9,7%/năm. Trong suốt 8 năm (giai đoạn 2005-2012), lượng cao su xuất khẩu tăng liên tục, ngoại trừ năm 2008 giảm 8% so với năm 2007 (Bảng 2). Nhưng nếu xét về giá trị thì sẽ thấy rõ xu hướng tăng trưởng nhanh nhưng không bền vững của xuất khẩu cao su VN. Năm 2006, năm đầu tiên cao su gia nhập “Câu lạc bộ những mặt hàng xuất khẩu trên 1 tỉ của VN” và trụ vững cho đến bây giờ. Tuy nhiên, do xuất khẩu bị động, lệ thuộc sâu sắc vào nhu cầu và giá cao su trên thị trường thế giới, bị Trung Quốc ép giá... nên kim ngạch xuất khẩu cao su tăng giảm không theo một quy luật nào: sau một năm suy giảm 24% (năm 2009) kim ngạch xuất khẩu cao su bùng phát ngoạn mục vào năm 2010, tăng tới 94% so với năm 2009, cao su gia nhập “Câu lạc bộ 2 tỉ”. Năm 2011, xuất khẩu cao su vươn đến mức cao nhất từ trước đến nay với kim ngạch xuất khẩu đạt trên 3,2 tỉ

USD. Nhưng do kinh tế suy thoái, giá cao su biến động theo hướng giảm nhanh, năm 2012 kim ngạch xuất khẩu cao su lập tức lao dốc, chỉ còn bằng 87% năm 2011, cao su lại quay về “Câu lạc bộ 2 tỉ”.

Bảng 2. Kim ngạch xuất khẩu cao su VN giai đoạn 2005-2012

Năm	Số lượng		Kim ngạch	
	Số lượng (nghìn tấn)	So sánh với năm trước (%)	Kim ngạch (Tỉ USD)	So sánh với năm trước (%)
2005	554	-	804	-
2006	704	127	1.286	160
2007	716	102	1.294	101
2008	659	92	1.604	124
2009	731	111	1.227	76
2010	782	107	2.386	194
2011	817	104	3.235	136
2012	1.023	125	2.826	87

Nguồn: Tổng hợp từ *Kinh tế 2012-2013 VN và thế giới*, tr. 90 và *Niên giám thống kê* từ 2005-2012.

Cho đến tháng 8/2013, tình hình xuất khẩu cao su VN vẫn tiếp tục ảm đạm, trong thời gian này VN xuất khẩu được 638 nghìn tấn cao su, tăng 4,6% so với cùng kỳ năm trước, nhưng chỉ thu được 1,524 tỉ USD, bằng 85,9% cùng kì năm 2012.

Về thị trường: Cho đến nay VN đã xuất khẩu cao su sang 73 thị trường trên thế giới, trong đó có 10 thị trường lớn, chiếm khoảng 90% tổng kim ngạch xuất khẩu cao su của VN (Bảng 3).

Bảng 3. Thị trường xuất khẩu chính của cao su VN giai đoạn 2008-2012

ĐVT: Tỉ lệ %

Stt	Thị trường	2008	2009	2010	2011	2012
1	Trung Quốc	65,41	69,17	59,31	59,20	45,31
2	Malaysia	3,03	4,07	6,58	7,35	19,97
3	Ấn Độ	-	0,86	3,18	3,05	7,36
4	Đài Loan	3,56	3,57	4,46	4,73	4,54
5	Hàn Quốc	4,04	3,52	4,24	4,19	4,09
6	Đức	4,10	3,22	4,01	4,10	3,69
7	Mỹ	2,65	2,37	2,73	2,90	2,30
8	Thổ Nhĩ Kỳ	1,36	1,16	1,51	1,69	1,44
9	Nhật	2,17	1,29	1,50	1,57	1,16
10	Nga	2,42	1,79	2,36	1,75	-
11	Khác	11,26	8,98	10,12	9,47	10,14
	Cộng	100	100	100	100	100

Nguồn: Tổng hợp từ Báo cáo kết quả thực hiện kế hoạch 12 tháng các năm 2008, 2009, 2010, 2011, 2012 ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn.

Số liệu Bảng 3 cho thấy Trung Quốc, Malaysia và Ấn Độ là ba thị trường nhập khẩu cao su thiên nhiên lớn nhất của VN, trong đó Trung Quốc luôn ở vị trí dẫn đầu với kim ngạch chiếm 50% đến hơn 60% tổng kim ngạch xuất khẩu cao su của cả nước. Riêng năm 2012 do ngành sản xuất sẫm lớp ô tô Trung Quốc gặp quá nhiều khó khăn, thì con số này mới rút xuống còn 45,3%. Do quá phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc nên ngành cao su VN phải gánh chịu nhiều rủi ro, chỉ cần thị trường này biến động là ngành cao su VN lập tức bị ảnh hưởng.

Về mặt hàng: VN chủ yếu xuất khẩu sản phẩm sơ chế, chất lượng thấp (SVR 10/20-mủ tạp) và mủ nước Latex (SVR L/3L/5), sản phẩm cao cấp, cao su có độ nhớt ổn định-SVR CV 50/60, được xuất với tỉ trọng không đáng kể. Hai dòng sản phẩm được xuất khẩu nhiều nhất là SVR 10 và SVR 3L, với tỉ trọng tương ứng là xấp xỉ 45% và 20%. Đây là 2 dòng sản phẩm được sử dụng nhiều trong công nghiệp sản xuất sẫm lớp. Trong đó SVR 3L chủ yếu được xuất khẩu qua Trung Quốc, Đài Loan, Ấn Độ. SVR 10 được xuất nhiều sang Trung Quốc, Malaysia, Đài Loan, Hàn Quốc. Bên cạnh đó, dòng sản phẩm SVR CV50/60 chủ yếu xuất qua Đức (2%) và mủ Latex phần lớn xuất qua Mỹ và Hàn Quốc.

Về hình thức xuất khẩu: Cao su khai thác được tiêu thụ qua ba kênh chính: xuất khẩu, ủy thác xuất khẩu, và tiêu thụ nội địa. Trên cơ sở mức giá sàn do VRG quy định, các doanh nghiệp trong ngành được chủ động xuất khẩu sản phẩm của mình. Riêng các thành viên của VRG đều phải trích một phần sản lượng để ủy thác xuất khẩu qua tập đoàn, phần còn lại sẽ xuất khẩu trực tiếp và tiêu thụ nội địa. Các doanh nghiệp ngoài VRG phần lớn bán sản phẩm cho các công ty thương mại để họ xuất khẩu ra nước ngoài.

3. Những bất cập trong ngành cao su VN

Thời gian qua, ngành cao su VN đã tăng trưởng vượt bậc và có những đóng góp đáng kể cho nền kinh tế đất nước, nhưng nếu đứng trên quan điểm “tăng trưởng xanh” để phân tích lại cho thấy tồn tại không ít bất cập, như: Lợi dụng chủ trương chuyển đổi rừng trồng cao su ở Tây Nguyên, một số doanh nghiệp đã phá rừng lấy gỗ, chiếm đất, để lại nhiều hệ lụy cho môi trường và người dân địa phương; VRG với bộ máy cồng kềnh, nhiều dự án đầu tư ngoài ngành kém hiệu quả, cần được tái cấu trúc; chưa chú trọng đến việc xây dựng chuỗi cung ứng nội địa và tham gia vào các chuỗi cung ứng toàn cầu trong ngành cao su, phân bổ lợi nhuận bất hợp lý giữa các khâu trong chuỗi, gây bất bình, báo hiệu sự phát triển không bền vững; xuất khẩu phụ thuộc quá nhiều vào thị trường Trung Quốc nên gặp nhiều rủi ro; chủ yếu xuất khẩu sản phẩm sơ chế kém hiệu quả...

Về tình trạng chuyển đổi rừng trồng cao su ở Tây Nguyên, ông Hà Công Tuấn, Thứ trưởng Bộ Nông nghiệp & Phát triển nông thôn, nhận định: “Về quy hoạch trồng cao su, nhiều tỉnh trong khu vực chưa chú ý khai thác các loại quỹ đất không có rừng, đất nông nghiệp và loại đất khác kém hiệu quả để trồng cao su, mà chủ yếu chuyển từ đất lâm nghiệp có rừng (chiếm 79%). (Công Hoan, 2013). Trong khi đó, một số doanh nghiệp được giao đất lâm nghiệp trồng cao su không thực hiện đầy đủ công tác đền bù đã gây ra tình trạng tranh chấp, khiếu kiện kéo dài. Một số dự án mới chỉ ở giai đoạn khảo sát nhưng các doanh nghiệp đã vội vàng cho người khai hoang, chặt phá rừng. Có nhiều doanh nghiệp chỉ lập dự án với mục đích chiếm đất chứ không có năng lực tài chính, không thực hiện dự án đúng tiến độ, lập dự án không đúng quy hoạch... Những hệ lụy nói trên xảy ra là do một số tỉnh cho phép doanh nghiệp tư nhân thực hiện việc khảo sát, xây dựng nhiều dự án trồng cao su trên cùng một địa bàn, cùng một thời điểm (như huyện Chư Sê,

Chư Puh - Gia Lai có từ 4 - 7 dự án ở một xã)...”. Việc làm này đã gây những hệ lụy to lớn, như đánh giá của ông Nguyễn Thế Đồng, Phó Tổng cục trưởng Tổng cục Môi trường (Bộ Tài nguyên & Môi trường): “Việc mất rừng ảnh hưởng nghiêm trọng đến sự phát triển bền vững của Tây Nguyên. Khi rừng bị mất, kéo theo việc mất nguồn nước, suy thoái đất đai, giảm sự đa dạng sinh học và ảnh hưởng đến bản sắc văn hóa Tây Nguyên (Công Hoan, 2013). Việc chuyển đổi rừng phòng hộ sang trồng cao su chỉ đem lại lợi ích phát triển kinh tế trước mắt, chúng ta chưa tính đến hậu quả lâu dài tới môi trường. Rừng cao su chỉ phù hợp với vùng khác chứ không phù hợp với Tây Nguyên, vì rừng cao su không có khả năng giữ nước. Vì thế, cần đánh giá lại hiệu quả việc chuyển đổi rừng trồng cao su ở Tây Nguyên”.

Về chuỗi cung ứng cao su: Nếu như Thái Lan, Malaysia rất chú trọng đến việc xây dựng các chuỗi cung ứng trong ngành cao su, thì VN còn chưa thật sự quan tâm đến vấn đề này. Gần đây, một số nhà đầu tư trong và ngoài nước xây dựng những nhà máy sản xuất sẫm lốp lớn tại VN và mong muốn hợp tác với các nhà cung cấp cao su trong nước, đây là cơ hội tốt để xây dựng các chuỗi cung ứng nội địa và tạo tiền đề để cao su VN tham gia các chuỗi cung ứng toàn cầu, nhưng thực tế, các công ty cao su đã không nhiệt tình đáp ứng, vì vậy các nhà đầu tư phải nhập khẩu cao su từ Thái Lan, Campuchia để sản xuất. Đáng lo ngại hơn nữa, trong các chuỗi cung ứng cao su thiên nhiên hình thành tự phát, lỏng lẻo, có hiện tượng phân bổ lợi nhuận quá bất hợp lý, đẩy mọi khó khăn về người trồng cao su. Theo Trung tâm xúc tiến thương mại (Bộ Nông nghiệp & Phát triển nông thôn), giá cao su xuất khẩu từ đầu năm đến nay đạt bình quân 2.540 USD/tấn, giảm 15,9% so với cùng kỳ 2012. Giá thu mua mủ cao su trong nước giảm mạnh gấp nhiều lần so với tốc độ giảm giá cao su xuất khẩu. Nếu giữa năm 2012, người trồng cao su tiêu diện bán được mủ tươi dạng nước với giá 25-26 nghìn đồng/kg, thì hiện tại chỉ trên dưới 10 nghìn đồng/kg. Tại Tây Nguyên, giá mủ cao su sơ chế chỉ còn 41-42 triệu đồng/tấn. Khó khăn đang bao trùm lên các nông trường cao su khi giá bán mủ thấp hơn giá thành sản xuất, tồn kho hàng chục nghìn tấn cao su khiến người lao động đối mặt với tình trạng giảm lương, mất việc. Vườn cao su tiêu diện của các nông hộ cũng đang lâm vào tình thế tương tự.

4. Giải pháp để phát triển bền vững và hiệu quả ngành cao su VN

Để giúp ngành cao su VN phát triển bền vững và hiệu quả, tác giả đề xuất một số giải pháp sau:

Một là, cần điều chỉnh lại Chiến lược phát triển ngành cao su trong giai đoạn sắp tới.

Chiến lược phát triển ngành cao su đến năm 2015 và tầm nhìn năm 2020 dự báo diện tích trồng cao su của cả nước sẽ ổn định ở mức 800 nghìn ha. Nhưng do khâu tổ chức thực hiện chiến lược và kiểm tra, kiểm soát không tốt, chiến lược đã bị phá vỡ, chỉ mới đến năm 2011 tổng diện tích rừng cao su đã lên đến 834 nghìn ha. Do đó, chiến lược cần được hoạch định lại một cách khoa học, phù hợp sao cho có thể phát huy những điểm mạnh, khắc phục điểm yếu của ngành và đặc biệt phải tận dụng những cơ hội, né tránh được các nguy cơ từ môi trường bên ngoài. Trong bối cảnh nền kinh tế thế giới chưa thoát khỏi suy thoái, ngành ô tô ảm đạm, tồn kho cao su trên toàn cầu rất lớn, giá cao su rớt nhanh, thì trong tương lai gần không nên mở rộng diện tích trồng cao su, tập trung chăm sóc tốt diện tích cao su hiện có; phát triển công nghệ chế biến, ưu tiên cho công nghệ xanh để tạo ra những sản phẩm chế biến sâu, nâng cao hiệu quả xuất khẩu của ngành. Về lâu dài cần xây dựng một quy hoạch khoa học để phát triển diện tích trồng cao su, tránh hiện tượng đảo cực một cách cực đoan (từ chỗ mở rộng nhanh trồng cao su chuyển

sang ào ạt phá rừng cao su) gây tổn hại lớn cho nền kinh tế. Tác giả ủng hộ quan điểm cần thiết chuyển rừng nghèo sang trồng cao su ở một mức độ nhất định. Tuy nhiên, việc cấp đất rừng cho doanh nghiệp tư nhân cần rất thận trọng, vì họ chỉ ưu tiên lợi nhuận mà không chú ý đúng mức đến việc bảo vệ môi trường, đảm bảo đời sống cho người dân và an sinh xã hội. Thay thế những cánh rừng nghèo vì mục đích kinh tế, song đời sống của người dân địa phương, những người từng sống phụ thuộc vào rừng không được cải thiện, thì không nên đánh đổi, nhưng nếu việc chuyển đổi có lợi cho đất nước, mang lại hạnh phúc cho người dân thì vẫn nên làm.

Hai là, tái cấu trúc VRG - Đầu tàu dẫn dắt ngành cao su VN.

VRG cần xây dựng và thực hiện tốt đề án tái cấu trúc tập đoàn, sắp xếp lại mô hình tổ chức để giảm bớt số đầu mối quản lý trực tiếp của công ty mẹ và các công ty thành viên. Để tăng tính chuyên môn hóa, VRG nên lựa chọn các công ty mạnh nhất trong từng khu vực/lĩnh vực làm cơ sở để xây dựng các công ty mẹ quản lý theo từng khu vực và nhóm ngành. Cần có lộ trình và các giải pháp cụ thể để thu hẹp danh mục đầu tư nhằm tập trung nguồn lực cho các công ty thành viên. Cần thoái toàn bộ vốn ở các công ty mà VRG không chi phối, đặc biệt là các công ty trong lĩnh vực tài chính, ngân hàng, chứng khoán, bất động sản... Nếu cần thiết VRG chỉ nên giữ lại những công ty có quan hệ mật thiết đến hoạt động của tập đoàn, như: chế biến gỗ, làm đường giao thông góp phần phục vụ cho ngành cao su.

Để tái cấu trúc thành công VRG cần thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp: Hoạch định lại ngành nghề sản xuất; cổ phần hóa, bán bớt vốn nhà nước; thoái vốn ngoài ngành chính, sắp xếp lại các mối quan hệ quản lý và sở hữu trong toàn tập đoàn; hoàn thiện công tác quản lý, với khâu đột phá là khai thác tối đa công nghệ thông tin để bảo đảm thông tin minh bạch, kịp thời, đáp ứng nhu cầu quản lý của cơ quan nhà nước và hội nhập quốc tế.

Ba là, từng bước xây dựng các chuỗi cung ứng cao su nội địa, chuẩn bị mọi điều kiện cần thiết để gia nhập các chuỗi cung ứng sản phẩm cao su toàn cầu.

Để làm được việc này ngành cao su VN, đặc biệt là các lãnh đạo ngành, cần thay đổi tư duy, phải nhận thức được: tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu là một tất yếu khách quan và cần phải tích cực chuẩn bị. Trước mắt, nên ưu tiên cung cấp mủ cao su cho các công ty sản xuất tại VN, đặc biệt là các công ty có vốn của Nhật, Đức, Mỹ, coi đó là giai đoạn “học nghề, tập sự” để chuẩn bị cho bước nhảy vọt tiếp theo và các công ty này cũng sẽ là cầu nối giúp cao su VN gia nhập chuỗi cung ứng toàn cầu. Cùng với sự phát triển của các chuỗi, nghịch lý về phân phối lợi nhuận trong ngành cao su sẽ được giải quyết thỏa đáng.

Bốn là, đa dạng hóa thị trường xuất khẩu: Hiện nay Trung Quốc là thị trường nhập khẩu cao su lớn nhất của VN, nhưng hình thức xuất khẩu tiểu ngạch (mậu biên) vẫn chiếm tỉ trọng lớn. Tương lai cần định hướng chuyển sang buôn bán cao su chính ngạch để giảm bớt rủi ro trong thanh toán, nói riêng và rủi ro trong tổ chức thực hiện hợp đồng, nói chung. Để thực hiện được định hướng này, cần tự do hóa, mở rộng quyền kinh doanh cho các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu cao su, tận dụng khả năng thích ứng nhanh, cạnh tranh năng động của các doanh nghiệp này. Bước tiếp theo, cùng với sự phát triển của các chuỗi cung ứng, sẽ từng bước đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, nhằm giảm thiểu rủi ro, phát triển bền vững. Bên cạnh đó, cần đa dạng hóa sản phẩm xuất khẩu, gia tăng xuất khẩu sản phẩm chế biến sâu, có giá trị gia tăng cao, góp phần nâng cao vị thế của ngành cao su VN trên trường quốc tế■

Tài liệu tham khảo

- Công Hoan (2013), “Phản hồi bài Thực trạng chuyển đổi rừng ở Tây Nguyên - Đánh giá lại hiệu quả trồng cao su”, *Sài Gòn giải phóng*, truy cập ngày 08/06/2013,
- Đào Ngọc Lâm (2013), “Tái cơ cấu ngành nông nghiệp, một số nội dung chủ yếu cần thực hiện”, *Thời báo kinh tế VN*, 11/9/2013, trang 5.
- Global Rubber Markets (2013), 2013 Natural Rubber Investment Strategy Report (Part 1), <http://globalrubbermarkets.com/4571/2013-natural-rubber-investment-strategy-report-part-1,2,3,4,5.html>, truy cập ngày 5/9/2013.
- IRSG (2012), *Statistical Summary of World Rubber Situation*, <http://www.rubberstudy.com/pub-stats-bulletin.aspx>, truy cập ngày 10/9/2013.
- Nguyễn Thị Thắm (2011), *Chính sách tăng trưởng xanh và triển vọng hợp tác VN-Hàn Quốc*, Hội thảo khoa học quốc tế “Chiến lược tăng trưởng xanh của Hàn Quốc và những gợi ý cho VN”, Viện Nghiên cứu Đông Bắc Á, Hà Nội, ngày 27/12/2011.
- Quyết định số: 1393/QĐ-TTg, Quyết định Phê duyệt Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh thời kỳ 2011-2020 và tầm nhìn đến năm 2050”, truy cập ngày 25/9/2012.
- Tập đoàn công nghiệp cao su VN (2011), Quyết định kế hoạch năm 2012.
- Tập đoàn công nghiệp cao su VN (2011), Kế hoạch 5 năm 2011-2015.
- Thời báo kinh tế VN, Kinh tế 2012-2013 VN và Thế giới, trang 90.
- Tổng cục Thống kê, Niên giám thống kê các năm 2005 -2012
- Trung tâm tin học và thống kê - Bộ Nông nghiệp & Phát triển nông thôn (2012), *Báo cáo kết quả thực hiện kế hoạch 12 tháng năm 2008, 2009, 2010, 2011, 2012 ngành Nông nghiệp và Phát triển nông thôn*, http://www.agroviat.gov.vn/Lists/appsp01_statistic/Attachments/63/baocao_12_2012_f.pdf, truy cập ngày 10/9/2013.
- UNEP(2011), *Hướng tới nền kinh tế xanh - Lộ trình cho phát triển bền vững và xóa đói giảm nghèo*, Bản dịch của Viện chiến lược, chính sách tài nguyên và môi trường, trang 13, NXB Nông nghiệp, Hà Nội.
- Website: Bộ Nông nghiệp & Phát triển nông thôn (www.agroviat.gov.vn), Trung tâm xúc tiến thương mại - Bộ Nông nghiệp & Phát triển nông thôn (xttm.mard.gov.vn), Tập đoàn công nghiệp cao su VN (www.vnrubbergroup.com).