

Nâng cao sức cạnh tranh và giá trị xuất khẩu gạo của các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long

THS. VÕ KHẮC HUY

Gạo của VN từ lâu đã là một sản phẩm mang tầm vóc quốc tế. Theo Tổng cục Thống kê, trong năm 2012, VN đã sản xuất được 43,7 triệu tấn gạo và đã xuất khẩu đạt kỷ lục 8,047 triệu tấn gạo, đóng góp vào tổng giá trị xuất khẩu 3,689 triệu USD. Trong bối cảnh quốc tế ngày càng phức tạp, bên cạnh phát triển kinh tế xã hội, an ninh quốc phòng, an ninh lương thực đã trở thành một vấn đề được cộng đồng quốc tế rất quan tâm. Bài viết trước hết là nhận định về sức cạnh tranh, giá trị xuất khẩu gạo và sự cần thiết phải nâng cao sức cạnh tranh và giá trị xuất khẩu gạo ở các tỉnh ĐBSCL. Sau đó là một vài giải pháp được đề xuất nhằm nâng cao sức cạnh tranh và xuất khẩu gạo của các tỉnh ĐBSCL trong thời gian sắp tới.

Từ khóa: Đồng bằng sông Cửu Long, xuất khẩu gạo, an ninh lương thực, sức cạnh tranh.

1. Đặt vấn đề

VN nằm trong vùng khí hậu nhiệt đới gió mùa với hai vùng đồng bằng châu thổ lớn chính, đồng bằng sông Hồng và Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL). ĐBSCL được biết đến như là một kho lúa gạo của cả nước và quốc tế. Với diện tích gần 40.000 km², được phù sa bồi đắp liên tục, ĐBSCL luôn chiếm hơn 50% sản lượng gạo và 90% sản lượng xuất khẩu gạo cả nước. Vì vậy, nếu nâng cao được sức cạnh tranh để có lợi thế trong việc xuất khẩu gạo sẽ giúp cải thiện đáng kể đời sống của nông dân nước ta.

Một nghịch lý đã tồn tại rất lâu là sản lượng xuất khẩu gạo hàng năm của VN liên tục được chúng ta lập kỷ lục mới. Nhưng giá trị xuất khẩu đem về lại không cao. Nguyên nhân của nghịch lý này một phần

là vì gạo được Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) xếp vào sản phẩm mang tính hái lượm sẵn bắt (là những sản phẩm thu hoạch từ tự nhiên mà không cần phải tốn nhiều hao phí lao động chất xám) nên không có giá trị gia tăng cao. Kết quả là mặc dù xuất khẩu với sản lượng khổng lồ, giá trị thu về vẫn rất thấp. Nguyên nhân thứ hai là khả năng cạnh tranh của gạo VN chưa cao. Thật vậy, công nghiệp chế biến của chúng ta còn kém phát triển, chất lượng gạo vẫn còn chênh lệch so với các quốc gia xuất khẩu gạo khác, sự liên kết với cộng đồng quốc tế còn lỏng lẻo, chiến lược sản phẩm-thị trường chưa năng động, chính sách pháp luật và hỗ trợ của Nhà nước vẫn chưa hoàn thiện, chuỗi giá trị không hiệu quả, v.v.. Tất cả đã tạo nên một rào cản

lớn trong việc nâng tầm cũng như giá trị của hạt gạo VN trên trường quốc tế. Hiện nay, VN đã gia nhập tổ chức WTO và phải tuân thủ nghiêm ngặt các điều khoản của tổ chức này. Vì vậy, chúng ta không thể thay đổi được nguyên nhân đầu. Tuy nhiên, nguyên nhân thứ hai thuộc về chủ quan và hoàn toàn có thể cải thiện được.

2. Cạnh tranh và các tiêu chí đánh giá sức cạnh tranh

2.1. Cạnh tranh

Cạnh tranh là sự nỗ lực, cố gắng giành được phần hơn, phần thắng về phía chủ thể tham gia. Cạnh tranh xuất hiện gần như trong mọi hoạt động sống của con người ở mọi lứa tuổi. Có cạnh tranh mới có phát triển. Triết học Marx-Lenin đã đề cập đến điều

này trong quy luật phủ định của phủ định – theo sự vận động tiến lên của sự vật/hiện tượng, cái cũ không còn phù hợp thì cái mới sẽ ra đời và thay thế cái cũ. Cạnh tranh tạo tiền đề cho cái mới ra đời. Như vậy, cạnh tranh là một tất yếu và diễn ra mọi mặt trong cuộc sống.

Cạnh tranh ngày càng trở nên gay gắt. Nhờ có cạnh tranh mà xã hội phát triển liên tục. Dân số thế giới bùng nổ, nhu cầu vật chất ngày càng lớn. Các hoạt động sản xuất kinh doanh tăng về quy mô chất lượng lẫn số lượng. Để tạo ra và duy trì lợi thế so sánh, những chủ thể tham gia vào các hoạt động kinh tế phải khéo léo cạnh tranh và sáng tạo. Nếu không, họ sẽ bị đào thải. Một vấn đề khó khăn khác mà những người làm kinh tế quan tâm hàng đầu là sự giới hạn các nguồn lực, bao gồm tài nguyên thiên nhiên và các yếu tố đầu vào khác. Quá trình phát triển kinh tế đã làm cạn kiệt dần những nguồn tài nguyên sẵn có và yêu cầu ngày càng cao đối với các nguồn lực nhân tạo, điển hình là công nghệ và con người. Sử dụng nguồn lực không khôn ngoan, thế giới sẽ sớm rơi vào trạng thái khủng hoảng. Đây là lý do vì sao nhà kinh tế học Mankiw đã đề cập đến sự khan hiếm ngay trong lời giới thiệu tác phẩm *Principles of Economics* của ông: *Resources are scarce* - Những nguồn lực thì khan hiếm.

2.2. Các tiêu chí đánh giá sức cạnh tranh.
Hệ số lợi thế so sánh RCA (Revealed Comparative Advantage)

Là hệ số đo lường mức độ lợi thế so sánh của sản phẩm này đối với sản phẩm khác hoặc của

nước này với nước khác. Hệ số này biểu thị khả năng cạnh tranh xuất khẩu của một quốc gia về một sản phẩm trong mối tương quan với mức xuất khẩu của thế giới về sản phẩm đó.

$$RCA = (X_i/X_j):(X_{iw}/X_{w})$$

(Michael E. Porter, 2004)

Trong đó:

X_{ij} : Kim ngạch xuất khẩu sản phẩm i của quốc gia j

X_j : Tổng kim ngạch xuất khẩu của quốc gia j

X_{iw} : Kim ngạch xuất khẩu sản phẩm i của thế giới

X_w : Tổng kim ngạch xuất khẩu của thế giới

Nếu:

$RCA > 2,5$: Sản phẩm có lợi thế so sánh rất cao.

$1 < RCA < 2,5$: Sản phẩm có lợi thế so sánh.

$RCA < 1$: Sản phẩm bất lợi thế so sánh.

Thị phần

Thị phần phản ánh phần thị trường tiêu thụ sản phẩm chiếm được của một quốc gia hoặc của một doanh nghiệp nào đó. Nếu một sản phẩm chỉ hoạt động hạn hẹp trong một khu vực vùng miền địa phương của một quốc gia, thị phần của chủ kinh doanh sản phẩm này không lớn. Những sản phẩm có thị phần nhỏ đa phần là các sản phẩm của doanh nghiệp trong nước có quy mô nhỏ. Đối lại, có những sản phẩm hiện hữu xuyên biên giới. Người tiêu dùng dễ dàng tìm thấy chúng ở mọi nơi. Đây là đặc thù sản phẩm của những công ty xuyên quốc gia.

Giá cả

Giá cả thể hiện sự sẵn lòng chi trả của người tiêu dùng để có được sản phẩm mong muốn. Giá cả còn là một tiêu chí quan trọng trong việc xác định sức cạnh tranh

của một sản phẩm. Với những tính năng tương đối tương đồng, giá một sản phẩm của thương hiệu nào rẻ hơn thì sẽ có lợi thế so sánh hơn những thương hiệu khác.

3. Sự cần thiết phải nâng cao sức cạnh tranh và giá trị xuất khẩu gạo của các tỉnh ĐBSCL

3.1. Bối cảnh xuất khẩu gạo của các tỉnh ĐBSCL

Trong suốt giai đoạn 1989 – 2013, xuất khẩu lúa gạo là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của quốc gia và các tỉnh ĐBSCL. Hằng năm, lượng gạo xuất khẩu của VN chiếm tỉ trọng từ 13% đến 15% tổng sản lượng xuất khẩu gạo trên toàn thế giới. Trong đó, ĐBSCL cung cấp lượng gạo chủ yếu phục vụ cho xuất khẩu. Theo thống kê, kim ngạch xuất khẩu gạo chiếm xấp xỉ 4% tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước. Xuất khẩu gạo trở thành nguồn thu ngoại tệ chủ yếu của các tỉnh ĐBSCL.

Tuy nhiên, trong những năm gần đây, xuất khẩu lúa gạo của VN không ổn định cả về sản lượng lẫn kim ngạch xuất khẩu. Ví dụ như năm 2005, sản lượng xuất khẩu gạo là 5,3 triệu tấn, đến năm 2007 chỉ còn 4,5 triệu tấn. Năm 2012, sản lượng xuất khẩu gạo đã đạt kỷ lục 8,047 triệu tấn, thu về tương đương 3,5 tỷ USD (Thùy Linh, 2013) nhưng kim ngạch xuất khẩu lại giảm so với 3,4 tỷ USD của năm 2011 (VFA, 2014). Tình trạng giá trị xuất khẩu không phản ánh đúng sản lượng xuất khẩu cho thấy xuất khẩu gạo của VN nói chung và của ĐBSCL nói riêng đang đứng trước sự cạnh tranh gay gắt với các nước xuất khẩu gạo trong khu vực và trên thế giới.

Bảng 1: Sản lượng xuất khẩu gạo của VN và các tỉnh ĐBSCL giai đoạn 2007 – 2012

Năm	Sản lượng xuất khẩu (triệu tấn)	
	ĐBSCL	Cả nước
2007	4,07	4,54
2008	4,17	4,68
2009	5,35	6,02
2010	5,92	6,75
2011	6,1	7,1
2012	7,21	8,047

Nguồn: Tổng hợp từ Tổng cục Thống kê từ năm 2007 – 2012

3.2. Cơ cấu thị trường xuất khẩu gạo của VN

Thị trường xuất khẩu chủ lực của VN chủ yếu tập trung vào các quốc gia Châu Á – là khu vực đông dân nhất thế giới và thực phẩm chính là gạo. Bên cạnh đó, VN đã mở rộng thị trường tiêu thụ gạo sang một số nước Châu Phi, Mỹ Latin và vùng Trung Đông. Xu hướng cơ cấu thị trường mới đã giúp sản phẩm gạo của ĐBSCL từng bước hiện diện trên khắp thế giới.

3.3. Giá gạo xuất khẩu.

Liên tục nhiều năm qua, xuất khẩu lúa gạo VN luôn có vị thế hàng đầu thế giới. ĐBSCL cung cấp gần như toàn bộ lượng gạo xuất khẩu. Lượng ngoại tệ thu được từ xuất khẩu gạo đã phần nào giúp đất nước đứng vững trước những khó khăn thách thức của khủng hoảng kinh tế thế giới. Giá gạo VN chịu nhiều ảnh hưởng và biến động của giá gạo thế giới.

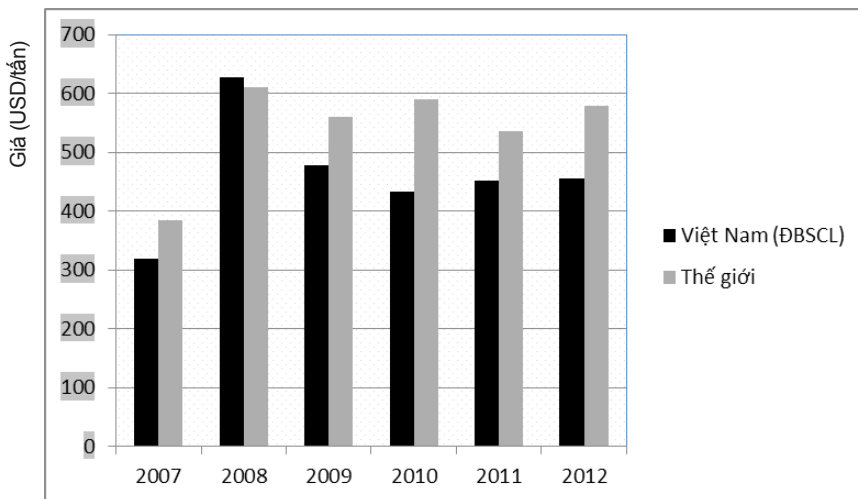
Quan sát biểu đồ, giá gạo có xu hướng tăng dần. So với năm 2007, giá gạo xuất khẩu của ĐBSCL năm 2012 đã tăng lên 42,21%, tương đương 135 USD/tấn. Đặc biệt vào năm 2008, ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng lương thực toàn cầu đã đẩy giá lúa

Bảng 2: Cơ cấu thị trường xuất khẩu gạo của VN

Năm	Châu Á (%)	Châu Mỹ (%)	Châu Phi (%)	Châu Âu (%)
2007	78,1	11,5	8,4	2
2008	58,8	15,8	22	3,4
2009	61,6	9,2	27,7	1,5

Nguồn: Tổng hợp từ Tổng cục Thống kê từ năm 2007 – 2012

Hình 1: Giá xuất khẩu bình quân của gạo của thế giới và của ĐBSCL



(Nguồn: Trade map, International Trade Center)

Bảng 3: Thị phần gạo VN trên thị trường xuất khẩu gạo giai đoạn 2007 – 2012

Năm	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Thị phần (%)	11,3	13,68	14,32	23,07	21,92	21,81

(Nguồn: Trade map, International Trade Center)

gạo tăng đột biến lên 627USD/tấn, đây là mức giá kỷ lục của xuất khẩu gạo VN từ trước đến nay. Tuy nhiên, so sánh với giá thế giới thì trong giai đoạn 2007-2012, giá xuất khẩu gạo của VN luôn thấp hơn nhiều so với giá thế giới, trung bình chênh lệch giá từ 11-131 USD/tấn. Nguyên nhân chủ yếu vẫn nằm ở hai chữ chất lượng, giống gạo VN đang áp dụng chưa đáp ứng cao thành phần dinh dưỡng quy định của gạo thế giới. Thêm nữa, quy trình sản xuất gạo của chúng ta còn mang đậm tính thủ công.

3.4. Thị phần và hệ số lợi thế so sánh biểu hiện RCA

Tính từ năm 2007, thị phần gạo của VN đã tăng gấp đôi. Đây là một biểu hiện đáng mừng cho xuất khẩu gạo VN. Trong những năm gần đây, ngoài Thái Lan, sự nổi lên của Ấn Độ đã góp phần làm giàu danh sách đối thủ cạnh tranh của VN. Để duy trì được vị trí trên thị trường gạo quốc tế, VN cần phải nâng cao hơn nữa sức cạnh tranh của mặt hàng này.

Hệ số RCA của gạo VN trong những năm qua luôn lớn hơn 2,5 rất nhiều lần. Nghĩa là sản phẩm



Từ công thức tính hệ số lợi thế so sánh biểu hiện RCA (đã trình bày ở phần trên), ta có:

Bảng 4: Hệ số RCA của gạo tại VN giai đoạn 2007-2012

Năm	2007	2008	2009	2010	2011	2012
RCA	51,92	49,81	47,23	48,17	49,71	50,03

gạo của VN có tính cạnh tranh rất cao. Điều này rất phù hợp với thực tế khi gạo nằm trong top 8 mặt hàng (gạo, cà phê, chè, điều, thủy sản, cao su, dệt may và giày da) có năng lực cạnh tranh cao nhất ở nước ta. Để giữ vững khả năng cạnh tranh của mặt hàng này và mở rộng thị phần xuất khẩu gạo trên thế giới, VN cần tập trung phát triển sản phẩm, quản lý chất lượng gạo, nâng cao các ngành công nghiệp hỗ trợ và xây dựng chính sách quảng bá sản phẩm, hình thành các chiến lược phù hợp nhằm giúp thương hiệu gạo tại vùng ĐBSCL có thể xâm nhập các thị trường cao cấp hơn.

4. Một số giải pháp nhằm nâng cao sức cạnh tranh giá trị xuất khẩu gạo của các tỉnh vùng ĐBSCL

ĐBSCL là nơi cung cấp lúa gạo lớn nhất nước, giúp VN xuất khẩu gạo đứng nhất nhì thế giới. Song hoạt động sản xuất lúa gạo

của VN vẫn còn nhiều bất cập. Thực tế cho thấy nông dân trồng lúa trong vùng chủ yếu dựa vào kinh nghiệm tích lũy của họ, đôi khi những tập quán canh tác này lại thiếu khoa học. Doanh nghiệp tìm kiếm nguồn gạo xuất khẩu phải qua thương lái trung gian; sự liên kết với đối tác nhập khẩu cũng do doanh nghiệp tự tìm lấy. Chính sách hỗ trợ của Nhà nước chưa thực sự đem lại hiệu quả cao. Các công trình nghiên cứu vẫn chưa áp dụng phổ biến vào thực tiễn. Để nâng cao sức cạnh tranh và giá trị xuất khẩu gạo của vùng, phải có sự gắn kết chặt chẽ giữa người nông dân, doanh nghiệp, nhà khoa học và nhà nước.

Liên kết giữa doanh nghiệp và nhà nông. Doanh nghiệp cần tăng cường tiếp xúc trực tiếp và hỗ trợ vốn cho nông dân thông qua các hình thức bảo đảm tín dụng, cho vay ưu đãi, xây dựng cơ sở chế biến lúa gạo và mua bảo

hiểm nông nghiệp đầy đủ nhằm tối thiểu tổn thất do các diễn biến không thuận lợi của thời tiết hay sự bùng phát các loại dịch bệnh cho người nông dân. Nông dân phải có trách nhiệm cung cấp cho doanh nghiệp đúng chất lượng, đủ số lượng, cũng như đảm bảo đúng quy trình, kỹ thuật canh tác đã thỏa thuận với doanh nghiệp. Có như vậy, nguồn cung gạo cho sản xuất và xuất khẩu mới đảm bảo về số lượng và chất lượng sản phẩm. Nông dân trồng lúa gạo sẽ được ổn định đầu ra với mức giá hợp lý, không lo sợ bị ép giá, yên tâm canh tác cho mùa vụ sau.

Liên kết giữa nhà khoa học và nhà nông. Chất lượng giống sẽ quyết định đẳng cấp và giá trị sản phẩm. Những dữ kiện phân tích nghiên cứu nhằm tạo ra các giống lúa mới cho năng suất và chất lượng cao của nhà khoa học sẽ không đầy đủ và chính xác nếu thiếu thông tin và kinh nghiệm từ những người nông dân. Tương tự, mối liên kết chặt chẽ này còn tạo điều kiện thuận lợi trong quá trình thử nghiệm và phản hồi.

Liên kết giữa doanh nghiệp và nhà khoa học. Trong môi liên

kết này, doanh nghiệp đóng vai trò là nhà đầu tư và tài trợ, chịu chi phí để đặt hàng các trung tâm nghiên cứu, các viện khoa học và các trường đại học thực hiện các công trình nghiên cứu về lai tạo giống lúa mới, các biện pháp cải tạo đất trồng cũng như cải tiến trong kỹ thuật canh tác, thu hoạch, chế biến và bảo quản sản phẩm lúa gạo... Đồng thời, doanh nghiệp còn đóng vai trò như một cầu nối để tạo điều kiện cho các nhà khoa học tiếp cận với các hộ trồng lúa đã ký hợp đồng với các doanh nghiệp để áp dụng thực hiện, từ đó đề ra những giải pháp có tính khả thi cao và kịp thời điều chỉnh những vấn đề phát sinh trong ứng dụng giống mới. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần liên kết và thông qua các cơ quan có chức năng liên quan đến hoạt động sản xuất và xuất khẩu lúa gạo để nắm và cung cấp thông tin kịp thời đến những nhà khoa học nhằm ưu tiên chọn những giống có chất lượng hợp với yêu cầu của thị trường nhập khẩu.

Vai trò của Nhà nước. Nhà nước sẽ đóng vai trò đầu tàu, quan sát và can thiệp những mối liên kết kịp thời để những mối liên kết phát triển chặt chẽ. Lập ra những trung tâm kiểm định, thường xuyên giám sát và kiểm tra hoạt động sản xuất và chất lượng lúa gạo để nắm bắt tình hình sản xuất và đảm bảo chất lượng lúa gạo sản xuất. Đăng tải trên các phương tiện truyền thông đại chúng, tổ chức những buổi sinh hoạt mang tính địa phương hoặc phân phát miễn phí những ấn phẩm về cập nhật giống mới, phương pháp gieo trồng mới, hoặc trừ sâu, diệt dịch bệnh cho người nông dân để họ sản xuất

đúng với nhu cầu thị trường hoặc đúng với chiến lược phát triển nông nghiệp quốc gia. Trên tầm vĩ mô, Nhà nước tăng cường hợp tác liên kết với các nước và khu vực kinh tế bên ngoài để tìm kiếm thị trường và đối tác mới. Đơn giản hóa các thủ tục hải quan và có những chính sách tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu gạo ra thị trường nước ngoài. Khi doanh nghiệp mở rộng thương mại và thu được lợi nhuận nhiều hơn, họ sẽ tích cực thúc đẩy mối liên kết giữa họ với những nhà khoa học và nông dân.

5. Kết luận

Xuất khẩu gạo là một trong những hoạt động ngoại thương đem lại nguồn thu lớn cho quốc gia và các tỉnh ĐBSCL, góp phần quan trọng trong việc cải thiện đời sống của người nông dân trồng lúa tại nơi này. VN là quốc gia xuất khẩu lúa gạo lớn nhất nhì thế giới, nhưng giá trị xuất khẩu đem lại từ hoạt động này chưa tương xứng với vị trí đang có của VN. Một phần nguyên nhân nằm

ở sức cạnh tranh và chất lượng gạo của VN còn thấp so với các quốc gia xuất khẩu gạo lớn khác. Để cải thiện vấn đề này, cần phải có sự phối hợp đồng bộ và chặt chẽ giữa người nông dân, doanh nghiệp, nhà khoa học và nhà nước. Trong bối cảnh VN đang hướng đến mục tiêu công nghiệp hóa, hiện đại hóa, nhu cầu vốn cao và cấp thiết. Nâng cao sức cạnh tranh và giá trị xuất khẩu gạo sẽ là một đóng góp không nhỏ cho tiến trình đổi mới đất nước.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Hiệp hội lương thực VN (2014), *Kết quả xuất khẩu gạo đến ngày 31/12/2011*.
International Trade Center, *Trade Map*, <http://www.trademap.org>
Michael E. Porter (2004), *Comparative Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, The Free Press, New York, page 577 – 580.
Nicholas G. Mankiw (2001), *Principles of Economics*, Harcourt College, page 4.
Thùy Linh, 2013, “Xuất khẩu gạo năm 2012 đạt kỷ lục”, VTV online. <http://vtv.vn/Kinh-te/Xuat-khau-gao-nam-2012-dat-ky-luc/53937.vtv>
Tổng cục thống kê, <http://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=217>

Vai trò của bảo lãnh tín dụng...

(Tiếp theo trang 30)

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Linda Deelen & Klaas Molenaar (2004), “Guarantee Funds for Small Enterprises”, http://www.ruralfinance.org/fileadmin/templates/rflc/documents/1126268365_900_Guarantee_funds_for_small_enterprises.pdf
Quỹ BLTD TP.HCM (2014), *Báo cáo tình hình hoạt động của Quỹ BLTD TP.HCM giai đoạn 2007-2013*
Tần Hoàng (2014), “TP.HCM tiếp tục hỗ trợ vốn cho doanh nghiệp”, <http://m.phunuonline.com.vn/xa-hoi/doi-song/tp-hcm-tiep-tuc-ho-tro-von-cho-doanh-nghiep/a114298.html>
Thanh Thủy (2013), “TP Hồ Chí Minh: Nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa đã phục hồi”, <http://baodientu.chinhphu.vn/Home/TP-Ho-Chi-Minh-Nhieu-doanh-nghiep-nho-va-vua-da-phuc-hoi/2013/164917.vgp>