

XUẤT KHẨU GẠO VIỆT NAM: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

Nguyễn Đình Luận*

Năm 2012 Việt Nam đã xuất khẩu được 7,72 triệu tấn đứng thứ hai thế giới, Ấn Độ xuất khẩu 9,5 triệu tấn đứng thứ nhất, Thái Lan đứng thứ ba với 6,9 triệu tấn. Tuy nhiên, với sản lượng gạo sản xuất và xuất khẩu từ năm 2005 đến 2012 năm sau cao hơn năm trước nhưng thu nhập của người nông dân sản xuất lúa không tăng cùng tỷ lệ, thậm chí có năm còn giảm, người nông dân sản xuất lúa Việt Nam nghèo vẫn hoàn nghèo. Theo dự báo của VFA, với tình hình sản xuất lúa gạo như hiện nay, năm 2013 và những năm tiếp theo xuất khẩu gạo Việt Nam còn gặp khó khăn và chịu sự cạnh tranh ngày càng gay gắt. Trong phạm vi bài viết này tác giả phân tích và có một số đề xuất (giải pháp) nhằm bảo đảm lợi ích của người nông dân sản xuất lúa cũng như mong muốn tạo thương hiệu cho gạo Việt Nam để khẳng định vị thế trên thị trường thế giới.

Từ khóa: Việt Nam, Xuất khẩu gạo, thị trường gạo, lợi ích người nông dân.

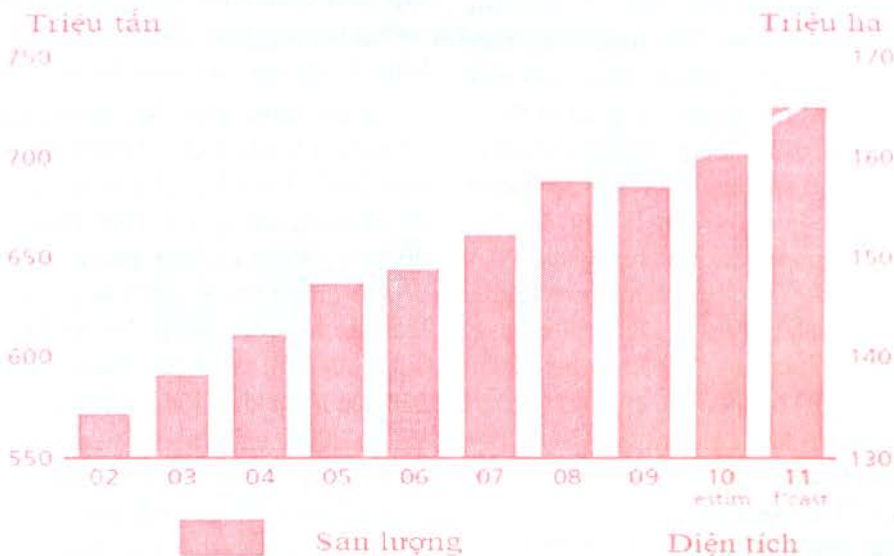
1. Tổng quan chung về cung, cầu gạo trên thế giới

1.1 Cung gạo trên thế giới

Tình hình cung gạo trên thế giới từ năm 2002 đến 2012 luôn tăng trưởng cả về diện tích gieo trồng và sản lượng (hình 1). Sản lượng gạo toàn cầu tăng 3%

so với sản lượng năm 2010 dù một số nước có gặp khó khăn về thiên tai do lũ lụt gây ra. Sự gia tăng này một mặt do diện tích thu hoạch tăng 2,2% lên 164,6 triệu ha, mặt khác do năng suất tăng 0,8%, tương đương 4,38 tấn/ha. Bất chấp sản lượng lúa

Hình 1: Diện tích thu hoạch và sản lượng lúa gạo toàn cầu từ năm 2002 đến 2011



Nguồn: <http://WWW.viettrade.gov.vn/go/2411>

Bảng 1: 10 quốc gia xuất khẩu gạo hàng đầu thế giới năm 2012

Đơn vị tính: Triệu tấn

STT	Quốc gia	Xuất khẩu năm 2012	STT	Quốc gia	Xuất khẩu năm 2012
1	Ấn Độ	8,0	6	Uruguay	0,85
2	Việt Nam	7,72	7	Campuchia	0,8
3	Thái Lan	7,5	8	Argentina	0,65
4	Pakistan	3,75	9	Myanmar	0,6
5	Brazil	0,9	10	Trung Quốc	0,48

Nguồn: <http://WWW.ngheandost.gov.vn/journalDetail/>

gạo tại Thái Lan, Pakistan, Philippines, Campuchia, Lào, Myanmar bị ảnh hưởng do thời tiết không thuận lợi, nhưng châu Á vẫn sản xuất được tới 90,3%, tức 651 triệu tấn (hay 435 triệu tấn gạo). Kết quả này có được chủ yếu nhờ sản lượng tăng mạnh tại Trung Quốc, Ấn Độ, Pakistan và Việt Nam, trong đó Việt Nam năm 2012 đạt 27,12 triệu tấn, xuất khẩu 7.72 triệu tấn đứng thứ hai sau Ấn Độ, các quốc gia cung cấp gạo thuộc top 10 quốc gia xuất khẩu gạo hàng đầu còn lại là Pakistan, Brazil, Thái Lan (Bảng 1)... Do vậy, Tuy Việt Nam cung sản lượng gạo đứng thứ hai trong các quốc gia xuất khẩu gạo nhưng cũng phải chịu sự cạnh tranh quyết liệt từ các quốc gia có nguồn cung gạo còn lại.

1.2 Nhu cầu gạo trên thế giới

Năm 2012 các nước châu Phi nhập khẩu 10,5 triệu tấn, giảm 2% so với năm 2011. Nguồn cung dồi dào là nguyên nhân khiến một số nước như Benin, Guinea, Sierra Leone và Tanzania cắt giảm lượng gạo nhập khẩu. Tổ chức FAO cũng cho biết lượng gạo nhập khẩu của Ai Cập năm 2012 là 100 nghìn tấn, giảm so với mức 350 nghìn tấn năm 2011. Nigeria, quốc gia nhập khẩu nhiều gạo nhất tại châu Phi, cũng giảm lượng gạo nhập khẩu 8%, ở mức 1,9 triệu tấn. Ngoài lý do sản lượng năm 2011 tăng thì việc chính phủ áp đặt các biện pháp bảo vệ hoạt động sản xuất trong nước cũng là nguyên nhân khiến nhập khẩu tại quốc gia này suy giảm. Năm trong mục tiêu đến năm 2015 trở thành quốc gia tự cung về gạo, Chính phủ Nigeria sẽ áp dụng mức thuế suất 25% đối với lúa gạo nhập khẩu bắt đầu từ ngày 1 tháng 7 năm 2012. Ngoài ra, chính phủ có kế hoạch nâng thuế nhập khẩu gạo từ 20% lên 40%. Điều này có nghĩa là mặt hàng sẽ có mức thuế nhập khẩu 50% và đến 31 tháng 12 năm 2012 sẽ tăng lên 100%. Triển khai các biện pháp này sẽ đánh dấu một sự thay đổi trong chính sách hải quan của Nigeria, theo đó trong những năm gần đây quốc gia này

đã có những điều chỉnh giảm về thuế suất phù hợp với lộ trình của Chương trình thuế quan chung trong Cộng đồng Kinh tế các quốc gia Tây Phi. Trong khi đó, một số thị trường lớn khác trong khu vực như Senegal sẽ tăng 4% lượng gạo nhập khẩu lên ở mức 780 nghìn tấn. Cote d'Ivoire và Nam Phi tăng lên ở mức tương ứng là 900 nghìn và 950 nghìn tấn.

Các nước châu Mỹ Latinh và vùng Caribe nhập khẩu gạo cũng tăng 6% lên 3,7 triệu tấn trong năm 2012. Brazil sản lượng trong nước giảm nên phải tăng lượng gạo nhập khẩu lên 800 nghìn tấn, cao hơn 200 nghìn tấn so với năm 2011. Thiếu hụt sản lượng tại Haiti, Mê-xi-cô, Panama và Peru cũng buộc các quốc gia phải nhập khẩu gạo nhiều hơn. Trong khi đó, sản lượng tại Colombia có những dấu hiệu phục hồi sẽ là yếu tố khiến lượng gạo nhập khẩu năm 2012 nước này trở về mức bình thường (khoảng 20 nghìn tấn). Đất nước Cuba, với sản lượng giảm 5% nên lượng gạo nhập khẩu năm 2012 là 570 nghìn tấn. Phù hợp với mục tiêu tự cung tự cấp, giới quan chức Cuba thông báo nước này đang hướng tới việc thay thế 117 nghìn tấn gạo nhập khẩu bằng lượng gạo sản xuất trong nước.

Tại các nước châu Âu, lượng gạo nhập khẩu của 27 nước EU khoảng 1,7 triệu tấn, tăng 4,8% so với năm 2011. Tuy nhiên, kể từ tháng 1 năm 2013, châu Âu đã tăng cường các biện pháp nghiêm ngặt hơn đối với gạo và các sản phẩm làm từ gạo có nguồn gốc từ Trung Quốc, sau hàng loạt vụ phát hiện các loại gạo biến đổi gen (GMO) kể từ năm 2010. Theo quy định mới, tất cả các thương nhân phải gửi thông báo nếu nhập khẩu gạo từ Trung Quốc, thời gian đến và địa điểm nhập hàng, tiến hành kiểm tra các lô hàng trước và sau khi giao hàng xem có bất kỳ loại sinh vật biến đổi gen trái phép nào không. Quy định này sẽ được tiến hành rà soát lại sau 06 tháng có hiệu lực và được coi là quy định có giá trị cao nhất trong số các quy định tương tự có hiệu lực từ năm

Bảng 2. Nhập khẩu gạo thế giới từ năm 2007 đến năm 2012

	2007-2009 (T/bình)	2010	2011	2012	% thay đổi năm 2012 so với năm 2011		2012	
							Số liệu trước	Điều chỉnh
							Triệu tấn	
Thế giới	30,5	31,5	34,5	32,8	-1,7	-4,9	33,8	-1,1
Quốc gia đang phát triển	25,7	27	29,8	27,9	-1,8	-6,2	29	-1,1
Quốc gia phát triển	4,8	4,5	4,7	4,9	0,2	3,3	4,9	0,0
Châu Á	14,3	15,8	17,2	15,4	-1,8	-10,2	16,5	-1,0
Châu Phi	9,9	9,4	10,7	10,5	-0,2	-2,3	10,5	0,0
Trung Mỹ và Caribe	2,2	2,1	2,2	2,2	0,0	0,1	2,2	-
Nam Mỹ	1,0	1,3	1,3	1,5	0,2	14,9	1,5	-
Bắc Mỹ	1,0	0,9	1,0	1,0	0,0	3,7	01	0,0
Châu Âu	1,8	1,6	1,7	1,7	0,1	4,8	1,7	-

Nguồn: <http://WWW.viettrade.gov.vn/go/2710>

2008, thời điểm lô hàng đầu tiên của Trung Quốc bị phát hiện là thuộc loại gạo biến đổi gen. Theo số liệu chính thức, năm 2012 là năm thứ hai liên tiếp lượng gạo nhập khẩu của châu Âu từ Hoa Kỳ tăng 650.000 tấn, trong đó theo tổ chức FAO cho biết Liên bang Nga tiếp tục mua thêm 180.000 tấn trong năm nay. (Bảng 2).

2. Thực trạng xuất khẩu gạo của Việt Nam

2.1 Sản lượng gạo xuất khẩu

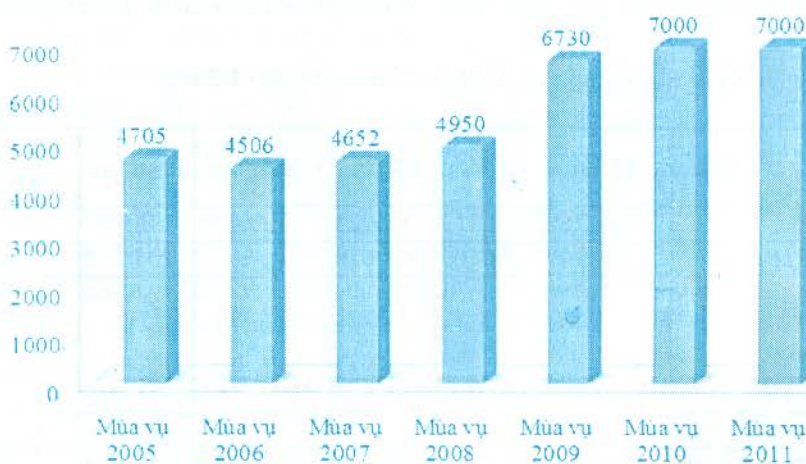
Việt Nam từ một nước thiếu lương thực của những thập niên 80, 90 thế kỷ trước thì những năm 2005 – 2008 sản lượng gạo xuất khẩu khá ổn định ở mức trên 4,5 triệu tấn và có bước đột phá từ những năm 2009. Cụ thể, mùa vụ 2010/2011, Việt Nam xuất khẩu 7,1 triệu tấn gạo trong tổng sản lượng 26,37 triệu tấn, so với 6,73 triệu tấn trong mùa vụ

2009/2010. Với sản lượng này, Việt Nam tiếp tục giữ vị trí thứ hai trên thế giới về xuất khẩu gạo, sau Thái Lan. Mùa vụ 2011/2012, Việt Nam vẫn duy trì mức xuất khẩu gạo trên 7 triệu tấn và đã đạt 7,72 triệu tấn, kim ngạch xuất khẩu gạo đạt 3,45 tỷ USD. (Hình 2).

2.2 Thị trường xuất khẩu chính

Mùa vụ 2011/12, nước ta xuất khẩu 7,72 triệu tấn gạo trong tổng sản lượng 27,15 triệu tấn, tiếp tục giữ vị trí thứ hai trên thế giới về xuất khẩu gạo, sau Ấn Độ. Thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam trong mùa vụ 2011/2012 là các quốc gia châu Á chiếm 77,7% tổng lượng gạo xuất khẩu của cả nước (tương đương 6 triệu tấn). Indonesia, Philippines và Malaysia vẫn tiếp tục là ba thị trường nhập khẩu truyền thống. Tiềm năng tiêu thụ gạo của các thị

Hình 2. Xuất khẩu gạo của Việt Nam từ mùa vụ 2005 đến mùa vụ 2011 (Đvt: nghìn tấn)



Nguồn: Nguồn thông tin thương mại, tính toán của USDA (2011).

trường này vẫn còn khá lớn, tuy nhiên, theo USDA, trong vài năm tới, lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường này sẽ bị thu hẹp dần. Mùa vụ 2011/12, Trung Quốc là nước nhập khẩu gạo nhiều nhất của Việt Nam với kim ngạch hơn 2 triệu tấn. Dự báo xuất gạo của Việt Nam sang thị trường này sẽ tiếp tục tăng trong mùa vụ 2012/13. Tuy nhiên, Việt Nam sẽ phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt từ Thái Lan, Ấn Độ, Pakistan và Myanmar khi xuất khẩu gạo sang Trung Quốc.

Đối với thị trường châu Phi, Việt Nam có nhiều lợi thế hơn so với Ấn Độ và Pakistan nhất là với loại gạo tằm 5%; nhưng lại phải đối mặt với sức ép cạnh tranh gay gắt từ Thái Lan vì các nhà xuất khẩu Thái Lan có thể hạ thấp giá bán để cạnh tranh tại thị trường quan trọng này. Theo Hiệp hội Lương thực Việt Nam, Ấn Độ và Pakistan lại có lợi thế cạnh tranh đối với thị trường gạo chất lượng thấp (đặc biệt là gạo tằm 25%).

Xét về lượng, trung bình mỗi năm Việt Nam xuất khẩu sang châu Phi từ 1,2 đến 1,5 triệu tấn gạo. Mùa mua sắm tại thị trường châu Phi không bắt đầu vào quý đầu tiên của năm mà thường từ quý 2 trở đi. Gạo xuất sang châu Phi thường được bán theo cơ sở giá FOB; hàng hóa được chuyển bằng tàu lớn và dừng lại ở nhiều cảng tại các quốc gia châu Phi khác nhau. Chính vì vậy, rất khó để đưa ra con số chính xác về lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam sang châu lục này. (Bảng 3).

Theo báo cáo của USDA, Việt Nam đang muốn tiếp cận thị trường mới để đẩy mạnh xuất khẩu. Việt Nam đã xuất khẩu gạo đến Chile và Haiti trong năm ngoái và đang tìm cách mở rộng thị phần tại Tây bán cầu.

Cũng theo báo cáo, sản lượng lúa gạo Việt Nam

năm 2013 ước tính 27,65 triệu tấn, tăng so với khoảng 27,15 triệu tấn năm trước. Tiêu thụ lúa gạo trong nước dự kiến sẽ tăng nhẹ, từ khoảng 19,65 triệu tấn năm 2012 lên 20,1 triệu tấn năm 2013. *

2.3 Giá gạo xuất khẩu

Năm 2012, sản lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam đạt 7,72 triệu tấn, trị giá FOP đạt 3,45 tỷ USD. Theo VFA năm 2012 lượng gạo xuất khẩu gạo của Việt Nam vượt năm 2011 nhưng thua về giá trị. Nguyên nhân căn bản được lý giải là do giá gạo xuất khẩu giảm. Năm 2011 cả nước xuất khẩu đạt 7,105 triệu tấn, nhưng giá FOP là 3,507 tỷ USD.

Khoảng 70% lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam là gạo có phẩm cấp thấp (gạo 25% tằm), gạo có phẩm cấp cao (5% tằm) thì vẫn chưa cạnh tranh được với gạo của Thái Lan. Gạo có phẩm cấp thấp thị trường tiêu thụ ngày càng bị thu hẹp và chịu sự cạnh tranh gay gắt từ các nước Ấn Độ, Pakistan và Myanmar.

Giá gạo xuất khẩu trung bình theo giá FOP năm 2012 khoảng 456USD/tấn. Mặc dù quý I/2013 giá xuất khẩu gạo trung bình tăng đạt 468USD/tấn (tăng 2% so với năm 2012). Mức giá này thấp hơn mức giá xuất khẩu trung bình năm 2011 là 39USD/tấn (giá trung bình năm 2011 là 495USD/tấn).

3. Nhận xét một số giải pháp

3.1 Nhận xét về xuất khẩu gạo thời gian qua

Trong những năm qua xuất khẩu gạo của Việt Nam đã tạo được một số thành tựu nổi bật là: Khối lượng và kim ngạch xuất khẩu không ngừng tăng lên (năm 2012 đạt 7,72 triệu tấn, kim ngạch đạt 3,5 tỷ USD); Kết cấu chủng loại gạo đặc biệt là các loại gạo thơm giá trị cao đã có nhiều cải thiện; Thị trường xuất khẩu không ngừng được mở rộng; Xuất khẩu gạo đã góp phần quan trọng đưa đất nước vượt

Bảng 3. Xuất khẩu gạo của Việt Nam mùa vụ 2011/2012

	5%	10%	15%	25%	100%	Glutinous	Jasmine	Các loại khác	Tổng
Châu Á	2.684.815	-	1.505.767	793.317	15.925	309.434	433.707	5.832	5.748.797
Châu Phi	821.826	-	75.947	98.407	365.610	-	104.162	52.356	1.518.308
Châu Âu và các nước CIS	39.828	24.699	756	-	-	-	24.564	-	89.847
Châu Mỹ	32.014	-	213.090	2.901	55.883	-	25.445	-	329.333
Châu Úc	19.235	-	-	-	-	-	11.036	-	30.271
Tổng	3.597.718	24.699	1.795.560	894.625	437.418	309.434	598.914	58.188	7.716.556

Nguồn: Thông tin thương mại/ Tổng cục Hải quan Việt Nam/ Hiệp hội Lương thực Việt Nam (2012)

qua thời kỳ khó khăn, tạo sự ổn định về kinh tế, chính trị, xã hội, tạo tiền đề cho sự phát triển tiếp theo; Xuất khẩu gạo có vai trò quan trọng đối với phát triển nông nghiệp nông thôn, tạo thêm việc làm, tăng thu nhập, xóa đói giảm nghèo ở nông thôn nói riêng và cả nước nói chung; Xuất khẩu gạo góp phần hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng hơn.

Bên cạnh đó vẫn có những nhược điểm là: Chất lượng gạo xuất khẩu còn thấp; giá xuất khẩu thấp so với các nước Thái Lan, Ấn Độ; Năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế yếu...

3.2 Một số giải pháp

• Qua phân tích ở trên tác giả đưa ra một số giải pháp nhằm có thể cải thiện được giá và nâng chất lượng gạo nhằm giữ được thị trường truyền thống và phát triển thị trường mới trong những năm tiếp theo.

Một là, phải tuyên truyền sâu rộng về mối quan hệ giữa sản xuất và xuất khẩu

Năm 2012 sản lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam đạt 7,72 triệu tấn đứng thứ hai thế giới, nhưng giá trị chỉ đạt được 3,45 tỷ USD. Sản lượng tăng 8,3% nhưng giá trị thấp hơn 1,98% so với năm 2011 (thấp hơn 70 triệu USD). Điều này cho thấy một nghịch lý người nông dân sản xuất càng nhiều thì giá bán càng rẻ và lợi nhuận giảm. Nếu chúng ta so sánh với Thái Lan, diện tích đất trồng lúa của Việt Nam chỉ khoảng 3,5 triệu ha và diện tích này có khuynh hướng giảm do quá trình công nghiệp hóa, đô thị hóa, sản gôn hóa... trong khi đó Thái Lan có đến 10 triệu ha đất trồng lúa. Do vậy, việc Việt Nam đứng thứ hai thế giới trong xuất khẩu gạo vượt qua Thái Lan là không bền vững nếu chúng ta không chú ý tới chất lượng mà chỉ chạy theo số lượng.

Như vậy, trong sản xuất lúa gạo, Nhà nước và chính quyền địa phương phải có định hướng, tuyên truyền, khuyến cáo người nông dân muốn xuất khẩu bền vững thì phải chú ý đến chất lượng đáp ứng nhu cầu thị trường, tăng cường sản xuất lúa thơm jasmine hoặc gạo Homali là những loại gạo đang được thị trường ưa chuộng và có giá cả hợp lý bên cạnh đó sản xuất giống lúa IR50404 ở mức độ vừa phải (dưới 20%), từ đó người nông dân sẽ thấy được hiệu quả và lợi nhuận mang lại từ việc sản xuất các giống lúa thơm, nhận thức được sự gắn kết giữa sản xuất và tiêu thụ (xuất khẩu).

Bên cạnh đó, Nhà nước và chính quyền địa phương cần có một sự đầu tư thỏa đáng cho việc tuyển chọn những giống lúa chủ lực, phù hợp với thổ nhưỡng từng vùng, miền cho năng suất và giá trị

cao phù hợp với nhu cầu thị trường trong và ngoài nước (thấu hiểu chiết lý “sản xuất cái mà thị trường cần”) và không nên chạy theo số lượng để có vị trí thứ nhất hay thứ hai về số lượng, đã đến lúc phải đặc biệt quan tâm đến chất lượng để có giá trị cao vì năng suất lúa và diện tích trồng lúa không thể tăng mãi được.

Hai là, Xây dựng thương hiệu cho gạo Việt Nam

Năm 2012 giá gạo Việt Nam rất thấp so với các đối thủ cạnh tranh nên hiệu quả xuất khẩu và đời sống của người trồng lúa không được cải thiện là mấy. Chúng ta sản xuất ra lúa, gạo nhưng cái chúng ta cần bán là thương hiệu gạo. Có thương hiệu không chỉ là việc bán được giá cao mà còn ghi dấu ấn vào thị trường với những sản lượng và giá trị ổn định. Thương hiệu không chỉ là nhãn hiệu, tên gọi mà nó còn hàm chứa sở hữu trí tuệ khác như bao bì, mẫu mã, kiểu dáng, quảng bá, tiếp thị giới thiệu sản phẩm... chúng ta chưa có được loại gạo nào mà khi nhắc đến tên gạo là nhắc đến Việt Nam. Trong khi đó, nhắc đến Thái Lan, ai cũng có thể kể tên những giống gạo ngon nổi tiếng của nước này, như gạo Jasmine, gạo Homali. Những sản phẩm này của Thái Lan có mặt ở nhiều quầy kệ của các siêu thị, nhà bán lẻ trên khắp các châu lục.

Như vậy, để có thương hiệu gạo Việt Nam ngoài việc khuyến cáo nông dân quan tâm hơn đến giống lúa có chất lượng cao, chúng ta còn phải tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại giới thiệu sản phẩm gạo và cố gắng ký được các hợp đồng tiêu thụ dài hạn với các nước có tiềm năng. Mặt khác, chúng ta phải sắp xếp và quy hoạch lại sản xuất nông nghiệp, nhất là vùng trồng lúa. Các doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp kinh doanh về xuất khẩu gạo cũng phải tham gia tích cực hơn vào việc quảng bá và giúp cho người nông dân nhận thức được những chủng loại gạo nào đáp ứng yêu cầu của thị trường để hướng dẫn nông dân trồng và giúp nông dân tiêu thụ.

Việc tham gia vào các chuỗi cung ứng, các chuỗi giá trị toàn cầu của Việt Nam còn yếu, nhiều sản phẩm nông sản của Việt Nam xuất ra bên ngoài nhưng lại bị dùng nhãn mác của nước khác, đây là một yếu kém, một sự tồn tại trong vấn đề quảng bá và xúc tiến thương mại. Để xây dựng thương hiệu gạo Việt Nam, chúng ta cần chú vào bốn khâu sau:

• Chọn, tạo và phổ biến cho nhân dân các giống lúa có chất lượng cao hơn, năng suất cao hơn.

• Tổ chức sản xuất theo mô hình cánh đồng mẫu lớn cũng như những hình thức tổ chức để có sản

lượng hàng hóa lớn và đồng đều với giá thành rẻ hơn.

- Hỗ trợ doanh nghiệp và nông dân xây dựng kho, dự trữ, bảo quản đảm bảo chất lượng ổn định.

- Xúc tiến thương mại.

Cả bốn khâu trên cần phải thực hiện đồng bộ thì hạt gạo Việt Nam mới dần có thương hiệu trên thị trường thế giới.

Ba là, có chính sách hỗ trợ doanh nghiệp thu mua gạo tạm trữ xuất khẩu và chính sách trợ giá cho nông dân.

Hiện nay các doanh nghiệp xuất khẩu gạo gặp khó khăn về vốn trong thu mua gạo tạm trữ cũng như áp lực trả nợ ngân hàng, nên các doanh nghiệp không thể thu mua lúa kịp thời vào thời điểm thu hoạch của người nông dân, cũng như phải hạ giá bán gạo để tháo hạn nợ ngân hàng gây ra sự biến

động giá gạo.

Vì vậy, Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ kịp thời doanh nghiệp xuất khẩu mua gạo xuất khẩu như giãn nợ cho các doanh nghiệp có hàng tồn kho lớn để ổn định giá gạo trong nước cũng như xuất khẩu.

Theo nghiên cứu của Ngân hàng thế giới (WB) cho biết phần lớn người trồng lúa ở Việt Nam có quy mô nhỏ. Tại Đồng bằng Sông Cửu Long có khoảng 4 triệu hộ trồng lúa, với quy mô khoảng 4,4 nhân khẩu/1 hộ, với lợi nhuận thu được từ sản xuất lúa khoảng 230USD/người-năm. Qua số liệu này cho thấy, phần lớn người nông dân sản xuất lúa ở Việt Nam là nghèo. Như vậy, Nhà nước phải có sự quan tâm kịp thời khi giá lúa giảm để trợ giá cho người nông dân đảm bảo cho họ luôn có mức lợi nhuận định mức từ 30% trở lên, để họ tái sản xuất và yên tâm, gắn bó với nghề nông của mình. □

Tài liệu tham khảo:

Đại học Kinh tế tài chính TP. Hồ Chí Minh, 2013, “Xuất khẩu gạo Việt Nam năm 2012 & định hướng năm 2013”,

Tạp chí Phát triển và hội nhập, tháng 3-4/2013.

<http://WWW.viettrade.gov.gov.vn/go/2411>

<http://WWW.viettrade.gov.gov.vn/go/2411>

<http://WWW.viettrade.gov.gov.vn/go/2710>

<http://WWW.baomoi.com/Xuất-khau-gao-nam-2012-Luong-tang-gia-giam/45/10140883.epi>

<http://WWW.SGGP.org.vn/nongnghiepkt/2012/12/305895/>

Rice export of Vietnam: situation and solutions

Abstract:

Vietnam has exported 7.72 million tons of rice in 2012, becoming the world's second largest rice exporter. India is the world's largest rice exporting country with the export of 9.5 million tons. Thailand is the third with 6.9 million tons. Although rice production and export increased continuously during the period 2005-2012, but the farmer's income does not increase as the level of export growth. Vietnam farmers are still poor. According to estimates of the VFA and the situation of rice production in 2013 and in the following years, Vietnam's rice export still faces difficulties and fierce competition. This paper analyses and proposes solutions to protecting the interests of farmers as well as branding for Vietnam rice to its position in the market world.

Thông tin tác giả:

* **Nguyễn Đình Luận:** Tiến sĩ ngành Kinh tế

- Nơi công tác: Đại học Sài Gòn

- Các hướng nghiên cứu chủ yếu: Kinh tế học và nguồn nhân lực.

- Các tạp chí đã đăng tải công trình: Tạp chí Kinh tế Nông nghiệp, Economic development Review. Tạp chí Kinh tế và phát triển, Tạp chí Nghiên cứu Tài chính Marketing, Tạp chí Đại học Sài Gòn.

Email: luan.nd@cb.sgu.edu.vn