

**THỊ TRƯỜNG LÚA GẠO VIỆT NAM:
CẢI CÁCH ĐỂ HỘI NHẬP
CÁCH TIẾP CẬN CẤU TRÚC THỊ TRƯỜNG**

Cuốn sách này là sản phẩm của Dự án nghiên cứu “Ảnh hưởng của cấu trúc ngành lúa gạo đến lợi ích của nông dân sản xuất nhỏ ở Việt Nam”, một hoạt động của Liên minh “Vi quyền của nông dân và hiệu quả của nền sản xuất nông nghiệp Việt Nam”, thuộc Chương trình “Hỗ trợ liên minh vận động chính sách” do Bộ Phát triển Quốc tế Anh (DFID) tài trợ và tổ chức Oxfam tại Việt Nam quản lý. Cuốn sách này được viết dựa trên quan điểm của các tác giả, không nhất thiết phản ánh quan điểm của Liên minh “Vi quyền của nông dân và hiệu quả của nền sản xuất nông nghiệp Việt Nam”, Bộ Phát triển Quốc tế Anh (DFID) và tổ chức Oxfam.



VEPR

VIỆN NGHIÊN CỨU KINH TẾ VÀ CHÍNH SÁCH

Chủ biên: TS. NGUYỄN ĐỨC THÀNH và ĐINH TUẤN MINH

**THỊ TRƯỜNG LÚA GẠO VIỆT NAM:
CẢI CÁCH ĐỂ HỘI NHẬP
CÁCH TIẾP CẬN CẤU TRÚC THỊ TRƯỜNG**

NHÀ XUẤT BẢN HỒNG ĐỨC

HÀ NỘI - THÁNG 10 NĂM 2015

Tranh bìa: *Phong cảnh Thanh Kim (Sapa)* của họa sĩ Tô Ngọc Thành (2007, acrylic trên vải, 60x80cm). Sưu tập của NĐT.

LỜI NÓI ĐẦU

Kể từ cuối thập niên 1980 đến nay, ngành lúa gạo của Việt Nam đã phát triển liên tục theo định hướng gia tăng sản lượng. Sự gia tăng này đã giúp Việt Nam không những đảm bảo an ninh lương thực trong nước mà còn liên tục là một trong ba nước xuất khẩu gạo nhiều nhất thế giới trong suốt một thập kỷ qua.

Tuy nhiên, sự mở rộng quy mô của ngành lúa gạo Việt Nam, thay vì được hồ hởi chào đón như trước đây, giờ lại trở thành mối lo lắng trong chính sách phát triển bền vững cho ngành lúa gạo, đặc biệt khi Việt Nam hội nhập sâu rộng hơn vào thị trường quốc tế. Sản lượng lúa tăng không những không kèm theo sự cải thiện thu nhập của người nông dân, mà còn là nguy cơ khiến đất trồng bị thoái hoá và ô nhiễm môi trường tăng cao. Việc quá chú trọng đến tăng sản lượng dẫn đến chất lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam không cao, thị trường xuất khẩu tập trung vào phân đoạn gạo cấp thấp, kém đa dạng, và đặc biệt đang tập trung rất nhanh vào thị trường Trung Quốc. Khi những thị trường xuất khẩu này gặp khó khăn, sức ép giảm giá lập tức được tạo ra lên toàn bộ thị trường nội địa, gây thiệt hại cho các thành phần trong chuỗi sản xuất lúa gạo trong nước. Hơn nữa, xu hướng tự túc lúa gạo gần đây của các quốc gia nhập khẩu gạo, đi kèm với đó là sự tăng trưởng mạnh mẽ trong xuất khẩu của một số quốc gia như Campuchia và Ấn Độ cũng tạo ra áp lực cạnh tranh ngày càng gay gắt tới các quốc gia xuất khẩu, khiến Việt Nam cần phải suy xét lại định hướng lớn về đẩy mạnh sản lượng xuất khẩu của toàn ngành.

Chúng tôi thấy rằng đã có sự đồng thuận chung trong giới hoạch định chính sách về vấn đề này. Đó là mong muốn ngành lúa gạo Việt Nam cần chuyển dịch sang sản xuất các loại gạo chất lượng cao hơn;

đa dạng hoá các thị trường xuất khẩu; và cung ứng gạo chất lượng cao cho tiêu thụ trong nước. Vấn đề ở đây là làm thế nào để đạt được những mục tiêu này? Chúng tôi cho rằng dù là giải pháp nào, để đạt được mục tiêu, thì đều phải dựa vào các lực lượng của thị trường. Chỉ có lực lượng thị trường mới có thể giúp cho các hoạt động sản xuất và tiêu thụ của ngành lúa gạo theo định hướng mới được bền vững. Điều chúng ta có thể làm là tìm được xu hướng mà các lực lượng thị trường sẽ định hình cấu trúc thị trường lúa gạo trong tương lai, và qua đó đưa ra các giải pháp để việc định hình này có thể diễn ra nhanh hơn.

Mục tiêu của nghiên cứu này là xác định các đặc điểm cấu trúc thị trường lúa gạo Việt Nam trên cơ sở so sánh với các nước khác, qua đó xác định được tính hiệu quả và công bằng của cấu trúc thị trường hiện tại và ảnh hưởng của các đặc điểm cấu trúc thị trường đến quyền lợi của người sản xuất lúa gạo nhỏ. Đây là cơ sở để chúng tôi đưa ra các khuyến nghị cải cách cấu trúc thị trường trong tương lai, hướng tới việc nâng cao hiệu quả chung của toàn bộ chuỗi giá trị và đem lại vị thế công bằng hơn cho người sản xuất nhỏ trong chuỗi giá trị này.

Để đạt được mục tiêu nghiên cứu trên, chúng tôi sẽ dựa trên lý thuyết về cấu trúc - hành vi - kết quả (SCP) trong lý thuyết ngành. Cụ thể chúng tôi phân thị trường lúa gạo thành 2 phân đoạn: phân đoạn mua bán lúa để xay xát và phân đoạn mua bán gạo để tiêu thụ trong nước hoặc xuất khẩu. Tại mỗi phân đoạn chúng tôi sẽ xác định các đặc điểm cấu trúc thị trường. Đó là các chủ thể tham gia, chức năng và vị thế ảnh hưởng của mỗi chủ thể, khả năng lựa chọn chiến lược tham gia của mỗi chủ thể, lợi ích và chi phí gắn với mỗi lựa chọn chiến lược.

Về nghiên cứu thực nghiệm, trước tiên chúng tôi tiến hành so sánh cấu trúc thị trường lúa gạo của Việt Nam với hai nước Thái Lan và Ấn Độ dựa trên các nghiên cứu của các đồng nghiệp khác. Trên cơ sở những phát hiện khi so sánh cấu trúc thị trường lúa gạo của Việt Nam với của Ấn Độ và Thái Lan, chúng tôi xây dựng một số giả

thuyết về hành vi của các chủ thể trong cấu trúc thị trường lúa gạo Việt Nam, phỏng đoán các kết quả của thị trường khi có các thay đổi về các đặc điểm cấu trúc thị trường và thực hiện quá trình thực địa phỏng vấn sâu ở hai tỉnh An Giang và Cần Thơ. Căn cứ vào kết quả phỏng vấn sâu cộng với một số giả thiết phụ trợ, chúng tôi đưa ra những kết luận về xu hướng điều chỉnh cấu trúc thị trường lúa gạo tại ĐBSCL trong tương lai.

Do giới hạn về mặt thời gian, nguồn lực, cũng như tính khai mở của nghiên cứu, nghiên cứu này chắc chắn sẽ không tránh khỏi những thiếu sót. Do vậy, nhóm nghiên cứu mong nhận được những ý kiến đóng góp, phản biện, đề xuất về phương pháp để cải thiện trong những nghiên cứu sâu hơn về đề tài này về sau.

NHÓM TÁC GIẢ

Nguyễn Đức Thành: Nhận bằng Tiến sỹ Kinh tế Phát triển tại Viện Nghiên cứu Chính sách Quốc gia Nhật Bản (GRIPS), là chuyên gia về kinh tế vĩ mô, thành viên Nhóm Tư vấn Kinh tế của Thủ tướng Chính phủ. TS. Thành là Viện trưởng Viện Nghiên cứu Kinh tế và Chính sách (VEPR).

Đinh Tuấn Minh: Tham dự chương trình Tiến sỹ Kinh tế về đổi mới công nghệ phối hợp giữa trường Đại học Tổng hợp Maastricht, Hà Lan và trường Đại học Liên hiệp quốc (United Nations University); nhận bằng Thạc sỹ công nghệ tại Học viện Công nghệ châu Á (AIT), Thái Lan; lĩnh vực nghiên cứu chính bao gồm kinh tế học trường phái Áo, kinh tế công, kinh tế học thể chế, kinh tế đổi mới công nghệ, và kinh tế tổ chức ngành. Đinh Tuấn Minh hiện là nghiên cứu viên cao cấp của Viện Chiến lược và Chính sách Khoa học và Công nghệ, đồng thời là cộng tác viên nghiên cứu của VEPR.

Hoàng Xuân Diễm: Nhận bằng cử nhân Kinh tế học Quốc tế tại Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội (ĐHQGHN), nghiên cứu viên của Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung Ương (CIEM), cộng tác viên nghiên cứu của VEPR.

Lê Minh Tâm: Nhận bằng cử nhân chuyên ngành Kiểm toán, Học viện Tài chính, hiện là Giám đốc Công ty TNHH Dịch vụ Tư vấn CASAN Việt Nam.

Nguyễn Quang Thái: Nhận bằng cử nhân danh hiệu xuất sắc toàn khóa học chuyên ngành Tài chính Doanh nghiệp tại Viện Ngân hàng Tài chính, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân; từng nhận giải Ba Giải thưởng Tài năng Khoa học trẻ cấp Bộ năm 2012; hiện là nghiên cứu viên của VEPR.

Nguyễn Thị Hiền: Nhận bằng cử nhân Kinh tế học Chính trị tại trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội, cộng tác viên nghiên cứu của VEPR.

LỜI CẢM ƠN

Nghiên cứu “Thị trường lúa gạo Việt Nam: Cải cách để hội nhập - Cách tiếp cận cấu trúc thị trường”, do Viện Nghiên cứu Kinh tế và Chính sách (VEPR) thực hiện, đã được hoàn thành nhờ sự giúp đỡ của nhiều cá nhân và tổ chức.

Trước tiên, nhóm nghiên cứu xin được gửi lời cảm ơn chân thành đến Viện Nghiên cứu Xã hội, Kinh tế và Môi trường (iSEE), với tư cách là Đơn vị Điều phối Liên minh *Vì quyền của nông dân và hiệu quả của nền sản xuất nông nghiệp Việt Nam năm 2014*, đã có những hỗ trợ vô cùng quý giá trong quá trình tổ chức thực hiện Dự án nghiên cứu.

Sự tham gia của các chuyên gia tư vấn, phản biện là yếu tố quyết định trong thành công của nghiên cứu, từ lúc lên ý tưởng cho đến những bước hoàn thiện cuối cùng. Vì vậy, chúng tôi xin gửi lời tri ân đến GS. TS. Võ Tòng Xuân - Hiệu trưởng Trường Đại học Nam Cần Thơ, TS. Võ Trí Thành - Phó Viện trưởng Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung Ương, TS. Nguyễn Đỗ Anh Tuấn - Viện trưởng Viện Chính sách và Chiến lược Phát triển Nông nghiệp Nông thôn, TS. Lê Đức Thịnh - Phó Cục trưởng Cục Kinh tế Hợp tác và Phát triển Nông thôn, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, TS. Đào Thế Anh - Phó Chủ tịch Hội Khoa học Phát triển Nông nghiệp Nông thôn Việt Nam (PHANO) cùng nhiều chuyên gia khác vì những thảo luận chi tiết liên quan tới nội dung của báo cáo trong các buổi hội thảo, tham vấn chuyên gia của Dự án Nghiên cứu.

Những phát hiện của nghiên cứu có một phần đóng góp rất lớn từ sự hợp tác nhiệt tình của các cơ quan chức năng, doanh nghiệp và nông dân tại các địa bàn khảo sát thực địa. Nhóm tác giả xin chân thành cảm ơn sự hợp tác của các đơn vị tại Huyện Cờ Đỏ,

Thốt Nốt, Thành phố Cần Thơ; Huyện Châu Thành, Chợ Mới, Tỉnh An Giang.

Chúng tôi xin chân thành cảm ơn nhóm tham gia cùng thực hiện cũng như hỗ trợ nghiên cứu thực địa, gồm Hoàng Anh Dũng (Viện Nghiên cứu Xã hội, Kinh tế và Môi trường), Nguyễn Thanh Tùng, Nguyễn Thu Thảo (Viện Nghiên cứu Kinh tế và Chính sách), Nguyễn Thùy Liên, Bạch Huỳnh Duy Linh (nghiên cứu viên độc lập). Nỗ lực của họ đã giúp nhóm nghiên cứu thu thập và xử lý được nhiều thông tin quý giá trong quá trình nghiên cứu thực địa tại địa phương. Xin chân thành cảm ơn anh Thái Văn Tình (Trung tâm Nghiên cứu và phát triển hệ thống nông nghiệp Việt Nam) đã cung cấp những tài liệu quan trọng trong quá trình hoàn thiện báo cáo, chị Trần Ngọc Huyền (Đại học Kinh tế) đã hỗ trợ nghiên cứu tổng quan tài liệu.

Chúng tôi cũng xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến các thành viên hỗ trợ của Viện Nghiên cứu Kinh tế và Chính sách (VEPR). Sự tận tâm, nhiệt tình, và kiên nhẫn của họ là phần không thể thiếu trong việc hoàn thiện báo cáo.

Dù đã rất cố gắng trong thời gian cho phép, với những sự hỗ trợ nhiệt thành của các chuyên gia và cộng sự, chúng tôi biết báo cáo vẫn còn nhiều hạn chế và thiếu sót. Chúng tôi rất mong nhận được sự đóng góp của quý vị độc giả để nhóm tác giả có cơ hội được học hỏi và hoàn thiện hơn trong những công trình tiếp theo.

Hà Nội, ngày 23/9/2015

Thay mặt nhóm tác giả
TS. NGUYỄN ĐỨC THÀNH

MỤC LỤC

<i>Lời nói đầu</i>	v
<i>Nhóm tác giả</i>	viii
<i>Lời cảm ơn</i>	ix
<i>Danh mục hình và đồ thị</i>	xiii
<i>Danh mục bảng</i>	xiv
<i>Danh mục hộp</i>	xv
<i>Danh mục các chữ viết tắt</i>	xvi

CHƯƠNG 1. DẪN NHẬP

CHƯƠNG 2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Khung phân tích: cấu trúc SCP	11
2.2. Phương pháp nghiên cứu thực nghiệm	14

CHƯƠNG 3. ĐẶC ĐIỂM VÀ CẤU TRÚC

THỊ TRƯỜNG LÚA GẠO THẾ GIỚI

3.1. Sản xuất và tiêu thụ gạo thế giới	16
3.2. Xuất nhập khẩu	21
3.2.1. Các quốc gia xuất - nhập khẩu gạo	21
3.2.2. Các doanh nghiệp xuất - nhập khẩu gạo trên thế giới	26
3.2.3. Giá gạo và cơ chế hình thành giá gạo xuất nhập khẩu	29
3.2.4. Những xu hướng xuất nhập khẩu gạo trên thế giới gần đây	34
3.2.5. Nhận xét về mối quan hệ cấu trúc-hành vi-kết quả (SCP) trên thị trường xuất nhập khẩu gạo thế giới	37

CHƯƠNG 4. CẤU TRÚC VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA THỊ TRƯỜNG

LÚA GẠO TẠI MỘT SỐ QUỐC GIA TIÊU BIỂU

4.1. Ấn Độ	39
4.1.1. Thị trường thu mua thóc để xay sát	41
4.1.2. Thị trường mua bán gạo để phân phối trong nước và xuất khẩu	44
4.2. Thái Lan	45
4.2.1. Thị trường mua bán thóc để xay sát	47

4.2.2. Thị trường mua bán gạo để phân phối trong nước và xuất khẩu	49
4.3. Thảo luận	52
CHƯƠNG 5. TỔNG QUAN VỀ NGÀNH LÚA GẠO VIỆT NAM	
5.1. Sản xuất lúa gạo	54
5.2. Xuất khẩu gạo của Việt Nam	57
CHƯƠNG 6. HIỆN TRẠNG CẤU TRÚC THỊ TRƯỜNG LÚA GẠO VIỆT NAM	
6.1. Nông dân	62
6.2. Môi giới mua bán lúa	71
6.3. Thương lái	72
6.4. Nhà máy xay xát	78
6.5. Môi giới bán gạo	81
6.6. Thương nhân phân phối và bán lẻ trong nước	82
6.7. Nhà xuất khẩu	83
6.8. Vai trò của chính phủ	88
CHƯƠNG 7. XU HƯỚNG THAY ĐỔI CẤU TRÚC THỊ TRƯỜNG LÚA GẠO VIỆT NAM: MỘT SỐ TRAO ĐỔI VỀ ĐỊNH HƯỚNG CHÍNH SÁCH	
7.1. Xu hướng thay đổi cấu trúc thị trường lúa gạo Việt Nam	97
7.1.1. Nông dân	98
7.1.2. Môi giới mua bán lúa	99
7.1.3. Thương lái	99
7.1.4. Các nhà phân phối gạo trong nước	100
7.1.5. Nhà máy xay xát và lau bóng	100
7.1.6. Nhà xuất khẩu	101
7.2. Trao đổi về các định hướng chính sách	102
CHƯƠNG 8. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH	
8.1. Kết luận	111
8.2. Khuyến nghị chính sách	116
<i>Tài liệu tham khảo</i>	120

DANH MỤC HÌNH VÀ ĐỒ THỊ

<i>Hình 2.1.</i> Mô hình SCP truyền thống	11
<i>Hình 3.1.</i> Sản lượng lúa gạo và diện tích canh tác trên toàn thế giới, 1961 - 2013 (trái: triệu tấn; phải: triệu ha)	19
<i>Hình 3.2.</i> Tổng lượng xuất khẩu và nhập khẩu gạo trên thế giới, 2001 - 2014 (triệu tấn)	22
<i>Hình 3.3.</i> Giá xuất khẩu của gạo, lúa mì và ngô, 1/1960 - 6/2015 (USD/tấn)	32
<i>Hình 4.1.</i> Chuỗi cung ứng lúa gạo của Ấn Độ, 2012	40
<i>Hình 4.2.</i> Chuỗi cung ứng lúa gạo của Thái Lan, 1997	46
<i>Hình 5.1.</i> Diện tích và sản lượng lúa gạo của Việt Nam, 1990 - 2014	54
<i>Hình 5.2.</i> Tỷ trọng sản xuất lúa phân theo vùng, 2013 (%)	55
<i>Hình 5.3.</i> Diện tích trồng lúa của các hộ dân, phân theo vùng, 2010 (%)	56
<i>Hình 5.4.</i> Sản lượng và giá trị xuất khẩu gạo của Việt Nam, 2000 - 2013, (trái: nghìn tấn; phải: nghìn USD)	58
<i>Hình 5.5.</i> Tỷ trọng gạo xuất khẩu theo hợp đồng tập trung, 2007 - 2012 (%)	59
<i>Hình 5.6.</i> Loại gạo xuất khẩu chính của Việt Nam, 2013 (%)	60
<i>Hình 6.1.</i> Sơ đồ chuỗi giá trị lúa gạo ở ĐBSCL, 2010	61
<i>Hình 6.2.</i> Chức năng của các nhà máy xay xát và lau bóng ở ĐBSCL, 2013	78

DANH MỤC BẢNG

<i>Bảng 3.1.</i> Tình hình sản xuất và tiêu thụ gạo của một số nước trên thế giới, 2014 (tấn)	18
<i>Bảng 3.2.</i> Triển vọng tiêu thụ gạo trên thế giới trung và dài hạn, 2002 - 2050 (triệu tấn)	21
<i>Bảng 3.3.</i> So sánh CR4 và HHI giữa khối các nước xuất khẩu và nhập khẩu, 1997 - 2008	23
<i>Bảng 3.4.</i> 10 quốc gia xuất - nhập khẩu gạo chính trên thế giới, 2013 - 2014	24
<i>Bảng 3.5.</i> Thị trường xuất khẩu của 4 nhà xuất khẩu gạo lớn nhất thế giới, 2013	25
<i>Bảng 3.6.</i> Danh sách các công ty thương mại gạo hàng đầu thế giới thập niên 2000	27
<i>Bảng 3.7.</i> Danh mục các quốc gia xếp gạo vào nhóm mặt hàng theo điều khoản Đối xử đặc biệt hoặc Tự vệ đặc biệt, hoặc thuế cao trên 50%, 2006	30
<i>Bảng 3.8.</i> Giá các loại gạo xuất khẩu trên thế giới, tháng 7-2012 (USD/tấn)	33
<i>Bảng 3.9.</i> Nhóm các nước xuất khẩu và nhập khẩu gạo mới nổi, 2009 - 2014 (nghìn tấn)	35
<i>Bảng 4.1.</i> Sản lượng và giá trị xuất khẩu gạo của Ấn Độ, 2000 - 2013	40
<i>Bảng 4.2.</i> Cấu trúc thị trường lúa gạo của Ấn Độ	42
<i>Bảng 4.3.</i> Cấu trúc thị trường lúa gạo của Thái Lan	51
<i>Bảng 5.1.</i> Thay đổi cấu trúc đất sản xuất gạo ở ĐBSCL, 2011	57

<i>Bảng 6.1.</i> Đánh giá hiệu quả sản xuất lúa gạo trong cánh đồng mẫu, 2014	69
<i>Bảng 6.2.</i> Đặc điểm thương lái lúa tham gia chuỗi giá trị, 2013	74
<i>Bảng 6.3.</i> Đặc điểm của các nhà máy xay xát, lau bóng/xuất khẩu, 2013	79
<i>Bảng 6.4.</i> Tỷ trọng (theo khối lượng) của 10 doanh nghiệp xuất khẩu gạo lớn nhất Việt Nam, 2012 (%)	84
<i>Bảng 6.5.</i> Đặc điểm các tác nhân trong cấu trúc thị trường lúa gạo Việt Nam	94

DANH MỤC HỘP

<i>Hộp 3.1.</i> Các loại gạo trên thế giới	16
<i>Hộp 6.1.</i> Phỏng vấn sâu thương lái Hoàng Văn Chí, huyện Cờ Mới, An Giang về quy mô và số lượng thương lái tại ĐBSCL	75
<i>Hộp 6.2.</i> Các doanh nghiệp xin trả chỉ tiêu xuất khẩu gạo theo hợp đồng tập trung	92

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

ASEAN	: Hiệp hội các Quốc gia Đông Nam Á
BVTVAG	: Bảo vệ Thực vật An Giang
CDL	: Cánh đồng lớn
DN	: Doanh nghiệp
DNNN	: Doanh nghiệp Nhà nước
ĐBSCL	: Đồng bằng Sông Cửu Long
EU	: Liên minh Châu Âu
FAO	: Tổ chức Lương thực Thế giới
G2G	: Hợp đồng mua bán giữa các chính phủ
GMP-RM	: Quy trình chuẩn về chế biến và xay xát gạo
HTX	: Hợp tác xã
HTXNN	: Hợp tác xã Nông nghiệp
MARD	: Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn
NN&PTNT	: Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn
R&D	: Đầu tư và phát triển
SCP	: Mô hình cấu trúc-hành vi-kết quả
TCTK	: Tổng Cục Thống kê
UBND	: Ủy ban Nhân dân
USDA	: Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ
VFA	: Hiệp hội Lương thực Việt Nam
Vinafood	: Các Tổng công ty Lương thực
Vinafood 1	: Tổng công ty Lương thực Miền Bắc
Vinafood 2	: Tổng công ty Lương thực Miền Nam
WTO	: Tổ chức Thương Mại Thế giới
XK	: Xuất khẩu

CHƯƠNG 1

DẪN NHẬP

«Never will man penetrate deeper into error than when he is continuing on the road which has led him to great success».

F.A. Hayek, *The Counter-Revolution of Science*, p. 185.

(Hayek F.A., 1952)

Kể từ cuối thập kỷ 1980 cho tới tận bây giờ, ngành lúa gạo Việt Nam đã phát triển theo định hướng gia tăng sản lượng. Sản lượng lúa của Việt Nam đã tăng từ mức 19,23 triệu tấn vào năm 1990 lên 32,53 triệu tấn vào năm 2000 và 43,66 triệu tấn vào năm 2012. Trong thập niên 1990, sản lượng tăng một phần vào việc mở rộng diện tích trồng lúa, từ 6042,8 nghìn hecta năm 1990 lên 7666,3 nghìn hecta năm 2000, thì từ năm 2000 trở lại đây chủ yếu chỉ dựa vào tăng năng suất trong khi diện tích đất trồng lúa không thay đổi (7753,2 nghìn hecta năm 2012). Mở rộng diện tích trồng vụ 3 ở vùng duyên hải và đầu nguồn sông Mekong được xem như là một trong những tác nhân quan trọng giúp diện tích trồng lúa của Việt Nam vẫn tăng trong khoảng chục năm vừa qua, bù đắp cho việc giảm diện tích do công nghiệp hoá và đô thị hoá¹.

Sự gia tăng sản lượng lúa gần như liên tục trong suốt hơn 2 thập kỷ qua đã giúp Việt Nam không những đảm bảo an ninh lương thực

¹ Lúa vụ 3 là vụ lúa đông xuân của các tỉnh ven biển và thu đông của các tỉnh đầu nguồn sông Mekong (Đồng Tháp, An Giang, và Kiên Giang). Theo Cục Trồng trọt, năm 2005, diện tích lúa thu đông (vụ 3) ở ĐBSCL là 472.430 ha, trong đó vùng duyên hải và vùng thượng nguồn tương đương nhau. Năm 2010, diện tích này tăng lên 511.535 ha và đến năm 2013 lên 818.888 ha với phần tăng chủ yếu ở 3 tỉnh Đồng Tháp, An Giang và Kiên Giang (Nông nghiệp Việt Nam, 2014).

trong nước mà còn liên tục là một trong 3 nước xuất khẩu gạo nhiều nhất thế giới. Cụ thể, từ mức xuất khẩu 1,99 triệu tấn năm 1995, sản lượng gạo xuất khẩu đã tăng lên mức 3,48 triệu tấn năm 2000 và 8,02 tấn vào năm 2012. Nhờ mức tăng sản lượng này, số ngoại tệ Việt Nam thu về nhờ xuất khẩu gạo đã tăng từ mức 854,6 triệu USD năm 1996 lên mức 3.678 triệu USD vào năm 2012.

Tuy vậy, những thành tựu đạt được của ngành lúa gạo Việt Nam thay vì được hồ hởi chào đón như trước đây thì hiện nay lại trở thành mối lo lắng của xã hội. Sản lượng lúa gạo tăng nhưng lại không kèm theo sự cải thiện thu nhập của người nông dân, mà kèm theo đó là nguy cơ đất trồng bị thoái hoá và ô nhiễm môi trường tăng cao. Việc quá chú trọng đến tăng sản lượng dẫn đến chất lượng gạo của Việt Nam trên thị trường thế giới thấp, và hệ quả là thị trường xuất khẩu bị phụ thuộc vào một số quốc gia trong khu vực đặc biệt là Trung Quốc. Khi những thị trường xuất khẩu này gặp khó khăn, gạo sản xuất trong nước không tiêu thụ được, dẫn đến giá giảm, gây thiệt hại cho toàn bộ chuỗi giá trị sản xuất lúa gạo trong nước, đặc biệt là nông dân.

Chúng tôi cho rằng đã đến lúc ngành lúa gạo Việt Nam không thể tiếp tục đi trên con đường đã dẫn mình tới đỉnh vinh quang. Xuất khẩu gạo không còn là một mục tiêu chính của ngành sản xuất này. Nếu như trước đây, tỷ trọng xuất khẩu gạo chiếm một phần đáng kể trong kim ngạch xuất khẩu, cụ thể tới 12% vào năm 1996, thì nay tỷ trọng này khá khiêm tốn, chỉ chiếm 3,2% dù giá trị tuyệt đối tăng lên rất nhiều. Ngành lúa gạo cần tìm một hướng đi khác chứ không phải là con đường tiếp tục gia tăng sản lượng và xuất khẩu gạo chất lượng thấp.

Chúng tôi thấy rằng đã có sự đồng thuận chung trong giới hoạch định chính sách về vấn đề này. Đó là các mong muốn ngành lúa gạo Việt Nam cần chuyển dịch sang sản xuất các loại gạo chất lượng cao

hơn; đa dạng hoá các thị trường xuất khẩu; và cung ứng gạo chất lượng cao cho tiêu thụ trong nước. Vấn đề ở đây là làm thế nào để đạt được những mục tiêu này? Chúng tôi cho rằng dù là giải pháp nào, để đạt được mục tiêu, thì đều phải dựa vào các lực lượng của thị trường. Chỉ có lực lượng thị trường mới có thể giúp cho các hoạt động sản xuất và tiêu thụ của ngành lúa gạo theo định hướng mới được bền vững. Điều chúng ta có thể làm là tìm được xu hướng mà các lực lượng thị trường sẽ định hình cấu trúc thị trường lúa gạo trong tương lai, và qua đó đưa ra các giải pháp để cấu trúc này có thể diễn ra nhanh hơn.

Mục tiêu của nghiên cứu này là xác định các đặc điểm cấu trúc thị trường lúa gạo Việt Nam trên cơ sở so sánh với các nước khác, qua đó xác định được tính hiệu quả và công bằng của cấu trúc thị trường hiện tại và ảnh hưởng của các đặc điểm cấu trúc thị trường đến quyền lợi của người sản xuất lúa gạo nhỏ. Đây là cơ sở để chúng tôi đưa ra các khuyến nghị cải cách cấu trúc thị trường trong tương lai, hướng tới việc nâng cao hiệu quả chung của toàn bộ chuỗi giá trị và đem lại vị thế công bằng hơn cho người sản xuất nhỏ trong chuỗi giá trị này.

Để đạt được mục tiêu nghiên cứu trên, chúng tôi sẽ dựa trên lý thuyết về cấu trúc - hành vi - kết quả trong lý thuyết ngành. Cụ thể chúng tôi phân thị trường lúa gạo thành 2 phân đoạn: phân đoạn mua bán lúa để xay xát và phân đoạn mua bán gạo để tiêu thụ trong nước hoặc xuất khẩu. Với phân đoạn mua bán gạo, chúng tôi sẽ xem xét hai phân đoạn nhỏ hơn là xuất khẩu gạo trên thị trường quốc tế và tiêu thụ trong nước. Tại mỗi phân đoạn chúng tôi sẽ xác định các đặc điểm cấu trúc thị trường. Đó là các chủ thể tham gia, chức năng và vị thế ảnh hưởng của mỗi chủ thể, khả năng lựa chọn chiến lược tham gia của mỗi chủ thể, lợi ích và chi phí gắn với mỗi lựa chọn chiến lược.

Về nghiên cứu thực nghiệm, trước tiên chúng tôi tiến hành so sánh cấu trúc thị trường lúa gạo của Việt Nam với hai nước Thái Lan và Ấn Độ dựa trên các nghiên cứu của các đồng nghiệp khác. Dưới đây là một số phát hiện quan trọng của chúng tôi:

- Thứ nhất, so với qui mô sản xuất của các nước như Thái Lan và Ấn Độ, các hộ nông dân Việt Nam thuộc loại sản xuất nhỏ (hầu hết các hộ nông dân canh tác dưới 2,5 ha). Với qui mô nhỏ như vậy, cũng giống như ở các nước, các hộ nông dân sẽ phải bán thóc tươi trực tiếp cho thương lái. Để giảm bớt vị thế của thương lái trong trường hợp như vậy, chính phủ Ấn Độ tổ chức hệ thống thu mua thóc đến tận người nông dân để đảm bảo an ninh lương thực. Đây là điều khác biệt giữa Ấn Độ và Việt Nam. Các doanh nghiệp kinh doanh gạo của Việt Nam, mặc dù được hỗ trợ lãi suất từ Chính phủ để thu mua gạo dự trữ trong những thời điểm giá gạo xuống quá thấp, chỉ thu gom qua thương lái. Giải pháp này của Chính phủ Việt Nam rõ ràng không giúp ích nhiều trong việc nâng cao vị thế của người nông dân trong chuỗi giá trị.

- Thứ hai, Việt Nam thiếu các chợ đầu mối hoặc sàn giao dịch để giúp cho các hộ nông dân có cơ hội tiếp cận trực tiếp hơn với các nhà máy xay xát hoặc các nhà thu gom xuất khẩu. Đây là điểm rất khác biệt của cấu trúc thị trường lúa gạo Việt Nam so với hai nước Ấn Độ và Thái Lan.

- Thứ ba, vai trò của các nhà máy xay xát ở Việt Nam không mạnh như ở các nước khác. Các nhà máy xay xát phần lớn đóng vai trò gia công, tách vỏ, đánh bóng gạo thuê cho thương lái thay vì là tác nhân trung chuyển quan trọng giữa hai phân khúc thị trường thu mua lúa và thu mua gạo. Thương lái thu mua thóc, thuê xay xát rồi đem bán cho các nhà xuất khẩu hoặc các nhà bán buôn gạo trong nước. Trong khi đó, tại Ấn Độ và Thái Lan, các nhà xay xát đảm nhận vai trò cả thu gom, xay xát, tích trữ lúa gạo, sau đó phân phối

cho các nhà bán buôn trong nước và xuất khẩu. Như vậy, ở các nước này, các nhà xay xát đóng vai trò trung gian trong việc kết nối sản xuất với tiêu thụ, định hướng nông dân sẽ sản xuất gì.

- Cuối cùng, liên quan đến hoạt động xuất khẩu, khác với Ấn Độ và Thái Lan, các doanh nghiệp xuất khẩu gạo Việt Nam đa phần là DNNN. Ở Ấn Độ, DNNN chỉ đóng vai trò quan trọng trong việc thu mua và phân phối gạo ở trong nước còn thị trường xuất khẩu đa phần do tư nhân đảm nhiệm. Tương tự, ở Thái Lan, xuất khẩu gạo hoàn toàn do tư nhân thực hiện. Rất có thể vì tư nhân đảm nhiệm việc xuất khẩu nên các doanh nghiệp Thái Lan và Ấn Độ năng động hơn trong việc tìm kiếm thị trường, luôn tìm cách đa dạng hoá sản phẩm. Trong khi đó, các DNNN Việt Nam khá thụ động, chủ yếu xuất khẩu các loại gạo tẻ có chất lượng thấp, theo các hợp đồng chính phủ. Hành vi của các DNNN khiến cho các thương lái có xu hướng thích thu mua gạo tẻ của nông dân để giao bán cho các nhà xuất khẩu. Hệ quả là giá lúa gạo chất lượng cao ở trong nước rất thấp so với gạo cùng chủng loại trong khu vực và không khuyến khích nông dân chuyển sang trồng các loại lúa có chất lượng cao. Đây rõ ràng là một nghịch lý, đi ngược lại các chương trình hỗ trợ nông dân trồng các giống lúa có chất lượng cao của Chính phủ.

Trên cơ sở những phát hiện khi so sánh cấu trúc thị trường lúa gạo của Việt Nam với của Ấn Độ và Thái Lan, chúng tôi xây dựng một số các giả thuyết về hành vi của các chủ thể trong cấu trúc thị trường lúa gạo Việt Nam và phỏng đoán các kết quả của thị trường khi có các thay đổi về các đặc điểm cấu trúc thị trường. Cụ thể, tại mỗi phân đoạn thị trường chúng tôi cân nhắc về những khả năng thay đổi chủ thể tham gia, thay đổi về vị thế/chức năng của các chủ thể, thay đổi về quyền lựa chọn của các chủ thể, thay đổi về lợi ích và chi phí gắn với mỗi quyền chọn của chủ thể. Căn cứ vào kết quả phỏng vấn sâu các chủ thể về những khả năng lựa chọn thay đổi của họ trong cấu trúc thị trường lúa gạo ở ĐBSCL tại hai tỉnh Cần Thơ

và An Giang, cộng với một số giả thiết phụ trợ, chúng tôi đưa ra những kết luận về xu hướng điều chỉnh cấu trúc thị trường lúa gạo tại ĐBSCL trong tương lai. Đây là cơ sở quan trọng để xây dựng các khuyến nghị chính sách.

(a) *Vị thế của nông dân*: Theo kinh nghiệm của hai quốc gia Ấn Độ và Thái Lan, người nông dân Việt Nam chỉ có thể tiếp cận trực tiếp hơn đến các cơ sở xay xát hoặc các nhà xuất khẩu nếu như họ có thể (i) tăng quy mô diện tích qua việc tích tụ ruộng đất, (ii) tổ chức sản xuất thành các nhóm (formal group) có pháp nhân hoặc các hợp tác xã, và (iii) trực tiếp giao dịch với các cơ sở xay xát và nhà xuất khẩu thông qua sàn giao dịch hoặc qua các hợp đồng nông sản (contract farming).

Với thực trạng về phân tán quyền sử dụng đất nông nghiệp và chính sách về hạn mức nhận chuyển quyền sử dụng đất nông nghiệp của Việt Nam hiện nay (dưới 6 ha ở đồng bằng Nam bộ và ĐBSCL)²,

² Theo Nghị quyết được Ủy ban Thường vụ Quốc hội thông qua sáng 18-6-2007 (có hiệu lực thi hành từ 1-7-2007) qui định về hạn mức nhận chuyển quyền sử dụng đất nông nghiệp của hộ gia đình, cá nhân để sử dụng vào mục đích nông nghiệp đối với đất trồng cây hằng năm, đất nuôi trồng thủy sản và đất làm muối, mỗi hộ gia đình, cá nhân được nhận chuyển quyền không quá 6 ha tại các tỉnh, TP trực thuộc trung ương thuộc khu vực Đông Nam bộ và khu vực đồng bằng sông Cửu Long; không quá 4ha tại các tỉnh, TP trực thuộc trung ương còn lại. Đối với đất trồng cây lâu năm, mỗi hộ gia đình, cá nhân được nhận chuyển quyền không quá 20 ha tại các xã, phường, thị trấn ở đồng bằng; không quá 50ha tại các xã, phường, thị trấn ở trung du, miền núi. Đối với đất rừng sản xuất là rừng trồng, mỗi hộ gia đình, cá nhân được nhận chuyển quyền không quá 50 ha tại các xã, phường, thị trấn ở đồng bằng; không quá 100 ha tại các xã, phường, thị trấn ở trung du, miền núi.

Trường hợp hộ gia đình, cá nhân nhận chuyển quyền sử dụng đất nông nghiệp trên địa bàn nhiều tỉnh, TP trực thuộc trung ương thì tổng diện tích được nhận chuyển quyền trong hạn mức đối với mỗi loại đất (đất trồng cây hằng năm, đất trồng cây lâu năm, đất rừng sản xuất là rừng trồng, đất nuôi trồng thủy sản và đất làm muối) bằng hạn mức nhận chuyển quyền sử dụng đất tại tỉnh, TP trực thuộc trung ương có hạn mức nhận chuyển quyền sử dụng đất cao nhất. Trường hợp hộ gia đình, cá nhân nhận chuyển quyền sử dụng đất nông nghiệp bao gồm nhiều loại đất thì hạn mức nhận chuyển quyền sử dụng đất nông nghiệp được xác định theo từng loại đất nêu trên.

rõ ràng trong trung hạn (5 - 10 năm tới) khả năng nâng cao vị thế qua tăng qui mô quyền sử dụng đất là rất khó khả thi.

Tuy nhiên, mở rộng diện tích canh tác vẫn là một lựa chọn hàng đầu của người nông dân. Có hai cách để các hộ nông dân ĐBSCL giải quyết vấn đề này: hoặc thông qua việc thuê lại ruộng đất của các hộ nông dân khác không có nhu cầu hoặc khả năng canh tác, hoặc mở rộng “chui” quyền sử dụng đất thông qua người khác đứng tên hộ.

Con đường qua các tổ nhóm chính thức hay hợp tác xã có thể là một giải pháp nhưng từ kinh nghiệm thực tiễn của Việt Nam cũng như tại Ấn Độ và Thái Lan, hình thức tổ chức này cũng chỉ là thứ yếu trong giao dịch mua bán lúa (Ở Thái Lan hiện nay, hình thức này chỉ chiếm khoảng 6% tổng lượng lúa giao dịch).

Con đường thứ ba hiện đang được hiện thực hoá một phần thông qua chính sách khuyến khích/bắt buộc các doanh nghiệp xuất khẩu hình thành các cánh đồng lớn. Trong hướng đi này, quyền quyết định chủ yếu phụ thuộc vào các nhà xuất khẩu chứ không phải nông dân. Các doanh nghiệp xuất khẩu chỉ thực sự làm điều này nếu họ thấy việc thu mua qua hợp đồng nông sản mang lại lợi nhuận cao hơn cách thu mua gạo qua qua thương lái hiện tại. Nếu không, việc hình thành cánh đồng lớn chỉ là hình thức để thoả mãn điều kiện trở thành doanh nghiệp xuất khẩu.

(b) Vị thế của thương lái: Thương lái tại ĐBSCL tiếp tục đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối đa phần các hộ nông dân nhỏ với các doanh nghiệp cung ứng, doanh nghiệp xuất khẩu hoặc các cơ sở bán buôn. Thương lái hiện tại đang phải đối mặt với ba lựa chọn: (i) tiếp tục là các thương lái độc lập, (ii) trở thành đơn vị môi giới giữa các nông dân và các cơ sở xay xát hoặc doanh nghiệp cung ứng/xuất khẩu, và (iii) thương lái thuê cho một cơ sở xay xát hoặc doanh nghiệp cung ứng/xuất khẩu. Cả ba con đường này đều dẫn đến việc các thương lái nhỏ, vốn ít, ngày càng khó tồn tại. Chỉ một số thương lái

có qui mô tương đối lớn có thể tồn tại độc lập, còn đa phần sẽ phải hoặc trở thành đơn vị môi giới hoặc làm thuê cho các cơ sở xay xát và các doanh nghiệp xuất khẩu/cung ứng.

(c) *Vị thế của các cơ sở xay xát:* Các đơn vị xay xát, sở hữu chủ yếu bởi tư nhân, ngày càng chiếm vị trí quan trọng trong cấu trúc thị trường lúa gạo ĐBSCL do khả năng tích tụ được vốn, công nghệ và nắm giữ thông tin thị trường của mình. Với lợi thế như vậy, các doanh nghiệp xay xát sẽ có xu hướng mở rộng liên kết dọc, hoặc (i) xuống phía hạ nguồn (downtream linkage) như đầu tư thêm khâu đánh bóng và tham gia trực tiếp vào hoạt động phân phối trong nước hay xuất khẩu hoặc ký hợp đồng cung ứng gạo xuất khẩu, hoặc (ii) xuống phía thượng nguồn (uptream linkage) như đầu tư lò sấy và xây dựng kho chứa lúa và ký hợp đồng nông sản với các nông dân để có nguồn nguyên liệu ổn định. Một số ít doanh nghiệp có thể mở rộng trên toàn bộ chuỗi giá trị. Trong tương lai, chính các doanh nghiệp xay xát mới là nơi tạo ra các thương hiệu gạo trong nền kinh tế.

(d) *Vị thế của các siêu thị:* Các siêu thị sẽ ngày càng đóng vai trò quan trọng trong việc đưa gạo có chất lượng cao và có thương hiệu đến tay người tiêu dùng cuối cùng trong nước. Siêu thị sẽ gắn kết trực tiếp với các doanh nghiệp xay xát để có nguồn cung và chất lượng gạo ổn định.

(e) *Vị thế của các doanh nghiệp xuất khẩu:* Các doanh nghiệp xuất khẩu sẽ có xu hướng gắn kết chặt chẽ với các cơ sở xay xát để có nguồn cung và chất lượng gạo ổn định. Bản thân các doanh nghiệp xuất khẩu cũng sẽ mở rộng đầu tư cơ sở xay xát cũng như tạo vùng nguyên liệu để chủ động đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Tuy nhiên, tỷ trọng gạo xuất khẩu dựa trên cơ sở xay xát cũng như vùng nguyên liệu của riêng mình sẽ chỉ chiếm một tỷ trọng vừa phải trong tổng lượng gạo xuất khẩu.

Trên cơ sở các nhận định về xu hướng thay đổi cấu trúc thị trường

lúa gạo Việt Nam trong tương lai như trên, chúng tôi cho rằng các chính sách của Chính phủ nên thuận theo xu hướng chung của thị trường. Tức là một mặt, Chính phủ nên đưa ra các chính sách để thúc đẩy xu hướng trên diễn ra nhanh hơn, mặt khác Chính phủ cũng đưa ra chính sách để hỗ trợ những thành phần có thể chịu nhiều tổn thương, qua đó giảm bớt các lực lượng chống đối, trong quá trình thay đổi cấu trúc đó. Ngoài một số chính sách khá quen thuộc với giới làm chính sách nông nghiệp như dỡ bỏ hoặc nói rộng mức hạn điền cho nông dân, giảm cung lúa gạo qua chuyển đổi giống cây trồng, tăng năng suất khu vực ngoài nông nghiệp để dịch chuyển lao động từ ngành nông nghiệp sang các ngành công nghiệp, dịch vụ và xoá bỏ các rào cản tham gia thị trường xuất khẩu, chúng tôi đề xuất hai định hướng chính sách quan trọng khác từ phát hiện của chúng tôi trong nghiên cứu này.

Thứ nhất chúng tôi cho rằng cần xây dựng các chính sách thúc đẩy sự phát triển của khu vực xay xát. Với khả năng tích tụ vốn, công nghệ và thông tin, đây chính là khu vực quyết định liệu Việt Nam có thể hình thành được các thương hiệu gạo của riêng mình ở trong nước cũng như trên thế giới hay không. Trong cuộc cạnh tranh để xây dựng thương hiệu gạo cho mình, các doanh nghiệp xay xát sẽ liên kết và chia sẻ lợi ích với người nông dân nhiều hơn rất nhiều so với cơ chế mua bán lúa gạo hiện nay.

Thứ hai chúng tôi cho rằng cần tập trung phát triển thị trường gạo trong nước thay vì quá chú trọng vào thị trường xuất khẩu. Có hai lý do cho định hướng này. Thứ nhất, đã đến lúc người dân Việt Nam, một quốc gia xuất khẩu gạo hàng đầu trên thế giới, cần được tiêu thụ các loại gạo chất lượng ngày càng cao hơn thay vì tiếp tục tiêu thụ các loại gạo pha tạp, không rõ nguồn gốc xuất xứ như hiện nay. Thứ hai, để tạo ra các thương hiệu gạo cho Việt Nam trên thế giới, không ai khác, chính người Việt Nam phải kiểm định chúng trước. Chúng tôi

tin rằng chỉ có doanh nghiệp nào thành công trong việc tạo dựng thương hiệu gạo trong nước mới có khả năng tạo dựng được điều đó ở thị trường nước ngoài.

Báo cáo này có cấu trúc như sau: trong chương tiếp theo chúng tôi sẽ trình bày cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu thực địa cho nghiên cứu của chúng tôi. Chương 3 sẽ phân tích Đặc điểm và cấu trúc và thị trường gạo thế giới. Chương 4 trình bày cấu trúc và đặc điểm của thị trường lúa gạo tại Ấn Độ và Thái Lan. Chương 5 và 6 lần lượt trình bày tổng quan ngành lúa gạo và thực trạng cấu trúc thị trường lúa gạo Việt Nam. Chương 7 bàn luận về xu hướng thay đổi cấu trúc thị trường lúa gạo Việt Nam và trao đổi về một số định hướng chính sách liên quan. Cuối cùng sẽ là các kết luận và khuyến nghị chính sách.

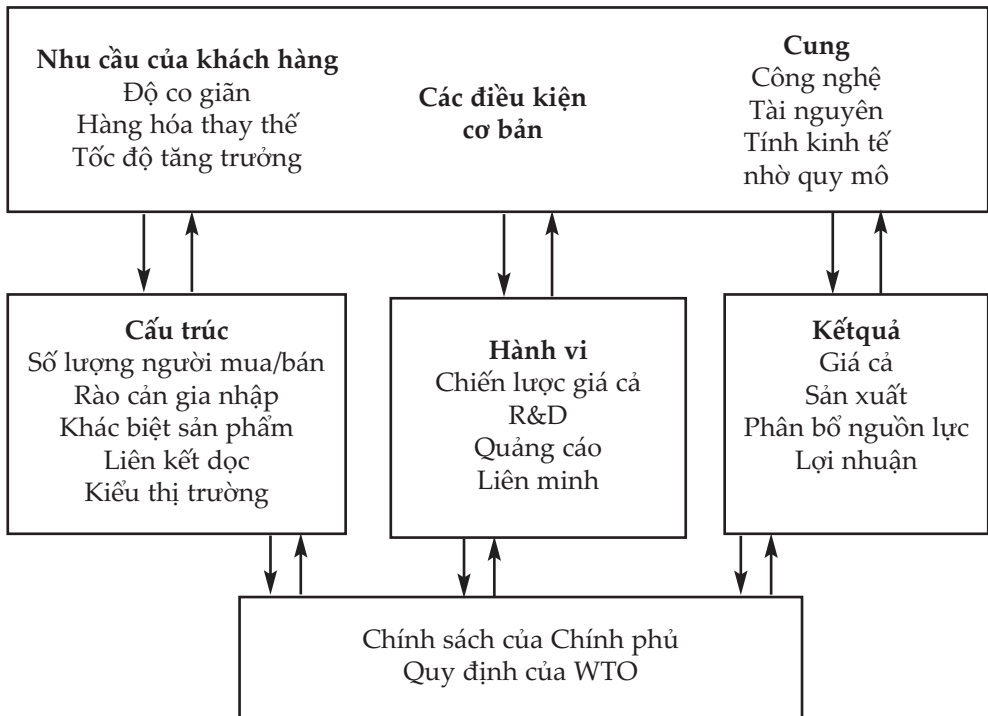
CHƯƠNG 2

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. KHUNG PHÂN TÍCH: CẤU TRÚC SCP

Nghiên cứu này dựa trên lý thuyết về cấu trúc - hành vi - kết quả (SCP) trong lý thuyết ngành để xác định vị thế của người sản xuất nhỏ lúa gạo ở Việt Nam trên thị trường. Khung lý thuyết cơ bản của lý thuyết này được minh họa trong Hình 2.1.

Hình 2.1. Mô hình SCP truyền thống



Nguồn: Kang, Kennedy, và Hilbun (2009)

Ý tưởng của khung nghiên cứu này như sau:

Cấu trúc thị trường được định hình trước hết bởi số lượng các chủ thể kinh tế tham gia mua, bán trên thị trường. Nếu thị trường có ít người bán, thị trường sẽ có dấu hiệu độc quyền bán. Người bán sẽ có nhiều quyền lực để áp đặt giá lên người mua. Ngược lại nếu thị trường có ít người mua, thị trường sẽ có dấu hiệu độc quyền mua. Người mua sẽ có nhiều quyền lực để áp đặt giá lên người bán. Thị trường chỉ thực sự cạnh tranh khi có nhiều người mua và nhiều người bán.

Các rào cản ra nhập ngành, khả năng đa dạng hoá, mức độ liên kết dọc, và loại thị trường cũng ảnh hưởng đến cấu trúc thị trường. Nếu như rào cản ra nhập ngành lớn, các doanh nghiệp đang chiếm lĩnh thị trường sẽ có nhiều quyền lực áp đặt giá cao hơn mà không sợ bị đe dọa cạnh tranh bởi các doanh nghiệp mới, sẵn sàng nhập ngành.

Khả năng đa dạng hoá sản phẩm trong ngành cũng là yếu tố hạn chế quyền lực thị trường của các doanh nghiệp. Các doanh nghiệp yếu thế hơn có thể chuyển sang cung ứng các sản phẩm khác và có vị thế thị trường tốt hơn.

Ngành có liên kết dọc mạnh trong chuỗi giá trị sẽ tạo quyền lực thị trường lớn hơn cho các doanh nghiệp chiếm lĩnh cả chuỗi giá trị. Tuy nhiên, nếu liên kết dọc yếu, quyền lực thị trường của doanh nghiệp chiếm lĩnh cả chuỗi giá trị sẽ giảm.

Cuối cùng, các thị trường có đặc điểm như tốc độ tăng trưởng cầu nhỏ và chi phí đầu tư lớn sẽ khiến cho các doanh nghiệp đang chiếm lĩnh thị trường có quyền lực mạnh hơn vì sẽ có ít doanh nghiệp muốn gia nhập ngành. Ngược lại những ngành có tốc độ tăng trưởng cầu lớn và chi phí đầu tư nhỏ sẽ hấp dẫn được nhiều doanh nghiệp gia nhập ngành, làm suy yếu vị thế của các doanh nghiệp trong ngành.

Với mỗi một doanh nghiệp trong ngành, tùy vào cấu trúc của thị trường và vị trí của mình trong cấu trúc đó sẽ có những hành xử

khác nhau về giá, đầu tư cho R&D, quảng cáo, hay tìm cách liên minh với các doanh nghiệp khác. Chẳng hạn với các ngành có cấu trúc độc quyền nhóm, các doanh nghiệp có thị phần lớn có thể sẽ liên kết với nhau để thiết lập giá độc quyền, trong khi các doanh nghiệp nhỏ sẽ nhìn các doanh nghiệp lớn để định giá theo. Còn tại các ngành có thể đa dạng hoá sản phẩm, các doanh nghiệp sẽ có xu hướng đầu tư vào R&D để tạo ra sản phẩm mới, nhằm thiết lập vị thế thị trường cho mình.

Kết quả của các hành vi của các chủ thể trên thị trường sẽ quyết định liệu mức giá giá trên thị trường, quá trình sản xuất, và quá trình phân bổ nguồn lực có hiệu quả hay không, cũng như mức lợi nhuận mà các chủ thể được hưởng sẽ như thế nào.

Áp dụng cho ngành lúa gạo

Căn cứ trên chuỗi giá trị gia tăng ngành lúa gạo, cấu trúc ngành lúa gạo sẽ được phân chia thành hai phân khúc thị trường có mối quan hệ qua lại với nhau. Đó là các phân khúc thị trường (i) thị trường mua bán thóc, và (ii) thị trường mua bán gạo, bao gồm cả xuất khẩu và tiêu thụ trong nước. Sự phân chia này chủ yếu dựa trên đặc điểm công nghệ của ngành lúa gạo. Thị trường đầu liên quan đến việc mua bán thóc, trong khi thị trường sau liên quan đến mua bán gạo, tức thóc sau khi được xay xát. Với thị trường mua bán gạo, có thể cân nhắc phân tách thành hai thị trường con: thị trường mua bán gạo trong nước và thị trường mua bán gạo quốc tế.

Tại mỗi phân khúc thị trường nghiên cứu sẽ xác định (i) thành phần tham gia, (ii) chức năng và vị thế ảnh hưởng của mỗi thành phần, (iii) khả năng lựa chọn các chiến lược tham gia của mỗi thành phần, và (iv) lợi ích và thiệt hại mà mỗi thành phần tham gia được hưởng hay gánh chịu gắn với từng lựa chọn chiến lược.

Căn cứ vào thực tiễn tại các quốc gia tiêu biểu, cụ thể là Thái Lan và Ấn Độ, nghiên cứu sẽ chỉ ra các dạng cấu trúc thị trường tại mỗi

phân khúc và ảnh hưởng của chúng đến vị thế của người sản xuất nhỏ lúa gạo như thế nào. Ấn Độ được lựa chọn như một nước mới thành công trong việc cải cách và trở thành một nước xuất khẩu gạo quan trọng. Thái Lan được lựa chọn vì là một nước Đông Nam Á có bề dày sản xuất và xuất khẩu lúa gạo trên quy mô toàn cầu. Đây sẽ là cơ sở để nhận định về một cấu trúc thị trường hiệu quả và công bằng mà Việt Nam cần hướng tới.

Dựa trên những nhận định về cấu trúc thị trường hiệu quả và công bằng từ kinh nghiệm quốc tế và dựa trên những nghiên cứu hiện có về thị trường lúa gạo Việt Nam, nhóm nghiên cứu sẽ tiến hành khảo sát thực nghiệm tại một số tỉnh của Đồng bằng sông Cửu long để phác họa một bức tranh chính xác hơn về cấu trúc thị trường lúa gạo Việt Nam hiện nay. Đây là cơ sở để chúng tôi bình luận về tác động của các chính sách trong ngành lúa gạo hiện nay đối với hoạt động của các tác nhân trên thị trường lúa gạo, từ đó đề xuất một số tầm nhìn chính sách và lựa chọn chính sách cụ thể nhằm phát triển ngành lúa gạo Việt Nam một cách bền vững, đồng thời tạo điều kiện để người sản xuất lúa, đặc biệt nông dân sản xuất nhỏ, có thể cải thiện được điều kiện sản xuất hoặc chuyển đổi sang các loại hình sản xuất khác hiệu quả hơn.

2.2 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU THỰC ĐỊA

- Hai địa bàn: Cần Thơ (Thốt Nốt và Cờ Đỏ) và An Giang (Châu Thành và Chợ Mới).
 - Các đối tượng phỏng vấn.
 - Các cơ quan chức năng (Sở NN&PTNT; Sở Công thương; phòng kinh tế/nông nghiệp các huyện).
 - Các doanh nghiệp xuất khẩu (9 công ty).
 - Các doanh nghiệp cung ứng và bán buôn (5 công ty chi nhánh cung ứng cho công ty mẹ).

- Các doanh nghiệp xay xát (10 công ty xay xát).
- Các thương lái (7 thương lái; quy mô từ 300 triệu đến vài tỷ đồng).
 - Nông hộ (72 hộ; 20 hộ tham gia cánh đồng mẫu lớn).
 - Mục đích và phương pháp phỏng vấn.
 - Xây dựng các câu hỏi liên quan đến hành vi của các chủ thể dựa trên các giả định về thay đổi các đặc điểm cấu trúc thị trường.
- Phỏng vấn chuyên sâu.

CHƯƠNG 3

ĐẶC ĐIỂM VÀ CẤU TRÚC THỊ TRƯỜNG LÚA GẠO THẾ GIỚI

3.1. SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ GẠO THẾ GIỚI

Gạo là một trong những loại ngũ cốc cơ bản được tiêu dùng khắp thế giới, đặc biệt tại châu Á³. Gạo indica trắng dài được sản xuất và tiêu thụ nhiều nhất, tiếp đến là các loại gạo thơm (cũng thuộc họ indica), và gạo japonica. Dù là chỉ có hai giống gạo cơ bản như trên nhưng, khác với lúa mì và ngô, gạo là mặt hàng kém được chuẩn hoá. Có rất nhiều loại gạo được gạo dịch trên thị trường (Chi tiết xem Hộp 3.1).

Hộp 3.1. Các loại gạo trên thế giới

Gạo trên thế giới có thể phân thành hai nhóm chính: Japonica (gạo hạt tròn) và Indica (gạo hạt dài). Gạo Japonica thường trồng ở nhiệt độ ôn đới, như Nhật Bản, còn gạo Indica thường trồng ở vùng khí hậu nóng bức, như Nam Á, Đông Nam Á, và Nam Trung Quốc.

Gạo indica có thể phân nhỏ thành ba nhóm: gạo trắng dài, gạo thơm, và gạo dính (nếp). Gạo thơm có hai loại nổi tiếng là Hom Mali của Thái Lan và Basmati của Ấn Độ và Pakistan. Gạo Japonica cũng có các chủng loại gạo thơm và gạo dính nhưng số lượng khá

³ Gạo là loại cây lương thực được trồng sớm nhất và đã trở thành một trong những loại cây được trồng phổ biến nhất trên thế giới. Gạo chiếm khoảng 20% lượng calo tiêu thụ trên toàn thế giới. Châu Á, nơi có hơn 50% dân số thế giới, tiêu thụ gạo cung cấp tới 50% lượng calo cần thiết cho con người (FAO, 2006).

nhỏ nên thường không phân nhỏ trong thống kê sản xuất và thương mại thế giới.

Gạo Indica được sản xuất và tiêu thụ nhiều nhất, chiếm khoảng 87% tổng sản lượng và 90% tổng thương mại thế giới. Trong đó, gạo trắng dài chiếm khoảng 75% còn gạo thơm (aromatica) chiếm khoảng 15% tổng thương mại gạo trên thế giới.

Gạo Japonica chiếm khoảng 13% tổng sản lượng và 10% thương mại thế giới năm 2005. Theo thống kê, có hơn 40.000 giống gạo khác nhau được canh tác trên thế giới (không kể các giống gạo hoang dã).

Gạo trắng Jasmine, thường được gọi là gạo thơm hay gạo Hom Mali, được biết đến rộng rãi trên thế giới như là một thương hiệu của Thái Lan. Gạo Jasmine Thái thuộc dòng gạo hạt dài (Indica) và được chia làm 3 loại chính là A, B và C tùy theo chất lượng, loại thường, trung vào cao cấp.

Gạo lức nằm trong loại gạo hạt dài (Indica), nom giống như hạt gạo trắng. Hai loại này chỉ khác nhau ở quá trình xay xát. Gạo lức chỉ bỏ lớp vỏ trấu bên ngoài còn lớp cám vẫn được giữ lại. Nhờ lớp cám này, gạo lức chứa nhiều chất dinh dưỡng hơn gạo trắng. Cụ thể, gạo lức chứa nhiều chất xơ và vitamin B.

Gạo trắng thuộc dòng gạo dài (Indica). Gạo này đã được lau bóng hoặc xay xát kỹ do phần lớn lớp trấu và cám đã được tách khỏi gạo thông qua quá trình xay xát.

Gạo tấm, trong quá trình xay xát, sẽ được tách ra khỏi những gạo trắng mà chưa bị vỡ hạt. Nói cách khác, gạo tấm là gạo trắng bị vỡ hạt. Một hạt gạo tấm có lượng chất xơ và mức độ dinh dưỡng thấp tuy nhiên lại chứa nhiều năng lượng.

Gạo tròn thuộc loại gạo Japonica, có hạt gạo ngắn, hình tròn. Khi nấu, gạo tròn sẽ có độ dính tuy nhiên không nhiều như gạo nếp. Trong ẩm thực của Hàn Quốc và Nhật Bản, gạo tròn được sử dụng trong các bữa ăn hàng ngày.

Gạo đồ (Parboiled Rice) là gạo tẻ được đưa vào quá trình luộc và bỏ lớp cám đi. Gạo luộc sơ được đi làm 9 cấp: 1. 100% được tuyền; 2. 100%; 3. 5% được tuyền; 4. 5%; 5. 10% được tuyền; 6. 10%; 7. 15%; 8. 25%; 9. Gạo tấm A1.

Gạo nếp gồm tinh bột dạng thẳng (amylose) và tinh bột dạng xoắn (amylopectin) với cơm nếp trắng tinh.

Nguồn: FAO (2006)

Tổng sản lượng gạo sản xuất toàn thế giới năm 2014 được ước tính bởi USDA (2015a) vào khoảng 476,9 triệu tấn. Các quốc gia sản xuất và tiêu thụ nhiều gạo nhất là Trung Quốc (30,4%), Ấn Độ (21,6%), và các nước thuộc khu vực Đông Nam Á (Bảng 3.1). Trong các nước ASEAN, sản lượng sản xuất gạo của riêng năm nước Indonesia, Việt Nam, Thái Lan, Philippines, và Campuchia chiếm 21,2% thị phần trên thế giới.

Bảng 3.1. Tình hình sản xuất và tiêu thụ gạo của một số nước trên thế giới, 2014 (tấn)

Quốc gia	Sản xuất	Tiêu thụ	Xuất khẩu	Nhập khẩu
Trung Quốc	142.530	146.300		4.168
Ấn Độ	106.540	99.180	10.901	
5 nước ASEAN				
Indonesia	36.300	38.500		1.225
Việt Nam	28.161	22.000	6.325	
Thái Lan	20.460	10.900	10.969	
Philippines	12.200	12.850		1.800
Campuchia	4.725	3.650	1.000	
Các nước khác	125.964	146.713		
Tổng thế giới	476.880	480.093		

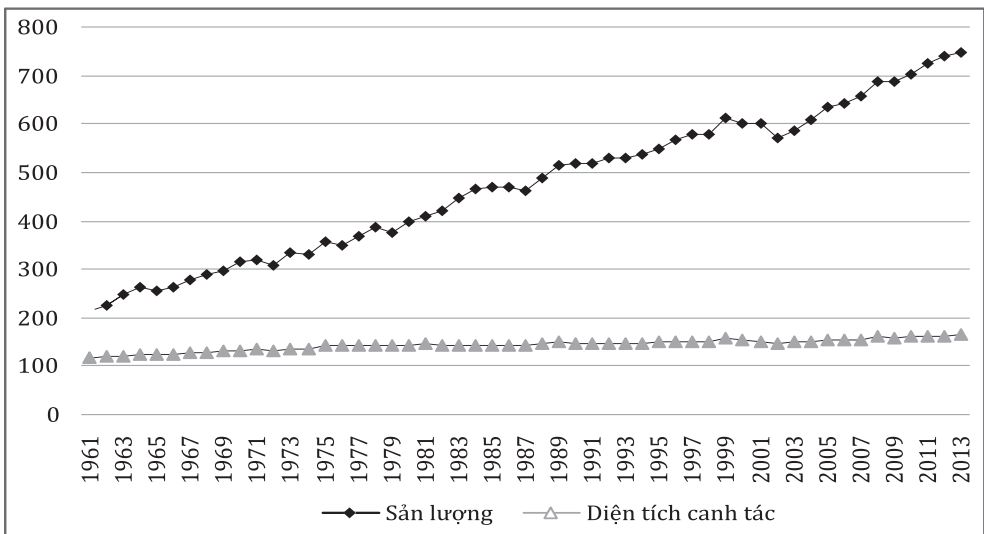
Nguồn: USDA (2015a)

Có thể thấy đa phần các quốc gia trên thế giới đều sản xuất gạo để phục vụ nhu cầu tiêu thụ nội địa. Phần gạo xuất nhập khẩu qua biên giới các quốc gia chỉ chiếm 8,97% tổng lượng gạo sản xuất (USDA, 2015a).

Vì mục đích đảm bảo an ninh lương thực cũng như logistics, lượng gạo tồn trong kho thường chiếm khoảng 35 - 36% tổng sản lượng gạo tiêu thụ. Chẳng hạn trong năm 2013, tổng lượng gạo tiêu thụ ước khoảng 490,3 triệu tấn thì có 180,9 triệu tấn gạo được giữ trong các kho (FAO, 2015).

Trong nửa thế kỷ trở lại đây, sản lượng lúa gạo trên thế giới đã tăng không ngừng, từ mức khoảng hơn 200 triệu tấn vào đầu thập kỷ 1970 lên mức 650 triệu tấn vào năm 2010. Có được sự gia tăng sản lượng này chủ yếu là nhờ các quốc gia đã cải thiện được giống lúa cũng như điều kiện canh tác để tăng năng suất. Như Hình 3.1 chỉ ra, trong khi tổng diện tích canh tác tăng rất chậm, chưa tới 20% trong 5 thập kỷ, thì tổng sản lượng lúa gạo được sản xuất đã tăng tới hơn 200% trong cùng thời kỳ.

Hình 3.1. Sản lượng lúa gạo và diện tích canh tác trên toàn thế giới, 1961 - 2013 (trái: triệu tấn; phải: triệu ha)



Nguồn: FAO (2015)

Xu hướng sản xuất và tiêu thụ gạo

Theo FAO (2006), sản xuất gạo được dự báo sẽ có tốc độ tăng trưởng mạnh trong những năm tới nhờ việc gia tăng diện tích trồng lúa, số vụ trồng lúa, và cải thiện năng suất trồng trọt. Diện tích trồng lúa được kỳ vọng tiếp tục được mở rộng tại nhiều quốc gia như Myanmar và Indonesia và nhiều nước châu Phi. Tuy nhiên, tại một số quốc gia khác như Trung Quốc, Malaysia, Thái Lan, và Việt Nam, diện tích đất trồng lúa có thể sẽ bị thu hẹp do quá trình công nghiệp hoá và đô thị hoá. Nhờ việc cải thiện hệ thống thuỷ lợi, số mùa vụ trồng lúa cũng được kỳ vọng tăng tại nhiều nước châu Á, đặc biệt là Bangladesh. Kỹ thuật canh tác sử dụng máy móc và phân bón cũng kỳ vọng giúp năng suất trồng lúa tiếp tục được cải thiện trong những năm tới.

Nhu cầu gạo trên thế giới được quyết định bởi các yếu tố như tốc độ tăng dân số, đặc biệt của các quốc gia tiêu thụ gạo, giá cả, thu nhập và tốc độ đô thị hoá. Bởi là loại hàng hoá cơ bản, nhu cầu tiêu thụ gạo ít chịu sự chi phối bởi giá nhưng lại ảnh hưởng mạnh bởi thu nhập, đặc biệt là tốc độ đô thị hoá. Với các nước đang phát triển, thu nhập và nhu cầu có mối quan hệ thuận chiều, trong khi ở các nước tương đối phát triển (như Malaysia hay Trung Quốc), mối quan hệ là ngược chiều.

Cũng theo nghiên cứu của FAO (2006), xu hướng tăng dân số tại châu Á là yếu tố quan trọng giúp cho nhu cầu gạo tiếp tục tăng. Tuy nhiên, mức sống được cải thiện tại các quốc gia này lại là yếu tố khiến cho nhu cầu tiêu thụ gạo giảm. Cụ thể, tiêu thụ gạo trên đầu người tại châu Á đã giảm từ 87kg năm 1996 xuống còn 83 kg năm 2005 (Timmer, 2010). Cân nhắc đến khía cạnh nhu cầu tiếp tục tăng ở Châu Phi, FAO đã dự báo nhu cầu tiêu thụ gạo trên toàn cầu tiếp tục tăng đến năm 2030 nhưng sau đó sẽ chuyển sang xu hướng giảm (Bảng 3.2).

Bảng 3.2. Triển vọng tiêu thụ gạo trên thế giới trung và dài hạn, 2002 - 2050 (triệu tấn)

	2020	2025	2030	2035	2050
Nghiên cứu ngành nông nghiệp thế giới tới 2030 của FAO (2002)			535		
Nghiên cứu ngành nông nghiệp thế giới tới 2030 của FAO (2006)			503		449
Nghiên cứu ngành nông nghiệp thế giới tới 2030 của FAO (2012 cập nhật)					465
Timmer, Block & Dawe (2010)					
Phương án khả dĩ nhất	450	440	430		360
Tăng trưởng thu nhập nhanh		414	390		255
Tăng trưởng thu nhập chậm	466	469	466		404
Rejesus, Mohanty & Balagtas (2012)					
Dự báo điểm (trung bình)	491	517	544	570	651
Khoảng dự báo thấp	437	446	457	469	504
Khoảng dự báo cao	545	588	630	672	797
GRiSP (2010)	496		535	555	

Nguồn: Jong-Ha Bae (2014)

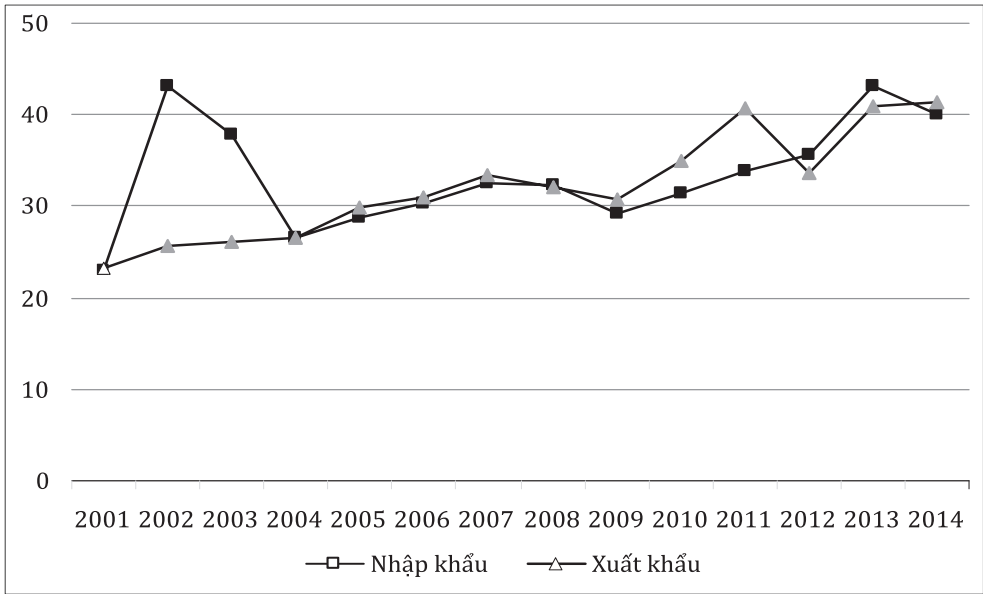
3.2. XUẤT NHẬP KHẨU

3.2.1. Các quốc gia xuất - nhập khẩu gạo

Xuất nhập khẩu gạo đã có bước nhảy vọt trong thập niên 1990. Từ mức trên dưới 500 nghìn tấn/năm, lượng gạo xuất nhập khẩu trên thế giới đã tăng gấp 6 đến 7 lần lên mức 3.000 - 3.500 nghìn tấn năm. Khi đạt đến mức này, sản lượng gạo xuất nhập khẩu không còn có sự tăng trưởng mạnh nữa (Kang và cộng sự, 2009).

Mặc dù có mức tăng trưởng xuất khẩu lớn như vậy nhưng tỷ trọng gạo thương mại so với sản lượng gạo sản xuất trên thế giới chỉ ở mức 7% trong giai đoạn 2000 - 2005. Thấp hơn rất nhiều mức 18% của lúa mì và 11% của ngô trong cùng thời kỳ (FAO, 2006).

Hình 3.2. Tổng lượng xuất khẩu và nhập khẩu gạo trên thế giới, 2001 - 2014 (triệu tấn)



Nguồn: Trade Map (2015)

Như trình bày trong phần trước, mặc dù sản xuất và tiêu thụ gạo có ở tất cả các châu lục nhưng tương đối tập trung ở các nước Nam Á, Đông Á và Đông Nam Á. Từ thực tế này dẫn đến khả năng một số quốc gia sẽ có quyền lực thị trường lớn hơn trong xuất khẩu hoặc trong nhập khẩu.

Tính toán của Kang và cộng sự (2009) về CR4 và HHI đối với thị trường xuất nhập khẩu gạo trong giai đoạn 1997 đến 2008 cho thấy có sự tập trung nhất định về thị trường xuất khẩu. CR4 nằm trong dải từ 0,6505 đến 0,7336 và HHI nằm trong dải 1130,45 và 1905,56 thể hiện điều này. Điều này cho thấy, các nước xuất khẩu gạo nằm trong топ 4 có quyền lực thị trường để chi phối giá bán gạo. Trong khi đó, các nước nhập khẩu có vẻ ít có quyền lực mặc cả giá gạo hơn. CR4 và HHI của các nước nhập khẩu gạo lần lượt dao động trong khoảng 0,397 và 0,5259 và trong khoảng 437,31 và 1143 thể hiện điều này.

Bảng 3.3. So sánh CR4 và HHI giữa khối các nước xuất khẩu và nhập khẩu, 1997 - 2008

Năm	Các nước xuất khẩu		Các nước nhập khẩu	
	CR4	HHI	CR4	HHI
1997	0,6860	1348,4693	0,4091	638,4543
1998	0,6504	1133,4556	0,5259	826,5735
1999	0,6701	1297,6692	0,4540	617,5912
2000	0,6246	1244,5196	0,3970	437,3198
2001	0,6351	1325,3535	0,4562	600,5746
2002	0,7336	1521,9866	0,4704	588,7627
2003	0,7109	1389,8240	0,4890	781,4017
2004	0,7613	1905,5646	0,4463	841,5337
2005	0,7238	1385,1611	0,5126	1143,0204
2006	0,6897	1294,9176	0,4695	900,5110
2007	0,7110	1461,5192	0,4992	899,6914
2008	0,7028	1474,0022	0,4863	878,8563

Chú thích: $1000 < HHI < 1800$: tập trung ở mức độ tương đối;

$HHI > 1800$: tập trung ở mức độ cao

Nguồn: Kang và cộng sự (2009)

Trong những năm vừa qua, Ấn Độ, Thái Lan, Việt Nam, và Pakistan là những quốc gia xuất khẩu chính; trong khi đó, Trung Quốc, Nigeria, Iran, và Indonesia là những nước nhập khẩu chính (Chi tiết xem Bảng 3.4). Trong niên vụ 2013 - 2014, bốn nước xuất khẩu hàng đầu chiếm tới 71,81% tổng lượng gạo xuất khẩu toàn cầu. Trong khi đó, bốn nước nhập khẩu hàng đầu chỉ chiếm 23,32% tổng lượng gạo nhập khẩu toàn cầu. Điều này một lần nữa phản ánh các nước xuất khẩu gạo có xu hướng tập trung hơn, trong khi các nước nhập khẩu khá phân tán.

Bảng 3.4. 10 quốc gia xuất - nhập khẩu gạo chính trên thế giới, 2013 - 2014

STT	Xuất khẩu chính			Nhập khẩu chính		
	Quốc gia	Sản lượng (Triệu tấn)	Tỷ trọng (%)	Quốc gia	Sản lượng (Triệu tấn)	Tỷ trọng (%)
1	Ấn Độ	10	24,44	Trung Quốc	3,40	8,30
2	Thái Lan	8,50	20,76	Nigeria	3,00	7,33
3	Việt Nam	7,50	18,31	Iran	1,65	4,03
4	Pakistan	3,40	8,30	Indonesia	1,50	3,66
5	Hoa Kỳ	3,35	8,18	Philippines	1,40	3,42
6	Burma	1,30	3,17	Iraq	1,40	3,42
7	Campuchia	1,00	2,44	EU	1,35	3,30
8	Uruguay	0,90	2,20	Bờ Biển Ngà	1,25	3,05
9	Brazil	0,85	2,08	Saudi Arabia	1,25	3,05
10	Ai Cập	0,85	2,08	Senegal	1,15	2,81

Nguồn: USDA (2014a)

Mỗi quốc gia xuất khẩu gạo thường có những thị trường xuất khẩu chủ yếu riêng của mình và cạnh tranh trong những thị trường xuất khẩu khác. Đây có thể xuất phát từ khẩu vị gạo, cộng đồng di cư, sự tương đồng văn hoá của các nước tiêu thụ gạo với nước xuất khẩu gạo. Gạo Ấn Độ thường được xuất khẩu sang Châu Phi (Nigeria, Senegal, Cote d'Ivoire, Benin) và các nước Ả Rập, hồi giáo (Saudi Arabia, U.A.E, Indonesia). Trong khi gạo của Pakistan lại hướng mạnh đến thị trường Trung Đông, Bắc Âu, Bắc Mỹ, và một số nước châu Á khác (Trung Quốc, Bangladesh). Còn gạo của Mỹ lại được tiêu thụ chủ yếu tại các nước châu Mỹ La Tinh, Nhật Bản, Canada. Việt Nam và Thái Lan là hai quốc gia xuất khẩu nhiều sang châu Á (Trung Quốc, ASEAN), Châu Phi (Nam Phi, Cote d'Ivoire). Thái Lan còn có khả năng thâm nhập được vào các thị trường gạo của các nước phát triển như Nhật, Mỹ, Canada, v.v... Trong khi đó Việt Nam lại có thể xuất khẩu gạo sang các nước thuộc EU.

Bảng 3.5. Thị trường xuất khẩu của 4 nhà xuất khẩu gạo lớn nhất thế giới, 2013

Ấn Độ		Thái Lan		Mỹ		Việt Nam	
Đối tác nhập khẩu	Sản lượng (tấn)	Đối tác nhập khẩu	Sản lượng (tấn)	Đối tác nhập khẩu	Sản lượng (tấn)	Đối tác nhập khẩu	Sản lượng (tấn)
Iran	1,504,496	Benin	965,693	Mexico	855,500	China	2,151,726
Saudia Arabia	813,663	Iraq	638,430	Haiti	366,300	Malaysia	465.977
Senegal	676,198	Nam Phi	414,495	Japan	311,300	Cote D'Ivoire	561.333
South frica	439,480	Cameroon	284,411	Venezuela	295,800	Philippines	504.558
U.A.E	346,115	USA	382,300	Canada	242,000	Gana	380.718
Cameroon	288,744	CoteD'Ivoire	346,705	Colombia	154,700	Singapore	356.537
Liberia	283,162	Mozambique	290,288	South Korea	143,900	HongKong	184.763
Cote D'Ivoire	278,335	China	277,547	Saudi Arabia	136,800	Indonesia	156.853
Yemen	195,459	Japan	262,219	Honduras	133,000	Angola	116.738
Kuwait	169,734	Angola	239,551	Iran	125,700	Rusia	92.965
Bangladesh	167,191	Nigeria	230,487			Angieri	95.494
						Dongtimo	95.833
						USA	56.603

Nguồn: Ấn Độ: USDA (2014b); Thái Lan: Thai Rice Exporters Association (2015), Mỹ: USDA (2015b); Việt Nam: GSO (2014)

Gạo trắng hạt dài là loại gạo xuất khẩu chủ yếu, chiếm thị phần lớn trên thị trường quốc tế. Tất cả các quốc gia trong top 5 quốc gia xuất khẩu lớn nhất đều xuất khẩu gạo trắng hạt dài. Việt Nam gạo trắng hạt dài chất lượng cao mùa vụ 2012/2013 xuất 2.412.027 tấn trên tổng xuất khẩu là 6.630.308 tấn (USDA, 2014c).

Gạo thơm xuất khẩu với tỷ trọng khoảng 15 - 18% gạo xuất khẩu trên thế giới. Thái Lan, Ấn Độ và Pakisstan là các quốc gia xuất khẩu chủ yếu loại gạo này. Các thương hiệu gạo thơm như hommali của Thái Lan hay basmati của Ấn Độ và Pakistan rất nổi tiếng trên thế giới.

Gạo thơm basmati của Ấn Độ và Pakistan được xuất chủ yếu sang Saudi Arabia, EU, Kuwait, Các tiểu vương quốc Ả rập và Mỹ. Còn gạo thơm hommali của Thái Lan được xuất sang Trung Quốc, Hồng Kông, Singapore, Mỹ, EU và Ma cao. Việt Nam cũng bắt đầu có xu hướng chuyển sang sản xuất và xuất khẩu gạo thơm. Tuy nhiên gạo thơm xuất khẩu của Việt Nam vẫn chưa tạo được thương hiệu riêng.

3.2.2. Các doanh nghiệp xuất - nhập khẩu gạo trên thế giới

Xuất nhập khẩu gạo trên thế giới chủ yếu được tiến hành thông qua các công ty thương mại quốc tế. Đây là những công ty tư nhân, đa phần họ buôn bán nhiều loại hàng hoá ngũ cốc và nông sản khác, chứ không phải chỉ chuyên về gạo. Nhiều công ty có kho chứa, nhà máy chế biến, và phương tiện vận chuyển từ các nước xuất khẩu sang các nước có nhu cầu nhập khẩu. Các công ty này thường đóng cả vai trò trung gian tài chính giữa bên mua và bên bán.

Kinh doanh gạo là một hoạt động rất rủi ro. Đó là lý do các công ty thương mại gạo trên thế giới liên tục thay đổi vị trí của mình trong top những công ty đứng đầu. Trong thập kỷ 1990, ba công ty thương mại tư nhân lớn trên thị trường gạo thế giới là Continental, Richco (Glencore) và Cargill; và bên cạnh ba công ty này là các công ty hoạt động trên các thị trường ngách như André, Global Rice, Riz et Denrées, Rial Trading, New Field Partner, Inglewood and Orco. Nhưng trong thập niên 2000, các doanh nghiệp này đã phải thu nhỏ qui mô hoặc rời khỏi thị trường thương mại gạo quốc tế. Bảng 3.6 liệt kê một số các doanh nghiệp nổi lên thành các doanh nghiệp hàng đầu với lượng giao dịch ít nhất là 500 triệu tấn/năm trong đầu thập niên 2000.

Bên cạnh các công ty thương mại tư nhân, gạo còn được xuất khẩu bởi các công ty gạo nhà nước hoặc các định chế nhà nước khác. Những công ty thương mại nhà nước đóng vai trò quan trọng trong việc thực hiện các giao dịch trên cơ sở hiệp định mua bán gạo giữa các chính phủ (G2G). G2G thường được tiến hành giữa các nước nhập khẩu như Cuba,

Malaysia, Indonesia, Iran, Iraq, Philippines và Sri Lanka, với các nước xuất khẩu gạo như Myanmar, Pakistan, Thái Lan và Việt Nam.

Ở các nước nhập khẩu gạo, vai trò của các công ty nhập khẩu nhà nước cũng tương đối quan trọng, dù là đa phần gạo nhập khẩu được thực hiện bởi khối tư nhân. Các công ty trong nước thường đóng vai trò đấu thầu gạo quốc tế, trữ gạo, và phân phối gạo trong nước để phục vụ chính sách an ninh lương thực của chính phủ.

Bảng 3.6. Danh sách các công ty thương mại gạo hàng đầu thế giới thập niên 2000

Công ty tư nhân	Công ty nhà nước	Công ty nhập khẩu nhà nước
<p>American Rice Inc: chiếm khoảng 4% thị phần gạo thế giới và phân phối khoảng 1/5 lượng gạo của Mỹ.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Archer Daniels Midland Co. (ADM): đây là công ty chế biến và thương mại nông sản lớn của Mỹ. • Ascot Commodities: có trụ sở chính đặt tại Thụy Sĩ và chủ yếu bán gạo sang thị trường Châu Phi. • Capital Rice Co. Ltd: một công ty con của tập đoàn STC, tập đoàn lớn của Thái Lan trong ngành nông nghiệp, chiếm khoảng 1/5 lượng gạo xuất khẩu 	<ul style="list-style-type: none"> - Trung Quốc: China National Cereals, Oils and Foodstuffs Import and Export Corporation (COFCO); - Ấn Độ: the state Project and Equipment Corporation (PEC) nhà xuất khẩu lớn đối với gạo Basmati; Myanmar: the Myanmar Agricultural Produce Trading (MAPT) vẫn 	<ul style="list-style-type: none"> • Cape Verde: việc nhập khẩu gạo hoàn toàn do công ty nhà nước EMPA thực hiện. Từ năm 1998, khu vực tư nhân đã được phép tham gia hoạt động này. • Comoros: tập đoàn nhà nước ONICOR (“Office National d’Importation et de Commercialisation du Riz” độc quyền nhập khẩu gạo. • Cuba: gạo phần lớn được nhập khẩu độc quyền bởi công ty nhà nước Empresa Cubana Importadora Alimentos (Alimport) • Indonesia’s Badan Urusan Logistik (BULOG): nhập khẩu phần lớn gạo cho Indonesia. • Islamic Republic of Iran: Bộ Thương mại, và các công ty trực thuộc (Bonyade Shahid, Bonyade Mostazafan, and Taavoni Marzneshinan) phụ trách nhập khẩu gạo cho quốc gia này. • Japan: nhập khẩu gạo theo quota tối thiểu của WTO và được quản lý bởi Văn phòng Lương thực của Chính phủ (Government Food Agency) • Kenya: nhập khẩu gạo bởi Ủy ban Quốc gia về Ngũ cốc và Sản xuất (National Cereals and Produce Board (NCPB)) thông

<p>của Thái Lan.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Churchgate: Đây là công ty thương mại của Ấn Độ chủ yếu hoạt động ở Nigeria • Louis Dreyfus: đây là một công ty gia đình của Pháp. • Nidera: đây là một công ty gia đình của Hà Lan và chủ yếu hoạt động trên thị trường Mỹ Latinh. • Novel: một trong những công ty tư nhân lớn nhất trong ngành kinh doanh gạo, trụ sở chính đặt tại Thụy Sĩ. • Olam: Công ty thương mại đặt tại Singapore, thuộc một tập đoàn lớn của Ấn Độ, và là một trong những nhà cung cấp gạo chính cho thị trường Châu Phi. • Rustal: một công ty tư nhân của Thụy Sĩ. • The Rice Corporation, TRC: đặt tại Mỹ; đây là một trong những công ty thương mại gạo lớn, có các nhà máy và hoạt động trên khắp các thị trường châu Âu, Mỹ Latinh và Mỹ. 	<p>là một công ty xuất khẩu gạo lớn của Myanmar mặc dù thị trường xuất khẩu của nước này đã mở cửa cho tư nhân vào năm 2002;</p> <p>- Pakistan: Trading Corporation of Pakistan (TCP), đóng vai trò quan trọng trong việc điều phối các hợp đồng G2G cho các doanh nghiệp tư nhân;</p> <p>- Thailand: Public Warehouse Organization (PWO), tham gia vào việc đàm phán các hợp đồng G2G;</p> <p>• Việt Nam: Tổng công ty Lương thực miền Bắc và miền Nam (Vinafood 1 và Vinafood 2).</p>	<p>qua các cuộc đấu thầu công khai, cùng với khu vực tư nhân.</p> <ul style="list-style-type: none"> • The Republic of Korea: nhập khẩu gạo theo quota tối thiểu của WTO, được quản lý bởi Bộ Nông nghiệp và Lâm nghiệp (Ministry of Agriculture and Forestry (MAF)) • Malawi: Văn phòng dự trữ lương thực quốc gia (National Food Reserve Agency (NFRA)) nhập khẩu ngũ cốc khi cần thiết (và quản lý hỗ trợ của nước ngoài). • Malaysia: Padiberas Nasional Berhad (BERNAS), Trước kia là công ty thương mại của nhà nước, nay đã tư nhân hóa, được độc quyền nhập khẩu gạo cho đến năm 2010. • Mauritania: công ty nhà nước, the Société Nationale d'Importation & d'Exportation, SONIMEX, thực hiện nhập khẩu và phân phối gạo cùng với các công ty tư nhân khác. • Mauritius: the State Trading Corporation (STC) chiếm vị thế độc quyền trong việc nhập khẩu gạo trung bình và cấp thấp; và nhập khẩu gạo cao cấp cạnh tranh với các công ty tư nhân khác. • The Philippines: nhập khẩu gạo phần lớn được kiểm soát bởi Cơ quan Lương thực quốc gia (National Food Agency); tuy nhiên nông dân được phép nhập khẩu một lượng gạo hạn chế nhất định. • Sri Lanka: the Cooperative Wholesale Establishment (CWE) chiếm độc quyền trong nhập khẩu ngũ cốc cho đến năm 2002 khi nước này tiến hành tự do hóa thương mại. Ngày nay, nhập khẩu gạo được thực hiện thông qua các cuộc đấu thầu mở, và cạnh tranh với các công ty tư nhân.
--	---	--

Nguồn: FAO (2006)

Vì là mặt hàng kém được chuẩn hoá, nên môi giới đóng một vai trò khá quan trọng trong việc thúc đẩy thương mại trên thị trường gạo đặc biệt là với các nước châu Phi. Môi giới tìm kiếm bên mua và bên bán phù hợp đối với một chủng loại và chất lượng gạo nào đó và hưởng hoa hồng từ dịch vụ của mình. Các nhà môi giới chuyên về gạo bao gồm: Jacksons, Marius Brun et Fils, Schepens & Co SA có trụ sở tại châu Âu, Creed Rice tại Mỹ, hay Western Rice Mills Ltd tại Canada.

3.2.3. Giá gạo và cơ chế hình thành giá gạo xuất nhập khẩu

Như đã đề cập, gạo là loại hàng hoá kém được chuẩn hoá và đồng nhất. Mỗi một nhóm khách hàng thường thích một số chủng loại gạo nhất định và ít có khuynh hướng thay thế bằng chủng loại khác. Mỗi chủng loại gạo hình thành một thị trường và cố gắng thiết lập các chuẩn quốc tế để định giá. Đến nay có khoảng 50 loại giá quốc tế cho các chủng loại gạo khác nhau. Giá gạo xuất khẩu được tham chiếu nhiều nhất là gạo Thái 5% tấm, FOB Bangkok, từ năm 1957. Dù rằng trong ngắn hạn các chủng loại gạo có thể có biến động giá khác nhau, nhưng người ta thấy rằng các mức giá có xu hướng biến động đồng hướng trong dài hạn.

Gạo xuất nhập khẩu thường được vận chuyển bằng đường biển. So với giá FOB tại cảng xuất khẩu, cước phí vận chuyển gạo khá đắt đỏ. Chẳng hạn, tại thời điểm tháng 12 năm 2006, cước phí vận chuyển 1 tấn gạo từ cảng Karachi của Pakistan đến cảng Durban của Nam Phi là 44 USD, tới cảng Odessa của Ukraine là 58 USD, còn tới cảng Abidjan của Bờ Biển Ngà là 132 USD (FAO, 2006). Đây là lý do quan trọng khiến cho các quốc gia xuất khẩu thường hướng tới các thị trường các nước lân cận. Chẳng hạn Mỹ hướng tới thị trường Nam Mỹ, còn các nước châu Á hướng tới thị trường châu Á và châu Phi. Thị trường châu Âu có thể được cung cấp bởi cả các nước châu Á và châu Mỹ.

Bên cạnh cước phí vận chuyển, giá gạo cuối cùng tại nước nhập khẩu còn phải gánh thêm các loại chi phí như bảo hiểm (thường bằng

1% giá FOB), chi phí bốc dỡ (thường bằng 2% giá CIF), và các loại thuế, phí của nhà nước cũng như chi phí tín dụng thư khác.

Bên cạnh các yếu tố kinh tế như trên, gạo còn là mặt hàng chịu sự can thiệp từ chính sách bảo hộ nội địa của hầu hết các quốc gia sản xuất và tiêu thụ gạo, từ các nước phát triển đến các nước đang phát triển. Rất nhiều quốc gia đưa gạo vào nhóm mặt hàng có các điều khoản đối xử đặc biệt (special treatments) hoặc các biện pháp tự vệ đặc biệt (special safeguards) trong điều khoản gia nhập WTO của mình. Với hình thức này, gạo nhập khẩu vào các quốc gia này có thể được đánh thuế ở mức rất cao, thường là trên 50%.

Bảng 3.7. Danh mục các quốc gia xếp gạo vào nhóm mặt hàng theo điều khoản Đối xử đặc biệt hoặc Tự vệ đặc biệt, hoặc thuế cao trên 50%, 2006

	Ad-valorem Bound rate and SSG/ST status		Ad-valorem Bound rate and SSG/ST status
Angola	55	Macedonia	SSG
Antigua and Barduda	100	Malawi	125
Bangladesh	50	Mali	60
Barbados	100	Mauritania	75
Belize	110	Mexico	SSG
Benin	60	Moldova	SSG
Brazil	55	Morocco	162+SSG
Brunei	50	Mozambique	100
Bulgaria	SSG	Namibia	SSG
Burkina Faso	100	Nicaragua	60+SSG
Burundi	100	Niger	50
Cameroon	80	Nigeria	150
Chad	80	Pakistan	100
China	65+SSG	Panama	90
Colombia	189+SSG	Peru	68
Congo	55	Philippines	ST

Costa Rica	SSG	Romania	120+SSG
Dominica	150	Rwanda	80
Ecuador	57	Seychelles	80
El Salvador	SSG	Sierra Leone	50
European Union	SSG	South Africa	SSG
Gabon	60	Sri Lanka	50
Georgia	SSG	St. Kitts and Nevis	95
Ghana	99	St. Lucia	130
Grenada	100	St. Vincent and the Grenadines	130
Guatemala	90+SSG	Swaziland	SSG
Guyana	100	Switzerland	SSG
Haiti	66	Taiwan, Chinese Rep.	ST
Hungary	57+SSG	Tanzania	120
India	80	Thailand	52+SSG
Indonesia	160	Togo	80
Jamaica	100	Trinidad and Tobago	100
Japan	SSG	Tunisia	60+SSG
Kenya	100	Uganda	80
Kora, Rep. of	ST	United States	SSG
Kuwait	100	Uruguay	55+SSG
Kyrgyz Republic	SSG	Venezuela	122+SSG
Lesotho	200	Zambia	125

SSG: *Special safeguards – các biện pháp tự vệ đặc biệt*, ST: *special treatment – đối xử đặc biệt*

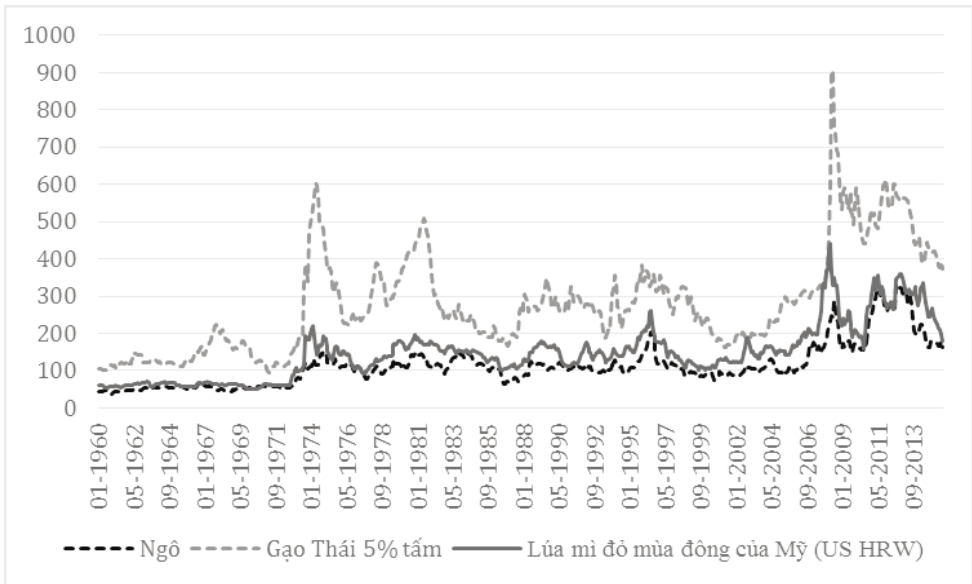
Ad valorem bound tariff rate: mức thuế giá trị tối đa

Nguồn: FAO (2006)

Cũng như các loại ngũ cốc cơ bản, gạo là loại mặt hàng có giá biến động rất cao. Hình 3.3 cho thấy giá lúa mì, ngô và giá gạo đều có khoảng biên độ biến động rất mạnh quanh mức giá của nó từ

năm 1960 tới 2014. Tính toán chỉ số biến thiên (CV) cho thấy các mặt hàng này đều có mức độ biến động (SD) trong một năm khá cao, khoảng trên 8% so với giá trung bình trong năm.

Hình 3.3. Giá xuất khẩu của gạo, lúa mì và ngô, 1/1960 - 6/2015 (USD/tấn)



Nguồn: World Bank (2015)

Trong tất cả các loại gạo thì gạo thơm có giá cao nhất. Đây là loại gạo phổ biến được xuất khẩu bởi Thái Lan với tên gọi là Thai Hommali và bởi Ấn Độ với tên gọi Basmati. Tiếp theo là gạo trắng hạt dài chất lượng cao (chứa 5% tấm), rồi đến gạo trắng hạt dài chất lượng thấp (chứa 25 % tấm), gạo đò, và gạo tấm.

Cùng một chủng loại gạo xuất khẩu nhưng gạo Thái Lan thường có giá cao nhất và gạo Việt Nam có giá thấp nhất. Chẳng hạn cùng là gạo hạt dài chất lượng cao, nhưng của Thái Lan vào tháng 7/2012 có giá 592 USD/tấn, trong khi của Việt Nam chỉ có 415 USD/tấn. Tương tự, gạo thơm Hom Mali của Thái Lan có giá 1.025 USD/tấn, còn gạo thơm của Việt Nam 5% tấm chỉ có giá 625 USD/tấn.

Bảng 3.8. Giá các loại gạo xuất khẩu trên thế giới, tháng 7-2012 (USD/tấn)

Gạo trắng hạt dài - chất lượng cao		
	Thai 100% B	592
	Viet 5%	415
	Indian 5%	423
	Paki 5%	470
	US 4%	566
	Uruguay 5%	585
	Argentina 5%	585
Gạo trắng hạt dài - chất lượng thấp		
	Thai 25%	563
	Viet 25%	378
	Paki 25%	417
	Indian 25%	385
	US 15%	539
Gạo hạt dài chín sơ		
	Thai 100%	578
	Paki 5%	483
	Indian 5%	408
	US 4%	595
	Brazil 5%	607
	Uruguay 5%	620
Gạo thơm hạt dài		
	Thai Hom Mali 100%	1025
	Viet 5%	625
	Indian basmati 2%	1065
	Paki basmati 2%	1025
Gạo tẻ		
	Thai A1 super	521
	Viet	349
	Paki	345
	Indian	341
	US pet food	388
	Brazil half grain	370

Nguồn: All India Rice Exporters (2015)

Với các đặc điểm như thiếu chuẩn hoá, cước phí vận chuyển cao, khó bảo quản, và chịu sự bảo hộ nội địa cao, gạo xuất khẩu là mặt hàng có tính cạnh tranh cao, bất chấp việc hoạt động xuất khẩu hay nhập khẩu tập trung vào một số ít quốc gia. Một số quốc gia xuất khẩu đã từng đề xuất hình thành liên minh các nước xuất khẩu nhưng thất bại (Mohindru & Phromchanya, 2012). Tuy các công ty thương mại đa quốc gia có quyền lực đáng kể trong việc quyết định giá gạo nhưng ảnh hưởng của họ cũng chỉ ở một phân khúc nhỏ. Rất khó hình thành các liên minh giữa các công ty thương mại.

Như vậy, giá gạo xuất khẩu trên thế giới liên tục được điều chỉnh bởi tất cả các tác nhân trong chuỗi giá trị thông qua quá trình tham chiếu tới tới nguồn cung và nguồn cầu ở các quốc gia khác nhau, tới các mức giá cả của các loại gạo khác nhau, cũng như của các loại ngũ cốc khác, và tới các chính sách bảo hộ gạo nội địa liên tục thay đổi của các quốc gia. Vai trò của các chính phủ cũng như của các doanh nghiệp lớn trong lĩnh vực xuất nhập khẩu gạo trong việc định hình giá gạo có xu hướng ngày càng giảm, nhường chỗ cho vai trò của các doanh nghiệp tư nhân vừa và nhỏ trong một thị trường cạnh tranh ngày càng năng động.

3.2.4. Những xu hướng xuất nhập khẩu gạo trên thế giới gần đây

Ngoài nhóm các quốc gia xuất - nhập khẩu truyền thống như mô tả ở trên thì trong những năm gần đây đã xuất hiện một số các quốc gia mới nổi trên thị trường xuất - nhập khẩu gạo thế giới.

Về xuất khẩu, khu vực châu Á xuất hiện thêm nguồn cung gạo dồi dào và là đối thủ cạnh tranh đối với các quốc gia xuất khẩu gạo truyền thống. Đó là Campuchia và Myanmar. Campuchia đã nâng sản lượng xuất khẩu từ mức 750 nghìn tấn trong niên vụ 2009/10 lên mức 1 triệu tấn trong niên vụ 2013/14. Thị trường xuất khẩu gạo chính của Campuchia trong năm 2013 là các nước Châu Âu, Malaysia, Thái Lan và Trung Quốc. Đặc biệt, hiện nay Campuchia đang dần tiếp cận thị trường Hoa Kỳ và Hàn Quốc.

Myanmar cũng đã tăng gần gấp đôi sản lượng xuất khẩu từ mức 700 nghìn tấn lên 1300 nghìn tấn trong giai đoạn 2009/10 và 2013/14. Là một quốc gia đã từng là cường quốc xuất khẩu gạo số 1 của châu Á trong thập niên 1960, Myanmar hứa hẹn trở thành một quốc gia có tiềm năng sản xuất và xuất khẩu lúa gạo mạnh trên thế giới ⁴. Hiện nay, Myanmar đã xuất khẩu được gạo sang các thị trường trong khu vực như Trung Quốc, Thái Lan, Philippines và Indonesia.

Bảng 3.9. Nhóm các nước xuất khẩu và nhập khẩu gạo mới nổi, 2009 - 2014 (nghìn tấn)

		2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014 (tháng tư)
Nhóm các nước có xu hướng xuất khẩu gạo	Ấn Độ	2 228	4 637	10 250	10 480	10 000
	Campuchia	750	860	800	975	1 000
	Myanmar	700	1 075	1 357	1 163	1 300
Nhóm các quốc gia có xu hướng nhập khẩu gạo	Malaysia	907	1 036	1 478	1 300	1 400
	Trung Quốc	366	575	2 900	3 500	3 200
	Nam Phi (south africa)	733	885	870	990	1 100

Nguồn: USDA (2014a)

Trong số các nước xuất khẩu truyền thống, Ấn Độ nổi lên là quốc gia có những bút phá mạnh mẽ trong việc xuất khẩu. Quốc gia này đã tăng sản lượng xuất khẩu gần 5 lần từ mức 2228 nghìn tấn trong niên vụ 2009/10 lên đến 10.000 tấn trong niên vụ 2013/14. Với thành tích này, Ấn Độ đã trở thành quốc gia xuất khẩu gạo lớn nhất thế giới. Ấn

⁴ Myanmar có nhiều điều kiện tự nhiên thuận lợi cho phát triển ngành lúa gạo với khoảng 8,1 triệu ha đất trồng lúa, khí hậu nhiệt đới, góp phần đầy mạnh sản lượng lúa của Myanmar. Hiện nay, Myanmar vẫn coi nông nghiệp là nền tảng để phát triển kinh tế, do đó chính phủ Myanmar ban hành nhiều chính sách phát triển nông nghiệp, đặc biệt là đối với mặt hàng gạo.

Độ đã xuất khẩu gạo Basmati đặc thù của mình đến 40 quốc gia. Đặc biệt, trong những năm gần đây, Ấn Độ đã mở rộng được thành công thị phần xuất khẩu gạo của mình sang Nam Phi. Năm 2013, Ấn Độ đã có thể cạnh tranh ngang sức với gạo Thái Lan tại thị trường này.

Về nhập khẩu, Trung Quốc ngày càng trở thành quốc gia nhập khẩu gạo lớn với qui mô nhập khẩu tăng gấp gần 10 lần, từ mức 336 nghìn tấn trong niên vụ 2009/10 lên đến 3.200 nghìn tấn trong niên vụ 2013/14. Nhiều nước châu Phi cũng trở thành những quốc gia nhập khẩu mạnh. Tiêu biểu nhất là Nam Phi. Quốc gia này đã tăng sản lượng nhập khẩu lên 1,5 lần trong giai đoạn 2009/10 đến 2013/14.

Các quốc gia ở khu vực Mỹ Latinh và vùng Caribe có xu hướng tăng mức nhập khẩu gạo, tăng 6% đạt mức 3,7 triệu tấn trong năm 2012. Tuy nhiên, xu hướng tăng này không bền vững, chủ yếu là do thiếu hụt sản lượng gạo tạm thời tại Haiti, Mexico, Panama và Peru buộc các quốc gia này phải nhập khẩu gạo nhiều hơn. Năm 2012, Cuba giảm sản lượng 5% nên nâng mức nhập khẩu lên 570 nghìn tấn. Brazil do sản lượng trong nước giảm nên phải tăng lượng gạo nhập khẩu, năm 2012 nhập 800 nghìn tấn, tăng 200 nghìn tấn so với năm 2011.

Các nước Châu Âu có xu hướng tăng nhập khẩu gạo, năm 2012 đã tăng 4,8% so với năm trước, đạt khoảng 1,7 triệu tấn. Năm 2012 là năm thứ hai liên tiếp lượng gạo nhập khẩu của Châu Âu từ Hoa Kỳ tăng 650.000 tấn, trong đó Liên Bang Nga tiếp tục mua thêm 180.000 tấn.

Có một xu hướng khác nổi lên trong thời gian gần đây là xu hướng tự lực về cung cấp lúa gạo tại các quốc gia nhập khẩu gạo. Phillipines và Indonesia là hai quốc gia tiêu biểu trong khu vực ASEAN. Phillipines vốn là nước nhập khẩu gạo lớn nhất thế giới trong năm 2010 với mức nhập khẩu 2,45 triệu tấn gạo. Tuy nhiên mức nhập khẩu đã giảm mạnh xuống 1,2 triệu tấn vào năm 2011 và năm 2012 tăng nhẹ lên 1,5 triệu tấn. Còn Indonesia là nước nhập khẩu gạo

lớn nhất vào năm 2011, tuy nhiên Indonesia đã không nhập khẩu gạo từ năm 2013.

Các nước châu Phi thể hiện khá rõ xu hướng tự lực tự cường này khiến cho nhu cầu nhập khẩu gạo của Châu Phi có xu hướng giảm. Năm 2012, các nước Châu Phi nhập khẩu 10,5 triệu tấn, giảm 2% so với 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. Theo FAO (2006), Ai Cập vào năm 2012 nhập khẩu 100 nghìn tấn, giảm hẳn so với mức 350 nghìn tấn năm 2011. Nigeria hiện là một trong những quốc gia nhập khẩu gạo nhiều nhất thế giới cũng giảm lượng nhập khẩu 8% năm 2012 do sản lượng tăng và chính phủ áp đặt các biện pháp bảo vệ hoạt động sản xuất trong nước với mục tiêu năm 2015 trở thành quốc gia tự cung về gạo.⁵

3.2.5. Nhận xét về mối quan hệ cấu trúc-hành vi-kết quả (SCP) trên thị trường xuất nhập khẩu gạo thế giới

Các đặc điểm về sản xuất, tiêu thụ, và xuất nhập khẩu gạo trên thế giới như trên cho phép ta phân tích bức tranh về mối quan hệ SCP trên thị trường xuất - nhập khẩu gạo như sau:

- Sản lượng xuất nhập khẩu gạo tương đối ổn định trong thời gian vừa qua trong khi tổng sản lượng lúa gạo toàn cầu tiếp tục gia tăng. Điều này tạo ra áp lực cạnh tranh lớn đối với các nhà xuất khẩu gạo.

- Có hiện tượng tập trung thị trường đối với phía xuất khẩu gạo nhưng quyền lực áp đặt giá của các nhà xuất khẩu không lớn, đặc biệt là với các nhà xuất khẩu gạo trắng dài, vì có nhiều quốc gia xuất khẩu sẵn sàng chào giá cạnh tranh hơn nếu quốc gia đang có thị trường truyền thống áp đặt giá cao.

⁵ Để khuyến khích sử dụng gạo trong nước chính phủ Nigeria áp dụng mức thuế 25% đối với gạo nhập khẩu từ ngày 1 tháng 7 năm 2012. Ngoài ra, chính phủ có kế hoạch nâng thuế nhập khẩu gạo từ 20% lên 40% (Viettrade, 2012).

- Các doanh nghiệp thương mại quốc tế lớn trong ngành gạo khó có thể duy trì được quyền lực chi phối do đặc thù của ngành gạo (thiếu tính chuẩn hoá, khó lưu kho, rủi ro từ chính sách bảo hộ lớn) và sự cạnh tranh ngày một tăng đến từ các doanh nghiệp xuất khẩu có qui mô nhỏ hơn.

- Xu hướng tự lực sản xuất của nhiều quốc gia châu Phi và Đông Nam Á có thể khiến cho cạnh tranh xuất khẩu gạo ngày càng gay gắt hơn.

- Sự gia nhập thị trường xuất khẩu mạnh mẽ của Myanmar và Campuchia trong những năm tới sẽ tạo ra một cục diện mới về thị trường này. Hai quốc gia này có tiềm năng mạnh trong việc cải thiện năng suất, từ đó có thể tạo ra sự thay đổi mạnh về cung gạo xuất khẩu trong thời gian tới.

- Xuất khẩu gạo của Việt Nam sẽ chịu sự cạnh tranh mạnh từ các nhà xuất khẩu truyền thống cũng như các nước mới nổi như Myanmar và Campuchia.

CHƯƠNG 4

CẤU TRÚC VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA THỊ TRƯỜNG LÚA GẠO TẠI MỘT SỐ QUỐC GIA TIÊU BIỂU

4.1. ẤN ĐỘ

Ấn Độ sở hữu 41.850.000 ha diện tích canh tác, chiếm 26% tổng diện tích trồng lúa trên thế giới, tạo ra sản lượng năm 2009 xấp xỉ 134 triệu tấn gạo (đứng thứ hai sau Trung Quốc với sản lượng 197 triệu tấn), trong đó, diện tích quy ruộng quy mô lớn (trên 4 ha), chiếm 66% tổng diện tích và được quản lý bởi khoảng 25% số nông dân. Và ngược lại, 75% số nông dân khác, chỉ sở 34% tổng diện tích canh tác. Phần diện tích canh tác này chủ yếu được phân bố ở khu vực phía Tây và phía Nam Ấn Độ, và thông thường, các cánh đồng lớn chỉ canh tác một vụ chính, gọi là vụ Hè (hay Kharif crop), trong khi đó, các cánh đồng nhỏ thường gieo cấy thêm một vụ ngắn ngày, gọi là vụ Đông (hay Rabi crop).

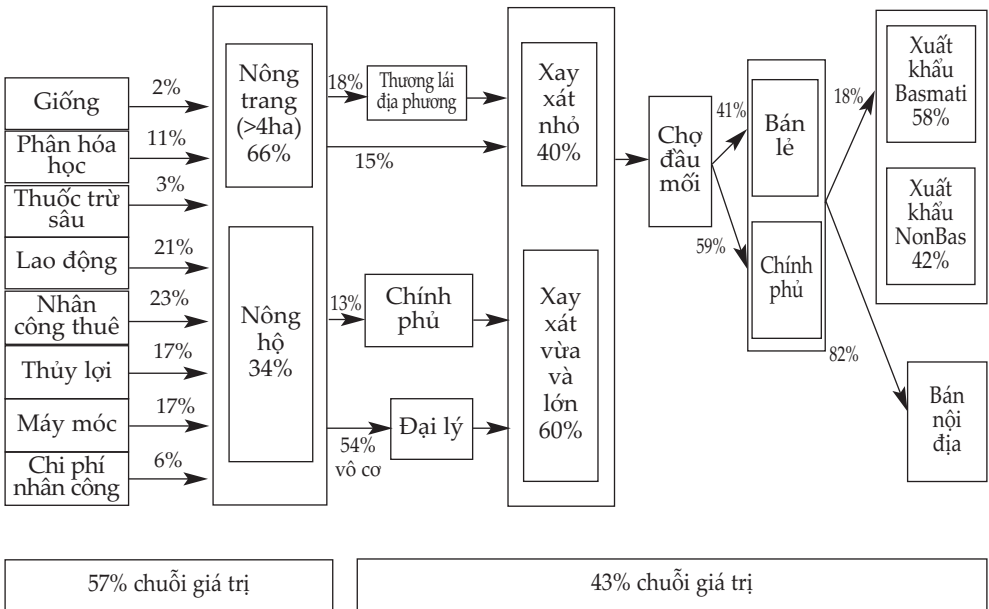
Sản phẩm gạo tại Ấn Độ được chia làm 2 nhóm chính là basmati (gạo thơm, chất lượng cao) và non-basmati (gạo trắng dài, chất lượng trung bình và thấp). Trước đây, gạo basmati chủ yếu được sản xuất để xuất khẩu (khoảng 80%), còn gạo non-basmati được ưu tiên tiêu thụ nội địa. Trong vài năm gần đây, với sản lượng lúa gạo ngày càng tăng, gạo non-basmati đã được phép xuất khẩu sang một số thị trường mới, đặc biệt ở châu Phi.

Bảng 4.1: Sản lượng và giá trị xuất khẩu gạo của Ấn Độ, 2000 - 2013

Năm	Basmati		Non - Basmati	
	Lượng (tấn)	Giá trị (Rs Lakhs)	Lượng (tấn)	Giá trị (In Rs Lakhs)
2000-2001	848919	214194.32	683194	78415.76
2001-2002	665843	183907.96	1532348	132436.19
2002-2003	594867	172953.82	4076347	363408.35
2003-2004	770764	199091.82	2601471	214216.15
2004-2005	1126125	274193.74	3645873	389973
2005-2006	1040672	277831.27	3704847	425788.33
2007-2008	1181655	433476.72	5314183	739623.25
2008-2009	1556383	947685.28	949992	169142.74
2009-2010	2015912	1083886.31	139371	41476.07
2010-2011	2370684	1135476.66	100683	23128.87
2011-2012	3211801	1545044.91	4099000	866818
2012-2013	3532183.21	1920300.522	6572139.36	1402785.5

Nguồn: USDA (2014b)

Hình 4.1: Chuỗi cung ứng lúa gạo của Ấn Độ, 2004



Nguồn: Reardon, Chen, Minten, và Adriano (2012)

4.1.1. Thị trường thu mua thóc để xay sát

Nông dân Ấn Độ được chia thành hai nhóm, tạm gọi là nông trang (những người sở hữu diện tích đất canh tác lớn, thường trên 4 ha) và nông trại (những người sở hữu diện tích đất trồng trọt nhỏ trong các làng xã). Cả hai nhóm này đều trồng lúa theo hai phương pháp hữu cơ (không sử dụng phân bón hoá học, thuốc trừ sâu hoặc thuốc bảo vệ thực vật) hoặc vô cơ. Lúa basmati chủ yếu được trồng bằng phương pháp hữu cơ. Các loại lúa non-basmati có thể trồng theo phương pháp hữu cơ hoặc vô cơ.

Lúa hữu cơ dù được sản xuất bởi các nông trang hay nông trại thì phần lớn đều được thu mua trực tiếp bởi các doanh nghiệp chế biến xay sát. Điều này là vì trồng lúa hữu cơ chi phí tốn kém nên nông dân chỉ trồng khi có đơn đặt hàng từ phía doanh nghiệp chế biến.

Lúa vô cơ của các nông trang đa phần cũng cung ứng trực tiếp cho các doanh nghiệp chế biến. Qui mô trồng lúa tại các nông trang lớn nên giúp cho các nhà máy chế biến giảm chi phí thu gom và logistic. Chỉ một phần nhỏ do vấn đề về chất lượng phải bán qua thương lái hoặc qua các chợ nông sản (mundies). Trong khi đó lúa vô cơ của các nông trại thường được bán qua chợ nông sản hoặc qua thương lái. Các công ty chế biến sẽ mua lại lúa từ các chợ nông sản hoặc các thương lái với khối lượng lớn. Thông thường mỗi công ty chế biến sẽ có đầu mối thu mua tại chợ nông sản.

Nếu nông trang hoặc nông trại không bán được tại các chợ nông sản cho các đại lý thu mua với mức giá cao hơn mức giá tối thiểu thì các đại lý của chính phủ sẽ mua lại. Chính sách này chỉ áp dụng cho gạo non-basmati.

Bên cạnh việc hỗ trợ nông dân trong việc thu mua lúa gạo với mức giá tối thiểu, Chính phủ Ấn Độ còn hỗ trợ cung ứng nguồn giống lúa thông qua các chương trình nghiên cứu của khu vực công và hoàn toàn không có sự nhập khẩu. Ngoài ra, Chính phủ Ấn Độ còn trực

tiếp tài trợ các kỹ thuật canh tác, trồng cấy, chống dịch bệnh và thu hoạch thông qua các chương trình Cách mạng xanh như “System of Rice Intensification”.

Như vậy, trong phân đoạn thu mua thóc để xay xát tại Ấn Độ, mối quan hệ giữa nông dân và đơn vị xay xát tương đối trực tiếp. Nông dân hoặc bán thóc cho các đơn vị xay xát theo các đơn hàng từ trước hoặc bán thông qua các đại lý của đơn vị xay xát tại các chợ nông sản. Chỉ một phần nhỏ là phải bán qua thương lái. Hơn nữa, nông dân còn có quyền lựa chọn bán cho các đại lý của chính phủ trong trường hợp không bán được trên thị trường ở mức trên giá tối thiểu.

Bảng 4.2. Cấu trúc thị trường lúa gạo của Ấn Độ

Các tác nhân	Vai trò	Số lượng	Vị thế trên thị trường	Các khả năng lựa chọn: lợi ích và chi phí
PHÂN ĐOẠN MUA BÁN LÚA ĐỂ XAY XÁT				
Nông trang	Sản xuất lúa	Nhiều	Chiếm lĩnh thị trường gạo basmati xuất khẩu	<ul style="list-style-type: none"> - Có nguồn cầu đảm bảo; lợi nhuận cao - Phụ thuộc vào thị trường xuất khẩu - Đầu tư lớn cho kỹ thuật
Nông trại	Sản xuất lúa	Rất nhiều	Chiếm lĩnh thị trường gạo non-basmati tiêu thụ trong nước	<ul style="list-style-type: none"> - Nguồn cầu bấp bênh - Dễ bị thương lái ép giá - Đầu tư ít
Thương lái nhỏ	Mua lúa từ nông trại hoặc nông trang và bán cho đơn vị xay xát	Nhiều	Chỉ có lợi thế với các nông trại nhỏ	<ul style="list-style-type: none"> - Không có nguồn ổn định - Chi phí giao dịch cao - Ít phải đầu tư, chênh lệch giá lớn
Các đại lý thu mua gạo tại chợ nông sản	Mua lúa từ nông trại hoặc nông trang và bán cho đơn vị xay xát	Nhiều	Có lợi thế với các nông trại nhỏ	<ul style="list-style-type: none"> - Có nguồn ổn định - Chi phí giao dịch thấp - Đầu tư nhiều, chênh lệch giá ít

Các đơn vị xay sát độc lập	<ul style="list-style-type: none"> - Mua lúa trực tiếp từ nông trang, nông trại, thương lái, hoặc đại lý thua mua tại chợ nông sản; - Chế biến lúa thành gạo; - Cung ứng cho hệ thống thu mua gạo của chính phủ, các công ty xuất khẩu, và các đại lý phân phối trong nước. 	Nhiều	Với các nông trang và các thương lái	<ul style="list-style-type: none"> - Có nhiều quyền lựa chọn - Công suất đa dạng - Chi phí lớn cho kho chứa
Các công ty xuất khẩu	<ul style="list-style-type: none"> - Mua lúa từ nông trang, đại lý thu mua tại chợ nông sản; - Tự xay sát; - Xuất khẩu. 	Ít	Từ các nông trang	<ul style="list-style-type: none"> - Chỉ mua từ các nông trang đã ký thoả thuận - Nguồn cung ổn định - Rủi ro về giá xuất khẩu - Chi phí cho kho chứa
Các đại lý thu mua của Chính phủ	<ul style="list-style-type: none"> - Mua lúa với giá tối thiểu từ nông dân; - Tự xay sát; - Phân phối trong nước. 		Chỉ tham gia khi giá lúa thấp	<ul style="list-style-type: none"> - Không có lựa chọn - Chi phí kho chứa - Ngân sách chính phủ
PHÂN ĐOẠN MUA BÁN GẠO				
Các đơn vị xay sát	<ul style="list-style-type: none"> - Chế biến gạo - Cung ứng cho các thương gia hoặc nhà XK - Bán lại cho hệ thống phân phối của Chính phủ 	Nhiều	Ít có vai trò trong việc cung ứng gạo trực tiếp cho nhà bán lẻ + XK	<ul style="list-style-type: none"> - Có nhiều quyền lựa chọn - Công suất đa dạng - Chi phí lớn cho kho chứa
Các thương gia phân phối	<ul style="list-style-type: none"> - Mua gạo từ các đơn vị xay sát - Phân phối cho các nhà bán lẻ - Cung ứng cho các công ty XK 	Nhiều	Có vai trò quan trọng trong việc cung ứng gạo	<ul style="list-style-type: none"> - Có nhiều quyền lựa chọn - Vốn lớn
Các công ty xuất khẩu	Mua lúa từ nông dân, thương lái, và tự xay sát	Ít	Tự chế biến hoặc thu gom từ các nguồn khác	<ul style="list-style-type: none"> - Nguồn trực tiếp nông trang đã ký thoả thuận - Nguồn thu gom trên thị trường - Rủi ro về giá xuất khẩu - Chi phí cho kho chứa

Các đại lý bán lẻ	<ul style="list-style-type: none"> - Mua gạo từ các đơn vị xay sát - Mua gạo từ các thương gia phân phối - Bán cho người tiêu dùng 	Nhiều	Chi phân phối khoảng 37,5% lượng gạo trong cả nước	
Chính phủ	Tự xay sát hoặc mua từ các công ty xay sát		Phân phối khoảng 62,5% gạo trong nước	<ul style="list-style-type: none"> - Phân phối tiêu thụ trong nước - Chi phí kho chứa

4.1.2. Thị trường mua bán gạo để phân phối trong nước và xuất khẩu

Các doanh nghiệp tư nhân sau khi thực hiện quy trình chế biến từ thóc thành gạo đóng bao thành phẩm thường phải bán lại theo chính sách của nhà nước, từ 50 - 70% lượng gạo thành phẩm với mức giá thu gom do nhà nước đề ra.

Cộng với lượng gạo được chế biến từ lúa thu mua ở mức giá tối thiểu trực tiếp từ các nông hộ, lượng gạo do nhà nước nắm giữ xấp xỉ khoảng 70-80% tổng sản lượng gạo của Ấn Độ, bao gồm chủ yếu là gạo non-basmati và một lượng nhỏ gạo basmati. Lượng gạo này sẽ được lưu kho và phân phối lại thông qua “Hệ thống phân phối công lập - PDS” để đảm bảo an ninh lương thực cho 65% dân số nội địa (theo Đạo luật an ninh lương thực, Chính phủ Ấn Độ phải cung cấp đủ gạo trợ giá cho 62,5% dân số, bao gồm 50% ở thành thị và 70% ở nông thôn).

Như vậy, khu vực tư nhân chỉ chiếm lĩnh chưa đến 40% thị trường phân phối gạo trong nước. Với cơ chế này, Chính phủ Ấn Độ có thể kiểm soát được giá cả gạo trong nước. Tuy nhiên, cơ chế này khiến cho người dân trong nước ít có cơ hội tiêu thụ gạo basmati chất lượng cao mà chủ yếu tiêu thụ gạo non-basmati chất lượng thấp.

Hoạt động xuất khẩu của Ấn Độ được thực hiện bởi cả nhà nước và tư nhân. Tập đoàn Thực phẩm Ấn Độ (The Food Corporation of

India) là doanh nghiệp nhà nước chịu trách nhiệm điều phối hoạt động xuất khẩu cho các hợp đồng G2G. Khoảng 100 doanh nghiệp tư nhân (trong đó có đến 40 doanh nghiệp đa quốc gia) được cấp phép xuất khẩu gạo, hoặc thông qua Quota phân bổ các hợp đồng G2G của Tập đoàn Thực phẩm Ấn Độ, hoặc qua các hợp đồng kinh tế tự ký kết với các tập đoàn đa quốc gia hoặc các doanh nghiệp tại các thị trường xuất khẩu của Ấn Độ. Trong số các doanh nghiệp tư nhân xuất khẩu, tập đoàn India Gate chiếm đến 49% doanh thu xuất khẩu gạo của Ấn Độ.

Chính phủ Ấn Độ kiểm soát chặt chẽ sản lượng gạo xuất khẩu và loại gạo xuất khẩu. Trước 2011, Ấn Độ cấm xuất khẩu gạo non-basmati, do mục tiêu an ninh lương thực. Chỉ có gạo Basmati được xuất khẩu sang các thị trường Trung Đông (thị trường lớn nhất), Châu Âu (chiếm 84% thị phần Châu Âu), Bắc Mỹ và Châu Úc. Nhưng từ sau 2011, Ấn Độ cho phép xuất khẩu gạo non-basmati sang các thị trường mới ở Châu Phi, Trung Quốc (cạnh tranh với Thái Lan, Việt Nam) và Mexico (cạnh tranh với Mỹ).

Mặc dù kiểm soát chặt chẽ nguồn cung xuất khẩu nhưng chính phủ Ấn Độ lại có cơ chế hành chính rất thông thoáng cho các doanh nghiệp (gồm cả doanh nghiệp nhà nước và tư nhân). Đặt các doanh nghiệp này vào môi trường cạnh tranh tự do, tìm kiếm các hợp đồng bán gạo cho các tổ chức buôn bán gạo đa quốc gia. Nhờ các chính sách này Ấn Độ đã nhanh chóng vươn lên giành vị trí số 1 thị trường xuất khẩu gạo. Vào năm 2012, Ấn Độ xuất khẩu 3,5 triệu tấn gạo basmati và 6,6 triệu tấn non-basmati. Mặc dù chỉ chiếm 35% tỷ trọng khối lượng xuất khẩu, gạo basmati mang lại 58% doanh thu từ xuất khẩu gạo.

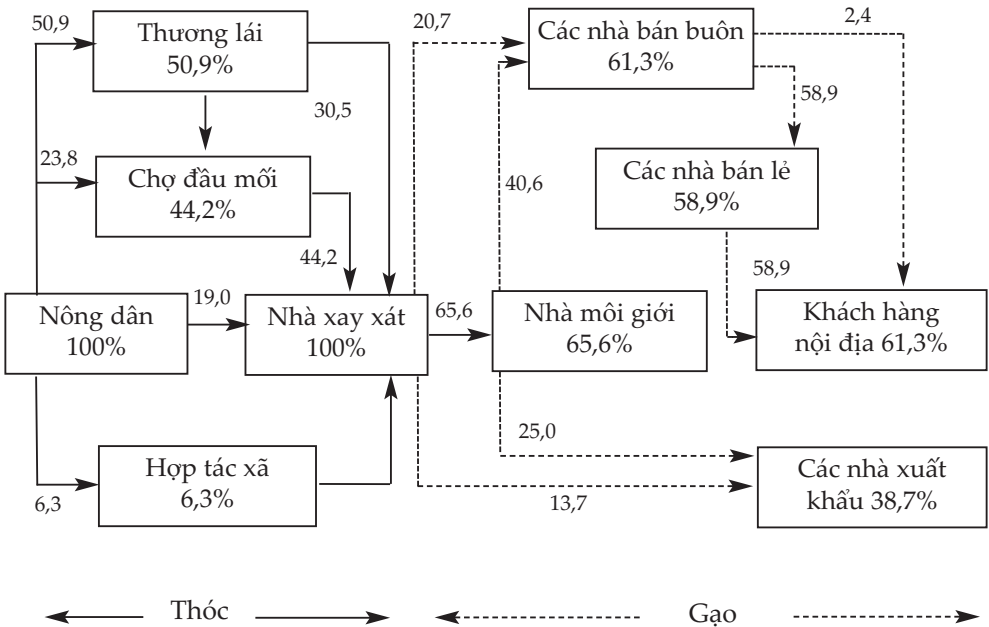
4.2. THÁI LAN

Gạo là loại ngũ cốc quan trọng của Thái Lan. Khoảng 40 - 45% đất nông nghiệp của Thái Lan được dùng để trồng lúa. Năm 2012,

toàn Thái Lan có khoảng 11,27 triệu ha đất trồng lúa. Khu vực trồng lúa chính của Thái Lan là ở các tỉnh Đông Bắc, chiếm hơn một nửa diện tích và sản lượng lúa gạo của Thái Lan. Nông dân Thái Lan chủ yếu chỉ trồng một vụ do chi phí trồng vụ hai cao hơn đáng kể so với vụ chính. Trong tổng sản lượng lúa gạo năm 2012 là 21,4 triệu tấn thì sản lượng vụ chính chiếm tới hơn 80%. Năng suất trung bình của Thái Lan vào năm 2012 là 1,9 tấn/ha (Wailes & Chavez, 2012).

Thái Lan chủ yếu sản xuất ba loại gạo: gạo nếp, gạo trắng dài và gạo thom. Gạo nếp thường được tiêu thụ tại địa phương hoặc xuất khẩu sang Lào. Gạo trắng dài và gạo thom được tiêu thụ trong cả nước và xuất khẩu.

Hình 4.2. Chuỗi cung ứng lúa gạo của Thái Lan, 1997



Nguồn: Jacques-chai (2004)

4.2.1. Thị trường mua bán thóc để xay sát

Thị trường mua bán lúa của Thái Lan gồm có các nhóm chủ thể tham gia như sau: nông dân, hợp tác xã/tổ hợp tác, thương lái, đầu mối thu mua tại các chợ đầu mối, cơ sở xay sát, nhà xuất khẩu và chính phủ.

Nông dân Thái Lan có thể phân chia thành 2 nhóm: nông trang (trồng lúa trên qui mô lớn, diện tích thường trên 3 ha) và nông trại. 90% nông dân Thái Lan canh tác trên đất đai thuộc quyền sở hữu của mình. Số còn lại canh tác trên đất thuê. Nông dân Thái Lan có thể dễ dàng tiếp cận vốn từ Ngân hàng phát triển nông nghiệp bằng cách thế chấp ruộng đất mình sở hữu.

Nông trang chủ yếu trồng lúa theo các hợp đồng thương mại ký kết với các cơ sở xay sát hoặc một số doanh nghiệp xuất khẩu. Trong khi đó nông trại trồng lúa một phần để cung cấp lương thực cho bản thân gia đình một phần để bán ra bên ngoài. Các nông trại bán lúa chủ yếu cho thương lái địa phương. Phần còn lại bán trực tiếp cho các cơ sở xay sát hoặc các đầu mối thu mua tại các chợ đầu mối. Ước tính có khoảng 44% lượng lúa gạo của Thái Lan được sản xuất bởi các nông trại. Khoảng 60% các nông trại trồng lúa nếp (glutinous rice) để tự tiêu dùng và bán cho thị trường địa phương. Số nông trại còn lại và các nông trang trồng lúa tẻ (gạo tẻ trắng dài hoặc gạo thơm) vì mục đích thương mại: được tiêu thụ khắp cả nước hoặc xuất khẩu.

Hợp tác xã/tổ hợp tác là hình thức liên kết giữa các nông trại nhằm mục đích tương trợ lẫn nhau cả về đầu vào sản xuất, tài chính, tăng quy mô sản xuất hoặc tăng khả năng thỏa thuận giá bán đầu ra với các thương lái địa phương. Mỗi hợp tác xã/tổ hợp tác thường có tối thiểu 30 hộ nông dân và có tư cách pháp nhân riêng. Các hợp tác xã/tổ hợp tác thường đầu tư cả công đoạn xay sát để bán gạo trực tiếp cho các đầu mối bán buôn, cho các nhà xuất khẩu, hoặc trực tiếp đến người tiêu dùng cuối cùng của một số quốc gia nhập khẩu gạo.

Thương lái là những người ở địa phương hoặc ở thành phố, thường có điều kiện về phương tiện giao thông và kho cất trữ lúa, đến thu mua lúa của nông dân. Đôi khi các thương lái cung cấp các đầu vào (phân bón, giống, thuốc trừ sâu, vốn...) cho nông dân vào đầu vụ để đổi lấy việc thu mua lúa vào cuối vụ. Thương lái địa phương chủ yếu bán lại lúa cho các đầu mối thu mua tại các chợ đầu mối hoặc cho các cơ sở xay xát. Các thương lái cũng có thể thuê xay xát và sau đó bán lúa cho các thương nhân hoặc doanh nghiệp cung ứng gạo.

Đầu mối thu mua (assemblers) tại các chợ đầu mối thu mua lúa của các nông trại hoặc của các thương lái địa phương. Sau khi thu mua, các đầu mối thu mua sẽ bán lại cho các cơ sở xay xát. Họ cũng có thể thuê các cơ sở xay xát và bán gạo cho các thương nhân hoặc doanh nghiệp cung ứng. Các giao dịch giữa đầu mối thu mua và các cơ sở xay xát hoặc thương lái diễn ra tại chợ đầu mối. Các chợ đầu mối có thể do nhà nước hoặc tư nhân lập ra. Ở Thái Lan, có 3 chợ trung tâm do Ngân hàng hợp tác xã nông nghiệp (Bank for Agricultural Cooperatives (BAAC)) được đặt ở 3 vùng sản xuất gạo chính (phía Bắc, Đông Bắc và vùng Trung tâm). Các khu vực khác, gồm 176 vùng ngoại ô, do Vụ khuyến nông, Bộ Nông nghiệp và hợp tác xã quản lý (Aree Wiboonpongse & Yaowares Chaovanapoonphol, 2001).

Cơ sở xay xát có nhiều loại. Đa số là các cơ sở xay xát truyền thống phục vụ việc xay xát các loại lúa cho tiêu dùng tại địa phương; số còn lại là các cơ sở xay xát thuộc hợp tác xã, thuộc các doanh nghiệp chế biến, hoặc các cơ sở xay xát thuê. Đa phần các cơ sở xay xát nhỏ thực hiện dịch vụ xay xát thuê cho các hộ nông dân và thương lái. Chỉ có các cơ sở xay xát lớn có kho chứa là đầu tư trữ lúa trong vụ gặt sau đó xay xát và bán trong các thời điểm khác nhau.

Các cơ sở thương lái đóng vai trò quan trọng trong việc truyền tải thông tin về giá. Họ là trung gian kết nối giữa các nhà môi giới, xuất khẩu và nông dân. Họ chính là người định giá thu mua lúa trên thị

trường và phát tín hiệu ngược trở lại cho khu vực môi giới và xuất khẩu để định giá gạo.

Các nhà xuất khẩu thường có cơ sở xay xát riêng và thu mua lúa trực tiếp từ nông trang, hợp tác xã cũng như các đầu mối thu mua tại các chợ đầu mối để xay xát thành gạo phục vụ cho nhu cầu xuất khẩu của mình. Tỷ lệ gạo xuất khẩu được doanh nghiệp xuất khẩu chế biến từ thu mua lúa trực tiếp thường không nhiều.

Chính phủ Thái Lan đã đưa ra chính sách thu mua lúa thóc của nông dân với mức giá bảo hộ (Price Guarantee Program) và cho phép nông dân mua lại trong vòng 9 tháng, kèm theo lãi suất khoảng 3%/năm (Mortgage Programme). Chính sách trợ giá gạo này tuy đảm bảo lợi nhuận cho người nông dân nhưng tiêu tốn khoảng 4 tỷ USD mỗi năm và đã bị chấm dứt kể từ 28/02/2014.

4.2.2. Thị trường mua bán gạo để phân phối trong nước và xuất khẩu

Những chủ thể tham gia vào thị trường này gồm có: thương lái, cơ sở xay xát, hợp tác xã, môi giới, cơ sở bán buôn, cơ sở bán lẻ, nhà xuất khẩu, và chính phủ.

Thương lái tham gia vào thị trường mua bán gạo dưới hình thức thu mua lúa của nông dân, thuê xay xát, rồi bán lại cho cơ sở bán buôn hoặc bán lẻ. Qui mô tham gia của thương lái vào thị trường mua bán gạo khá nhỏ. Chủ yếu do nhu cầu tiêu thụ tại địa phương.

Môi giới đóng vai trò quan trọng trong chuỗi cung ứng lúa gạo của Thái Lan. Họ là cầu nối giữa nhà xuất khẩu hoặc cơ sở bán buôn với cơ sở xay xát. Họ kết nối các thông tin về cung và cầu liên quan đến chủng loại và chất lượng gạo. Đa phần các cơ sở xay xát bán gạo lại cho các nhà xuất khẩu và cơ sở bán buôn qua môi giới. Môi giới được hưởng khoảng 2 - 3% doanh thu.

Cơ sở bán buôn và bán lẻ trong nước hình thành một mạng lưới rộng khắp Thái Lan. Với hơn 60% sản lượng gạo được tiêu thụ nội

địa, đây là một thị trường gần như được thả nổi về giá. Các cơ sở bán buôn thu mua gạo từ các cơ sở xay xát một cách trực tiếp (khoảng 40%) và gián tiếp qua môi giới (khoảng 60%). Sau đó các cơ sở bán buôn phân phối qua các cơ sở bán lẻ để đưa gạo tới tay người tiêu dùng. Chỉ một phần nhỏ là các cơ sở bán buôn bán trực tiếp cho người tiêu dùng.

Các nhà xuất khẩu của Thái Lan chủ yếu là các doanh nghiệp tư nhân. Hiện tại, có khoảng 350 doanh nghiệp đăng ký xuất khẩu gạo, trong đó có 10 doanh nghiệp xuất khẩu tư nhân nắm giữ khoảng 80% tổng giá trị xuất khẩu gạo. Các doanh nghiệp này xuất khẩu gạo thông qua môi giới quốc tế hoặc các doanh nghiệp kinh doanh gạo đa quốc gia.

Các doanh nghiệp xuất khẩu tìm kiếm khách hàng qua marketing của chính mình hoặc qua thực hiện các quota phân bổ từ các hợp đồng G2G theo sự điều phối của Phòng thương mại xuất khẩu thuộc Bộ thương mại Thái Lan. Hiện nay, hoạt động xuất khẩu thông qua các hợp đồng G2G chiếm khoảng 20% tổng lượng xuất khẩu gạo của Thái Lan.

Môi giới quốc tế và tập đoàn thương mại đa quốc gia là kênh xuất khẩu gạo chính của các doanh nghiệp tư nhân Thái Lan. Môi giới quốc tế chỉ kết nối các doanh nghiệp xuất khẩu của Thái Lan với các tập đoàn thương mại đa quốc gia hoặc với nhà nhập khẩu tại các nước nhập khẩu và hưởng phí hoa hồng. Các tập đoàn thương mại đa quốc gia có thể đàm phán trực tiếp việc mua gạo xuất khẩu từ các doanh nghiệp Thái Lan.

Chính phủ Thái Lan tham gia vào thị trường mua bán gạo chủ yếu dưới hai hình thức. Thứ nhất, Chính phủ tham gia vào việc đàm phán các hợp đồng G2G với các quốc gia nhập khẩu. Thứ hai, Chính phủ tham gia vào việc giám sát chất lượng gạo xuất khẩu, đảm bảo rằng gạo xuất khẩu đạt các tiêu chuẩn khai báo.

Bảng 4.3. Cấu trúc thị trường lúa gạo của Thái Lan

Các tác nhân	Vai trò	Số lượng	Vị thế trên thị trường	Các khả năng lựa chọn: lợi ích và chi phí
PHÂN ĐOẠN MUA BÁN LÚA ĐỂ XAY SÁT				
Nông trang	Sản xuất lúa	Nhiều	Chiếm lĩnh thị trường gạo XK	- Có nguồn cầu đảm bảo; lợi nhuận cao - Phụ thuộc vào thị trường xuất khẩu - Đầu tư lớn cho kỹ thuật
Nông hộ	Sản xuất lúa	Rất nhiều	Cung ứng lúa cho các thương lái	- Nguồn cầu bấp bênh - Dễ bị thương lái ép giá - Đầu tư ít
Tổ hợp tác	Các nông hộ hợp tác với nhau để sản xuất và bán lúa	Nhiều	Có vai trò đàm phán với các thương lái	- Hợp tác khó - Chi phí giao dịch cao - Có thể có được giá tốt
Hợp tác xã	Cùng nhau để sản xuất và bán lúa	Không nhiều	Có vai trò với các thương lái	- Hợp tác khó - Chi phí giao dịch cao - Có thể được giá tốt
Thương lái	Mua lúa từ nông hộ và bán cho đơn vị xay sát	Nhiều	Với nông hộ	- Không có nguồn ổn định - Chi phí giao dịch cao - Ít phải đầu tư, chênh lệch giá lớn
Các đơn vị xay sát	Mua lúa trực tiếp từ nông dân, thương lái	Nhiều	Với các nông trang và các thương lái	- Có nhiều quyền lựa chọn - Công suất đa dạng - Chi phí lớn cho kho chứa
Các công ty xuất khẩu	Mua lúa từ nông dân, thương lái, và tự xay sát	Ít	Từ các nông trang	- Chỉ mua từ các nông trang đã ký thoả thuận - Nguồn cung ổn định - Rủi ro về giá xuất khẩu - Chi phí cho kho chứa
Chính phủ	Mua lúa với giá tối thiểu từ nông dân		Chỉ tham gia khi giá lúa thấp	- Không có lựa chọn - Chi phí kho chứa - Ngân sách chính phủ

PHÂN ĐOẠN MUA BÁN GẠO				
Các đơn vị xay sát	Chế biến gạo và cung ứng cho các thương gia, môi giới hoặc nhà XK	Nhiều	Ít có vai trò trong việc cung ứng gạo trực tiếp cho nhà bán lẻ + XK	- Có nhiều quyền lựa chọn - Công suất đa dạng - Chi phí lớn cho kho chứa
Các nhà môi giới và thương gia phân phối	Mua gạo từ các đơn vị xay sát và phân phối cho các nhà bán lẻ hoặc các công ty XK	Nhiều	Có vai trò quan trọng trong việc cung ứng gạo	- Có nhiều quyền lựa chọn - Vốn lớn
Các công ty xuất khẩu	Mua lúa từ nông dân, thương lái, và tự xay sát	Ít	Tự chế biến hoặc thu gom từ các nguồn khác	- Nguồn trực tiếp nông trang đã ký thoả thuận - Nguồn thu gom trên thị trường - Rủi ro về giá xuất khẩu - Chi phí cho kho chứa
Chính phủ	Vai trò trong các hợp đồng G2G			

4.3. THẢO LUẬN

Mô hình cấu trúc thị trường lúa gạo của Ấn Độ và Thái Lan có những đặc điểm sau:

+ Khu vực nông dân của cả Ấn Độ và Thái Lan được phân tách thành hai nhóm rõ rệt: các nhà sản xuất nhỏ (nông trại) và các nhà sản xuất lớn (nông trang). Các nhà sản xuất nhỏ không có khả năng dự trữ thóc và phải bán lúa tươi ngay sau thu hoạch cho thương lái. Các nông trang lớn thường có gắn kết khá chặt chẽ với các doanh nghiệp xay xát và những nhà thu mua phục vụ xuất khẩu.

+ Các cơ sở xay xát đều có vai trò quan trọng trên thị trường lúa gạo của Ấn Độ và Thái Lan. Đây là khâu trung gian kết nối thông tin thị trường và giá cả giữa hai phân đoạn mua bán lúa và mua bán gạo.

+ Ấn Độ và Thái Lan đều để các doanh nghiệp tư nhân trực tiếp tham gia xuất khẩu gạo. Các doanh nghiệp xuất khẩu gạo đều phải đăng ký kinh doanh. Mặc dù có sự cạnh tranh như vậy, xuất khẩu gạo tại Ấn Độ và Thái Lan đều tập trung vào một số các doanh nghiệp tư nhân nhất định.

+ Chính phủ Ấn Độ can thiệp khá toàn diện vào cấu trúc thị trường lúa gạo, từ sản xuất, cho đến thu mua và phân phối trong nước. Doanh nghiệp nhà nước tham gia mạnh từ khâu thu mua lúa cho đến xay xát, dự trữ và phân phối nội địa để đảm bảo an ninh lương thực.

+ Thái Lan về cơ bản thả nổi thị trường. Chỉ gần đây Thái Lan có chương trình hỗ trợ nông dân thông qua việc chính phủ mua lúa để tạm trữ với giá cao hơn 50% so với giá của thị trường. Tuy nhiên chính sách hỗ trợ này đã tỏ ra thất bại.

+ Do can thiệp ít hơn vào thị trường nên cấu trúc thị trường lúa gạo Thái Lan phức tạp hơn so với Ấn Độ. Vai trò của khu vực môi giới trong thị trường này lớn hơn.

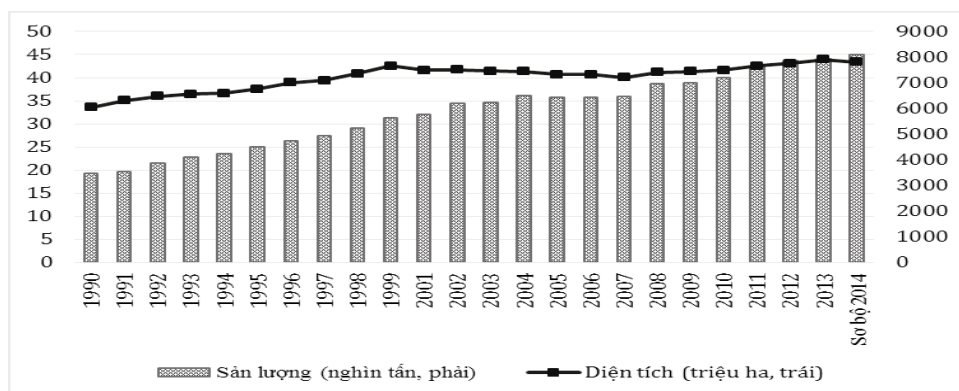
CHƯƠNG 5

TỔNG QUAN VỀ NGÀNH LÚA GẠO VIỆT NAM

5.1 SẢN XUẤT LÚA GẠO

Trong suốt một phần tư thế kỷ qua, ngành sản xuất gạo của Việt Nam đã phát triển một cách nhanh chóng và bền vững. Kết quả đạt được này là do sự tăng năng suất đất đai và thâm canh sản xuất. Sản xuất lúa gạo trong nước về cơ bản đã tăng gấp đôi từ năm 1990 đến năm 2010, mặc dù diện tích đất lúa chỉ thay đổi chút ít (Hình 5.1). Tuy nhiên, diện tích gieo trồng lúa vẫn tăng bình quân 1,1%/năm. Sản lượng lúa tăng từ khoảng 20 triệu tấn năm 1990 lên hơn 40 triệu tấn (tương đương khoảng 26 triệu tấn gạo), năm 2013, với mức tăng bình quân 3,7%/năm. Năng suất lúa trung bình tăng từ 3,2 tấn/ha năm 1990 lên 5,6 tấn/ha năm 2012. Mức năng suất này cao hơn nhiều so với các nước xuất khẩu gạo khác như Thái Lan, Ấn Độ và Pakistan.

*Hình 5.1. Diện tích và sản lượng lúa gạo của Việt Nam, 1990 - 2013
(trái: triệu ha; phải: nghìn tấn)*

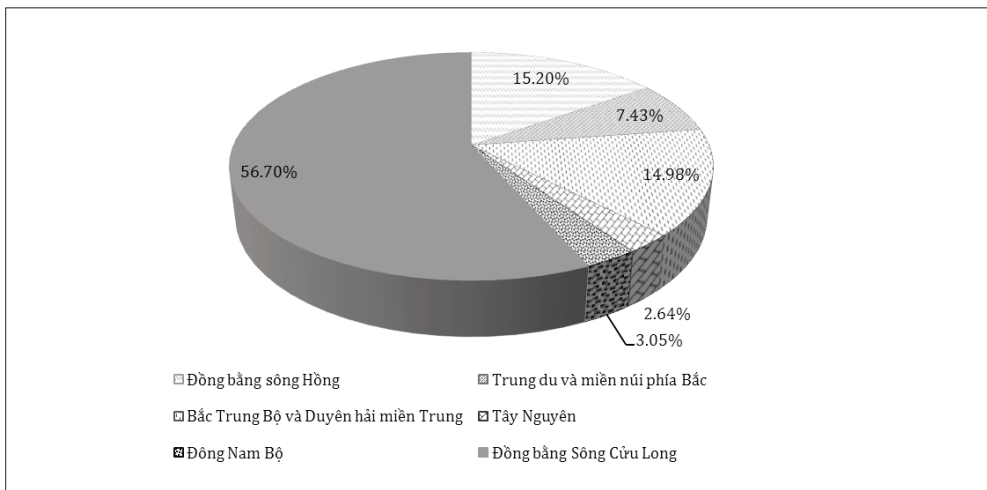


Nguồn: TCTK (2015)

Lúa được gieo trồng ở hầu hết các tỉnh trên cả nước. Vùng sản xuất lúa quan trọng nhất cả nước là ĐBSCL (chiếm 56% sản lượng), đồng bằng sông Hồng (chiếm 16% sản lượng), và khu vực Bắc Trung bộ và duyên hải miền Trung (15% sản lượng) (Hình 5.2).

Hiện nay có 3 vụ sản xuất lúa chính trong năm ở Việt Nam. Vụ Đông Xuân (thời gian thu hoạch từ tháng 02 đến tháng 04) là vụ chính có quy mô lớn nhất (năm 2012 chiếm 40,3% diện tích và 46,5% sản lượng). Vụ Hè Thu (thu hoạch từ tháng 6 đến tháng 8) có quy mô lớn thứ hai (năm 2012 chiếm 34,3% diện tích và 32% sản lượng) nhưng do thu hoạch vào giữa mùa mưa và do công nghệ sau thu hoạch còn kém nên chất lượng lúa thấp nhất trong năm. Vụ mùa (thu hoạch từ tháng 10 đến tháng 12) có chất lượng lúa tốt tương đương vụ Đông Xuân, nhưng có quy mô nhỏ nhất (năm 2012 chiếm 25,4% diện tích, 21,5% sản lượng) (TCTK, 2014).

Hình 5.2. Tỷ trọng sản xuất lúa phân theo vùng, 2013 (%)

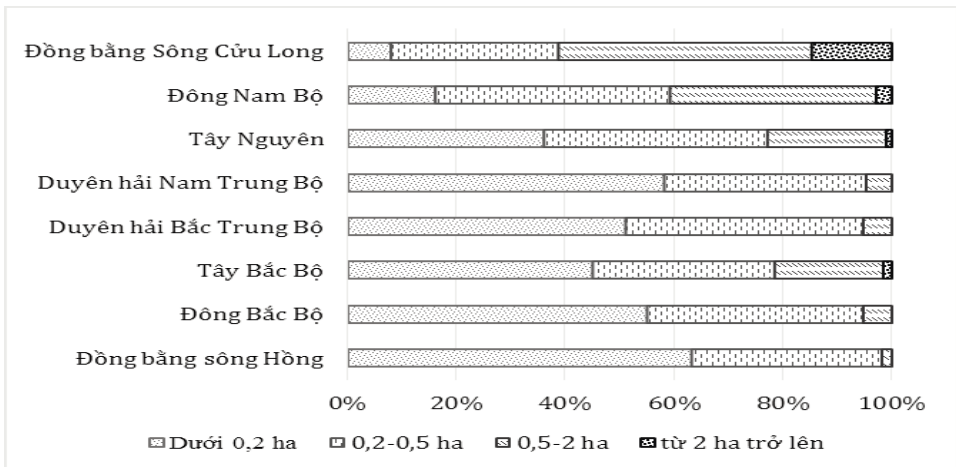


Nguồn: TCTK (2014)

Diện tích đất trồng lúa ở khu vực ĐBSCL chiếm hơn 50% tổng diện tích lúa trên cả nước. Số hộ trồng lúa ở khu vực ĐBSCL chỉ chiếm 16% trong tổng số hộ trồng lúa, nhưng sản xuất hơn một nửa tổng sản lượng lúa. Diện tích đất trồng lúa bình quân mỗi hộ ở khu

vực ĐBSCL là khoảng 1,29 ha, cao hơn nhiều so với mức trung bình của cả nước là khoảng 0,44 ha. Khoảng 47% số hộ trên cả nước có diện tích đất trồng lúa dưới 0,2 ha; tỉ lệ này ở khu vực đồng bằng sông Hồng là 63%, trong khi ở khu vực ĐBSCL chỉ là khoảng 8%. Khoảng 55% số hộ ở ĐBSCL có diện tích đất trồng lúa dao động từ 0,5 đến 2,0 ha, tỉ lệ này ở ĐBSH chỉ khoảng 2% và trên cả nước là khoảng 13%. Số hộ có diện tích đất trên 2,0 ha chủ yếu tập trung ở ĐBSCL (chiếm khoảng 14%).

Hình 5.3. Diện tích trồng lúa của các hộ dân, phân theo vùng, 2010 (%)



Nguồn: Oxfam (2013)

Tuy nhiên hiện nay, diện tích đất trồng lúa ở khu vực ĐBSCL có xu hướng thu hẹp lại so với những năm 1980, 1990. Thay vào đó, diện tích đất thâm canh 3 vụ tăng lên rõ rệt. Bảng 5.1 cho thấy diện tích đất trồng lúa đã giảm từ 2,2 triệu ha năm 1980 xuống còn khoảng 1,9 triệu ha năm 2010. Tuy nhiên, tổng diện tích trồng lúa đã tăng từ 2,9 triệu ha năm 1980 lên hơn 4 triệu ha năm 2010. Trong đó, diện tích đất trồng 3 vụ/năm tăng từ 23.000 ha năm 1980 lên 529.270 ha năm 2010.

Chi phí cho phân bón và thuốc bảo vệ thực vật chiếm khoảng 50% tổng chi phí sản xuất lúa. Theo tính toán của Hồ Cao Việt (2011), tổng

chi phí sản xuất lúa ở vùng ĐBSCL trong vụ Hè Thu năm 2010 là khoảng 15 triệu đồng/ha; trong đó chi phí phân bón bình quân là khoảng 4,1 triệu đồng/ha, chiếm 27 - 30% tổng chi phí; chi phí thuốc bảo vệ thực vật chiếm 17 - 20% tổng chi phí; chi phí thuê lao động và máy móc chiếm khoảng 46%. Nhìn chung, các hộ dân ở ĐBSCL thuê ngoài đến hơn 80% các công đoạn trong quá trình sản xuất lúa, từ làm đất, gieo sạ, phun thuốc trừ sâu, thuê máy gặt đập liên hợp.

Vụ Đông Xuân cung cấp khoảng gần 50% tổng sản lượng lúa trong năm của ĐBSCL, trong khi đó vụ Thu Đông chỉ cung cấp được khoảng 10% sản lượng do điều kiện thời tiết và thổ nhưỡng không thuận lợi. Diện tích trồng lúa và sản lượng tăng nhiều nhất ở các vùng có mức độ ngập cao bao gồm An Giang, Kiên Giang, Long An và Đồng Tháp.

Bảng 5.1. Thay đổi cấu trúc đất sản xuất gạo ở ĐBSCL, 1980 - 2010

Diện tích đất (m ²)	1980	1990	2000	2010
Trồng 1 vụ/năm	1.572.800	887.277	431.389	342.250
Trồng 2 vụ/năm	642.500	1.154.046	1.398.062	1.057.366
Trồng 3 vụ/năm	23.000	50.237	237.310	529.270
Tổng diện tích đất lúa	2.238.300	2.091.560	2.066.761	1.928.886
Tổng diện tích gieo trồng lúa	2.926.800	3.346.080	3.939.443	4.044.792
Mật độ gieo trồng	1,31	1,60	1,91	2,10

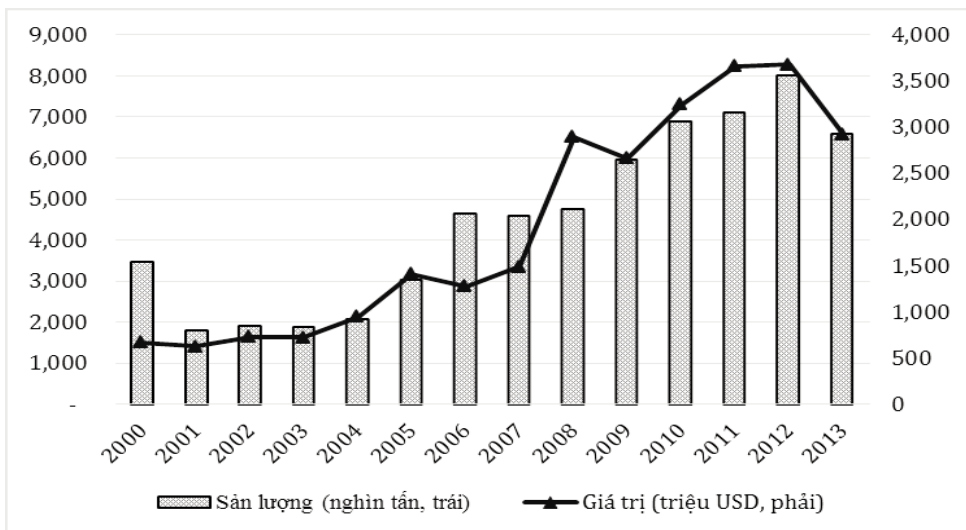
Nguồn: ISGMARD (2011)

5.2. XUẤT KHẨU GẠO CỦA VIỆT NAM

Không chỉ tự cung đủ gạo, Việt Nam cũng đã trở thành một nước xuất khẩu gạo từ năm 1989 và hiện là nước xuất khẩu gạo lớn thứ hai trên thế giới. Từ năm 2000 đến năm 2012, khối lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam tăng từ 3,48 triệu tấn lên 8,1 triệu tấn. Gạo cũng là sản phẩm thực phẩm xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam đạt giá trị 2 - 3,7 tỷ đôla.

Ngày nay, gạo của Việt Nam chiếm hơn 20 phần trăm khối lượng gạo được xuất khẩu trên thế giới. ĐBSCL đã giành lại vị trí quan trọng của mình trong việc xuất khẩu. Trong thời gian đầu của những năm 2000, khoảng 40% sản lượng lúa của ĐBSCL đã được xuất khẩu. Trong năm 2012 - 2013, tỷ lệ này đã tăng từ 65 đến 70%. Khu vực ĐBSCL chiếm hơn 95% khối lượng gạo của Việt Nam được xuất khẩu.

Hình 5.4. Sản lượng và giá trị xuất khẩu gạo của Việt Nam, 2000 - 2013, (trái: nghìn tấn; phải: nghìn USD)



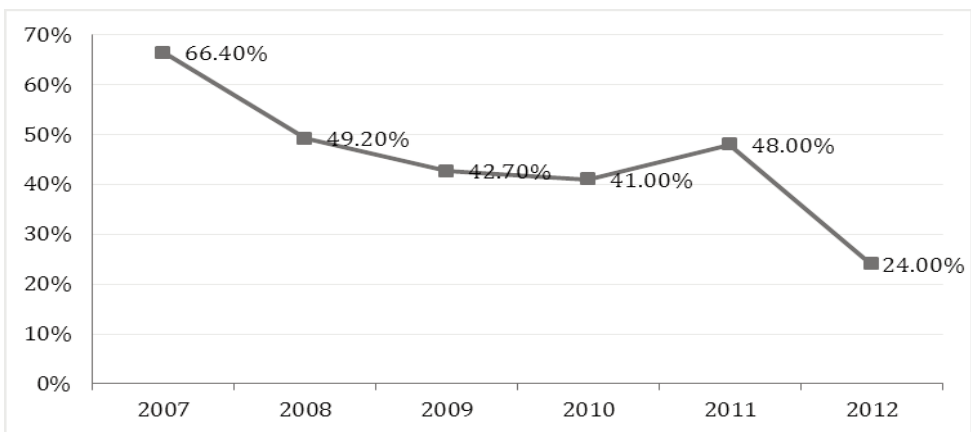
Nguồn: UN Comtrade (2015)

Trong những năm gần đây, gạo Việt Nam đã thâm nhập và tăng được khối lượng xuất khẩu vào một số thị trường cao cấp như Hồng Kông, Singapore, Úc, Nhật Bản. Tuy nhiên, thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam vẫn là châu Á (chiếm 59%) và châu Phi (chiếm 24%).

Tỷ trọng xuất khẩu theo hợp đồng Chính phủ (G2G) đang giảm dần. Năm 2007, tỷ trọng gạo xuất khẩu theo hợp đồng tập trung chiếm khoảng 70% tổng lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam. Tuy nhiên, đến năm 2009, tỉ lệ này giảm xuống còn 42,7% và đến năm 2012, 2013 chỉ còn chưa đến 20%. Các thị trường xuất khẩu gạo tập

trung truyền thống như Indonesia, Philippines, Malaysia ngày càng giảm sút. Năm 2013, Indonesia thực hiện thành công chính sách tự cung tự cấp lương thực và hầu như không xuất khẩu trong năm này, chủ yếu nhập khẩu theo các đơn hàng đã ký từ năm trước. Philippines cũng đang hướng đến tăng sản xuất gạo trong nước nhưng chưa đạt được mục tiêu tự cung tự cấp gạo. Các thị trường tập trung này cũng đã thay đổi phương thức nhập khẩu gạo, thay vì một đầu mối của Chính phủ đứng ra tổ chức đấu thầu, hiện nay việc nhập khẩu này đã được giao cho tư nhân thực hiện, giúp họ có thể nhập khẩu được nhiều với mức giá thấp hơn.

Hình 5.5. Tỷ trọng gạo xuất khẩu theo hợp đồng tập trung, 2007 - 2012 (%)

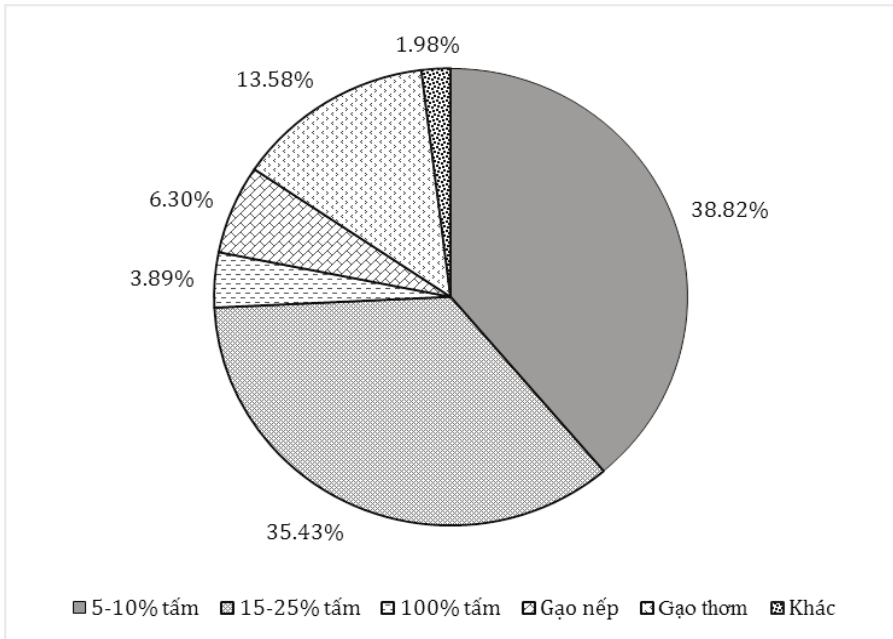


Nguồn: Agromonitor (2014)

Trên thị trường thế giới, Thái Lan đã định vị các thương hiệu gạo nổi tiếng Khaw Dawk Mali, Hom Mali, Jasmin 85. Ấn Độ và Pakistan nổi tiếng với gạo Basmati. Việt Nam mới tham gia thị trường xuất khẩu gạo thơm và đến năm 2013, tỷ lệ gạo thơm trong giỏ xuất khẩu gạo đã tăng lên khoảng 13,5%. Riêng gạo đồ (parboiled rice) xuất khẩu cho Châu Phi chủ yếu do Thái Lan khống chế.

Bên cạnh kênh xuất khẩu gạo chính thức, xuất khẩu gạo của Việt Nam sang Trung Quốc qua đường tiểu ngạch ngày càng tăng và

Hình 5.6. Loại gạo xuất khẩu chính của Việt Nam, 2013 (%)



Nguồn : USDA (2014c)

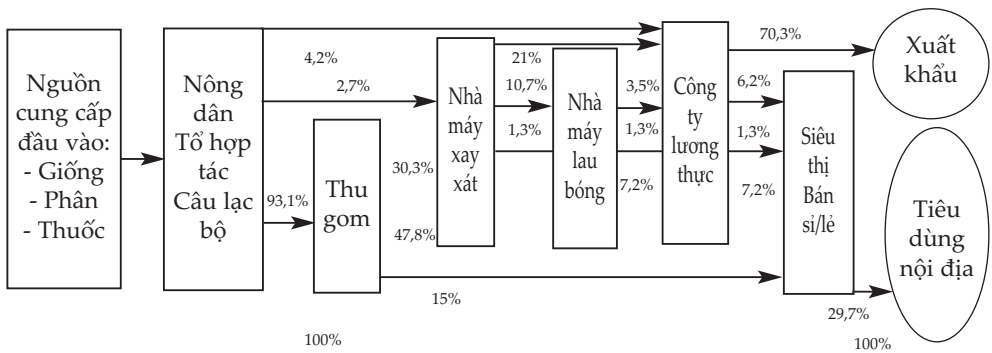
chiếm tỷ trọng lớn trong tổng sản lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam. Năm 2010, tỷ trọng gạo xuất khẩu sang Trung Quốc trong tổng lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam chỉ chiếm 1,87%, nhưng đến năm 2013 đã tăng lên tới 36,7% và 7 tháng đầu năm 2014 là 40%. Năm 2013, lượng gạo xuất khẩu tiểu ngạch sang Trung Quốc ước tính có thể lên đến khoảng 1,75 triệu tấn, trong khi tổng lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam đạt khoảng 6,74 triệu tấn. Từ đầu tháng 8/2014, Trung Quốc đã chính thức cấm nhập khẩu gạo qua đường tiểu ngạch của Việt Nam, hạn chế tình trạng các doanh nghiệp nhập khẩu trốn thuế. Như vậy, việc chính thức hóa nhập khẩu gạo của Trung Quốc từ Việt Nam sẽ giúp quản lý hoạt động xuất khẩu gạo được tốt hơn, tăng cầu chính thức đối với gạo của Việt Nam, từ đó dẫn đến tăng giá xuất khẩu. Tuy nhiên, việc phụ thuộc quá lớn vào thị trường của một nước sẽ tiềm ẩn nhiều rủi ro khi có biến động tại thị trường nước này.

CHƯƠNG 6

HIỆN TRẠNG CẤU TRÚC THỊ TRƯỜNG LÚA GẠO VIỆT NAM

Đã có nhiều nghiên cứu về chuỗi giá trị của ngành lúa gạo khu vực ĐBSCL. Các nghiên cứu đều chỉ ra thương lái và công ty xuất khẩu là những chủ thể đóng vai trò quan trọng trong chuỗi giá trị gạo của vùng ĐBSCL. Các công ty xuất khẩu là đơn vị quyết định giá bán gạo trên thị trường thế giới, từ đó truyền tín hiệu về giá dọc xuống toàn bộ chuỗi giá trị, thông qua các tác nhân bao gồm thương lái, nhà máy xay xát và các môi giới. Trong khi đó, chỉ một số nhỏ nông dân có quan hệ với công ty xuất khẩu. Hơn 90% sản lượng họ sản xuất ra được bán trực tiếp cho thương lái (Hình 6.1). Thương lái cũng đóng vai trò quan trọng không chỉ trong khâu mua bán lúa, mà cả trong khâu mua bán gạo.

Hình 6.1. Sơ đồ chuỗi giá trị lúa gạo ở ĐBSCL, 2010



Nguồn: Võ Thị Thành Lộc và Nguyễn Phú Sơn (2011)

Các phần tiếp theo trong Chương 6 sẽ đi sâu xem xét đặc điểm, hành vi và kết quả của từng tác nhân trong thị trường lúa gạo của Việt Nam, chủ yếu là tại Đồng bằng sông Cửu long. Phân tích của chúng tôi về các tác nhân trong cấu trúc thị trường lúa gạo sẽ không tách thành hai phân đoạn thị trường lúa và gạo. Thay vì thế, trong quá trình phân tích, nếu tác nhân nào xuất hiện đồng thời trên cả hai thị trường chúng tôi sẽ có thảo luận chi tiết.

6.1 NÔNG DÂN

Đặc điểm

Xét về quy mô nhóm hộ trồng lúa ở ĐBSCL có thể phân thành nhóm theo các tiêu chí sau: các hộ có quy mô nhỏ (diện tích trồng lúa dưới 2 ha - bao gồm khoảng 86% số hộ trồng lúa ở ĐBSCL) và các hộ trồng lúa quy mô lớn hơn (diện tích trồng lúa từ 2 ha trở lên - chiếm khoảng 14%); các hộ sở hữu ruộng đất và các hộ phải đi thuê ruộng đất; các hộ tham gia vào cánh đồng lớn/ liên kết với doanh nghiệp và các hộ không tham gia; các hộ tham gia vào hợp tác xã/tổ hợp tác và các hộ cá thể ở ngoài.

Các hộ tham gia cánh đồng lớn hoặc ký hợp đồng nông sản với doanh nghiệp đa phần là các hộ có ruộng ở vị trí thuận lợi cho sản xuất và vận chuyển. Có nhiều hộ ở các vùng sâu, vùng xa, khó khăn đi lại vẫn chưa được doanh nghiệp tiếp cận tới.

Việc thuê ruộng đất ở khu vực ĐBSCL diễn ra phổ biến hơn so với các vùng khác. Người dân ở khu vực này sẵn sàng bán ruộng đất đi khi cần, họ chuyển sang các hoạt động tạo thu nhập khác, hoặc trở thành người làm thuê trong nông nghiệp. Giá đất tùy thuộc vào địa điểm và loại đất, thông thường mức giá bán dao động từ 45 - 85 triệu đồng/công⁶ đất. Tiền thuê đất vào khoảng 40 triệu đồng/ha/năm. Tuy nhiên, do hiện nay ngành trồng lúa vẫn là ngành mang lại thu nhập

⁶ 1 công = 1.000m²

quan trọng đối với các hộ nông dân ở đây, đa phần các hộ vẫn ở lại canh tác lúa, vì thế, thị trường mua bán hay cho thuê lúa ở đây vẫn còn kém phát triển. Mặt khác, việc mở rộng ruộng đất còn bị hạn chế bởi chính sách hạn điền của Nhà nước.

Hiện nay các hộ trồng lúa ở ĐBSCL thuê đến 80% các công đoạn sản xuất, từ làm đất, gieo sạ, phun thuốc trừ sâu, gặt lúa. Tài sản phổ biến nhất mà các hộ nông dân sở hữu là một chiếc máy bơm nhỏ, đã được sử dụng trên 5 năm, giá trị khoảng từ 5 - 7 triệu đồng.

Các giống lúa sản xuất chính được các hộ nông dân trồng ở khu vực ĐBSCL thuộc 03 nhóm chính: Giống ngắn ngày thơm: bao gồm Jasmine 85, VD20, ST5; giống tẻ thường ngắn ngày: OM3536, VND95-20, OM57; giống trung ngày địa phương: IR29723, IR 42 và các giống địa phương khác. Các giống lúa chất lượng cao chủ yếu được trồng ở vụ Đông Xuân do đây là thời điểm có nhiều lượng phù sa nhất. Tuy nhiên, gạo xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu vẫn là các loại gạo thường và gạo chất lượng thấp. Các giống lúa không có sự khác biệt nhiều. Trong điều kiện có rất nhiều hộ trồng lúa, nhưng các giống lúa không có sự khác biệt nhau về chất lượng, phẩm cấp, sẽ khiến cho những người trồng lúa càng có ít vị thế mặc cả hơn trên thị trường.

Lựa chọn đầu vào, quy trình sản xuất

Đối với các hộ nông dân tham gia hợp đồng nông sản với doanh nghiệp

Đối với các hộ nông dân thuộc cánh đồng lớn hoặc liên kết toàn diện với doanh nghiệp như trường hợp cánh đồng mẫu của công ty Bảo vệ thực vật An Giang, công ty ADC, công ty ITA Rice, người nông dân phải sử dụng giống, phân bón do công ty cung cấp và tuân theo quy trình GlobalGAP hoặc qui trình sản xuất của công ty. Nếu như họ vi phạm hoặc phá vỡ hợp đồng, họ sẽ khó có cơ hội được tham gia trở lại vào mô hình liên kết theo chuỗi giá trị này.

Ở những mức độ liên kết lỏng lẻo hơn, công ty chỉ ký hợp đồng bao tiêu sản phẩm, nông dân được tự chủ hơn trong việc chọn kỹ

thuật sản xuất. Quá trình liên kết giữa nông dân với công ty hoàn toàn tự nguyện. Tuy nhiên, trong giai đoạn đầu, chính quyền địa phương có vai trò rất quan trọng trong việc giới thiệu các công ty đến, phổ biến, tuyên truyền vận động bà con tham gia, và làm trung gian giải quyết các vấn đề phát sinh trong thực hiện hợp đồng. Nhiều tổ hợp tác được hình thành từ khi bắt đầu triển khai chương trình cánh đồng lớn, tuy nhiên, phần lớn các tổ hợp tác này là do chính quyền đứng ra tổ chức chứ chưa phải là người dân tự nguyện và thấy cần phải lập nên. Vai trò của tổ hợp tác còn rất hạn chế trong việc đảm bảo các quyền lợi của người dân trong tổ. Nhiều trường hợp công ty đàm phán được với tổ hợp tác, nhưng tổ lại không nhận được sự đồng ý của các thành viên, nên không thể thực hiện được chương trình của doanh nghiệp.

Khi ký kết hợp đồng với doanh nghiệp, các hộ nông dân thường bị nhiều doanh nghiệp yêu cầu phải mua giống, phân bón do công ty cung cấp. Tuy nhiên, giá của các đầu vào này thậm chí còn cao hơn giá thị trường. Nhiều hộ nông dân phản ánh họ nhận thấy chất lượng giống và phân bón không thực sự cao hơn so với các sản phẩm mà họ vẫn thường dùng. Tuy nhiên, do đó là quy định của công ty khi ký hợp đồng, họ không có lựa chọn nào khác.

Một số hộ nông dân sau một vài vụ lúa có hợp tác với công ty, đã quyết định ra khỏi cánh đồng lớn hoặc dừng hợp đồng. Mặc dù rời khỏi cánh đồng lớn, họ vẫn có thể có cơ hội học theo qui trình sản xuất của các hộ trong cánh đồng lớn, như thời điểm gieo cấy, sử dụng phân bón, quy trình tưới tiêu...

Các hộ không tham gia hợp đồng với doanh nghiệp

Các hộ nông dân không tham gia hợp đồng với doanh nghiệp đưa ra các lựa chọn chủ yếu dựa trên kinh nghiệm sản xuất, xu hướng chung của địa phương, sự định hướng của cán bộ khuyến nông địa phương và tìm kiếm thông tin trên các phương tiện truyền thông đại chúng

như ti vi, đài, báo. Theo phỏng vấn cho thấy, mỗi vụ lúa họ được khuyến nông hướng dẫn khoảng 1 - 2 buổi, tại UBND xã, chủ yếu để hiệp thương thống nhất thời điểm gieo cấy, định hướng giống lúa sử dụng, và phổ biến các quy trình kỹ thuật như “5 giảm, 5 tăng”, hay “5 phải, 1 giảm”. Do đội ngũ cán bộ khuyến nông ở địa phương còn ít nên họ không thể tới tận đồng ruộng để hướng dẫn nông dân áp dụng theo các quy trình chuẩn.

Bởi trồng lúa là nguồn sinh kế chủ yếu của hầu hết các hộ nông dân ở ĐBSCL, họ không có lựa chọn nào khác là tối đa hóa lượng lúa mà họ sản xuất ra. Mặc dù trực tiếp bị tác động bởi biến động giá lúa trên thị trường, nhưng người nông dân hầu như không có sự điều chỉnh sản xuất của mình trong các mùa vụ tiếp theo. Người nông dân cũng hiểu rất rõ việc canh tác 3 vụ lúa trong năm sẽ khiến cho đất không có thời gian để phục hồi, việc sử dụng phân bón và các hóa chất sẽ tăng lên, làm cho đất dễ bị thoái hóa, cũng như chất lượng lúa không tốt. Nhưng đa phần các hộ được phỏng vấn đều phản hồi rằng họ không còn lựa chọn nào khác vì giảm mùa vụ và sản lượng sẽ kéo theo thu nhập giảm, trong khi họ chưa có nguồn sinh kế nào khác thay thế.

Từ nhiều năm nay, Chính phủ có các chương trình khuyến khích nông dân chuyển sang trồng các giống lúa có chất lượng cao hơn, thông qua hỗ trợ giống, vật tư đầu vào. Tuy nhiên, bản thân người nông dân không thể tự mình thực hiện những chuyển đổi này vì họ không nắm được đầu ra. Các giống lúa thơm, chất lượng cao có thời gian canh tác lâu hơn so với các giống lúa thường cao sản khác (thời gian từ lúc gieo trồng tới khi thu hoạch của các giống lúa thơm thường trên 100 ngày, trong khi đối với các giống thường như IR50404 chỉ cần khoảng 95 ngày). Các giống lúa thơm lại đòi hỏi sự chăm sóc tỉ mỉ hơn, dễ bị sâu bệnh hơn. Tuy nhiên, giá bán lúa thơm lại không cao hơn so với lúa thường. Có thời điểm lúa IR50404 bán với giá

4.500đ/kg; trong khi lúa thơm bán với giá 4.750đ/kg⁷. Do các doanh nghiệp xuất khẩu gạo lâu nay vẫn chỉ tập trung ở phân khúc gạo bình dân và gạo cấp thấp, nên chưa có nhu cầu với các loại gạo thơm, chất lượng cao hơn. Vì vậy, lựa chọn an toàn nhất của nông dân vẫn là trồng các giống lúa thường.

Lựa chọn bán sản phẩm đầu ra

Đối với các hộ tham gia hợp đồng với doanh nghiệp: nhìn chung, doanh nghiệp cam kết thu mua lúa với mức giá cao hơn từ 50 - 100 đồng/kg so với giá thị trường. Thời điểm thu hoạch lúa được công ty thỏa thuận trước với người dân để tổ chức thu hoạch và vận chuyển lúa đến các nhà máy. Mức giá được đưa ra vào trước thời điểm thu hoạch từ 3 đến 7 ngày. Ngay sau khi thu mua lúa của nông dân, công ty sẽ trừ các khoản đã tạm ứng trước cho nông dân và trả phần tiền còn lại bằng tiền mặt.

Mô hình cánh đồng lớn của BVTVAG, IA Rice và công ty ADC là các mô hình liên kết chuỗi giá trị tương đối hoàn chỉnh, cho phép người dân được quyền đưa ra những lựa chọn có lợi nhất cho mình. Công ty cho phép người dân được lựa chọn hoặc là bán luôn cho công ty, hoặc được ký gửi trong kho của doanh nghiệp để chờ khi nào giá lúa lên có thể bán. Công ty cũng cho phép nông dân bán lúa ra ngoài thị trường nếu như giá thị trường cao hơn giá thu mua của công ty. Các công ty khác chỉ ký hợp đồng bao tiêu sản phẩm mà không có những hỗ trợ khác về tạm trữ. Nông dân nhiều khi bị ép bán theo các điều kiện bất lợi (như kéo dài thời gian thu mua khiến lúa bị khô đi nhiều).

Đối với các hộ không tham gia cánh đồng lớn: hầu hết bán lúa tươi tại ruộng cho thương lái. Mức giá họ biết được chủ yếu do tham khảo tại các vùng khác ở địa phương, qua các “cò” môi giới bán lúa, qua thương lái liên hệ trực tiếp, có tham khảo thêm các báo đài của địa

⁷ Phòng vấn các nông dân ở huyện Cờ Đỏ, Cần Thơ

phương. Thông thường, thương lái sẽ thoả thuận với nông dân về mức giá mua, và đặt cọc trước khoảng 15 - 20% tổng số tiền. Việc thanh toán được thực hiện bằng tiền mặt, và được trả ngay sau khi trao đổi sản phẩm.

Trong số các nông dân được phỏng vấn tại Cần Thơ và An Giang, chỉ khoảng 5% biết đến sự tồn tại của các chợ đầu mối lúa gạo. Tuy nhiên, không ai trong số họ đến đây để tìm kiếm thông tin hay thực hiện giao dịch. Lý do được họ đưa ra là do khoảng cách xa, hơn nữa lượng lúa mà họ có không nhiều, lại không có điều kiện phơi sấy, nên việc đưa lúa đến các chợ để bán không hiệu quả.

Những rủi ro và lựa chọn của nông dân

Đối với đa phần người nông dân, họ thực sự không có nhiều lựa chọn và quyền mặc cả khi bán lúa của mình là do: (i) lúa sau khi thu hoạch, nếu không được phơi sấy ngay thì chất lượng sẽ bị giảm sút rất nhanh, nhất là lúa hè thu thường chỉ sau 3 ngày là bị hỏng; (ii) các hộ nông dân phần lớn có rất ít vốn cho sản xuất, rất ít hộ đầu tư được kho chứa lúa của riêng mình. Họ cũng không có đủ vốn để mang lúa đi sấy và ký gửi ở các kho (chi phí này cũng là quá lớn vì quy mô sản xuất nhỏ). Mặt khác, nhiều hộ cần quay vòng vốn ngay để trả các khoản nợ do mua đầu vào và đầu tư cho mùa vụ mới. Do vậy, nông dân vẫn chủ yếu lựa chọn bán lúa tươi tại ruộng. Chỉ những hộ sản xuất lúa với quy mô lớn, nhiều vốn mới có khả năng bảo quản lúa để lựa chọn thời điểm bán có lợi nhất cho mình. Có khoảng 75 - 80% nông dân bán lúa tươi tại ruộng, số còn lại bán lúa khô (chủ yếu là các hộ có quy mô lớn, có tiềm lực tài chính). Giá lúa khô thường cao hơn giá lúa tươi khoảng 900 - 1.000 đồng/kg⁸.

Với những hạn chế đặc trưng như vậy, người nông dân chịu rất nhiều rủi ro khi bán các sản phẩm của mình. Mặc dù số lượng thương lái nhiều, nhưng người nông dân lại không có kênh thông tin để nắm

⁸ Phỏng vấn Đại diện Sở Công thương tỉnh An Giang

được giá cả thu mua của tất cả các thương lái để làm cơ sở lựa chọn. Họ gần như không có vị thế mặc cả đối với người thu gom hay với các doanh nghiệp. Những khi giá lúa giảm, họ buộc phải bán đi với giá thấp mà không có lựa chọn nào khác, hoặc bị người thu mua ép giá.

Trong trường hợp ký hợp đồng với công ty, mặc dù được bao tiêu đầu ra và được công ty cam kết mua với giá cao hơn giá thị trường, nhưng nông dân vẫn phải đối mặt với nhiều rủi ro tiềm ẩn. Khi giá lúa xuất khẩu thấp, công ty tìm cách trì hoãn thu mua lúa của nông dân (với những lý do như chưa sắp xếp được ghe thuyền xuống lấy cắt và chở lúa). Thóc để chín lâu trên cây sẽ bị thay đổi về độ ẩm và chất lượng. Khi bán lúa, có thể công ty vẫn thu mua với giá đã cam kết, nhưng do độ ẩm giảm, cân nặng của lúa giảm; hoặc công ty trừ bớt tiền do lúa không đạt tiêu chuẩn chất lượng như cam kết ban đầu.

Về phía người nông dân, trong trường hợp này, họ có thể lựa chọn bán cho thương lái nếu thương lái trả giá cao hơn, người nông dân sẽ chịu phạt vì phá vỡ hợp đồng (trả tiền đã được ứng trước cho đầu vào kèm theo lãi suất), và có thể mất cơ hội hợp tác với công ty trong các mùa vụ tiếp theo. Rõ ràng, đây vẫn là lựa chọn mà cả doanh nghiệp và người dân đều không mong muốn. Hơn nữa, những chi phí phát sinh như thời gian tìm kiếm và thương thảo với thương lái, chờ ghe thuyền của thương lái tới thu mua, cũng sẽ khiến cho họ bị thiệt nhiều hơn.

Kết quả

Đối với các hộ tham gia cánh đồng lớn/hợp đồng nông sản

Việc tham gia cánh đồng lớn theo chuỗi giá trị mang lại những thuận lợi lớn cho người nông dân trong việc giảm giá thành sản xuất, nâng cao năng suất, chất lượng và ổn định đầu ra. Phương thức này cũng giúp người dân khắc phục được tình trạng thiếu vốn sản xuất do nhiều doanh nghiệp ứng trước đầu vào hoặc tiền mặt để người dân mua đầu vào sản xuất. Tuy nhiên, chỉ những doanh nghiệp lớn và có tiềm lực mạnh mới có đủ nguồn lực để trực tiếp

hoặc liên kết với các doanh nghiệp khác cung ứng đầu vào (giống, phân bón) đạt chuẩn cho nông dân, tham gia hướng dẫn và giám sát kỹ thuật, cũng như có đầu ra để bao tiêu sản phẩm đầu ra với mức giá cao hơn giá thị trường.

Điều tra của Hồ Cao Việt (2014) so sánh chi phí, giá bán và lợi nhuận từ lúa của các hộ nông dân trước và sau khi tham gia CĐL theo chuỗi giá trị cho thấy mô hình này rõ ràng có hiệu quả rõ rệt hơn hẳn. Những hợp đồng bao tiêu sản phẩm, không theo trọn chuỗi giá trị, thì vẫn đưa nông dân đến chỗ bấp bênh vì công ty vẫn có nhiều lý do để không mua lúa theo hợp đồng.

Bảng 6.1. Đánh giá hiệu quả sản xuất lúa gạo trong cánh đồng mẫu, 2014

Chỉ tiêu	Đơn vị	Trước	Sau
Lượng giống	kg/ha	196,9	129,4
Giá mua giống lúa	VND/kg	10.963,9	12.166,2
Chi phí giống lúa	VND/ha	2.148.731,2	1.558.272,0
Thuê lao động	VND/ha	3.513.891,8	3.250.644,3
Chi phí phân bón	VND/ha	6.343.765,5	5.859.664,9
Chi phí thuốc BVTV	VND/ha	5.524.927,8	5.130.412,4
Chi phí nhiên liệu	VND/ha	1.243.714,3	1.219.168,8
Thuê máy móc	VND/ha	3.144.300,5	3.146.502,6
Tổng chi phí	VND/ha	21.893.506,9	20.139.019,4
Năng suất	tấn/ha	7,96	8,62
Doanh thu	VND/ha	39.838.028,4	44.073.126,3
Giá bán	VND/kg	4.994,7	5.114,2
Lợi nhuận	VND/ha	17.944.521,4	23.934.106,9

Nguồn: Hồ Cao Việt (2014)

Tuy nhiên, hiện nay việc triển khai nhân rộng mô hình cánh đồng lớn và liên kết giữa nông dân và doanh nghiệp không theo chuỗi giá trị còn gặp nhiều trở ngại như: (i) người nông dân chưa thực sự tin

vào doanh nghiệp và hiệu quả của liên kết, họ vẫn chủ yếu sản xuất và trao đổi theo phương thức truyền thống, trong khi nhiều doanh nghiệp cũng chưa thực sự đầu tư nghiêm túc; (ii) các hợp tác xã, tổ hợp tác hầu như chỉ tồn tại về mặt hình thức, chưa đóng vai trò nhiều trong việc thay đổi hành vi của nông dân và tăng thế mặc cả của nông dân, người dân còn ngần ngại chưa muốn vào; và (iii) thiếu chế tài xử lý vi phạm hợp đồng giữa người nông dân và doanh nghiệp.

Đối với các nông dân không tham gia hợp đồng nông sản

Chịu nhiều rủi ro, thu nhập bấp bênh: Các hộ nông dân này phải tự chủ động trong việc bán lúa sau khi thu hoạch, thường là bán lúa tươi tại ruộng cho thương lái. Thu nhập của họ vì thế bấp bênh hơn, phụ thuộc nhiều vào biến động thị trường. Do hoàn toàn không có thế mặc cả trên thị trường, họ cũng là đối tượng chịu nhiều rủi ro nhất khi nhu cầu về lúa gạo xuống thấp, khi có rủi ro xảy ra với quá trình sản xuất (thiên tai, dịch bệnh).

Do có quy mô và sản lượng nhỏ, nên dù lợi nhuận thu được trên mỗi kg thóc của nông dân trong chuỗi giá trị tương đối lớn, tổng thu nhập của người nông dân từ lúa rất thấp (Đào Thế Anh, Thái Văn Tình, Nguyễn Văn Thắng, & Vũ Nguyên, 2013).

Hạn chế nguồn tài chính cho đầu tư sản xuất: Đối với các hộ trồng lúa nhỏ, thu nhập thấp, để có vốn đầu tư sản xuất, họ thường phải đi vay từ đầu vụ. Do các chi phí giao dịch để tiếp cận nguồn vốn chính thức lớn (khoảng cách đi lại xa, thủ tục phức tạp...), họ thường tìm đến các nguồn vốn bán chính thức⁹ hoặc phi chính thức. Trong khi việc tiếp cận vốn từ các nguồn bán chính thức còn hạn chế, cả về số lượng người và quy mô vốn có thể tiếp cận, nguồn vốn phi chính thức lại tỏ ra có nhiều ưu điểm hơn. Những người cho vay này có thể là những

⁹ Hệ thống tín dụng bán chính thức ở nông thôn bao gồm các tổ chức chính trị, xã hội hay nghề nghiệp như Hội Phụ nữ, Hội Nông dân, Hội Cựu chiến binh, Đoàn Thanh niên, các Hợp tác xã hay Tổ hợp tác...

người dân khá giả ở cùng thôn, xã, các đại lý vật tư đầu vào, hay các thương lái. Người dân có thể nhanh chóng tiếp cận các nguồn vốn này, thủ tục đơn giản, kịp thời. Tuy nhiên, nhược điểm là lãi suất cho vay từ các nguồn phi chính thức thường cao hơn, do vậy thường người dân chỉ vay một khoản nhỏ, và nhanh chóng trả sau khi thu hoạch. Chính vì thế, họ ít có khả năng đầu tư lớn như mở rộng diện tích, trồng các loại lúa chất lượng cao hay dự trữ lúa lâu hơn sau khi thu hoạch. Nếu người dân vay tiền hoặc mua chịu đầu vào từ các thương lái hay cò lúa, họ thường chỉ có lựa chọn duy nhất là bán lúa cho các đối tượng này ngay sau khi thu hoạch. Điều này đẩy họ vào vòng luẩn quẩn khó thoát ra khỏi tình trạng hiện tại để tăng thu nhập và của cải của mình.

6.2. MÔI GIỚI MUA BÁN LÚA

Các môi giới mua bán lúa còn được gọi là “cò lúa”. Họ chủ yếu là nông dân, không có thêm các trang thiết bị nào khác như ghe hay thuyền. Họ chủ yếu nhờ nhanh nhạy, nắm vững về tình hình sản xuất của địa phương, và có mối quan hệ rộng với các thương lái nên trở thành người môi giới ở giữa. Những “cò lúa” này sẽ thông báo thông tin tới thương lái về thời điểm thu hoạch ở địa phương, sản lượng, chất lượng. Thương lái thường phải trả phí cho các “cò lúa” này số tiền khoảng 10 - 20đ/kg¹⁰. Nghiên cứu đã chỉ ra ở khu vực ĐBSCL, thương lái mua gạo thông qua “cò lúa” tại địa phương chiếm tới 55% (Cần Thơ online, 2013). Sự tồn tại của các “cò lúa” này giúp tiết kiệm thời gian và các chi phí giao dịch khác trong việc tìm kiếm nguồn hàng của các thương lái, giúp họ chủ động hơn trong việc thu gom lúa.

Do các hộ nông dân sản xuất với quy mô quá nhỏ, sự tồn tại của các “cò lúa” là hiển nhiên. Hoạt động của các “cò lúa” này giúp tiết

¹⁰. Thông tin có được do phỏng vấn

kiệm thời gian và các chi phí giao dịch khác trong việc tìm kiếm nguồn hàng của các thương lái, giúp họ chủ động hơn trong việc thu gom lúa. Thay vì phải tới tận nơi để khảo sát, thương thảo với từng nông dân một, thương lái chỉ cần phải liên lạc và thỏa thuận với một vài “cò” ở mỗi vùng. Các nông dân khi làm ăn với “cò lúa” cũng thấy rất yên tâm do là người cùng địa phương, có mối quan hệ thân thiết hơn, và được các “cò” thông tin về tình hình giá cả cũng như giúp bán lúa được nhanh hơn.

Do chỉ làm môi giới và ăn hoa hồng, lại không phải đầu tư gì, nên họ không phải chịu rủi ro và lợi nhuận thường tương đối ổn định. Tuy nhiên, họ có lợi thế duy nhất là có mối quan hệ rộng, các “cò lúa” này cũng phải đối mặt với sự cạnh tranh cao do chi phí gia nhập ngành rất thấp. Do vậy, các “cò lúa” có xu hướng mở rộng hoạt động sang môi giới các hoạt động khác trong nông nghiệp như môi giới cho các chủ máy gặt lúa, máy xới, tìm mối làm ăn với nông dân. Mặt khác, do có lợi nhuận ổn định và có thể tích tụ được vốn (dù là nhỏ), họ có khả năng trở thành nguồn cung cấp tài chính phi chính thức cho các hộ nông dân trong quá trình sản xuất.

6.3. THƯƠNG LÁI

Trên thị trường lúa gạo, các hoạt động chính của thương lái là thực hiện quá trình thu mua lúa, bán gạo trong mùa thu hoạch và quá trình thu mua chênh lệch giá gạo tại các vùng khác nhau. Phần này sẽ tập trung phân tích vai trò, đặc điểm và các hoạt động thu mua lúa, bán gạo ra thị trường của thương lái.

Vai trò của thương lái trong thị trường lúa gạo

Xét trong toàn bộ chuỗi giá trị gạo xuất khẩu ở khu vực ĐBSCL, thương lái là tác nhân đóng vai trò rất quan trọng trong việc kết nối từ người sản xuất lúa đến nhà xuất khẩu, và có hoạt động trải dài nhất trong chuỗi.

Thứ nhất, theo Đào Thế Anh và cộng sự (2013) và Võ Thị Thành Lộc và Nguyễn Phú Sơn (2011), có đến 93% lúa gạo được thu gom bởi các thương lái. Sau đó, các thương lái sẽ bán đứt khoảng 13% lúa cho các nhà máy xay xát; 69% sẽ được họ mang đi xay xát rồi bán cho các nhà máy lau bóng/xuất khẩu; 11% số lúa được thương lái bán cho các nhà bán buôn/bán lẻ trong nước sau khi đã được xay xát. Những người thương lái, chiếm số lượng lớn, có vốn, có phương tiện vận chuyển, có nhiều kinh nghiệm và mạng lưới quan hệ, giúp chuyển các tín hiệu giá cả từ khâu sản xuất tới tiêu thụ, có khả năng đi tới tận các vùng sâu, vùng xa để thu mua lúa, kết nối quá trình sản xuất, giúp nông dân giảm được chi phí và nguồn lực để vận chuyển lúa tươi ra các con sông lớn.

Thêm vào đó, thương lái thực hiện trả tiền mặt ngay cho người nông dân khi thu mua lúa tại ruộng, cung cấp thanh khoản thanh toán các khoản nợ về phân bón, thuốc trừ sâu cho người nông dân. Trong khi đó, các thành phần khác trong thị trường như doanh nghiệp xuất khẩu hay nhà máy xay xát thường gặp khó khăn khi có sẵn nguồn tiền mặt đủ lớn trả trực tiếp cho nông dân, vốn của họ phải đầu tư thêm vào máy móc, thiết bị, quản lý doanh nghiệp.

Đặc điểm của thương lái trong thị trường lúa gạo

Quy mô vốn

Theo điều tra của Đào Thế Anh và cộng sự (2013) cho thấy, 100% số thương lái đều sở hữu ít nhất là 01 ghe thuyền có trọng tải bình quân khoảng 26 tấn. Tuy nhiên, chỉ một số nhỏ (0,02%) có sở hữu nhà kho, gian hàng; 8,3% là đại diện cho một tổ chức/doanh nghiệp. Điều này cho thấy các thương lái chủ yếu vẫn là các cá nhân hoạt động độc lập trên thị trường, chủ yếu thực hiện công việc mua bán gián đơn, không có các hoạt động như đầu cơ, tích trữ.

Bảng 6.2. Đặc điểm thương lái lúa tham gia chuỗi giá trị, 2013

Đặc điểm	Đơn vị tính	Thương lái
Lao động bình quân	Người	2,2
Số năm hoạt động	Năm	9,7
% xuất thân là nông dân	%	20
% sở hữu nhà kho, gian hàng	%	0,02
% sở hữu ghe/thuyền	%	100
Số ghe/thuyền bình quân	Cái	1
Trọng tải bình quân của ghe	Tấn	25,93
Giá trị của bình quân của ghe	Nghìn đồng	173.000
Khối lượng lúa mua bình quân	Tấn/tháng	113
% số hộ là đại diện cho 1 tổ chức/doanh nghiệp	%	8,3

Nguồn: Đào Thế Anh và cộng sự (2013)

Do mỗi thương lái đều thực hiện thu mua trên nhiều vùng khác nhau ở Đồng bằng sông Cửu Long nên hoạt động của thương lái rất khó để kiểm soát, số lượng thương lái cũng không được các cấp chính quyền thông kê một cách đầy đủ, chi tiết. Mặc dù có hoạt động trải dài như vậy, nhưng thương lái hầu như ít có khả năng tác động đến giá cả lúa gạo trên thị trường. Thông thường, thương lái sẽ nhận được thông tin từ nhà máy lau bóng/xuất khẩu hoặc nhà xay xát về số lượng gạo/thóc cần mua, giá cả, rồi từ đó thương lái mới tiến hành thu gom từ các hộ nông dân. Những chi phí mà thương lái phải chịu bao gồm chi phí trả cho các “cò lúa”, “cò gạo”, chi phí vận chuyển, chi phí sấy, xay xát. Nghiên cứu của Đào Thế Anh và cộng sự (2013) cho thấy thương lái thu được tới 20% giá trị gia tăng trong chuỗi giá trị lúa gạo xuất khẩu.

Hộp 6.1: Phỏng vấn sâu thương lái Hoàng Văn Chí, huyện Cờ Mói, An Giang¹¹ về quy mô và số lượng thương lái tại ĐBSCL

Về số lượng, qua quá trình phỏng vấn sâu, anh cho rằng, số lượng thương lái ở huyện Chợ Mới khoảng trên dưới năm trăm người; trong khi đó, tổng số thương lái toàn vùng Đồng bằng sông Cửu Long rất lớn, trên một vạn thương lái. Với số lượng thương lái đông, quy mô hoạt động của mỗi thương lái rộng nên tính cạnh tranh của các thương lái cao. Thương lái cần tạo dựng mối quan hệ tốt với cả đầu ra và đầu vào là các “cò” và nhà môi giới ở các kho của doanh nghiệp xuất khẩu.

Về quy mô vốn, anh nói rằng phần lớn các thương lái ở Đồng bằng sông Cửu Long có quy mô vốn nhỏ, tập trung chủ yếu ở mức 300 - 500 triệu đồng, chiếm khoảng 70%, quy mô vốn từ 500-1200 triệu đồng chiếm khoảng 22%, tỷ trọng thương lái có số vốn trên 1,2 tỷ đồng khoảng 8%. Các thương lái độc lập có vốn lớn trên 5 tỷ đồng không nhiều; quá nửa trong số các thương lái có vốn lớn như vậy là do họ tập hợp các thương lái có vốn trung bình mở thành công ty tư nhân chuyên buôn bán lúa gạo. Quy mô vốn này là vốn thương lái tự tích lũy được. Ngoài ra, trong quá trình thu mua lúa gạo, thương lái sẽ vay vốn ngắn hạn từ ngân hàng thương mại hoặc vay tư nhân. Trong quá trình mua bán lúa gạo, thương lái sẽ tạo ra lợi nhuận và thực hiện quá trình tích tụ vốn. Tuy nhiên, việc mở rộng vốn này của thương lái chỉ nhằm phục vụ mở rộng quá trình thu mua lúa gạo thông qua việc tăng vốn tiền mặt hoặc mua thêm ghe thuyền để chở lúa, kho để dự trữ lúa...

¹¹. TL04_CM

Thương lái và dòng vốn tài chính trong chuỗi

Mặc dù sự gắn kết giữa nông dân và thương lái còn phải thực hiện qua “cò lúa” trung gian, và các thỏa thuận chủ yếu là thỏa thuận bằng miệng, nhưng sự gắn kết này lại tương đối bền vững. Ở nhiều nơi, thương lái thậm chí ứng trước vốn cho nông dân vay để mua giống, đầu vào cho sản xuất. Đến vụ thu hoạch, nông dân sẽ bán lúa cho người thương lái đó và trừ số tiền đã nợ cùng một khoản lãi nhỏ. Như vậy, với những hạn chế của các hình thức tài chính chính thức, sự kém phát triển của tài chính ở khu vực nông thôn của Việt Nam, rõ ràng các thương lái đã đóng góp vai trò nhất định trong việc cung cấp vốn cho sản xuất.

Trong bối cảnh cạnh tranh giữa các thương lái, người thương lái thường đặt cọc trước một số tiền nhỏ với nông dân. Giá cả thường được thương lượng khoảng 3 ngày trước khi thu hoạch. Sau khi thu mua lúa của nông dân, thương lái cũng thường trả tiền mặt ngay. Điều này sẽ giúp cho các cam kết bằng miệng giữa nông dân và thương lái được chặt chẽ hơn.

Thêm vào đó, *thương lái sẽ thực hiện một vòng quay tiền từ khi trả tiền cho nông dân mua lúa tươi tới khi nhận được tiền từ kho của doanh nghiệp trong vòng 5 - 7 ngày.* Sau khi mua lúa tươi, trả tiền mặt cho nông dân và cò, thương lái sẽ thuê ghe, thuê nhà máy sấy và xay xát, trả phí cho các đối tác bằng tiền mặt; mang gạo lúc tới kho của doanh nghiệp xuất khẩu. Thương lái thường mất 2, 3 ngày để nhận được đầy đủ tiền mặt từ doanh nghiệp; sau đó, thương lái phải trả chi phí môi giới kho tại doanh nghiệp, ở mức 0,1% tổng giá trị bán hàng. Khoản tiền thu lại cuối cùng sẽ được thương lái dùng để thu mua lúa tươi trong đợt tiếp theo.

Những rủi ro và lựa chọn của thương lái

Hoạt động với số vốn nhỏ, cơ sở vật chất chủ yếu chỉ gồm ghe thuyền, và các thỏa thuận chủ yếu là bằng miệng, những người thương lái cũng phải đối mặt với rủi ro nhất định trước biến động của thị trường.

Đó là những khi giá lúa sụt giảm, thương lái đã thỏa thuận giá mua với nông dân và đặt cọc trước, nhưng không thể bán cho doanh nghiệp với mức giá đảm bảo có lời. Lựa chọn của họ có thể là: (i) “bỏ cọc” không tới thu mua lúa của nông dân nữa. Lựa chọn này khiến họ bị tổn thất một số tiền nhỏ đã trả trước cho nông dân; (ii) thương lái vẫn thu mua lúa của nông dân, mang về sấy và kí gửi ở các kho, chờ khi giá lúa lên thì bán ra. Tuy nhiên, lựa chọn này đòi hỏi người thương lái phải có nhiều vốn, trường vốn. Nếu giá cả thị trường không tăng lên, họ sẽ vẫn buộc phải bán lúa ra vì lúa không thể dự trữ được lâu. Hoặc họ có lựa chọn khác là tìm các nguồn tiêu thụ khác (ví dụ như tiêu thụ nội địa); (iii) thương lái vẫn thu mua lúa của nông dân và bán luôn, chấp nhận lỗ, do không thể dự trữ và không dự đoán được giá cả thị trường. Trong trường hợp này, họ sẽ tìm cách hạn chế bớt thiệt hại bằng cách thương lượng với nông dân để giảm giá thu mua. Nếu sự thương lượng không đạt được, một số có thể tìm cách trì hoãn thời gian thu mua, và người nông dân do không thể để lúa lâu sau khi thu hoạch, không có khả năng phơi sấy và dự trữ, nên buộc phải bán cho thương lái với mức giá mà họ đưa ra.

Phỏng vấn ở khu vực ĐBSCL cho thấy, trong những đợt biến động giá lúa gạo, nhất là sau những năm 2008, 2009 khi xuất khẩu gạo của Việt Nam bị dừng đột ngột, nhiều thương lái nhỏ đã bị phá sản hoặc thua lỗ và dừng hoạt động của mình. Một số chuyển sang làm thuê cho các thương lái lớn hơn, hoặc cho thuê ghe thuyền. Những người thương lái còn lại có nhiều vốn hơn, và đều phải hết sức năng động để mở rộng mạng lưới với các công ty xuất khẩu, nhà xay xát, các đầu mối xuất khẩu tiểu ngạch và các nhà buôn trong nước.

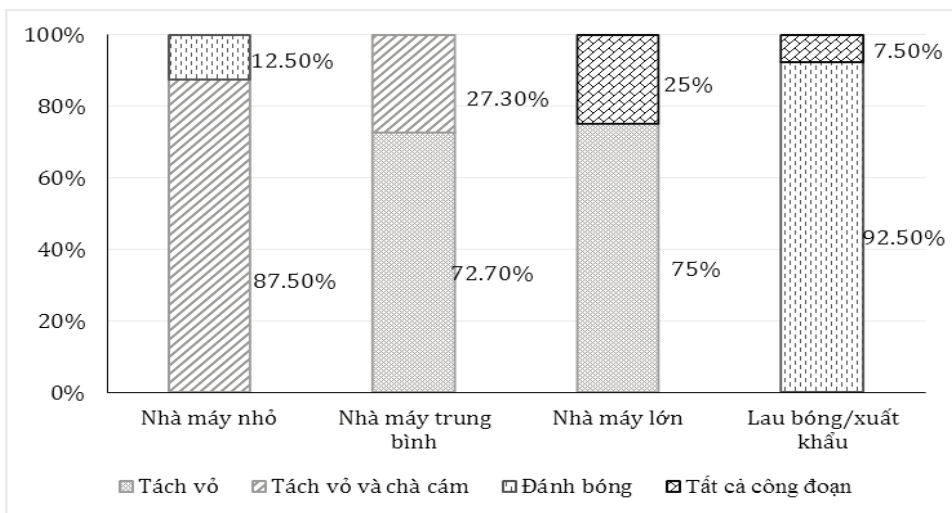
Chính sách quy định về vùng nguyên liệu của các công ty xuất khẩu cũng có những tác động nhất định đối với đội ngũ thương lái. Do doanh nghiệp buộc phải làm việc trực tiếp với nông dân, liên kết, bao tiêu đầu ra, nên không cần đến sự tham gia của các đầu mối trung gian như “cò lúa”, “cò gạo” hay thương lái, có chăng chỉ là thuê các ghe thuyền để chở

lúa. Tuy nhiên hiện nay, do diện tích vùng nguyên liệu chưa nhiều, nên chưa có tác động thực sự lớn tới các tác nhân này. Một số thương lái tìm cách phản ứng lại với sự điều chỉnh này bằng cách đưa ra giá thu mua cao hơn giá mà doanh nghiệp mua của người dân, dụ người dân bỏ cam kết với công ty để bán cho thương lái. Nếu giá lúa gạo trên thị trường tăng cao, những thương lái này vẫn có thể có lời. Tuy nhiên, nếu không thuận lợi, các thương lái sẵn sàng bỏ kèo, khiến cho nông dân vừa không bán được lúa, vừa phải chịu phạt do phá bỏ cam kết đối với công ty.

6.4. NHÀ MÁY XAY XÁT

Như nhiều nghiên cứu về chuỗi giá trị đã chỉ ra, các nhà máy xay xát lúa gạo ở ĐBSCL vừa đơn thuần làm gia công xay xát thuê, đồng thời vừa trực tiếp cung cấp gạo cho tiêu thụ nội địa và cho các công ty xuất khẩu. Chỉ một số nhỏ các nhà máy xay xát, lau bóng thu mua lúa nguyên liệu trực tiếp từ nông dân, chiếm khoảng 3 - 4% tổng lượng lúa được bán ra. Các thương lái thu gom lúa rồi bán khoảng 30,3% cho nhà máy xay xát, hoặc để xay xát ra gạo lức rồi bán cho công ty (chiếm khoảng 47%) và bán cho nhà máy lau bóng (khoảng 10,7%).

Hình 6.2. Chức năng của các nhà máy xay xát và lau bóng ở ĐBSCL, 2013



Nguồn: Đào Thế Anh và cộng sự (2013)

Đào Thế Anh và cộng sự (2013) phân loại các nhà máy và chức năng chính của các nhà máy bao gồm: các nhà máy nhỏ có công suất trung bình 0,2 tấn/giờ chủ yếu xay xát gạo cho sinh hoạt (tách vỏ và chà cám) (chiếm 87,5%) và chà cám (chiếm 12,5%); nhà máy quy mô trung bình có công suất khoảng 3,8 tấn/giờ chủ yếu tách vỏ (72,7%); nhà máy lớn có công suất khoảng 9,6 tấn/giờ, làm công đoạn tách vỏ (75%), và tất cả các công đoạn (25%); các nhà máy lau bóng chủ yếu chỉ thực hiện lau bóng chiếm 92,5% và làm tất cả các công đoạn chiếm 7,5%.

Bảng 6.3. Đặc điểm của các nhà máy xay xát, lau bóng/xuất khẩu, 2013

Đặc điểm	Đơn vị tính	NM nhỏ	NM TB	NM lớn	Lau bóng/xuất khẩu	Bình quân
Nhà máy tư nhân	%	100	100	100	75,6	95
Nhà máy nhà nước	%	0	0	0	12,2	2,5
Nhà máy cổ phần	%	0	0	0	12,2	2,5
Tổng diện tích nhà máy	m ²	87,2	1.550	2.500	4.825	3.343,6
Công suất nhà máy	tấn/giờ	0,2	3,8	9,6	20,8	13,4
Giá trị nhà máy	1000 VND	111.000	2.420.000	4.000.000	7.415.950	5.106.623
Nguồn vốn hoạt động	1000 VND	4.612	1.353.346	1.325.000	46.471.073	12.582.255
Nguyên liệu sử dụng	tấn/tháng	48	2.268	6.768	13.791	7.866

Nguồn: Đào Thế Anh và cộng sự (2013)

Các nhà máy nhỏ chỉ có diện tích trên 80m²; trong khi đó nhà máy trung bình có diện tích khoảng 1.550 m²; nhà máy lớn có diện tích khoảng 2.500m²; các nhà máy lau bóng/xuất khẩu có diện tích trung bình khoảng 4.825m². Giá trị của các nhà máy cỡ trung bình và cỡ lớn lên tới 2 - 4 tỷ VND. Quan sát từ điều tra thực địa tại các tỉnh ĐBSCL cho thấy, hiện nay các nhà máy xay xát đang có xu hướng mở rộng về quy mô. Xu hướng này cũng là xu hướng chung ở nhiều nước trên thế giới. Reardon và cộng sự (2012) đã chỉ ra ở Trung Quốc, những nhà

máy xay xát với công suất khoảng 5 - 10 tấn/ngày gần như đã biến mất từ nửa sau những năm 2000. Năm 2007, Trung Quốc có khoảng 7.600 nhà máy xay xát, nhưng số nhà máy đã giảm xuống 5% còn 7.220 nhà máy vào năm 2008; số lượng các nhà máy với công suất lớn hơn 400 tấn/ngày đã tăng 42% trong cùng thời gian này.

Cùng với xu hướng mở rộng về quy mô, các nhà máy xay xát hiện nay thực hiện cả khâu sấy lúa, bóc vỏ, chà cám. Sản phẩm thu được từ quá trình xay xát được tận dụng để làm than trấu, cám được dùng để tách lấy tinh dầu. Quá trình này được thúc đẩy cùng với sự tiến bộ của công nghệ chế biến lúa sau thu hoạch. Các nhà máy xay xát quy mô trung bình xây dựng thêm cả kho chứa, sức chứa của kho quy mô nhỏ chỉ khoảng 3.000 tấn. Tuy nhiên, có nhiều nhà máy quy mô lớn, thời gian hoạt động lâu dài, mở rộng thêm diện tích kho bãi hoặc xây dựng thêm kho mới để tăng dự trữ gạo cho nhà máy, sức chứa có thể lên đến 10.000 - 50.000 tấn. Tuy nhiên, thời gian lưu trữ trong kho của các nhà máy này không lâu, chỉ khoảng 2 - 3 tháng, rồi sau đó sẽ bán cho các nhà máy lau bóng/công ty xuất khẩu.

Các nhà máy xay xát phần lớn đều được bố trí gần nơi sản xuất và dọc theo các tuyến đường thủy để thuận tiện cho việc vận chuyển lúa gạo. Đa số các nhà máy đều hoạt động liên tục trong cả năm. Tuy nhiên, vào các thời điểm như tháng 3, tháng 6, 7, 8, gần như tất cả các nhà máy đều hoạt động và đạt công suất tối đa. Các nhà máy hoạt động ít nhất vào các tháng 10, 11, 12 của năm. Vụ Đông Xuân do năng suất và sản lượng lúa cao nhất nên cũng là những thời điểm mà các nhà máy hoạt động với công suất cao nhất.

Theo quy định của Nghị định 109, nhiều công ty xuất khẩu đã đầu tư nhiều hơn cho hệ thống sấy và xay xát. Một nhà máy lớn của công ty xuất khẩu sẽ thực hiện mọi khâu từ sấy, xay xát đến đánh bóng. Qua phỏng vấn cho thấy xu hướng liên kết của các công ty xuất khẩu với các nhà máy xay xát chưa nhiều. Các nhà máy này chủ yếu là các nhà

máy hoạt động độc lập, việc mở rộng quy mô là kết quả của quá trình tích tụ vốn của các nhà máy này. Xu hướng các nhà máy mới gia nhập vào ngành này không nhiều. Các nhà máy quy mô nhỏ cũng đã có thời gian hoạt động hơn 10 năm. Hiện nay, xu hướng chủ yếu là các nhà máy tự mở rộng quy mô và đầu tư thêm của các công ty xuất khẩu lớn.

Lợi nhuận của các nhà máy xay xát tương đối ổn định, không phụ thuộc vào biến động giá cả trên thị trường của lúa gạo. Thông thường, mức phí xay xát lúa là khoảng 180 - 200.000 VND/tấn đối với gạo thường và khoảng 200 - 230.000 VND/tấn đối với gạo chất lượng cao, yêu cầu tỉ lệ tấm thấp. Do có nguồn tài chính ổn định, các nhà máy xay xát cũng góp vai trò nhất định trong việc đảm bảo nguồn tài chính trong cả chuỗi giá trị. Các thương lái khi mang lúa đến xay xát được trừ tiền cám, trấu do nhà máy xay xát sẽ tận dụng các phụ phẩm này để bán lại trên thị trường. Mặt khác, các thương lái cũng được phép trả chậm sau khi họ nhận được tiền từ bán gạo cho các nhà máy lau bóng/xuất khẩu; hoặc được cho vay tiền để đi thu mua lúa từ các hộ nông dân. Đối với những nhà máy có tổ chức thực hiện thu mua lúa trực tiếp từ nông dân, việc ứng vốn hoặc đặt cọc trước cho nông dân cũng diễn ra như trường hợp với các thương lái. Nghiên cứu về chuỗi giá trị của các nước chỉ ra rằng, việc cung ứng tài chính từ tác nhân là nhà máy xay xát chưa nhiều, ví dụ như ở Bangladesh và ở Ấn Độ, chỉ lần lượt 18% và 13% thương lái/nông dân nhận được tiền trả trước/cho vay của các nhà xay xát; và khoảng 7 - 19% các nhà xay xát nhận được tín dụng từ các khách hàng của mình.

6.5. MÔI GIỚI BÁN GẠO

Bên cạnh các “cò lúa” còn có các “cò gạo”, là những người môi giới mua bán gạo giữa công ty xuất khẩu, các nhà cung ứng, nhà máy xay xát và thương lái. Có khoảng 71,4%¹² thương lái thực hiện việc bán

¹². Thông tin từ quá trình thực địa.

gạo thông qua các “cò gạo” này. Những người môi giới này có thể là người làm việc tại các công ty xuất khẩu gạo/nhà máy xay xát, hoặc là những người hoạt động độc lập. Khi các công ty hoặc nhà máy có nhu cầu gạo, họ sẽ thông qua các cò gạo để giúp thu mua từ các thương lái hoặc từ nhà máy xay xát.

Cũng như các “cò lúa”, tài sản duy nhất mà các “cò gạo” có được là mối quan hệ tốt với các công ty xuất khẩu/nhà máy lau bóng, các nhà bán buôn gạo trong nước với các thương lái hoặc nhà máy xay xát. Các “cò gạo” giúp các thương lái bán được gạo nhanh, giảm chi phí giao dịch. “Cò gạo” cũng thường được hưởng lợi nhuận khoảng 20 - 30 VND/kg.

Do chi phí gia nhập ngành thấp nên mức độ cạnh tranh của các “cò gạo” trong phân khúc nhỏ này cũng tương đối lớn. Những “cò lúa” hay “cò gạo” không có khả năng tác động đến các mức giá cả mua bán của lúa gạo.

6.6. THƯƠNG NHÂN PHÂN PHỐI VÀ BÁN LẺ TRONG NƯỚC

Trên thị trường nội địa, các chủ thể tham gia cung ứng lúa gạo đến người tiêu dùng bao gồm các nhà bán buôn, các cửa hàng bán lẻ, các chợ truyền thống, hệ thống các siêu thị. Các chủ thể này chủ yếu thu mua gạo từ các thương lái và nhà máy xay xát. Phương tiện vận chuyển chủ yếu là đường bộ. Các nhà bán buôn có xây dựng các kho chứa gạo riêng, hoặc thuê các kho sẵn có.

Các nhà bán buôn cung cấp khoảng 84,5% lượng gạo cho các hộ bán lẻ truyền thống; bán 4,95% cho các hộ bán buôn khác; khoảng 8,3% bán trực tiếp cho người tiêu dùng và chỉ một lượng nhỏ chiếm 0,09% cho các cửa hàng bán lẻ hiện đại (Đào Thế Anh và cộng sự, 2013).

Trong khi các doanh nghiệp nhà nước chiếm ưu thế hơn ở khâu xuất khẩu, trong kênh phân phối lúa gạo trong nước, “người chơi”

chủ yếu lại là các doanh nghiệp tư nhân, các hộ cá thể. Hiện nay, bên cạnh các đại lý và hộ bán lẻ truyền thống, số lượng các siêu thị, cửa hàng tham gia phân phối gạo trong nước ngày càng nhiều, chú trọng hơn vào chất lượng và nguồn gốc để phục vụ nhu cầu của tầng lớp thu nhập trung bình và cao ngày càng tăng của Việt Nam. Nhiều tập đoàn kinh doanh lúa gạo lớn, bên cạnh xuất khẩu gạo, cũng đang đẩy mạnh xây dựng kênh phân phối gạo trong nước, ở các phân đoạn gạo thường và cao cấp¹³.

Giá gạo thường khi bán đến tay người tiêu dùng ở các thị trường như Cần Thơ, Đà Nẵng, Hà Nội, Tp. Hồ Chí Minh, thường giao động khoảng từ 10.000 - 12.000 VND/kg (Agromonitor, 2014). Mức giá này cao hơn rất nhiều so với giá lúa gạo xuất khẩu. Trong khi đó, nông dân ở ĐBSCL thường bán hết lúa sau khi thu hoạch, sau đó lại đi mua gạo với giá cao hơn về tiêu thụ.

6.7. NHÀ XUẤT KHẨU

Cấu trúc

Rào cản gia nhập ngành: Trước khi có Nghị định số 109/2010/NĐ-CP về quản lý hoạt động kinh doanh xuất khẩu gạo, số lượng doanh nghiệp tham gia xuất khẩu gạo có lúc lên đến hơn 200 doanh nghiệp. Tuy nhiên, sau khi Nghị định 109 có hiệu lực, số lượng doanh nghiệp đã giảm xuống, và đến nay còn khoảng hơn 100 doanh nghiệp. Cho đến nay, chưa có doanh nghiệp nước ngoài tham gia vào lĩnh vực này tại Việt Nam, ngoài Công ty Kitoku của Nhật Bản liên doanh với Cty AGIMEX của An Giang.

Mức độ tập trung thị trường cao: Trong thời gian gần đây, số lượng doanh nghiệp xuất khẩu gạo tư nhân tham gia vào thị trường có xu hướng tăng lên. Tuy nhiên, hiện nay xuất khẩu gạo vẫn tập trung ở

¹³. Chẳng hạn, Agimex có kế hoạch phát triển từ 400 đại lý bán lẻ trong nước năm 2013 lên 1.000 đại lý năm 2015.

một số doanh nghiệp chính, chủ yếu là doanh nghiệp nhà nước như Vinafood 1, Vinafood 2 và các doanh nghiệp nhà nước ở cấp địa phương. Trong tổng sản lượng xuất khẩu gạo, 10 công ty xuất khẩu hàng đầu đã chiếm 56,93% xuất khẩu gạo của cả nước năm 2012. Tỷ trọng này đã giảm so với năm 2008 khi 10 doanh nghiệp xuất khẩu lớn nhất chiếm 70% tổng lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam (Oxfam, 2013). Riêng Vinafood 2 và Vinafood 1 đã chiếm tỷ trọng khoảng 40%, và cao hơn rất nhiều so với các doanh nghiệp còn lại. Như vậy, các doanh nghiệp lớn và doanh nghiệp nhà nước vẫn đóng vai trò chi phối lớn trên thị trường xuất khẩu của Việt Nam.

Thông thường đối với các hợp đồng Chính phủ, Vinafood 1 chủ yếu xuất khẩu sang các nước ở Trung Đông và Châu Mỹ (như Cuba, Iraq). Vinafood 2 xuất khẩu sang các nước ở Đông Nam Á như Indonesia và Philippines.

Bảng 6.4. Tỷ trọng (theo khối lượng) của 10 doanh nghiệp xuất khẩu gạo lớn nhất Việt Nam, 2012 (%)

Tên doanh nghiệp	Tỷ trọng xuất khẩu gạo (theo khối lượng) %
Vinafood 2	34,37
Vinafood 1	6,34
Công ty Trách nhiệm Hữu hạn Sản xuất và Thương mại Phú Minh	2,62
Công ty Lương thực Long An	2,34
Công ty Trách nhiệm Hữu hạn XNK Kiên Giang	2,30
Công ty Cổ phần XNK Vĩnh Long	2,12
Công ty Cổ phần Thương mại Nông sản Kiên Giang	1,93
Công ty Cổ phần Gentraco	1,92
Công ty Cổ phần Intimex Việt Nam	1,54
Công ty Cổ phần XNK Hà Nội	1,43
Khác	43,07

Nguồn: Agromonitor (2014)

Sản phẩm không đặc trưng: Các loại gạo xuất khẩu của Việt Nam hiện nay đều chưa có thương hiệu mạnh trên thị trường như gạo *Homali* của Thái Lan hay *Basmati* của Ấn Độ. Đa phần đều là các loại gạo thường cung cấp cho các thị trường châu Á và châu Phi. Các loại gạo thơm, chất lượng cao bán trên các thị trường cao cấp và có thương hiệu riêng mới chỉ chiếm một khối lượng rất nhỏ. Vì lẽ đó, các doanh nghiệp cũng chưa đầu tư xây dựng vùng nguyên liệu mà chủ yếu dựa vào nguồn cung lúa gạo có sẵn thu gom bởi thương lái ở trong nước. Theo thống kê của Bộ Công Thương, hiện nay, diện tích trồng lúa mà doanh nghiệp xây dựng cánh đồng lớn hoặc ký hợp đồng nông sản với nông dân mới chỉ chiếm dưới 10% tổng diện tích trồng lúa ở 13 tỉnh ĐBSCL.

Hành vi của các doanh nghiệp

Không có liên kết ngang: Phòng vấn sâu các doanh nghiệp xuất khẩu lúa gạo cho thấy, hiện nay các doanh nghiệp xuất khẩu lúa gạo của Việt Nam chưa có liên kết, hợp tác với nhau để tăng sức cạnh tranh trên thị trường thế giới. Các doanh nghiệp rất độc lập trong việc tìm kiếm khách hàng, đặt giá, xây dựng thương hiệu. Mối liên hệ giữa các doanh nghiệp chỉ chủ yếu ở việc xuất khẩu ủy thác hoặc cung ứng lúa gạo để thực hiện các hợp đồng xuất khẩu.

Vai trò của VFA cũng còn nhiều hạn chế trong việc thúc đẩy liên kết giữa các doanh nghiệp, tăng năng lực cạnh tranh của ngành. Phòng vấn các doanh nghiệp cho thấy, họ chủ yếu tự tìm kiếm thông tin trên thị trường thế giới chứ không tham khảo VFA, nhất là thông tin dự báo cung cầu thị trường, giá cả. Hoạt động xúc tiến thương mại, tìm kiếm thị trường của VFA cũng còn hạn chế. Theo cơ chế của Việt Nam, ban lãnh đạo của VFA được bầu ra từ đại diện các doanh nghiệp trong ngành xuất khẩu lúa gạo. Trong khi đó, VFA lại nắm trong tay quá nhiều quyền điều hành, quản lý ngành, dễ dẫn đến những méo mó trong phân bổ lợi ích xuống các doanh nghiệp thành viên.

Ở góc độ thị trường quốc tế, các nhà xuất khẩu gạo của Việt Nam cũng chưa có sự liên minh, liên kết với các doanh nghiệp xuất khẩu gạo ở các nước khác để đạt được thế mặc cả cao hơn trên thị trường. Cuối năm 2013, Thái Lan đề xuất Campuchia, Lào, Myanmar và Việt Nam cùng Thái Lan hình thành liên minh lúa gạo giúp ổn định giá cả và giảm sự cạnh tranh trong khu vực. 5 quốc gia này mỗi năm có thể xuất khẩu được khoảng 20 triệu tấn gạo. Tuy nhiên, đây vẫn chỉ là đề xuất và chưa có động thái cho việc hình thành liên minh này (Vinanet, 2014). Các nước hiện nay có cơ sở vật chất, năng lực chế biến khác nhau.

Thiếu liên kết dọc: Gần đây xu hướng liên kết dọc trong chuỗi giá trị lúa gạo đang được hình thành. Một số doanh nghiệp kinh doanh các mặt hàng đặc trưng, các loại gạo chất lượng cao, quy trình sản xuất phức tạp, đã tiến hành xây dựng vùng nguyên liệu, liên kết và gắn bó chặt chẽ với nông dân trong quá trình sản xuất. Các doanh nghiệp xuất khẩu cũng liên kết với các doanh nghiệp sản xuất giống, phân bón, thuốc trừ sâu để cung ứng đầu vào đảm bảo chất lượng cho nông dân. Tuy nhiên, tỉ lệ các doanh nghiệp thực hiện các liên kết như thế này chưa nhiều do các doanh nghiệp chủ yếu kinh doanh các giống lúa có sẵn trên thị trường, và vẫn chỉ hoạt động trong phân khúc gạo chất lượng trung bình và thấp trên thị trường thế giới.

Bên cạnh đó, thời gian ký thực hiện hợp đồng của doanh nghiệp thường không quá lâu. Có trường hợp từ khi ký hợp đồng đến khi thực hiện hợp đồng chỉ trong vòng 1 tháng, thậm chí là 10 ngày. Do vậy, nếu đầu tư vào vùng nguyên liệu sẽ chịu nhiều rủi ro do không chủ động được đầu ra.

Những khó khăn của doanh nghiệp trong việc triển khai các hợp đồng nông sản với nông dân bao gồm: (i) có thị trường đầu ra chắc chắn; (ii) cần có nguồn vốn đầu tư lớn; (iii) rủi ro không lường trước khi có biến động của thị trường; (iv) quy mô của mỗi hộ nông dân nhỏ, do vậy việc đạt được sự đồng thuận của số lượng lớn hộ, hướng

dẫn và giám sát chặt chẽ quy trình sản xuất gặp nhiều khó khăn nếu không tổ chức sản xuất theo chuỗi giá trị.

Chưa có hoạt động đầu cơ: phỏng vấn sâu các doanh nghiệp cho thấy, hiện nay họ chủ yếu chỉ dự trữ gạo chứ không dự trữ thóc. Mức dự trữ trong kho thường chỉ đạt khoảng 30% công suất kho. Thời điểm cao điểm, mức dự trữ cũng chỉ tăng lên khoảng 70%. Thời gian dự trữ gạo trong kho thường từ 2 - 4 tháng. Lâu nhất có lúc doanh nghiệp dự trữ thóc khoảng 6 - 7 tháng, tuy nhiên không nhiều.

Do sản phẩm không đặc trưng, lại có nguồn cung lớn khi khu vực ĐBSCL canh tác tới 3 vụ lúa/năm, doanh nghiệp không có động cơ tích trữ lúa gạo. Hơn nữa, việc đầu tư vào kho chứa đạt chuẩn còn hạn chế, trong khi lúa do được sử dụng quá nhiều hóa chất trong quá trình canh tác nên chất lượng nhanh bị hư hại. Việc đầu tư kho chứa trong trường hợp này đòi hỏi vốn đầu tư lớn, lại hàm chứa nhiều rủi ro.

Kết quả

Do chủ yếu chỉ hoạt động thương mại, không đầu tư vào sản xuất và vùng nguyên liệu, nên lợi nhuận và rủi ro của doanh nghiệp chủ yếu là do diễn biến cung, cầu xuất nhập khẩu gạo trên thị trường thế giới.

Đối với những điều chỉnh mang tính cưỡng chế như hiện nay (quy định điều kiện kinh doanh xuất khẩu, quy định xây dựng vùng nguyên liệu), các doanh nghiệp phải bỏ vốn đầu tư nhiều hơn vào cơ sở hạ tầng (kho chứa, nhà máy xay xát) và liên kết với nông dân. Các chi phí đầu tư này có thể dẫn đến những lãng phí lớn khi các doanh nghiệp thậm chí còn chưa tận dụng hết hệ thống kho chứa hiện có và sử dụng các dịch vụ xay xát trên thị trường. Thay vào đó, việc đầu tư vào nguồn nguyên liệu và tìm kiếm thị trường ổn định lại cần phải đầu tư nhiều hơn. Hiện nay, lợi nhuận của các doanh nghiệp khi tham gia cánh đồng lớn chủ yếu là từ việc cung cấp các

vật liệu đầu vào, các giống lúa trồng chưa thực sự đặc trưng và mang lại giá trị cao hơn hẳn so với trước khi liên kết.

Những năm gần đây, tỉ trọng các hợp đồng chính phủ đã giảm dần chỉ còn dưới 20% trong tổng sản lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam. Các công ty xuất khẩu đang ngày càng năng động và chủ động hơn trong việc tự tìm kiếm thị trường của riêng mình. Điều kiện trên cũng tạo ra nhiều cơ hội hơn cho sự cạnh tranh bình đẳng giữa các doanh nghiệp.

6.8. VAI TRÒ CỦA CHÍNH PHỦ

Ngành lúa gạo vừa giúp đảm bảo an ninh lương thực, vừa đóng vai trò là nguồn sinh kế quan trọng của các hộ dân sống ở khu vực nông thôn. Đối với ngành này, Chính phủ can thiệp rất sâu để đảm bảo nguồn cung lúa gạo, bình ổn thị trường, và thu nhập của người nông dân. Sự can thiệp đến từ các hỗ trợ sản xuất (quy định chặt chẽ về quy hoạch bảo tồn diện tích đất lúa, hỗ trợ tiền trực tiếp trên mỗi diện tích đất lúa nước, hỗ trợ khắc phục thiệt hại, hỗ trợ giảm tổn thất sau thu hoạch, xây dựng hệ thống hạ tầng, miễn thuế lợi phí...). Chính phủ cũng can thiệp trực tiếp vào khâu thương mại trong nước và xuất khẩu (thông qua việc quy định giá sàn thu mua lúa gạo, giá sàn xuất khẩu gạo, tổ chức chương trình thu mua tạm trữ, các chương trình bình ổn giá lúa gạo, quy định điều kiện kinh doanh và giới hạn số lượng doanh nghiệp xuất khẩu, đàm phán các hợp đồng chính phủ...).

Vai trò của Chính phủ đối với hoạt động sản xuất lúa gạo

Đảm bảo quỹ đất cho sản xuất lúa gạo: Nghị quyết số 63/2009/NQ-CP về đảm bảo an ninh lương thực quốc gia đã xác định mục tiêu đến năm 2020 bảo vệ quỹ đất lúa có diện tích 3,8 triệu ha, đạt sản lượng 41 - 43 triệu tấn lúa, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước và xuất khẩu khoảng 4 triệu tấn gạo/năm; đảm bảo cho nông dân sản xuất lúa có lãi bình quân trên 30% so với giá thành sản xuất. Việc quản lý,

sử dụng đất trồng lúa được quy định tại Nghị định 42/2012/NĐ-CP. Theo đó, Nhà nước hạn chế tối đa việc chuyển đất chuyên trồng lúa nước sang sử dụng vào mục đích phi nông nghiệp. Trong kỳ quy hoạch, kế hoạch sử dụng đất, chỉ được chuyển đổi đất trồng lúa nước sang sử dụng vào mục đích quốc phòng, an ninh, lợi ích quốc gia, lợi ích công cộng và phải được cơ quan nhà nước có thẩm quyền phê duyệt.

Hỗ trợ người dân trồng lúa: Chính phủ cũng có hàng loạt các chính sách hỗ trợ khác như: hỗ trợ 500.000 VND/ha/năm đối với đất trồng lúa nước; hỗ trợ 50% chi phí phân bón và thuốc bảo vệ thực vật khi sản xuất lúa bị thiệt hại từ 30 - 70%, hỗ trợ lên đến 70% nếu mức thiệt hại lên đến 70%; hỗ trợ chi phí khai hoang, cải tạo đất trồng lúa (chi tiết xem Điều 10, 11 của Nghị định 42/2012/NĐ-CP có hiệu lực đến 31/12/2015; sẽ được thay thế bởi Nghị định 35/2015/NĐ-CP).

Cung cấp dịch vụ công: Hệ thống khuyến nông được xây dựng từ cấp trung ương xuống địa phương cung cấp miễn phí các dịch vụ tư vấn, hỗ trợ sản xuất và tiêu thụ sản phẩm.

Hiện nay theo quy định, Nhà nước miễn toàn bộ thủy lợi phí đối với các đối tượng bao gồm: toàn bộ diện tích đất nông nghiệp phục vụ nghiên cứu, sản xuất thử nghiệm, diện tích đất trồng cây hàng năm có ít nhất một vụ lúa trong năm; diện tích đất trồng cây hàng năm có ít nhất một vụ lúa trong năm. Xây dựng hệ thống thủy lợi và giao thông nông thôn luôn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng đầu tư cho nông nghiệp. Trong giai đoạn 2004 - 2013, tổng vốn đầu tư của Nhà nước cho khu vực nông nghiệp nông thôn khoảng hơn 718.000 tỷ VND, bằng 48,5% tổng vốn đầu tư phát triển của Nhà nước. Trong đó, đầu tư cho thủy lợi chiếm đến hơn 80% (Hoàng Tùng, 2014).

Vai trò của Chính phủ đối với hoạt động xuất khẩu lúa gạo

Ở khâu xuất khẩu lúa gạo, sự quản lý và thực thi chính sách do các cơ quan gồm Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (MARD), Hiệp hội

lượng thực Việt Nam (VFA), Bộ Tài chính (MOF), Ngân hàng Nhà nước phối hợp thực hiện. Không như ở các nước khác khi các hiệp hội hoạt động độc lập với hệ thống chính trị, tập trung vào việc cung cấp thông tin, kết nối các thành viên, hỗ trợ xúc tiến thương mại và thúc đẩy phát triển ngành, ở Việt Nam, VFA còn trực tiếp tham gia vào công tác quản lý, điều hành xuất khẩu gạo và thực hiện các chính sách của Chính phủ. Thực chất, tuy tên gọi là “Hiệp hội lượng thực Việt Nam (VFA)” nhưng đây là một tổ chức nhà nước, gồm những công ty lượng thực của các tỉnh, còn nông dân trồng lúa hầu như không có tiếng nói gì trong VFA.

Quy định điều kiện kinh doanh xuất khẩu gạo: Xuất khẩu lúa gạo là ngành kinh doanh có điều kiện. Theo quy hoạch, số lượng tối đa các doanh nghiệp tham gia vào ngành này đến năm 2015 là 150 doanh nghiệp. Đây là các doanh nghiệp phải thỏa mãn điều kiện bao gồm: (i) có ít nhất 1 kho chuyên dùng với sức chứa tối thiểu 5.000 tấn lúa; (ii) ít nhất một cơ sở xay xát lúa, gạo với công suất tối thiểu 10 tấn lúa/giờ. Kho chứa, xay xát phải thuộc sở hữu của doanh nghiệp và phải đặt trên địa bàn tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương có thóc, gạo hàng hóa xuất khẩu hoặc có cảng biển quốc tế có hoạt động xuất khẩu thóc, gạo tại thời điểm doanh nghiệp đề nghị cấp giấy phép kinh doanh xuất khẩu gạo. Việc cấp giấy phép cũng ưu tiên các doanh nghiệp có xây dựng vùng nguyên liệu và ký hợp đồng nông sản với nông dân. Việc cấp giấy phép và trực tiếp quản lý các doanh nghiệp xuất khẩu gạo do VFA trực tiếp thực hiện.

Các doanh nghiệp trước khi thực hiện hợp đồng xuất khẩu gạo cần phải đăng ký để được giấy phép đồng ý của VFA mới có thể tiến hành được các thủ tục hải quan cho lô hàng. VFA sẽ căn cứ vào tình hình sản xuất, dự kiến sản lượng, cân đối cung cầu, đảm bảo an ninh lương thực trong nước và xuất khẩu.

Chính sách này đã khiến cho một lượng lớn doanh nghiệp nhỏ không có đủ điều kiện phải rời bỏ ngành. Việc mới gia nhập ngành cũng không dễ dàng khi số lượng đầu mối bị giới hạn trong con số 150 đầu mối. Đây là một trong những rào cản cho những công ty xuất khẩu những loại gạo đặc biệt, với số lượng thấp như gạo hữu cơ, gạo đặc sản dùng làm thực phẩm chức năng. Thông thường, muốn xuất các loại gạo đặc biệt này các công ty nhỏ phải ủy thác cho một công ty lớn xuất khẩu dùm. Nhưng khách hàng mua gạo này không tin tưởng vào công ty lớn này vì họ đã kiểm định vùng sản xuất gạo đặc sản của công ty nhỏ, và chỉ tin tưởng khi chính công ty nhỏ xuất bán cho họ.

Đàm phán và phân bổ các hợp đồng chính phủ: Việc thực hiện đàm phán các hợp đồng Chính phủ do Hiệp hội Lương thực Việt Nam làm đầu mối, được thực hiện thông qua Tổng Công ty Lương thực Miền Nam (Vinafood 2). Vinafood 2 sẽ thực hiện đàm phán và đấu thầu các hợp đồng xuất khẩu gạo tại các thị trường tập trung và thực hiện 20% đơn hàng. Phần còn lại sẽ do VFA phân bổ xuống các doanh nghiệp thành viên. Quy chế này bất cập ở chỗ, Vinafood 2 có toàn quyền trong việc quyết định giá thầu, số lượng thầu, nhưng lại chỉ thực hiện một phần của đơn hàng nếu trúng thầu. Các doanh nghiệp còn lại không được quyền định giá, đàm phán về các điều kiện với nhà thầu nhưng lại phải chịu trách nhiệm cung ứng phần lớn đơn hàng đó (80%), và phải tự chịu trách nhiệm về kết quả kinh doanh của mình. Có những thời điểm các doanh nghiệp đã xin trả lại chỉ tiêu xuất khẩu hợp đồng tập trung do mức giá đưa ra quá bất lợi đối với họ. Gần đây Chính phủ đã đồng ý cho phép Vinafood 1 được tham gia đàm phán và thực hiện các hợp đồng tập trung cùng Vinafood 2. Tuy nhiên, nếu vẫn với cơ chế đơn vị đi đấu thầu tách biệt với đơn vị thực hiện đơn thầu thì chắc chắn không thể dẫn đến những kết quả mang lại lợi ích lớn nhất cho doanh nghiệp và cho ngành gạo xuất khẩu.

Hộp 6.2: Các doanh nghiệp xin trả chỉ tiêu xuất khẩu gạo theo hợp đồng tập trung

Ngày 15/4/2014, Vinafood 2 đại diện đấu thầu bán gạo cho Philippines và trúng thầu với số lượng là 600.000 tấn, gạo 15% tấm, mức giá 370,05 USD/tấn, giao tại cảng ở Tp. Hồ Chí Minh. Trong khi đó, giá gạo cùng loại xuất khẩu sang Trung Quốc và các thị trường khác có mức giá dao động từ 385 - 390 USD/tấn, với các điều kiện không khắt khe như của Philippines (Các điều kiện như: nếu nhiều hơn 1% tấm thì bị phạt 3 USD/tấn, nhiều hơn 10% thì tiền phạt là 30USD/tấn. Nếu hạt gạo xát dối (hạt còn sọc đỏ, sọc đen...) sẽ bị phạt từ 7,7 - 15,4 USD/tấn). Nhiều doanh nghiệp đã xin trả lại chỉ tiêu xuất khẩu gạo cho thị trường này do mức giá quá thấp, khó đáp ứng được yêu cầu của đối tác và nếu thực hiện sẽ bị lỗ lớn. Số lượng chỉ tiêu xin trả lại lên tới khoảng 100.000 tấn.

Nguồn: Người Lao động (2014)

Quy định giá sàn xuất khẩu gạo: Chính phủ cũng áp đặt giá sàn đối với xuất khẩu gạo. Mức giá sàn này do Bộ Công thương, phối hợp cùng bộ NN&PTNT, và Hiệp hội Lương thực Việt Nam xác định và công bố.

Quy định giá thu mua lúa gạo tối thiểu: Mức giá này do MARD quy định và hướng dẫn UBND các tỉnh thực hiện. Hàng năm các tỉnh sẽ căn cứ vào tình hình sản xuất của địa phương để công bố giá thu mua lúa gạo tối thiểu để đảm bảo người nông dân có thể được hưởng lợi khoảng 30% trên giá thành sản xuất. Nhưng trong thực tế, con số 30% ít khi được bảo đảm.

Thực hiện các chương trình thu mua tạm trữ: Khi nông dân trồng lúa bị thiệt thòi vì giá lúa xuống quá thấp, Chính phủ can thiệp trực tiếp vào thị trường thông qua các chương trình thu mua tạm trữ để tránh tình trạng giảm giá lúa quá sâu, nhất là trong những thời điểm được mùa thu hoạch. Theo đó, Chính phủ sẽ hỗ trợ 100% lãi suất cho doanh

ng nghiệp mua tạm trữ từ khi mua vào đến khi bán ra (khoảng 3 - 4 tháng). Doanh nghiệp cũng được hỗ trợ vay vốn ưu đãi với lãi suất tối đa 7%/năm. Khối lượng thu mua mỗi đợt là khoảng 2 triệu tấn lúa (tương đương với 1 triệu tấn gạo), được thực hiện trong khoảng 1 tháng, để phục vụ dự trữ quốc gia, tạm trữ lưu thông (ngoài lượng dự trữ lưu thông của doanh nghiệp), phục vụ tiêu dùng và xuất khẩu. Mức giá mà doanh nghiệp thực hiện thu mua không được thấp hơn giá thu mua lúa gạo tối thiểu.

Tuy nhiên, sau nhiều năm tiến hành các chương trình thu mua tạm trữ, hiệu quả thực sự của chính sách này chưa rõ ràng. Chính sách này cũng sẽ gây ra những khó khăn trong quá trình thực hiện do phải kiểm soát chặt chẽ lượng thu mua vào của doanh nghiệp, và đảm bảo rằng đây là lượng thu mua mới thực sự chứ không phải là lượng lúa mà doanh nghiệp đã dự trữ từ trước. Việc phân bổ chỉ tiêu thu mua tạm trữ do VFA và UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương ở ĐBSCL thực hiện. Cơ chế phân bổ như thế này vừa khiến cho việc quản lý hành chính phức tạp, vừa tạo điều kiện cho những “méo mó” có thể xảy ra. Chính sách thu mua tạm trữ cũng bất cập ở chỗ, doanh nghiệp mặc dù thực hiện chính sách của Chính phủ, nhưng phải tự chịu trách nhiệm với kết quả kinh doanh của mình, bất kể lỗ, lãi. Cuối cùng, mặc dù chính sách hướng đến hỗ trợ những người trồng lúa, nhưng đối tượng được hưởng lợi trực tiếp lại là doanh nghiệp, tác động đến người sản xuất là gián tiếp, khó định lượng và không phải ai cũng được hưởng lợi. Phỏng vấn các nông dân ở huyện Cờ Đỏ, Cần Thơ cho thấy, họ có nghe nói đến chương trình thu mua tạm trữ của Chính phủ, nhưng khi họ thu hoạch xong và bán lúa rồi mới thấy triển khai và không thấy có ai đến thu mua theo chương trình này cả.

Hỗ trợ xây dựng vùng nguyên liệu và ký kết hợp đồng nông sản: đã có hàng loạt các chính sách của chính phủ nhằm hỗ trợ doanh nghiệp và người nông dân, trong đó gần đây nhất là Quyết định số 63/2013/QĐ-

TTg ngày 25/10/2013 về chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản, xây dựng cánh đồng lớn. Các hỗ trợ này chủ yếu là hỗ trợ về tài chính. Doanh nghiệp được miễn tiền sử dụng đất hoặc tiền thuê đất của Nhà nước để xây dựng dự án liên kết, hỗ trợ một phần kinh phí cải tạo đồng ruộng, được ưu tiên thực hiện các hợp đồng tập trung và chương trình thu mua tạm trữ, hỗ trợ tối đa 50% kinh phí đào tạo nông dân. Các hợp tác xã, tổ hợp tác được miễn tiền sử dụng/ thuê đất, hỗ trợ 30% năm đầu và 20% năm thứ hai chi phí mua đầu vào; 50% kinh phí đào tạo cán bộ và 100% kinh phí đào tạo nông dân. Người nông dân được tập huấn miễn phí về kỹ thuật, được hỗ trợ đến 30% chi phí mua giống chất lượng, 100% chi phí lưu kho tại doanh nghiệp trong thời hạn 3 tháng khi Chính phủ thực hiện thu mua tạm trữ nông sản. Ngoài ra, UBND các xã, huyện đóng vai trò quan trọng trong việc vận động doanh nghiệp và nông dân ký kết xây dựng vùng nguyên liệu, hòa giải các vấn đề phát sinh trong hợp đồng.

Bảng 6.5. Đặc điểm các tác nhân trong cấu trúc thị trường lúa gạo Việt Nam

Các tác nhân	Vai trò	Số lượng	Vị thế trên thị trường	Các khả năng lựa chọn: lợi ích và chi phí
PHÂN ĐOẠN MUA BÁN LÚA ĐỂ XAY XÁT				
Nông trang; cánh đồng lớn	Sản xuất lúa	Ít	Chiếm số ít trên thị trường gạo XK	<ul style="list-style-type: none"> - Có nguồn cầu đảm bảo; lợi nhuận cao - Phụ thuộc vào thị trường xuất khẩu - Đầu tư lớn cho kỹ thuật
Nông hộ	Sản xuất lúa	Rất nhiều	Cung ứng lúa cho các thương lái	<ul style="list-style-type: none"> - Nguồn cầu bấp bênh - Dễ bị thương lái ép giá - Đầu tư ít
Tổ hợp tác	Các nông hộ hợp tác với nhau để sản xuất và bán lúa	Ít	Có vai trò đàm phán với các thương lái	<ul style="list-style-type: none"> - Hợp tác khó - Chi phí giao dịch cao - Có thể có được giá tốt

Hợp tác xã	Cùng nhau để sản xuất và bán lúa	Không nhiều	Có vai trò với các thương lái	<ul style="list-style-type: none"> - Hợp tác khó - Chi phí giao dịch cao - Có thể được giá tốt
Thương lái	Mua lúa từ nông hộ thuê hoặc bán cho đơn vị xay xát rồi cung ứng cho các thương gia	Nhiều	Với nông hộ	<ul style="list-style-type: none"> - Không có nguồn ổn định - Chi phí giao dịch cao - Ít phải đầu tư, chênh lệch giá lớn
Các đơn vị xay xát	Mua lúa trực tiếp từ nông dân, thương lái	Nhiều	Với các thương lái: xay xát thuê	<ul style="list-style-type: none"> - Có nhiều quyền lựa chọn - Công suất đa dạng - Tự thu mua để xay xát: chi phí kho chứa lớn - Xay xát thuê
Các công ty xuất khẩu	Mua lúa từ nông trang, thương lái, và tự xay xát	Ít	Từ các nông trang	<ul style="list-style-type: none"> - Chỉ mua từ các nông trang/cánh đồng lớn đã ký thoả thuận - Nguồn cung ổn định - Rủi ro về giá xuất khẩu - Chi phí cho kho chứa - Không đầu ra ổn định
Chính phủ	Mua lúa với giá tối thiểu từ nông dân		Chỉ tham gia khi giá lúa thấp	<ul style="list-style-type: none"> - Không có lựa chọn - Chi phí kho chứa - Ngân sách chính phủ
PHÂN ĐOẠN MUA BÁN GẠO				
Các đơn vị xay xát	Chế biến gạo và cung ứng cho các thương gia, môi giới hoặc nhà XK	Nhiều	Ít có vai trò trong việc cung ứng gạo trực tiếp cho nhà bán lẻ + XK	<ul style="list-style-type: none"> - Có nhiều quyền lựa chọn - Công suất đa dạng - Chi phí lớn cho kho chứa nếu mua thóc
Thương lái	Thuê xay xát và cung ứng gạo cho các thương gia hoặc bán lẻ	Nhiều	Có vai trò trong việc thu gom gạo cho các nhà cung ứng	<ul style="list-style-type: none"> - Có nhiều lựa chọn - Có vị thế mặc cả với nông dân - Có khả năng bị các đơn vị xay xát và nhà cung ứng qua mặt
Các nhà môi giới và thương gia phân phối	Mua gạo từ các đơn vị xay xát, thương lái và phân phối cho các nhà bán lẻ hoặc các công ty XK	Nhiều	Có vai trò quan trọng trong việc cung ứng gạo	<ul style="list-style-type: none"> - Có nhiều quyền lựa chọn - Vốn lớn

HIỆN TRẠNG CẤU TRÚC THỊ TRƯỜNG LÚA GẠO VIỆT NAM

Các công ty xuất khẩu	Tự xay xát từ lúa mua của nông trang; từ nhà cung ứng	Ít	Tự chế biến hoặc thu gom từ các nguồn khác	<ul style="list-style-type: none"> - Nguồn trực tiếp nông trang/cánh đồng lớn đã ký thoả thuận - Nguồn thu gom trên thị trường - Rủi ro về giá xuất khẩu - Chi phí cho kho chứa
Hiệp hội lương thực	Cung cấp thông tin; Điều tiết xuất khẩu		Không rõ ràng	<ul style="list-style-type: none"> - Cung cấp thông tin về giá sàn lúa gạo - Điều phối xuất khẩu
Chính phủ	<ul style="list-style-type: none"> - Hỗ trợ nông dân sản xuất lúa - Hỗ trợ doanh nghiệp cung ứng mua gạo tạm trữ với giá tối thiểu từ thương lái - Đàm phán xuất khẩu 		Không rõ ràng	

CHƯƠNG 7

XU HƯỚNG THAY ĐỔI CẤU TRÚC THỊ TRƯỜNG LÚA GẠO VIỆT NAM: MỘT SỐ TRAO ĐỔI VỀ ĐỊNH HƯỚNG CHÍNH SÁCH

7.1. XU HƯỚNG THAY ĐỔI CẤU TRÚC THỊ TRƯỜNG LÚA GẠO VIỆT NAM

Những thay đổi trên thị trường lúa gạo thế giới sẽ có ảnh hưởng nhất định đối với ngành lúa gạo xuất khẩu của Việt Nam. Áp lực cạnh tranh đang ngày càng gia tăng khi các nước như Ấn Độ, Myanmar, Campuchia đang thực hiện các chính sách phát triển mạnh sản xuất và xuất khẩu lúa gạo. Ấn Độ là nước có diện tích trồng lúa lớn nhất trên thế giới, chiếm 26% tổng diện tích trồng lúa. Tuy nhiên, năng suất hiện nay của Ấn Độ mới chỉ bằng khoảng 80% năng suất trung bình của thế giới; và bằng khoảng 63% năng suất của Việt Nam năm 2013¹⁴. Trong giai đoạn 2009 - 2013, xuất khẩu gạo của Ấn Độ sang các nước kém phát triển tăng 23 lần từ 78 triệu USD năm 2009 lên 1,8 tỷ USD năm 2013 (Gafin, 2014). Myanmar cũng đã từng là nước xuất khẩu gạo hàng đầu thế giới trong thập kỷ 60. Do vậy, tiềm năng tăng năng suất của các nước này còn rất lớn, mặc dù chưa thể có những thay đổi đột phá trong ngắn hạn.

Những quốc gia nhập khẩu truyền thống như Philippines, Malaysia cũng chú trọng nhiều hơn tới gia tăng sản xuất để đáp ứng nhu cầu trong nước, giảm phụ thuộc vào nguồn cung nhập khẩu. Bên cạnh đó, tỷ trọng gạo trong khẩu phần ăn của các hộ gia đình tại châu

¹⁴ Tính toán của chuyên gia Nguyễn Đình Bích.

Á đang giảm dần. Trước năm 1970, gạo là lương thực chính chiếm 38,2% lượng calori tiêu thụ hàng ngày của các hộ gia đình Châu Á, nhưng đến năm 2007, lượng gạo chỉ còn chiếm 29,3% (trung bình mỗi năm giảm 1%) (Timmer, 2010). Những áp lực trên đòi hỏi không chỉ các doanh nghiệp xuất khẩu gạo của Việt Nam, mà tất cả các tác nhân khác trên thị trường lúa gạo Việt Nam cần phải điều chỉnh hành vi sản xuất kinh doanh của mình để thích ứng với môi trường kinh doanh mới.

7.1.1. Nông dân

Hiện nay xu hướng dịch chuyển lao động từ khu vực nông nghiệp sang khu vực công nghiệp và dịch vụ tiếp tục diễn ra mạnh mẽ. Tuy nhiên, đa phần lao động nông nghiệp đều không có kỹ năng, do vậy họ chủ yếu tham gia vào các hoạt động phi chính thức, cần lao động phổ thông mà thôi. Những hoạt động này thiếu tính bền vững và ít quan tâm tới việc đảm bảo các quyền lợi hợp pháp của người lao động. Trong bối cảnh trên, ngành nông nghiệp vẫn là “đệm đỡ” quan trọng đối với các lao động này khi nền kinh tế có những biến động tiêu cực. Do vậy, trong trung hạn, các hộ nông dân vẫn sẽ có xu hướng giữ lại ruộng đất và tiếp tục các hoạt động nông nghiệp.

Ở khu vực ĐBSCL hiện nay, các khâu trong quy trình sản xuất đã được chuyên môn hóa rất nhiều. Do vậy, thời gian người trồng lúa dành cho sản xuất đã giảm đi đáng kể. Họ sẽ có nhiều thời gian và động cơ để tham gia vào các hoạt động khác trong lúc nông nhàn.

Đối với các nông dân có diện tích đất trồng lúa nhỏ, họ sẽ có xu hướng đa dạng hóa các nguồn sinh kế nhiều hơn. Hiện nay, nhiều hộ gia đình với các thành viên trẻ, có thể tham gia vào khu vực phi nông nghiệp, có xu hướng cho thuê đất đai để tập trung vào hoạt động khác. Ngược lại, với những nông dân có ít kỹ năng, họ sẽ tìm cách thuê thêm đất để mở rộng diện tích canh tác. Để tăng thêm thu nhập, lựa chọn duy nhất của họ là thâm canh tăng vụ.

Đối với các hộ có quy mô canh tác lớn, tích lũy được nguồn tài chính đủ lớn để xây dựng kho chứa, họ sẽ có xu hướng mở rộng thêm diện tích hoặc chuyển sang trồng các giống lúa chất lượng cao để cung ứng cho tiêu thụ trong nước và xuất khẩu.

Bên cạnh đó, các hộ nông dân cũng có xu hướng tham gia các hợp đồng nông sản với doanh nghiệp và các nhà máy xay xát nhiều hơn vì những lợi ích rõ ràng mà các hình thức này mang lại. Tuy nhiên, để người dân tham gia một cách tự nguyện và tích cực, cần có các chế tài quy định chặt chẽ quyền lợi và nghĩa vụ của các bên tham gia.

Xu hướng liên kết tự nguyện giữa các nông dân cũng sẽ gia tăng (hình thành các tổ, nhóm). Điều này giúp họ tăng cường trao đổi thông tin, nguồn lực, tăng cơ hội hợp tác với doanh nghiệp, và tăng khả năng mặc cả khi mua đầu vào cũng như bán sản phẩm.

7.1.2. Môi giới mua bán lúa

Khi sự gắn kết trực tiếp giữa công ty xuất khẩu và nông dân phát triển hơn, vai trò của người môi giới bán lúa sẽ giảm dần. Bên cạnh đó, khi xu hướng thành lập các tổ hợp tác, hợp tác xã phát triển, và xu hướng mở rộng quy mô ruộng đất tăng lên, số lượng đầu mối cần giao dịch sẽ giảm, tất dẫn đến sự suy giảm vai trò của các “cò lúa”.

7.1.3. Thương lái

Cũng chịu những tác động tương tự như với các môi giới bán lúa, vai trò của thương lái sẽ giảm sút khi doanh nghiệp tăng cường liên kết với nông dân. Khi đó, thương lái sẽ chuyển sang thực hiện cung ứng các dịch vụ vận tải do có sở hữu sẵn các ghe thuyền và phương tiện chuyên chở khác.

Đối với những thương lái còn lại, họ sẽ tìm cách tăng cường gắn kết với các doanh nghiệp xay xát và xuất khẩu để giảm thiểu rủi ro và ổn định đầu ra.

7.1.4. Các nhà phân phối gạo trong nước

Khi các điều kiện về kinh doanh xuất khẩu gạo bị siết chặt, nhiều doanh nghiệp sẽ quay sang phục vụ thị trường lúa gạo trong nước nếu không đủ điều kiện được cấp giấy phép xuất khẩu. Bên cạnh đó, xu hướng gia tăng cạnh tranh trên thị trường thế giới sẽ khiến các doanh nghiệp xuất khẩu chú ý nhiều hơn tới thị trường trong nước.

Ở khu vực nông thôn, tiêu dùng gạo vẫn chủ yếu tập trung vào các giống lúa thường, từ các nguồn cung sẵn có của địa phương và các khu vực lân cận. Những người có thu nhập trung bình và cao có xu hướng giảm bớt khẩu phần gạo trong bữa ăn, tăng cường các khẩu phần thịt, trứng, sữa, rau quả. Do vậy, họ sẽ chú trọng đến chất lượng nhiều hơn. Đây là cơ sở để các doanh nghiệp đẩy mạnh tiêu thụ các loại gạo chất lượng cao ở thị trường trong nước.

7.1.5. Nhà máy xay xát và lau bóng

Trong chuỗi giá trị lúa gạo tác nhân xay xát ngày càng có vị thế quan trọng, bởi đây là tác nhân đóng vai trò trung gian giữa hai thị trường mua bán lúa và mua bán gạo. Hơn nữa, tác nhân này có đặc điểm ổn định, ít gặp rủi ro và ít chịu ảnh hưởng của thị trường. Do vậy, xay xát có xu hướng tích tụ tài sản để mở rộng quy mô do xay xát có nhiều lợi thế như: có kho chứa để lưu trữ gạo, công cụ để sản xuất ra sản phẩm cuối cùng và thu nhập ổn định, không có nhiều biến động so với thương lái. Xay xát có thể tổ chức hoạt động kinh doanh của mình đồng thời kết hợp với thương lái, hướng tới thành lập doanh nghiệp và hướng đến xuất khẩu gạo ra thị trường thế giới.

Trong tương lai, các nhà máy xay xát, với khả năng tích lũy vốn và công nghệ, sẽ đầu tư mở rộng nhà máy và các kho chứa hiện có. Họ sẽ tìm cách gắn kết chặt chẽ hơn với các thương lái và các công ty xuất khẩu cũng như phân phối gạo trong nước để đảm bảo hoạt động được thông suốt và tăng khả năng cạnh tranh. Xu hướng các nhà máy này sẽ mở rộng theo hướng thương mại, một số mua lại gạo của

thương lái và tích trữ tại kho, một số trực tiếp đi mua lúa của nông dân và trữ thóc. Các nhà máy xay xát sẽ đóng vai trò ngày càng quan trọng hơn trong việc điều tiết nguồn cung trên thị trường, thông qua cung ứng cho các công ty xuất khẩu và thị trường tiêu thụ trong nước.

7.1.6. Nhà xuất khẩu

Dưới các chính sách điều chỉnh ngành hiện nay, các doanh nghiệp kinh doanh gạo nhỏ không đáp ứng được các điều kiện trở thành doanh nghiệp xuất khẩu đang có xu hướng chuyển sang trở thành các đơn vị cung ứng cho các doanh nghiệp lớn; một số chuyển sang buôn bán gạo tiểu ngạch với các nước láng giềng; một số chuyển hướng vào thị trường nội địa; hoặc thu hẹp các hoạt động chỉ chuyên về một hoặc một số khâu trong quy trình sản xuất. Với việc các doanh nghiệp xuất khẩu phải xây dựng vùng nguyên liệu và có cơ sở xay xát, chuỗi giá trị lúa gạo ở nhiều khu vực đã được rút ngắn bớt lại, giảm bớt các khâu trung gian, người sản xuất gắn kết chặt chẽ hơn với nhu cầu của doanh nghiệp xuất khẩu.

Tuy nhiên, các rào cản hiện nay tạo ra nhiều khó khăn cho doanh nghiệp mới gia nhập ngành. Lợi thế tiếp tục nghiêng về các doanh nghiệp nhà nước với nhiều ưu đãi và lợi thế hơn so với các doanh nghiệp tư nhân mới gia nhập ngành. Điều này làm giảm áp lực cạnh tranh khiến cho doanh nghiệp ít có động lực để thay đổi phương thức hoạt động kinh doanh.

Bên cạnh đó, do xuất khẩu gạo theo các hợp đồng chính phủ đang giảm dần, các doanh nghiệp sẽ ngày càng phải năng động hơn để tìm kiếm thị trường. Một số doanh nghiệp xuất khẩu những loại gạo đặc sản mà khách hàng chỉ mua với lượng nhỏ, nếu Nghị định 109 được bổ sung một vài ngoại lệ, sẽ có cơ hội xây dựng các thương hiệu gạo đặc sản cho Việt Nam trên thương trường quốc tế. Sự thay đổi này được thúc đẩy bằng xu hướng gia tăng nguồn cung gạo trên thế giới, nhất là từ các nước Ấn Độ, Myanmar, Campuchia, và các nước nhập khẩu truyền thống như Philippines, Malaysia.

7.2. TRAO ĐỔI VỀ CÁC ĐỊNH HƯỚNG CHÍNH SÁCH

Tái cấu trúc thị trường lúa gạo Việt Nam để “tăng chất lượng, tăng thu nhập cho nông dân một cách bền vững” là một yêu cầu được đặt ra từ người đứng đầu cơ quan chính phủ trong lĩnh vực nông nghiệp¹⁵. Trong những năm qua, Chính phủ đã và đang theo đuổi nhiều chính sách để hiện thực hoá mục tiêu này. Phần này sẽ điềm lại một số định hướng chính sách quan trọng liên quan đến thị trường lúa gạo Việt Nam đang được các cơ quan chính phủ theo đuổi hiện nay. Chúng tôi sẽ bình luận về hiệu quả của những chính sách này trên cơ sở các phân tích của chúng tôi ở trên về hiện trạng cũng như xu hướng của cấu trúc thị trường lúa gạo Việt Nam trong thời gian tới.

Chính sách bảo vệ quỹ đất lúa để đảm bảo an ninh lương thực quốc gia

Theo các văn bản chính sách, nội dung chính của chính sách này là: để đảm bảo an ninh lương thực (ANLT) quốc gia, Việt Nam sẽ quy hoạch và bảo vệ nghiêm ngặt quỹ đất lúa. Mục tiêu đến năm 2020 quỹ đất lúa 3,8 triệu ha, lúa nước hai vụ trở lên là 3,2 triệu ha.

Theo IPSARD (2012), ngay cả với kịch bản xấu nhất về tỷ lệ tổn thất trong và sau thu hoạch (không có thay đổi vẫn là 10%), biến đổi khí hậu trên thực tế lớn hơn so với dự đoán, năng suất bình quân thấp (chỉ đạt 5,8 tấn/ha), tiêu dùng gạo không giảm nhanh (vẫn ở mức 120kg/người/năm vào năm 2030), thì với diện tích lúa 3,0 triệu ha Việt Nam vẫn đảm bảo ANLT trong nước và có dư thừa XK.

Như phân tích của chúng tôi ở trên, trong những năm tới, với khả năng gia tăng nguồn cung gạo có chất lượng thấp tại các quốc gia như Ấn Độ, Myanmar, và Campuchia, thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam sẽ bị cạnh tranh khốc liệt. Nếu không xuất khẩu được

¹⁵ Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và PTNT Cao Đức Phát nhấn mạnh: “Tái cơ cấu là lối thoát duy nhất cho ngành trồng trọt để từ bỏ phương thức sản xuất cũ, lấy tăng số lượng là mục tiêu. Bây giờ mục tiêu quan trọng hơn là tăng chất lượng, tăng thu nhập cho nông dân một cách bền vững.” (Kinh tế nông thôn, 2014)

gạo, Việt Nam sẽ bị rơi vào tình trạng dư thừa nguồn cung trong nước. Với cấu trúc thị trường lúa gạo như hiện tại, theo đó giá thu mua xuất khẩu sẽ quyết định giá thu mua lúa của nông dân trong nước, thì giá lúa trong những năm tới sẽ tiếp tục bị sụt giảm. Khi đó áp lực với chính sách mua dự trữ lúa gạo của Chính phủ (hoặc bất cứ một hình thức hỗ trợ giảm giá nào) để giúp đỡ người nông dân sẽ gia tăng, đòi hỏi sự can thiệp ngày càng lớn hơn, dẫn tới những méo mó trên thị trường (mà một ví dụ điển hình là trường hợp Thái Lan gần đây).

Vì lẽ đó, chúng tôi ủng hộ quan điểm linh hoạt quỹ đất trồng lúa. Thay vì qui định cứng 3,8 triệu ha quỹ đất trồng lúa, Chính phủ nên phân quỹ này thành hai nhóm:

+ Nhóm thứ nhất là đất chuyên dụng trồng lúa do có lợi thế cạnh tranh hơn hẳn các loại cây trồng hàng năm khác;

+ Nhóm thứ hai là đất có khả năng dễ dàng chuyển đổi sang các loại cây trồng hàng năm khác trong trường hợp trồng lúa không cạnh tranh bằng, và ngược lại. Việc quyết định trồng loại cây hàng năm gì là lựa chọn riêng của mỗi hộ nông dân theo nhu cầu của thị trường.

Với chính sách này, chúng tôi tin rằng sẽ giúp người nông dân Việt Nam có thêm quyền chọn, qua đó sẽ có thêm quyền lực trong việc thiết lập giá lúa gạo với các công ty thu mua. Đây sẽ là chính sách giúp Việt Nam có thể điều tiết được nguồn cung trồng lúa một cách linh hoạt theo biến động của nhu cầu tiêu thụ gạo trên thị trường thế giới.

Chính sách hợp tác hoá nông nghiệp

Phát triển kinh tế tập thể mà nòng cốt là hợp tác xã (HTX) luôn được xem là một trong những chủ trương có tính chất chiến lược của Đảng và Nhà nước để phát triển nông nghiệp, nông thôn trên con đường công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Mô hình HTX vẫn luôn được các nhà làm chính sách của Việt Nam kỳ vọng như là phương tiện để tăng vị thế của người nông dân trong thị trường lúa gạo.

Tuy nhiên, dù cho đã có những thay đổi nền tảng về cách thức tổ chức HTX so với thời kỳ kinh tế kế hoạch hoá tập trung, mô hình HTX mới hiện nay vẫn chưa hấp dẫn được các hộ nông dân tham gia.

Chúng tôi cho rằng mô hình HTX chỉ thực sự hiệu quả khi nó được dựa trên quyền sở hữu ruộng đất đầy đủ và rõ ràng. Các hộ nông dân, với quyền sở hữu ruộng đất đầy đủ và rõ ràng, sẽ tự nguyện tham gia và điều hành HTX để phát huy tính kinh tế nhờ qui mô và hưởng thêm lợi ích từ ngoại ứng tích cực (positive externality).

Vì vậy, trừ phi có những thay đổi đột biến về chính sách sở hữu ruộng đất, chúng tôi chưa nhìn thấy triển vọng trong việc nâng cao vị thế của người nông dân thông qua việc thúc đẩy sự phát triển của HTX trong những năm tới. Những nỗ lực hoặc biện pháp ưu đãi hay hỗ trợ này khác cho mô hình HTX từ Nhà nước sẽ khó có thể phát huy được tác dụng nếu như nguyên lý nền tảng của HTX nông nghiệp - dựa trên các cá thể có quyền tư hữu rõ ràng về phần đóng góp của mình - vẫn chưa được thiết lập.

Chúng tôi cho rằng, với chính sách sở hữu đất đai như hiện nay, thay vì thúc đẩy mô hình HTX, các nhà hoạch định chính sách nên tập trung mở rộng mô hình 'thuê gia công' (putting-out system) mà một số doanh nghiệp xuất khẩu lúa gạo đang áp dụng hiện nay, theo đó, mỗi doanh nghiệp xuất khẩu sẽ tự tổ chức liên kết với một số hộ nông dân nhất định để có nguồn nguyên liệu ổn định cho xuất khẩu. Để mang lại nhiều lợi ích hơn cho người nông dân, chúng tôi cho rằng mô hình này cần được "thiết kế" với những điều khoản chặt chẽ hơn, với sự tham gia của các đối tác khác như ngân hàng, công ty bảo hiểm, công ty cung ứng vật tư v.v... và cần được mở rộng sang cho các các doanh nghiệp chế biến gạo để cung ứng gạo tiêu thụ trong nước.

Chính sách quy định giá sàn thu mua lúa, đảm bảo nông dân lãi ít nhất 30%

Nội dung của chính sách này là doanh nghiệp kinh doanh lương thực

tiến hành thu mua hết lúa hàng hóa cho nông dân theo giá được cấp có thẩm quyền công bố. Bộ Tài chính và Bộ NN & PTNT ban hành quy định và hướng dẫn xác định chi phí sản xuất, tính giá thành sản xuất lúa cho từng vụ. Tỉnh, thành phố có trách nhiệm công bố giá sàn, đảm bảo nông dân lãi ít nhất 30% so với giá thành sản xuất ngay từ đầu vụ sản xuất.¹⁵

Chúng tôi cho rằng chính sách này có dụng ý tốt đối với người nông dân nhưng trên thực tế gây hại cho người nông dân. Xác định giá thành lúa sản xuất hàng hóa là một công việc phức tạp về thống kê và tốn phí thời gian để đảm bảo tính chính xác khoa học và mang tính đại diện cho sản xuất lúa phổ biến của vùng. Thêm nữa, sự biến động nhanh của thị trường các yếu tố đầu vào như phân bón, thuốc trừ sâu, hay giá lao động... sẽ làm cho việc xác định chi phí tại một thời điểm trở nên kém tin cậy.

Nếu căn cứ vào con số công bố mức giá thành sản xuất lúa tại các tỉnh ĐBSCL nằm trong một khoảng rất rộng, chẳng hạn từ 3.742 - 4.908 VND/kg cho vụ Hè Thu năm 2014,¹⁷ thì các doanh nghiệp gần như chắc chắn thu mua lúa của người nông dân ở trên mức giá thành cộng 30% lãi khi lấy mức giá thành tối thiểu để tính. Với mức giá thành thu mua như vậy, các doanh nghiệp xuất khẩu lúa gạo có xu hướng đàm phán bán gạo với giá thấp cho nước ngoài và quay trở lại ép người nông dân. Người nông dân vì thế luôn chỉ được hưởng mức lãi thấp do bị doanh nghiệp thu mua ép giá.

Hơn nữa, người nông dân sẽ không mặn mà với việc trồng các loại lúa gạo có chất lượng cao do giá thành trồng các loại giống lúa này cao hơn. Mức giá sàn này vô hình trung tạo ra một “chuẩn” thu mua thóc bất lợi cho những người nông dân trồng các loại lúa có chất lượng cao

¹⁶. Theo văn bản số 430/TTg-KTN của Thủ tướng Chính phủ ngày 12/03/2010 về tiêu thụ lúa hàng hóa cho nông dân.

¹⁷. Theo Công văn số 6239/BTC-QLG, công bố giá mua thóc định hướng vụ Hè Thu năm 2014, của Bộ Tài chính ngày 14.05.2014.

theo hợp đồng nông sản với các doanh nghiệp xuất khẩu gạo. Trong một phỏng vấn của chúng tôi với đại diện của một doanh nghiệp chuyên xuất khẩu loại gạo chất lượng cao, vị này tiết lộ doanh nghiệp này có thể tìm được khách hàng nước ngoài và bán gạo với giá rất cao, gấp 2 - 3 lần giá gạo tẻ thường của Việt Nam. Nhưng nhờ có mức giá sàn công bố của Bộ tài chính, doanh nghiệp này chỉ thu mua của người nông dân với mức giá cao hơn mức giá sàn khoảng 10 - 20%.

Như vậy, chính sách này không những không đem lại phần lợi nhuận nhiều hơn cho nông dân mà còn vô tình phá hoại chính sách khuyến khích nông dân chuyển dịch sang trồng các loại lúa gạo có chất lượng cao.

Chúng tôi cho rằng nên bỏ qui định giá sàn thu mua lúa này. Thay vì đó là mức giá sàn tại đó Chính phủ sẽ thu mua tạm trữ. Trong trường hợp này, việc ấn định mức giá lúa sàn thu mua tạm trữ phải có nhiều hơn tiếng nói của người trồng lúa. Thành viên của "Ủy ban Giá Lúa Gạo" cần có cả đại diện Bộ NN&PTNT, đại diện Bộ Công Thương, đại diện các doanh nghiệp xuất khẩu gạo, và đại diện Hội nông dân sản xuất lúa.

Chính sách thu mua tạm trữ

Chính sách thu mua tạm trữ được thực hiện song hành với chính sách đảm bảo người nông dân có lãi ít nhất 30%. Song hiệu quả của chính sách này không thực sự rõ ràng.

Thứ nhất, người nông dân Việt Nam không được hưởng lợi trực tiếp từ chính sách này. Khác với các chính sách thu mua tạm trữ của Thái Lan và Ấn Độ, nơi các doanh nghiệp nhà nước thu mua lúa ở mức giá tối thiểu trực tiếp từ nông dân, thì ở Việt Nam, các doanh nghiệp thu mua lúa gạo tạm trữ từ thương lái. Chính sách này chỉ mang lại lợi ích gián tiếp cho người nông dân nếu như giá lúa gạo tăng trở lại.

Thứ hai, trợ cấp dưới hình thức hỗ trợ lãi suất cho doanh nghiệp

mua tạm trữ trong một khoảng thời gian (3 tháng) thực chất là trợ cấp miễn phí chi phí lưu kho cho doanh nghiệp bởi bất kỳ doanh nghiệp kinh doanh nào cũng thường phải lưu kho một lượng gạo nhất định. Thêm nữa, doanh nghiệp lại có lựa chọn là có thể bán luôn cả phần lưu kho trong quỹ dự trữ và chấp nhận không hưởng lãi suất. Với chính sách này, lượng lúa thu mua gia tăng thêm từ chính sách dự trữ thực chất không nhiều. Giá thu mua vẫn hoàn toàn phụ thuộc vào khả năng ký được hợp đồng xuất khẩu của doanh nghiệp. Và đó chính là lý do tại sao trong bốn lần thu mua tạm trữ từ năm 2009 đến 2012 (vụ hè thu vào các năm 2009, 2010; vụ đông xuân vào các năm 2011 và 2012) thì có đến 2 lần thất bại, giá lúa thu mua tiếp tục giảm thay vì tăng trở lại.

Để chính sách tạm trữ lúa gạo mang lại lợi ích cho nông dân, chúng tôi cho rằng Chính phủ, thông qua hệ thống kho trữ lúa gạo của các công ty lương thực nhà nước, cần thu mua lúa tạm trữ trực tiếp từ nông dân khi giá lúa trên thị trường xuống thấp hơn giá lúa sàn do Ủy ban Giá Lúa Gạo công bố, giống như cách thức mà Chính phủ Ấn Độ thực hiện.

Trong trường hợp hệ thống kho trữ lúa gạo của các công ty lương thực nhà nước chưa sẵn sàng đảm nhận chức năng này, Nhà nước nên cho phép các HTXNN vay tiền theo khối lượng lúa của các xã viên đang tạm trữ được ứng trước một số tiền để đáp ứng cho các nhu cầu cấp bách của nông hộ. Đến khi giá lúa tăng trở lại thì họ sẽ bán lúa và trả lại tiền tạm ứng của Nhà nước. Số lượng lúa tạm trữ sẽ được hỗ trợ tối đa 100% lãi suất cho HTXNN.

Chính sách xây dựng kho dự trữ lúa gạo tại ĐBSCL

Đầu năm 2009, Chính phủ phê duyệt kế hoạch xây dựng hệ thống kho chứa 4 triệu tấn lúa, gạo tại ĐBSCL, trong đó kho cũ có trữ lượng 1,5 triệu tấn và cần xây thêm 2,5 triệu tấn kho chứa mới. Để đạt được mục tiêu này, Chính phủ thực hiện hai giải pháp. Thứ nhất là thiết lập điều

kiện đối với doanh nghiệp XK gạo phải có 1 kho chuyên dùng với sức chứa tối thiểu 5.000 tấn lúa và có ít nhất 1 cơ sở xay xát lúa, gạo với công suất tối thiểu 10 tấn lúa/giờ. Thứ hai, là hỗ trợ kinh phí cho các doanh nghiệp đầu tư vào kho chứa như miễn tiền thuê đất (theo Quyết định số 57/2010/QĐ-TTg ngày 17/9/2010), hỗ trợ 20% kinh phí giải phóng mặt bằng, 30% kinh phí hoàn thiện kết cấu hạ tầng kỹ thuật ngoài hàng rào và được miễn thuế thu nhập doanh nghiệp trong 3 năm đầu đi vào hoạt động, và giảm 50% trong 2 năm tiếp theo.

Về cơ bản mục tiêu này đã hoàn thành vượt mức nếu xét theo mục tiêu kho chứa cả lúa và gạo. Tuy nhiên, đến giữa 2013, hệ thống kho chứa của ĐBSCL vẫn chủ yếu là kho trữ gạo thay vì trữ lúa. Cụ thể, tích lượng kho chứa lúa gạo cả nước đã đạt 5,38 triệu tấn. Trong đó, tích lượng kho chứa gạo chiếm phần áp đảo với 4,36 triệu tấn, tích lượng kho chứa lúa chỉ ở mức khiêm tốn 1,02 triệu tấn¹⁸.

Điều này hàm ý rằng các doanh nghiệp thu mua và xuất khẩu gạo là tác nhân được hưởng lợi lớn nhất từ chính sách ưu đãi của Chính phủ trong khi các nông dân vẫn chưa thực sự được hưởng lợi từ chính sách này. Nông dân đa phần vẫn phải bán lúa trực tiếp cho thương lái ngay sau thu hoạch, dẫn đến bị chèn ép giá cả trong giao thương.

Để cho chính sách này đến thực sự mang lại lợi ích cho người nông dân, Chính phủ chỉ nên hỗ trợ kinh phí cho các doanh nghiệp xây dựng kho trữ lúa có các hợp đồng liên kết với một số lượng hộ nông dân nhất định, theo đó các hộ nông dân có quyền tạm trữ lúa của mình tại kho của doanh nghiệp trong một khoảng thời gian nhất định thay vì phải bán ngay.

Chính phủ cũng nên có chính sách hỗ trợ lãi suất cho các HTXNN có nhu cầu vay tiền để xây kho lưu trữ thóc tạm trữ cho các xã viên của mình. Chính sách này sẽ kết hợp với chính sách thu mua tạm trữ

¹⁸. Theo Công văn số 6239/BTC-QLG, công bố giá mua thóc định hướng vụ Hè Thu năm 2014, của Bộ Tài chính ngày 14.05.2014.

để hỗ trợ người nông dân tạm trữ lúa trong thời gian giá lúa giảm xuống dưới mức giá lúa sàn do Ủy ban Giá Lúa Gạo công bố.

Chính sách quy định điều kiện doanh nghiệp xuất khẩu gạo

Ngày 4/11/2010, Chính phủ ban hành Nghị định 109/NĐ-CP/2010 về kinh doanh XK gạo. Theo đó, thương nhân Việt Nam thuộc mọi thành phần kinh tế, nếu đáp ứng đủ các điều kiện và được cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh xuất khẩu gạo. Tuy nhiên, DN muốn kinh doanh XK gạo phải đảm bảo ít nhất hai điều kiện cần đó là: (i) Có ít nhất 1 kho chuyên dùng dự trữ tối thiểu 5.000 tấn lúa; (ii) Sở hữu ít nhất 1 cơ sở xay xát thóc với công suất tối thiểu là 10 tấn thóc/giờ tại tỉnh, thành phố có thóc, gạo hàng hóa XK hoặc có cảng biển XK thóc, gạo.

Mục tiêu của chính sách này là giảm bớt các đầu mối XK nhằm tránh hiện tượng tranh mua, tranh bán. Hệ quả của chính sách này là tập trung xuất khẩu vào một số doanh nghiệp lớn, loại bỏ các doanh nghiệp nhỏ vì khó đáp ứng được hai điều kiện trên. Tuy nhiên, chính sách này không đạt được mục tiêu liên kết nhà xuất khẩu với nông dân. Chính sách này vô hình trung tạo ra thêm một tầng lớp nữa giữa nông dân và các doanh nghiệp xuất khẩu. Đó là các doanh nghiệp thu gom cho các doanh nghiệp xuất khẩu. Việc tập trung xuất khẩu vào một số ít doanh nghiệp khiến các doanh nghiệp lớn này có xu hướng tìm các thị trường xuất khẩu các lô lớn các loại gạo chất lượng thấp với giá rẻ thay vì tìm kiếm xuất khẩu tại các thị trường ngách các loại gạo có chất lượng cao, với giá bán cao hơn.

Chính sách này cũng gây khó khăn cho các doanh nghiệp nhỏ có liên kết với nông dân để sản xuất các giống lúa chất lượng cao, lúa hữu cơ, đặc sản địa phương, có thị trường đầu ra ổn định, lợi nhuận cao và tính cạnh tranh cao, nhưng lại không thể trực tiếp xuất khẩu do không đủ điều kiện về kho chứa, hệ thống xay xát (chủ yếu vì quy mô không cho phép sở hữu các công đoạn đó).

Một số các chính sách khác

Bên cạnh các chính sách có ảnh hưởng đáng kể đến cấu trúc thị trường lúa gạo trong những năm vừa qua, Chính phủ còn có một số các chính sách khác như hỗ trợ trực tiếp cho nông dân trồng lúa, Chính sách bình ổn giá gạo thông qua trợ cấp bán lẻ, Chính sách hỗ trợ trực tiếp lương thực cho các hộ nghèo đóii v.v...

Chúng tôi cho rằng với những mức hỗ trợ tương đối thấp thì những chính sách này chủ yếu mang tính xã hội và không đủ lớn để thay đổi hành vi kinh tế của các tác nhân trên thị trường lúa gạo.

Một số nhận xét cuối cùng

Trong những năm vừa qua, ngành lúa gạo có lẽ là một trong những ngành nhận được sự quan tâm nhiều nhất của Chính phủ. Một loạt các chính sách được ban hành tác động trực tiếp hoặc gián tiếp tới hành vi của các chủ thể trên thị trường lúa gạo.

Chúng tôi thấy rằng mục tiêu của các chính sách đều hướng đến nâng cao vị thế của người nông dân trong chuỗi giá trị ngành lúa gạo cũng như giúp cho ngành lúa gạo có khả năng cạnh tranh cao hơn so với các quốc gia trên thế giới. Tuy nhiên, chúng tôi phát hiện ra rằng các chính sách được thiết kế thường chỉ hướng đến giải quyết một khía cạnh cụ thể hoặc xem xét lợi ích trực tiếp của một chủ thể mà ít tính toán đến lợi ích toàn cục của ngành lúa gạo. Như phân tích ở trên, cách tiếp cận xây dựng chính sách như vậy đều bộc lộ nhiều bất cập và không đạt được mong muốn như kỳ vọng.

Trong chương tiếp theo chúng tôi đề xuất hướng tiếp cận chính sách mới dựa trên sự phát triển mang tính tự nhiên của cấu trúc thị trường lúa gạo. Chúng tôi cho rằng Chính phủ không nên đưa ra các chính sách đi ngược với xu hướng thị trường. Thay vì đó, nên đưa ra các chính sách thuận theo những diễn biến của thị trường, giúp thị trường nhanh chóng đạt tới điểm cân bằng mới tối ưu hơn.

CHƯƠNG 8

KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH

8.1. KẾT LUẬN

Bối cảnh và xu hướng thị trường lúa gạo trên thế giới

Nghiên cứu của chúng tôi cho thấy trong dài hạn, cung xuất khẩu gạo có khả năng sẽ lớn hơn cầu. Nhận định này xuất phát từ việc nhiều quốc gia đang nhập khẩu gạo như Philippin và Indônêxia đang nỗ lực đầu tư mạnh cho ngành lúa gạo để sớm tự túc; trong khi đó, một số quốc gia tiềm năng đang gia tăng năng suất trồng lúa như Ấn Độ, Campuchia và Myanmar. Một xu hướng khác là các quốc gia châu Phi cũng có những nỗ lực phát triển diện tích canh tác trồng lúa để đảm bảo an ninh lương thực. Trong khi đó nhu cầu tiêu thụ gạo tại các quốc gia châu Á lại chuẩn bị đến đỉnh và sẽ có xu hướng đi ngang hoặc giảm nhẹ từ 2030.

Với nhận định này, cộng với xu hướng mở cửa các thị trường nông sản và việc kinh doanh xuất nhập khẩu lúa gạo là ngành có rủi ro cao, chúng tôi cho rằng xu hướng cạnh tranh xuất khẩu chính trong tương lai sẽ là việc cung ứng các loại gạo chất lượng cao và đặc thù cho các nhóm khách hàng khác nhau. Các loại gạo chất lượng thấp chủ yếu được tiêu thụ nội địa cho các tầng lớp dân nghèo thay vì được xuất khẩu.

Cấu trúc thị trường lúa gạo Việt Nam

Cấu trúc thị trường lúa gạo Việt Nam hiện nay chịu sự chi phối mạnh từ các doanh nghiệp xuất khẩu. Với nhu cầu tiêu thụ gạo và nguồn cung gạo trong nước tương đối ổn định, các doanh nghiệp xuất khẩu là tác nhân chính chi phối lượng cầu cận biên của thị trường và do vậy quyết

định giá cả của lúa gạo trên thị trường trong nước. Gắn chặt với các doanh nghiệp xuất khẩu là các thương lái; các thương lái tiếp cận nông dân thu mua lúa sau khi biết nhu cầu của các doanh nghiệp xuất khẩu. Khu vực xay xát vẫn ở vị thế xay xát thuê cho các thương lái.

Chúng tôi cho rằng về dài hạn, cấu trúc thị trường lúa gạo của Việt Nam sẽ phát triển hướng đến cấu trúc thị trường tương tự của Thái Lan và Ấn Độ hiện nay. Trong cấu trúc này, khu vực xay xát đóng vai trò trung tâm, điều phối cung cầu giữa nhu cầu xuất khẩu và tiêu thụ trong nước và nguồn cung lúa gạo của các hộ nông dân. Khu vực xay xát sẽ là nơi tập trung vốn, năng lực công nghệ, và thông tin thị trường để định hình các khu vực xuất khẩu, tiêu thụ trong nước, và khu vực trồng lúa.

Nông dân

Hộ sản xuất lúa gạo của Việt Nam chủ yếu là có qui mô nhỏ với diện tích gieo trồng dưới 2 ha. Các hộ thường trồng 3 vụ/năm. Các hộ đa phần có vốn ít, không có khả năng tích trữ lúa sau thu hoạch và vì thế thường bán lúa tươi tại ruộng cho thương lái. Một số hộ dân tham gia cánh đồng lớn do doanh nghiệp ký hợp đồng bao tiêu sản phẩm. Tuy nhiên, ngoại trừ một vài doanh nghiệp tạo được uy tín với nông dân, các hộ nông dân vẫn chưa thực sự tin tưởng vào mô hình này và vẫn có xu hướng muốn bán tự do cho thương lái.

Nông dân hiện nay là chủ thể chịu nhiều rủi ro nhất về biến động giá lúa và giá nguyên liệu đầu vào. Một số các chương trình hỗ trợ của Chính phủ chưa thực sự đến được với nông dân.

Trong tương lai, các hộ nông dân sẽ theo xu hướng tích tụ ruộng đất và liên kết sản xuất để hưởng tính kinh tế nhờ qui mô. Hộ nông dân có qui mô lớn hoặc các tổ chức nông dân có xu hướng ký hợp đồng nông sản với các doanh nghiệp xay xát để giảm thiểu rủi ro.

Việc hình thành hợp tác xã và tổ hợp tác cũng sẽ là một xu hướng giúp các hộ nông dân có được tính kinh tế nhờ qui mô và nâng cao vị thế trên thị trường. Tuy nhiên, xu hướng này chỉ thực sự phát triển nếu như

các điều kiện về sở hữu ruộng đất được rõ ràng, loại bỏ hoàn toàn khả năng bị mất ruộng đất khi tham gia vào hợp tác xã như trong đã từng xảy ra trong quá khứ.

Thương lái

Thương lái hiện đang giữ vai trò quan trọng trong quá trình thu mua lúa gạo. Với số lượng khoảng một vạn ở Đồng bằng sông Cửu Long, các thương lái đóng vai trò tìm kiếm các nguồn cung phù hợp cho các doanh nghiệp xuất khẩu. Các thương lái có thể đi tìm mua lúa trực tiếp từ nông dân hoặc thông qua 'cò' môi giới. Các thương lái thường tìm hiểu giá bán đầu ra cho doanh nghiệp trước rồi tìm cách mua lại lúa của nông dân để hưởng chênh lệch giá. Với thực trạng đa phần các doanh nghiệp xuất khẩu gạo còn thụ động, không tìm được thị trường ổn định, chờ thương lái quốc tế đến hỏi mua mới tập hợp các thương lái đi thu gom lúa, các thương lái sẽ tiếp tục tồn tại lâu dài ở Đồng bằng sông Cửu Long.

Các thương lái thường hoạt động ở qui mô nhỏ với số vốn từ 300 triệu đến 1 tỷ VND. Để phòng ngừa rủi ro, các thương lái thường chỉ tìm mua lượng lúa có khả năng tương đối chắc chắn bán lại được cho doanh nghiệp trong khoảng thời gian từ 5 - 10 ngày. Thương lái không phải là nơi tích tụ vốn trong ngành lúa gạo. Các thương lái chỉ sở hữu một số ít ghe, thuyền. Thường các thương lái tự đi mua lúa rồi đi thuê xay xát và bán lại cho các doanh nghiệp cung ứng hoặc doanh nghiệp xuất nhập khẩu.

Với xu hướng khu vực xay xát ngày càng phát triển, khu vực thương lái sẽ có xu hướng gắn hoạt động của mình với các doanh nghiệp xay xát. Các thương lái độc lập, không gắn với một nhà máy xay xát nào sẽ gặp nhiều rủi ro trong việc tìm kiếm cầu.

Về các cơ sở xay xát

Hiện tại, hệ thống các nhà máy xay xát của ĐBSCL chủ yếu là qui mô vừa và nhỏ. Các nhà máy xay xát đều ở cạnh sông, rạch để tiện vận chuyển. Vốn đầu tư trung bình cho một nhà máy khoảng 20 - 25 tỷ VND. Trong

những năm qua, nhiều doanh nghiệp xay xát bắt đầu tích lũy được vốn và công nghệ để mở rộng qui mô. Nhiều doanh nghiệp đã xây dựng kho chứa gạo với tích lượng khoảng 10 - 50 nghìn tấn. Các nhà máy xay xát chủ yếu là xay thuê cho thương lái. Công nghệ chế biến gạo đa phần theo quy trình ngược, xay xát lúa ướt rồi mới sấy khô gạo, nên chất lượng gạo xấu, tỉ lệ thu hồi thấp, dẫn đến giá thành chế biến cao. Gần đây, một số doanh nghiệp xay xát bắt đầu mở rộng sang thương mại. Một số DN mua loại gạo của thương lái và tích trữ tại kho; một số trực tiếp đi mua lúa của nông dân và trữ thóc.

Trong những năm tới, các doanh nghiệp xay xát sẽ tiếp tục xu hướng tích tụ vốn, mở rộng công suất nhà máy và kho chứa. Để có thể tận dụng hết lợi thế kinh tế nhờ qui mô, các doanh nghiệp xay xát sẽ phải tự đi tìm nguồn cầu ổn định thông qua liên kết với một số doanh nghiệp xuất khẩu hoặc các siêu thị trong nước; đồng thời các doanh nghiệp xay xát sẽ phải tìm nguồn cung ổn định để có thể đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Bằng cách này các doanh nghiệp xay xát sẽ hình thành các thương hiệu gạo của riêng mình. Nói cách khác, các doanh nghiệp xay xát sẽ có xu hướng nắm giữ vị trí trung tâm để điều phối cung cầu cho thị trường lúa gạo.

Các doanh nghiệp cung ứng và xuất khẩu

Hoạt động xuất khẩu gạo của Việt Nam đa phần thông qua các DNNN. Số doanh nghiệp tư nhân nhiều hơn nhưng qui mô khá nhỏ. Nhiều doanh nghiệp tư nhân cung cấp gạo xuất khẩu tiểu ngạch sang Trung Quốc. Sau khi Nghị định 109 ra đời, qui định về điều kiện trở thành doanh nghiệp xuất khẩu gạo, nhiều doanh nghiệp xuất khẩu trước đây buộc phải trở thành doanh nghiệp cung ứng, mà trên thực tế là xuất khẩu thông qua doanh nghiệp có giấy phép.

Các doanh nghiệp xuất khẩu hiện tại chủ yếu phải tự đi tìm thị trường cho mình. Số lượng xuất khẩu qua hợp đồng G2G ngày càng giảm và hiện tại chỉ chiếm khoảng 20 - 30% kim ngạch xuất khẩu. Thị

trường xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu là tại các thị trường truyền thống ở châu Á như Malaysia, Indonesia, Philippines, Trung Quốc, và một số nước châu Phi. Gạo xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu là gạo trắng dài, chất lượng trung bình và thấp.

Đa phần các doanh nghiệp xuất khẩu gạo Việt Nam thu mua gạo qua thương lái. Sau khi có hợp đồng xuất khẩu gạo (thường được ký trước 3 - 4 tháng, nhưng nhiều hợp đồng cũng được ký trong thời gian rất ngắn, một tháng hoặc 1 - 2 tuần, trước khi giao hàng), các doanh nghiệp xuất khẩu bắt đầu gom hàng qua thương lái. Chỉ một số ít doanh nghiệp thực sự có vùng nguyên liệu thông qua các hợp đồng nông sản với nông dân trên các cánh đồng lớn. Hiện đa phần doanh nghiệp xuất khẩu mới chỉ đầu tư xây dựng kho trữ gạo thay vì trữ lúa.

Trong thời gian tới, các doanh nghiệp xuất khẩu gạo Việt Nam sẽ chịu áp lực cạnh tranh mạnh mẽ, không chỉ từ Thái Lan và Ấn Độ, mà còn cả từ Myanmar và Campuchia. Sự cạnh tranh này sẽ buộc các doanh nghiệp Việt Nam phải tìm kiếm thêm thị trường bên cạnh các thị trường truyền thống. Với sức ép cạnh tranh về chất lượng, các doanh nghiệp xuất khẩu sẽ phải ủy thác thu gom và kiểm soát chất lượng gạo thông qua các doanh nghiệp xay xát thay vì trực tiếp thu mua từ thương lái như hiện tại. Chỉ một số ít doanh nghiệp xuất khẩu có khả năng tự mình xây dựng vùng nguyên liệu do rủi ro cao về đầu ra.

Bán buôn và bán lẻ gạo trong nước

Tiêu thụ gạo trong nước vẫn chủ yếu diễn ra tại các chợ truyền thống. Các cửa hàng bán gạo thường mua gạo trực tiếp từ thương lái hoặc thông qua các đầu mối bán buôn. Các cơ sở bán buôn gạo có kho chứa gạo và mua gạo trực tiếp từ thương lái.

Với sự phát triển ngày càng mạnh của hệ thống các siêu thị tại khu vực thành thị, người dân trong nước sẽ có xu hướng mua gạo có nhãn mác và nguồn gốc tại đó. Các siêu thị sẽ gắn kết với các doanh nghiệp xay xát để có nguồn cung gạo ổn định cả về khối lượng và chất lượng.

8.2. KHUYẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH

Một số điểm lưu ý chính về chiến lược ngành lúa gạo Việt Nam nhìn từ cấu trúc thị trường

- Với cấu trúc hiện tại của thị trường lúa gạo Việt Nam, cần làm rõ chính sách lúa gạo Việt Nam hiện nay có đang bị thao túng bởi một số nhỏ các doanh nghiệp xuất khẩu hay không? Các tổ chức như Vinafood (2), VFA có thực sự đại diện cho lợi ích của ngành lúa gạo Việt Nam hay chưa?

- Khuynh hướng sản xuất lúa gạo Việt Nam dường như thiên lệch về phía các nhà xuất khẩu. Tư tưởng coi xuất khẩu được nhiều như là một thành tích vẫn đang ngự trị. Trong khi đó, đã đến lúc cần xem xét lại tổng thể vai trò của việc xuất khẩu gạo trong nền ngoại thương Việt Nam như một động lực tăng trưởng.

- Sản phẩm gạo Việt Nam có giá thành được trợ cấp trong một số khâu đầu vào thiết yếu (thủy lợi, hạ tầng...). Vấn đề cần đặt ra đối với gạo xuất khẩu là có nên tiếp tục duy trì tình trạng trợ cấp cho người tiêu dùng nước ngoài hay không?

- Nếu cần có chiến lược điều chỉnh giảm trợ cấp cho người tiêu dùng nước ngoài đối với gạo xuất khẩu của Việt Nam, thì vấn đề nên được bắt đầu từ đâu? Người nông dân có vai trò và lợi ích/thiệt hại gì trong quá trình này?

Đề xuất về tầm nhìn chính sách

Một vấn đề lớn đã và đang được đặt ra ở Việt Nam là tác nhân nào trong cấu trúc thị trường lúa gạo sẽ có khả năng làm nòng cốt cho sự phát triển bền vững của toàn ngành lúa gạo?

Dựa trên cấu trúc hiện thời của thị trường lúa gạo Việt Nam, chúng tôi đề xuất nên lưu ý tiềm năng của khu vực xay xát-chế biến. Đây là khu vực có tiềm năng tự nhiên (tiến hóa theo thị trường) cần được khuyến khích phát triển, từ đó tích tụ mở rộng ra về hai phía (nguyên liệu và thành phẩm), trở thành các doanh nghiệp có vùng nguyên liệu, thiết bị

chế biến hiện đại và có thị trường đầu ra ổn định, đảm bảo chất lượng thành phẩm. Có thể coi đây là lựa chọn chiến lược quyết định tương lai vị thế ngành lúa gạo Việt Nam.

Mặc dù xuất khẩu gạo vẫn là động lực quan trọng cho sự phát triển ngành lúa gạo Việt Nam, chúng tôi cho rằng đã đến lúc ngành lúa gạo Việt Nam cần hướng về thị trường nội địa. Thị trường nội địa, vốn chiếm 80% sản lượng lúa gạo của Việt Nam và 30 - 40% sản lượng lúa gạo của ĐBSCL, cần đóng vai trò là nơi xây dựng và kiểm nghiệm chuẩn mực về chất lượng gạo, thương hiệu và nguồn gốc xuất xứ gạo của Việt Nam. Sự thành công của việc xây dựng thương hiệu gạo Việt cho người Việt mới là nền tảng vững chắc để giúp gạo Việt có thể vươn xa ra thị trường thế giới.

Thay đổi cấu trúc quản lý hành chính phù hợp với phương hướng dịch chuyển của cấu trúc thị trường, trong đó doanh nghiệp tư nhân và người nông dân sản xuất quy mô lớn sẽ chiếm ưu thế trong tương lai.

Các khuyến nghị chính sách cụ thể:

Khuyến nghị 1: Xây dựng và hoàn thiện bộ qui trình chuẩn về chế biến và xay xát gạo Việt Nam (Good Manufacturing Practices (GMP) for Vietnam's Rice Mill).

Các doanh nghiệp chế biến - xay xát gạo được khuyến khích tuân thủ GMP-RM và tự chịu trách nhiệm trong việc phân loại gạo chế biến theo các tiêu chuẩn phân loại gạo trên thế giới. Những doanh nghiệp xay xát tuân thủ GMP-RM ở những mức độ khác nhau sẽ được các ưu đãi về thuế, vốn...

Việc tạo chuẩn mực cho gạo Việt Nam gắn với các cơ sở chế biến rõ ràng là bước đầu tiên và quan trọng nhất trong việc giúp cho gạo Việt Nam có thương hiệu. Đây sẽ là cơ sở để các doanh nghiệp xuất khẩu hoặc phân phối trong nước quảng bá cho các thương hiệu có uy tín. Nó cũng là cơ sở để gắn hoạt động sản xuất chế biến với vùng nguyên liệu.

Khuyến nghị 2: Cần nhắc tới quá trình giảm số vụ trồng lúa trong

một năm, một số vùng giảm từ ba vụ xuống còn hai vụ, tạo điều kiện để phục hồi đất trồng lúa, giảm tỷ trọng sử dụng thuốc bảo vệ thực vật trong sản xuất lúa gạo.

Khuyến nghị 3: Nới lỏng điều kiện trở thành doanh nghiệp xuất khẩu gạo (Nghị định 109). Các điều kiện hiện này không giúp cho gạo của Việt Nam có chất lượng tốt hơn hoặc bán được giá cao hơn, mà chỉ khiến cho các doanh nghiệp xuất khẩu gạo có thêm quyền lực thị trường để áp đặt các điều kiện bất lợi cho các chủ thể khác và nông dân.

Đặc biệt đối với các loại gạo đặc sản (thường có sản lượng không lớn, nhưng có lợi nhuận và tính cạnh tranh cao), nên được tạo điều kiện để xuất khẩu theo những điều kiện ưu tiên riêng (DN XK không nhất thiết phải đáp ứng đủ các quy định hiện hành trong Nghị định 109).

Khuyến nghị 4: Ủng hộ chính sách linh động hơn về quỹ đất trồng lúa 3,8 triệu ha, nên quy hoạch quỹ đất chặt chẽ thành hai loại. Khu vực đất trồng có lợi thế cạnh tranh tuyệt đối về trồng lúa sẽ được giữ chỉ để phục vụ trồng lúa. Với khu vực mà việc trồng các loại cây hàng năm khác có thể mang lại giá trị cạnh tranh cao hơn so với việc trồng lúa thì cho phép các hộ nông dân tự quyết định. Nếu có sự chuyển đổi thì nên có chính sách hỗ trợ trong một thời gian.

Khuyến nghị 5: Cân nhắc xác định khấu hao các khoản liên quan đến đầu tư thủy lợi, hạ tầng, tiến tới tính đúng và đủ các khoản này vào giá thành sản phẩm lúa.

Tính khấu hao các khoản đầu tư thủy lợi và cơ sở hạ tầng vào giá thành sản xuất lúa gạo, đặc biệt đối với gạo xuất khẩu, sẽ khuyến khích nông dân canh tác lúa gạo bền vững và trở thành nhà sản xuất hiệu quả trong mối tương quan với các sản phẩm nông nghiệp khác, nhờ đó, sẽ giúp cho ngành nông nghiệp phát triển được các loại cây trồng khác có giá trị gia tăng cao hơn.

Khuyến nghị 6: Nới lỏng quy chế hạn điền (dù hiện không còn nhiều hiệu lực), khuyến khích tích tụ ruộng đất để trồng lúa quy mô lớn.

Hỗ trợ cho những hộ nông dân nhỏ bán ruộng, chuyển dịch sang các ngành nghề khác.

Khuyến nghị 7: Phát triển cơ chế tài chính vi mô và bảo hiểm phù hợp cho người nông dân, đặc biệt nông dân nhỏ. Những chính sách này sẽ giúp các hộ nông dân ít phụ thuộc hơn vào các đơn vị cung ứng đầu vào. Hướng tới việc khuyến khích bảo hiểm và cho vay theo chuỗi hoặc tổ chức đối tác đầu tư trực tiếp giữa DN nước ngoài và DN trong nước và nông dân.

Khuyến nghị 8: Chính phủ chỉ nên qui định giá lúa sàn đối với loại lúa gạo thu mua tạm trữ. Đối tượng giúp Chính phủ thực thi và nhận được sự hỗ trợ từ chính sách thu mua lúa gạo tạm trữ nên được dịch chuyển dần từ doanh nghiệp sang các HTXNN có hệ thống kho tạm trữ lúa. Chính sách hỗ trợ xây dựng kho dự trữ lúa cũng nên dịch chuyển từ hỗ trợ cho DN sang hỗ trợ cho các HTXNN, phục vụ chính sách tạm trữ và tăng quyền của người nông dân.

Người trồng lúa phải có nhiều tiếng nói hơn trong việc ấn định mức giá lúa sàn thu mua tạm trữ. Thành viên của “Ủy ban Giá Lúa Gạo” cần có cả đại diện Bộ NN&PTNT, đại diện Bộ Công Thương, đại diện các doanh nghiệp xuất khẩu gạo, và đại diện Hội nông dân sản xuất lúa.

Khuyến nghị 9: Chính phủ nên đẩy mạnh thực hiện cổ phần hóa VINAFOOD và các công ty thành viên, công ty lương thực nhà nước nhằm nâng cao hiệu quả quản trị của các DN này, tạo môi trường cạnh tranh bình đẳng hơn cho các DN.

Khuyến nghị 10: Tổ chức lại VFA để đảm bảo Hiệp hội phải có đại diện đầy đủ của DN tư nhân, chính quyền địa phương và nông dân trong thương mại lúa gạo. Các quyết định của VFA phải đủ kịp thời theo biến động của thị trường thế giới để bảo đảm quyền lợi cho doanh nghiệp và người nông dân.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Agromonitor. (2014). *Báo cáo thường niên ngành lúa gạo năm 2013 và triển vọng 2014*.
- All India Rice Exporters. (2015). *International Price*. Truy cập tại <http://www.airea.net/page/51/statistical-data/international-price>
- Aree Wiboonpongse, & Yaowares Chaovanapoonphol. (2001). *Agribusiness Research on Marketing System in Thailand. Agribusiness Management towards Strengthening Agricultural Development and Trade, Multiple Cropping Center, Chiangmai University, Chiangmai, Thailand*.
- Cần Thơ online. (2013). *Phải đặt lợi ích nông dân lên hàng đầu*. Truy cập tại <http://www.baocantho.com.vn/?mod=detnews&catid=72&id=142278>
- Đào Thế Anh, Thái Văn Tình, Nguyễn Văn Thắng, & Vũ Nguyên. (2013). *Nghiên cứu Chuỗi giá trị gạo Đồng bằng Sông Cửu Long tại An Giang và Hậu Giang*. Tạp Chí Khoa Học và Công Nghệ Nông Nghiệp Việt Nam, 7(46).
- FAO. (2006). *Rice International Commodity Profile*. Truy cập tại http://www.fao.org/fileadmin/templates/est/COMM_MARKETS_MONITORING/Rice/Documents/Rice_Profile_Dec-06.pdf
- FAO. (2015, Tháng năm, 15). *Crops, National Production (FAOSTAT): Dataset*. Food and Agriculture Organization of the United Nations. Truy cập tại <http://data.fao.org/dataset-data-filter?entryId=29920434-c74e-4ea2-beed-01b832e60609&tab=data>
- Gafin. (2014). *Xuất khẩu gạo Ấn Độ sang các nước LDC giai đoạn 2009-2013 tăng 23 lần*. Truy cập tại <http://www.tintucnongnghiep.com/2014/09/xuat-khau-gao-o-sang-cac-nuoc-ldc-giai.html>

- TCTK. (2014). *Niên giám thống kê 2013*. Hà Nội: Nhà xuất bản Thông kê.
- TCTK. (2015). *Niên giám thống kê 2014 Tóm tắt*. Tổng cục thống kê. Trục tuyến tại <http://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=512&idmid=5&ItemID=14277>
- Hayek F.A. (1952). *The Counter-Revolution of Science: Studies on the Abuse of Reason*. The Free Press.
- Hoàng Tùng. (2014, July 24). Bộ trưởng Cao Đức Phát: *Đầu tư cho nông nghiệp vẫn dần trải*. Trục tuyến tại <http://www.vietnamplus.vn/bo-truong-cao-duc-phat-dau-tu-cho-nong-nghiep-van-dan-trai/272632.vnp>
- Hồ Cao Việt. (2011). *Ngành hàng lúa gạo Việt Nam: Tâm nhìn chiến lược trước cơ hội và thách thức*. Trục tuyến tại http://www.academia.edu/11538492/Rice_marketing_and_value_chain_in_MRD
- Hồ Cao Việt. (2014). *Các nhân tố tác động đến hiệu quả sản xuất lúa từ việc tham gia Cánh đồng mẫu lớn*. Được thuyết trình tại Tọa đàm: Ảnh hưởng của cấu trúc ngành lúa gạo đến lợi ích của người nông dân sản xuất nhỏ ở Việt Nam, Thành phố Hồ Chí Minh.
- IPSARD. (2012, Tháng sáu). *An ninh lương thực tại Việt Nam: Thực trạng, chính sách và triển vọng*. Viện Chính sách và Chiến lược phát triển nông nghiệp nông thôn. Trục tuyến tại <http://danviet.vn/kinh-te/linh-hoat-dieu-chinh-chinh-sach-lua-gao-139137.html>
- ISGMARD. (2011). *Beyond the "Rice Bowl": Building on Past Gains to Enhance the Quality, Sustainability, and Equity of Growth in the Mekong Delta* (Collaborative Research Program Policy Note No. 2). International Support Group - Ministry of Agriculture and Rural Development.
- Jacques-chai, C. (2004). *Challenging the Market Access Agenda: A Case Study on Rice from Thailand*.
- Jong-Ha Bae. (2014, Tháng sáu). *The Global Rice Export Overview and Market Forecast*. Vietnam Can Tho.

- Kang, H., Kennedy, P., & Hilbun, B. (2009). *Structure and Conduct of the World Rice Market*. Được thuyết trình tại the Southern Agricultural Economics Association Annual Meeting.
- Kinh tế nông thôn. (2014). *Giải pháp để tái cơ cấu ngành lúa gạo: Khuyến khích doanh nghiệp thuê đất trồng lúa*. Trục tuyến tại <http://www.kinh-htenongthon.com.vn/Mot-so-giai-phap-de-Tai-co-cau-nganh-lua-gao-Khuyen-khich-doanh-nghiep-thue-dat-trong-lua-106-46510.html>
- Mohindru, S. C., & Phromchanya, P. (2012). *Rice Exporters Eye Cartel to Boost Prices*. The Wall Street Journal.
- Người Lao động. (2014). *Doanh nghiệp trả chỉ tiêu xuất khẩu gạo*. Trục tuyến tại <http://nld.com.vn/kinh-te/doanh-nghiep-tra-chi-tieu-xuat-khau-gao-20140512083958797.htm>
- Nông nghiệp Việt Nam. (2014). *Ứng xử đúng với lúa vụ 3*. Trục tuyến tại <http://nongnghiep.vn/nongnghiepvn/vi-vn/25/123719/khuyen-nong/ung-xu-dung-voi-lua-vu-3.html>
- Oxfam. (2013). *Who has Benefited from High Rice Prices in Vietnam*.
- Reardon, T., Chen, K., Minten, B., & Adriano, L. (2012). *The Quiet Revolution in Staple Food Value Chains - Enter the Dragon, the Elephant, and the Tiger*. The Philippines: Asian Development Bank and International Food Policy Research Institute.
- Thai Rice Exproters Association. (2015). *Số liệu Xuất khẩu gạo của Thái Lan*. Trục tuyến tại <http://www.thairiceexporters.or.th/export%20by%20country%202014.html>
- Timmer, C. P. (2010). *Food Security in Asia and the changing role of rice*. Occasional paper.
- Trade Map. (2015). *Trade statistics for international business development*. ITC.
- UN Comtrade. (2015). *UN comtrade Database*. Trục tuyến tại <http://comtrade.un.org/db/mr/daCommodities.aspx>

- USDA. (2014a). *Grain: World Market and Trade*. United States Department of Agriculture, Foreign Agricultural Service.
- USDA. (2014b). *India: Grain and Feed Annual 2014* (No. IN4005). USDA Foreign Agriculture Service.
- USDA. (2014c). *Vietnam: Grain and Feed Annual: 2010, 2011, 2012, 2013, 2014*. USDA Foreign Agriculture Service.
- USDA. (2015a). *Rice: World Markets and Trade*. Office of Global Analysis, Foreign Agricultural Service, USDA. Trục tuyến tại <http://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/grain-rice.pdf>
- USDA. (2015b). *Rice Yearbook 2015*. United States Department of Agriculture, Economic Research Service.
- Vietrade. (2012). *Dự báo nhập khẩu gạo thế giới năm 2012 - Phần 2*. Trục tuyến tại <http://www.vietrade.gov.vn/component/frontpage/?view=article&catid=107%3Abn-tin-xk&id=901%3Aso-138-ngay-2982009-nang-tam-cho-hat-gao&tmpl=component&print=1&layout=default&start=200>
- Vinanet. (2014, Tháng ba, 15). *Báo cáo tổng hợp tình hình thị trường gạo năm 2013 và dự báo năm 2014*. Trục tuyến tại <http://www.vinanet.com.vn/tin-thi-truong-hang-hoa-viet-nam.gplist.343.gpopen.225837.gpside.1.gpnewtitle.bao-cao-tong-hop-tinh-hinh-thi-truong-gao-nam-2013-va-du-bao-nam-2014.aspx>
- Võ Thị Thành Lộc, & Nguyễn Phú Sơn. (2011). *Phân tích chuỗi giá trị lúa gạo vùng đồng bằng sông Cửu Long*. Tạp Chí Khoa Học Của Trường Đại Học Cần Thơ, 19a, 96-108.
- Wailles, E. J., & Chavez, E. C. (2012). *ASEAN and Global Rice Situation and Outlook*.
- World Bank. (2015). *World Bank Commodity Price Data (The Pink Sheet)*. Trục tuyến tại <http://econ.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTDEC/EXTDECPROSPECTS/0,,contentMDK:21574907~menuPK:7859231~pagePK:64165401~piPK:64165026~theSitePK:476883,00.html>

HỘI LUẬT GIA VIỆT NAM
NHÀ XUẤT BẢN HỒNG ĐỨC

Địa chỉ: 65 Tràng Thi - Quận Hoàn Kiếm - Hà Nội

Email: nhaxuatbanhongduc@yahoo.com

Điện thoại: 04.3 9260024 Fax: 04.3 9260031

Chịu trách nhiệm xuất bản

Giám đốc

BÙI VIỆT BẮC

Chịu trách nhiệm nội dung

Tổng biên tập

LÝ BÁ TOÀN

Biên tập:

TS. KHUẤT DUY KIM HẢI

Trình bày, minh họa:

DUY NỘI

Sửa bản in:

LINH KHANH

In: 500 cuốn, khổ: 16 x 24, tại: Công ty CP in Sách Việt Nam

Địa chỉ: 22B Hai Bà Trưng, Hà Nội

Số XNĐKXB: 2821-2015/CXBIPH/40 - 62/HĐ. Số QĐXB của NXB: 199/QĐ-NXB HĐ.

Mã số sách tiêu chuẩn quốc tế (ISBN): 978-604-86-7287-4

In xong và nộp lưu chiểu năm 2015