ĐÁNH GIÁ CHIẾN LƯỢC XUẤT KHẨU GẠO CỦA VIỆT NAM QUA PHÂN TÍCH HIỆU ỨNG GIÁ VÀ LƯỢNG XUẤT KHẨU

Nguyễn Văn Phúc*

Có hai chiến lược của các quốc gia xuất khẩu gạo: hoặc tăng cường sản xuất để đặt lợi thế vào lượng, hoặc hạn chế khối lượng, đặt lợi thế vào nâng cao chất lượng để phát huy vai trò của giá. Tăng trưởng dựa chủ yếu vào lượng dẫn đến khai thác đất quá mức, sử dụng nhiều phân bón, hóa chất gây ô nhiễm môi trường, sẽ kém bền vững về dài hạn.Kết quả tính toán hiệu ứng giá và lượng trong giai đoạn 2000 – 2011 cho thấy Việt Nam là quốc gia xuất khẩu dựa vào lượng, trong khi Thái Lan là nước có hiệu ứng giá tốt nhất trên thị trường gạo. Kết quả tính toán hiệu ứng giá và lượng theo quý cho giai đoạn 2009 - 2012 một lần nữa cho thấy xuất khẩu gạo Việt Nam vẫn chủ yếu dựa vào lượng. Việt Nam cần nhìn lại chính sách xuất khẩu gạo hiện tại, chuyển hướng phát triển sản xuất nhắm vào gạo chất lượng cao, hơn là tập trung quá nhiều vào gạo phẩm cấp thấp. Nếu tiếp tục chính sách này, Việt Nam sẽ phải cạnh tranh trực tiếp với các đối thủ mạnh như Ấn Độ, Trung Quốc và các nước khác đang xuất khẩu gạo giá thấp. Ngoài ra, tính toán theo quý cũng cho thấy tính chu kỳ trong xuất khẩu gạo của Việt Nam: Việt Nam tăng lượng xuất khẩu khi giá giảm và lại giảm lượng xuất khẩu gạo khi giá thế giới tăng. Do đó, Chính phủ cần quan tâm đến tính chu kỳ trong xuất khẩu gạo để có thể hỗ trợ cho việc lên kế hoạch về lịch trình dự trữ và xuất khẩu để giảm thiểu hiệu ứng giá âm trong các thời điểm giá gạo giảm và tăng lượng gạo xuất khẩu trong thời điểm giá tăng.

Từ khóa: Xuất khẩu gạo, hiệu ứng giá, hiệu ứng lượng.

1. Giới thiệu

Gạo là một trong những nông sản quan trọng hàng đầu trong xuất khẩu của Việt Nam. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, trong vòng 17 năm lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam tăng gần gấp 4 lần: 7,7 triệu tấn năm 2012 so với 2 triệu tấn năm 1995. Việt Nam đã trở thành một cường quốc về xuất khẩu gạo. Việc gia tăng xuất khẩu gạo là kết quả của việc tăng nhanh sản lượng lúa được sản xuất ra. Nếu năm 1990, Việt Nam chỉ sản xuất được 19 triệu tấn lúa thì đến những năm gần đây sản lượng lúa vào khoảng 34-36 triệu tấn. Kết quả xuất khẩu gạo ảnh hưởng đến đời sống của hàng chục triệu nông dân trồng lúa. Trong việc gia tăng xuất khẩu gạo, lượng không là yếu tố duy nhất làm nên giá trị xuất khẩu, giá trị ấy còn tùy thuộc vào giá gạo mà Việt Nam bán được trên thị trường thế giới. Vì thế, phân biệt tác động của giá và của lượng lên giá trị xuất khẩu là điều cần thiết. Cụ thể, trong giá trị xuất khẩu tăng hay giảm, bao nhiêu phần trăm là do giá? Bao nhiêu phần trăm là do lượng? Qua tính toán có thể biết được chiến lược xuất khẩu gạo chủ yếu tăng là do lượng hay là do giá cả tăng. Thị trường gạo trên thế giới khá sinh động. Theo cơ sở dữ liệu của Liên Hợp Quốc UN-COMTRADE, số quốc gia tham gia xuất khẩu trong 10 năm qua đã lên đến 100, trong đó có 14 quốc gia chiếm hơn 1% thị phần xuất khẩu gạo của thế giới. Khối lượng gạo xuất khẩu trung bình đạt gần 25 triệu tấn một năm, tương ứng với 11 tỷ đô la Mỹ trong giai đoạn 2000-2011. Qua phân tích so sánh các nước xuất khẩu gạo hàng đầu, chúng ta sẽ phân biệt rõ ràng chiến lược của các quốc gia xuất khẩu gạo là dựa vào lượng hay vào chất. Một chiến lược tăng trưởng chủ yếu dựa vào lượng sẽ kém bền vững hơn chiến lược tăng dựa vào chất lượng để cải thiện giá xuất khẩu. Tăng trưởng dựa chủ yếu vào lượng dẫn đến khai thác đất quá mức, sử dụng nhiều phân bón, hóa chất gây ô nhiễm môi trường.

2. Lý thuyết và khung phân tích

Một trong các quan tâm hàng đầu của kinh tế học phát triển là vấn đề giá xuất khẩu hàng hóa của các

nước đang phát triển. Với xuất phát điểm thấp, phần lớn các nước đang phát triển đều dựa vào xuất khẩu nông sản và khoáng sản để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Nếu một nước nào đó xuất khẩu nhiều một loại nông sản nào đó mà giá của nó giảm tương đối so với các hàng hóa khác thì sẽ tác động không tốt đối với nước xuất khẩu đó. Theo nhà kinh tế Singer (1998), từ những năm 1950, hai nhà kinh tế là Prebisch và Singer, một cách độc lập nhau, đã nghiên cứu và nhận thấy rằng giá cả xuất khẩu của các nước đang phát triển giảm tương đối so với hàng hóa của các nước phát triển (declining terms of trade). Nói cách khác, giá cả nông sản và khoáng sản của các nước đang phát triển giảm giá tương đối so với hàng hóa công nghiệp của các nước phát triển. Đây được gọi là khảo luận nổi tiếng Prebisch-Singer. Theo các tác giả này, có bốn lý do cơ bản để hàng hóa của các nước đang phát triển giảm giá tương đối so với các nước phát triển: thứ nhất, độ co giãn cầu theo giá hàng hóa của các nước đang phát triển thấp hơn các nước phát triển. Do đó, nếu hàng hóa của các nước đang phát triển có giảm giá thì cầu cũng không tăng lên nhiều. Thứ hai, độ co giãn cầu theo thu nhập hàng hóa của các nước đang phát triển thấp hơn các nước phát triển. Điều này đúng với hầu hết các loại nông sản vì khi người ta giàu có hơn thì cũng không ăn thêm nông sản nhiều tương ứng (đây được gọi là Quy luật Engel). Thứ ba, tiến bộ khoa học kỹ thuật diễn ra nhanh hơn đối với hàng hóa chế tạo của các nước công nghiệp phát triển. Thứ tư, cấu trúc thị trường hàng hóa và thị trường lao động của các nước đang phát triển khác so với các nước phát triển, theo hướng bất lợi cho các nước phát triển. Bhagwati (1998) cho rằng từ lâu các nhà kinh tế đã đề cập đến dạng tăng trưởng khốn cùng (immiserizing growth). Theo đó, các tổn thất do giá cả xuất khẩu giảm so với giá nhập khẩu có thể lớn hơn lợi ích do tăng trưởng xuất khẩu tạo ra. Nói tóm lại, các nhà kinh tế từ lâu đã quan tâm đến giá cả xuất khẩu của hàng hóa nông sản của các nước đang phát triển và việc giá cả nông sản giảm tương đối là điều không tốt.

Trong khuôn khổ bài viết này, tác giả xem xét một khía cạnh quan trọng của xuất khẩu nông sản. Đó là, việc phân biệt hiệu ứng giá lượng cho chúng ta ý niệm sơ khởi và tổng quát về'chất lượng xuất khẩu' của một mặt hàng. Nếu suốt một thời gian dài, giá trị xuất khẩu tăng không nhờ vào được giá mà là do khối lượng xuất khẩu ngày một tăng thì chúng ta có thể đặt nghi vấn về sự bền vững trong xuất khẩu của mặt hàng ấy, vì tăng trưởng nhờ lượng thường bị giới hạn bởi điều kiện vật chất trong sản xuất. Tăng sản lượng quá mức có thể làm cho tài nguyên thiên nhiên suy kiệt (ví dụ như do khai thác đất quá mức) và gây ra ô nhiễm môi trường (do sử dụng nhiều loại hóa chất có tính độc hại). Công thức tính được thực hiện như trong Hộp 1.

3. Kết quả phân tích xuất khẩu gạo của Việt Nam

3.1. Tổng quan sản xuất và xuất khẩu gạo của Việt Nam

Hộp 1: Phân biệt hiệu ứng giá và lượng

Phân biệt hiệu ứng giá và lượng trong tăng trưởng giá trị xuất khẩu giữa hai mốc thời gian là một bài toán dựa trên công thức:

$$\underbrace{P_t X_t - P_{t-1} X_{t-1}}_{A} = \underbrace{(P_t - P_{t-1}) X_{t-1}}_{B} + \underbrace{(X_t - X_{t-1}) P_{t-1}}_{C} + \underbrace{(P_t - P_{t-1})(X_t - X_{t-1})}_{D}$$

Trong đó:

t chỉ thời điểm xuất khẩu

X khối lượng mặt hàng xuất khẩu;

P giá mặt hàng xuất khẩu;

A thay đổi giá trị xuất khẩu của năm t so với năm trước (t-1)

B hiệu ứng giá, tức phần tăng (giảm) giá trị xuất khẩu là do "được (mất)" giá

C hiệu ứng lượng; tức phần tăng (giảm) giá trị xuất khẩu so với năm trước là do lượng xuất khẩu nhiều (ít) hơn

D hiệu ứng gộp (hoặc thừa), không tách rời được giá và lượng

Theo Viện Chính sách và Chiến lược Phát triển Nông nghiệp Nông thôn (2008), sản xuất lúa gạo của Việt Nam có thể chia làm ba giai đoạn. Giai đoạn 1979-89, diện tích và sản lượng lúa ổn định, với diện tích lúa 5,4-5,8 triệu ha và sản lượng cao nhất 18 triệu tấn. Giai đoạn này sản xuất lúa gạo trong nước không đủ ăn nên Việt Nam phải nhập khẩu thêm từ nước ngoài. Giai đoạn sau *đổi mới* 1990-1999, diện tích và sản lượng lúa tăng mạnh. Diện tích lúa tăng từ 6 triệu ha năm 1990 lên 7,66 triệu ha năm 1999, đây là diện tích cao nhất trong lịch sử. Năm 1998, lần đầu tiên sản lượng lúa đạt trên 30 triệu tấn, tăng 70% so với năm 1990. Giai đoạn từ năm 2000 đến nay, diện tích lúa bắt đầu giảm xuống, do chuyển đất trồng lúa sang các loại cây trồng khác có giá trị kinh tế cao hơn, do giảm diện tích lúa mùa và do quá trình đô thị hóa. Tuy nhiên, sản lượng lúa vẫn tăng lên ở mức cao, giao động khoảng 34-36 triệu tấn/năm. Năng suất lúa tăng lên là do sử dụng các giống ngắn ngày, năng suất cao (nhưng chất lượng thấp), kết hợp với sử dụng nhiều phân bón, hóa chất hơn.

Về xuất khẩu, từ khi Việt Nam bắt đầu xuất khẩu gạo từ năm 1989, số lượng và kim ngạch xuất khẩu gạo tăng đều đặn theo thời gian. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, giai đoạn 1991-1995, lượng gạo xuất khẩu hàng năm trung bình 1,7 triệu tấn/năm. Lượng gạo xuất khẩu tăng mạnh lên 3,66 triệu tấn/năm giai đoạn 1996-2000. Giai đoạn 2001-2005, lượng gạo xuất khẩu đạt trung bình 4 triệu tấn/năm. Giai đoạn 2006-2008, lượng gạo xuất khẩu đạt trung bình 4,7 triệu tấn/năm. Năm 2009, lượng gạo xuất khẩu tăng vọt lên 6,73 triệu tấn và năm 2010 là 6,9 triệu tấn, năm 2011 là 7,1 triệu tấn. Năm 2012, Việt Nam xuất khẩu 7,7 triệu tấn gạo. Như vậy, lượng gạo xuất khẩu đã tăng lên liên tục và Việt Nam từ lâu đã trở thành một trong ba nước xuất khẩu gạo lớn nhất thế giới cùng với Ấn Độ và Thái Lan. Theo Nguyễn Đình Luận (2013), hiện nay thị trường gạo xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu là Châu Á, chiếm hơn 75%. Còn lại là các nước Châu Phi và các nước khác. Về giá xuất khẩu, giá gạo trên thị trường thế giới thường xuyên biến động. Gạo xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu là phẩm cấp thấp, gạo 25% tấm chiếm đến 70% kim ngạch và chịu sự cạnh tranh ngày càng gay gắt từ gạo của Ấn Độ, Pakistan và một số nước mới gia tăng xuất khẩu gạo gần đây. Trong khi gạo phẩm cấp cao (5% tấm) thì cạnh tranh thua Thái Lan, giá cả thấp hơn. Theo Nguyễn Đình Luận (2013), giá gạo xuất khẩu trung bình theo FOB năm 2012 là 456 USD/tấn, giảm 39 USD/tấn so với năm 2011 (là 495 USD/tấn). Theo Trần Huỳnh Thúy Phượng (2013), Việt Nam đã có bước đầu cạnh tranh với Thái Lan ở gạo phẩm cấp cao. Gạo trắng phẩm cấp cao đã tăng giá từ 540 USD/tấn lên 800 USD/tấn và gạo hoa nhài tăng từ 1.100 USD/tấn lên 1.400 USD/tấn. Ở các thị trường gạo cao cấp như Hồng Kong và Singapore, trước đây Thái Lan chiếm gần hết thì nay gạo cao cấp Việt Nam chiếm 20%-30%. Như vậy, Việt Nam hoàn toàn có khả năng đẩy mạnh xuất khẩu gạo phẩm cấp cao để cạnh tranh với Thái Lan. Tuy nhiên, hiện nay Việt Nam chủ yếu vẫn dựa vào xuất khẩu gạo phẩm cấp thấp. Chiến lược hiện nay đối mặt với nhiều rủi ro. Để hiểu rõ hơn ảnh hưởng của số lượng và chất lượng đối với kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam, dưới đây là phần phân tích chi tiết.

3.2. Hiệu ứng giá và lượng xuất khẩu gạo của Việt Nam so với các nước

3.2.1. Dữ liệu tính toán

Số liệu xuất khẩu gạo của các quốc gia được thu thập từ cơ sở dữ liệu của UN-COMTRADE: http://comtrade.un.org/. Số quốc gia là 14 (tất cả các quốc gia có thị phần gạo ít nhất 1% trên thị trường gạo thế giới). Thời gian là 12 năm, từ năm 2000 đến 2011.

3.2.2. Kết quả tính toán

Từ kết quả tính toán hiệu ứng giá và lượng (Bảng 1), có ba nhóm quốc gia riêng biệt:

- Nhóm dựa vào giá: hiệu ứng giá cao, tức giá là động lực chủ yếu làm tăng giá trị xuất khẩu. Quốc gia thuộc nhóm này có thể được cho là đặt trọng tâm vào việc sản xuất ra gạo có chất lượng cao để xuất khẩu, có sức cạnh tranh dựa vào phẩm chất, ít bị áp lực giá trên thế giới.

- Nhóm dựa vào lượng: hiệu ứng lượng cao, tức lượng là động lực chủ yếu làm tăng kim ngạch xuất khẩu. Quốc gia thuộc nhóm này có thể được cho là có chiến lược xuất khẩu chạy theo lượng, họ cạnh tranh bằng giá rẻ và chịu áp lực giá trên thị trường thế giới tương đối nặng.

- Nhóm trung hòa: tỷ trọng hiệu ứng giá và lượng tương đương nhau, tức giá trị xuất khẩu tăng nhờ vào cả giá lẫn lượng.

Theo số liệu kim ngạch xuất khẩu năm 2012 thì Ấn Độ đứng đầu về xuất khẩu gạo (6,128 tỉ USD), kế đến là Thái Lan (4,632 tỉ USD), theo sau là Việt

Bảng 1: Hiệu ứng giá và lượng của các quốc gia xuất khẩu chính trên Thế giới giai đoạn 2000-2011 (trung bình năm)

Quốc gia	Kim ngạch xuất khẩu (triệu USD, 2012)	Hiệu ứng giá (%)	Hiệu ứng lượng (%)	Hiệu ứng gộp (%)
Ấn Độ	6128	48.73	128.73	-77.46
Thái Lan	4632	142.98	-38.28	-4.70
Việt Nam	3673	46.37	75.69	-22.06
Mỹ	2075	106.69	17.63	-24.32
Pakistan	1882	61.42	48.00	-7.21
Ý	692(*)	86.71	20.37	-7.09
U-ru-guay	560	74.57	42.38	-16.96
Bra-xin	546	-1.05	72.31	28.74
Úc	355	263.52	270.37	-433.89
Ác-hen-ti-na	302	121.80	209.31	-231.12
Trung Quốc	272	-532.63	470.89	161.75
Bỉ	235	17.15	87.36	-4.51
Tây Ban Nha	218	189.99	11.33	-101.32
Hà Lan	178	76.49	77.15	-53.64

Nguồn: Tính toán từ số liệu của UN-Comtrade. Ghi chú: (*) số liệu năm 2011. Số liệu Việt Nam lấy từ nguồn Bộ Công thương.

Nam (3,673 tỉ USD), Mỹ (2,075 tỉ USD), Pakistan (1,882 tỉ USD). Trong 14 nước xuất khẩu chính, Thái Lan là quốc gia đã thành công trong việc tăng giá trị xuất khẩu nhờ vào giá và giảm lượng (hiệu ứng giá 143%, hiệu ứng lượng -38.28%). Ngược lại, quốc gia có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất là Ấn Độ lại theo đuổi chiến lược xuất khẩu dựa vào tăng lượng (hiệu ứng lượng 128,7%, hiệu ứng giá 48,7%). Trung Quốc có thể xem là quốc gia có chiến lược cạnh tranh dựa vào lượng cao nhất, với khuynh hướng giảm giá ở cường độ mạnh để tăng lượng xuất khẩu (hiệu ứng giá -532,6%, hiệu ứng lượng 470%).

Kết quả Bảng 1 cho thấy, các quốc gia thuộc nhóm dựa vào chất lượng bao gồm: Thái Lan, Mỹ, Pakistan, U-ru-guay, Ý, Tây Ban Nha. Nhóm các quốc gia thuộc nhóm dựa vào lượng bao gồm Việt Nam, Ấn Độ, Trung Quốc, Bra-xin, Bỉ, Ác-hen-ti-na. Nhóm các quốc gia thuộc nhóm trung hòa bao gồm Úc và Hà Lan.

Việt Nam thuộc nhóm có chiến lược xuất khẩu dựa vào lượng hơn là vào chất lượng (hiệu ứng lượng cao gấp đôi hiệu ứng giá). Tuy nhiên nếu so sánh Việt Nam với các quốc gia trong nhóm này thì mức độ chạy theo lượng của Việt Nam chưa phải là cao nhất. Kết quả hiệu ứng giá và lượng trong giai đoạn 2000-2011 cho thấy Ấn Độ, Ác-hen-ti-na, Bra-xin, Trung Quốc có vẻ ưu tiên phát triển lượng nhiều hơn Việt Nam trong xuất khẩu gạo. Nếu Việt Nam tiếp tục chiến lược tăng xuất khẩu gạo thông qua lượng thì Việt Nam sẽ chịu sự cạnh tranh gay gắt của những nước đang tăng nhanh về lượng xuất khẩu gạo như Ấn Độ, Ác-hen-ti-na, Bra-xin, Trung Quốc.

3.3. Hiệu ứng giá và lượng xuất khẩu gạo của Việt Nam theo quý

3.3.1. Dữ liệu tính toán

Số liệu xuất khẩu gạo theo quý được lấy từ trang "Tin xúc tiến thương mại" của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (http://www.agroviet.gov.vn/Pages/ttvaxttm.aspx?TabId=ttvaxttm). Về thời gian, mỗi quý (3 tháng) tính từ tháng 01-03/2009 đến tháng 10-12/2012.

3.3.2. Kết quả tính toán

Giá trị xuất khẩu gạo tăng trung bình mỗi quý thêm 17,7 triệu USD, trong đó hiệu ứng giá trung

Bảng 2: Hiệu ứng giá và lượng theo quý

Quý 3 tháng	Giá trị xuất khẩu so với quý trước	Hiệu ứng giá		Hiệu ứng lượng		Hiệu ứng gộp	
	Ngàn $	Ngàn $	%	Ngàn $	%	Ngàn $	%
04/2009 -06/2009	594.515	12.494	2,1	561.552	94,5	20.469	3,4
07/2009 -09/2009	-450.130	-167.351	37,2	-344.243	76,5	61.464	-13,7
10/2009 -12/2009	-60.095	44.308	-73,7	-95.699	159,2	-8.704	14,5
01/2010 -03/2010	365.500	117.640	32,2	194.329	53,2	53.530	14,6
04/2010 -06/2010	145.070	-120.904	-83,3	313.851	216,3	-47.877	-33,0
07/2010 -09/2010	-188.817	-121.389	64,3	-77.455	41,0	10.028	-5,3
10/2010 -12/2010	-244.003	120.543	-49,4	-313.999	128,7	-50.547	20,7
01/2011 -03/2011	465.829	34.795	7,5	403.240	86,6	27.794	6,0
04/2011 -06/2011	37.333	-45.947	-123,1	87.418	234,2	-4.138	-11,1
07/2011 -09/2011	-21.032	84.930	-403,8	-97.728	464,7	-8.234	39,2
10/2011 -12/2011	-489.410	122.259	-25,0	-544.249	111,2	-67.419	13,8
01/2012 -03/2012	146.610	-77.528	-52,9	265.511	181,1	-41.373	-28,2
04/2012 -06/2012	461.819	-68.901	-14,9	594.289	128,7	-63.568	-13,8
07/2012 -09/2012	-37.973	7.239	-19,1	-44.918	118,3	-294	0,8
10/2012 -12/2012	-458.900	91.944	-20,0	-507.180	110,5	-43.663	9,5
Trung bình	17.754	2.275	-48,1	26.315	147,0	-10.836	1,2

Nguồn: Tính toán từ số liệu của Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn

bình là 2,2 triệu (chiếm 12,8% giá trị tăng trung bình mỗi quý). Hiệu ứng lượng quan trọng nhất, với giá trị mang thêm về trung bình mỗi quý là 26,315 triệu USD, chiếm 148,2% sự thay đổi giá trị xuất khẩu hàng quý so với quý trước. Giá trị gộp, vừa giá vừa lượng giảm 10,836 triệu USD (kết quả âm do ảnh hưởng của hiệu ứng giá) trung bình so với quý trước. Kết quả tính toán theo quý khẳng định kết quả tính toán theo năm ở trên là Việt Nam có khuynh hướng theo chiến lược xuất khẩu gạo thiên về số lượng hơn là chất lượng (giá).

Kết quả quý làm nổi bật một thông tin đáng chú ý, đó là sự tăng (kết quả dương) hoặc giảm (kết quả âm) giá trị xuất khẩu được lặp đi lặp lại cùng một thời điểm trong 4 năm liền.Cụ thể hơn, từ 2009 đến 2012, cứ đến quý 2 (tức thời điểm tháng 4 đến tháng 6 trong năm) thì hiệu ứng giá rất yếu hoặc hiệu ứng giá âm xuất hiện. Cũng trong giai đoạn này của các năm, giá trị xuất khẩu tăng so với quý trước, và kết quả này chủ yếu là do hiệu ứng lượng. Điều này có nghĩa là Việt Nam tăng sản lượng xuất khẩu mặc dù giá đang giảm. Tính chu kỳ cũng xuất hiện với hiện tượng ngược lại: cứ vào quý cuối (tháng 10 - 12) của mỗi năm là hiệu ứng giá lại dương (được giá), nhưng hiệu ứng lượng lại âm (khối lượng gạo xuất khẩu giảm), kéo theo giá trị xuất khẩu của quý so với quý trước giảm. Như thế Việt Nam lại giảm lượng xuất khẩu gạo khi giá thế giới tăng. Kết quả tính toán theo quý cũng phù hợp với kết quả tính theo năm là tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam chủ yếu là do hiệu ứng lượng.

4. Kết luận và kiến nghị

Kết quả tính toán hiệu ứng giá và lượng trong giai đoạn 2000 – 2011 cho phép chúng ta nhìn thấy đặc tính trong chiến lược cạnh tranh của các quốc gia xuất khẩu gạo chính trên thế giới. Việt Nam là quốc gia xuất khẩu dựa vào lượng, trong khi Thái Lan là nước có hiệu ứng giá tốt nhất trên thị trường gạo. Nếu tiếp tục chính sách này, Việt nam sẽ phải cạnh tranh trực tiếp với các đối thủ mạnh như Ấn Độ, Trung Quốc và các nước khác. Cạnh tranh dựa vào lượng với những quốc gia lớn và có diện tích đất trồng lúa nhiều đặt Việt Nam trước những rủi ro áp lực nặng nề về giá.

Kết quả tính toán hiệu ứng giá và lượng theo quý cho giai đoạn 2009 - 2012 một lần nữa cho thấy là xuất khẩu gạo vẫn chủ yếu dựa vào lượng. Với sự giới hạn đương nhiên của điều kiện địa lý, Việt Nam không thể cứ mỗi năm tăng sản lượng gạo để phục vụ cho mục tiêu xuất khẩu mà không gây tổn hại đến môi trường và con người. Để giảm thiểu rủi ro

ấy, kiến nghị rút ra là, Việt Nam có thể nhìn lại vấn đề chính sách xuất khẩu gạo hiện tại, chuyển hướng phát triển sản xuất nhắm vào gạo chất lượng cao, hơn là tập trung quá nhiều vào gạo phẩm cấp thấp. Việc bước đầu gạo phẩm cấp cao của Việt Nam có thể cạnh tranh với gạo Thái Lan ở một số thị trường là một dấu hiệu tích cực.

Tính chu kỳ trong hiện tượng tăng/giảm giá trị xuất khẩu so với kỳ trước buộc chúng ta đặt lại hai vấn đề cần giải quyết: dự báo giá và quản lý xuất khẩu gạo sao cho tránh tình trạng khi được giá thì không đủ lượng để xuất khẩu, khi mất giá thì lại thừa. Là nước xuất khẩu gạo đứng thứ ba trên thế giới, Việt Nam có thể có khả năng ít nhiều ảnh hưởng đến giá gạo thế giới. Kiến nghị rút ra là Chính phủ cần quan tâm đến tính chu kỳ trong xuất khẩu gạo để có thể hỗ trợ cho việc lên kế hoạch về lịch trình dự trữ và xuất khẩu để giảm thiểu hiệu ứng giá âm trong các thời điểm giá gạo giảm và tăng lượng gạo xuất khẩu trong thời điểm giá tăng.❐

Tài liệu tham khảo

Bhagwati, J. N. (1998), 'Immiserizing Growth' in *The New Palgrave Dictionary of Economics*, London: Macmillan.

Nguyễn Đình Luận (2013), 'Xuất khẩu gạo Việt Nam: Thực trạng và giải pháp', *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, Số 193, trang 9-14.

Singer, H. W. (1998), 'Terms of Trade and Economic Development' in *The New Palgrave Dictionary of Economics*, London: Macmillan.

Trần Huỳnh Thúy Phượng (2013), 'Xuất khẩu gạo Việt Nam năm 2012 và định hướng năm 2013', *Tạp chí Phát triển và Hội nhập*, Số 9(19), tháng 03-04 năm 2013.

Viện Chính sách và Chiến lược Phát triển Nông nghiệp Nông thôn (2008), *Báo cáo thường niên ngành hàng gạo Việt Nam 2007 và triển vọng 2008*, Hà Nội: Trung tâm Thông tin.

Evaluating Vietnam's rice-exporting strategy by analyzing price and quantity effects

Abstract:

There exist two strategies of rice exporting: (i) focus on quantity; and (ii) focus on quality to increase the export price. The strategy of focusing on quantity puts pressure on land usage, over-employment of fertilizers and chemicals, leading to environmental problems and unsustainable development. Estimation of empirical data over the period 2000-2001 indicates that Vietnam, in general, has been following the strategy of focusing on quantity while Thailand has been following the strategy of focusing on quality. Estimation of quarterly empirical data over the period 2009-2012 again shows that Vietnam has been following the strategy of focusing on quantity. As a result, Vietnam needs to reconsider its rice-exporting strategy, to change the focus from low-quality rice to high-quality rice. If Vietnam continues the curent strategy, the country will face fierce competition from India, China, etc. In addition, the quarterly estimation indicates that there is seasoning cycle in rice exporting: Vietnam increased rice export volume while the rice exporting price was falling and decreased rice export volume while the rice exporting price was rising. Therefore, the Government needs to take into account the season factor in order to have a suitable storage and exporting plan.

Thông tin tác giả:

**** Nguyễn Văn Phúc,*** *tiến sĩ.*

- Tổ chức tác giả công tác: Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh.

- Các lĩnh vực nghiên cứu chuyên sâu: Tăng trưởng kinh tế, Công nghiệp hóa, Kinh tế học thể chế, Thị trường tài chính và các lĩnh vực khác của Kinh tế phát triển.

- Một số tạp chí đã đăng tải công trình nghiên cứu: Tạp chí Khoa học, Tạp chí Kinh tế và Phát triển; Tạp chí Công nghệ Ngân hàng,

- Địa chỉ liên hệ: Địa chỉ email: phuc.nv@ou.edu.vn