TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Xuất khẩu gạo: Campuchia tiến lên, Việt Nam tụt xuống

01:16 11/08/2016

Không ký được hợp đồng xuất khẩu lớn ở các thị trường truyền th



Không ký được hợp đồng xuất khẩu lớn ở các thị trường truyền thống, gạo Việt Nam bí đầu ra. Tại thị trường trong và ngoài nước, gạo Thái Lan vẫn ở đẳng cấp cao, còn gạo Campuchia ngày càng tiến lên khẳng định vị thế. Còn Việt Nam đang tụt lại và có nguy cơ mất vị trí thứ ba thế giới về xuất khẩu gạo.

Thua cả trong lẫn ngoài

Báo cáo mới nhất của Bộ NN-PTNT cho thấy, lượng gạo xuất khẩu tháng 7/2016 của Việt Nam ước đạt 274.000 tấn, trị giá 120 triệu USD, đưa khối lượng xuất khẩu gạo 7 tháng đầu năm nay lên khoảng 2,93 triệu tấn và 1,32 tỷ USD, giảm trên 18% về khối lượng và giảm 14% về giá trị so với cùng kỳ năm ngoái.

Trung Quốc tiếp tục là nước nhập khẩu gạo lớn nhất của Việt Nam, với 35% thị phần. Tuy nhiên, 6 tháng đầu năm 2016, xuất khẩu gạo sang thị trường này đã giảm 23% về khối lượng và giảm 13% về giá trị so với cùng kỳ năm 2015.

Mặc dù các thị trường còn lại, như Indonesia - thị trường nhập khẩu gạo lớn thứ hai của Việt Nam (chiếm 11,6% thị phần) tăng 35% về khối lượng và 29% về giá trị; Gana tăng 41% và Bờ Biển Ngà tăng 31%,... song cũng không đủ bù đắp so với sự sụt giảm mạnh mẽ của các thị trường truyền thống như Philippines (54%), Malaysia (59%) và Singapore (35%).



Gạo Việt đang bị gạo Thái Lan và Campuchia chiếm mất thị trường quốc tế

Theo đánh giá của Cục Chế biến Nông lâm thủy sản và nghề muối (Bộ NN-PTNT), 6 tháng đầu năm nay, thị trường gạo có xu hướng giảm giá do Việt Nam chưa có được nhiều hợp đồng lớn từ các thị trường truyền thống. Nguyên nhân chính là do gạo Việt bị Campuchia và Thái Lan giành mất thị phần.

Thừa nhận điều này, ông Huỳnh Thế Năng, Chủ tịch Hiệp hội lương thực Việt Nam, nhận xét, gạo Việt đang đi thụt lùi.

Ông dẫn chứng, thị trường Mỹ năm 2014 chúng ta bán được 70.000 tấn, Thái Lan bán được 400.000 tấn gạo thì đến năm sau, Thái Lan bán được hơn 400.000 tấn, còn Việt Nam sụt xuống chỉ còn 44.000 tấn.

Tương tự, gạo Việt xuất khẩu vào thị trường EU cũng giảm dần từ 24.000 tấn xuống còn 20.000 tấn năm 2014 và 18.000 tấn năm 2015. Đặc biệt, khi FTA Việt Nam - EU bắt đầu có hiệu lực từ năm 2016, gạo Việt xuất khẩu vào thị trường này còn giảm mạnh hơn, kể cả khi có quota tới 80.000 tấn.

Ông Năng cũng cho hay, đối với thị trường cao cấp như Nhật Bản, từ cuối năm 2013 đến nay, Việt Nam cũng không xuất khẩu được hạt gạo nào sang.

Đó là thị trường quốc tế, còn “trên sân nhà”, gạo Campuchia cũng âm thầm thế chân gạo Việt Nam.

Thực tế, việc hỏi mua các loại gạo Campuchia ở vựa lúa gạo ĐBSCL chẳng khó khăn gì. Người dân, các tiệm cơm muốn mua gạo Sa Mơ, Móng Chim, Sóc Miên,... của Campuchia chỉ cần nhấc điện thoại, ngay sau đó, gạo sẽ được giao đến tận nơi, số lượng có thể từ vài kg đến hàng chục tấn một lúc.

Trong khi đó, các doanh nghiệp buôn bán thì hào hứng bởi gạo Campuchia có giá thành khá ổn định nên không sợ lỗ. Còn với các quán cơm bình dân, gạo Campuchia chính là lựa chọn hàng đầu do gạo này nở nhiều, xốp cơm, hợp với khẩu vị của thực khách.

Ngay cả thị trường nội địa, gạo Campuchia cũng âm thầm thế chân gạo Việt

Nỗi đau gạo Việt

Sau bao năm chiếm giữ ngôi vị thứ 3 thế giới về xuất khẩu gạo, giờ đây, gạo Việt lâm cảnh bế tắc đầu ra với rất nhiều nguyên nhân. Và, sau mấy chục năm phát triển mạnh mẽ, gạo Việt lại quay về với câu chuyện nâng cao chất lượng sản phẩm, xây dựng thương hiệu để giữ thị phần.

Còn nhớ, cách đây gần 1 năm, một hội thảo khá lớn với sự góp mặt của đầy đủ các bộ ngành đã được tổ chức để bàn chuyện xây dựng thương hiệu gạo quốc gia vì cho tới nay, Việt Nam vẫn chưa có một thương hiệu gạo quốc gia nào. Ở thời điểm đó, nhiều chuyên gia còn cho rằng, việc xây dựng thương hiệu gạo Việt bây giờ như kiểu "mất bò mới lo làm chuồng".

Bởi trên thực tế, ngay bên cạnh chúng ta, đối thủ lớn là Thái Lan, họ đã xây dựng thương hiệu gạo quốc gia sớm hơn chúng ta cả 100 năm nay. Đến bây giờ, Thái Lan sở hữu 250 thương hiệu gạo thì thương hiệu gạo Việt vẫn là con số không tròn trĩnh.

Tại hội thảo đó, các chuyên gia cũng cho rằng, xây dựng thương hiệu gạo không chỉ để để bước được ra thị trường thế giới, Việt Nam cần hướng tới nội địa trước, bởi thị trường này tiêu thụ tới 30-40% lượng gạo sản xuất ra.

Liên quan đến vấn đề này, TS Đặng Kim Sơn, chuyên gia chính sách nông nghiệp (Bộ NN-PTNT) cho biết, gạo Việt chạy đua về số lượng, chạy đua để tăng tăng thị phần trên thị trường quốc tế. Song, nỗi đau gạo Việt hiện đang gặp chính là thị trường quốc tế bị cướp, thị trường nội địa cũng đang mất dần vào tay đối thủ nhỏ như Campuchia.

Theo TS Sơn, dù đi sau nhưng Campuchia luôn có chiến lược. Lúa gạo của Campuchia sản xuất trên một vùng có mức độ thâm canh so với nước ta thấp hơn hẳn. Họ áp dụng những giống của Việt Nam đã bỏ từ lâu, như giống lúa địa phương một vụ lúa mùa, ít dùng phân thuốc, thời gian sinh trưởng dài nên chất lượng gạo rất tốt, người dùng có cảm giác an toàn hơn, đáng tin cậy hơn. Thị trường rất ưu chuộng loại gạo này.

Điều này đã được chứng minh bởi tại vựa lúa gạo lớn nhất Việt Nam (ĐBSCL), gạo Campuchia đang tràn ngập, được các doanh nghiệp, nhà hàng, quán ăn và cả người dân ưu chuộng vì có chất lượng vượt trội.

Ông Sơn cho rằng, Việt Nam có những vùng sản xuất các loại hàng hoá nông sản giống như nông sản Campuchia xuất khẩu, thậm chí, nếu chuyển đổi chúng ta sẽ có những sản phẩm tốt hơn. Song, điều quan trọng là chiến lược chuyển đổi của chúng ta như thế nào. Điều này, theo ông Sơn, phụ thuộc chính vào người nông dân và người làm chiến lược.

Theo VietNam net