

# MỘT SỐ VẤN ĐỀ VỀ XUẤT KHẨU GẠO CỦA VIỆT NAM HIỆN NAY

TRẦN NGUYỄN MỸ LINH <sup>(\*)</sup>

Là một nước có thế mạnh về nông nghiệp, sản xuất và xuất khẩu gạo đã trở thành ngành chủ lực của Việt Nam, nhiều năm qua liên tục có tốc độ tăng trưởng cao và đây cũng chính là lĩnh vực mang lại nhiều ngoại tệ cho đất nước. Năm 2009 vừa qua xuất khẩu gạo Việt Nam đạt mức kỉ lục là 6,007 triệu tấn, là mức xuất khẩu gạo cao nhất từ trước đến nay (xem: 5). Trong 9 tháng đầu năm 2010 chỉ Việt Nam là tăng về lượng và giá trị xuất khẩu gạo trong khi những nước có lượng gạo xuất khẩu lớn trước đây như Thailand, Ấn Độ, Pakistan đều giảm (xem: 4).

Theo số liệu ước tính, lượng gạo xuất khẩu trong tháng 9 ước đạt 650 nghìn tấn, trị giá 260 triệu USD. Tính đến hết tháng 9/2010, lượng gạo xuất khẩu của nước ta ước đạt 5,6 triệu tấn, tăng 12,3% và kim ngạch đạt 2,588 tỷ USD, tăng 15,2% so với cùng kỳ năm 2009 (theo: 8).

Giá gạo xuất khẩu bình quân 9 tháng đầu năm ở mức 462 USD/ tấn, tăng 2,6 % so với cùng kỳ năm trước. Hiện nay, giá xuất khẩu gạo của Việt

Nam đã xấp xỉ giá của nước xuất khẩu gạo lớn nhất là Thailand. Tuy nhiên, giá năm nay tăng chủ yếu là do thiên tai xảy ra ở các nước tiêu thụ và sản xuất lớn như Trung Quốc, Thailand, Pakistan...

Philippines tiếp tục là thị trường dẫn đầu về nhập khẩu gạo của Việt Nam trong 8 tháng đầu năm với gần 1,5 triệu tấn, giảm 7,5% so với cùng kỳ năm trước. Xuất khẩu gạo giảm ở thị trường lớn nhất của Việt Nam nhưng lại tăng mạnh sang các thị trường mới như: Angola: 154 nghìn tấn, tăng 99,7%; Ghana: 123 nghìn tấn, tăng 30%; Trung Quốc: 98,1 nghìn tấn, tăng gấp 13,6 lần; Hong Kong: 87,1 nghìn tấn, tăng gấp hơn 2 lần so với cùng kỳ năm 2009 (theo: 8).

## 1. Một số thuận lợi trong xuất khẩu gạo

Để trở thành nước xuất khẩu gạo lớn thứ hai sau Thailand và ngày càng khẳng định được vị trí của mình trên thị trường thế giới như hiện nay, bên cạnh những nhân tố khách quan như thời tiết

---

<sup>(\*)</sup> Viện Thông tin Khoa học xã hội.

thuận lợi, mưa thuận gió hoà, gạo Việt Nam được mùa, hay nhu cầu về gạo thế giới ngày càng tăng... cần phải nhấn mạnh đến đường lối đúng đắn của *Đảng và Chính phủ đã tạo mọi cơ hội thuận lợi nhất cho các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế phát triển sản xuất kinh doanh, đẩy mạnh xuất khẩu gạo ra thị trường thế giới* thông qua việc xây dựng hệ thống môi trường pháp lý, môi trường hành chính, môi trường tài chính, ngân hàng, cơ sở hạ tầng, nguồn nhân lực... ngày càng hoàn thiện. Đáng chú ý là Chính phủ thông qua cơ chế điều hành xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2001 – 2005, 2006 – 2010. Với cơ chế này mọi doanh nghiệp đều có thể tham gia vào hoạt động xuất nhập khẩu tiến tới xoá bỏ những rào cản pháp lý, thủ tục gây trở ngại cho hoạt động xuất khẩu, khi đó khả năng tiếp cận với thị trường quốc tế của các doanh nghiệp Việt Nam sẽ nhiều hơn (xem thêm: 1).

*Việt Nam đã tích cực chủ động hội nhập quốc tế trong những năm gần đây* như gia nhập ASEAN, AFTA và WTO, Việt Nam sẽ được hưởng nhiều lợi ích, đặc biệt trong lĩnh vực nông nghiệp. Là một nước nông nghiệp xuất khẩu gạo thứ hai trên thế giới, Việt Nam sẽ mở rộng được thị trường xuất khẩu gạo hơn do các hạn chế về số lượng đối với gạo sẽ được chuyển thành thuế và thuế phải cắt giảm theo Hiệp định nông nghiệp WTO. Hơn nữa khi gia nhập WTO, Việt Nam được hưởng ưu đãi như các thành viên khác trong WTO, gạo Việt Nam khi thâm nhập vào thị trường các nước này không chỉ được hưởng Quy chế tối huệ quốc (MFN) như gạo các nước khác mà còn được đối xử như gạo của nước sở tại với mức thuế nhập khẩu ưu đãi hơn.

Xuất khẩu gạo của Việt Nam sẽ có hiệu quả hơn nhờ nâng cao khả năng cạnh tranh do có lợi thế mà WTO mang lại.

Một thuận lợi khác khi Việt Nam gia nhập các tổ chức quốc tế là bởi đó không chỉ là quan hệ thương mại mà còn bao hàm *các hoạt động hợp tác khoa học và công nghệ*. Hiện nay các nhà máy chế biến gạo xuất khẩu của nước ta có công nghệ và thiết bị kém, công nghiệp chế biến gạo của Việt Nam chậm phát triển, chủ yếu thủ công, xay xát và chế biến tại các cơ sở nhỏ không được trang bị đồng bộ về phơi sấy, kho chứa. Vì vậy Việt Nam sẽ được tham gia vào các chương trình hợp tác về khoa học công nghệ nhiều hơn cũng như tăng thêm nguồn hỗ trợ kỹ thuật, tăng cường năng lực. Gia nhập các tổ chức này, gạo Việt Nam sẽ có cơ hội tiếp cận với nhiều nguồn công nghệ mới, góp phần nâng cao năng suất, chất lượng gạo và khả năng cạnh tranh của gạo Việt Nam trên thị trường thế giới.

Các doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là doanh nghiệp nhà nước khi tham gia vào lĩnh vực xuất khẩu gạo cũng đồng nghĩa với việc *nâng cao khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp* này. Gia nhập các tổ chức quốc tế, Việt Nam không những được hưởng quyền lợi mà các nước thành viên dành cho nhau, ngược lại Việt Nam cũng phải thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ dành ưu đãi cho các thành viên khác. Có nghĩa là, Việt Nam cũng phải mở cửa thị trường gạo cho các đối thủ cạnh tranh nhiều hơn, chính sách minh bạch và bình đẳng hơn... Như vậy các doanh nghiệp Việt Nam không còn ỷ lại vào sự hỗ trợ của Nhà nước được nữa. Các doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển phải chấp nhận cạnh tranh. Áp lực này buộc các doanh

ngành Việt Nam phải tự vươn lên nâng cao cạnh tranh của doanh nghiệp. Khi cạnh tranh phát triển sẽ giúp các doanh nghiệp và người tiêu dùng được lợi nhiều hơn. Vì cạnh tranh phát triển và thuế nhập khẩu giảm giúp giảm chi phí nguyên liệu máy móc nhập khẩu dẫn đến giá gạo giảm, trong khi chất lượng gạo, tiêu chuẩn an toàn thực phẩm tăng lên do đòi hỏi cao của các nước trong hệ thống mậu dịch quốc tế, đồng thời tạo điều kiện kỹ thuật cho nông dân nâng cao năng suất lao động.

Bên cạnh đó, *tư cách là quốc gia xuất khẩu gạo đứng thứ hai trên thế giới đã nâng vị thế của Việt Nam, tạo thế đứng vững chắc hơn cho Việt Nam trong quan hệ quốc tế.* Việt Nam sẽ có cơ hội tham gia vào các cuộc đàm phán đa phương, giải quyết các nhu cầu thị trường vì quyền lợi chính đáng của mình, tham gia vào diễn đàn thế giới về gạo để trao đổi kinh nghiệm, đưa ra những thông tin mới nhất về thị trường, mậu dịch gạo, giá cả cũng như tạo cơ hội cho các nhà sản xuất Việt Nam gặp gỡ với nhà nhập khẩu. Như vậy Việt Nam sẽ có tiếng nói bình đẳng hơn với các thành viên khác, có quyền đưa ra các quy tắc về nông nghiệp, bày tỏ lập trường của mình trong các quy tắc nông nghiệp quốc tế, tránh đối kháng với Mỹ và các nước khác.

*Việt Nam được xếp vào các nước kém phát triển có thu nhập bình quân đầu người dưới 1000 USD/ năm, đây có lẽ cũng là một thuận lợi đối với ngành xuất khẩu gạo của Việt Nam; vì Việt Nam là thành viên của WTO nên sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam sẽ được hưởng nhiều ưu đãi nhập khẩu khi thâm nhập vào thị trường của các nước phát triển.* Ngoài ra Việt Nam còn được

phép duy trì các loại trợ cấp xuất khẩu bị cấm đối với đa số các nước thành viên WTO khác, và theo Hiệp định Nông nghiệp của WTO Việt Nam cũng sẽ không phải đưa ra các cam kết giảm trợ cấp xuất khẩu gạo (trong khi đối với các nước công nghiệp phát triển phải cắt giảm 36% nguồn ngân sách trong vòng 6 năm, các nước đang phát triển nói chung phải cắt giảm 24% trong vòng 10 năm). Việt Nam cũng không bị yêu cầu cắt giảm hỗ trợ trong nước đối với nông dân (trong khi các nước nông nghiệp phải cắt giảm 20% trong 6 năm, các nước đang phát triển khác là 13,3% trong vòng 10 năm).

## 2. Những khó khăn còn tồn tại

Ở chừng mực nào đó, có thể nói gạo Việt Nam đã có chỗ đứng trên thị trường thế giới, vị trí đó đang từng bước được khẳng định và củng cố. Tuy nhiên khó khăn và yếu kém trong xuất khẩu gạo hiện nay còn nhiều.

*Thứ nhất,* Việt Nam đã có nhiều năm kinh nghiệm xuất khẩu gạo và đã trở thành nước đứng thứ hai trên thế giới về xuất khẩu gạo, thế nhưng trong nhiều năm qua hoạt động xuất khẩu gạo vẫn rơi vào vòng luẩn quẩn: lúa trúng mùa rớt giá, Nhà nước bỏ tiền bù giá mua tạm trữ, gạo xuất khẩu lỗ, Nhà nước lại dốc tiền bù lỗ cho doanh nghiệp. Do đó xét đến cùng ngân sách nhà nước vẫn phải bù đắp thường xuyên cho hoạt động xuất khẩu gạo, và tất nhiên hiệu quả kinh tế thực sự từ việc xuất khẩu gạo là không cao cho dù được mùa hay mất mùa, giá gạo xuất khẩu cao hay thấp ( xem: 1).

*Thứ hai,* năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp chế biến và kinh

doanh gạo còn thấp. Đa số nhà máy chế biến quy mô nhỏ, công nghệ, thiết bị lạc hậu hơn nhiều so với trình độ công nghệ của các nước trong khu vực và trên thế giới. Vì vậy áp lực mở cửa thị trường sẽ là thách thức to lớn đối với các doanh nghiệp xuất khẩu gạo Việt Nam. Bên cạnh đó khi gia nhập WTO hàng rào bảo hộ sẽ phải loại bỏ dần, mức độ trợ cấp sẽ phải giảm bớt trong vòng từ 1 đến 3 năm, các doanh nghiệp có năng lực cạnh tranh thấp sẽ gặp rất nhiều khó khăn, thậm chí có doanh nghiệp sẽ phải đối mặt với nguy cơ phá sản, đây sẽ là đòn giáng mạnh vào xuất khẩu gạo Việt Nam.

*Thứ ba*, về chất lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam. Chúng ta nói chất lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam có sự tiến bộ nhiều cũng chỉ là tương đối, chỉ là so với chính gạo xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian đầu xuất khẩu chưa đạt tiêu chuẩn quốc tế. Còn nếu so với chất lượng gạo của các nước xuất khẩu lớn như Thailand, Mỹ, Pakistan thì chất lượng gạo của Việt Nam còn thua kém nhiều.

Hệ thống tiêu chuẩn và quản lý chất lượng gạo trên thế giới, nhất là ở các thị trường lớn, đòi hỏi cao và khắt khe đối với gạo Việt Nam thông qua các tiêu chuẩn kỹ thuật, an toàn vệ sinh thực phẩm, ngoài ra các thành viên WTO yêu cầu Việt Nam thực hiện Hiệp định SPS khi gia nhập. Thêm vào đó việc gia nhập WTO càng về sau càng phải chấp nhận những cam kết lớn hơn, mức thuế thấp hơn và điều kiện cũng khắt khe hơn. Ngược lại vì còn ở trình độ phát triển thấp, hiện tại Việt Nam hầu như chưa sử dụng các hàng rào kỹ thuật nhằm bảo hộ sản xuất trong nước (xem: 1).

*Thứ tư*, xuất khẩu gạo của Việt Nam mới chỉ nặng về số lượng (khối lượng và trọng lượng xuất khẩu) mà chưa quan tâm nhiều đến giá trị xuất khẩu. Vì vậy, về cơ bản, những người trồng lúa không thể giàu lên được và đất nước cũng không thu lợi được nhiều từ xuất khẩu gạo.

*Thứ năm*, thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam vẫn là thị trường có sức mua thấp, thiếu tính bền vững, tính rủi ro cao. Hơn nữa, thị trường thế giới quá rộng lớn và vô cùng phức tạp trong khi đó các doanh nghiệp Việt Nam mới tiếp cận nên sự hiểu biết và kinh nghiệm tiếp cận với thị trường chưa nhiều. Thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam chủ yếu vẫn là thị trường các nước trong khu vực và thị trường châu Á chiếm 6% đến 65% kim ngạch xuất khẩu. Do nước ta gia nhập thị trường thế giới chậm hơn so với các đối tác, khi mà thị trường đã ổn định về người mua, nơi bán, thói quen, sở thích sản phẩm thì đây cũng được coi là thách thức rất lớn đối với hoạt động xuất khẩu của gạo Việt Nam. Tính cạnh tranh trên thị trường thế giới rất cao, vì vậy gạo trong nhiều thời điểm còn phải xuất qua trung gian, nên bị ép cấp và thua thiệt về giá. Hơn nữa thị trường sức mua thấp hoặc tái chế, tái xuất không phù hợp với định hướng chiến lược xuất khẩu các sản phẩm có giá trị gia tăng cao của Việt Nam trong giai đoạn tới. Triển vọng về mở rộng thị trường các nước và khu vực (châu Âu, châu Mỹ, Nhật Bản...) vẫn gặp nhiều khó khăn trước yêu cầu đổi mới và cải tiến liên tục về tiêu chuẩn vệ sinh thành phẩm, chất lượng, mẫu mã và kể cả các quy định và thông lệ thương mại quốc tế.

*Thứ sáu*, về các doanh nghiệp xuất khẩu gạo, tuy đã 19 năm tham gia thị trường lúa gạo thế giới nhưng nhiều doanh nghiệp Việt Nam vẫn không khỏi lúng túng mỗi khi thị trường có nhiều biến động. Gạo Việt Nam vẫn chưa có thương hiệu riêng của mình. Nhiều doanh nghiệp trong nước vẫn phải dựa vào những công ty nước ngoài để xuất khẩu. Ngoài ra, các doanh nghiệp của nước ta vẫn còn hạn chế trong việc tiếp thị quảng bá, tiếp cận thông tin nắm bắt thị trường cũng như trong khâu giao dịch và ký kết hợp đồng.

*Thứ bảy*, nhiều chuyên gia còn cho rằng sản xuất lúa gạo xuất khẩu của Việt Nam còn thiếu quy hoạch, chưa đa dạng chủng loại hàng hoá. Hệ thống chế biến bảo quản phục vụ xuất khẩu còn nhiều yếu kém lại phân bố không hợp lý. Chẳng hạn hệ thống nhà máy xay sát đánh bóng lại thiếu tập trung, chủ yếu ở thành phố Hồ Chí Minh, Cần Thơ, Mỹ Tho... lại là những nơi có sản lượng lúa hàng hoá không nhiều trong khi các địa phương có nhiều lúa hàng hoá xuất khẩu lại không có các nhà máy. Hoặc như đầu mỗi xuất khẩu tập trung quá lớn vào thành phố Hồ Chí Minh, xa các trung tâm sản xuất đã làm tăng chi phí vận chuyển và các chi phí trung gian. Quan trọng hơn là Việt Nam vẫn chưa có được chiến lược về thị trường và chiến lược sản phẩm rõ ràng và chủ động, chưa thiết lập được hệ thống thị trường bán hàng ổn định, vẫn còn tình trạng bán qua trung gian, tranh mua tranh bán, công tác điều hành xuất khẩu còn nhiều lúng túng, không kịp thời gây khó khăn cho các doanh nghiệp xuất khẩu cũng phát sinh tình trạng cạnh tranh không lành mạnh.

### 3. Một số đề xuất

Để thúc đẩy và phát huy hơn nữa hiệu quả hoạt động xuất khẩu gạo trong thời gian tới, ngoài việc tạo lập một khuôn khổ pháp lý đầy đủ cho hoạt động thương mại về xuất khẩu gạo, phấn đấu tăng diện tích, quy mô và doanh số gạo xuất khẩu, cần có phương hướng tập trung đầu tư thâm canh, áp dụng tiến bộ khoa học – công nghệ, cải tiến chất lượng và phẩm cấp gạo, tổ chức tốt và khép kín các khâu thu mua, chế biến, tiếp thị, bán hàng..., đảm bảo nâng cao hiệu quả sức cạnh tranh, không ngừng ổn định và mở rộng thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam. Cụ thể là:

*Thứ nhất*, hoàn thiện việc tổ chức khâu trồng lúa cung cấp cho xuất khẩu. Trước hết, cần thực hiện tốt việc quy hoạch, phân vùng thâm canh trồng lúa phục vụ cho công tác xuất khẩu. Trọng điểm là các vùng đồng bằng sông Hồng và đồng bằng sông Cửu Long (nhất là vùng đồng bằng sông Cửu Long, nơi chiếm trên 90% lượng gạo xuất khẩu của cả nước). Đây vốn là những vùng được thiên nhiên ưu đãi về thổ nhưỡng, có hệ thống thủy lợi khá đồng bộ và toàn diện, người nông dân có những tập quán và kinh nghiệm lâu đời về thâm canh lúa nước. Trên cơ sở đó Nhà nước cần có những ưu đãi đầu tư thâm canh cho các vùng quy hoạch trồng lúa nước xuất khẩu, đặc biệt khuyến khích nghiên cứu và chuyển giao các giống lúa cao sản cho năng suất và chất lượng tốt, các giống lúa có khả năng kháng bệnh và chịu được điều kiện thiên tai khắc nghiệt như OM4900, OM5199, OM3536... Từ đó, từng bước có sự chuyển đổi cơ cấu mùa vụ và tập quán canh tác nhằm

nâng cao chất lượng cũng như số lượng gạo xuất khẩu (xem: 1).

- *Thứ hai*, hoàn thiện khâu tổ chức nguồn hàng phục vụ cho xuất khẩu. Do tổn thất sau thu hoạch ở nước ta là khá cao (từ 15- 20%), mà chủ yếu là trong các khâu như thu hoạch, phơi sấy, vận chuyển, xay sát... Điều này cũng góp phần đẩy giá thành lúa gạo tăng lên. Nếu chúng ta hạn chế được tỷ lệ hao hụt này xuống còn từ 5%- 7%, thì việc nâng cao số lượng, hạ giá thành xuất khẩu gạo sẽ rất lớn, và do vậy sẽ góp phần đáng kể trong việc nâng cao hiệu quả cạnh tranh của hạt gạo Việt Nam.

- *Thứ ba*, chấn chỉnh công tác quản lý xuất khẩu gạo. Cần nhanh chóng vươn lên nắm quyền xuất khẩu trực tiếp. Hiện nay, tại một số thị trường châu Phi, gạo của Việt Nam xuất khẩu sang hầu hết phải qua trung gian, tức là qua một đối tác khác (một công ty, một tổ chức quốc tế, thường là công ty, các tổ chức ở châu Âu và Liên Hợp Quốc). Điều này vừa thiệt cho cả Nhà nước và người nông dân chúng ta (do xuất gạo với giá thấp), vừa thiệt cho người dân ở châu lục này phải mua gạo Việt Nam với giá cao. Cần chấn chỉnh công tác quản lý xuất khẩu gạo theo hướng khuyến khích các doanh nghiệp chủ động tìm kiếm thị trường và nâng cao vai trò của Hiệp hội Lương thực Việt Nam trong việc điều hành xuất khẩu gạo. Quan tâm đẩy mạnh việc “xuất khẩu tại chỗ”. Chương trình này đang được GS.TS. Võ Tòng Xuân thực hiện ở Senegal (châu Phi), bằng cách đưa chuyên gia (thực ra là những nông dân dày dặn kinh nghiệm trong việc trồng lúa của nước ta), mang theo giống, kỹ thuật sang canh tác lúa trực tiếp tại đây, sau khi thu hoạch thì bán sản phẩm ngay tại thị trường này.

- *Thứ tư*, hoàn thiện công tác tiếp thị và quảng bá sản phẩm. Công tác này cần được tiến hành một cách bài bản và chuyên nghiệp, từ khâu kiểm tra nghiên cứu, tổ chức thông tin đầy đủ và kịp thời về thị trường; xúc tiến thương mại và tiếp thị, xây dựng thương hiệu và quảng bá sâu rộng... Mỗi vùng, mỗi quốc gia, mỗi khách hàng đều có thị hiếu tiêu dùng khác nhau trên thế giới. Đối với thị trường các nước phát triển như Nhật Bản, Tây Âu, Bắc Mỹ đòi hỏi gạo có chất lượng cao các doanh nghiệp nên chủ yếu tiếp thị các sản phẩm có chất lượng cao. Đối với thị trường các nước đang phát triển như các nước ở Trung Đông, châu Phi thì các doanh nghiệp nên chủ yếu bán các sản phẩm có chất lượng vừa và có thể thanh toán hợp lí, tạo mọi điều kiện cho khách hàng.

- *Cuối cùng*, cần có chiến lược quốc gia xây dựng và mở rộng thị trường xuất khẩu gạo theo đúng tinh thần nghị quyết các kỳ Đại hội Đảng, nhất là Nghị quyết Đại hội X của Đảng, đã coi đây là “kim chỉ nam” cho hoạt động xuất khẩu nói chung và xuất khẩu gạo nói riêng. Củng cố và mở rộng thị trường xuất khẩu, tạo thị trường ổn định cho các mặt hàng có khả năng cạnh tranh, tăng thêm thị phần ở các thị trường lớn và khai mở các thị trường còn nhiều tiềm năng. Trong giai đoạn hiện nay, đối với thị trường truyền thống đặc biệt là thị trường châu Á có mối quan hệ tốt với nước ta (Indonesia, Ấn Độ) và một số nước Trung Đông (Iran, Iraq) Việt Nam cần nâng cao sức cạnh tranh của gạo Việt Nam. Với thị trường châu Phi, tuy có nhu cầu lớn về gạo nhưng khả năng thanh toán lại có hạn và một phần còn dựa vào nguồn vốn viện trợ quốc tế để thanh toán, do đó ta sẽ bán gạo cho

châu Phi qua phương cách khai thác các nguồn vốn viện trợ quốc tế. Việc mở rộng thị trường xuất khẩu gạo sang những thị trường khó tính như Nhật Bản, EU thì bên cạnh việc tiếp thị thì Việt Nam cần phải sản xuất, chế biến các loại gạo phù hợp với yêu cầu của thị trường và thị hiếu của người tiêu dùng, chỉ bán gạo ở thị trường cao cấp thì mới có hiệu quả cao do bán được giá cao.

Tóm lại để tăng sức cạnh tranh của hạt gạo Việt Nam trong bối cảnh hiện nay còn phải có nhiều giải pháp đồng bộ hơn, bên cạnh việc mở rộng và ổn định thị trường theo hướng đa dạng hoá, đa phương hoá cần đảm bảo chữ tín với khách hàng, tăng cường tiếp thị, đầu tư nghiên cứu và dự báo thị trường..., mở rộng và khuyến khích sự tham gia của tư nhân vào hoạt động xuất khẩu gạo, tiến tới thành lập các tập đoàn xuất khẩu gạo lớn có quan hệ với các tập đoàn xuất khẩu gạo của Thailand. Việc thực hiện đồng bộ các biện pháp trên sẽ xây dựng được thương hiệu gạo Việt Nam trên thị trường thế giới.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Trung Văn. Lúa gạo Việt Nam trước thiên niên kỷ mới - Hướng xuất khẩu. H.: Chính trị Quốc gia, 2001.

2. Vũ Thị Bạch Nga. Thực trạng và biện pháp nâng cao giá gạo xuất khẩu. *Thương mại*, số 20 /1997.
3. Nguyễn Cảnh Hưng. Xuất khẩu gạo năm 2000: Thời cơ - Thách thức - Giải pháp. Tạp chí *Nghiên cứu - Trao đổi*, số 8 (4/2000).
4. Thời cơ vàng cho xuất khẩu gạo Việt Nam. Báo *Kinh tế Nông thôn*, số 42 (737) (18/10/2010).
5. Thục Anh. 10 sự kiện kinh tế năm 2009. Báo *Thị trường Giá cả*, số Xuân Canh Dền.
6. Tổng Cục Thống kê. Thông tin thống kê hàng tháng. <http://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=445&idmid=5>
7. Từ Nghị quyết của Đảng, đến thành tựu và phương hướng, giải pháp cho xuất khẩu gạo Việt Nam. <http://taichinhvietnam.net/content/view/4592/44/>
8. 9 tháng, xuất khẩu gạo ước đạt 5,6 triệu tấn. <http://www.congthuongbackan.gov.vn/so-cong-thuong-bac-kan.gplist.2.gpopen.1601.gpside.1.aspx>