

PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG NGÀNH CAO SU VIỆT NAM TRONG HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

Trần Đức Viên
Trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội

Tóm tắt

Cao su là cây công nghiệp chủ lực, một trong mười mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của nước ta hiện nay. Sản phẩm cao su Việt Nam chủ yếu dùng để xuất khẩu (90%), tuy nhiên chúng ta mới xuất khẩu mù cao sơ chế. Sau 2 năm gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới, ngành cao su Việt Nam cũng có nhiều thay đổi bao gồm cả tích cực và tiêu cực. Để có thể phát triển bền vững ngành cao su, một hệ thống các giải pháp đồng bộ nên được triển khai và thực hiện. Trong đó, công tác dự báo cung, cầu, diện tích, sản lượng cao su của Việt Nam và các đối thủ cạnh tranh hết sức quan trọng và cần thiết.

Từ khóa: Cao su, xuất khẩu cao su, tác động của WTO, phát triển bền vững.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong những năm gần đây, cây cao su đang trở thành một cây trồng thế mạnh và thu hút được nhiều người trồng bởi giá trị kinh tế to lớn. Nông dân ở các tỉnh trồng nhiều cao su như Bình Phước, Bình Dương, Tây Ninh, Quảng Trị, Đắk Lắk,... cũng giàu lên nhờ cây cao su. Sản lượng cao su thiên nhiên của Việt Nam trong mấy năm qua tăng khá mạnh, từ chỉ có 220 ngàn tấn năm 1996 lên 550 ngàn tấn năm 2007. Vị thế của ngành cao su Việt Nam trên thế giới ngày càng được khẳng định. Chúng ta đang đứng ở vị trí thứ tư trên thế giới về xuất khẩu mặt hàng này.

Tuy nhiên, sau 2 năm gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) điều gì xuất hiện đối với ngành cao su Việt Nam? Chúng ta cần rút kinh nghiệm những mặt nào? Những giải pháp gì cần thiết cho ngành cao su Việt Nam phát triển bền vững? Bài viết này cũng nhằm mục tiêu trả lời những câu hỏi trên.

Cấu trúc của bài viết như sau: Phần thứ hai là tổng quan ngành cao su Việt Nam gồm những thông tin về tình hình sản xuất, xuất khẩu cao su của Việt Nam và thị trường cao su trong nước và quốc tế. Phần tiếp theo là những chính sách hiện hành có liên quan đến ngành cao su Việt Nam. Phần bốn là những ảnh hưởng của hội nhập kinh tế và gia nhập WTO đến ngành cao su Việt Nam. Những định hướng và giải pháp phát triển bền vững ngành cao su sẽ là nội dung chính của phần thứ 5. Phần cuối của bài là một số kết luận và kiến nghị.

2. TỔNG QUAN NGÀNH CAO SU VIỆT NAM

a) Tình hình sản xuất cao su của Việt Nam những năm qua

Diện tích cao su ở Việt Nam ngày càng tăng, năm 2005 cả nước có khoảng 480.200 ha, đến năm 2007 tăng lên 549.600 ha, tăng bình quân khoảng 7%/năm (Bảng 1). Các vùng trồng cao su chủ yếu là Đông Nam Bộ, Tây Nguyên, Duyên hải miền Trung và miền Bắc. Các vùng này chiếm tỷ lệ lần lượt là 65,2%, 23%, 8% và 3,8% trong tổng diện tích cao su của cả nước.

Bảng 1. Diện tích và sản lượng cao su Việt nam qua 3 năm

Diễn giải	ĐVT	2005	2006	2007	So sánh (%)		
					06/05	07/06	BQ
1. Diện tích	ha	480.200	517.300	549.600	107,73	106,24	106,98
- Đông Nam Bộ	ha	313.090	337.280	358.330	107,73	106,24	106,98
- Tây Nguyên	ha	110.440	118.970	126.400	107,72	106,25	106,98
- Duyên hải miền Trung	ha	38.410	41.380	43.960	107,73	106,23	106,98
- Phía Bắc	ha	18.240	19.650	20.880	107,73	106,26	106,99
2. Sản lượng	(tấn)	468.600	548.500	601.700	117,05	109,70	113,32

Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2007

Sản lượng cao su tự nhiên của Việt Nam cũng tăng tương ứng từ 468.600 tấn năm 2005 lên 601.700 tấn năm 2007, bình quân tăng 13,3%/năm. Những năm gần đây, nhu cầu cao su thiên nhiên trên thế giới ngày càng tăng, đã thúc đẩy giá mủ cao su lên cao. Trong khi các đơn vị cao su quốc doanh hầu như không còn đất để mở rộng diện tích trồng mới thì người dân ở nhiều địa phương trong nước đã đổ xô trồng cao su với mức tăng bình quân 3%/năm và được dự báo sẽ tăng cao hơn trong những năm tới. Riêng tại khu vực Đông Nam Bộ bình quân mỗi năm diện tích cao su tiểu điền tăng từ 13.000 đến 20.000ha. Theo Hiệp hội cao su Việt Nam (VRA), năm 2007, diện tích cao su tiểu điền chiếm khoảng 253.320 ha, bằng 46,1% tổng diện tích với trên 75.000 hộ trồng cao su ở 24 tỉnh thành. Mục tiêu mà Chính phủ đưa ra là đến năm 2010, diện tích cao su Việt Nam sẽ tăng lên 700.000 ha so với 550.000 ha hiện nay, trong đó diện tích trồng mới chủ yếu là cao su tiểu điền (Tập đoàn Công nghiệp cao su Việt Nam, 2006). Tuy nhiên, cao su tiểu điền đều là mới trồng năng suất thấp (1,4 tấn/ha (Hung Nguyên, 2008)), tuy diện tích cao su tiểu điền chiếm cao nhưng sản lượng không nhiều (chỉ khoảng gần 20% sản lượng cao su cả nước). Do đó trong tương lai, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cần chú ý đến nhóm hộ này (Báo cao su Việt Nam, 2008).

Do giá cao su tăng, nhiều địa phương đã chuyển mục đích sang trồng cây cao su. Ví dụ: Tháng 8/2008, Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam cùng với UBND tỉnh Sơn La đã tổ chức lễ ra mắt Công ty cổ phần Cao su Sơn La và triển khai trồng cây cao su trên địa bàn tỉnh Sơn La. Đây là lần đầu tiên Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam đưa giống cây cao su lên trồng tại các tỉnh khu vực Tây Bắc nhằm khai thác tiềm năng lợi thế của các tỉnh miền núi, góp phần bố trí lại dân cư, cơ cấu sản xuất phát triển kinh tế nông, lâm nghiệp của các tỉnh này. Dự kiến từ nay đến năm 2020, Sơn La sẽ triển khai trồng tập trung từ 10.000 đến 30.000 ha cây cao su trên địa bàn (Tập đoàn Công nghiệp cao su Việt Nam, 2008).

Cũng trong kế hoạch mở rộng quy mô sản xuất cao su, Công ty Cổ phần phát triển cao su Tân Biên-Kampong Thom đã ký hợp đồng thuê 8.100 ha đất với Chính phủ Campuchia trong thời hạn 70 năm để trồng cây cao su và xây dựng một nhà máy chế biến mủ tại địa bàn

tỉnh Kampong Thom. Hoạt động trên nằm trong chương trình hợp tác phát triển vườn cây cao su theo chủ trương của Chính phủ Việt Nam và Campuchia đến năm 2010. Theo kế hoạch, đến năm 2010, Công ty sẽ trồng mới xong 7.900ha cao su, đến năm 2023 qua 3 giai đoạn xây dựng sẽ hoàn thành một nhà máy chế biến có công suất 26.000 tấn mủ thành phẩm/năm (Tập đoàn Công nghiệp cao su Việt Nam, 2008).

b) Xuất khẩu cao su

Xuất khẩu cao su Việt Nam hiện đang đứng thứ tư thế giới, sau Thái Lan, Indonesia và Malaysia. Kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam trong giai đoạn 2003- 2007 tăng trưởng rất cao, bình quân gần 50%/năm. Nguyên nhân tăng trưởng mạnh chủ yếu do giá cao su tăng nhanh và giữ ở mức cao trong mấy năm gần đây. Lượng xuất khẩu tăng không nhiều, bình quân khoảng 10%/năm. Trung Quốc là bạn hàng lớn nhất của Việt Nam đối với sản phẩm cao su. Cao su xuất khẩu sang Trung Quốc chiếm tới trên 60% tổng kim ngạch xuất khẩu (Hưng Nguyên, 2008).

Bảng 2. Khối lượng sản phẩm cao su tự nhiên xuất khẩu theo chủng loại của Việt Nam

Cao su định chuẩn kỹ thuật	Khối lượng (1000 tấn)			So sánh (%)		
	2005	2006	2007	06/05	07/06	BQ
SVR3L	254,30	280,84	308,58	110,45	109,88	110,16
SVR10	92,65	111,14	116,38	119,96	104,72	112,08
Loại khác	60,47	17,44	33,59	28,84	192,60	74,53
LATEX	51,49	86,34	82,43	167,69	95,46	126,52
CSR L	35,34	15,33	17,86	43,39	116,46	71,09
RSS 3	17,67	26,68	15,70	150,99	58,86	94,27
SVRCV60	16,09	30,16	27,58	187,52	91,41	130,93
SVR20	15,85	20,47	16,59	129,13	81,05	102,30
SVR5	5,93	9,14	11,09	154,06	121,44	136,78
SVRCV50	4,22	9,22	5,71	218,05	61,98	116,26
Khác	0	38,80	41,48		106,81	0,00
Tổng	554,00	645,58	676,97	116,53	104,86	110,54

Nguồn: Trung tâm Thông tin thương mại, Bộ Thương mại

Năm 2007 là năm thứ 2 liên tục ngành cao su đạt kim ngạch xuất khẩu hơn 1 tỷ đôla, được xếp thứ chín trong mười mặt hàng xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam và là nông sản xuất khẩu lớn thứ ba sau cà phê và gạo, chiếm khoảng 3% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, năm 2007, Việt Nam đã xuất hơn 700 ngàn tấn cao su các loại, với giá trị kim ngạch xuất khẩu khoảng 1,4 tỷ đôla, cao hơn so với năm 2006 là 1,6% về lượng và 8,8% về giá trị.¹

Chủng loại cao su xuất khẩu nhiều nhất trong ba năm (2005- 2007) là cao su khối SVR3L. Năm 2007, xuất khẩu cao su khối SVR3L chiếm 42,78% và đạt 308,6 ngàn tấn, với giá trị trên 641 triệu USD (tăng 11,7% về lượng và 18,8% về giá trị so với năm 2006 (Bảng 2)). Giá xuất khẩu trung bình đạt 2.078 USD/tấn. Tiếp theo là cao su SVR10, đạt 116,3 ngàn tấn. Loại cao su này được xuất chủ yếu sang Trung Quốc, Malaysia, Đài Loan, Hàn Quốc và Đức.

¹ Số liệu này khác và cao hơn số liệu từ Bộ Thương mại, Bảng 2.

Ngoài ra, lượng xuất khẩu một số loại cao su khác cũng tăng như CSR10, CSRL, SVR5. Trong khi đó, xuất khẩu mũ cao su Latex lại giảm về lượng so với năm 2006. Loại mũ cao su này chủ yếu xuất sang các thị trường Bỉ, Hàn Quốc, Mỹ và Trung Quốc. So với năm 2006, xuất khẩu cao su khối SVRCV60 cũng giảm về lượng. Chúng loại cao su này được xuất sang thị trường châu Âu như Đức, Pháp, Phần Lan là chính.

c) Thị trường xuất khẩu và tiêu thụ trong nước

Trung Quốc là nước nhập khẩu cao su lớn nhất của Việt Nam. Năm 2005, Trung Quốc nhập khẩu chiếm 74,7% và năm 2007 chiếm 84% tổng lượng xuất khẩu của Việt Nam. Một số nước khác như Hàn Quốc, Đài Loan, Đức, Nga, Mỹ nhập khẩu khoảng 3-5%, trong khi nhóm nước nhập khẩu ít từ Việt Nam là Nhật, Bỉ (chiếm khoảng trên 2%) (Bảng 3).

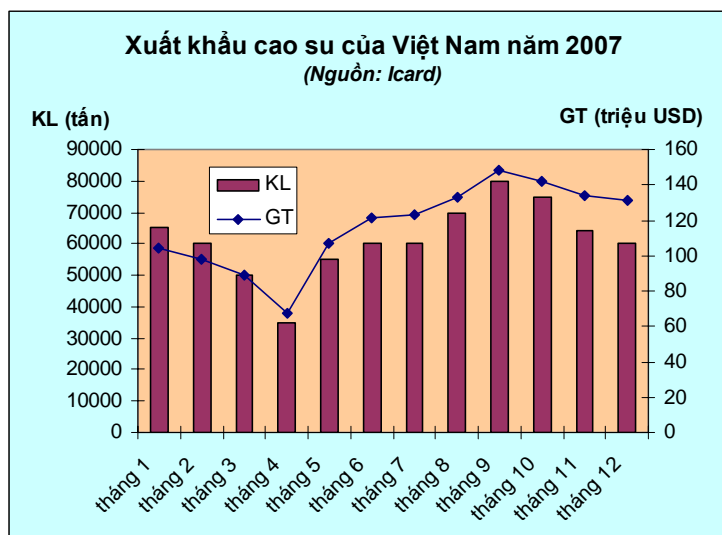
Trong năm 2007, giá xuất khẩu cao su sang hầu hết các thị trường đều tăng. Trong đó giá xuất khẩu trung bình sang Tây Ban Nha tăng mạnh nhất, tiếp đến là Hàn Quốc, Trung Quốc, Nhật Bản, Malaysia (Lê Thị Kim Anh, 2008).

Bảng 3. Khối lượng, kim ngạch xuất khẩu cao su giai đoạn 2005-2007 của Việt Nam

Tên	Năm 2005		Năm 2006		Năm 2007	
	Lượng (tấn)	Giá trị (tr.USD)	Lượng (tấn)	Giá trị (tr.USD)	Lượng (tấn)	Giá trị (tr.USD)
Trung Quốc	413,80	581,01	456,99	827,86	465,48	914,46
Hàn Quốc	29,05	32,07	32,32	50,77	37,26	66,49
Nhật bản	11,52	16,43	11,56	23,82	12,18	27,00
Đài Loan	22,52	32,49	22,43	44,58	31,50	66,30
Nga	19,16	26,95	20,47	41,85	18,11	38,04
Đức	20,72	28,77	30,06	58,60	28,85	58,50
Bỉ	15	17,27	12,32	18,84	11,34	15,93
Mỹ	19,22	24,75	17,36	27,87	22,50	38,49
Canada	3,031	4,38	4,04	7,90	1,75	3,72
Khác	0	0	38	59,68	48	82,11
Tổng	554,02	764,13	645,58	1117,20	676,97	1311,10

Nguồn: Trung tâm Thông tin thương mại, Bộ Thương mại

Số liệu năm 2007 cho thấy, tham gia xuất khẩu cao su Việt Nam gồm có 49 doanh nghiệp, trong đó chủ yếu là các công ty TNHH và công ty cổ phần, số lượng các doanh nghiệp nhà nước tham gia xuất khẩu là 11 doanh nghiệp (Lê Thị Kim Anh, 2008). Với chính sách khuyến khích xuất khẩu cao su của Chính phủ Việt Nam một số HTX, công ty



thương mại khác cũng tham gia xuất khẩu cao su trong những năm gần đây.

Lượng cao su tự nhiên tiêu thụ nội địa còn thấp, chỉ chiếm khoảng 10-12% với sản lượng tiêu thụ (từ 50 đến 60 ngàn tấn/năm). Sản lượng cao su tiêu thụ nội địa chủ yếu cung cấp cho ngành công nghiệp chế biến sẫm, lốp cho các xe hạng nặng, xe mô tô và xe đạp và các sản phẩm dùng mũ cao su (găng tay, nệm). Có thể nói, Việt Nam gia nhập WTO sẽ có nhiều ảnh hưởng tích cực tới việc sản xuất và xuất khẩu cao su.

3. MỘT SỐ CHÍNH SÁCH CỦA VIỆT NAM LIÊN QUAN ĐẾN SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU CAO SU

- Nghị Quyết số 15/2003/QH11 ngày 17 tháng 06 năm 2003 của Quốc hội về việc miễn, giảm thuế sử dụng đất nông nghiệp;
- Nghị định 129/2003/NĐ-CP, ngày 3 tháng 11 năm 2003 của Chính Phủ quy định chi tiết ban hành Nghị quyết số 15/2003/QH11 ngày 17 tháng 06 năm 2003 của Quốc hội về miễn, giảm thuế sử dụng đất nông nghiệp;
- Quyết định số 110/2002/QĐ-TTg ngày 21 tháng 8 năm 2002 của Thủ tướng Chính phủ về việc lập, sử dụng quản lý Quỹ Bảo hiểm xuất khẩu ngành hàng;
- Quyết định số 564/QĐ-HHCS, ngày 14-11-2006 của Chủ tịch Hiệp hội Cao su Việt Nam về việc ban hành “Quy chế quản lý tài chính Quỹ Bảo hiểm xuất khẩu Cao su”;
- Quyết định số 610/QĐ-HHCS, ngày 5-12-2006 của Chủ tịch Hiệp hội Cao su Việt Nam về việc thành lập Hội đồng quản lý Quỹ Bảo hiểm Xuất khẩu Cao su;
- Quyết định số 621/QĐ-HHCS, ngày 07-12-2006 của Chủ tịch Hiệp hội Cao su Việt Nam về việc mức đóng góp Quỹ Bảo hiểm Xuất khẩu Cao su;
- Quyết định số 639/QĐ-HHCS, ngày 12-12-2006 của Chủ tịch Hiệp hội Cao su Việt Nam về việc Ban hành Quy chế hoạt động của Hội đồng Quản lý Quỹ Bảo hiểm Xuất khẩu Cao su;
- Quyết định số 563/QĐ-HHCS, ngày 14 tháng 11 năm 2007 của Chủ tịch Hiệp hội cao su Việt Nam về việc thành lập Quỹ Bảo hiểm xuất khẩu Cao su;
- Quyết định số 966/QĐ-TTg ngày 17 tháng 07 năm 2006 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt kế hoạch sản xuất kinh doanh giai đoạn 2006- 2010 và định hướng phát triển đến năm 2020 của Tổng Công ty Cao su Việt Nam;
- Quyết định số 248/2006/QĐ-TTg ngày 30 tháng 10 năm 2006 của Thủ tướng Chính phủ Phê duyệt đề án thí điểm hình thành Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam;
- Quyết định số 249/2006/QĐ-TTg ngày 30 tháng 10 năm 2006 của Thủ tướng Chính phủ về việc thành lập Công ty mẹ - Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam.

Như vậy, các văn bản pháp luật (các nghị định và quyết định) nêu trên đều hướng tới thúc đẩy sản xuất, chế biến và xuất khẩu cao su của Việt Nam.

4. TÁC ĐỘNG CỦA HỘI NHẬP KINH TẾ VÀ GIA NHẬP WTO ĐỐI VỚI NGÀNH CAO SU VIỆT NAM

a) Tác động tích cực

Đến nay, Việt Nam đã gia nhập WTO được 2 năm, nền kinh tế Việt Nam nói chung và ngành cao su nói riêng đã có những chuyển biến đáng khích lệ. Những tác động tích cực chủ yếu của hội nhập kinh tế và tham gia vào WTO đối với ngành cao su có thể tóm tắt như sau:

- Hiện nay, cao su của Việt Nam được tự do thâm nhập thị trường thế giới và thường được hưởng mức thuế thấp hoặc thuế tương đương với các đối thủ cạnh tranh. Tuy nhiên, khi gia nhập WTO, mức thuế nhập khẩu tại các nước thành viên sẽ thấp hơn, tạo cơ hội thuận lợi cho các nước nhập khẩu cao su từ Việt Nam. (Ví dụ: Trên thị trường Đài Loan, trước năm 2007, các sản phẩm cao su Việt Nam phải chịu mức thuế phân biệt đối xử trong khi hầu hết các đối thủ cạnh tranh được miễn thuế trên thị trường này. Việc gia nhập WTO của Việt Nam chắc chắn sẽ khiến cho sản phẩm cao su của Việt Nam được đối xử công bằng hơn như các nước thành viên khác và đó là cơ hội để Việt Nam có thể nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường thế giới và gia tăng kim ngạch xuất khẩu (Lê Thị Kim Anh, 2008)).
- Các doanh nghiệp Việt Nam sẽ có nhiều cơ hội ký kết hợp đồng với các đối tác ở nhiều nước là thành viên của WTO, tránh được việc lệ thuộc xuất khẩu phần lớn vào một thị trường (như Trung Quốc hiện nay), dễ gây ra nhiều nguy cơ tiềm ẩn khi việc xuất khẩu vào nước đó không thuận lợi hoặc có những khó khăn bất ngờ, có thể sẽ gây ra những cú sốc lớn, ảnh hưởng đến kim ngạch xuất khẩu và các chiến lược, chính sách phát triển trong nước của ngành.
- Bên cạnh đó, cơ hội về tăng thu hút đầu tư, chuyển giao kỹ thuật, công nghệ cao từ các nước phát triển và đang phát triển sẽ tăng lên. Việc tham gia và chấp nhận các luật lệ, quy tắc của WTO sẽ như một chứng chỉ giúp cho Việt Nam tạo dựng được lòng tin của các nhà đầu tư nước ngoài đến từ các nước thành viên WTO. Trên cơ sở đó, những nhà đầu tư này sẽ yên tâm đầu tư vào Việt Nam mà cao su là một ngành có thể sẽ thu hút được nhiều nhà đầu tư. Hiện nay, số lượng các doanh nghiệp chế biến cao su tại Việt Nam còn ít, khả năng cạnh tranh còn chưa cao, nên có thể ngành chế biến cao su là một lĩnh vực mới mẻ, hấp dẫn các nhà đầu tư nước ngoài. Ngoài ra, các nhà sản xuất cao su Việt Nam sẽ có cơ hội hợp tác với các nhà đầu tư nước ngoài để liên doanh, liên kết xây dựng các nhà máy chế biến mủ cao su. Nếu các nhà đầu tư tích cực đầu tư vào Việt Nam sẽ tạo điều kiện tăng giá trị gia tăng của ngành cao su Việt Nam, giảm bớt tỉ lệ xuất khẩu cao su thô, tạo điều kiện chuyển dịch cơ cấu từ xuất khẩu thô sang xuất khẩu tinh. Bên cạnh đó, các nhà đầu tư tham gia vào thị trường Việt Nam còn có hiệu ứng nhập khẩu các máy móc, công nghệ, kỹ thuật chế biến cao su tại Việt Nam. Việc chuyển giao công nghệ giữa các nhà đầu tư nước ngoài với các nhà sản xuất Việt Nam qua đó cũng được phát triển. Hơn nữa, việc đầu tư chuyển giao công nghệ diễn ra không chỉ ở khâu chế biến mà còn ở khâu trồng và khai thác. Với công nghệ và kỹ thuật mới, chắc chắn rằng Việt Nam có thể tạo ra những chủng loại cao su có chất lượng cao và phù hợp với nhu cầu thị trường thế giới như sản phẩm cao su SVR 10, SVR 20.
- Việc gia nhập WTO cũng tạo ra cơ hội tiếp cận các nguồn vốn vay ưu đãi, các hình thức tín dụng, tài trợ của các tổ chức tài chính quốc tế như Ngân hàng thế giới (WB), Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF),... Hiện nay, Tập đoàn Công nghiệp cao su Việt Nam và các công ty khác còn hạn chế về vốn trong việc xây dựng, đầu tư, mở rộng các nhà máy cao su trong nước, mua máy móc công nghệ mới để sản xuất ra các loại sản phẩm cao su có giá trị cao như SVR 10, SVR 20 và mủ Latex theo tiêu chuẩn châu Âu phù hợp với nhu cầu của các nước phát triển như Mỹ, Nhật và khối Cộng đồng châu Âu (EU).
- Khi gia nhập WTO, giảm thuế nhập khẩu của cao su sẽ không có ảnh hưởng nhiều tới ngành cao su trong nước bởi Việt Nam là nước xuất khẩu cao su. Hơn nữa, hiện nay

giá mủ cao su trong nước cũng như giá xuất khẩu của Việt Nam thấp hơn so với giá cao su của các nước xuất khẩu khác như Thái Lan, Indonesia, Malaysia.

- Trợ cấp trực tiếp cho xuất khẩu cao su: Hiện nay Nhà nước không có biện pháp trợ cấp xuất khẩu trực tiếp cho cao su. Do vậy, khi Việt Nam gia nhập WTO sẽ không phải bãi bỏ biện pháp trợ cấp xuất khẩu trực tiếp nào và như vậy sẽ không ảnh hưởng tới việc xuất khẩu cao su.

Có thể nói, việc Việt Nam gia nhập WTO sẽ có nhiều ảnh hưởng tích cực tới việc sản xuất và xuất khẩu cao su của nước ta.

b) Tác động tiêu cực

Ngoài những ảnh hưởng tích cực đối với ngành cao su, sự tham gia vào thị trường thế giới và WTO cũng có những mặt tiêu cực. Cụ thể:

- Giá cả các mặt hàng thiết yếu với nền kinh tế (như dầu thô) biến động không ngừng và rất khó lường (ví dụ: giá dầu thô trong năm 2008 đã tăng đến 150 USD/thùng rồi lại giảm đến ngưỡng 40 USD/thùng) đã đẩy giá các mặt hàng liên quan biến động theo dẫn đến lạm phát, phá sản và khủng hoảng kinh tế. Điều này có ảnh hưởng không nhỏ đến nền kinh tế Việt Nam nói chung và ngành cao su nói riêng;
- Đồng đô la mất giá do nền kinh tế Mỹ suy thoái và chính sách của Mỹ để giải quyết vấn đề thâm hụt thương mại. Điều này gây bất lợi cho Việt Nam và ngành cao su Việt Nam, vì (i) tới gần 90% giá trị thanh toán xuất nhập khẩu dựa trên đồng Đô la Mỹ; và (ii) tỷ lệ xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Mỹ vẫn còn chiếm tỷ lệ lớn;
- Ngoại tệ từ các nguồn vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) và lượng kiều hối tăng nhanh, thu hút tiền đồng chuyển đổi lớn làm mất cân đối, ngân hàng phải tăng lãi suất để huy động tiền đồng Việt Nam. Do đó, lãi suất cho vay đầu tư cũng phải tăng theo, dẫn đến hạn chế khả năng đầu tư cho nền kinh tế nhất là các dự án đầu tư có liên quan đến nông nghiệp vì khả năng hoàn vốn chậm (như trồng mới cao su);
- Giá cả biến động lớn, nếu giá tăng nhiều người sản xuất tham gia, còn giá giảm thì xu hướng sẽ ngược lại. Trong 2 năm lại đây, giá cao su luôn tăng và duy trì ở mức cao dẫn đến phong trào tự phát của nông dân là chuyển mục đích trồng các cây trồng khác sang trồng cao su. Tuy nhiên, cây cao su phải sau 7 năm mới cho thu hoạch. Điều này có ảnh hưởng lớn tới khả năng qui hoạch các vùng sản xuất;
- Khi thị trường mở khả năng cạnh tranh với các đối thủ xuất khẩu trong vùng (như Thái Lan, Malaysia, Trung Quốc, Indonesia) sẽ khốc liệt hơn;

5. CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG NGÀNH CAO SU VIỆT NAM TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP

a) Định hướng các giải pháp

(a1) Một số qui định của WTO đối với hàng nông sản

Khi gia nhập WTO, chúng ta đã phải cam kết thực hiện một số qui định và luật lệ của WTO (nhưng có theo lộ trình). Cụ thể:

** Cam kết cắt giảm trợ cấp*

Đối với trợ cấp xuất khẩu: Nước ta cam kết bãi bỏ ngay trợ cấp xuất khẩu cho hàng nông sản khi được chính thức kết nạp vào WTO. Tuy nhiên, chúng ta vẫn được bảo lưu quyền thụ hưởng một số quy định riêng của WTO dành cho một nước đang phát triển trong lĩnh vực này trong một thời gian nhất định.

Đối với trợ cấp sản xuất trong nước: Theo thông báo của Việt Nam cho WTO, tổng mức hỗ trợ sản xuất trong nước giai đoạn cơ sở 1999 - 2001 là 3.961,6 tỉ đồng/năm (Nguyễn Anh Tuấn, 2007). Tuy nhiên, ngân sách của chúng ta hãy còn hạn hẹp, nên sự cam kết cắt giảm phần hỗ trợ này có thể không ảnh hưởng nhiều đến nông nghiệp nói chung và ngành cao su nói riêng.

*** Cam kết mở cửa thị trường hàng nông sản**

Trong quá trình đàm phán song phương với 28 đối tác và đàm phán đa phương với các nước khác và khu vực về mở cửa thị trường, Việt Nam đã cam kết giảm thuế nông sản 20% so với mức thuế ưu đãi tối huệ quốc (MFN) hiện hành, tức là từ mức 23,5% như hiện nay xuống còn 20,9% (tính theo mức thuế trong hạn ngạch của một số mặt hàng) trong vòng từ 5 đến 7 năm tới. Mức độ giảm có sự khác nhau giữa các sản phẩm hoặc nhóm sản phẩm. Các sản phẩm chế biến hiện có mức thuế cao (40 đến 50%) sẽ phải có mức giảm nhiều hơn so với nông sản thô (Nguyễn Anh Tuấn, 2007). Các mặt hàng nông sản thô chúng ta có khả năng xuất khẩu lớn như gạo, cà phê, cao su, hạt tiêu, hạt điều... mức thuế không giảm hoặc giảm rất ít.

*** Canh tranh lành mạnh, bình đẳng**

Một trong những nguyên tắc của WTO là các thành viên phải thực hiện cạnh tranh lành mạnh trong thương mại quốc tế bằng cách cho nhau hưởng chế độ tối huệ quốc (MFN) và chế độ đối xử quốc gia. Để cạnh tranh lành mạnh các nước không được sử dụng những biện pháp can thiệp của nhà nước vào buôn bán quốc tế.

Việt Nam là nước có lợi thế về nông nghiệp, khả năng cạnh tranh và xuất khẩu của một số mặt hàng sẽ được tăng lên nếu như phần lớn trợ cấp cho nông nghiệp của các nước phát triển bị bãi bỏ và các nước tuân thủ đúng yêu cầu của WTO. Song, khi hội nhập đầy đủ vào WTO, chúng ta vẫn còn một số ngành có khả năng cạnh tranh thấp, vì vậy cần khẩn trương chuẩn bị để một mặt cố gắng trợ giúp các doanh nghiệp theo đúng quy định của WTO, nhưng mặt khác phải chuẩn bị giải quyết tốt những vấn đề nảy sinh như thất nghiệp, phá sản từ lộ trình cổ phần hóa, cho thuê, bán, khoán các doanh nghiệp trong lĩnh vực cao su. Để làm được điều này, hệ thống những chính sách và giải pháp là điều rất quan trọng và cần thiết phải xem xét.

(a2) Dự báo diện tích, sản lượng cao su Việt Nam và cung, cầu cao su trên thế giới

Theo Hiệp hội Cao su Việt Nam, diện tích cao su có thể đạt mức 700.000 ha vào năm 2010, trong đó diện tích khai thác từ 420.000 - 450.000 ha và cho sản lượng trên 600.000 tấn, kim ngạch xuất khẩu vẫn giữ được ở mức trên 1 tỷ USD. Đến năm 2015, diện tích khai thác dự báo sẽ đạt 520.000 - 530.000 ha, sản lượng ước đạt 750.000 - 800.000 tấn, đạt kim ngạch xuất khẩu 1,5 - 1,6 tỷ USD (Tập đoàn Công nghiệp cao su Việt Nam, 2008).

Theo dự báo của Tập đoàn nghiên cứu cao su quốc tế, thị trường cao su thế giới năm 2008 và 2009 sẽ tương đối cân đối giữa cung và cầu với sản lượng dự kiến gần 10 triệu tấn và tiêu thụ cũng ở mức tương đương (Ngân hàng Quốc tế (VIBank), 2008).

Khu vực châu Á là nơi sản xuất cao su tập trung trên thế giới. Các nước Thái Lan, Malaysia, Indonesia, Trung Quốc, Ấn Độ, Myanmar đều có kế hoạch tăng diện tích trồng cao su trong tương lai. Ví dụ: Sản lượng cao su của Myanmar năm 2006/2007 đạt 61.717 tấn trên diện tích 302 ngàn ha, Chính phủ Myanmar có kế hoạch tăng diện tích trồng cao su lên 405

ngàn ha và sản lượng 146, 7 ngàn tấn vào năm 2020 và 607,5 ngàn ha và 226,7 ngàn tấn vào năm 2030 (Tập đoàn Công nghiệp cao su Việt Nam, 2008).

Nhu cầu cao su ở Trung Quốc và Ấn Độ đang bùng nổ. Nền kinh tế Ấn Độ đã tăng trưởng trung bình 8,6% mỗi năm trong 4 năm qua. Diện tích và sản lượng cao su của nước này tăng liên tục, song vẫn phải nhập khẩu từ Đông Nam Á mới đủ đáp ứng nhu cầu. Trong khi đó ở Trung Quốc, kinh tế bùng nổ đang hỗ trợ giá cao su hồi phục và nhu cầu tăng. Tổng thư ký Hiệp hội Công nghiệp Cao su Trung Quốc cho biết, nhà tiêu thụ cao su hàng đầu thế giới này dự đoán sản lượng sẽ đạt 780.000 tấn cao su thiên nhiên vào năm 2010. Tăng trưởng sản lượng này có được chủ yếu là nhờ mở rộng diện tích cao su tiểu điền, thậm chí còn có thể tăng nữa nếu các nhà sản xuất cải tiến công nghệ và phương thức quản lý. Mặc dù sản lượng nội địa tăng, nhập khẩu cao su của Trung Quốc dự đoán cũng sẽ tăng do ngành công nghiệp sản xuất lốp ô tô bùng nổ. Nước này sẽ cần nhập khẩu 1,9 triệu tấn cao su thiên nhiên trong năm 2008, tăng 9% so với năm 2007 do tăng trưởng ngành sản xuất lốp xe ở mức 15% (Tập đoàn Công nghiệp cao su Việt Nam, 2008).

Dự báo nhu cầu cao su toàn cầu, đặc biệt là ở Châu Á, sẽ tăng dần cho tới 2010. Nguyên nhân do sự phát triển mạnh của ngành sản xuất ô tô Ấn Độ, cần rất nhiều cao su nguyên liệu. Ước tính tiêu thụ cao su thế giới tăng tới khoảng 10 triệu tấn từ nay đến 2010, tức là tăng khoảng 4% mỗi năm. Kinh tế tăng trưởng sẽ kéo theo các ngành hàng đều phát triển, kể cả hoạt động khai thác mỏ, đẩy nhu cầu lốp xe tăng lên. Do tiêu thụ tăng, cung sẽ trở thành vấn đề khó giải quyết.

Giá cao su có xu hướng biến động như giá dầu thô trên thế giới. Giá mù cao su tăng liên tục trong những năm qua, có thời điểm giá đã đạt 58 triệu đồng/tấn đến giữa năm 2008

b) Các giải pháp phát triển bền vững ngành cao su Việt Nam

Để phát triển bền vững ngành cao su Việt Nam trong tương lai, một hệ thống các giải pháp đồng bộ cần thiết nên được thực hiện. Cụ thể một số giải pháp chủ yếu là:

- Diện tích cao su tiểu điền có xu hướng tăng, nhưng hầu hết các vườn cao su tiểu điền có năng suất thấp (do sử dụng giống cũ, kỹ thuật chăm sóc, khai thác và quản lý còn hạn chế). Do đó công tác khuyến nông, chuyển giao khoa học kỹ thuật rất cần thiết cho các nông hộ trồng cao su, nhất là công tác giống (nhanh chóng đổi mới giống). Từ năm 1996, công tác khuyến nông cây cao su nông hộ đã được đưa vào chương trình khuyến nông quốc gia. Chương trình nhằm hỗ trợ việc phát triển cao su tiểu điền, đặc biệt là tại các vùng chưa có truyền thống trồng cao su, vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc (Báo cao su Việt Nam, 2008). Chương trình này kết thúc vào năm 2005 và đã mang lại những hiệu quả thiết thực. Tuy nhiên, chương trình nên được tiếp tục vì trong 3 năm lại đây diện tích cao su tiểu điền tăng với tốc độ rất ngành và tập trung ở các tỉnh miền núi.
- Giá cả thị trường biến động, một trong những nguyên nhân do tình hình kinh tế thế giới và giá cả các hàng hóa liên quan (như dầu thô), nhưng cũng cần xem xét đến tình hình cung cầu cao su trên thế giới. Cao su là cây dài ngày, trung bình sau 7 năm mới cho thu hoạch (cao su tiểu điền có thể muộn hơn 8-9 năm), do vậy giá cả cao su hôm nay có thể ảnh hưởng đến lượng cung của 10-20 năm sau. Điều đó cho thấy công tác dự báo cần phải được đặc biệt chú ý. Hiện nay, công tác dự báo cung cầu các nông sản Việt Nam còn nhiều bất cập. Trong tương lai các phương pháp và mô hình dự báo mới trên thế giới nên được áp dụng cho các mặt hàng nông sản tại Việt Nam nói chung và cao su nói riêng.
- Giá cao su có sự biến động rất lớn. Giá tăng liên tục trong một số năm qua, nhưng do giá dầu thô sụt giảm và khủng hoảng tài chính toàn cầu. Hệ quả trực tiếp là giá cao su

lại có xu hướng giảm từ tháng 8/2008 và giảm với tốc độ rất nhanh từ tháng 10/2008 (Trần Nga, 2008). Theo các chuyên gia, hiện vẫn chưa thấy dấu hiệu nào cho thấy cuộc rớt giá caosu theo chiều thẳng đứng sẽ dừng lại. Trong thời gian qua, vì giá cao, ngoài diện tích cao su đã quy hoạch trong cơ cấu cây trồng của các tỉnh thì phong trào trồng cao su (đặc biệt là cao su tiểu điền) tăng rất nhanh. Điều này có ảnh hưởng không nhỏ đến tình hình quy hoạch cơ cấu cây trồng và mức rủi ro mà nông dân trồng cao su có thể phải gánh chịu. Điều đó cho thấy sự khuyến cáo của các cơ quan quản lý và nghiên cứu về các khả năng rủi ro có thể xảy ra đối với hộ trồng cao su chưa được quan tâm đúng mức. Viện Nghiên cứu Cao su cần có bộ phận ra các khuyến cáo này cho người trồng cao su.

- Để giảm bớt những rủi ro có thể xảy ra đối với nông dân trồng cao su, đa dạng hóa cây trồng và đa dạng hóa thu nhập của hộ là một trong những hướng cần thiết và hiệu quả. Các địa phương có diện tích trồng cây cao su tiểu điền nhiều cần có chính sách hướng dẫn phù hợp để giúp nông dân giảm bớt rủi ro có thể xảy ra.
- Hiện nay, xuất khẩu cao su của Việt Nam mới chỉ là sản phẩm thô (mới qua sơ chế là chủ yếu). Trong tương lai cần chú ý hoàn thiện hệ thống chế biến mủ cao su – phát triển các xưởng sản xuất nhỏ với các loại sản phẩm phù hợp, nâng cao chất lượng chế biến. Trong dài hạn, cần suy nghĩ và phát triển công nghiệp chế biến sản phẩm cao su, nhất là đổi mới công nghệ. Ngành công nghiệp này đòi hỏi phải có vốn lớn, cho nên cần phải thu hút sự đầu tư của nước ngoài để tiếp cận với công nghệ hiện đại, kỹ thuật quản lý tiên tiến, sản phẩm sản xuất ra có đủ sức cạnh tranh trên thị trường thế giới.
- Đối với xuất khẩu: Hiện nay Trung Quốc là nước nhập khẩu cao su lớn nhất của Việt Nam, nhưng thị trường xuất khẩu tiểu ngạch (qua mậu biên) vẫn chiếm tỷ trọng lớn. Tương lai cần định hướng chuyển sang buôn bán cao su chính ngạch để giảm bớt rủi ro trong thanh toán của thị trường mậu biên. Để thực hiện được định hướng này, cần tự do hóa, mở rộng quyền kinh doanh cho các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu cao su, tận dụng khả năng thích ứng nhanh, cạnh tranh năng động của các doanh nghiệp này. Ngoài ra, đa dạng hóa sản phẩm để xuất khẩu, tự do hóa, đa dạng hóa các thành phần tham gia xuất khẩu cũng là những hướng nên triển khai.
- Tăng cường các biện pháp hỗ trợ về tài chính, tín dụng trong xuất khẩu. Chú trọng áp dụng các dạng trợ cấp cho phép của WTO và AFTA (dạng trợ cấp “màu xanh lá cây”) (Nguyễn Hữu Khải, 2004).

6. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

a) Kết luận

Cao su là cây công nghiệp chủ lực, một trong mười mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của nước ta hiện nay. Vì vậy trong giai đoạn tới khi nước ta phấn đấu trở thành nước công nghiệp thì ngành cao su cũng cần phải phát triển xứng tầm trở thành ngành công nghiệp mũi nhọn. Yêu cầu đó đặt ra trong điều kiện nền kinh tế thị trường phát triển, cạnh tranh hết sức gay gắt, hội nhập khu vực và thế giới ngày càng mở rộng, làm nảy sinh nhiều khó khăn và thách thức, đòi hỏi phải khắc phục những khuyết tật của kinh tế quốc doanh nói chung và kinh hộ, tiểu nông nói riêng (với sản xuất mủ cao su).

Khi nền kinh tế Việt Nam hội nhập càng sâu vào nền kinh tế thế giới thì những tác động từ biến động của thị trường thế giới đến kinh tế chúng ta ngày càng sâu sắc. Ngành cao su Việt Nam cũng sẽ nằm trong hoàn cảnh này. Nhất là 90% sản phẩm cao su dùng để xuất khẩu, nên tác động từ bên ngoài đối với ngành cao su sẽ rõ ràng hơn những ngành khác. Tham

gia WTO, ngành cao su Việt Nam chịu ảnh hưởng tiêu cực nhưng đồng thời cũng nhận được những cơ hội và tác động tích cực từ quá trình này.

b) Kiến nghị

Nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành cao su là hướng phân đầu cả hiện tại và tương lai. Muốn đạt được điều này thì Chính phủ và Bộ Nông nghiệp và PTNT cần:

- Hoàn thiện hệ thống pháp luật liên quan đến ngành cao su; Ổn định tổ chức của Tập đoàn Công nghiệp cao su Việt Nam;
- Xây dựng chính sách thúc đẩy đầu tư các ngành công nghệ mũi nhọn sử dụng sản phẩm cao su;
- Khuyến khích các thành phần tham gia đầu tư bằng cách xã hội hóa lĩnh vực trồng cao su, huy động nhiều nguồn vốn từ các thành phần kinh tế; khuyến khích các doanh nghiệp nước ngoài tham gia vào lĩnh vực trồng, khai thác và chế biến mủ cao su;
- Đầu tư vào công tác dự báo cung cầu cao su trong nước.

Với các địa phương

- Cần có các chính sách phù hợp khuyến khích các doanh nghiệp trong và ngoài địa phương đầu tư công nghệ nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm cao su; khuyến cáo các đơn vị sản xuất, trồng cao su, nhất là các nông hộ nhỏ trồng cao su dạng tiểu điền không phát triển tự phát (trồng) cây cao su mà nên theo qui hoạch vùng sản xuất của địa phương

Với Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam

- Cần đa dạng hóa thị trường xuất khẩu cao su, tránh dồn quá nhiều vào một thị trường (Trung Quốc) như hiện nay
- Hạ giá thành sản phẩm bằng cải tiến, thay đổi công nghệ, khuyến cáo nông hộ nhanh chóng thay giống cây mới.

Với các doanh nghiệp và hộ nông dân

- Cần đa dạng hóa hoạt động nhằm hạn chế rủi ro có thể xảy ra khi giá cao su xuống thấp;
- Không nên trồng/phát triển tự phát và quá nhanh diện tích cao su, cần thực hiện theo qui hoạch của địa phương.

TAI LIỆU THAM KHẢO

Lê Thị Kim Anh (2008), ‘Những giải pháp chủ yếu nhằm đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm mủ cao su tại Công ty cao su Đắc Lắc trong hội nhập kinh tế’, Luận văn thạc sĩ kinh tế, Trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội.

Báo cao su Việt Nam (2008), ‘Hai chương trình ở Việt Nam’, số 271. Có thể tải từ: <http://www.caosuvietnam.saigonnet.vn/index.php?sobao=18&chuyenmuc=20&id=322>

Nguyễn Hữu Khải (2004), ‘Định hướng sản xuất và xuất khẩu cao su thiên nhiên’, *Tạp chí Nghiên cứu Châu Âu*, **Tập 5, số 59**, trang 96-101.

Trần Nga (2008), 'Giá cao su... tụt dốc thẳng đứng', theo Tiền Phong/báo Lao động, ngày 14/10/2008. Địa chỉ: <http://www.nongthon.net/apm/modules.php?name=News&file=article&sid=6772>

Ngân hàng Quốc tế (VIBank) (2008), 'Thông tin ngành hàng', Bản tin ngày 27/08/2008..

Hung Nguyên (2008), 'Hiện trạng phát triển cao su tiêu điền ở Việt Nam: sản lượng chưa tương xứng với diện tích', Báo cáo su Việt Nam, số 271. Có thể tải từ: <http://www.caosuvietnam.saigonnet.vn/index.php?sobao=18&chuyenmuc=20&id=316>

Lưu Văn Nghiêm (2005), 'Cung cầu cao su trên thế giới và giải pháp marketing đối với Việt Nam', *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, **Số 8**, trang 42-44.

Huỳnh Văn Sáu (2007), 'Vai trò của Chính phủ trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành cao su', *Tạp chí Phát triển kinh tế*, **Tháng giêng 2007**, trang 48-51.

Phương Thanh (2006), 'Thị trường cao su tự nhiên thế giới', *Tạp chí Thương mại*, **số 41**, trang 16-18.

Nguyễn Anh Tuấn (2007), 'Nông nghiệp Việt Nam với quá trình hội nhập kinh tế quốc tế', *Tạp chí Cộng sản*, **Số 10, tập 130**. Có thể tải từ địa chỉ: http://www.tapchicongsan.org.vn/details.asp?Object=4&news_ID=29556472.

Tập đoàn Công nghiệp cao su Việt Nam (2006), 'Báo cáo ngành hàng cao su quý 3 năm 2006', Tập đoàn cao su Việt Nam, Hà Nội.

Tập đoàn Công nghiệp cao su Việt Nam (2008), 'Báo cáo ngành hàng cao su năm 2007', Tập đoàn cao su Việt Nam, Hà Nội.