

Đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả thực hiện chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu gạo tới năm 2030**Hoàng Thị Vân Anh¹**

Tóm tắt: Chiến lược phát triển thị trường gạo đến năm 2030 được phê duyệt tại Quyết định số 583/QĐ-TTg ngày 26/5/2023 đã định hướng chuyển dịch từ xuất khẩu khối lượng lớn sang nâng cao giá trị, giảm dần khối lượng xuất khẩu với trọng tâm là phát triển đa dạng thị trường, xây dựng thương hiệu mạnh và nâng cao tính bền vững. Thời gian qua, Chính phủ, Bộ Công Thương cùng các bộ, ngành đã có nhiều giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu gạo, góp phần tạo chuyển biến tích cực về chất lượng, thương hiệu và giá trị xuất khẩu. Gạo Việt Nam không chỉ duy trì sản lượng, giữ vững các thị trường truyền thống mà từng bước khẳng định vị thế ở những phân khúc cao cấp, từng bước thâm nhập các thị trường có yêu cầu khắt khe như Liên minh châu Âu (EU). Tuy nhiên, xuất khẩu gạo vẫn đối mặt với nhiều thách thức như biến động địa chính trị làm tăng chi phí, cạnh tranh gay gắt từ các quốc gia xuất khẩu lớn như Ấn Độ, Thái Lan, Pakistan, các rào cản kỹ thuật, yêu cầu về truy xuất nguồn gốc và tiêu chuẩn chất lượng ngày càng khắt khe, phụ thuộc vào một số thị trường truyền thống cũng làm gia tăng rủi ro khi chính sách nhập khẩu thay đổi... cần tiếp tục có các giải pháp thiết thực, hiệu quả khắc phục những điểm nghẽn trong xuất khẩu và mở rộng thị trường nhằm thực hiện thắng lợi các mục tiêu đã đề ra trong Chiến lược tới năm 2030.

Từ khóa: chiến lược, gạo, phát triển thị trường, thương hiệu gạo, xuất khẩu gạo.

1. Khái quát về tình hình thực hiện Chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu gạo**1.1. Kết quả đạt được giai đoạn 2023-2025**

Thứ nhất, về chỉ tiêu khối lượng và kim ngạch xuất khẩu gạo. Theo mục tiêu Chiến lược, trong giai đoạn đến năm 2030, giảm khối lượng gạo xuất khẩu xuống còn khoảng 4 triệu tấn với kim ngạch tương đương khoảng 2,62 tỷ USD, giảm khối lượng nên nhịp độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân giai đoạn 2023-2025 giảm 2,4% và giai đoạn 2026-2030 giảm khoảng 3,6%.

Trong thực tế thực hiện, lượng gạo xuất khẩu hàng năm trong giai đoạn 2023-2025 đạt khoảng 7-9 triệu tấn, tức là cao hơn tới hơn 3-5 triệu tấn/năm so với mục tiêu đề ra. Về kim ngạch, trong thực tế thực hiện, trị giá xuất khẩu gạo đạt khoảng 3,5-5,7 tỷ USD cao hơn nhiều so với mục tiêu đề ra, tuy nhiên, trong chỉ tiêu này, việc tăng trị giá xuất khẩu gạo là chưa ổn¹) định và phụ thuộc vào sự biến động của tình hình giá cả, thị trường gạo thế giới.

Tình hình xuất khẩu gạo của Việt Nam giai đoạn 2023-2025

	2022	2023	2024	2025	Tăng trưởng 2023-2025 (%)
Khối lượng (1.000 tấn)	7.105	8.132	9.034	8.063	4,30

¹ Thạc sĩ, Phòng Dự báo thị trường- Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương

Tăng trưởng (%)	13,8	14,5	11,1	-10,7	
Kim ngạch (1.000 USD)	3.455	4.676	5.666	4.104	5,91
Tăng trưởng (%)	5,1	35,3	21,2	-27,6	

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu của Cục Hải quan các năm 2022-2025

Thứ hai, thị trường xuất khẩu gạo được đa dạng hóa, phát triển thị trường mới, chuyển dịch cơ cấu thị trường xuất khẩu gạo đã đạt được những kết quả tích cực, đặc biệt đã thâm nhập, cải thiện thị phần và tăng được lượng xuất khẩu sang các thị trường cao cấp như Mỹ, EU, Hàn Quốc, Nhật Bản, Úc, Anh...

Thứ ba, chủng loại gạo xuất khẩu ngày càng đa dạng, phong phú, chuyển dịch cơ cấu mặt hàng xuất khẩu gạo Việt Nam đã đạt được nhiều kết quả tích cực, tỷ trọng gạo phẩm cấp cao, giá trị cao, gạo thơm, gạo đặc sản... ngày càng tăng trong khi tỷ trọng gạo chất lượng, phẩm cấp trung bình và thấp có xu hướng ngày càng giảm.

Thứ tư, đã thành công trong việc xây dựng và quảng bá một số thương hiệu gạo Việt Nam được thị trường nhập khẩu đón nhận, trong đó phải kể tới 9 chủng loại gạo thơm đã được thị trường EU và Vương quốc Anh cho phép nhập khẩu theo EVFTA và UKVFTA là Jasmine 85; ST 5; ST 20; Nàng Hoa 9; VD 20; RVT; OM 4900; OM 5451; Tài nguyên Chợ Đào.

Thứ năm, những kết quả tích cực trong thực hiện Chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu gạo thời gian qua là do nhiều nguyên nhân cả khách quan và chủ quan, bên cạnh những thuận lợi và cơ hội từ điều kiện tự nhiên và tăng nhu cầu của thị trường quốc tế, thì những nỗ lực chủ quan của Nhà nước và doanh nghiệp gạo phải kể tới (i) Việt Nam đang nỗ lực thay thế dần các loại gạo phẩm cấp, chất lượng thấp và trung bình sang trồng các giống lúa có chất lượng phẩm cấp cao để xuất khẩu sang các thị trường cao cấp, đòi hỏi cao như Mỹ, EU, Hàn Quốc; (ii) tái cơ cấu ngành hàng lúa gạo được triển khai mạnh mẽ đã làm thay đổi quy trình canh tác lúa theo hướng nâng cao chất lượng thay vì tăng sản lượng; (iii) tăng cường hội nhập quốc tế, ký kết, tham gia nhiều hiệp định thương mại với nhiều quốc gia mang tầm chiến lược như Hiệp định đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA); Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP); Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên hiệp Vương quốc Anh và Bắc Ai-len (UKVFTA) đã tạo điều kiện cho gạo Việt Nam bứt phá...

1.2. Một số vấn đề đặt ra đối với thực hiện Chiến lược giai đoạn tiếp theo

Thứ nhất, vấn đề về đổi mới mạnh mẽ hình thức sản xuất, phương thức sản xuất gạo theo hướng sản xuất hàng hóa tập trung, quy mô lớn, ứng dụng thành tựu khoa học công nghệ, quy trình sản xuất tiên tiến, sạch và bền vững nhằm truy xuất nguồn gốc, minh bạch thông tin sản phẩm.

Thứ hai, vấn đề về tiếp tục đầu tư thỏa đáng cho công tác nghiên cứu, chọn tạo giống, cải tiến giống lúa, phát triển các giống chất lượng tạo dựng nên thương hiệu gạo đặc sản, gạo

thơm, gạo nếp, gạo hữu cơ, các chủng gạo mới, lành mạnh và tốt cho sức khỏe đáp ứng được nhu cầu đòi hỏi ngày càng cao và đa dạng, phong phú của người tiêu dùng ở các khu vực thị trường khác nhau trên thế giới.

Thứ ba, vấn đề về tiếp tục phát triển thị trường xuất khẩu gạo thời gian tới phải trên cơ sở phát triển năng lực đổi mới và sáng tạo của quốc gia; tăng cường ứng dụng thành tựu khoa học, công nghệ của CMCN 4.0, ứng dụng TMĐT, kinh tế số hóa, phát triển sản xuất lúa hữu cơ, xanh, sạch, thân thiện môi trường nhằm hạ giá thành, nâng cao năng lực cạnh tranh và hiệu quả xuất khẩu gạo của Việt Nam.

Thứ tư, vấn đề về tăng cường liên kết, hợp tác kinh tế kỹ thuật ngành gạo trong nước và quốc tế, tham gia tích cực trong các chuỗi cung ứng gạo khu vực, toàn cầu trong khuôn khổ các FTA song phương, đa phương. Tăng cường thu hút đầu tư và chuyển giao công nghệ từ các thị trường phát triển, các thị trường có FTA thế hệ mới với Việt Nam trong lĩnh vực giống, gieo trồng và chế biến lúa gạo để xuất khẩu trở lại các thị trường này, từ đó mở rộng thị phần, tăng xuất khẩu và nâng cao hiệu quả, sức cạnh tranh cho gạo xuất khẩu của Việt Nam.

Thứ năm, vấn đề về tiếp tục đẩy mạnh đa dạng hóa và phát triển thị trường xuất khẩu gạo mới, tận dụng lợi thế so sánh để củng cố vị thế và khai thác hiệu quả các thị trường gần, thị trường truyền thống, trọng điểm có nhu cầu nhập khẩu gạo phù hợp với điều kiện sản xuất, cung ứng gạo hiện nay; tích cực, chủ động phát triển các thị trường mới, thị trường tiềm năng, tăng tỷ trọng các thị trường nhập khẩu gạo chất lượng, giá trị gia tăng cao; từng bước giảm tỷ trọng các thị trường nhập khẩu gạo có chất lượng, giá trị gia tăng và hiệu quả thấp, không ổn định. Tận dụng tốt các thị trường ngách ở tất cả các khu vực thị trường nhập khẩu trên toàn cầu.

Thứ sáu, vấn đề về tiếp tục cải thiện, nâng cao chất lượng thể chế và hiệu quả chính sách xuất khẩu gạo của Việt Nam để đảm bảo thực hiện phát triển xuất khẩu gạo theo chiều sâu, nâng cao năng lực cạnh tranh của gạo Việt Nam xuất khẩu ra thị trường thế giới.

2. Đề xuất giải pháp nhằm tiếp tục nâng cao hiệu quả thực hiện các mục tiêu Chiến lược tới năm 2030

2.1. Nhóm giải pháp đối với nhà nước

Thứ nhất, tăng cường năng lực cung ứng gạo cho xuất khẩu trên cơ sở đổi mới tổ chức sản xuất, phát triển công nghệ sau thu hoạch, chế biến, bảo quản, xây dựng thương hiệu gạo Việt Nam.

- Có cơ chế khuyến khích, tạo điều kiện thuận lợi cho nghiên cứu chọn lọc, lai tạo giống lúa năng suất, chất lượng cao, phù hợp với yêu cầu của thị trường. Chú trọng phát triển các giống lúa cho sản phẩm gạo trắng chất lượng cao, gạo thơm, gạo hạt tròn, gạo nếp và một số giống lúa đặc sản vùng miền, loại bỏ việc canh tác các giống lúa kém chất lượng, không hiệu quả.
- Quy hoạch và tổ chức sản xuất theo vùng nguyên liệu, vùng chuyên canh lúa hàng hóa phục vụ xuất khẩu sang các thị trường cụ thể với sự liên kết, liên doanh, đặt hàng của doanh nghiệp.
- Ứng dụng công nghệ tiên tiến, công nghệ cao vào sản xuất, chế biến sâu, bảo quản lúa gạo, giảm tổn thất sau thu hoạch.

- Tăng cường kiểm tra, kiểm soát sản xuất, kinh doanh, sử dụng giống, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật trong sản xuất lúa, bảo đảm an toàn thực phẩm, đáp ứng yêu cầu của thị trường.

- Đầu tư phòng kiểm định chất lượng gạo đạt tiêu chuẩn quốc tế tại các vùng trồng lúa lớn để tạo thuận lợi cho việc kiểm tra chất lượng gạo, góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm gạo đạt chuẩn chất lượng quốc tế.

- Triển khai thực hiện các giải pháp về xây dựng thương hiệu gạo Việt Nam. Hỗ trợ đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ thương hiệu quốc gia gạo Việt Nam dưới hình thức nhãn hiệu chứng nhận ở trong nước và nước ngoài.

Thứ hai, tăng cường quan hệ hợp tác quốc tế và đầu tư với các quốc gia và vùng lãnh thổ để mở rộng thị trường xuất khẩu

- Đẩy mạnh hợp tác quốc tế trong sản xuất, chế biến lúa gạo; tăng cường hợp tác, kết nối trao đổi thông tin, thiết lập quan hệ với các đối tác trong việc đào tạo nhân lực, chuyển giao kinh nghiệm và công nghệ sản xuất, chế biến, bảo quản lúa gạo nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm đáp ứng yêu cầu thị trường.

- Thiết lập và tăng cường quan hệ hợp tác thương mại gạo cả theo kênh Chính phủ và doanh nghiệp. Tăng cường cơ chế hợp tác với hệ thống phân phối gạo lớn ở các thị trường trọng điểm, tiềm năng.

- Hợp tác đầu tư sản xuất lúa gạo tại các nước có nhu cầu và có tiềm năng, lợi thế về sản xuất lúa gạo.

- Đẩy mạnh các hoạt động đàm phán song phương, đa phương nhằm đạt được các thỏa thuận mở cửa thị trường đối với mặt hàng gạo. Tập trung tốt các cơ hội mở cửa thị trường của nước ngoài và lộ trình cắt giảm thuế quan để đẩy mạnh xuất khẩu và nâng cao hiệu quả xuất khẩu gạo.

- Rà soát, đàm phán ký kết các hiệp định, thỏa thuận về sự phù hợp và công nhận lẫn nhau về kiểm dịch, chất lượng sản phẩm, tiêu chuẩn an toàn thực phẩm với các thị trường tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu gạo Việt Nam và làm cơ sở định hướng sản xuất và xuất khẩu.

Thứ ba, hỗ trợ xây dựng, nâng cao năng lực của thương nhân kinh doanh xuất khẩu gạo

- Hướng dẫn, hỗ trợ các thương nhân kinh doanh xuất khẩu gạo áp dụng các mô hình quản lý chất lượng, an toàn thực phẩm trong tổ chức sản xuất, chế biến, lưu thông phân phối và xuất khẩu gạo; Hỗ trợ đào tạo, tập huấn nâng cao năng lực nghiên cứu thị trường, marketing xuất khẩu, marketing quốc tế; nâng cao năng lực đàm phán, ký kết, thực hiện hợp đồng, xử lý tranh chấp thương mại quốc tế... cho đội ngũ lao động và quản lý của doanh nghiệp.

- Xây dựng, hoàn thiện chính sách hỗ trợ thương nhân kinh doanh xuất khẩu gạo tham gia các dự án liên kết công tư, tham gia vào chuỗi giá trị gạo khu vực/toàn cầu với các sản phẩm gạo thương hiệu Việt Nam có giá trị gia tăng cao, đưa sản phẩm gạo có thương hiệu quốc gia vào hệ thống phân phối của các nước.

- Định hướng, hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng chiến lược mặt hàng, thị trường xuất khẩu gạo của doanh nghiệp; củng cố mạng lưới đối tác bạn hàng, khai thác, phát triển quan hệ hợp tác, đối tác với đội ngũ thương nhân gốc Việt tại các thị trường nhập khẩu; phát triển đại diện của doanh nghiệp ở nước ngoài để đẩy mạnh xuất khẩu gạo.
- Thúc đẩy các thương nhân kinh doanh xuất khẩu gạo chú trọng phát triển thị trường nội địa, góp phần đa dạng hóa kênh tiêu thụ, hạn chế rủi ro thị trường và tạo thế đối trọng trong giao dịch đàm phán hợp đồng xuất khẩu.

Thứ tư, nâng cấp, phát triển cơ sở hạ tầng, logistics, thanh toán

- Có chính sách khuyến khích phát triển, đa dạng hóa các loại hình dịch vụ logistics, áp dụng công nghệ hiện đại về kỹ thuật và quản lý để giảm thời gian lưu tàu, giảm chi phí bốc dỡ. Xã hội hóa hoạt động đầu tư hạ tầng kỹ thuật cho dịch vụ logistics phục vụ xuất khẩu gạo.
- Khuyến khích và hỗ trợ các thương nhân kinh doanh xuất khẩu gạo đổi mới phương thức kinh doanh, tăng cường ứng dụng TMDT, kinh tế số hóa trong quản trị, điều hành và vận hành doanh nghiệp để giảm chi phí, hạ giá thành, nâng cao sức cạnh tranh và hiệu quả xuất khẩu gạo.
- Hỗ trợ các thương nhân kinh doanh xuất khẩu gạo về thanh toán ngân hàng và hoán đổi các đồng tiền thanh toán đối với các nước nhập khẩu gặp khó khăn về vấn đề thanh toán; đa dạng hóa đồng tiền thanh toán và phòng ngừa rủi ro về tỷ giá...

2.2. Giải pháp đối với doanh nghiệp và hiệp hội

- Doanh nghiệp cần nâng cao sự chủ động trong việc xây dựng và thực hiện nghiên cứu thị trường và marketing xuất khẩu gạo, cần nắm bắt rõ thông tin thị trường, chính sách nhập khẩu gạo của các nước, chính sách hỗ trợ xuất khẩu gạo của Chính phủ cập nhật, chính xác, đầy đủ.
- Chủ động đổi mới, nâng cao chất lượng, giá trị gia tăng và giá trị mới của sản phẩm gạo xuất khẩu, xây dựng các liên kết từ sản xuất, phân phối đến tiêu dùng và xuất khẩu, hình thành các chuỗi cung ứng để có thể tạo được chỗ đứng vững chắc trong các chuỗi giá trị khu vực và toàn cầu hàng gạo.
- Chủ động tìm hiểu, nắm bắt và hiểu rõ các quy định về mở cửa thị trường, ưu đãi thuế quan, thực thi hạn ngạch thuế quan về gạo, các quy định về vệ sinh, kiểm dịch động thực vật và các quy định về thuận lợi hóa thương mại... trong các Hiệp định thương mại tự do song phương, đa phương mà Việt Nam đã, đang và sẽ ký kết, tham gia để khai thác tốt nhất các cơ hội thị trường mới mở ra, đẩy mạnh công tác phát triển thị trường và đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu gạo.
- Chú trọng nâng cao trình độ tổ chức và quản lý doanh nghiệp bởi đây là yếu tố quan trọng để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Các doanh nhân bên cạnh những kiến thức chuyên môn, năng lực tổ chức quản lý cần có tầm nhìn để thích ứng kịp thời với môi trường kinh doanh đầy biến động. Đồng thời, cần có chiến lược đa dạng hóa các sản phẩm,

dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng cũng như phân tán rủi ro với các sản phẩm và thị trường xuất khẩu.

- Đổi mới, tăng cường ứng dụng thành tựu khoa học kỹ thuật, công nghệ, ứng dụng TMĐT, kinh tế số hóa trong sản xuất, kinh doanh, chế biến và xuất khẩu gạo.

- Tăng cường trao đổi, kết nối giữa doanh nghiệp và các cơ quan quản lý và các tổ chức hỗ trợ thương mại. Tăng cường kết nối hoạt động kinh doanh trong nước và xuất, nhập khẩu, đầu tư quốc tế; Tăng cường liên kết dọc theo chuỗi cung ứng quốc gia, khu vực và toàn cầu về mặt hàng gạo nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động và sức cạnh tranh xuất khẩu của doanh nghiệp.

- Đối với Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA), cần tăng cường năng lực nội sinh của Hiệp hội nhằm đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ trong tình hình mới, đảm bảo thượng tôn pháp luật, phát huy vai trò tập hợp, hỗ trợ thương nhân và hợp tác, liên kết vững chắc, hiệu quả các tác nhân trong chuỗi giá trị lúa gạo xuất khẩu từ thượng nguồn nơi sản xuất tới tận hạ nguồn là nhà nhập khẩu, người tiêu dùng gạo Việt Nam ở nước ngoài.

2.3. Giải pháp đối với từng khu vực thị trường xuất khẩu gạo

Thứ nhất, đối với thị trường châu Á: Khai thác tốt nhất lợi thế so sánh và vị trí địa kinh tế thuận lợi, cùng sự phát triển quan hệ kinh tế thương mại với các đối tác truyền thống trong ASEAN, các thị trường Đông Bắc Á, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc để củng cố, gia tăng lượng và trị giá xuất khẩu gạo.

+ *Thị trường Đông Nam Á:* Đẩy mạnh việc cải tiến giống lúa gieo trồng sang các loại giống lúa có chất lượng cao, giá trị cao bao gồm các giống gạo thơm, gạo nếp, gạo đặc sản để chuyển đổi cơ cấu gạo xuất khẩu lên phân khúc từ trung bình đến cao cấp, giảm thị phần gạo phẩm cấp thấp nhằm củng cố và giữ vững thị phần gạo có chất lượng trung bình trở lên tại các thị trường truyền thống, trọng điểm như Philippine, Malaysia, Indonesia. Thương vụ Việt Nam tại các thị trường trọng điểm Đông Nam Á cần tăng cường hoạt động cung cấp thông tin thị trường, sự thay đổi chính sách của các nước, hỗ trợ xúc tiến thương mại và quảng bá hình ảnh, thương hiệu gạo Việt Nam và các doanh nghiệp xuất khẩu gạo Việt Nam, tăng cường giới thiệu, kết nối các nhà nhập khẩu, phân phối gạo nước đối tác với các doanh nghiệp xuất khẩu gạo Việt Nam ...

+ *Thị trường Trung Quốc:* (i) Tăng cường hợp tác, điều phối chính sách giữa chính phủ và chính quyền địa phương các cấp hai nước Việt Nam - Trung Quốc, tăng cường quan hệ đối tác thương mại giữa doanh nghiệp hai nước và đẩy mạnh giao lưu văn hóa, xã hội giữa nhân dân hai nước, tạo môi trường thuận lợi, hợp tác và phát triển nhằm đẩy mạnh xuất khẩu gạo của Việt Nam sang Trung Quốc; (ii) Tập trung nguồn lực của quốc gia, doanh nghiệp xây dựng năng lực cạnh tranh cho hàng gạo Việt Nam cả về giá cả và chất lượng để đáp ứng tốt nhu cầu và yêu cầu ngày càng cao của thị trường Trung Quốc về chất lượng, an toàn thực phẩm, kiểm dịch động thực vật và truy xuất nguồn gốc; (iii) các doanh nghiệp cần đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu thị trường, marketing và xúc tiến xuất khẩu gạo sang Trung Quốc, tập trung xây dựng và phát triển các kênh phân phối chính thức, trực tiếp sản

phẩm gạo Việt Nam có chất lượng, thương hiệu, giá trị cao để có thể đáp ứng được yêu cầu ngày càng cao của tầng lớp khá giả ngày càng đông đảo của Trung Quốc.

+ *Thị trường Đông Bắc Á:* (i) Tập trung nỗ lực của Nhà nước và cộng đồng doanh nghiệp trong hoạt động xúc tiến xuất khẩu gạo sang các thị trường Hàn Quốc và Nhật Bản; (ii) Lựa chọn, tăng cường quảng bá, giới thiệu về sản phẩm gạo chất lượng cao, gạo lứt, gạo hạt dài, gạo có thương hiệu và các sản phẩm gạo chế biến của Việt Nam tại các thị trường Đông Bắc Á; (iii) Thương vụ Việt Nam cần nghiên cứu kỹ về chính sách nhập khẩu gạo và hạn ngạch thuế quan nhập khẩu gạo hàng năm của Hàn Quốc, Nhật Bản cũng như các thủ tục, quy trình đấu thầu hạn ngạch để kịp thời cung cấp và hỗ trợ cho các doanh nghiệp xuất khẩu gạo Việt Nam nhằm tăng khả năng trúng thầu xuất khẩu gạo; (iv) Tăng cường thu hút đầu tư và chuyển giao công nghệ từ Hàn Quốc, Nhật Bản vào lĩnh vực trồng, chế biến lúa gạo để xuất khẩu trở lại các thị trường này; (v) Thúc đẩy phát triển sản xuất, xuất khẩu các sản phẩm chế biến từ lúa gạo sang Hàn Quốc, Nhật Bản.

Thứ hai, đối với thị trường châu Phi, Trung Đông

- *Thị trường châu Phi:*

+ Tăng cường quan hệ hợp tác về thương mại gạo với các nước, chú trọng việc đàm phán, ký kết các Bản ghi nhớ, thỏa thuận về thương mại gạo với các nước có nhu cầu nhập khẩu gạo lớn như Ghana, Bờ biển Ngà, Nam Phi, Nigieria...

+ Đa dạng hóa sản phẩm gạo xuất khẩu về chủng loại, về phẩm cấp, chất lượng để quảng bá, xúc tiến các loại gạo trắng, hạt dài, rời hạt, gạo cứng, gạo dẻo, gạo thơm phù hợp với từng đối tượng khách hàng và thị trường khác nhau nhằm tăng mạnh sản lượng và trị giá gạo xuất khẩu sang thị trường đang còn tiềm năng lớn này.

+ Có chính sách phù hợp và hiệu quả bảo lãnh, bảo hiểm rủi ro thanh toán và hỗ trợ chi phí logistics hợp lý cho các doanh nghiệp xuất khẩu gạo sang châu Phi do đặc thù về điều kiện, phương thức thanh toán và vị trí địa lý xa xôi, khác biệt về văn hóa, phong tục tập quán, trình độ phát triển thị trường của nhiều nước còn thấp.

+ Tăng cường quan hệ hợp tác đầu tư giữa Việt Nam và các nước châu Phi trong sản xuất, chế biến và tiêu thụ lúa gạo tại thị trường châu Phi của các doanh nghiệp Việt Nam, nhất là đối với các thị trường tiềm năng lớn như Gha-na và Bờ biển Ngà, Nigieria, Modambích, Senegal, Tanzania, Ai cập...

- *Thị trường Trung Đông*

+ Khuyến khích, hỗ trợ doanh nghiệp trong nước nghiên cứu thị trường, tìm kiếm cơ hội kinh doanh, kết nối với các đầu mối nhập khẩu gạo tại các thị trường Iran, Irắc; Nhà nước nghiên cứu và đưa ra các giải pháp chính sách phù hợp và hiệu quả hỗ trợ khắc phục khó khăn cho doanh nghiệp xuất khẩu trong khâu thanh toán và logistics với các thị trường này.

+ Nỗ lực của Nhà nước và doanh nghiệp cần tập trung khai thác các kênh xuất khẩu gạo trắng chất lượng cao vào thị trường Ả rập Xê-út, Các Tiểu vương quốc Ả rập Thống nhất và các thị trường vùng Vịnh khác thông qua (i) tăng cường trao đổi cấp cao để thúc đẩy hợp tác kinh tế, thương mại, đầu tư đi vào chiều sâu và bảo đảm tối đa lợi ích của doanh nghiệp Việt

Nam cũng như lợi ích của các doanh nghiệp khu vực Trung Đông; (ii) tích cực thúc đẩy hợp tác song phương thông qua kênh Ủy ban hỗn hợp giữa Việt Nam và các nước trong khu vực Trung Đông. Đây là một kênh hợp tác có hiệu quả, thông qua đó, các bên rà soát tình hình hợp tác và cùng bàn bạc, đề ra những giải pháp cụ thể cho việc thúc đẩy quan hệ hợp tác; (iii) tăng cường quan hệ hợp tác giữa các Bộ, ngành chức năng, các Phòng thương mại và công nghiệp, Hiệp hội doanh nghiệp giữa các bên để hỗ trợ liên kết, kết nối doanh nghiệp Việt Nam với các đối tác tiềm năng tại khu vực; tiếp cận các thị trường, đối tác mới; tham gia sâu vào các chuỗi sản xuất, cung ứng khu vực và toàn cầu, thông qua tổ chức diễn đàn, hội thảo, hội nghị xúc tiến thương mại; (iv) tích cực thúc đẩy, xây dựng, hoàn thiện và ký kết các khuôn khổ pháp lý, cơ chế chính sách nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho hợp tác song phương với khu vực về kinh tế, thương mại nói chung và thương mại hàng gạo của Việt Nam nói riêng; (v) doanh nghiệp cần chú trọng nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu thông qua cải tiến giống lúa, nâng cao chất lượng, đảm bảo yêu cầu an toàn thực phẩm, đảm bảo tiêu chuẩn thực phẩm Halal... để có thể cạnh tranh với gạo Ấn Độ, Pakistan, Thái Lan... vốn đã có danh tiếng và thống trị thị phần gạo tại khu vực Trung Đông - nơi có nhu cầu tiêu thụ gạo lớn và cũng là thị trường trung chuyển gạo lớn nhất giữa ba châu lục Á-Âu-Phi.

Thứ ba, đối với phát triển thị trường châu Âu

- Tập trung các nỗ lực của Chính phủ và cộng đồng doanh nghiệp trong khâu cải thiện nguồn cung xuất khẩu, đặc biệt là khâu giống, phương thức canh tác và chế biến tiên tiến, xanh, thân thiện môi trường, đảm bảo chất lượng cao, xây dựng thương hiệu gạo thơm, gạo đặc sản.
- Tăng cường hàm lượng chế biến, đa dạng hóa, phát triển sản phẩm gạo mới cho xuất khẩu, thâm nhập mạnh mẽ phân khúc thị trường gạo trắng chất lượng cao, gạo thơm giá trị cao, tận dụng các thị trường ngách gạo hạt ngắn, gạo hữu cơ, gạo đỏ, gạo tăng cường vi chất dinh dưỡng, gạo đặc sản mà Việt Nam có lợi thế sản xuất, xuất khẩu.
- Khai thác tốt nhất tiềm năng thị trường của cộng đồng người Việt, người châu Á, các nhà hàng, siêu thị tại châu Âu để khuyến khích, tăng nhu cầu tiêu dùng gạo Việt Nam.
- *Đối với thị trường EU và Vương Quốc Anh:* Trong thời gian tới năm 2030 và dài hạn hơn, EU vẫn duy trì vị thế là một trong 3 trung tâm nhập khẩu gạo lớn trên thế giới. Đây là khu vực thị trường đã ký và thực thi Hiệp định thương mại tự do với Việt Nam và còn tiềm năng, cơ hội tăng trưởng lớn đối với xuất khẩu gạo của Việt Nam sang khu vực. Vì vậy, cần:
 - + Khai thác, tận dụng tốt nhất các các cơ hội thị trường từ các hiệp định thương mại tự do EVFTA, UKVFTA để đẩy mạnh xuất khẩu gạo chất lượng cao, gạo thơm, gạo đặc sản và các sản phẩm gạo chế biến sang châu Âu;
 - + Tiếp tục thúc đẩy đàm phán với Liên minh châu Âu (EU), Vương quốc Anh để sửa đổi bổ sung thêm danh sách các loại gạo thơm được hưởng cam kết về hạn ngạch thuế quan theo Hiệp định EVFTA, Hiệp định UKVFTA.
 - + Tăng cường nỗ lực thu hút đầu tư và chuyển giao công nghệ từ các thành viên EVFTA và UKVFTA trong khâu nghiên cứu, lai tạo giống, trồng trọt và chế biến lúa gạo, đặc biệt là các phân khúc gạo chất lượng cao, gạo thơm, gạo đặc sản, gạo chế biến có giá trị gia

tăng cao từ các nhà đầu tư chất lượng cao EU, Vương Quốc Anh nhằm tăng cường năng lực tham gia của doanh nghiệp gạo Việt Nam trong chuỗi giá trị gạo khu vực/toàn cầu vừa để xuất khẩu gạo trở lại các thị trường này và vừa giúp Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu gạo ra thị trường toàn cầu.

+ Tăng cường quảng bá sản phẩm gạo chất lượng cao, gạo thơm, gạo đặc sản, hữu cơ, gạo lứt, gạo đỏ, các thương hiệu gạo Việt Nam và sản phẩm chế biến từ gạo tới các thị trường tiêu dùng và nhập khẩu gạo lớn của EU như Italia, Đức, Ba Lan, Hà Lan, Cộng hòa Séc, Pháp, Tây Ban Nha, Vương quốc Anh...

+ Xúc tiến thiết lập các quan hệ đối tác chặt chẽ giữa các doanh nghiệp gạo Việt Nam với các nhập khẩu, phân phối gạo lớn của EU, vương quốc Anh để khai thác tận dụng tốt nhất hạn ngạch thuế quan gạo nhằm mở rộng thị phần, tăng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường EU, Vương quốc Anh.

- *Các thị trường thuộc Liên minh kinh tế Á - Âu (EAEU)*

+ Tăng cường các nỗ lực của Nhà nước và doanh nghiệp Việt Nam trong khai thác, tận dụng đầy đủ các ưu đãi theo cam kết mở cửa thị trường trong Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh kinh tế Á - Âu để đẩy mạnh xuất khẩu gạo sang các thị trường EAEU.

+ Khai thác kênh cộng đồng người Việt, doanh nhân gốc Việt, cộng đồng gốc Á tại các nước trong EAEU, hợp tác, khai thác các hạ tầng thương mại, dịch vụ gạo như chợ, của hàng tạp hóa, siêu thị, đại siêu thị, quán ăn, nhà hàng... của cộng đồng người gốc Á các nước EAEU, nhất là các thị trường lớn, tiềm năng Liên bang Nga, Bêlarút để tăng cường cung ứng gạo và sản phẩm từ gạo của Việt Nam cho các cơ sở này.

+ Tăng cường vai trò của sứ quán, thương vụ Việt Nam trong nghiên cứu, cung cấp thông tin về thị trường, chính sách nhập khẩu gạo của các nước, thực hiện các chiến dịch, sự kiện, giới thiệu quảng bá về sản phẩm, doanh nghiệp gạo của Việt Nam, chấp nối, thúc đẩy quan hệ thương mại, đầu tư giữa các doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp nước sở tại ngành gạo...

Thứ tư, đối với thị trường châu Mỹ, châu Đại Dương: Tập trung vào các phân khúc gạo chất lượng cao. Tăng cường xúc tiến thương mại, khai thác cơ hội thị trường các nước châu Mỹ Latin, cơ hội thị trường từ việc ký kết, tham gia Hiệp định CPTPP nhằm đẩy mạnh xuất khẩu và nâng thị phần xuất khẩu gạo của Việt Nam sang châu Mỹ, châu Đại Dương.

- *Đối với thị trường Hoa Kỳ:* Tập trung nỗ lực của Nhà nước và cộng đồng doanh nghiệp nhằm nâng cao sức cạnh tranh, quyết liệt trong việc thực hiện giành thị phần gạo trên thị trường Hoa Kỳ trước các đối thủ cạnh tranh rất mạnh Ấn Độ, Thái Lan, Trung Quốc, Pakistan...; Tận dụng, khai thác các kênh tiêu thụ, phân phối gạo của cộng đồng người gốc Việt, gốc Á tại Hoa Kỳ để thâm nhập mạnh vào thị trường gạo nước này; Các cơ quan đại diện ngoại giao, thương mại Việt Nam ở Hoa Kỳ cần đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu, cung cấp thông tin về thị trường gạo Hoa Kỳ, chính sách sản xuất, thương mại, nhập khẩu hàng gạo của nước này cho các nhà quản lý và các nhà xuất khẩu gạo Việt Nam; Thúc đẩy kết nối quan hệ thương mại đầu tư giữa các nhà phân phối, nhập khẩu gạo Hoa Kỳ với

doanh nghiệp gạo Việt; Tăng cường tổ chức các sự kiện, chương trình quảng bá, giới thiệu về sản phẩm gạo chất lượng cao, gạo thơm, đặc sản có thương hiệu, doanh nghiệp xuất khẩu gạo và văn hóa ẩm thực Việt Nam tới người tiêu dùng gạo Hoa Kỳ...

- *Đối với các thị trường thành viên CPTPP (Canada, Mehicô, Chilê và Pêru):* Khai thác tối đa tiềm năng và lợi thế của việc mở cửa thị trường gạo theo Hiệp định CPTPP để phát triển thị trường xuất khẩu gạo; Nghiên cứu kỹ, nắm rõ các cam kết CPTPP về gạo của từng thành viên để có đối sách và chính sách phù hợp thúc đẩy tăng nhanh xuất khẩu sang các thị trường Canada, Mêhicô, Chilê và Pêru; Phát triển quan hệ thương mại, đầu tư về hàng gạo với các đối tác Canada, Mêhicô để nâng thị phần xuất khẩu gạo sang các nước này. Chú trọng xây dựng và phát triển quan hệ thương mại gạo lâu dài với các đối tác Chi Lê, Pêru, tăng cường quảng bá, xúc tiến gạo Việt nam tới các thị trường này, đẩy mạnh xuất khẩu gạo Việt Nam sang Chilê, Pêru, qua đó có thể thâm nhập các thị trường gạo Nam Mỹ khác.

- Tiếp tục đẩy mạnh hoạt động marketing và xúc tiến xuất khẩu hàng gạo tại thị trường các nước châu Mỹ khác: nỗ lực duy trì và củng cố thị phần xuất khẩu tại các thị trường truyền thống Cuba, Hai-ti và phát triển thêm các thị trường xuất khẩu gạo mới và tiềm năng tại Trung Mỹ, Caribê và Nam Mỹ.

- *Đối với thị trường Châu Đại dương:* nỗ lực khai thác, tận dụng cơ hội thị trường từ các Hiệp định thương mại tự do AANZFTA, CPTPP... để đẩy mạnh xuất khẩu gạo sang các thị trường cao cấp Ôt-xtrây-lia, Niu Dilân; Chú trọng xây dựng và phát triển thương hiệu gạo Việt Nam đối với một số chủng loại gạo chất lượng cao, gạo thơm, gạo đặc sản và tăng cường quảng bá, xúc tiến mạnh mẽ các thương hiệu gạo này tại 2 thị trường; Thúc đẩy tăng cường quan hệ thương mại và đầu tư về gạo giữa Việt Nam và Ôxtrâylia, Niu Dilân và giữa các doanh nghiệp gạo hai bên, chú trọng thu hút đầu tư trực tiếp từ các nhà sản xuất, chế biến, thương mại gạo của Ôxtrâylia vào các vùng lúa trọng điểm ở Đồng bằng sông Cửu Long, đồng bằng sông Hồng và Trung du miền núi phía Bắc của Việt Nam để sản xuất, xuất khẩu gạo chất lượng cao, gạo đặc sản và sản phẩm chế biến từ gạo trở lại thị trường Ôxtrâylia; đa dạng hóa, phát triển các thị trường xuất khẩu gạo mới ở Châu Đại dương...

Tài liệu tham khảo:

1. Bộ Công Thương (2025), *Báo cáo Xuất nhập khẩu Việt Nam 2024*, Nhà xuất bản Công Thương
2. Cục Thống kê (2026), *Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội quý I năm 2026*. Truy cập tại <https://www.nso.gov.vn/2026/04/bao-cau-tinh-hinh-kinh-te-xa-hoi-quy-i-nam-2026/>
3. Số liệu thống kê xuất khẩu hàng hóa các năm 2022, 2023, 2024, 2025, Cục Hải quan, Bộ Tài chính
4. Thủ tướng Chính phủ (2023), *Quyết định số 583/QĐ-TTg ngày 26/5/2023 về phê duyệt Chiến lược phát triển thị trường gạo đến năm 2030*
5. Trịnh Xuân Trường (2023), *Những thành tựu và giải pháp tăng cường xuất khẩu gạo của Việt Nam*, Tạp chí Công Thương, số 16 tháng 7 năm 2023

6. VietnamBiz (2026), *Báo cáo thị trường lúa gạo quý I/2026*

PROPOSALS TO ENHANCE THE EFFECTIVENESS OF THE RICE EXPORT MARKET DEVELOPMENT STRATEGY BY 2030

Hoang Thi Van Anh

The Rice Export Market Development Strategy through 2030, approved under Decision No. 583/QĐ-TTg dated May 26, 2023, marks a strategic shift from export volume toward higher value, with a gradual reduction in export volume and greater emphasis on market diversification, brand development, and sustainability. In recent years, the Government, the Ministry of Industry and Trade, and other relevant ministries and agencies have implemented various measures to support rice exporters, contributing to improvements in product quality, branding, and export value. Vietnamese rice has maintained stable production and traditional markets while gradually strengthening its position in premium segments and expanding into markets with stringent requirements, including the European Union (EU).

Nevertheless, Vietnam's rice exports continue to face significant challenges, including geopolitical uncertainties and rising costs; intense competition from major exporters such as India, Thailand, and Pakistan; technical barriers; increasingly stringent requirements for traceability and quality standards; and risks arising from dependence on a limited number of traditional markets, where changes in import policies can have substantial effects. Therefore, practical and effective solutions are needed to address existing export constraints, diversify and expand markets, enhance the competitiveness of Vietnamese rice, and ensure the successful implementation of the strategy's objectives through 2030.

Keywords: *market development, market diversification rice export strategy, rice branding.*