

dành vốn đầu tư các công trình thủy lợi đầu nguồn.

Trong khâu trồng mới cũng cần chú ý mở rộng diện tích cà phê Arabica ở những nơi có điều kiện tự nhiên thích hợp như ở vùng Đăk Nông, Đăk Rlấp với quy mô hợp lý, góp phần điều chỉnh một bước cơ cấu chủng loại cà phê Robusta và Arabica trong cả nước. Và cuối cùng trong những việc cần làm ngay cho sự phát triển cây cà phê, Đăklăk

cũng phải dành kinh phí đầu tư xây dựng công nghệ chế biến gắn đầu tư khu công nghiệp chế biến tập trung với công nghệ tiên tiến và hiện đại với các vùng sản xuất cà phê xuất khẩu.

Cùng với chế biến cà phê đẩy mạnh sản xuất các dạng sản phẩm từ cà phê như bánh kẹo, rượu, cà phê hoà tan, cà phê đóng hộp... Thực hiện công nghiệp hoá - hiện đại hoá trong toàn ngành.

COFFEE PRODUCTION IN DAKLAK PROVINCE: REAL SITUATION AND SOLUTIONS OF DEVELOPMENT

(Summary)

Daklak province has more than 700 thousand ha of basaltic soil and other natural facilities suitable for developing coffee. Since 1976 its coffee area and grain yield have continuously increased from 6,355 ha and 1.058 MT/ha (1976) to 169,626 ha and 2.149 MT/ha (1998). Coffee growers of the province always attach great importance to intensive farming measures. So, its coffee output, quality and export turn-over more and more increased.

In this paper the author has shown the orientation and solutions to develop coffee in Daklak province in coming years.

XÁC ĐỊNH THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU CAO SU CỦA TỔNG CÔNG TY CAO SU VIỆT NAM

NGUYỄN HỒNG PHÚ

Trên thế giới hiện nay có 18 nước trồng và sản xuất cao su tự nhiên với sản lượng năm 1999 trên 6 triệu tấn, trong đó Việt Nam đứng thứ 6/18 nước với sản lượng khoảng 200.000 tấn/năm chiếm tỷ lệ 3,3%. Dự đoán đến năm 2020 sản lượng cao su thế giới sẽ đạt 7,5 triệu tấn, sản lượng cao su Việt Nam có thể đạt 450.000 tấn chiếm khoảng 5,8%.

Đặc điểm của Tổng Công ty Cao su Việt Nam là tổ chức sản xuất theo loại hình kinh tế quốc doanh quy mô lớn, vì thế hoàn toàn có thể kiểm soát được quá trình sản xuất từ khâu đầu đến khâu cuối cùng. Sản phẩm chủ yếu của Tổng Công ty Cao su Việt Nam là SVRL và SVR 3L, đây có thể coi là lợi thế so sánh của cao su Việt Nam. Nhu cầu thế giới về loại sản phẩm cao su cao cấp này có hạn chế, nhưng các nước sản xuất cao su khác do đặc điểm riêng (sản xuất tiểu điền) nên không thể có điều kiện sản xuất với số lượng lớn tập trung trong các loại sản phẩm cao su L và 3L như Tổng Công ty Cao su Việt Nam.

Mặc dù sản lượng cao su tự nhiên của Việt Nam hiện nay còn khiêm tốn, nhưng các năm qua đã xuất khẩu trực tiếp sang gần 40 nước, điều này nói lên sự rộng lớn của thị trường xuất khẩu cao su, và ưu thế của cao su Việt Nam trên thương trường. Tuy nhiên, là một doanh nghiệp lớn có sản phẩm chủ yếu xuất khẩu, Tổng Công ty Cao su cần nghiên cứu phân loại thị trường, lựa chọn các thị trường mục tiêu (phân khúc thị trường) để sản xuất các sản phẩm phù hợp, đồng thời có biện pháp tiếp thị, quảng cáo, xây dựng một thị trường tiêu thụ ổn định, lâu dài.

Phân tích lịch sử hình thành, phát triển của Tổng Công ty Cao su Việt Nam và thị trường xuất khẩu cao su thời gian gần đây, trên cơ sở xác định thế mạnh của Tổng Công ty Cao su Việt Nam là các loại sản phẩm nguyên liệu cao su L và 3L, chúng ta có thể xây dựng một số thị trường lớn chủ yếu, như sau:

a) **Trung Quốc:** Là một nước có nhu cầu nhập khẩu cao su tự nhiên lớn từ 400 - 500 ngàn tấn một năm, có đường biên giới chung với Việt Nam và là khách hàng tiêu thụ 60 - 70% sản lượng cao

su Việt Nam thời gian qua, chủ yếu là cao su loại SVR 3L và L.

Việc xuất khẩu cao su Việt Nam sang thị trường Trung Quốc phù hợp với năng lực sản xuất và cơ cấu sản phẩm hiện tại của Tổng Công ty Cao su; đặc biệt thị trường này ít đòi hỏi về mẫu mã và chất lượng sản phẩm, vì thế cần xác định Trung Quốc là thị trường xuất khẩu cao su số một của Việt Nam. Tuy nhiên, để mở rộng thị trường xuất khẩu, chúng ta cần tập trung giải quyết các vướng mắc tồn tại chủ yếu như: Trước hết cấp Chính phủ hai nước cần tập trung đàm phán để ký các nghị định, hiệp định về tài chính thương mại, đưa việc xuất khẩu cao su nói riêng và các hàng hoá sản xuất khác nói chung vào xuất khẩu chính ngạch, theo tập quán và thông lệ quốc tế.

Kế đến Tổng Công ty Cao su cần kiến nghị Chính phủ lập lại trật tự trong lĩnh vực xuất khẩu cao su mâu thuẫn trên nguyên tắc Tổng Công ty Cao su phải là chủ lực, các đơn vị xuất khẩu ngoài ngành phải được lựa chọn và đóng vai trò vệ tinh hỗ trợ Tổng Công ty Cao su... Ngoài ra, Tổng Công ty Cao su cần phải thành lập công ty chuyên kinh doanh xuất nhập khẩu cao su và xây dựng các kho ngoại quan tại các cửa khẩu Móng Cái hoặc Lạng Sơn, thậm chí có thể nghiên cứu xây dựng tại Quảng Châu, Thượng Hải, nơi có nhu cầu nguyên liệu cao su rất lớn của Trung Quốc nhằm đưa sản phẩm trực tiếp đến người tiêu dùng.

b) **Liên bang Nga và các nước thuộc khối Xã hội Chủ nghĩa Đông Âu cũ:** Nhiều năm trước đây Liên Xô và các nước xã hội chủ nghĩa Đông Âu (cũ) đã sử dụng quen các sản phẩm cao su tự nhiên của Việt Nam, đặc biệt là các loại sản phẩm L và 3L.

Hiện nay, do tình hình chính trị thay đổi nên gần 10 năm qua, việc xuất khẩu cao su sang thị trường này bị gián đoạn. Lý do chủ yếu là việc xuất khẩu cao su của Việt Nam chỉ thanh toán bằng ngoại tệ mạnh (USD) trong khi đó khả năng tài chính của các doanh nghiệp của Liên bang Nga và các nước bạn ở Đông Âu không cho phép.

Mặc dù nền sản xuất công nghiệp của họ rất cần nguyên liệu cao su tự nhiên của Việt Nam.

Từ tháng 7 năm 1999, Chính phủ Việt Nam thông báo chấp nhận cho việc xuất khẩu hàng hoá Việt Nam trong đó có cao su sang Liên Bang Nga được thanh toán theo hình thức trao đổi hàng hoá. Đây là một thuận lợi rất cơ bản để mở rộng thị trường xuất khẩu cao su và nhập về các vật tư thiết bị chủ yếu phục vụ cho việc sản xuất của ngành cao su và nền kinh tế Việt Nam.

Vì thế Tổng Công ty Cao su cần nắm bắt ngay thuận lợi này nhanh chóng thiết lập lại các quan hệ mua bán trao đổi hàng hoá với Liên Bang Nga, đây là một thị trường tiêu thụ cao su Việt Nam truyền thống, có nhu cầu rất lớn và thuộc loại "dễ tính" không đòi hỏi cao về chất lượng sản phẩm.

Ngoài ra, Tổng Công ty Cao su Việt Nam có thể nghiên cứu thành lập kho ngoại quan hoặc thành lập một chi nhánh công ty xuất nhập khẩu cao su đặt tại Maxcova hoạt động kinh doanh theo luật pháp của Liên Bang Nga.

c) Các nước công nghiệp phát triển thuộc khu vực Châu Á như: Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan, Hồng Kông, Singapore... có nhu cầu nhập khẩu cao su tự nhiên hàng năm tương đối lớn.

Tuy nhiên, do số lượng và chất lượng cao su Việt Nam còn hạn chế, giá bán chưa phù hợp, các hoạt động thương mại theo tập quán và thông lệ quốc tế còn mới mẻ, vì thế có nhiều vấn đề cần nghiên cứu.

Các nước công nghiệp phát triển thuộc châu Á, có tập quán, lịch sử tương tự như Việt Nam, vị trí địa lý gần Việt Nam, nếu chúng ta giải quyết tốt các vấn đề tồn tại trên, có thể mở rộng thị trường xuất khẩu sang khu vực này, cụ thể Tổng Công ty Cao su Việt Nam phải chuyển đổi cơ cấu sản phẩm sản xuất từ loại SVR 3L sang loại SVR 10, 20; bảo đảm chất lượng ổn định và cải tiến bao bì mẫu mã hàng hoá, cũng như các thủ tục đàm phán, ký hợp đồng xuất nhập khẩu của Việt Nam.

Đặc biệt Tổng Công ty Cao su Việt Nam phải nhanh chóng có biện pháp hạ giá thành sản phẩm để cạnh tranh với các nước sản xuất cao su khác; thực tế cho thấy giá cả là rào cản chính làm hạn chế việc xuất khẩu cao su Việt Nam sang các nước thuộc khu vực này.

d) Thị trường Mỹ: Mỹ là nước công nghiệp phát triển hàng đầu thế giới có nhu cầu cao su tự nhiên hàng năm rất lớn trên 1.000.000 tấn. Trước năm 1975 Mỹ đã từng là bạn hàng lớn của ngành cao su Việt Nam.

Việc xuất khẩu cao su tự nhiên sang thị trường Mỹ và thiết lập mối quan hệ thương mại với Mỹ có nhiều cơ hội thuận lợi cho phát triển của Tổng Công ty Cao su Việt Nam và ngành công nghiệp chế biến cao su còn non trẻ của Việt Nam.

Đây là thị trường lớn, nhiều thuận lợi chắc chắn, sẽ được khai thông trong tương lai không xa, vì thế ngay từ bây giờ Tổng Công ty Cao su Việt Nam cần chuẩn bị sẵn sàng các điều kiện cần thiết để nắm bắt các cơ hội mở rộng thị trường tiêu thụ.

Thực tế là các nước trên thế giới có nền kinh tế phát triển đều có nhu cầu rất lớn về cao su tự nhiên. Do số lượng xuất khẩu cao su có hạn, nên Tổng Công ty Cao su cần xác định một số thị trường lớn cơ bản như trên để tập trung xây dựng và củng cố mối quan hệ mua bán lâu dài. Đây là một công việc rất quan trọng trong chiến lược phát triển của Tổng Công ty Cao su Việt Nam; bởi vì thông qua việc xác định được các thị trường mục tiêu, Tổng Công ty Cao su Việt Nam mới nắm bắt được thị trường cần cái gì? sản phẩm loại nào? chất lượng, kiểu dáng, mẫu mã, giá cả ra sao? số lượng bao nhiêu?... Nhờ có các hoạt động nghiên cứu thị trường mục tiêu, các quyết định trong quá trình sản xuất kinh doanh của Tổng Công ty Cao su sẽ sát đúng hơn và có cơ sở khoa học vững chắc hơn; giúp Tổng Công ty cao su tránh các thiệt hại trong kinh doanh. Ngoài ra, nghiên cứu phân tích thị trường mục tiêu còn có vai trò làm cho các sản phẩm dịch vụ của Tổng Công ty Cao su gắn gũi là luôn thích ứng với nhu cầu khách hàng, đồng thời tạo ra sự kích thích, vạch hướng nghiên cứu, cải tiến, sáng tạo các sản phẩm mới...

Tuy nhiên, để phát triển mở rộng thị trường tiêu thụ và hạn chế thấp nhất các rủi ro Tổng Công ty Cao su Việt Nam nên dành một lượng hàng hoá thích hợp và có chính sách thoả đáng để duy trì các bạn hàng khác, trên cơ sở hiểu biết lẫn nhau lâu dài, khi có điều kiện thuận lợi thì phát triển mở rộng thị trường kinh doanh.

THE AFFIRMATION OF RUBBER EXPORT MARKETS CONDUCTED BY VIETNAM NATIONAL RUBBER CORPORATION

(Summary)

Vietnam's yearly natural output stands in the 6th position of 18 rubber producing countries in the World. In coming years, in order to promote rubber export, China should be considered as the first market. At the same time, it is to rehabilitate markets of Russian Federation and Eastern Europe Countries and to attach importance to Asia's industry developed countries such as Japan, South Korea, Singapore, out of them, Vietnam national rubber corporation has been ready for united states market.

◆ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ

KẾT QUẢ ĐÁNH GIÁ MỘT SỐ TỔ HỢP LÚA LAI MỚI NHẬP NỘI GIEO CÂY TRONG VỤ XUÂN 1999 TẠI THÁI BÌNH

NGUYỄN THẠCH CUƠNG, TRẦN XUÂN ĐỊNH

Hiện nay, lúa lai không chỉ đứng vững trên đồng ruộng nước ta, mà còn đóng góp không nhỏ vào sự gia tăng sản lượng lúa hàng năm. Tuy vậy, trong

những năm gần đây, diện tích trồng lúa lai ở nước ta tăng chậm hiện mới chỉ dừng ở mức dưới 200 ngàn ha. Một trong những nguyên nhân quan