



Ngành cao su Việt Nam

Thực trạng và giải pháp phát triển bền vững



Trần Thị Thúy Hoa (Hiệp hội Cao su Việt Nam)

Tô Xuân Phúc (Forest Trends)

Nguyễn Tôn Quyền (Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam)

Cao Thị Cẩm (Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam)



Tháng 9 năm 2018

Lời cảm ơn

Báo cáo ***Ngành cao su Việt Nam: Thực trạng và giải pháp phát triển bền vững*** là sản phẩm hợp tác nghiên cứu của Hiệp hội Cao su Việt Nam (VRA), Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam (VIFORES), Hội Mỹ nghệ và Chế biến gỗ Thành phố Hồ Chí Minh (HAWA), Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Bình Định (FPA Bình Định) và Tổ chức Forest Trends. Nghiên cứu được triển khai từ năm 2017 đến tháng 9 năm 2018 với mục tiêu phác họa những nét cơ bản trong bức tranh tổng thể về ngành, từ khâu sản xuất, chế biến, thương mại đến khâu tiêu thụ sản phẩm. Báo cáo góp phần làm rõ vai trò và vị thế của ngành cao su hiện nay, các thuận lợi và khó khăn mà ngành đang đối mặt trong bối cảnh của ngành đang hội nhập sâu rộng với thị trường thế giới. Thông tin từ Báo cáo sẽ giúp các nhà quản lý đưa ra các chính sách sát thực tế, giảm thiểu rủi ro về thị trường và thúc đẩy ngành phát triển bền vững trong tương lai. Các thông tin về ngành thể hiện trong Báo cáo kỳ vọng sẽ mở ra cơ hội hợp tác cho các bên liên quan, đặc biệt giữa các doanh nghiệp trong nội bộ ngành có cùng chung mối quan tâm, giữa các doanh nghiệp trong ngành và các bên liên quan thuộc ngành khác, tạo động lực mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm.

Nhóm biên soạn chân thành cảm ơn sự giúp đỡ về nguồn lực của Cơ quan Hợp tác Phát triển của Chính phủ Na Uy (NORAD) và của Chính phủ Anh (DFID). Nhóm xin cảm ơn các cấp lãnh đạo VIFORES, VRA, FPA Bình Định, HAWA và Forest Trends đã tạo các điều kiện hỗ trợ để Nhóm hoàn thành nghiên cứu này. Nhóm cũng xin bày tỏ cảm ơn về các đóng góp về số liệu và thông tin của Tổng cục Thống kê, Tổng cục Hải Quan, Cục Thống kê và Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn của một số tỉnh, và Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam (VGR). Báo cáo cũng sử dụng một số thông tin thu thập từ khảo sát của các doanh nghiệp, các hội viên của Hiệp hội Cao su. Trong quá trình thực hiện các chuyến khảo sát thực địa, nhóm cũng đã nhận được sự trợ giúp của nhiều cán bộ, chuyên gia, chuyên viên của các cơ quan quản lý, đơn vị sản xuất, chế biến cao su tại Bình Phước, Bình Dương, Gia Lai và Sơn La.

Các nội dung chính của Báo cáo đã được trình bày tại Hội thảo ***Chuỗi cung cao su thiên nhiên và gỗ cao su: Thực trạng và giải pháp phát triển bền vững*** tại Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 28 tháng 9 năm 2018 do VRA, Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam (VGR), VIFORES, HAWA, FPA Bình Định, Hiệp chế biến gỗ tỉnh Bình Dương (BIFA) và Forest Trends thực hiện. Nhóm tác giả xin trân trọng cảm ơn các ý kiến đóng góp của các đại biểu tham gia Hội thảo.

Đây là báo cáo đầu tiên phác họa một số nét chính trong bức tranh tổng quan về chuỗi cung ứng của ngành cao su Việt Nam. Báo cáo chưa có điều kiện đưa ra các thông tin chi tiết về ngành. Nhóm biên soạn kỳ vọng Báo cáo sẽ là điểm khởi đầu cho các hoạt động nghiên cứu tiếp theo trong tương lai, nhằm góp phần hoàn thiện bức tranh tổng thể về ngành, định vị chính xác vị thế và vai trò của ngành cao su Việt Nam, làm nền cho các kiến nghị về giải pháp giúp ngành phát triển bền vững trong tương lai.

Nhóm biên soạn

Mục lục

1. Giới thiệu.....	1
2. Bối cảnh phát triển ngành cao su tại Việt Nam.....	2
2.1. Gia tăng nhu cầu của thị trường thế giới về cao su thiên nhiên	2
2.2. Phát triển ngành cao su ở Việt Nam.....	5
3. Chuỗi cung cao su hiện tại của Việt Nam	12
3.1. Khâu sản xuất.....	15
3.2. Khâu thu mua	22
3.3. Khâu chế biến.....	23
3.4. Nhập khẩu cao su nguyên liệu.....	25
3.5. Việt Nam xuất khẩu cao su thiên nhiên và sản phẩm cao su	27
3.6. Chế biến và tiêu thụ nội địa về cao su thiên nhiên.....	33
4. Thảo luận và kiến nghị: Khía cạnh chính sách để ngành cao su phát triển bền vững trong hội nhập	34
4.1. Chuỗi cung ngành cao su Việt Nam	34
4.2. Vai trò của thị trường xuất khẩu đối với ngành cao su	35
4.3. Tác động của cuộc chiến thương mại Mỹ – Trung đến ngành cao su.....	36
4.4. Tổ chức thị trường tiêu thụ cao su thiên nhiên.....	38
4.5. Thương hiệu và chất lượng sản phẩm	39
4.6. Tính pháp lý của mặt hàng cao su trong bối cảnh hội nhập thị trường quốc tế	40
Tài liệu tham khảo	42
Phụ lục : Các webiste của doanh nghiệp công bố giá mua mủ cao su của tiểu điền	44

Danh mục các hình

Hình 1. Diện tích thu hoạch và sản lượng cao su trên thế giới.....	3
Hình 2. Diện tích các vùng trồng cao su trên thế giới năm 2016.....	3
Hình 3. Cung cầu cao su thiên nhiên thế giới (triệu tấn)	4
Hình 4. Năng suất bình quân của cây cao su trên thế giới, 1980 – 2016 (kg/ha/năm)	5
Hình 5: Diện tích cây cao su tại Việt Nam, 1980 – 2017 (ha).....	10
Hình 6. Sản lượng cao su thiên nhiên của Việt Nam, 1980 – 2017 (tấn).....	11
Hình 7. Năng suất cao su thiên nhiên của Việt Nam 1980 – 2017 (tấn/ha/năm).....	11
Hình 8. Diện tích cao su theo cơ cấu thu hoạch - chưa thu hoạch (nghìn ha)	11
Hình 9. Chuỗi cung ứng cao su thiên nhiên Việt Nam năm 2017	14
Hình 10. Thay đổi diện tích trồng cao su của các loại hình khác nhau (ngàn ha)	17
Hình 11. Số hộ trồng cao su ở Việt Nam năm 2017 theo diện tích	21
Hình 12. Lượng và kim ngạch xuất khẩu cao su thiên nhiên của Việt Nam, 2005 - 2017	27
Hình 13. Xuất khẩu, nhập khẩu và sản lượng cao su Việt Nam, 2010 – 2017 (ngàn tấn)	28
Hình 14. Xuất khẩu cao su thiên nhiên từ Việt Nam theo thị trường năm 2017	28
Hình 15. Xuất khẩu cao su thiên nhiên Việt Nam theo chủng loại và cấp hạng, 2017 và 7 tháng đầu năm 2018.....	30
Hình 16. Quy mô của cuộc chiến thương mại Mỹ – Trung.....	36

Danh mục các Bảng

Bảng 1. Sản xuất cao su thiên nhiên của 6 nước Châu Á năm 2017	4
Bảng 2. Một số chính sách phát về sản xuất cao su giai đoạn 1975 – 2017	7
Bảng 3. Diện tích, sản lượng và năng suất cao su theo vùng tại Việt Nam, 2015 – 2017.....	9
Bảng 4. Sản lượng và năng suất cao su của Việt Nam	10
Bảng 5: Diện tích, sản lượng và năng suất cao su tại Việt Nam theo loại hình sản xuất, 2014 – 2017.....	16
Bảng 6. Các tổ chức tham gia khâu trồng cao su năm 2017 được khảo sát.....	17
Bảng 7. Một số đặc tính cơ bản của các DN được khảo sát	19
Bảng 8. Số lượng và công suất nhà máy sơ chế cao su theo vùng, 2017	23
Bảng 9. Số nhà máy chế biến mủ cao su năm 2014.....	24
Bảng 10. Các DN tham gia chế biến sản phẩm cao su tại Việt Nam năm 2016	24
Bảng 11. Việt Nam nhập khẩu cao su nguyên liệu từ các nước, 2007 – 2017 (ngàn tấn)	26
Bảng 12. Giá trị nhập khẩu sản phẩm cao su Việt Nam theo chủng loại, 2012 – 2016 (tr.USD)....	26
Bảng 13. Xuất khẩu cao su thiên nhiên Việt Nam, 2007 – 2017	27
Bảng 14. Xuất khẩu cao su thiên nhiên Việt Nam theo thị trường, 2012 – 2017.....	29
Bảng 15. Xuất khẩu cao su thiên nhiên Việt Nam theo thị trường trọng điểm, 2016 – 2017 (tấn)	31
Bảng 16. Kim ngạch và số doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu 3 nhóm sản phẩm cao su, 2017	32
Bảng 17. Số lượng doanh nghiệp chế biến sâu theo nhóm sản phẩm, 2017	33

1. Giới thiệu

Ngành sản xuất và chế biến sản phẩm cao su của Việt Nam (sau đây được gọi là ngành cao su) hiện là một trong những ngành sản xuất nông lâm nghiệp quan trọng nhất của Việt Nam, cả về kinh tế, xã hội và môi trường. Đến năm 2017 diện tích cao su của cả nước đạt 969.700 ha, với 67% trong tổng diện tích đang ở giai đoạn cho thu hoạch mủ (37% diện tích còn lại hiện ở giai đoạn kiến thiết cơ bản, chưa cho mủ). Hiện có nhiều thành phần kinh tế tham gia vào khâu sản xuất, trong đó chủ yếu là các doanh nghiệp (DN) nhà nước (phần lớn thuộc Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam, gọi tắt là Tập đoàn Cao su) và các hộ gia đình (hay còn gọi là cao su tiểu điền). Đến năm 2017, diện tích cao su tiểu điền chiếm khoảng 51% trong tổng diện tích cao su của cả nước.

Xuất khẩu là trọng tâm của ngành cao su. Ba nhóm sản phẩm xuất khẩu chủ lực của ngành hiện nay bao gồm nguyên liệu cao su thiên nhiên (cao su thiên nhiên), sản phẩm cao su¹ và gần đây là gỗ cao su và đồ gỗ được làm từ gỗ cao su. Năm 2017, tổng kim ngạch xuất khẩu của 3 nhóm mặt hàng này đạt trên 6,2 tỷ USD, đóng góp 3% vào tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước năm 2017. Tiêu thụ nội địa các sản phẩm của ngành mặc dù nhỏ hơn so với lượng và kim ngạch xuất khẩu, nhưng hiện cũng đang ở mức cao và đang tiếp tục mở rộng. Sự phát triển và lớn mạnh của ngành cao su đã tạo công ăn việc làm cho khoảng năm trăm nghìn lao động tham gia trong các khâu khác nhau của chuỗi cung, trong đó bao gồm lao động từ khoảng 264.000 hộ cao su tiểu điền trực tiếp tham gia khâu sản xuất.

Ngành cao su Việt Nam đã và đang hội nhập sâu rộng với thị trường thế giới. Cơ hội mở rộng thị trường xuất khẩu các sản phẩm của ngành tiếp tục được mở ra thông qua các cam kết từ các hiệp định thương mại tự do mà Chính phủ Việt Nam đã và đang đàm phán để ký kết. Tuy nhiên, hội nhập cũng làm tăng sức ép cạnh tranh quốc tế và tạo ra các khó khăn tiếp cận thị trường gây nên bởi các rào cản thương mại và các rủi ro. Một trong những yêu cầu cơ bản của các thị trường tiêu thụ các mặt hàng cao su trong bối cảnh hội nhập hiện nay, đặc biệt là tại các thị trường lớn như Mỹ hay các nước Châu Âu – là những cá nhân và tổ chức tham gia thị trường bắt buộc phải tuân thủ nghiêm ngặt các quy định có liên quan đến tính bền vững của sản phẩm. Tính bền vững này được thể hiện qua các khía cạnh như tuân thủ nghiêm ngặt quy định của pháp luật, về phí, thuế, các quy định về môi trường, sử dụng lao động...trong toàn bộ chuỗi cung sản phẩm. Các quy định này không chỉ giới hạn trong chính sách của quốc gia nơi thực hiện hoạt động sản xuất, kinh doanh về sản phẩm, mà còn là quy định thể hiện trong các điều ước quốc tế mà Chính phủ đã cam kết tham gia thực hiện.

Nhằm thích ứng với các quy định mới của thị trường, góp phần nâng cao vị thế cạnh tranh và giảm rủi ro cho ngành cao su trong bối cảnh hội nhập, Hiệp hội Cao su Việt Nam (VRA), Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam (VIFORES) và Tổ chức Forest Trends thực hiện nghiên cứu tổng quan về ngành cao su. Nghiên cứu nhằm phác họa những nét cơ bản trong bức tranh tổng thể về ngành, từ khâu sản xuất, chế biến, thương mại đến khâu tiêu thụ sản phẩm. Kết quả của nghiên cứu góp phần làm rõ vai trò và vị thế hiện nay của ngành cao su, các thuận lợi và khó khăn mà ngành đang đối mặt trong bối cảnh hội nhập thị trường. Thông tin từ nghiên cứu này sẽ giúp các nhà quản lý đưa ra các chính sách sát thực tế, từ đó góp phần mở rộng cơ hội phát triển, giảm thiểu rủi ro về thị trường và thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành trong tương lai. Kết quả của nghiên cứu kỳ vọng sẽ mở ra cơ hội hợp tác cho các bên liên quan, đặc biệt giữa các doanh nghiệp trong nội bộ ngành có cùng chung mối quan tâm, giữa các doanh nghiệp trong ngành và các bên liên quan khác (ví dụ ngành cao su, ngành gỗ), thúc đẩy mở rộng thị trường, góp phần vào phát triển bền vững của doanh nghiệp nói riêng và toàn ngành nói chung.

¹ Là các sản phẩm của quá trình chế biến sâu như găng tay, băng chuyền, xăm lốp xe, chỉ thun...

Báo cáo ***Ngành cao su Việt Nam: Thực trạng và giải pháp phát triển bền vững*** tập trung mô tả về các khâu khác nhau trong chuỗi cung cao su thiên nhiên và sản phẩm cao su. Cụ thể, Báo cáo tập trung vào chuỗi cung cao su thiên nhiên và sản phẩm cao su, đánh giá hiện trạng của chuỗi, tìm hiểu một số thuận lợi và khó khăn chủ yếu trong mỗi khâu. Bên cạnh đó, Báo cáo điểm qua các chính sách có liên quan đến sự vận hành của mỗi khâu trong chuỗi, Chuỗi cung về gỗ cao su và sản phẩm được làm từ gỗ cao su nằm trong khuôn khổ của một báo cáo khác.²

Các số liệu được sử dụng trong Báo cáo này được tổng hợp từ nhiều nguồn khác nhau. Nguồn thông tin thứ cấp bao gồm các dữ liệu thống kê về diện tích, sản lượng, năng suất, số lượng và thành phần các bên tham gia trong chuỗi cung được thu thập từ nguồn dữ liệu của Tổng cục Thống kê (TCTK), Tổng cục Hải quan (TCHQ), một số dữ liệu điều tra của các cơ quan và tổ chức khác. Nguồn thông tin thứ cấp còn bao gồm báo cáo kỹ thuật của một số tổ chức, dữ liệu thống kê về ngành và một số bản tin của VRA. Bên cạnh đó, nguồn này bao gồm báo cáo của Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn và Cục Thống kê một số tỉnh. Ngoài ra, thông tin thứ cấp được tập hợp từ nguồn số liệu chia sẻ của 14 công ty sản xuất chế biến cao su được nhóm nghiên cứu tham vấn theo hình thức khảo sát online, và đại diện một số công ty cao su tại Gia Lai, Bình Phước, Bình Dương và Sơn La, nơi nhóm nghiên cứu thực hiện khảo sát thực địa năm 2017 – 2018.

Báo cáo gồm 4 phần. Sau phần giới thiệu (Phần 1), Báo cáo tập trung mô tả bối cảnh và thực trạng phát triển của ngành cao su của Việt Nam và tập trung vào khâu sản xuất (Phần 2). Phần này mô tả các nét chính như động lực mở rộng sản xuất cao su trong nước do tăng cầu từ thị trường xuất khẩu và các chính sách của quốc gia nhằm phát triển nguồn cung, đáp ứng nhu cầu của thị trường thế giới. Phần 3, là một trong những phần trọng tâm của Báo cáo, cung cấp các thông tin chi tiết của chuỗi cung, từ sản xuất, chế biến, kinh doanh đến tiêu thụ sản phẩm. Phần này cũng bao gồm thông tin về thực trạng xuất khẩu và nhập khẩu cao su thiên nhiên và sản phẩm cao su từ Việt Nam đi đến các thị trường và từ một số quốc gia tới Việt Nam. Dựa trên kết quả của Phần 3, Phần 4 đưa ra một số thảo luận về chính sách nhằm góp phần phát triển ngành bền vững trong tương lai.

2. Bối cảnh phát triển ngành cao su tại Việt Nam

2.1. Gia tăng nhu cầu của thị trường thế giới về cao su thiên nhiên

Sự hình thành và phát triển của ngành cao su Việt Nam, đặc biệt trong 10 – 15 năm gần đây, chịu tác động bởi nhiều yếu tố, trong đó đặc biệt phải kể đến sự gia tăng nhu cầu tiêu thụ cao su thiên nhiên của thị trường thế giới. Tương tự một số ngành khác như ngành gỗ, cà phê, tiêu, trọng tâm của ngành cao su của Việt Nam là xuất khẩu. Hiện nay, 81 – 83% sản lượng cao su thiên nhiên của Việt Nam được xuất khẩu (VRA, 2018a).

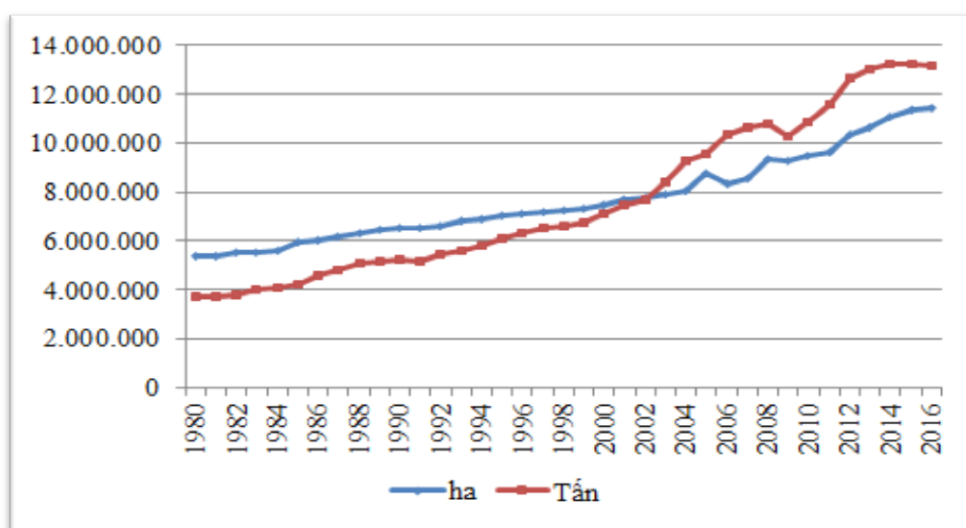
Lượng cung cao su thiên nhiên từ các quốc gia cho thị trường thế giới liên tục tăng trong giai đoạn 2013 – 2017 (Hiệp hội Cao su Việt Nam, 2018b). Cụ thể, cung cao su thiên nhiên toàn cầu năm 2017 đạt 13,45 triệu tấn, tăng trên 1,1 triệu tấn so với lượng cung năm 2016. Tiêu thụ thế giới về cao su thiên nhiên cũng tăng nhưng chậm hơn trong cùng giai đoạn: Năm 2017 đạt gần 12,86 triệu tấn, tăng từ 11,74 triệu tấn năm 2015 và 11,37 triệu tấn năm 2013, nhưng thấp hơn nguồn cung năm 2017. Cân đối cung-cầu trên thế giới cho thấy cung hiện vẫn lớn hơn cầu, do đó, đã tạo áp lực lên giá trong nhiều năm qua, kể từ năm 2013 đến nay.

Trong giai đoạn kinh tế thế giới khủng hoảng (2008 – 2010), nhu cầu cao su thiên nhiên giảm sâu (International Rubber Study Group - IRSG, 2018). Cầu về cao su thiên nhiên sau đó tăng cao, chủ

² Nguyễn Quang Vinh, Tô Xuân Phúc, Trần Lê Huy, Cao Thị Cẩm và Huỳnh Văn Hạnh (2018). Chuỗi cung gỗ cao su: Thực trạng và một số khía cạnh về chính sách. Forest Trends và VIFORES.

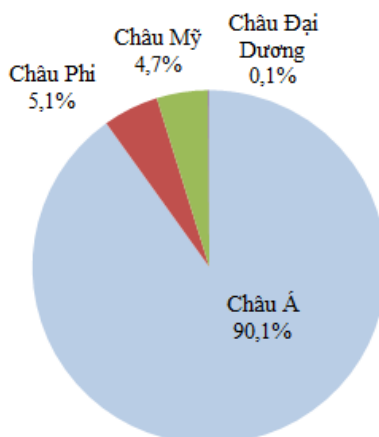
yếu là do các chính sách kích cầu của nhiều nước với kỳ vọng nền kinh tế sẽ được phục hồi trở lại. Cầu tăng nhanh trong lúc nguồn cung không đáp ứng kịp thời đã đẩy giá cao su thiên nhiên tăng đột biến vào năm 2011, làm lợi nhuận từ cây cao su vượt trội so với một số cây trồng khác, tạo động lực mở rộng diện tích trồng cao su nhanh chóng tại nhiều quốc gia, đặc biệt một số nước khu vực Châu Á (Hình 1 và 2). Từ năm 2012 đến nay, hầu hết các chính phủ chính sách kích cầu ngưng hoặc giảm, nền kinh tế thế giới phục hồi dần nhưng với tốc độ chậm, khiến cho nhu cầu tuy tăng dần nhưng tốc độ chỉ khoảng 3 – 4%/ năm. Trong khi đó, giá cao đã tạo động lực thâm canh, tăng cường độ khai thác làm sản lượng cao su thiên nhiên tăng nhanh và vượt nhu cầu từ những năm 2011 – 2013. Bên cạnh đó, các diện tích cao su trồng những năm 2010 – 2011 sau 6 – 7 năm trồng đã bắt đầu cho thu mủ càng làm tăng cung trên thị trường (Hình 2). Cung lớn hơn cầu dẫn tới tồn kho tăng, đẩy giá xuất khẩu giảm. Xu hướng cung – cầu thị trường hiện nay cho thấy nếu các quốc gia sản xuất không có giải pháp cân đối lại cung cầu, giá cao su thiên nhiên sẽ không có cơ hội phục hồi nhanh trong thời gian tới.

Hình 1. Diện tích thu hoạch và sản lượng cao su trên thế giới



Nguồn: FAO (<http://www.fao.org/faostat/en/#data/QC>)

Hình 2. Diện tích các vùng trồng cao su trên thế giới năm 2016



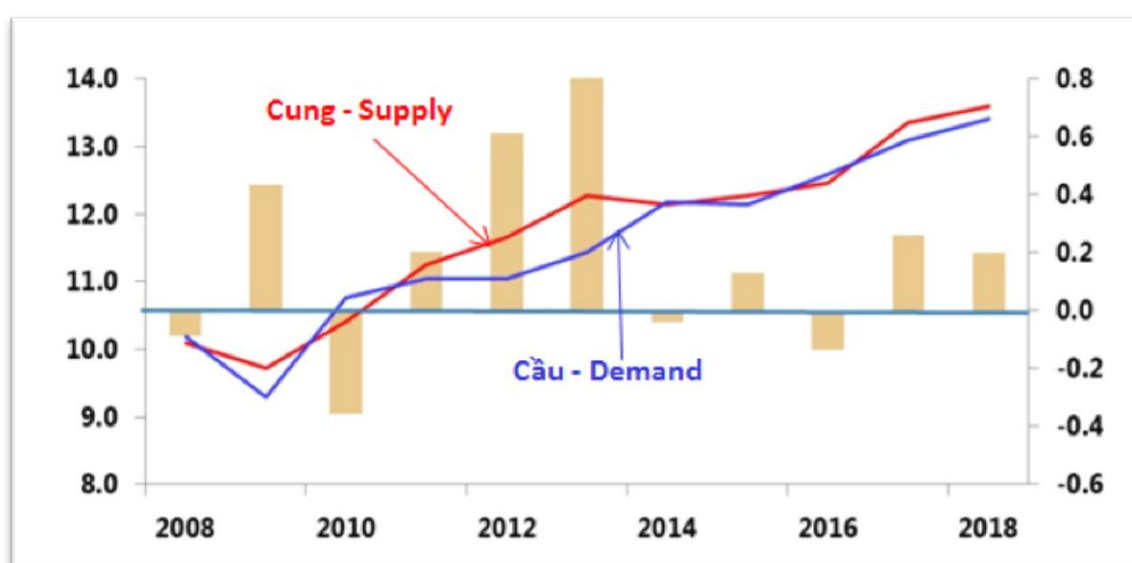
Nguồn: FAO (<http://www.fao.org/faostat/en/#data/QC/visualize>)

Nghiên cứu của Ngân hàng Thế giới (trích từ Báo cáo của Tập đoàn Cao su 2017) cho thấy xu hướng cung-cầu thế giới về cao su thiên nhiên có đặc điểm sau:

- Nguồn cung cao su trên thế giới sẽ giảm, do các quốc gia có nguồn cung cao su lớn đã có chính sách hạn chế sản lượng
- Các quốc gia sản xuất cao su hợp tác quản lý nguồn cung để cân đối với thị trường
- Ngành sản xuất ô tô của Trung Quốc phục hồi, làm tăng cầu tiêu thụ cao su
- Lượng cao su tồn kho trên thế giới đang trong xu hướng giảm

Theo IRSG (2018), do cung cao su thiên nhiên vượt cầu quá lớn trong các năm 2011 – 2013 gây ra tồn kho tích lũy ở mức cao. Trong bối cảnh này, nhiều quốc gia cung cao su thiên nhiên đã đưa ra giải pháp cân đối cung cầu trong năm 2014 – 2016, thông qua các biện pháp / cơ chế làm giảm nguồn cung. Tuy nhiên, dư cung đã trở lại năm 2017; theo một số dự báo, cung sẽ tiếp tục vượt cầu năm 2018 (Hình 3). Điều này tạo áp lực làm giá cao su khó phục hồi nếu không có giải pháp kiểm soát nguồn cung, tránh tăng nguồn tồn kho tích lũy.

Hình 3. Cung cầu cao su thiên nhiên thế giới (triệu tấn)³



Nguồn: IRSG (2018). Global Rubber Market Trend Analysis: Prospects and Challenges. Global Rubber Conference 2018, Sihanoukville, Cambodia, 5 – 7 April 2018.

Tại Châu Á, các nước dẫn đầu về sản lượng cao su bao gồm Thái Lan, Indonesia, Việt Nam, Trung Quốc, Ấn Độ và Malaysia. Năm 2016, nguồn cung từ 6 quốc gia này năm chiếm 86,6% tổng sản lượng cao su toàn cầu (Bảng 1).

Bảng 1. Sản xuất cao su thiên nhiên của 6 nước Châu Á năm 2017

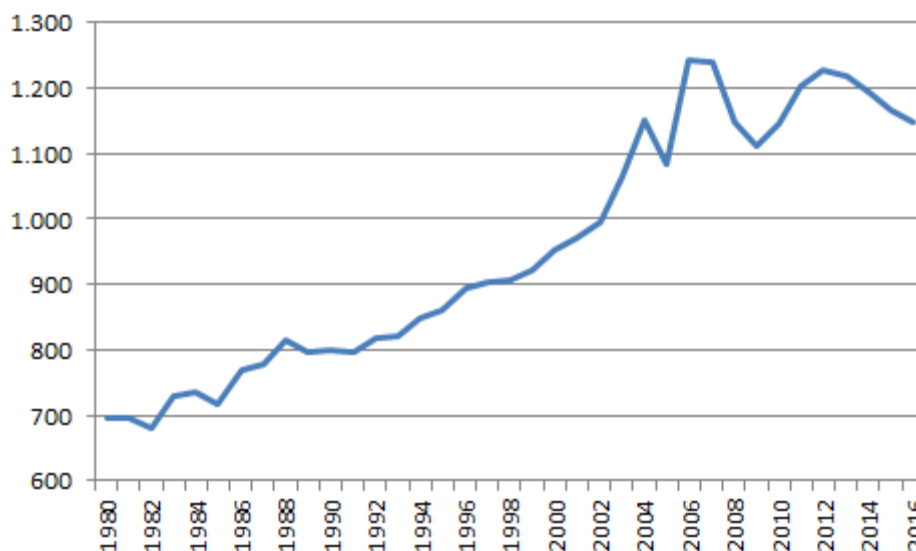
Quốc gia	Tổng diện tích (ngàn ha)	Diện tích thu hoạch (ngàn ha)	Năng suất (kg/ha/năm)	Sản lượng (ngàn tấn)	Tỷ trọng (% trong tổng sản lượng thế giới)
Thái Lan	3.658,2	3.075,5	1.440	4.429	33,2
Indonesia	3.659,0	3.054,0	1.188	3.629	27,2
Việt Nam	971,6	649,0	1.674	1.087	8,1
Trung Quốc	1.176	744,0	1.118	798	6,0
Malaysia	1.081,9	5311,0	1.420	740	5,5
Ấn Độ	822,0	479,0	1.489	713	5,3

Nguồn: ANRPC, 8/2018.

³ Số liệu 2018 là số dự báo

Trước năm 2012, giá cao su thiên nhiên trên thị trường thế giới tăng cao, tạo động lực cho việc thâm canh tăng năng suất. Tuy nhiên, khi giá thị trường thế giới giảm, lợi ích kinh tế của việc trồng cao su giảm, người trồng không đầu tư vào thâm canh, từ đó làm cho năng suất bình quân trên 1 đơn vị diện tích giảm (Hình 4).

Hình 4. Năng suất bình quân của cây cao su trên thế giới, 1980 – 2016 (kg/ha/năm)



Nguồn: FAO (<http://www.fao.org/faostat/en/#data/QC>)

2.2. Phát triển ngành cao su ở Việt Nam

Với trên 80% cao su thiên nhiên của Việt Nam được xuất khẩu, sự phát triển của ngành cao su cho đến nay chịu tác động rất lớn từ thị trường xuất khẩu, đặc biệt từ Trung Quốc, quốc gia tiêu thụ 60 – 70% tổng lượng cao su thiên nhiên xuất khẩu của Việt Nam.

Cây cao su được người Pháp mang đến Việt Nam từ năm 1897, với diện tích trồng chủ yếu ở các tỉnh Đông Nam Bộ như Đồng Nai, Bình Dương, Bình Phước, Tây Ninh (Nguyễn Thị Huệ, 2006). Từ năm 1955, một số doanh nghiệp và tiểu điền Việt Nam đã đầu tư trồng cao su ở miền Nam, sau đó là Tây Nguyên. Đến cuối năm 1960, tổng diện tích cao su tại Việt Nam đạt 142.000 ha và sản lượng khoảng 79.650 tấn (cùng nguồn trích dẫn).

Trong giai đoạn 1958 – 1963, cây cao su được trồng ở các tỉnh như Quảng Trị, Quảng Bình, Nghệ An, Thanh Hóa, Phú Thọ, chủ yếu bằng nguồn giống từ Trung Quốc. Diện tích canh tác tại các tỉnh này trong những năm này đạt khoảng 6.000 ha và giảm dần trong giai đoạn chiến tranh, còn khoảng 4.500 ha năm 1975 (Trần Thị Thúy Hoa, 1993).

Năm 1975, diện tích cao su của cả nước còn khoảng 75.200 ha, trong đó Tổng công ty Cao su Việt Nam quản lý 55.790 ha, phần còn lại (19.410 ha) do chính quyền địa phương và tư nhân quản lý (Nguyễn Thị Huệ, 2006).

Nhận thức được tầm quan trọng của cây cao su đối với phát triển kinh tế, Chính phủ Việt Nam đã có nhiều chính sách nhằm mở rộng diện tích cao su. Bảng 2 tóm tắt các chính sách cơ bản của Nhà nước có liên quan đến phát triển cao su tại Việt Nam kể từ năm 1975 đến nay. Nhìn chung, các chính sách này đều đi theo hướng khuyến khích mở rộng sản xuất nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu thụ ngày càng cao của thị trường xuất khẩu. Các chính sách khuyến khích mở rộng sản xuất vào những năm cuối của thập kỷ 2010 cho phép mở rộng quỹ đất trồng cao su trên các diện tích đất lâm nghiệp, đẩy diện tích sản xuất tăng nhanh. Diện tích mở rộng nhanh còn có nguyên nhân cao su phát triển tự phát, đặc biệt là cao su tiểu điền. Điều này dẫn đến diện tích cao su của cả

nước vượt xa so với quy hoạch (Bảng 2). Mở rộng diện tích trồng cao su tại một số địa phương, đặc biệt là khu vực Tây Nguyên gây tác động tiêu cực đến tài nguyên rừng (Tô Xuân Phúc và Trần Hữu Nghị, 2013).

Giá cao su thế giới giảm sâu kể từ năm 2012 trong khi sản lượng cao su tiếp tục gia tăng do diện tích thu hoạch mủ tiếp tục mở rộng đòi hỏi Chính phủ cần thay đổi về định hướng chính sách. Các chính sách của Chính phủ từ sau năm 2016 chủ yếu tập trung vào kiểm soát mở rộng diện tích cao su, đặc biệt trên các diện tích tại các địa phương không nằm trong quy hoạch và hạn chế tình trạng chuyển đổi đất rừng tự nhiên nghèo sang trồng cây cao su (191/TB-VPCP ngày 22/7/2016). Các chính sách này cộng với giá cao su trên thị trường thế giới sụt giảm làm mất đi động lực mở rộng diện tích, thậm chí tại một số nơi, người dân quyết định chuyển đổi một số diện tích trồng cao su sang các loại cây trồng khác có giá trị kinh tế cao hơn.

Đến năm 2017, diện tích cây cao su tại Việt Nam đạt khoảng 969.700 ha, giảm 3.800 ha so với diện tích năm 2016 (973.500 ha) và giảm 15.900 ha so với diện tích của năm 2015 (985.600 ha). Năm 2017, sản lượng cao su của cả nước đạt 1.094.500 tấn. Với kết quả này, Việt Nam đứng thứ ba trên thế giới về sản xuất cao su thiên nhiên.

Bảng 3 cho thấy diện tích, năng suất, sản lượng của cây cao su ở Việt Nam, phân bố theo các vùng khác nhau. Dữ liệu của bảng cho thấy các diện tích cao su hiện tập trung chủ yếu ở vùng Đông Nam Bộ và Tây Nguyên.

Giai đoạn 1980 đến 2015, diện tích cây cao su phát triển nhanh, với tốc độ tăng trưởng khoảng 7,4%/năm. Năm 2011, diện tích cây cao su của cả nước đạt 834.200 ha, trong khi con số quy hoạch của Chính phủ chỉ là 800.000 ha. Đến cuối 2015, diện tích cao su đạt 985.600 ha, lớn nhất về diện tích trong các cây công nghiệp lâu năm. Bắt đầu từ 2016, diện tích cao su giảm dần, chủ yếu do áp lực giá giảm sâu, một số nơi chuyển sang cây trồng khác (Hình 5).

Bảng 2. Một số chính sách phát về sản xuất cao su giai đoạn 1975 – 2017

Chính sách	Các khía cạnh chính
Quyết định số 93-CP ngày 24/3/1980	Thành lập Tổng cục Cao su trực thuộc Bộ Nông nghiệp. Diện tích cao su năm 1980 là 87.700 ha, chủ yếu do công ty quốc doanh trung ương và địa phương quản lý
Nghị quyết số 281-HĐBT ngày 12/12/1985 của Hội đồng Bộ trưởng	Quy hoạch diện tích cao su đến năm 2000 với diện tích 600.000 ha, tập trung tại vùng Đông Nam Bộ và Tây Nguyên, và sản lượng 1 triệu tấn. Diện tích thực tế năm 1985 đạt 180.200 ha; lượng xuất khẩu mỗi năm đạt 50.000 tấn.
Quyết định số 86/TTg ngày 05/02/1996 của Thủ tướng	Phê duyệt tổng quan ngành cao su Việt Nam, theo đó diện tích đến năm 2000 cần đạt 350.000 – 450.000 ha, đến 2005 đạt 500.000 – 700.000 ha. Tuy nhiên, diện tích năm 1995 chỉ đạt 278.400 ha, thấp hơn nhiều so với diện tích quy hoạch.
Quyết định 349/QĐ- TTg ngày 25/4/1998 của Thủ tướng	Phê duyệt dự án Đa dạng hóa Nông nghiệp với mục tiêu trồng mới 60.000 ha cao su tiểu điền từ 1993-2006, tập trung tại 3 tỉnh Tây Nguyên và 7 tỉnh duyên hải miền Trung. Đây là thời điểm đẩy mạnh cao su tiểu điền ở vùng này.
Quyết định 168/2001/TTg ngày 30/10/2001 của Thủ tướng	Phê duyệt kế hoạch phát triển kinh tế -xã hội Tây Nguyên, trong đó bao gồm giải pháp phát triển cao su với đa thành phần tham gia (cao su quốc doanh, tư nhân, tiểu điền), với diện tích trồng mới 20.000 – 30.000 ha/năm. Theo kế hoạch, nguồn kinh phí được huy động từ nhiều nguồn, bao gồm cả nguồn vốn vay ưu đãi từ Ngân hàng Thế giới và Cơ quan Phát triển Pháp (dành cho cao su quốc doanh và tiểu điền). Đến năm 2000, diện tích cao su cả nước đạt 412.000 ha, thấp hơn nhiều so với mục tiêu đề ra theo Quyết định 86 năm 1996.
Quyết định 150/2005/QĐ-TTg ngày 20/6/2005 của Thủ tướng	Phê duyệt quy hoạch chuyển đổi cơ cấu sản xuất nông, lâm nghiệp, thủy sản cả nước đến năm 2010 và tầm nhìn 2020, trong đó chấp nhận việc mở rộng diện tích cao su ở nơi có đủ điều kiện
Nghị định 23/2006 NĐ-CP ngày 3/3/2006; Quyết định 186/2006/QĐ-TTg ngày 14 tháng 8 năm 2006 của Thủ tướng Chính phủ	Cho phép việc chuyển đổi mục đích sử dụng giữa 3 loại rừng (đặc dụng, phòng hộ, sản xuất); cho phép phát triển rừng sản xuất bằng việc trồng các loại cây có chu kỳ kinh doanh từ 15 năm trở lên. Chính sách này mở ra cơ hội trong việc mở rộng diện tích cao su trên diện tích đất rừng sản xuất.
Thông báo 125/TB-VPCP ngày 14/8/2006 của Văn phòng Chính phủ	Yêu cầu các địa phương phát triển khoảng 90.000 – 100.000 ha cao su tại Tây Nguyên giai đoạn 2006-2010. Cho phép chuyển các diện tích đất trồng cây kém hiệu quả, đất cà phê, đất lâm nghiệp nghèo kiệt hiện đang quản lý bởi các lâm trường sang trồng cao su.

Chỉ thị 1339/CT-BNN-TT ngày 17/5/2007 về phát triển cây cao su	Chỉ đạo tiếp tục trồng mới cao su ở nơi có đủ điều kiện về đất đai, khí hậu và cơ sở hạ tầng
Thông tư 76/2007/TT-BNN ngày 21/8/2007 của Bộ Nông nghiệp	Hướng dẫn quy trình chuyển đổi rừng sang trồng cao su, trong đó quy định đất rừng sản xuất là rừng tự nhiên nghèo, rừng non phục hồi, rừng tre nứa, rừng hiệu quả thấp được phép chuyển đổi.
Quyết định 2855/QĐ-BNN-KHCN ngày 17/9/2008 của Bộ Nông nghiệp	Công bố cây cao su là cây đa mục đích, sử dụng cho cả nông nghiệp và lâm nghiệp. Quyết định này cho phép việc trồng cây cao su trên cả đất lâm nghiệp và nông nghiệp.
Quyết định 750/QĐ-TTg ngày 3/6/2009 của Thủ tướng Chính phủ	Phê duyệt Quy hoạch phát triển cao su đến năm 2015 và tầm nhìn đến 2020. Theo quy hoạch, diện tích cao su đến năm 2020 nâng lên từ 700.000 ha lên 800.000 với sản lượng 1,2 triệu tấn. (Diện tích thực tế đến 2009 đạt 677.700 ha). Quỹ đất mở rộng bao gồm đất nông nghiệp kém hiệu quả, đất chưa sử dụng, đất rừng tự nhiên nghèo kiệt.
Chỉ thị 1685/CT-TTg ngày 27/9/2011 của Thủ tướng Chính phủ	Yêu cầu tạm dừng các dự án mới đầu tư trên đất lâm nghiệp có rừng tự nhiên. Thực trạng: Các diện tích cao su được mở rộng ồ ạt, bao gồm một số hoạt động mở rộng không theo quy định.
Công văn 1039/VPCP-TH ngày 22/02/2012 của Văn phòng Chính phủ	Yêu cầu Bộ Nông nghiệp xử lý việc một số tỉnh như Thanh Hóa, Hòa Bình, Hà Giang không nằm trong quy hoạch phát triển cao su nhưng vẫn trồng thử nghiệm đại trà trên diện tích lớn
	<ul style="list-style-type: none"> • Diện tích cao su mở rộng nhiều nhất giai đoạn 2007-2012, do cầu thị trường thế giới tăng, và do chính sách của chính phủ cho phép mở rộng diện tích trồng cao su. • Năm 2011 diện tích cao su cả nước đạt 801.600 ha, tương đương mức quy hoạch đến 2020. • Từ 2012, giá thị trường thế giới giảm, xuất khẩu giảm • Diện tích cao su tiểu điền tiếp tục tăng. Đến 2014 diện tích cao su cả nước đạt 987.900 ha (vượt quy hoạch 178.900 ha); năm 2015 diện tích đạt 985.600 ha (vượt quy hoạch 185.600 ha).
Thông báo 191/TB-VPCP ngày 22/7/2016 của Văn phòng Chính phủ	Ngăn chặn triệt để việc chuyển đổi rừng tự nhiên nghèo sang trồng cây công nghiệp, bao gồm cả cao su. Diện tích cao su thực tế năm 2016 còn 973.500 ha, giảm 12.100 ha so với diện tích năm 2015. Diện tích năm 2017 còn 969.700 ha, giảm 3.810 ha so với diện tích năm 2016.

Bảng 3. Diện tích, sản lượng và năng suất cao su theo vùng tại Việt Nam, 2015 - 2017

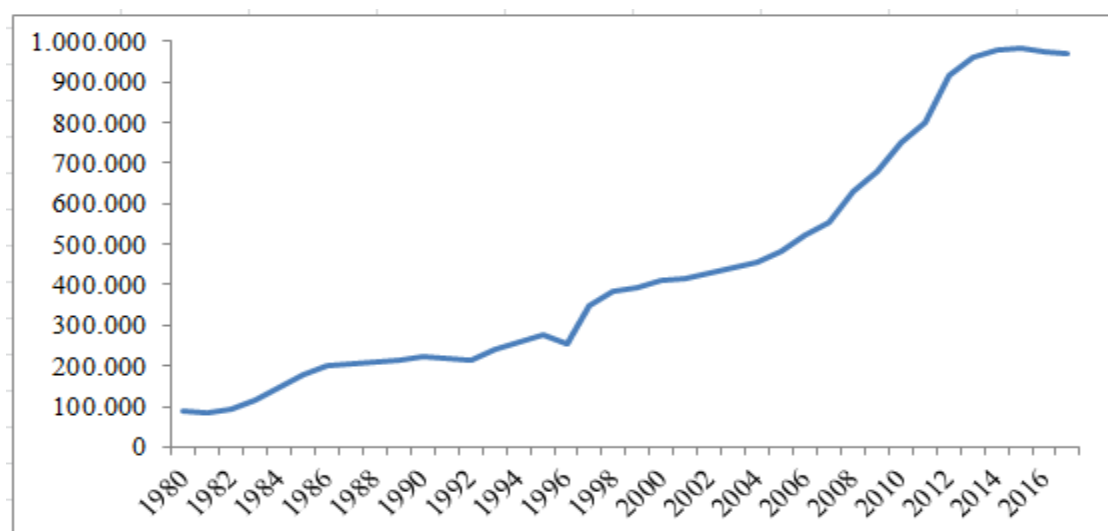
Vùng trồng	Diện tích (ngàn ha)			Diện tích thu hoạch (ngàn ha)			Sản lượng (ngàn tấn)			Năng suất (kg/ha)		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
Miền Nam (chủ yếu Đông Nam Bộ)	546,1	543,0	548,9	395,4	404,2	417,2	728,8	748,0	777,2	1843	1850	1863
Tây Nguyên	258,9	252,9	249,0	135,2	140,2	152,5	193,8	193,7	215,4	1433	1382	1412
Miền Trung	150,0	147,1	141,5	73,7	76,9	80,9	90,1	93,6	100,0	1223	1218	1237
Miền Bắc	30,6	30,5	30,3	0,0	0,1	2,6	0,001	0,04	1,9	121	600	732
Tổng cộng	985,6	973,5	969,7	604,3	621,4	653,2	1.012,7	1.035,3	1.094,5	1 676	1.666	1.676

Nguồn: Tổng cục Thống kê, Cục Thống kê và Sở Nông nghiệp & Phát triển nông thôn các tỉnh; Hiệp hội Cao su Việt Nam tổng hợp, trích trong Thông tin chuyên đề cao su tập 08/2018 của Hiệp hội Cao su Việt Nam – Phát triển cây cao su tại Việt Nam đến năm 2017.

Ghi chú:

- Miền Nam gồm 6 tỉnh thành có trồng cao su: Bình Phước, Bình Dương, Đồng Nai, Tây Ninh, Bà Rịa-Vũng Tàu, TP. HCM.
- Tây Nguyên gồm 5 tỉnh có trồng cao su: Kon Tum, Gia Lai, Đắk Lắk, Đắk Nông, Lâm Đồng .
- Miền Trung gồm 13 tỉnh có trồng cao su: Thanh Hóa, Nghệ An, Hà Tĩnh, Quảng Bình, Quảng Trị, Thừa Thiên Huế, Quảng Nam, Quảng Ngãi, Bình Định, Phú Yên, Khánh Hòa, Ninh Thuận, Bình Thuận.
- Miền Bắc gồm 6 tỉnh có trồng cao su: Hà Giang, Lào Cai, Yên Bái, Điện Biên, Lai Châu, Sơn La.

Hình 5. Diện tích cây cao su tại Việt Nam, 1980 – 2017 (ha)



Nguồn: Tổng cục Thống kê các năm, Hiệp hội Cao su Việt Nam tổng hợp

Sản lượng cao su Việt Nam đã tăng nhanh theo đà tăng diện tích. Do giống cải tiến và kỹ thuật tiên bộ, năng suất cũng tăng liên tục từ sau năm 1980, ở mức khoảng 700 kg/ha/năm vào những năm 1980 lên bình quân 1.700 kg/ha/năm trong giai đoạn 2009 – 2017. Hiện Việt Nam trở thành một trong những nước dẫn đầu về năng suất ở châu Á. Bình quân sản lượng tăng trưởng đạt 9,5%/năm trong những thập kỷ vừa qua, từ 41.100 tấn năm 1980 lên 1.094.500 tấn năm 2017, tăng 26,6 lần. Với con số sản lượng này, Việt Nam là nước đứng thứ ba trên thế giới về cung cao su thiên nhiên, chiếm khoảng 8,1% tổng sản lượng cao su thế giới, chỉ sau Thái Lan (33,2% thị phần thế giới) và Indonesia (27,2%) (Association of Natural Rubber Producing Countries, ANRPC 2018). Bảng 4 chỉ ra năng suất và sản lượng cao su của Việt Nam trong những năm vừa qua.

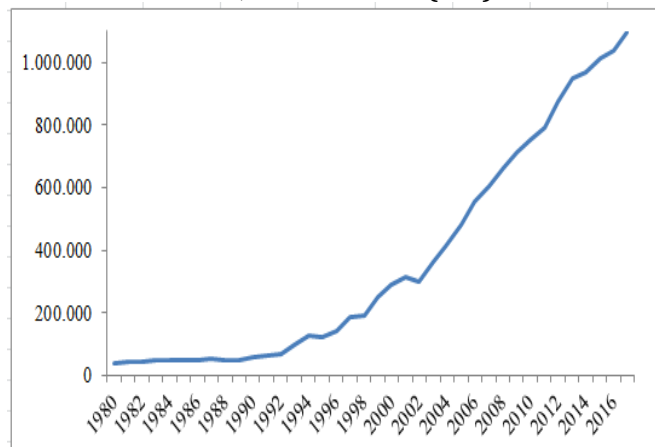
Bảng 4. Sản lượng và năng suất cao su của Việt Nam

Năm	Sản lượng (tấn)	Năng suất (kg/ha)
2007	605.800	1.603
2008	660.000	1.654
2009	711.300	1.698
2010	751.700	1.712
2011	789.300	1.716
2012	877.100	1.720
2013	946.900	1.728
2014	966.600	1.696
2015	1.012.700	1.676
2016	1.035.300	1.666
2017	1.094.500	1.676

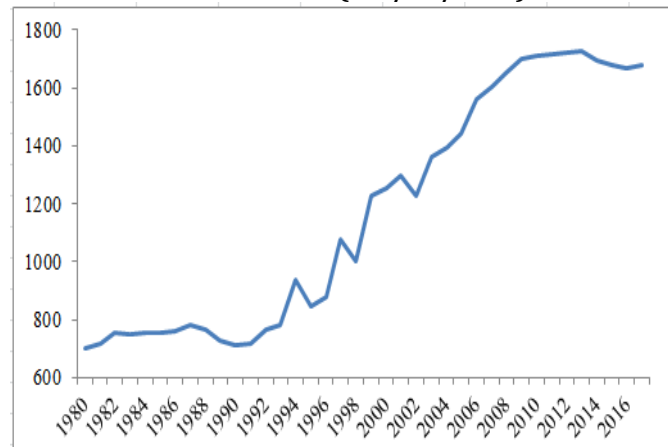
Nguồn: Tổng cục Thống kê, Hiệp hội Cao su Việt Nam tổng hợp 2018

Hình 6 và 7 thể hiện diễn biến về sản lượng và năng suất cao su của Việt Nam trong 3 thập kỷ gần đây.

Hình 6. Sản lượng cao su thiên nhiên của Việt Nam, 1980 - 2017 (tấn)



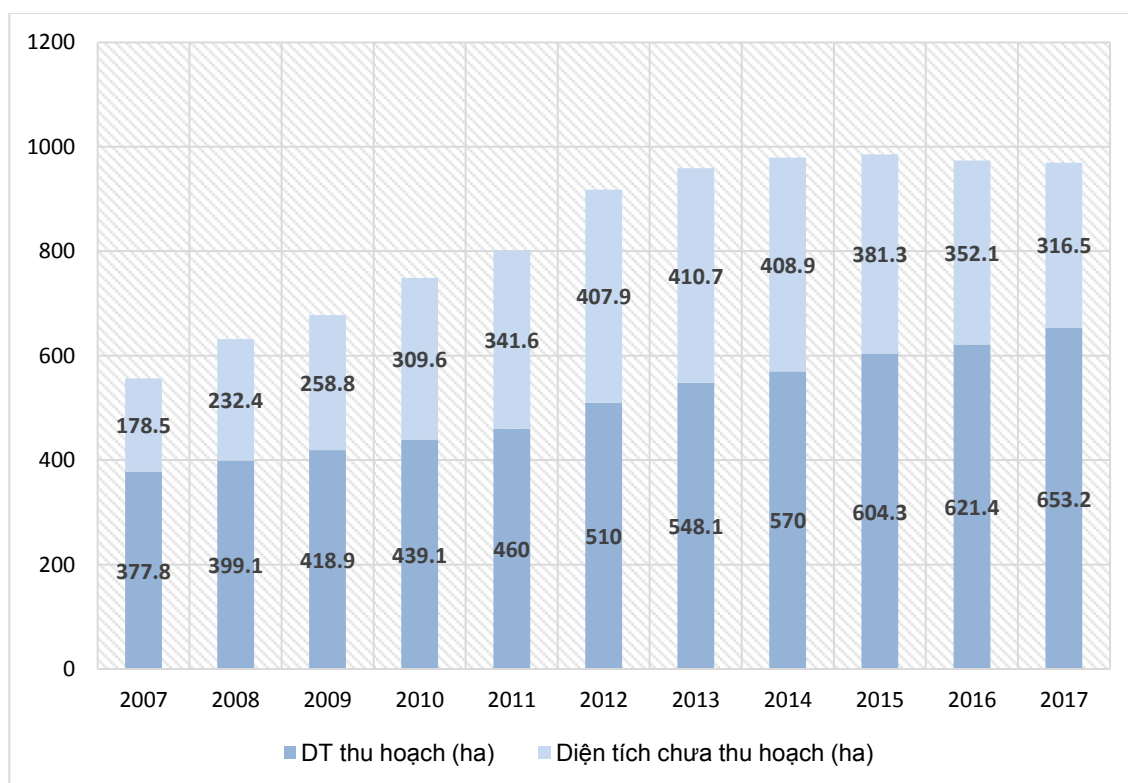
Hình 7. Năng suất cao su thiên nhiên của Việt Nam 1980 - 2017 (tấn/ha/năm)



Nguồn: cục Thống kê, Hiệp hội Cao su Việt Nam tổng hợp

Trên 67% diện tích cao su hiện nay ở Việt Nam là diện tích đang cho thu hoạch mũ. Do đó, dù tổng diện tích và năng suất giảm nhẹ, sản lượng cao su vẫn tiếp tục tăng (Hình 8).

Hình 8. Diện tích cao su theo cơ cấu thu hoạch - chưa thu hoạch (nghìn ha)



Nguồn: Tổng cục Thống kê, Hiệp hội Cao su Việt Nam tổng hợp 2018

3. Chuỗi cung cao su hiện tại của Việt Nam

Ngành cao su Việt Nam hiện nay có ba nhóm sản phẩm chính:

- **Nguyên liệu cao su thiên nhiên.** Với đặc tính đàn hồi, chống thấm, chống cháy và chống nhiệt, mủ cao su thiên nhiên là nguồn nguyên liệu quan trọng cho nhiều ngành công nghiệp, trong đó, sản xuất lốp xe tiêu thụ khoảng 70% tổng lượng cao su thiên nhiên.
- **Sản phẩm cao su.** Nhiều sản phẩm cao su đã tăng trưởng nhanh trong những năm gần đây như lốp xe, găng tay, phụ kiện xe ô tô, đế giày, nệm gối, thảm lót, chỉ thun... Công nghiệp chế biến sản phẩm cao su đã góp phần nâng cao giá trị gia tăng cho ngành và giảm dần nhập siêu cũng như giảm xuất khẩu nguyên liệu thô. Hiện sản xuất các sản phẩm cao su chỉ tiêu thụ khoảng 18 – 20% tổng lượng cung cao su thiên nhiên của Việt Nam. Là các sản phẩm có giá trị gia tăng cao, kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm cao su tương đương với kim ngạch xuất khẩu cao su thiên nhiên (chiếm 80 – 82% sản lượng).
- **Gỗ nguyên liệu và sản phẩm gỗ cao su.** Gỗ cao su có màu vàng sáng, nhẹ, dễ gia công chế biến. Nguồn gỗ này được xem là thân thiện với môi trường, được khai thác sau chu kỳ kinh tế lấy mủ khoảng 25 – 30 năm. Trong những năm gần đây, gỗ cao su đã trở thành nguồn nguyên liệu quan trọng cho ngành gỗ, không chỉ cho chế biến xuất khẩu mà cả cho các sản phẩm tiêu thụ nội địa. Tầm quan trọng của nhóm sản phẩm này được mô tả chi tiết trong Báo cáo gỗ cao su (Nguyễn Vinh Quang và cộng sự, 2018).

Cả ba nhóm sản phẩm trên đây đều chủ yếu tập trung cho xuất khẩu, với giá trị xuất khẩu của mỗi nhóm gần tương đương nhau. Con số thống kê của TCHQ được tổng hợp bởi nhóm nghiên cứu cho thấy kim ngạch xuất khẩu của 3 nhóm mặt hàng này năm 2017 như sau:

- Cao su thiên nhiên: 2,25 tỷ USD, tăng hơn 34% so với kim ngạch năm 2016 (1,67 tỷ USD)
- Sản phẩm cao su: 2,18 tỷ USD, tăng hơn 32,9% so với kim ngạch năm 2016 (1,64 tỷ USD)
- Gỗ và sản phẩm gỗ cao su: 1,74 tỷ USD, tăng khoảng 13% hơn năm 2016 (1,54 tỷ USD)

Toàn ngành cao su đã đạt giá trị xuất khẩu khoảng 6,2 tỷ USD, tăng trên 27,2% so với kim ngạch năm 2016.

Hiện ngành cao su có các chuỗi cung về 3 nhóm mặt hàng chủ yếu của ngành, bao gồm: (i) cao su thiên nhiên, (ii) sản phẩm cao su và (iii) gỗ cao su và sản phẩm gỗ cao su. Các chuỗi cung này khác nhau ở các khía cạnh như động lực của chuỗi, các nhóm tham gia tại mỗi khâu, hàm lượng thông tin, khoa học công nghệ, nguồn lực tài chính sử dụng trong mỗi chuỗi... Nhìn chung, mỗi chuỗi cung đều có 3 hợp phần cơ bản: Đầu nguồn, giữa nguồn và cuối nguồn.

Hợp phần đầu nguồn của chuỗi cung cao su thiên nhiên bao gồm khâu sản xuất cao su và thu mua nguyên liệu. Nguyên liệu đầu vào của khâu này là mủ cao su từ vườn cây (mủ nước và mủ đông) và gỗ cao su (gỗ tròn). Nhiều cá nhân và tổ chức tham gia vào hợp phần đầu nguồn này, bao gồm doanh nghiệp nhà nước, doanh nghiệp tư nhân, doanh nghiệp có vốn nước ngoài (FDI), các hộ dân, một số hợp tác xã. Các sản phẩm đầu ra của khâu này là nguồn nguyên liệu đầu vào cho hợp phần giữa nguồn bao gồm khâu sơ chế/chế biến mủ cao su và gỗ cao su.

Các sản phẩm sơ chế chủ yếu là cao su khối, cao su ly tâm cô đặc, cao su tờ xông khói... và gỗ xẻ, ván ghép thanh, MDF.... Trong khâu này, chủ yếu các thành phần tham gia là các doanh nghiệp. Một phần các sản phẩm đầu ra của khâu này được xuất khẩu trực tiếp, phần còn lại được đưa vào khâu chế biến sâu trong nước, là hợp phần cuối cùng của chuỗi cung. Các sản phẩm của chế biến sâu từ cao su

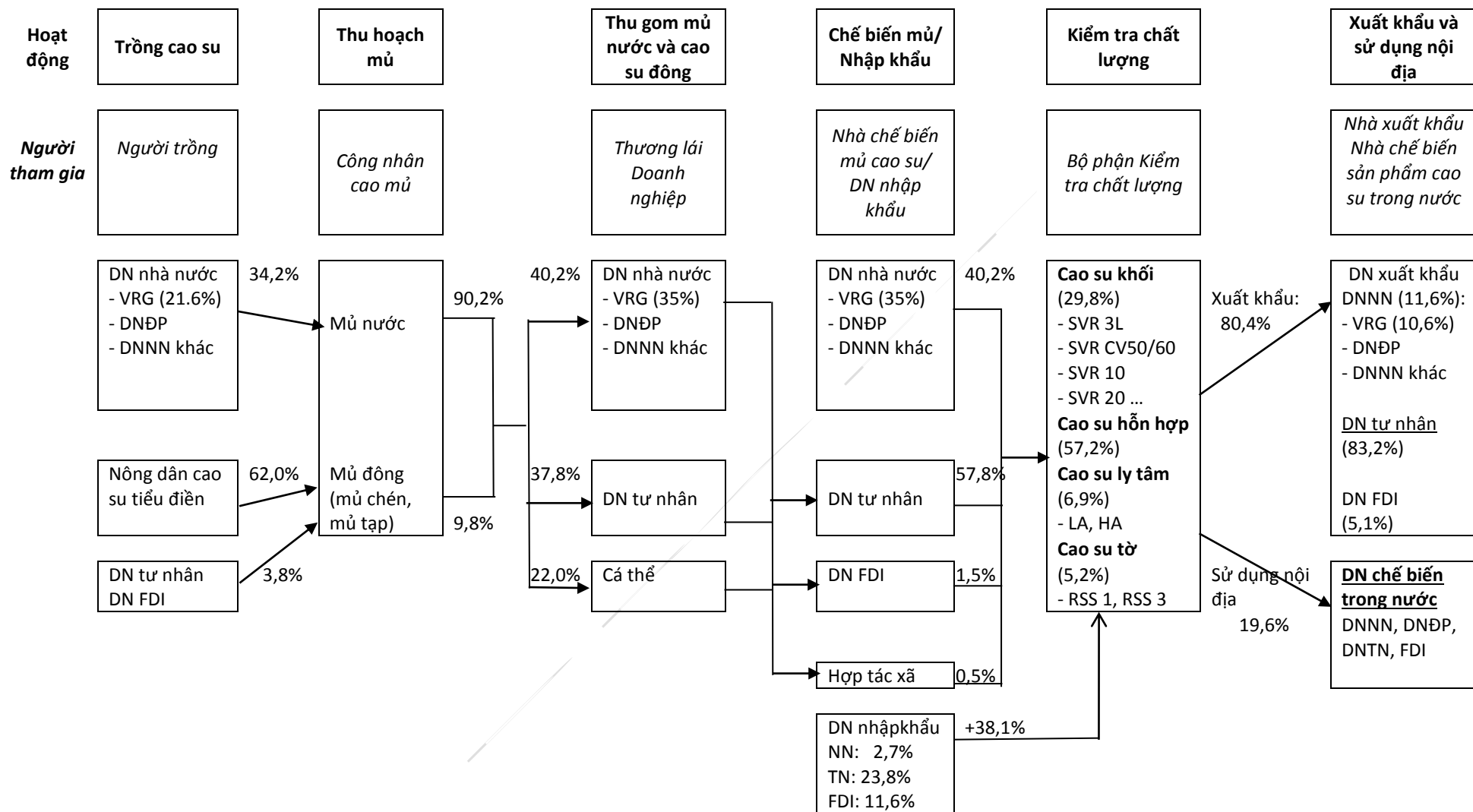
thiên nhiên bao gồm lớp xe, linh kiện ô tô, đế giày, găng tay, chỉ thun, băng tải, nệm gối, dụng cụ thể thao... Các sản phẩm chế biến sâu của gỗ cao su bao gồm đồ gỗ nội, ngoại thất, vật dụng trang trí. Các sản phẩm chế biến sâu phục vụ cả thị trường trong nước và xuất khẩu.

Nhiều cơ quan quản lý khác nhau từ trung ương và địa phương tham gia trực tiếp vào các khâu trong chuỗi cung. Ví dụ, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (NN&PTNT) có trách nhiệm quản lý khâu sản xuất, là khâu đầu của chuỗi cung. Bộ Công Thương quản lý khâu chế biến, xuất nhập khẩu. Hiệp hội Cao su kết nối các doanh nghiệp, hội viên và các cơ quan hoạch định chính sách, thị trường tiêu thụ sản phẩm. Chính quyền địa phương thực thi các chính sách và trực tiếp quản lý các hoạt động của các doanh nghiệp nằm trong phạm vi quản lý của mình. Viện Nghiên cứu Cao su Việt Nam khuyến cáo các bộ giống cao sản và giải pháp kỹ thuật tiến bộ.

Chi tiết các hợp phần của chuỗi cung của cao su thiên nhiên và sản phẩm cao su được thể hiện trong Hình 9. Chuỗi cung của gỗ và sản phẩm gỗ cao su được tách riêng, nằm trong khuôn khổ của báo cáo riêng về gỗ cao su (Nguyễn Vinh Quang và cộng sự, 2018).

Mặc dù Hình 9 cho thấy ranh giới rõ ràng giữa cá nhân và tổ chức tham gia trong mỗi khâu khác nhau của chuỗi cung, việc mỗi cá nhân hoặc mỗi tổ chức tham gia nhiều khâu của chuỗi (ví dụ vừa trồng cao su, vừa tham gia chế biến và xuất khẩu) là tương đối phổ biến. Với lý do như vậy, việc phân định ranh giới của mỗi cá nhân, tổ chức, nhóm theo các khâu khác nhau của chuỗi cung ở phần dưới đây của báo cáo này chỉ có tính tương đối.

Hình 9. Chuỗi cung ứng cao su thiên nhiên Việt Nam năm 2017



3.1. Khâu sản xuất

Trong khâu trồng cao su hiện nay có một số lượng đông đảo các tổ chức và cá nhân tham gia, bao gồm các doanh nghiệp (DN) nhà nước, trong đó có DN thuộc Tập đoàn Cao su, DN do chính quyền địa phương trực tiếp quản lý, DN quốc phòng, DN tư nhân, DN có vốn đầu tư nước ngoài (FDI) và các hộ cao su tiểu điền.

Bảng 5 cho thấy sự khác nhau về diện tích, năng suất và sản lượng giữa cao su đại điền và tiểu điền. Hình 10 cho thấy xu hướng thay đổi diện tích của 2 loại hình sản xuất này. Mặc dù diện tích của cao su đại điền và tiểu điền là gần tương đương nhau (mức tương ứng 48,9% và 51,1% trong tổng diện tích cao su cả nước), diện tích khai thác mủ của đại điền thấp hơn gần 20% so với diện tích khai thác của tiểu điền, do diện tích tái canh của cao su đại điền cao hơn (39,3% trên tổng diện tích khai thác mủ của đại điền so với 60,7% diện tích khai thác mủ của tiểu điền). Năng suất bình quân của cao su tiểu điền hiện cao hơn cao su đại điền.

Diện tích, năng suất và sản lượng của cao su đại điền có xu hướng giảm, một phần do diện tích đến giai đoạn tái canh cao, một phần thể hiện sự điều chỉnh nguồn cung trong chính sách vĩ mô của các công ty cung cao su thiên nhiên, chủ yếu là khối DN nhà nước, nhằm giảm lượng cung cao su thiên nhiên ra thị trường.

Diện tích, năng suất và sản lượng của cao su tiểu điền vẫn tiếp tục tăng, có thể là do tiếp cận thông tin của các hộ tiểu điền về cung-cầu thế giới về đối với cao su thiên nhiên chưa đầy đủ. Cũng có thể các hộ tiểu điền vì hạn chế nguồn thu nên buộc phải chấp nhận giảm lợi nhuận, lấy công làm lãi để duy trì nguồn thu từ cây cao su. Bên cạnh đó, phần lớn diện tích cao su tiểu điền mới phát triển gần đây đang trong thời kỳ đỉnh cao của sản lượng trên vườn cây trẻ.

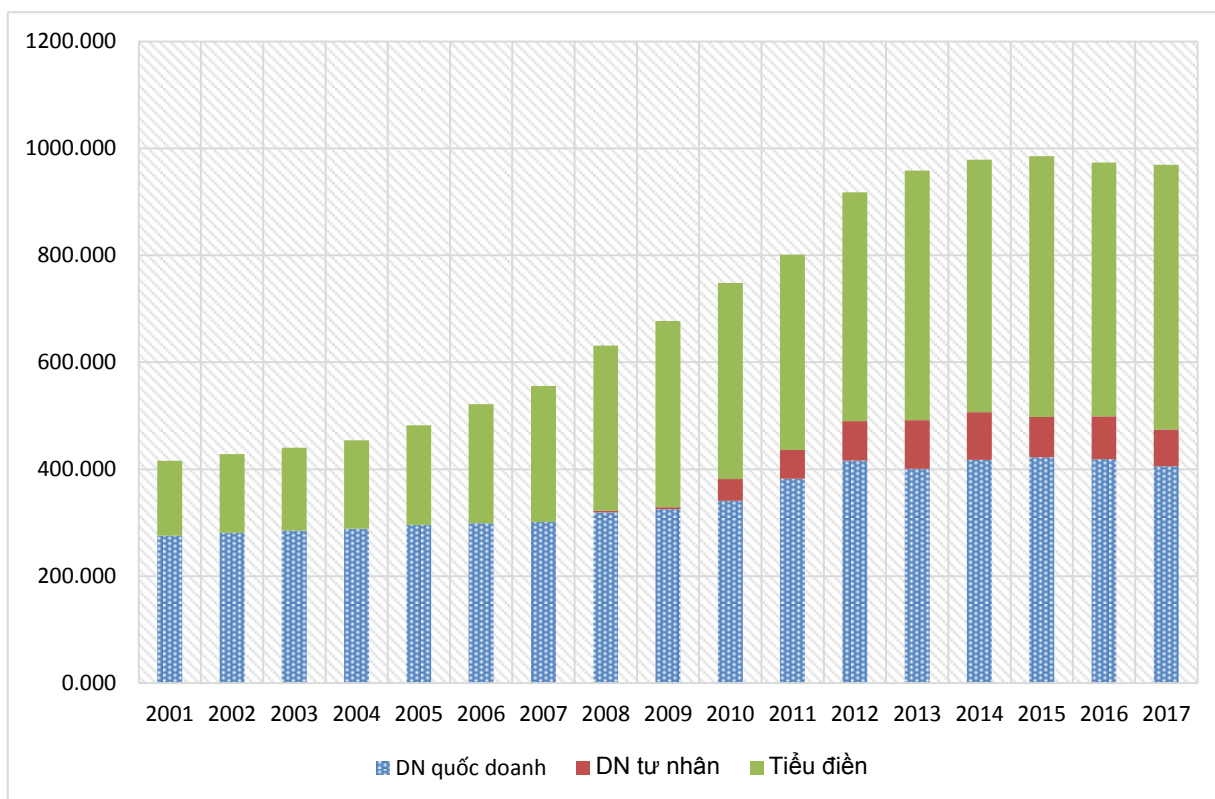
Việc sản lượng cao su tiểu điền vẫn trên đà gia tăng trong bối cảnh giá cao su thiên nhiên trên thị trường thế giới phục hồi chậm sẽ là khó khăn cho các DN và các cơ quan quản lý nhằm hạn chế nguồn cung. Điều này có nghĩa rằng áp lực tồn kho tích lũy vẫn cao.

Bảng 5. Diện tích, sản lượng và năng suất cao su tại Việt Nam theo loại hình sản xuất, 2014 – 2017

Loại hình sản xuất	Diện tích (ngàn ha)			Diện tích thu hoạch (ngàn ha)			Sản lượng (ngàn tấn)			Năng suất (kg/ha/năm)		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
Đại điền	497,7	498,9	474,7	260,1	264,0	256,8	434,2	440,9	416,3	1.670	1.671	1.621
- Quốc doanh	422,5	418,8	405,6	240,2	244,0	230,8	407,2	407,9	375,3	1.696	1.672	1.626
- Tư nhân	75,2	80,1	69,1	19,9	20,0	26,0	27,0	33,0	41,0	1.355	1.654	1.579
Tiểu điền	487,9	474,6	495,0	344,2	357,4	396,4	578,5	594,4	678,2	1.680	1.663	1.711
Tổng cộng	985,6	973,5	969,7	604,3	621,4	653,2	1.012,7	1.035,3	1.094,5	1.676	1.666	1.676

Nguồn: Hiệp hội Cao su Việt Nam, 2018. Tổng hợp từ nguồn Tổng cục Thống kê, Cục Thống kê, các Sở Nông nghiệp & Phát triển nông thôn.

Hình 10. Thay đổi diện tích trồng cao su của các loại hình khác nhau (ngàn ha)



Nguồn: Tổng cục Thống kê các năm, Hiệp hội Cao su Việt Nam tổng hợp

Doanh nghiệp trồng cao su

Số liệu của Tổng cục Thống kê cho thấy năm 2017, trên 391.500 ha được khảo sát trong tổng diện tích đại điền 474.652 ha, có 159 DN và tổ chức tham gia vào khâu trồng cao su, với khoảng 106.000 lao động (Bảng 6).

Bảng 6. Các tổ chức tham gia khâu trồng cao su năm 2017 được khảo sát

Loại DN	Số lượng	Diện tích trồng (ha)	Lao động (người)	Tỷ trọng diện tích (%)	Tỷ trọng lao động (%)
DN Nhà nước	60	344.536	100.204	88	94,6
DN Tư nhân	95	45.698	5.317	11,7	5,0
FDI	4	1.290	354	0,3	0,4
Tổng	159	391.525	105.875	100	100

Nguồn: Tổng cục Thống kê 2018

DN nhà nước bao gồm các DN thuộc Tập đoàn CN Cao su VN, DN do UBND tỉnh quản lý, DN quốc phòng, DN cổ phần, DN liên doanh có vốn nhà nước chiếm trên 50%. DN tư nhân bao gồm DN 100% vốn tư nhân, DN cổ phần, bao gồm cả cổ phần với nước ngoài với tỷ lệ cổ phần chiếm trên 50%, một số hợp tác xã. Doanh nghiệp FDI là DN có trên 50% vốn đầu tư nước ngoài.

Trong phạm vi của các DN thuộc Tập đoàn Cao su, Báo cáo Phương án cổ phần hóa Tập đoàn được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt ngày 26 tháng 12 năm 2017 nêu rõ⁴:

- Diện tích đất của Tập đoàn do 20 công ty trách nhiệm hữu hạn 1 thành viên quản lý là 206.879 ha đất nông nghiệp và 3.923 ha đất phi nông nghiệp.
- Diện tích đất của Tập đoàn do các công ty cổ phần, công ty trách nhiệm hữu hạn 2 thành viên quản lý là 279.464 ha, trong đó 265.679 ha là đất nông nghiệp; phần còn lại là đất phi nông nghiệp. Trong phần diện tích đất này có 129.899 ha (46,5%) là đất trong nước, phần còn lại là đất ở Lào (29.279 ha) và Campuchia (120.285 ha).
- Mục tiêu đến 2020 các doanh nghiệp thuộc Tập đoàn sẽ có diện tích cao su khoảng 400.000 ha, trong đó diện tích trong nước là 285.000 ha, diện tích nước ngoài là 115.000 ha, với tổng sản lượng khoảng 414.000 tấn.

Bảng 7 tổng hợp thông tin thu thập từ 14 doanh nghiệp được nhóm nghiên cứu khảo sát đầu năm 2018. Các thông tin từ 14 DN này không đại diện cho toàn bộ các DN trong ngành cao su mà chỉ có giá trị tham khảo.

⁴ <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Doanh-nghiep/Quyet-dinh-2090-QD-TTg-2017-Phuong-an-co-phan-hoa-Cong-ty-me-Tap-doan-Cong-nghiep-Cao-su-370646.aspx>;
<https://vnrubbergroup.com/media/congbothongtin/Du%20thao%20PA%20CPH%20VRG.pdf>

Bảng 7. Một số đặc tính cơ bản của các DN được khảo sát

Tiêu chí	Đặc điểm
Đặc điểm của công ty	12 trong 14 công ty là DNNN. Trừ 2 công ty đang ở giai đoạn kiến thiết cơ bản chưa cho khai thác mỏ (vùng Tây Bắc), 12 công ty còn lại vừa khai thác mỏ, vừa chế biến.
Đất trồng cao su	Bình quân mỗi DN có khoảng gần 9.600 ha cao su, trong đó diện tích cho thu mỏ khoảng 50%. Đất trồng cao su của các DN chủ yếu là đất nông nghiệp, sử dụng ổn định đã được cấp sổ đỏ. Một số DN có diện tích trên vùng Tây Nguyên và một số DN mới được thành lập (vùng Tây Bắc) có một phần diện tích đất cao su nằm trên đất lâm nghiệp. 2 công ty hiện đang có một số diện tích đất tranh chấp. Một số công ty có diện tích đất bị thu hẹp trong thời gian vừa qua, chủ yếu do chính quyền địa phương thu hồi đất phục vụ các dự án khác.
Doanh thu	Doanh thu bình quân của mỗi công ty khoảng 658,6 tỷ đồng/năm, trong đó 66,1% là từ nguồn thu mỏ; phần còn lại (33,9%) là từ các nguồn khác như gỗ từ vườn cao su thanh lý, lãi suất tiền gửi, chế biến hạt điều, cửa hàng xăng dầu...
Nguồn mỏ mua ngoài	9 /14 công ty hiện mua mỏ từ tiểu điền, 1 công ty vừa mua cao từ tiểu điền, vừa mua từ các công ty khác. Lượng cung từ tiểu điền thường dưới 10% trong tổng lượng mỏ của mỗi công ty. Tuy nhiên, có 2 công ty có lượng cung từ tiểu điền chiếm tương ứng ở mức 31% và 37% trong tổng lượng mỏ từ mỗi công ty. Các công ty này vừa mua trực tiếp từ các hộ tiểu điền ở gần vừa mua qua khâu trung gian (tư thương).
Chi phí doanh nghiệp	Chi phí bình quân hàng năm của mỗi DN khoảng 485,5 tỉ đồng. Nguồn chi lớn nhất là nhân công (30,4%), tiếp đến là nguồn vật tư đầu vào (16,22%) và phần chi khác (25,9%, bao gồm khấu hao tài sản, dịch vụ mua ngoài, thuê đất...). Phần chi cho vốn vay nhỏ (4,3%).
Lao động	Mỗi công ty sử dụng một lượng lao động rất lớn, khoảng 2.140 người. Chi phí nhân công là loại chi phí lớn nhất trong các loại chi phí của DN. Lương tháng bình quân của mỗi công nhân khoảng 5,4 triệu đồng.
Nguồn vốn	Tất cả các công ty có sử dụng nguồn vốn tự có, bao gồm cả nguồn cấp bởi Tập đoàn CN Cao su VN (đối với các công ty thuộc Tập đoàn). Nguồn vốn tự có này thường chiếm 60 – 70% trong tổng nguồn vốn của DN. Có 5 công ty có 100% vốn tự có. 9/14 công ty còn lại có sử dụng nguồn vốn vay. Tỷ trọng vốn vay thông thường chiếm trên dưới 20% tổng nguồn vốn của công ty. Các công ty tư nhân có tỷ trọng nguồn vốn vay lớn hơn. Một số công ty có nguồn vốn khác. Hiện chưa rõ đây là nguồn nào. Hầu hết (11/14) các công ty đều không thấy khó khăn khi tiếp cận nguồn vốn.
Lượng cung mỏ ra thị trường	Trừ 2 công ty có vườn cao su hiện đang còn trong giai đoạn kiến thiết cơ bản (vùng Tây Bắc), các công ty còn lại đều có mỏ cao su cung ra thị trường. Bình quân mỗi công ty cung khoảng 14.400 tấn mỏ ra thị trường mỗi năm.

Doanh nghiệp nhà nước

Trên 344.536 ha khảo sát năm 2017, có 60 DN nhà nước tham gia khâu trồng cao su, với trên 100.000 lao động (Bảng 6).

Trong số các tổ chức tham gia khâu trồng, DN nhà nước vẫn giữ vị thế chủ đạo, với 88% tỷ trọng về đất đai và gần 95% tỷ trọng về lao động (Bảng 6). Quy mô sản xuất của DN nhà nước lớn hơn nhiều so với DN tư nhân. Bình quân, mỗi DN nhà nước có khoảng 5.700 ha cao su, với gần 1.700 lao động.

Tập đoàn Cao su là DN nhà nước có qui mô sản xuất lớn nhất, bao gồm các thành viên ở hầu hết các vùng cao su trọng điểm, với tổng diện tích cao su tại Việt Nam khoảng 293.300 ha và sản lượng 277.300 tấn năm 2017.

Tập đoàn Cao su có kế hoạch mở rộng mua mủ cao su từ các hộ tiểu điền, từ mức 60.000 tấn năm 2017 lên mức 105.000 tấn năm 2020.⁵

Một số DN nhà nước do chính quyền địa phương quản lý và một số DN quốc phòng có diện tích cao su khá lớn, bao gồm Tổng công ty 15, Công ty Trách nhiệm hữu hạn một thành viên (TNHH MTV) Cao su Đắk Lắk, Công ty TNHH MTV Cao su Bình Phước, Công ty TNHH MTV Cao su Sông Bé, Công ty TNHH MTV Cao su 30/4 Tây Ninh, Công ty CP Cao su 1-5 Tây Ninh, Công ty CP Cao su Thống Nhất, Công ty TNHH MTV Việt Trung, Công ty TNHH MTV Lệ Ninh – Quảng Bình.

Doanh nghiệp tư nhân

Các DN tư nhân có quy mô sản xuất nhỏ hơn nhiều so với DN nhà nước. Bình quân mỗi DN tư nhân có 480 ha và khoảng 56 lao động. Năm 2017 số DN tư nhân tham gia khâu sản xuất là 95 DN, cao hơn nhiều so với số DN nhà nước tham gia khâu này (60 DN). Tuy nhiên, tổng diện tích cao su của các DN tư nhân chỉ chưa tới 45.700 ha, tương đương 13,2% diện tích của các DN nhà nước.

DN tư nhân bắt đầu tham gia trồng cao su vào năm 2008, chậm hơn nhiều so với DN nhà nước và các hộ tiểu điền. Năm 2001, diện tích cao su của các DN nhà nước là 275.900 ha, diện tích cao su tiểu điền là 139.900 ha, trong khi DN tư nhân chưa tham gia khâu này. Phải mãi đến năm 2008, khi giá mủ cao su trên thị trường thế giới đạt mức cao thì các DN tư nhân mới bắt đầu tham gia trồng cao su, với diện tích trong năm này đạt khoảng 3.000 ha. Đến năm 2017, tổng diện tích cao su của các DN tư nhân chỉ đạt 69.100 ha, thấp hơn nhiều so với diện tích cao su tiểu điền và diện tích của DN nhà nước.

Một số DN tư nhân có diện tích cao su lớn như Công ty CP Hoàng Anh Gia Lai, Công ty CP Cao su Hòa Lâm, Công Ty CP Cao Su Trung Nguyên, Công Ty TNHH MTV Cao Su Phước Long ...

Một số DN trồng cao có vốn đầu tư nước ngoài. Tuy nhiên, đến hết 2017 diện tích cao su của các DN này chỉ chiếm gần 1.300 ha.

Hộ cao su tiểu điền

Số liệu của TCTK cho thấy năm 2017 tổng số hộ trồng cao su của Việt Nam là 263.876 hộ, chiếm 3,1% trong tổng số hộ nông nghiệp của cả nước (8.454.263 hộ). Diện tích trồng cao su của hộ các hộ trong năm này là 495.033 ha, trong đó diện tích đang cho thu mủ là 396.376 ha, chiếm 80% trong tổng diện tích của hộ (20% diện tích còn lại đang ở trong giai đoạn kiến thiết cơ bản). Diện tích cao su bình quân/hộ khoảng 1,88 ha.

Cao su tiểu điền đã bắt đầu phát triển lại ở Việt Nam từ những năm 1980. Loại hình này có tốc độ phát triển nhanh, đặc biệt trong giai đoạn 2006 – 2015. Đến 2011, tổng số hộ tham gia trồng cao su là trên 258.000 hộ, tăng hơn 43% so với số hộ tham gia khâu này năm 2006. Cao su tiểu điền chủ

⁵ <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Doanh-nghiep/Quyet-dinh-2090-QD-TTg-2017-Phuong-an-co-phan-hoa-Cong-ty-me-Tap-doan-Cong-nghiep-Cao-su-370646.aspx>

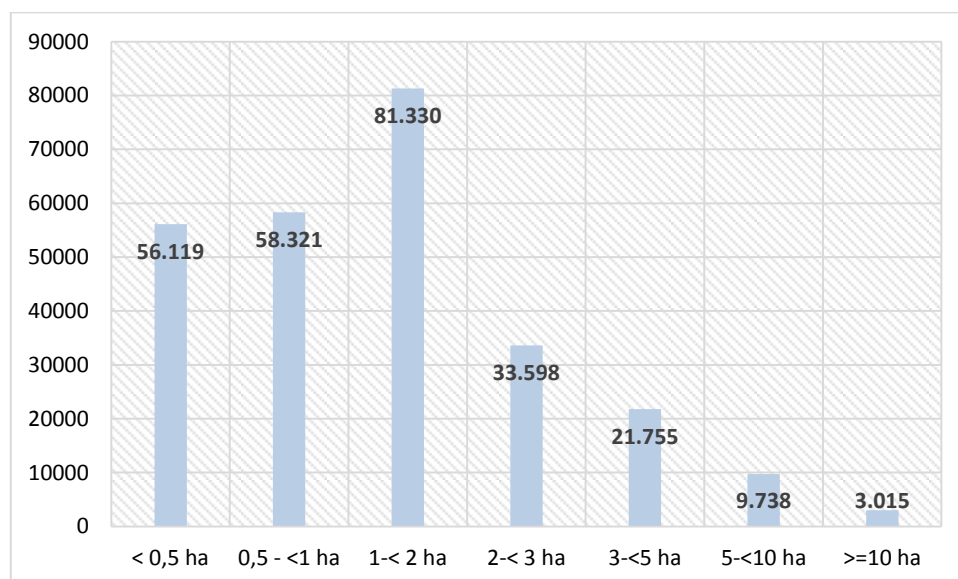
yếu tập trung ở ba vùng trọng điểm, bao gồm Đông Nam Bộ (chiếm 56% tổng số hộ tham gia trồng cao su năm 2017, tăng 118% so với số hộ trồng cao su ở vùng này năm 2006), Tây Nguyên (22% trong tổng số hộ trồng cao su năm 2017, tăng 290% so với số hộ năm 2006) và Duyên hải miền Trung (chiếm gần 20% trong tổng số hộ năm 2017, tăng 103,6% so với số hộ năm 2006).

Nếu tính bình quân 3 ha cao su cần 1 lao động thì số lao động hiện đang làm việc trong các hộ tiểu điền năm 2017 là gần 135.000 lao động.

Cao su tiểu điền mới phát triển ở Trung du miền núi phía Bắc trong những năm gần đây. Năm 2017 có 5.200 hộ tham gia trồng cao su thuộc vùng này, chỉ chiếm 2% tổng số hộ trồng cao su trên của cả nước.

Khoảng 30% (tương đương với 81.330 hộ) trong tổng số hộ trồng cao su có diện tích từ 1 – 2 ha. Số hộ có diện tích dưới 0,5 ha và từ 0,5 – 1 ha mỗi hộ cũng rất lớn, tương ứng với các con số 19,4% và 21,7% trong tổng số hộ tham gia trồng cao su. Các hộ có diện tích từ 5 ha trở lên có tỷ lệ nhỏ (Hình 11).

Hình 11. Số hộ trồng cao su ở Việt Nam năm 2017 theo diện tích



Nguồn: Tổng cục Thống kê 2018

Hiện nguồn cung cao su thiên nhiên từ các hộ tiểu điền chiếm tỷ lệ lớn hơn nguồn cung từ các thành phần khác. Năm 2017, cung từ nguồn tiểu điền chiếm 62% trong tổng số lượng cung của cả nước, tiếp đến là nguồn cung từ các DN nhà nước (34,2%) và DN tư nhân và FDI (3,8%).

Trong những năm gần đây, do giá cao su thiên nhiên thấp, một số hộ tiểu điền đã và đang chuyển đổi một phần diện tích trồng cao su sang một số cây trồng khác cho hiệu quả kinh tế cao hơn. Báo cáo từ Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn 18 tỉnh gửi cho nhóm nghiên cứu năm 2018 cho thấy có 9 tỉnh (50%) đã và đang có tình trạng một số hộ tiểu điền chuyển đổi cao su sang các loại cây khác. Mặc dù diện tích chuyển đổi nhỏ nhưng đây là tín hiệu cho thấy nếu giá cao su thiên nhiên không hồi phục, nhiều hộ cao su tiểu điền sẽ tiếp tục phải đối mặt với khó khăn và sức ép chuyển đổi cây cao su sang các loại cây trồng khác sẽ càng ngày càng lớn.

Ở một số tỉnh như Bình Dương và Gia Lai, ngành nông nghiệp đang vận động các hộ cố gắng không chuyển đổi, duy trì diện tích cao su thông qua việc trồng xen cây ngắn ngày nhằm đa dạng nguồn thu. Một số cách thức khác được ngành nông nghiệp khuyến cáo bao gồm kéo dài thời gian kiến thiết cơ bản (từ 5 năm chuyển thành 6 – 7 năm mới khai thác mủ); đối với các diện tích đã cho khai thác thì nay nên hạn chế khai thác, giảm số ngày cạo mủ. Tuy nhiên, các giải pháp này chỉ mang tính ngắn hạn. Thị trường sẽ có vai trò quan trọng trong việc ra quyết định của hộ.

3.2. Khâu thu mua

Khâu thu mua có sự tham gia của DN nhà nước, DN tư nhân và tư thương. Hiện thông tin về số lượng, thành phần các cá nhân và tổ chức tham gia khâu này, hoạt động cụ thể, nguồn lực về con người, tài chính, mối quan hệ trong khâu này còn rất hạn chế.

Theo tính toán của nhóm nghiên cứu trong năm 2017, khoảng 40,2% trong tổng lượng cung cao su thiên nhiên là từ các DN nhà nước, 37,8% từ DN tư nhân và 22% ở nhóm tư thương.

Trong nhóm DN nhà nước, lượng cung từ các DN thuộc Tập đoàn Cao su chiếm khoảng 35% trong tổng lượng cung của các DN thuộc khối này.

Phần lớn các doanh nghiệp trồng cao su quy mô lớn đều có nhà máy sơ chế mủ và kinh doanh, xuất khẩu trực tiếp hoặc xuất khẩu ủy thác.

Khoảng 90,2% trong tổng lượng mủ được khai thác là mủ nước, phần còn lại (9,8%) là mủ đông (bao gồm mủ chén, mủ tạp).

Nhiều DN nhà nước trồng cao su tham gia vào khâu thu mủ từ các hộ tiểu điền (xem phần 3.1). Mủ cao su của các hộ gia đình chủ yếu được bán trực tiếp cho nhà máy sơ chế mủ cao su trong địa phương có khoảng cách gần với các hộ, hoặc bán qua trung gian là tư thương. Thành phần khâu trung gian đa dạng, bao gồm các thương lái trong thôn, ấp, các đại lý thu mua trong địa bàn huyện, các đại lý thu mua của nhà máy. Khâu trung gian có thể là một hoặc nhiều cấp.

Tình trạng thương lái ép giá các hộ tiểu điền xảy ra tương đối phổ biến ở một số nơi.⁶ Báo cáo của Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Kon Tum gửi cho nhóm nghiên cứu năm 2018 cho biết nguồn mủ từ hộ tiểu điền phải trải qua nhiều khâu trung gian mới đến các nhà máy chế biến, với giá cả mủ vẫn chủ yếu phụ thuộc vào thương lái. Theo báo cáo của Sở, hiện vẫn còn thiếu các cơ chế đảm bảo các thông tin về giá mủ được minh bạch và điều này hiện đang gây thiệt hại cho các hộ tiểu điền.

Giá cao su tiểu điền tại một số nơi thấp do một số yếu tố sau (Trần Thị Thúy Hoa 2017)

- Vùng trồng cao su xa địa bàn thu mua và/hoặc nhà máy chế biến
- Thu mua phải trải qua nhiều khâu trung gian
- Chất lượng mủ thấp do thiếu các thông tin hướng dẫn kỹ thuật và thiếu kiểm tra chất lượng
- Lượng bán từ hộ có khối lượng nhỏ

Gần đây, nhờ mạng lưới điện thoại di động và internet, người dân ở một số địa phương có thể cập nhật hàng ngày giá thu mua, do vậy phần nào đã giảm được tình trạng ép giá của thương lái.

Từ đầu năm 2016, Hiệp hội Cao su đã tổ chức việc trao đổi qua email, điện thoại, website giữa các Hội viên về giá thu mua mủ nước của tiểu điền, giúp ngăn chặn hiện tượng tranh mua tranh bán và gây thiệt hại cho người dân hoặc nhà máy. Phụ lục 1 công bố một số website có thông tin về giá thu mua mủ cao su.

Tuy nhiên, nhìn chung tiếp cận của người dân với thông tin thị trường giá cả còn hết sức hạn chế. Nói cách khác, người dân tham gia thị trường ở vị thế bị động.

⁶ Một số cơ quan báo chí đã phản ánh tình trạng này: <https://thitruongcaosu.net/2018/07/10/tang-cuong-chinh-sach-ho-tro-thu-mua-mu-cao-su-tieu-dien/>; <https://vov.vn/kinh-te/bat-cap-gia-thu-mua-mu-cao-su-tieu-dien-o-binh-duong-288593.vov>;

3.3. Khâu chế biến

Khâu chế biến bao gồm nhiều tổ chức tham gia. Chế biến bao gồm chế biến mủ cao su (chế biến thô) và chế biến sản phẩm cao su (chế biến sâu).

Chế biến mủ cao su

Năm 2017, Việt Nam có tổng số có 196 nhà máy chế biến, với công suất thiết kế trên 1,3 triệu tấn mủ khô/năm (Bảng 8).

Thành phần tham gia sơ chế mủ cao su chủ yếu là doanh nghiệp, đa dạng về loại hình như DN nhà nước trung ương và địa phương, DN tư nhân, DN có vốn đầu tư của nước ngoài và một số ít hợp tác xã.

Số lượng các nhà máy chế biến mủ cao su tương ứng với diện tích cao su của các vùng. Đông Nam Bộ là vùng có diện tích cao su lớn nhất (Bảng 3), đây cũng là vùng có số lượng nhà máy lớn nhất (118), với công suất thiết kế 1 triệu tấn/năm. Các vùng Bắc Trung Bộ, Nam Trung Bộ và Tây Nguyên có diện tích cao su nhỏ hơn và số lượng các nhà máy ít hơn.

Công suất thiết kế của các nhà máy lớn hơn tổng nguồn cung nguyên liệu hiện nay. Điều này có nghĩa rằng công suất của các nhà máy hiện nay có thể tăng, nếu lượng cung ra thị trường tăng.

Năm 2014, cả nước có 164 nhà máy sơ chế mủ cao su với tổng công suất thiết kế là 1.218.100 tấn, cao hơn 25,1% so với sản lượng 973.700 tấn năm 2014 và 20% so với sản lượng 1.017.000 tấn năm 2015. Đông Nam Bộ có 106 nhà máy với công suất vượt sản lượng nhiều nhất 36,8%. Trong năm này, Tây Nguyên có 19 nhà máy và công suất còn thấp hơn sản lượng, do đó, một số lượng mủ cao su khai thác từ vùng này được đưa về sơ chế ở Đông Nam Bộ. Miền Trung có sản lượng cao su thấp hơn nhưng số nhà máy là 36, với tổng công suất cao hơn nguồn nguyên liệu là 19,8% (Cục Chế biến Nông lâm sản và Nghề muối, 2015).

Đến 2017, số nhà máy thành lập mới khoảng 35 so với số nhà máy năm 2014. Đến cuối 2017, miền Bắc chưa có nhà máy sơ chế mủ, một số tỉnh có sản lượng cao su đã chuyển sang các tỉnh miền Trung để sơ chế. Công suất nhà máy ở Tây Nguyên còn thấp hơn sản lượng, do vậy, cao su thiên nhiên sản xuất ra ở vùng này được chuyển về Đông Nam Bộ để sơ chế.

Bảng 8. Số lượng và công suất nhà máy sơ chế cao su theo vùng, 2017

Vùng	Số nhà máy	Công suất thiết kế (tấn/năm)	Sản lượng trong vùng (tấn/năm)	Công suất so với sản lượng (%)
Miền Bắc	0	0	1.917	0,0
Miền Trung:				
- Bắc Trung Bộ	31	83.497	40.042	208,5
- Nam Trung Bộ	27	63.000	59.943	105,1
Tây Nguyên	20	167.860	215.374	77,9
Đông Nam Bộ	118	1.013.981	777.188	130,5
Đồng bằng Sông CL		0	55	0,0
Tổng cộng	196	1.328.338	1.094.518	121,4

Nguồn: Hiệp hội Cao su Việt Nam ước tính trên nguồn của Cục Chế biến nông lâm sản và nghề muối, 2015 và Tổng cục Thống kê, 2018.

Theo Cục Chế biến Nông lâm sản Thương mại và Nghề muối (2015), trong 164 nhà máy chế biến mủ cao su năm 2014 thì số lượng các nhà máy của DN tư nhân chiếm trên 70%, phần còn lại là các nhà máy của các DN nhà nước (các DN thuộc Tập đoàn Cao su, DN do chính quyền địa phương quản lý, DN quốc phòng (27,4%), một số hợp tác xã và DN FDI (2,6%). Bảng 9 cho thấy các loại hình cơ sở chế biến trong năm 2014.

Bảng 9. Số nhà máy chế biến mủ cao su năm 2014

Loại hình	Số lượng	Công suất thiết kế (tấn/năm)	Công suất thiết kế (%)
DNTN	115	701.600	57,8%
DNNN	44	488.000	40,2%
FDI	1	18.000	1,5%
HTX	2	6.000	0,5%
Tổng	162	1.213.600	100%

Nguồn: Cục Chế biến NLTS và NM, 2015

Tính theo công suất thiết kế của các nhà máy chế biến năm 2014, các công ty tư nhân có tỷ trọng công suất thiết kế cao nhất, chiếm 57,8% tổng công suất thiết kế của toàn ngành, tiếp đến là các nhà máy thuộc Tập đoàn Cao su, các DN nhà nước cấp địa phương, DN quốc phòng, chiếm khoảng 40,2%. Doanh nghiệp FDI, hợp tác xã chiếm phần tỷ trọng còn lại.

Ước tính năm 2017, khoảng 57,8% tổng lượng mủ được chế biến bởi các DN tư nhân, 40,2% từ các DN nhà nước, phần còn lại từ một số doanh nghiệp FDI (1,5%) và hợp tác xã (0,5%) (Hình 9).

Chế biến sản phẩm cao su

Sản phẩm cao su đa dạng, bao gồm các sản phẩm như lốp xe, đế giày, băng tải, găng tay, chỉ thun và nhiều loại hình sản phẩm khác. Sản xuất các sản phẩm này đòi hỏi trình độ công nghệ, máy móc và tay nghề cao hơn nhiều so với chế biến các sản phẩm thô (mủ cao su).

Theo số liệu của TCTK đến hết năm 2016, có 456 đơn vị tham gia vào chế biến sản phẩm cao su (Bảng 10), với lượng lao động tham gia trong khâu này lên tới trên 61.701 người.

Trong số các đơn vị này, DN tư nhân chiếm số lượng đông đảo nhất, chiếm khoảng 70,4% về số đơn vị nhưng chỉ chiếm 23% về số lao động. Các con số này cho thấy phần lớn các DN tư nhân là DN quy mô nhỏ. Trong khi khối DN FDI chỉ chiếm 27% về số đơn vị nhưng chiếm gần 61% về số lao động. Khối DN nhà nước chiếm 2% về số đơn vị và 16% về số lao động.

Bảng 10. Các DN tham gia chế biến sản phẩm cao su tại Việt Nam năm 2016

Loại hình DN	Số lượng DN	Lao động	Lao động nữ	Lao động/DN
DN nhà nước	10	9.874	3.194	987
DN tư nhân	321	14.240	5.670	44
FDI	125	37.587	17.531	301
Tổng	456	61.701	26.395	135

Nguồn: Tổng cục Thống kê 2018

3.4. Nhập khẩu cao su nguyên liệu

Hàng năm lượng cao su xuất khẩu của Việt Nam khoảng trên 1,3 triệu tấn, trong khi sản xuất trong nước đạt 1 triệu tấn. Chênh lệch giữa lượng xuất khẩu và sản xuất trong nước được bù đắp từ nguồn nhập khẩu, chủ yếu là từ Campuchia, Lào và Thái Lan.

Bình quân mỗi năm Việt Nam nhập khẩu khoảng 300.000 – 500.000 tấn cao su thiên nhiên. Hầu hết lượng nhập là từ dự án của doanh nghiệp Việt Nam đầu tư trồng cao su ở Lào, Campuchia hiện đã vào thời kỳ thu hoạch. Diện tích khai thác mủ từ các dự án này đang tiếp tục mở rộng, và lượng nhập từ nguồn này sẽ tăng trong tương lai.

Bảng 11 cho thấy các lượng cao su thiên nhiên nhập khẩu vào Việt Nam giai đoạn 2007 – 2017.

Trong các quốc gia cung cao su nguyên liệu cho Việt Nam, Campuchia và Lào là quốc gia cung lớn nhất. Năm 2017, lượng cung từ Campuchia chiếm khoảng 16,4% trong tổng lượng cao su thiên nhiên nhập khẩu vào Việt Nam trong cùng năm, lượng cung từ Lào chiếm khoảng 9,3%.

Ngoài nhập khẩu cao su thiên nhiên, Việt Nam còn nhập toàn bộ nhu cầu cao su tổng hợp (sản xuất từ dầu thô), để sử dụng trong công nghiệp chế biến sản phẩm cao su. Lý do là loại cao su này chưa được sản xuất ở Việt Nam.

Bảng 12 cho thấy giá trị nhập khẩu các sản phẩm cao su vào Việt Nam trong những năm vừa qua. Hàng năm Việt Nam nhập khẩu nhiều chủng loại sản phẩm cao su, tương đương khoảng 2 tỷ USD và giá trị. Nhóm sản phẩm có giá trị kim ngạch nhập khẩu cao nhất bao gồm sản phẩm cao su kỹ thuật, lốp xe, tấm cao su, ống cao su và đế giày. Giá trị nhập khẩu các sản phẩm cao su bình quân mỗi năm tương đương với khoảng 30% trong tổng giá trị xuất khẩu cao su thiên nhiên, sản phẩm cao su và gỗ, sản phẩm gỗ cao su của Việt Nam, và hiện đang có xu hướng tăng.

Bảng 11. Việt Nam nhập khẩu cao su nguyên liệu từ các nước, 2007 – 2017 (ngàn tấn)

Năm	Thái Lan	Indonesia	Malaysia	Ấn Độ	KCX Việt Nam ⁷	Lào	Myanmar	Philippines	Campuchia	Khác	Tổng
2014	11,56	0,85	4,94	0,53	23,56	21,58	0,00	0,09	44,46	145,04	252,60
2015	12,32	1,70	5,27	0,00	29,78	30,50	0,00	0,10	58,75	161,59	300,00
2016	11,66	1,79	10,43	0,58	26,91	38,47	1,04	0,10	56,32	270,99	418,30
2017	19,31	20,08	18,95	0,10	5,80	48,90	1,10	1,30	86,01	325,05	526,60

Nguồn: Hiệp hội Cao su Việt Nam, tổng hợp từ nguồn Tổng cục Hải quan 2007 – 2017

Bảng 12. Giá trị nhập khẩu sản phẩm cao su Việt Nam theo chủng loại, 2012 – 2016 (Triệu USD)

Năm	Lốp xe <i>Tyres</i> (HS 4011)	Săm xe <i>Inner Tubes</i> (HS 4013)	Tấm cao su <i>Plates</i> (HS 4008)	Đế giày cao su <i>Outer soles</i> (HS 640620)	Sản phẩm cao su y tế <i>Hygienic products</i> (HS 4014)	Găng tay <i>Gloves</i> (HS 4015)	Chỉ thun <i>Threads</i> (HS 4007)	Chỉ thun bọc vật liệu dệt <i>Threads, textile covered</i> (HS 560410)	Nệm <i>Mattresses</i> (HS 940421)	Băng tải <i>Belts</i> (HS 4010)	Ống cao su <i>Hoses</i> (HS 4009)	Sản phẩm cao su kỹ thuật <i>Spare parts</i> (HS 4016)	Cao su cứng <i>Hard rubber</i> (HS 4017)	Khác <i>Others</i>	Tổng <i>Total</i>
2012	262,15	5,95	45,47	76,18	12,27	46,02	12,53	78,82	0,34	66,46	85,05	240,96	1,66	5,96	939,82
2013	280,88	4,75	55,31	88,54	11,58	113,17	13,00	108,48	1,14	54,97	58,91	259,16	3,99	7,02	1.061,21
2014	278,00	4,92	95,58	120,29	11,87	109,77	17,36	57,22	1,13	86,51	84,70	305,21	2,51	6,62	1.181,70
2015	416,15	7,82	289,75	138,82	13,98	94,48	20,34	92,81	0,96	119,04	212,34	482,09	3,06	5,54	1.897,19
2016	369,86	6,31	277,83	133,23	14,78	90,86	21,39	69,33	4,49	129,99	207,28	636,13	2,41	6,61	1.970,50

Nguồn: Hiệp hội Cao su Việt Nam (VRA) (2018). Số liệu thống kê cao su Việt Nam 2007 – 2017. Nhà Xuất bản Nông nghiệp, Tổng hợp từ International Trade Center, Tổng cục Hải quan

⁷ Một số DN nước ngoài nằm trong khu chế xuất (KCX) mua cao su thiên nhiên từ bên ngoài khu chế xuất để làm hàng xuất khẩu (chủ yếu là đế giày, linh kiện cao su kỹ thuật...). Theo quy định hiện hành của Việt Nam, hình thức này được ghi là nhập khẩu trong nguồn thông tin thống kê xuất nhập khẩu của Tổng cục Hải quan.

3.5. Việt Nam xuất khẩu cao su thiên nhiên và sản phẩm cao su

Năm 2017, khoảng 80,4% sản lượng cao su thiên nhiên sản xuất tại Việt Nam được sử dụng để xuất khẩu; phần còn lại (19,6%) được sử dụng nội địa cho ngành chế biến sản phẩm cao su (Hình 9).

Xuất khẩu cao su thiên nhiên

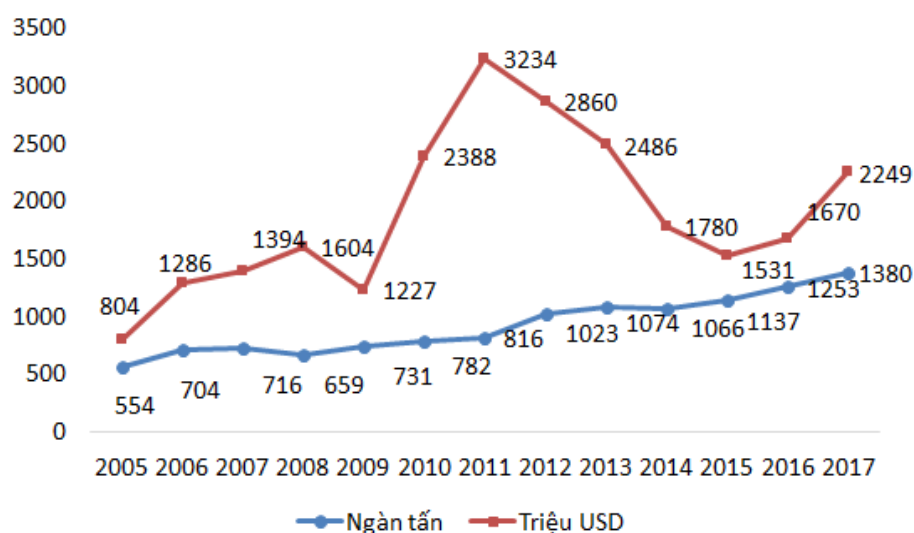
Bảng 13 cho thấy lượng và giá trị kim ngạch xuất khẩu cao su thiên nhiên từ Việt Nam từ 2007. Năm 2017, lượng xuất khẩu trên 1,3 triệu tấn, kim ngạch đạt gần 2,25 tỷ USD. Cả lượng và giá xuất khẩu cao su thiên nhiên đều tăng (Hình 12).

Bảng 13. Xuất khẩu cao su thiên nhiên Việt Nam, 2007 – 2017

Năm	Xuất khẩu		
	Tấn	Ngàn USD	USD/Tấn
2007	715.600	1.393.838	1.948
2008	658.700	1.604.100	2.435
2009	731.393	1.226.857	1.677
2010	782.213	2.388.225	3.053
2011	816.366	3.233.800	3.961
2012	1.023.104	2.859.838	2.795
2013	1.073.956	2.486.427	2.315
2014	1.066.134	1.780.080	1.670
2015	1.137.368	1.531.469	1.347
2016	1.252.990	1.669.601	1.332
2017	1.381.052	2.249.775	1.629

Nguồn: Tổng cục Hải quan, Hiệp hội Cao su Việt Nam tổng hợp

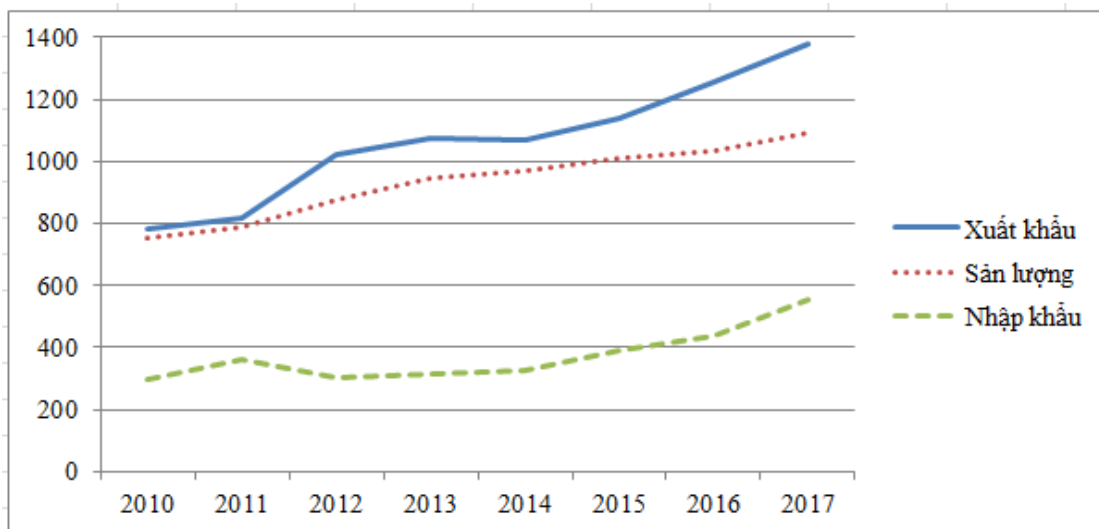
Hình 12. Lượng và kim ngạch xuất khẩu cao su thiên nhiên của Việt Nam, 2005 - 2017



Nguồn: Tổng cục Hải quan các năm, Hiệp hội Cao su Việt Nam tổng hợp

Hình 13 chỉ ra xu hướng xuất khẩu, sản lượng trong nước và nhập khẩu cao su thiên nhiên giai đoạn 2010 – 2017.

Hình 13. Xuất khẩu, nhập khẩu và sản lượng cao su Việt Nam, 2010 – 2017 (ngàn tấn)

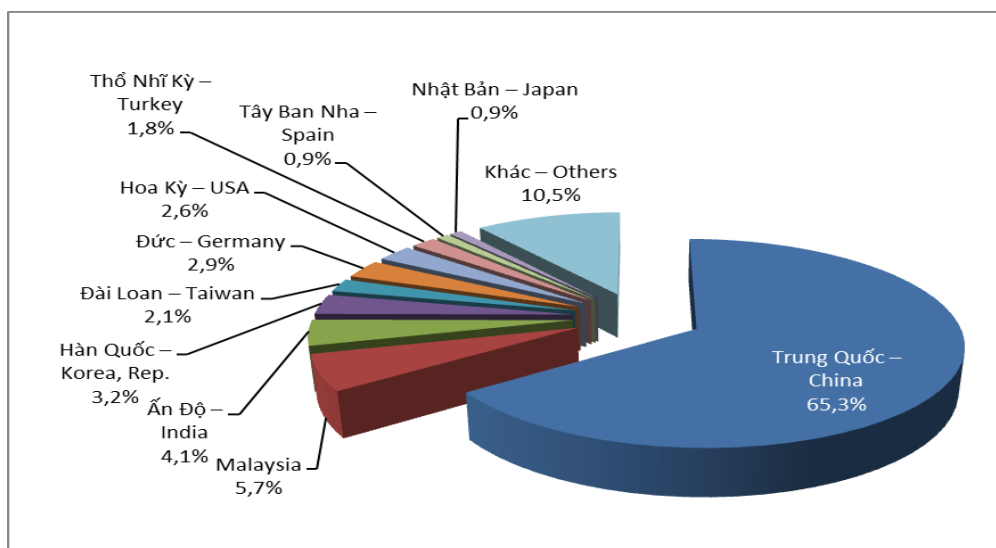


Nguồn: Tổng cục Hải quan, Hiệp hội Cao su Việt Nam tổng hợp

Năm 2017, Việt Nam là quốc gia cung cao su thiên nhiên lớn thứ 3 trên thế giới, chỉ sau Thái Lan và Indonesia. Lượng cung từ Việt Nam chiếm khoảng 11,7 % trong tổng nguồn cung cao su thiên nhiên trên thế giới.

Trung Quốc là thị trường nhập khẩu cao su thiên nhiên lớn nhất của Việt Nam. Năm 2017, khoảng 65,3% tổng lượng cao su thiên nhiên xuất khẩu của Việt Nam đi vào thị trường này. Các thị trường nhập khẩu như Malaysia, Ấn Độ, Hàn Quốc, Đức... có tỉ trọng nhỏ hơn rất nhiều, chiếm khoảng 2 – 4% mỗi thị trường. Hình 14 cho thấy thị phần của các thị trường khác nhau.

Hình 14. Xuất khẩu cao su thiên nhiên từ Việt Nam theo thị trường năm 2017



Nguồn: Tổng cục Hải quan, Hiệp hội Cao su Việt Nam tổng hợp

Bảng 14 cho thấy chi tiết lượng cao su thiên nhiên xuất khẩu từ Việt Nam vào các thị trường, và tỉ trọng tương ứng của các thị trường này trong tổng lượng cao su thiên nhiên xuất khẩu của Việt Nam trong giai đoạn 2012 – 2017. Trong các thị trường, Trung Quốc chiếm vị thế đặc biệt quan trọng, đứng số 1 trong tất cả các thị trường của Việt Nam. Đây cũng là thị trường có tốc độ mở rộng rất lớn. Ngược lại với xu hướng này là thị trường Malaysia và Ấn Độ, với tốc độ suy giảm tương đối nhanh

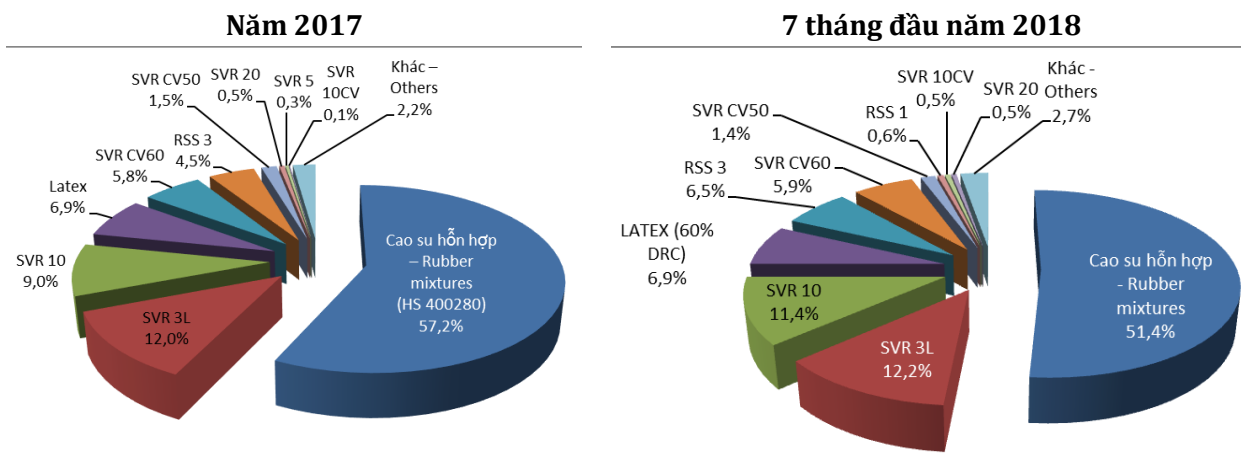
Bảng 14. Xuất khẩu cao su thiên nhiên Việt Nam theo thị trường, 2012 - 2017

Thị trường	2012		2013		2014		2015		2016		2017	
	Tấn	%	Tấn	%	Tấn	%	Tấn	%	Tấn	%	Tấn	%
Trung Quốc -	372.303	36,4	450.047	41,9	470.339	44,1	572.636	50,3	743.267	59,3	901.634	65,3
Malaysia	200.400	19,6	223.571	20,8	202.095	19,0	170.124	15,0	101.269	8,1	78.198	5,7
Ấn Độ	71.676	7,0	86.393	8,0	90.898	8,5	89 303	7,9	86.941	6,9	56.042	4,1
Hàn Quốc	39.997	3,9	35.548	3,3	32.555	3,1	29.653	2,6	38.252	3,1	43.744	3,2
Đài Loan	38.939	3,8	30.314	2,8	27.916	2,6	26.812	2,4	28.118	2,2	29.180	2,1
Đức	33.728	3,3	29.842	2,8	32.335	3,0	29.941	2,6	36.060	2,9	39.699	2,9
Hoa Kỳ	23.453	2,3	28.940	2,7	32.325	3,0	39.367	3,5	36.114	2,9	36.484	2,6
Thổ Nhĩ Kỳ	13.905	1,4	16.175	1,5	20.834	2,0	21.142	1,9	21.877	1,7	25.312	1,8
Tây Ban Nha	9.343	0,9	10.388	1,0	12.908	1,2	11.297	1,0	13.527	1,1	13.073	0,9
Nhật Bản	9.712	0,9	9.812	0,9	11.301	1,1	5.886	0,5	11.050	0,9	12.095	0,9
Khác	209.648	20,5	152.926	14,2	132.628	12,4	141.207	12,4	136.515	10,9	145.591	10,5
Tổng cộng	1023.104	100	1.073.956	100	1.066.134	100	1.137.368	100	1.252.990	100	1.381.052	100

Nguồn: Tổng cục Hải quan, Hiệp hội Cao su Việt Nam tổng hợp

Trong nhóm cao su thiên nhiên xuất khẩu, cao su hỗn hợp (rubber mixtures, mã HS 400280) có kim ngạch cao nhất, chiếm 57,2% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của các sản phẩm trong nhóm năm 2017. Xu hướng này vẫn được duy trì trong 7 tháng đầu năm 2018 (Hình 15).

Hình 15. Xuất khẩu cao su thiên nhiên Việt Nam theo chủng loại và cấp hạng, 2017 và 7 tháng đầu năm 2018



Nguồn: Tổng cục Hải quan, Hiệp hội Cao su Việt Nam tổng hợp

Bảng 15 cho thấy lượng cao su thiên nhiên xuất khẩu, phân theo các chủng loại khác nhau vào các thị trường trọng điểm. Thông số trong bảng cho thấy Trung Quốc nhập chủ yếu loại cao su hỗn hợp, trong khi Malaysia nhập loại SVR 10, Ấn Độ nhập chủ yếu SVR 3L, Đức chủ yếu nhập SVR CV 60.

Nguồn số liệu từ TCHQ cho thấy trong năm 2017 có 221 doanh nghiệp trực tiếp tham gia xuất khẩu cao su thiên nhiên. Trong số này, chỉ có 27 doanh nghiệp có giá trị xuất khẩu từ 10 triệu USD trở lên.

Cũng theo TCHQ, năm 2017 có 76 công ty tham gia xuất khẩu cao su hỗn hợp, trong đó có 24 công ty có giá trị kim ngạch xuất khẩu từ 10 triệu USD trở lên. Đặc biệt có 2 công ty có kim ngạch xuất khẩu rất lớn, với kim ngạch trên 200 triệu USD/công ty.

Bảng 15. Xuất khẩu cao su thiên nhiên Việt Nam theo thị trường trọng điểm, 2016 – 2017 (tấn)

Chủng loại <i>Types / Grades</i>	Trung Quốc		Malaysia		Ấn Độ		Hàn Quốc		Đức		Hoa Kỳ	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Cao su hỗn hợp – Rubber mixtures (HS 4005 & 400280)	558.167	778.582	2.479	7.039	129	629	80	-	-	-	-	-
SVR 3L	63.232	34.961	7.119	3.024	53.261	28.745	11.170	11.906	5.922	5.566	11.598	12.144
SVR 10	49.661	12.288	80.050	60.592	10.053	5.162	14.244	17.413	1.592	1.794	1.903	418
LATEX (60% DRC)	20.070	33.022	126	21	1.000	1.457	1.483	1.342	5.637	3.186	13.194	11.898
SVR CV60	5.975	8.942	529	952	1.140	1.376	6.343	7.886	16.592	21.269	6.934	7.662
RSS 3	20.428	12.076	1.467	852	19.492	17.520	1.046	1.369	410	255	876	359
SVR CV50	-	13	-	279	40	5	2.964	3.508	4.617	6.008	1.058	840
RSS 1	1.506	793	38	43	630	327	39	24	40	38	181	1.331
SVR 10CV	161	343	-	-	-	20	-	-	1.149	827	423	653
Khác	24.067	20.614	9.461	5.396	1.196	801	883	296	101	757	368	1.178
Tổng cộng	743.267	901.634	101.269	78.198	86.941	56.042	38.252	43.744	36.060	39.699	36.114	36.484

Nguồn: Tổng cục Hải quan, Hiệp hội Cao su Việt Nam tổng hợp

Xuất khẩu sản phẩm cao su

Sản phẩm cao su đa dạng, bao gồm xăm lốp, băng tải, đế giày, găng tay và nhiều mặt hàng khác.

Số liệu từ TCHQ cho thấy năm 2017 tổng kim ngạch xuất khẩu sản phẩm cao su từ Việt Nam đạt 2,176 tỷ USD. Hai nhóm sản phẩm được xuất khẩu nhiều nhất là lốp xe (trên 920 triệu USD về kim ngạch) và linh kiện cao su kỹ thuật (trên 480 triệu USD).

Theo nguồn số liệu từ TCHQ năm 2017 có 211 doanh nghiệp tham gia xuất khẩu lốp ô tô, trong đó bao gồm 165 doanh nghiệp tư nhân, 10 doanh nghiệp nhà nước và 36 doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Mặc dù số doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài FDI chỉ chiếm 17% trong tổng số doanh nghiệp tham gia xuất khẩu, nhưng kim ngạch xuất khẩu từ nhóm này chiếm 89% trong tổng kim ngạch xuất khẩu loại mặt hàng này.

Đối với sản phẩm linh kiện cao su kỹ thuật, năm 2017 số doanh nghiệp tham gia xuất khẩu đông nhất, đạt con số 1.126, trong đó bao gồm 569 DN FDI, 3 DN nhà nước và 554 DN tư nhân. Lượng DN sản xuất, chế biến nhỏ hơn rất nhiều, đạt con số 51 DN, chủ yếu là DN FDI (27) và DN tư nhân (23).

Bảng 16. Kim ngạch và số doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu 3 nhóm sản phẩm cao su, 2017

Nhóm hàng	DN FDI	DNNN	DNTN	Tổng
1.Lốp xe (ngàn USD)	819.238	90.377	10.414	920.029
Tỷ trọng kim ngạch (%)	89,0	9,8	1,1	100,0%
Số doanh nghiệp xuất khẩu	36	10	165	211
Số doanh nghiệp sản xuất	18	3	52	73
2.Linh kiện cao su kỹ thuật	359.362	23.967	96.998	480.327
Tỷ trọng kim ngạch (%)	74,8%	5,0%	20,2%	100,0%
Số doanh nghiệp xuất khẩu	569	3	554	1.126
Số doanh nghiệp sản xuất	27	1	23	51
3.Găng tay (ngàn USD)	63.790	37.603	48.382	149.775
Tỷ trọng kim ngạch (%)	42,6%	25,1%	32,3%	100,0%
Số doanh nghiệp xuất khẩu	271	1	675	947
Số doanh nghiệp sản xuất	12	2	16	30
Tổng cộng 3 nhóm hàng trên				
- Kim ngạch xuất khẩu (ngàn USD)	1.242.390	151.947	155.794	1.550.131
- Tỷ trọng kim ngạch (%)	80,1%	9,8%	10,1%	100,0%
- Số doanh nghiệp xuất khẩu	876	14	1.394	2.284
- Tỷ trọng số DN xuất khẩu	38,4%	0,6%	61,0%	100,0%
- Số doanh nghiệp sản xuất	57	6	91	154
- Tỷ trọng số DN sản xuất	37,0%	3,9%	59,1%	100,0%

Nguồn: Tổng cục Hải quan và Tổng cục Thống kê, 2018. Hiệp hội Cao su Việt Nam tổng hợp

Cũng trong năm 2017, có 947 doanh nghiệp tham gia sản xuất găng tay xuất khẩu, trong đó số doanh nghiệp tư nhân chiếm 71,3%, phần còn lại là doanh nghiệp FDI (28,6%) và doanh nghiệp nhà nước (1 doanh nghiệp). Tương tự như đối với nhóm doanh nghiệp xuất khẩu lốp xe, các doanh nghiệp FDI tham gia xuất khẩu găng tay chỉ chiếm 28,6%, tuy nhiên kim ngạch xuất khẩu đạt 42,6% trong tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này. Mặc dù chỉ có 1 doanh nghiệp nhà nước tham gia xuất khẩu, kim

ngạch xuất khẩu của chỉ riêng doanh nghiệp này đạt 37,6 triệu USD, tương đương trên 25% trong tổng kim ngạch xuất khẩu.

Bảng 16 mô tả chi tiết kim ngạch xuất khẩu của 3 nhóm sản phẩm gồm lốp xe, linh kiện cao su kỹ thuật và găng tay, phân theo các loại hình doanh nghiệp xuất khẩu và sản xuất khác nhau.

Số liệu trong bảng cho thấy khối DN FDI và DN tư nhân chiếm ưu thế trong khâu sản xuất và xuất khẩu sản phẩm cao su. Về kim ngạch, các DN FDI có vai trò chủ đạo, chiếm trên 80% trong tổng kim ngạch.

3.6. Chế biến và tiêu thụ nội địa về cao su thiên nhiên

Năm 2017, khoảng 19,6% sản lượng cao su sản xuất ở Việt Nam được sử dụng tiêu thụ nội địa.

Việt Nam là nước tiêu thụ cao su thiên nhiên lớn thứ 11 trên thế giới với tốc độ tăng trưởng khá cao, đạt 7,6%/ năm trong 5 năm gần đây. Tuy nhiên, khối lượng cao su thiên nhiên tiêu thụ nội địa chỉ khoảng 214.000 tấn, chiếm 1,6% trong tổng lượng cao su thiên nhiên tiêu thụ của thế giới (13,22 triệu tấn).

Tỷ lệ tiêu thụ cao su thiên nhiên trong nước đang trên đà tăng, từ con số 16, 3% trong tổng lượng cao su thiên nhiên của Việt Nam năm 2013 lên 19,6% năm 2017 (VRA, 2018b).

Bảng 17 liệt kê số lượng doanh nghiệp chế biến sâu theo nhóm sản phẩm năm 2017.

Bảng 17. Số lượng doanh nghiệp chế biến sâu theo nhóm sản phẩm, 2017

Nhóm sản phẩm	DN FDI	DNNN	DNTN	Tổng cộng
Băng tải	4	1	12	17
Bong bóng			2	2
Đế giày	2		1	3
Găng tay	12	2	16	30
Linh kiện	27	1	23	51
Lốp xe	18	3	52	73
Nệm gối		1	7	8
Ống cao su			4	4
Sản phẩm cao su các loại	59	1	173	238
Thun	1	1	15	17
Trục cao su	2		11	13
Tổng cộng số DN	125	10	321	456
Tổng cộng số lao động	37.587	9.874	14.240	61.701

Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2018.

Thông tin trong bảng 17 cho thấy trong năm 2017 có 456 doanh nghiệp tham gia vào khâu chế biến sâu, trong đó phần lớn là doanh nghiệp tư nhân (70,4%), tiếp đến là doanh nghiệp FDI (27,4%) và các doanh nghiệp khác.

Doanh nghiệp tư nhân và FDI tham gia áp đảo trong khâu chế biến sâu cho thấy khối tư nhân và đầu tư nước ngoài tập trung vào khâu sản xuất có giá trị gia tăng cao. Ngược lại, các doanh nghiệp nhà nước tập trung chủ yếu vào khâu sản xuất cao su nguyên liệu và chế biến thô.

4. Thảo luận và kiến nghị: Khía cạnh chính sách để ngành cao su phát triển bền vững trong hội nhập

4.1. Chuỗi cung ngành cao su Việt Nam

Ngành cao su đã, đang và sẽ tiếp tục là một trong những ngành sản xuất và xuất khẩu quan trọng của Việt Nam. Tầm quan trọng của ngành không chỉ thể hiện qua các con số về kim ngạch xuất khẩu, với kim ngạch hàng năm bình quân đạt trên 6 tỷ USD mà còn về khía cạnh xã hội: Ngành tạo ra công ăn việc làm ổn định cho khoảng 500.000 lao động, bao gồm lao động của 264.000 hộ cao su tiểu điền, hiện tham gia các khâu trong chuỗi cung. Cây cao su một thời đã được coi là ‘vàng trắng’, ‘cây xóa đói giảm nghèo’ cho nhiều hộ gia đình, bao gồm các hộ gia đình dân tộc miền núi (Tô Xuân Phúc và Trần Hữu Nghị, 2014). Đến nay, dù giá cao su tự nhiên xuống thấp, diện tích cây cao su vẫn dẫn đầu trong các cây công nghiệp lâu năm tại Việt Nam, với diện tích gần 1 triệu ha.

Chuỗi sản xuất cao su thiên nhiên hiện tại bao gồm khâu sản xuất, chế biến, xuất khẩu và tiêu thụ nội địa. Trong chuỗi cung này, khâu sản xuất có sự tham gia đông đảo của các doanh nghiệp nhà nước và các hộ tiểu điền, lý do là bởi 2 nhóm này có tiếp cận tốt nhất đối với nguồn đất trồng cao su. Các doanh nghiệp tư nhân có diện tích trồng cao su nhỏ, bởi nhóm này mới tham gia khâu sản xuất từ cuối những năm 2000, khi giá cao su thiên nhiên ở thị trường thế giới tăng nhanh.

Các hộ tiểu điền có vai trò quan trọng trong khâu sản xuất, nắm giữ trên 51% diện tích cao su hiện tại của cả nước. Cung cao su từ nguồn tiểu điền hiện chiếm khoảng 62% tổng lượng cung của Việt Nam. Giá cao su thiên nhiên sụt giảm bắt đầu từ 2012, nguyên nhân chính bởi cung lớn hơn cầu, làm diện tích cao su của cả nước giảm nhẹ. Trong thời gian gần đây, chính phủ và ngành cao su của các quốc gia sản xuất cao su thiên nhiên, bao gồm Việt Nam, đang có những nỗ lực kiểm soát lượng cung, nhằm hạn chế sự sụt giảm về giá do dư cung. Điều này làm cho việc mở rộng diện tích tại các nước sản xuất chững lại. Tuy nhiên tại Việt Nam, diện tích trồng cao su giảm chỉ xảy ra đối với cao su đại điền; diện tích và sản lượng cao su tiểu điền vẫn tiếp tục tăng và kéo theo sự gia tăng về sản lượng ở quy mô quốc gia. Điều này cho thấy có khó khăn về hiệu quả của các biện pháp nhằm hạn chế và kiểm soát nguồn cung tại Việt Nam.

Trong khâu chế biến mủ cao su, doanh nghiệp tư nhân chiếm ưu thế, với số lượng doanh nghiệp chiếm trên 70% trong tổng số doanh nghiệp tham gia khâu này và công suất chiếm trên 57,8% so với toàn ngành. Khối doanh nghiệp nhà nước chiếm trên 27% về số lượng doanh nghiệp tham gia, nhưng công suất trên 40,2%, phần lớn các doanh nghiệp nhà nước có các nhà máy với công suất lớn. Tương tự, trong khâu chế biến sản phẩm cao su, các DN tư nhân chiếm số lượng trên 70% trong tổng số doanh nghiệp tham gia, nhưng phần lớn các doanh nghiệp này có quy mô nhỏ, sử dụng lượng lao động thấp hơn nhiều so với DN nhà nước và DN FDI.

Đến nay, trên 80% cao su thiên nhiên của Việt Nam được xuất khẩu. Điều này cho thấy sự phát triển của ngành cho đến nay vẫn chủ yếu là dựa vào xuất khẩu nguyên liệu thô. Trung Quốc là thị trường tiêu thụ cao su thiên nhiên lớn nhất của Việt Nam, hàng năm tiêu thụ trên 65% tổng lượng cao su thiên nhiên của Việt Nam. Với con số này, tỷ trọng của thị trường này vượt xa so với tỷ trọng từ các thị trường tiêu thụ khác. Lượng và kim ngạch xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam vào thị trường Trung Quốc đang trong xu hướng tăng.

Thị trường xuất khẩu quyết định đến sự thu hẹp hoặc mở rộng diện tích trồng cao su, đến quy mô của khối chế biến mủ cao su, đến thu nhập của hàng trăm nghìn lao động tham gia các khâu khác của chuỗi cung và đến sinh kế của hơn 264.000 gia đình trồng cao su. Hiện nay, các cơ chế và chính sách

của nhà nước chủ yếu có chức năng hỗ trợ phát triển sản xuất, đáp ứng nhu cầu thị trường, hoặc hạn chế sản xuất trong giai đoạn thị trường thế giới suy giảm. Tuy nhiên, các chính sách và cơ chế này vẫn còn nhiều hạn chế, đặc biệt đối với các hộ tiểu điền, bởi các khó khăn của các hộ trong việc tiếp cận thông tin về chính sách. Ngoài ra, các hộ tiểu điền còn có nhiều khó khăn trong tiếp cận thông tin về thị trường, giá cả. Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng đến 2030, giá cao su thiên nhiên trên thị trường thế giới sẽ khó có thể hồi phục trở lại như mức năm 2011 (VRA 2018). Trong bối cảnh cung lớn hơn cầu, các doanh nghiệp và đặc biệt là các hộ trồng cao su sẽ tiếp tục phải đối mặt với những khó khăn về thị trường trong thời gian tới.

Cao su thiên nhiên nhập khẩu ngày càng trở nên quan trọng cho ngành cao su Việt Nam. Nguồn nhập khẩu có nguồn gốc chủ yếu là từ các dự án của các doanh nghiệp Việt Nam trồng cao su ở Campuchia và Lào. Lượng cung từ các dự án này ngày càng tăng, do các diện tích cao su đã hoàn thành giai đoạn kiến thiết cơ bản và đang mở rộng dần diện tích thu hoạch. Nguồn cung này là một bộ phận không thể thiếu của ngành cao su, góp phần quan trọng trong tổng kim ngạch xuất khẩu của ngành. Tuy nhiên, chuỗi cung của nguồn này đối phức tạp, với khâu sản xuất vượt khỏi phạm vi quốc gia, có liên quan đến các khía cạnh đất đai, lao động, luật pháp của nước sở tại và cam kết quốc tế. Đến nay, nguồn cung này đang tiềm ẩn một số rủi ro về thị trường, xã hội và môi trường với các rủi ro ngày càng hiện hữu. Xác định rủi ro và giải quyết căn bản các rủi ro này không chỉ mang lại giá trị quan trọng cho các dự án đầu tư ở nước ngoài mà còn góp phần giảm rủi ro cho cả ngành cao su của Việt Nam.

Trong khâu chế biến sâu, các doanh nghiệp tư nhân và doanh nghiệp FDI đóng vai trò chủ đạo, về cả số lượng doanh nghiệp tham gia và kim ngạch xuất khẩu. Mặc dù các doanh nghiệp FDI có số lượng nhỏ, kim ngạch xuất khẩu của các doanh nghiệp thuộc nhóm này rất cao. Số lượng các doanh nghiệp nhà nước tham gia nhóm chế biến sâu chưa nhiều, chứng tỏ mối quan tâm của nhóm DN này đối với chế biến sâu còn hạn chế. Sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm thô là những lợi thế đối với các quốc gia bắt đầu tham gia thị trường. Tuy nhiên, khi thị trường đã phát triển, cơ chế chính sách của các quốc gia liên quan đến đầu tư cởi mở hơn, lao động giá rẻ không còn tồn tại, hoặc không còn là lợi thế của quốc gia, xuất khẩu sản phẩm thô không những không tạo được giá trị gia tăng, không khuyến khích được các doanh nghiệp cải tiến công nghệ và đầu tư lao động tay nghề cao. Điều này sẽ làm mất lợi thế cạnh tranh của ngành trên thị trường thế giới. Đã đến lúc ngành cao su của Việt Nam, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp nhà nước đang tham gia khâu sản xuất và chế biến thô hiện nay cần thay đổi chiến lược sản xuất kinh doanh. Cần chuyển đổi mô hình sản xuất kinh doanh chỉ tập trung vào mở rộng xuất khẩu dựa trên sự gia tăng lượng sản phẩm thô xuất khẩu sang mô hình tăng hàm lượng khoa học, tăng hiệu quả sử dụng vốn và lao động trong các sản phẩm xuất khẩu, nâng cao năng suất. Những chuyển đổi về mô hình phát triển mang tính chất chiến lược này cần phải được đẩy mạnh hơn nữa để nâng cao giá trị gia tăng cho ngành.

4.2. Vai trò của thị trường xuất khẩu đối với ngành cao su

Các nghiên cứu trên thế giới đã cho thấy rằng các loại cây hàng hóa phục vụ xuất khẩu như điều, cà phê, đậu tương... luôn luôn có tính chu kỳ, khi thị trường tiêu thụ phát triển đỉnh điểm, hàng hóa đạt mức giá rất cao, là động lực mở rộng sản xuất (Nevins and Peluso, 2008; Hall et al. 2011). Cung sản phẩm hàng hóa ra thị trường tăng nhanh trong thời gian ngắn trong khi cầu tăng trưởng chậm hơn gây tồn về cung, từ đó đẩy giá giảm. Mặt hàng cao su thiên nhiên cũng nằm trong xu hướng này. Giá cao su thiên nhiên tăng cao trong giai đoạn cuối năm 2010 đến năm 2011 sau đó giảm sâu từ năm 2012 đến nay. Tại Việt Nam, khi giá cao su trên thị trường thế giới cao, diện tích trồng cao su được mở rộng nhanh chóng, đặc biệt là tại vùng Tây Nguyên và một số địa phương thuộc Tây Bắc. Giá tăng

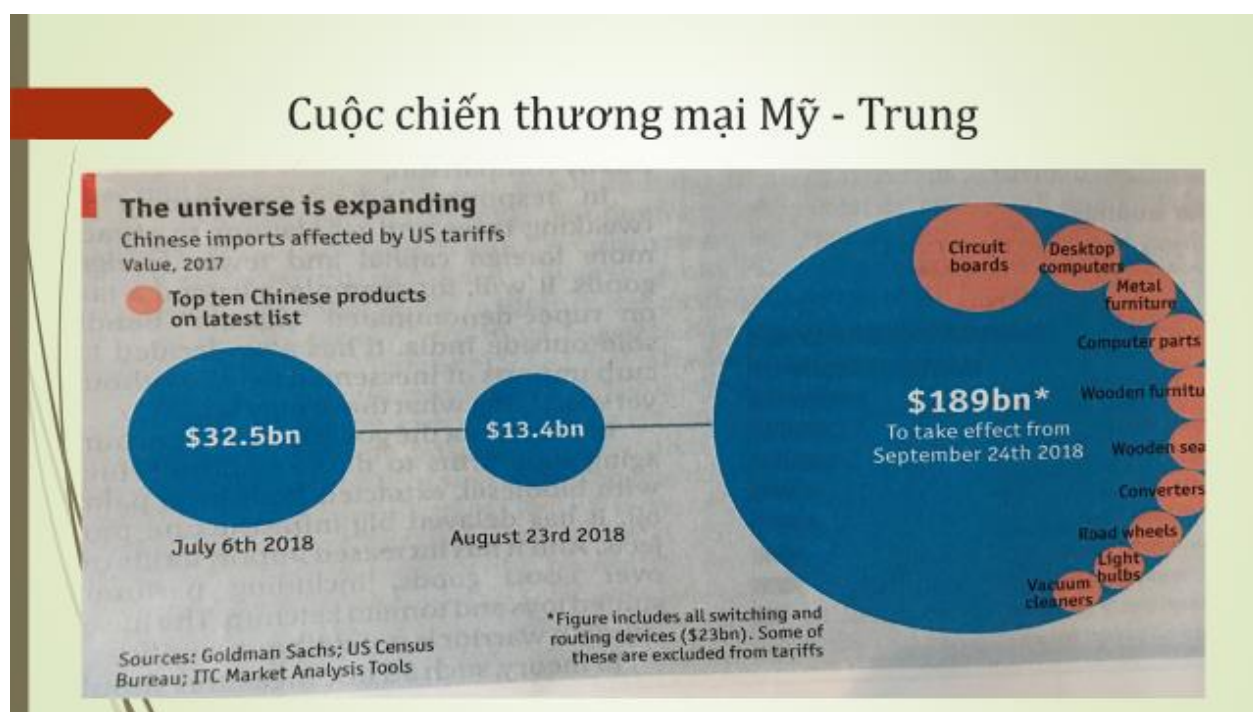
làm cho nhiều hộ gia đình và doanh nghiệp tham gia vào trồng cao su. Tuy nhiên, giá cao su thiên nhiên tại thị trường thế giới suy giảm sau đó đã và đang gây khó khăn trực tiếp cho tất cả các thành phần tham gia chuỗi cung, bao gồm hàng trăm nghìn lao động và khoảng 264.000 hộ cao su tiểu điền.

Trong những năm gần đây, các nước sản xuất cao su thiên nhiên có những hoạt động phối hợp, nhằm giảm lượng cung ra thị trường nhưng cho đến nay, có vẻ những hoạt động này vẫn chưa phát huy được hiệu quả. Đặc biệt tại các quốc gia có loại hình cao su tiểu điền chiếm chủ đạo, các sáng kiến giữa các quốc gia nhằm giảm lượng cung toàn cầu dường như khó kiểm soát và không có nhiều tác dụng. Tại Việt Nam, các cơ quan quản lý và Hiệp hội Cao su Việt Nam đã và đang khuyến cáo các nhóm tham gia khâu sản xuất hạn chế lượng cung, hạn chế mở rộng sản xuất, tuy nhiên các khuyến cáo này chỉ có tác dụng với khối doanh nghiệp, với loại hình cao su đại điền. Đối với cao su tiểu điền, tác dụng của các khuyến cáo này gặp nhiều hạn chế. Ở quy mô quốc gia, diện tích và sản lượng cao su tiểu điền vẫn tiếp tục gia tăng. Trong bối cảnh này nỗ lực của các cơ quan quản lý và Hiệp hội Cao su nhằm giảm lượng cung cao su ra thị trường sẽ tiếp tục phải đối mặt với nhiều khó khăn.

4.3. Tác động của cuộc chiến thương mại Mỹ – Trung đến ngành cao su

Cuộc chiến thương mại giữa Mỹ và Trung Quốc chắc chắn sẽ có tác động trực tiếp đến ngành cao su của Việt Nam. Ngày 13/9/2018, chính quyền của Tổng thống Mỹ quyết định tiếp tục áp thuế với tổng giá trị 189 tỉ USD đối với các mặt hàng nhập khẩu từ Trung Quốc, bao gồm cả các mặt hàng đồ gỗ và các bộ phận của ô tô. Chính sách thuế mới này của chính quyền Tổng thống Trump sẽ bắt đầu có hiệu lực từ 24/9/2018, với mức thuế tăng lên 25% vào thời điểm 1/1/2019 và sau đó đẩy lên cao nhất có thể lên tới 44% nếu Trung Quốc và Mỹ không có giải pháp tháo gỡ cuộc chiến này. Hình 16 mô tả quy mô của cuộc chiến thương mại giữa 2 quốc gia.

Hình 16. Quy mô của cuộc chiến thương mại Mỹ – Trung



Nguồn: *The Economist*, September 22nd -28th 2018.

Các nhóm mặt hàng nằm trong danh mục bị áp dụng mức thuế mới bao gồm đồ gỗ và ghế gỗ, các bộ phận của bánh xe (Hình 16). Gỗ và sản phẩm gỗ được làm từ gỗ cao su hiện đang là một trong những nhóm mặt hàng gỗ quan trọng được xuất khẩu vào thị trường Mỹ. Hàng năm, một lượng gỗ cao su nguyên liệu tương đối lớn (trên dưới 200.000 m³) cũng được xuất khẩu vào Trung Quốc. Cuộc chiến tranh thương mại giữa 2 quốc gia này chắc chắn sẽ tác động đến ngành gỗ. Một số khía cạnh về tác động này được thảo luận trong báo cáo về chuỗi cung gỗ cao su.⁸

Đối với cao su thiên nhiên và sản phẩm cao su, với mức thuế cao được áp dụng cho các mặt hàng linh kiện ô tô của Trung Quốc xuất khẩu sang Mỹ, ngành công nghiệp sản xuất sản phẩm cao su của Trung Quốc chắc chắn sẽ bị tác động tiêu cực. Trung Quốc là thị trường nhập khẩu cao su nguyên liệu chủ yếu của Việt Nam, và với 70% cao su thiên nhiên đi vào ngành công nghiệp sản xuất lốp xe, xuất khẩu cao su Việt Nam sang Trung Quốc có vẻ gần như chắc chắn sẽ bị ảnh hưởng. Chia sẻ của đại diện một doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu lốp cao su với nhóm nghiên cứu⁹ cho thấy trước khi có cuộc chiến thương mại giữa Mỹ và Trung Quốc, các mặt hàng lốp ô tô của Trung Quốc nhập khẩu và Mỹ đang được áp mức thuế 30%. Đây là mức rất cao, và để tránh mức thuế này các doanh nghiệp sản xuất lốp xe của Trung Quốc đã dịch chuyển đầu tư của mình sang các quốc gia khác, đặc biệt là sang Thái Lan. Lốp xuất khẩu từ Thái Lan sang Mỹ có mức thuế dưới 30%. Tăng thuế nhập khẩu đối với các mặt hàng lốp xe của Trung Quốc nhập khẩu vào Mỹ có thể làm gia tăng sự dịch chuyển trong đầu tư sản xuất lốp xe của Trung Quốc sang các quốc gia khác.

Vậy tăng thuế nhập khẩu lốp xe của Trung Quốc vào Mỹ có ảnh hưởng thế nào đối với ngành cao su của Việt Nam nói chung và ngành sản xuất lốp xe xuất khẩu của Việt Nam nói riêng? Do trên 60% cao su thiên nhiên của Việt Nam được xuất khẩu vào Trung Quốc, và trên 70% cao su thiên nhiên của thế giới đi vào ngành sản xuất lốp xe, xuất khẩu cao su thiên nhiên của Việt Nam vào Trung Quốc sẽ bị tác động. Tăng thuế nhập khẩu lốp xe của Trung Quốc vào Mỹ sẽ giảm nguồn nhập khẩu mặt hàng này từ Trung Quốc vào Mỹ. Việt Nam cung cao su thiên nhiên cho Trung Quốc trong bối cảnh ngành sản xuất lốp xe của nước này có thể bị thu hẹp do chính sách thuế mới của Chính phủ Mỹ sẽ có thể làm giảm cầu cao su thiên nhiên từ thị trường Trung Quốc, từ đó tác động đến lượng xuất khẩu từ Việt Nam.

Một câu hỏi đặt ra là liệu các doanh nghiệp sản xuất lốp xe của Việt Nam có cơ hội chen chân vào khoảng trống của thị trường này? Cũng theo thông tin chia sẻ từ doanh nghiệp nêu trên, năng lực sản xuất lốp của các doanh nghiệp Việt Nam rất yếu và hầu như sẽ không có cơ hội chen chân vào thị trường. Hiện sản phẩm lốp ô tô tại Việt Nam chủ yếu có nguồn gốc nhập khẩu, và năng lực cạnh tranh với các doanh nghiệp của các nước khác rất thấp. Do vậy, sẽ không thể có cơ hội thị trường xuất khẩu cho các doanh nghiệp sản xuất lốp xe của Việt Nam. Dịch chuyển trong đầu tư của các doanh nghiệp Trung Quốc sang quốc gia khác với mục tiêu lấy xuất xứ hàng hóa trong các sản phẩm xuất vào Mỹ từ các quốc gia không phải là Trung Quốc có thể giúp các doanh nghiệp này tránh được mức thuế cao áp dụng bởi Chính phủ Mỹ. Tuy nhiên, hành vi dịch chuyển đầu tư vì mục đích thay xuất xứ hàng hóa, tránh thuế có thể bị quy kết là lẩn tránh thuế. Các doanh nghiệp của Việt Nam cung cao su thiên nhiên cho các doanh nghiệp của Trung Quốc có đầu tư bên ngoài Trung Quốc cũng có thể bị quy kết trách nhiệm liên đới. Điều này xảy ra sẽ làm tổn hại đến hình ảnh ngành cao su Việt Nam.

⁸ Nguyễn Vinh Quang, Tô Xuân Phúc, Trần Lê Huy, Cao Thị Cẩm, Nguyễn Tôn Quyền và Huỳnh Văn Hạnh (2018). Chuỗi cung gỗ cao su Việt Nam: Thực trạng và chính sách. VIFORES, VRA, BIFA, FPA Bình Định, HAWA và Forest Trends.

⁹ Chia sẻ của doanh nghiệp tại Hội thảo **Chuỗi cung cao su thiên nhiên và gỗ cao su** được VIFORES, VRA, VRG, BIFA, HAWA và FPA Bình Định tổ chức tại Thành phố Hồ Chí Minh ngày 28 tháng 9 năm 2018.

Tuy nhiên, tác động của cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung đến ngành cao su của Việt Nam như thế nào, quy mô tác động đến đâu, đòi hỏi cần có một đánh giá chi tiết về ngành. Nghiên cứu đánh giá tác động không chỉ bao gồm đánh giá về các khía cạnh như các sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam sang Trung Quốc, cần còn cần đánh giá về ngành công nghiệp ô tô và các ngành phụ trợ tại Trung Quốc, và thương mại giữa Mỹ và Trung Quốc về các sản phẩm trong những ngành có liên quan. Hoạt động đánh giá này cần phải được thực hiện càng sớm càng tốt, với vai trò hỗ trợ của Chính phủ Việt Nam và Hiệp hội Cao su.

4.4. Tổ chức thị trường tiêu thụ cao su thiên nhiên

Tổ chức thị trường tiêu thụ cao su thiên nhiên, đặc biệt là khâu thu mua hiện vẫn còn nhiều tồn tại. Nhiều doanh nghiệp sản xuất cao su, bao gồm hầu hết các doanh nghiệp lớn thuộc Tập đoàn Cao su, có nhà máy chế biến và trực tiếp tham gia vào khâu thu mua nguyên liệu từ các hộ tiểu điền, tuy nhiên, tỷ trọng cao su tiểu điền chiếm ít. Chủ yếu khâu thu mua cao su tiểu điền là do các doanh nghiệp tư nhân có nhà máy chế biến mủ cao su nhưng không có vườn cây. Đối với các doanh nghiệp này, nguồn cao su tiểu điền là nguồn cung nguyên liệu đầu vào quan trọng phục vụ chế biến.

Tuy nhiên, với số lượng đông đảo các hộ gia đình tham gia khâu sản xuất, những mạng lưới thu mua cao su nguyên liệu từ các hộ tiểu điền hiện rất phức tạp. Khoảng trên dưới 90% lượng cung cao su từ nguồn tiểu điền đi qua khâu tư thương. Đây là khâu trung gian quan trọng, kết nối các hộ tiểu điền và các nhà máy chế biến. Mạng lưới thu mua do tư thương vận hành có mặt ở nhiều nơi với đội ngũ đông đảo các cá nhân tham gia. Tuy nhiên đến nay, các thông tin về thực trạng vận hành của hệ thống này, bao gồm các hình thức thu mua, thành phần tham gia, các kênh thông tin về sản phẩm, giá cả, các hình thức mua bán còn rất hạn chế.

Báo cáo của các Sở NN & PTNT và các doanh nghiệp chia sẻ với nhóm nghiên cứu và thông tin từ các cơ quan thông tấn báo chí cho thấy hiện tượng tranh mua, tranh bán trong ngành cao su diễn ra tương đối phổ biến. Điều này không chỉ diễn ra giữa các tư thương mà còn cả giữa tư thương và doanh nghiệp và giữa các doanh nghiệp với nhau. Mạng lưới thu mua phức tạp, tranh mua tranh bán làm nhiều loạn thông tin, đặc biệt là các thông tin về thị trường giá cả, gây tác động tiêu cực đến các hộ tham gia. Đến nay vẫn chưa có cơ quan nào quản lý mạng lưới thu mua và chỉ có vài địa phương có công bố giá thu mua. Kết quả là tổ chức và vận hành của hệ thống thu mua, đặc biệt là thu mua từ nguồn tiểu điền đến nay chủ yếu vẫn còn mang tính tự phát. Cần có nghiên cứu đánh giá chi tiết sự vận hành của hệ thống này, làm cơ sở cho các kiến nghị về chính sách góp phần làm tăng hiệu quả của hệ thống thu mua, giảm thiểu các bất lợi trong khâu này cho các hộ tiểu điền tham gia thị trường.

Trong những năm gần đây, Hiệp hội Cao su Việt Nam và một số DN hội viên đã có những nỗ lực nhằm cung cấp thông tin thị trường giá cả của mủ cao su trên các trang web của Hiệp hội và DN (xem Phụ lục). Các hộ tiếp cận với thông tin thị trường góp phần nâng cao vị thế của hộ khi tham gia thị trường và thương lượng giá cả, giảm được các bất lợi của hộ khi tham gia thị trường. Tuy nhiên, hình thức quảng bá thông tin này vẫn còn hạn chế đối với nhiều hộ tiểu điền, bởi nhiều hộ hiện vẫn chưa tiếp cận được với công nghệ thông tin.

Hiệp hội Cao su và các cơ quan quản lý, đặc biệt là cơ quan cấp địa phương có vai trò quan trọng trong việc kết nối các hộ trồng cao su với các thông tin thị trường. Hiệp hội cần đa dạng hóa kênh thông tin thị trường giá cả, không chỉ đơn thuần theo các kênh website của các Hiệp hội và của các DN Hội viên mà cần có kênh thông tin phổ cập hơn, dễ dàng tiếp cận đối với người dân. Hiện đang

tồn tại loại hình dịch vụ tin nhắn qua điện thoại đang được áp dụng trong các mô hình cung cấp thông tin giá cả cà phê tại vùng nguyên liệu cà phê ở Tây Nguyên, hoặc thông tin giá cả phân bón tại một số địa phương vùng Đồng Bằng sông Cửu Long. Đây có thể là một kênh thông tin thị trường giá cả hiệu quả đối với các hộ cao su tiểu điền. Bên cạnh đó, Hiệp hội và các doanh nghiệp trong ngành cao su có thể tạo kênh kết nối trực tiếp với chính quyền địa phương, đặc biệt tại cấp huyện và cấp xã, nhằm chuyển tải các thông tin giá cả thị trường tới các hộ trồng cao su trong địa bàn.

Đến nay, phần lớn các hộ cao su tiểu điền chưa tham gia vào các tổ chức chuyên ngành cao su. Đây cũng là nguyên nhân dẫn đến hạn chế trong tiếp cận thông tin thị trường, gây bất lợi cho hộ. Các hộ tiểu điền thiếu tổ chức đại diện cũng làm các hoạt động mua – bán giữa hộ và tư thương mang tính chất cá lẻ, là một trong những nguyên nhân của tình trạng tư thương ép giá. Hội Nông dân Việt Nam¹⁰ hoặc Hội Chủ rừng Việt Nam¹¹ có thể là những tổ chức mang tính đại diện cho các hộ cao su tiểu điền. Các hộ tiểu điền cũng có thể thành lập tổ, nhóm, hợp tác xã, cử đại diện của mình ký kết hợp đồng trực tiếp, ổn định, với các doanh nghiệp chế biến nhằm tiêu thụ mủ cho hộ. Các mô hình doanh nghiệp chế biến hợp tác với các hộ gia đình nhằm ổn định nguồn cung nguyên liệu đầu vào hiện đang được hình thành và mở rộng mạnh mẽ, bao gồm cả trong ngành gỗ.¹² Đây có thể là những mô hình liên kết mà ngành cao su cần quan tâm phát triển trong tương lai.

4.5. Thương hiệu và chất lượng sản phẩm

Đối với bất kỳ ngành kinh tế nông lâm nghiệp dựa vào xuất khẩu, thương hiệu và chất lượng sản phẩm là một trong những giá trị cốt lõi của ngành. Không tạo được thương hiệu, không đảm bảo được chất lượng sản phẩm xuất khẩu sẽ làm ngành khó có điều kiện bứt phá, không có khả năng tạo giá trị gia tăng và mở rộng thị trường xuất khẩu lớn. Thiếu thương hiệu, sản phẩm chất lượng kém khó có thể thực hiện việc chuyển đổi từ ngành chuyên xuất khẩu nguyên liệu thô, gia công chế biến, với giá trị gia tăng thấp, sang ngành chế biến sâu, với các sản phẩm có giá trị gia tăng cao, được biết đến trên thị trường quốc tế.

Cho đến nay, thương hiệu và chất lượng sản phẩm của ngành cao su Việt Nam có vẫn còn nhiều hạn chế. Hiện chưa có tiêu chuẩn hoặc quy chuẩn quốc gia về chất lượng đối với nguồn cao su thiên nhiên đầu vào của chuỗi cung. Bên cạnh đó, hiện vẫn chưa có bất cứ cơ quan quản lý nào có trách nhiệm kiểm tra, giám sát chất lượng của nguyên liệu mủ cao su đầu vào. Một số báo cáo của Sở NN&PTNT chia sẻ với nhóm nghiên cứu cho thấy tình trạng chất lượng cao su thấp, đặc biệt từ nguồn cung từ tiểu điền, một phần là do có sự pha trộn tạp chất vào trong mủ, nhằm nâng cao sản lượng bán. Chất lượng mủ kém, không đồng đều làm cho giá bán cao su của Việt Nam luôn thấp hơn so với giá bán các mặt hàng cùng chủng loại từ các quốc gia khác.¹³

Bên cạnh đó, hiện Việt Nam cũng không có bất kỳ quy chuẩn quốc gia nào có tính áp dụng bắt buộc về chất lượng sản phẩm đối với các mặt hàng cao su tiêu thụ trên thị trường và xuất khẩu. Mặc dù Việt Nam hiện đang có Tiêu chuẩn Việt Nam (TCVN) được một số doanh nghiệp áp dụng cho các mặt hàng đầu ra của mình, các tiêu chuẩn này chỉ mang tính chất khuyến cáo, và việc áp dụng hay không, hay áp dụng ra sao, ở mức độ nào lại hoàn toàn phụ thuộc vào doanh nghiệp. Để đảm bảo được chất

¹⁰ Thông tin tham khảo tại trang web: <http://www.hoinongdan.org.vn>

¹¹ Thông tin tham khảo tại: <http://hcr.siteam.vn/>

¹² Mô hình hộ kết hợp với công ty trong ngành cao su và ngành gỗ có thể tham khảo tại: <http://goviet.org.vn/upload/aceweb/content/Bao%20cao%20lien%20ket%20IKEA%20-%20cong%20ty%20-%20ho.pdf>

¹³ Thông tin chia sẻ từ ông Trần Minh, Trưởng ban Công nghiệp của Tập đoàn Cao su Việt Nam tại Hội thảo **Chuỗi cung cao su thiên nhiên và gỗ cao su** tại Thành phố Hồ Chí Minh ngày 28 tháng 9 năm 2018.

lượng và tính đồng đều của các mặt cao su thiên nhiên, các cơ quan quản lý chuyên ngành cần phải xây dựng bộ quy chuẩn chất lượng quốc gia, và các doanh nghiệp cung mặt hàng này ra thị trường (bao gồm cả nội địa và xuất khẩu) cần đảm bảo mặt hàng của mình đáp ứng được các yêu cầu đặt ra trong bộ quy chuẩn quốc gia. Cần phải có các cơ quan độc lập có vai trò thẩm định chất lượng các mặt hàng cao su thiên nhiên và có các cơ chế giám sát chặt chẽ để đảm bảo việc kiểm định mang tính chất độc lập và đảm bảo chất lượng cho các sản phẩm cung ra thị trường.

Bên cạnh đó, ngành cũng cần huy động và khuyến khích các doanh nghiệp trong ngành đi tiên phong trong việc xây dựng thương hiệu thông qua việc đảm bảo chất lượng, nhằm tạo niềm tin và mở rộng thị trường. Trong thời gian gần đây, Hiệp hội Cao su Việt Nam và Tập đoàn Cao su đã nỗ lực xây dựng hình ảnh và uy tín cho ngành. Năm 2016, Hiệp hội bắt đầu thực hiện đề án xây dựng thương hiệu ngành cao su Việt Nam, thông qua Nhãn hiệu chứng nhận “Cao su Việt Nam” được Hiệp hội cấp cho các đơn vị có sản phẩm đáp ứng được các tiêu chí do Hiệp hội đề ra. Để được chứng nhận này, các sản phẩm cần đáp ứng các tiêu chí sau (Trần Thị Thúy Hoa 2018):

- Tính hợp pháp của doanh nghiệp, nhà máy sản xuất và nguồn gốc sản phẩm
- Đảm bảo chất lượng sản phẩm theo tiêu chuẩn quốc gia, hoặc quốc tế, hoặc tiêu chuẩn được Hiệp hội chấp nhận
- Sản xuất, quản lý, kiểm tra với quy trình ổn định theo tiêu chuẩn quốc gia hoặc quốc tế
- Có hiệu quả và uy tín trong kinh doanh
- Tuân thủ trách nhiệm xã hội và môi trường quy định bởi luật pháp Việt Nam và các công ước quốc tế mà Chính phủ đã cam kết

Đến hết tháng 1 năm 2018, đã có 59 sản phẩm cao su thiên nhiên của Việt Nam đạt chứng nhận này. Chứng nhận này đã được bảo hộ ở các thị trường quốc tế như Trung Quốc, Ấn Độ, Đài Loan. Hiệp hội dự kiến sẽ tiếp tục đăng ký bảo hộ ở các thị trường trọng điểm khác.

Mặc dù lượng các sản phẩm đạt chứng nhận “Cao su Việt Nam” còn ít nhưng sáng kiến xây dựng thương hiệu ngành Cao su Việt Nam là hướng đi quan trọng, phù hợp với bối cảnh ngành đang hội nhập sâu rộng với thị trường thế giới (xem phần 4.6). Trong tương lai, sáng kiến này cần được mở rộng, đảm bảo các tiêu chí tiệm cận với các tiêu chí bền vững được các tổ chức quốc tế chấp nhận. Bên cạnh đó, cần mở rộng phổ các mặt hàng cao su thiên nhiên và sản phẩm cao su cũng như sản phẩm gỗ cao su. Để làm được điều này, ngoài vai trò của Hiệp hội, còn cần có các cơ chế chính sách, các biện pháp hỗ trợ của chính phủ và của các bên liên quan khác.

4.6. Tính pháp lý của mặt hàng cao su trong bối cảnh hội nhập thị trường quốc tế

Với trên 80% sản lượng cao su thiên nhiên của Việt Nam được xuất khẩu, thị trường xuất khẩu có vai trò quyết định tới sự tồn tại của ngành. Tương tự các mặt hàng khác như thủy sản, gỗ, cà phê, hạt tiêu, điều... sản phẩm xuất khẩu khi đi vào các thị trường tiêu thụ cần tuân thủ toàn bộ các yêu cầu của quốc gia nơi tiêu thụ sản phẩm.

Trong những năm gần đây, các yêu cầu của thị trường về sản phẩm cao su bền vững ngày càng tăng, đặc biệt ở các thị trường có những yêu cầu khắt khe về chất lượng và tính hợp pháp của sản phẩm như Châu Âu, Mỹ, Nhật... Các yêu cầu này không chỉ đơn thuần là về chất lượng mà còn bao gồm việc tuân thủ nghiêm ngặt của những tổ chức/cá nhân tham gia thị trường về các quy định luật pháp liên quan đến lao động, môi trường, xã hội và trách nhiệm tài chính. Điều này đòi hỏi mọi thành phần trong chuỗi cung sản phẩm, bao gồm cả các hộ gia đình tham gia khâu sản xuất phải nắm bắt được

các thông tin có liên quan đến các yêu cầu này, và phải phải thực hiện đầy đủ trách nhiệm có liên quan. Việc không tuân thủ các quy định này đồng nghĩa với các rủi ro về thị trường, và có thể dẫn đến tình trạng bị mất thị trường và khách hàng. Tại các nước phát triển, các tiêu chí về môi trường và xã hội áp dụng trong sản phẩm ngày càng được mở rộng. Các doanh nghiệp tham gia vào chuỗi cung và cung sản phẩm cho các thị trường này, cần áp dụng các tiêu chí này và phải chịu các đánh giá độc lập, giám sát định kỳ để được cấp giấy chứng nhận về sản phẩm bền vững. Doanh nghiệp có các sản phẩm không đáp ứng được các tiêu chí này sẽ không có lợi thế cạnh tranh và có nguy cơ không thể tiếp cận với thị trường.

Sáng kiến Cao su Thiên nhiên Bền vững (Sustainable Natural Rubber Initiative, or SNRi) được Tổ chức Nghiên cứu cao su quốc tế (IRSG) đưa ra nhằm đảm bảo các sản phẩm đáp ứng được các yêu cầu của tiêu chí bền vững.¹⁴ Các tiêu chí yêu cầu theo Sáng kiến này bao gồm:

- Cải thiện năng suất thông qua sử dụng các giống được khuyến cáo, tối ưu mật độ, sử dụng hóa chất hợp lý
- Nâng cao chất lượng (cam kết về chất lượng chuẩn, tuân thủ kiểm phẩm)
- Hỗ trợ phát triển bền vững (tuân thủ pháp luật, bảo vệ khu vực bảo tồn)
- Quản lý nguồn nước (tuân thủ pháp luật và quyền sử dụng của dân bản địa, xử lý nước thải)
- Tôn trọng nhân quyền, lao động (không sử dụng lao động trẻ em, không cưỡng bức lao động, tự do lập hội và thương lượng tập thể).

Trên thế giới, đến tháng 9 năm 2018, đã có 53 doanh nghiệp tham gia Sáng kiến này, trong đó bao gồm một số doanh nghiệp lớn hoạt động trong ngành cao su hiện đang nhập khẩu cao su thiên nhiên của Việt Nam như Bridgestone, Michelin và Goodyear. Các doanh nghiệp này đã công bố chính sách thu mua nguồn nguyên liệu đầu vào với các yêu cầu cần đáp ứng toàn bộ các tiêu chí mà Sáng kiến đưa ra. Trong tương lai, lượng doanh nghiệp tham gia vào Sáng kiến này chắc chắn sẽ tăng.

Các doanh nghiệp của Việt Nam cung cao su thiên nhiên cho các công ty tham gia Sáng kiến này bắt buộc phải tuân thủ các tiêu chí về sản phẩm bền vững mà các công ty đã cam kết thực hiện. Không tuân thủ các tiêu chí này sẽ là rủi ro rất lớn cho doanh nghiệp của Việt Nam bởi nguy cơ mất thị trường. Trong tương lai, sức ép lên các doanh nghiệp cung cao su của Việt Nam ngày sẽ càng lớn. Điều này đòi hỏi ngành cao su hiện đang chơi trên sân chơi hội nhập phải có sự thay đổi trong cả suy nghĩ và hành động, nhằm đáp ứng với các yêu cầu ngày càng cao của thị trường.

Các bước tiếp theo mà ngành cao su cần tiến hành là thu thập và xây dựng cơ sở dữ liệu đầy đủ, cập nhật thường xuyên các thông tin trong chuỗi cung và nhu cầu của thị trường, chia sẻ đến các bên liên quan để có cơ sở đánh giá thực trạng và đề xuất giải pháp, chính sách phù hợp cho sự phát triển bền vững, giảm thiểu rủi ro. Các doanh nghiệp cần tuân thủ toàn bộ các yêu cầu của luật pháp quốc gia, bao gồm cả quốc gia nơi các doanh nghiệp hiện đang đầu tư như Campuchia và Lào, các quy định của quốc tế mà Chính phủ đã cam kết, cũng như quy định tại các thị trường nơi doanh nghiệp trực tiếp hoặc gián tiếp (thông qua người mua hàng) tiêu thụ các sản phẩm của mình. Bên cạnh đó, ngành cao su và các doanh nghiệp trong ngành cần có chiến lược quản lý rủi ro, bao gồm cả các rủi ro về thị trường và rủi ro có liên quan đến tính pháp lý của sản phẩm. Ngành cũng cần có những bước đi chuyển dịch hiệu quả để tái cơ cấu chuỗi cung, từ việc tập trung vào xuất khẩu các sản phẩm thô sang các sản phẩm có giá trị gia tăng cao, và quan tâm phát triển thị trường nội địa. Thực hiện các bước này sẽ góp phần giảm rủi ro cho ngành, đặc biệt trong bối cảnh hội nhập thị trường, thúc đẩy ngành cao su phát triển bền vững trong tương lai./.

¹⁴ Chi tiết các tiêu chí này tham khảo tại: http://snr-i.org/file/file/SNR-i_Guidance_document_June_VIET.pdf.

Tài liệu tham khảo

1. Association of Natural Rubber Producing Countries ANRPC (2018). Natural Rubber Trends & Statistics. Vol.10, No.6, August 2018. <http://anrpc.org/>
2. Cục Chế biến nông lâm thủy sản và Nghề muối (2015). *Báo cáo đề dẫn: Thực trạng sản xuất chế biến, tiêu thụ cao su thiên nhiên; Định hướng và giải pháp đẩy mạnh chế biến, tiêu thụ*. Hội nghị Đẩy mạnh chế biến và tiêu thụ cao su thiên nhiên. TP. Hồ Chí Minh, ngày 11 tháng 12 năm 2015.
3. Đặng Việt Quang, Nguyễn Tôn Quyền, Lê Khắc Côi, Nguyễn Mạnh Dũng, Cao Thị Cẩm (2014). *Tính pháp lý của gỗ cao su tại Việt Nam*. <http://goviet.org.vn/bai-viet/tinh-phap-ly-cua-go-cao-su-tai-viet-nam-7509>
4. Hiệp hội Cao su Việt Nam – Danh Võ (2018). *Xuất khẩu cao su thiên nhiên Việt Nam 7 tháng đầu năm 2018*. Thông tin chuyên đề cao su Tập 08/2018.. Nhà xuất bản Nông nghiệp.
5. Hiệp hội Cao su Việt Nam – Danh Võ, Hoa Trần (2018). *Xuất nhập khẩu sản phẩm cao su Việt Nam năm 2017*. Thông tin chuyên đề cao su Tập 06/2018.. Nhà xuất bản Nông nghiệp.
6. Food and Agriculture Organization (FAO): <http://www.fao.org/faostat/en/#data/QC>.
7. Food and Agriculture Organization (FAO): <http://www.fao.org/faostat/en/#data/QC/visualize>
8. Hall, D., P. Hirsch and T. Li, 2011. *Powers of Exclusion: Land dilemmas in Southeast Asia*. Hawaii, Honolulu: University of Hawai's Press.
9. Hiệp hội cao su Việt Nam – Hiền Bùi và Hoa Trần (2018). *Phát triển cây cao su tại Việt Nam đến năm 2017*. Thông tin chuyên đề cao su Tập 08/2018. Nhà xuất bản Nông nghiệp.
10. Hiệp hội Cao su Việt Nam (2018a). Dự thảo báo cáo tổng kết nhiệm kỳ IV (2015-2017) và phương hướng nhiệm kỳ V (2018-2021)
11. Hiệp hội Cao su Việt Nam (VRA) (2018b). *Số liệu thống kê cao su Việt Nam 2007 – 2017*. Nhà Xuất bản Nông nghiệp.
12. *International Rubber Study Group IRSG (2018). Global Rubber Market Trend Analysis: Prospects and Challenges. Global Rubber Conference 2018, Sihanoukville, Cambodia, 5 – 7 April 2018.*
13. Nguyễn Thị Huệ (2006). *Cây cao su*. Nhà Xuất bản Tổng hợp TP Hồ Chí Minh.
14. Nevins, P. và N. Peluso (eds.), 2008. *Taking Southeast Asia to Market: Commodities, Nature, and People in the Neoliberal Age*. Ithaca & London: Cornell University Press.
15. Nguyễn Vinh Quang, Tô Xuân Phúc, Trần Lê Huy, Cao Thị Cẩm, Nguyễn Tôn Quyền và Huỳnh Văn Hạnh (2018). *Chuỗi cung gỗ cao su Việt Nam: Thực trạng và chính sách*. VIFORES, VRA, BIFA, FPA Bình Định, HAWA và Forest Trends,
16. Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam (VRG) (2017). *Phương án cổ phần hóa công ty mẹ - Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam*. <https://vnrubbergroup.com/media/congbothongtin/Du%20thao%20PA%20CPH%20VRG.pdf>
17. Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam (VRG) (2018). Báo cáo đánh giá về kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2018 và kết quả thực hiện 03 năm 2015-2017 của Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam. <https://vnrubbergroup.com/media/congbothongtin/2018-147-CSVN-KHDT.pdf>
18. Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam (VRG) (2018). Báo cáo tổng kết công tác sản xuất – kinh doanh năm 2017, phương hướng, nhiệm vụ năm 2018.

19. Tô Xuân Phúc, Trần Hữu Nghị (2013). *Phát triển cao su và bảo vệ rừng ở Việt Nam*. <http://goviet.org.vn/upload/aceweb/content/Phat%20trien%20va%20bao%20ve%20cay%20cao%20su%20o%20Viet%20Nam.2013.pdf>.
20. Tổng cục Hải quan (2018). *Số liệu thống kê – Số liệu định kỳ*. <https://www.customs.gov.vn/Lists/ThongKeHaiQuan/SoLieuDinhKy.aspx?Group=S%E1%B%91%20li%E1%BB%87u%20th%E1%BB%91ng%20k%C3%AA>
21. Tổng cục Thống kê (2012). *Kết quả tổng điều tra nông thôn, nông nghiệp và thủy sản năm 2011* (Results of the 2011 Rural, Agricultural and Fishery Census). Nhà Xuất bản Thống kê.
22. Tổng cục Thống kê (1980 – 2018). *Niên giám thống kê – Statistical Yearbook of Viet Nam*. <http://gso.gov.vn/Default.aspx?tabid=512>
23. Trần Thị Thúy Hoa (1993). *Báo cáo chuyển công tác khảo sát giống và tình hình cao su miền Bắc*. Tài liệu nội bộ, Bộ môn Giống, Viện Nghiên cứu Cao su Việt Nam.
24. Trần Thị Thúy Hoa (2017). Markets run by farmers: Experience of Vietnam. Bài trình bày tại Hội thảo Thường niên Hiệp hội các nước sản xuất cao su thiên nhiên. Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 23 tháng 10 năm 2017.
25. Trần Thị Thúy Hoa (2018). Nhãn hiệu chứng nhận Cao su Việt Nam /Viet Nam Rubber: Quá trình phát triển và thành tựu. Bài trình bày tại Đại hội nhiệm kỳ V 2018 – 2021 của Hiệp hội Cao su Việt Nam

Phụ lục : Các website của doanh nghiệp công bố giá mua mủ cao su của tiêu điền

TT	Tên DN	Website
1	Công ty TNHH MTV Cao su Bình Long	http://www.binhlongrubber.vn/
2	Công ty TNHH MTV Tổng công ty Cao su Đồng Nai	http://www.donaruco.vn/gia-thu-mua-mu-cao-su-tieu-dien-gn43
3	Công ty TNHH MTV Cao su Lộc Ninh	https://locninhrubber.vn/
4	Công ty CP Cao su Phước Hòa	http://www.phr.vn/
5	Công ty TNHH MTV Cao su Phú Riềng	http://www.phuriengrubber.vn/
6	Công ty CP Cao su Tây Ninh	http://www.taniruco.com.vn/article.php?id=4731