THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ	CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM Độc lập - Tự do - Hạnh phúc
Số: 942 /QĐ-TTg	*Hà Nội, ngày 03 tháng 7 năm 2017*

QUYẾT ĐỊNH

Phê duyệt Chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam giai đoạn 2017 - 2020, định hướng đến năm 2030

VĂN PHÒNG UBND TỈNH TÂY NINH
ĐẾN Số: 9212
Ngày: 11/7/17
Chuyển: Hải Sở giải

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 19 tháng 6 năm 2015;

Căn cứ Quyết định số 2471/QĐ-TTg ngày 28 tháng 12 năm 2011 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030;

Căn cứ Quyết định số 899/QĐ-TTg ngày 10 tháng 6 năm 2013 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững;

Căn cứ Quyết định số 706/QĐ-TTg ngày 21 tháng 5 năm 2015 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án phát triển thương hiệu gạo Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030;

Xét đề nghị của Bộ trưởng Bộ Công Thương tại Tờ trình số 4343/TTr-BCT ngày 18 tháng 5 năm 2017,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt Chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam giai đoạn 2017 - 2020, định hướng đến năm 2030 (dưới đây viết tắt là Chiến lược) với những nội dung chủ yếu sau:

I. QUAN ĐIỂM CHIẾN LƯỢC

1. Phát triển thị trường xuất khẩu gạo để nâng cao hiệu quả và thúc đẩy xuất khẩu gạo, góp phần tiêu thụ hết thóc, gạo hàng hóa với giá có lợi cho người nông dân, nâng cao thu nhập của người nông dân, đảm bảo an sinh xã hội, an ninh lương thực trong nước, bảo vệ môi trường sinh thái.

2. Phát triển thị trường xuất khẩu gạo để định hướng cho công tác quy hoạch và tổ chức sản xuất lúa gạo hàng hóa trong nước theo hướng đảm bảo chất lượng, an toàn thực phẩm, phù hợp với nhu cầu, thị hiếu tiêu thụ, đáp ứng yêu cầu, quy định của thị trường.

3. Phát triển thị trường xuất khẩu gạo gắn với nâng cao năng lực cạnh tranh, xây dựng thương hiệu của sản phẩm gạo xuất khẩu và thương nhân kinh doanh xuất khẩu gạo Việt Nam; tăng cường liên kết theo chuỗi giá trị từ khâu sản xuất đến tiêu thụ, xuất khẩu.

4. Phát triển thị trường xuất khẩu gạo theo hướng đa dạng hóa thị trường, giảm phụ thuộc vào một số thị trường nhất định phù hợp với xu thế hội nhập quốc tế về kinh tế và hợp tác quốc tế về đầu tư sản xuất, chế biến, xuất khẩu gạo; khai thác cơ hội, tiềm năng, lợi thế từ các hiệp định thương mại tự do, các cam kết quốc tế mà Việt Nam là thành viên.

5. Phát triển thị trường xuất khẩu gạo nhằm cụ thể hóa và gắn với việc thực hiện Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011 - 2020, định hướng đến năm 2030; Chiến lược Hội nhập kinh tế quốc tế ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn đến năm 2030; Đề án phát triển các thị trường khu vực thời kỳ 2015 - 2020, định hướng đến năm 2030; Đề án tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững; Đề án tái cơ cấu ngành lúa gạo Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030; Đề án phát triển thương hiệu gạo Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.

II. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu tổng quát

Phát triển các thị trường xuất khẩu gạo với quy mô, cơ cấu thị trường, cơ cấu sản phẩm xuất khẩu hợp lý, ổn định, bền vững và hiệu quả; củng cố các thị trường xuất khẩu truyền thống, trọng điểm và phát triển các thị trường xuất khẩu mới, tiềm năng; tăng cường liên kết gắn sản xuất với thị trường theo chuỗi giá trị, bảo đảm chất lượng gạo xuất khẩu từ khâu sản xuất, tham gia sâu vào chuỗi giá trị gạo toàn cầu; tăng cường đưa sản phẩm gạo Việt Nam vào các kênh phân phối trực tiếp tại các thị trường; nâng cao giá trị, đảm bảo hiệu quả xuất khẩu; khẳng định uy tín và thương hiệu gạo Việt Nam trên thị trường, thúc đẩy xuất khẩu góp phần tiêu thụ hết thóc, gạo hàng hóa với giá có lợi cho người nông dân, thực hiện các mục tiêu, nguyên tắc điều hành xuất khẩu gạo.

2. Mục tiêu cụ thể

a) Điều chỉnh giảm dần lượng gạo hàng hóa xuất khẩu nhưng giữ ổn định và tăng trị giá xuất khẩu gạo

- Trong giai đoạn 2017 - 2020, lượng gạo xuất khẩu hàng năm khoảng 4,5 - 5 triệu tấn vào năm 2020, trị giá đạt bình quân khoảng từ 2,2 - 2,3 tỷ USD/năm.

- Trong giai đoạn 2021 - 2030, lượng gạo xuất khẩu hàng năm khoảng 4 triệu tấn vào năm 2030, trị giá xuất khẩu gạo tiếp tục được duy trì ổn định và tăng đạt khoảng 2,3 - 2,5 tỷ USD/năm.

b) Chuyển dịch cơ cấu mặt hàng xuất khẩu

- Đến năm 2020, tỷ trọng gạo trắng phẩm cấp thấp và trung bình không vượt quá 20% tổng lượng gạo xuất khẩu, gạo trắng phẩm cấp cao chiếm khoảng 25%, tỷ trọng gạo thơm, gạo đặc sản, gạo japonica chiếm khoảng 30%, gạo nếp chiếm khoảng 20%, các sản phẩm gạo có giá trị gia tăng cao như gạo dinh dưỡng, gạo đồ, gạo hữu cơ, bột gạo, sản phẩm chế biến từ gạo, cám gạo và một số phụ phẩm khác từ lúa gạo chiếm khoảng 5%.

- Đến năm 2030, tỷ trọng gạo trắng thường chỉ chiếm khoảng 25%, trong đó gạo phẩm cấp thấp và trung bình không vượt quá 10% tổng lượng gạo xuất khẩu; gạo thơm, gạo đặc sản, gạo japonica chiếm khoảng 40%, gạo nếp chiếm khoảng 25%; tăng dần tỷ trọng các sản phẩm gạo có giá trị gia tăng cao như gạo tăng cường vi chất dinh dưỡng, gạo đồ, gạo hữu cơ, bột gạo, sản phẩm chế biến từ gạo, cám gạo và một số phụ phẩm khác từ lúa gạo (khoảng trên 10%).

c) Tăng tỷ lệ gạo xuất khẩu trực tiếp và mang thương hiệu gạo Việt Nam

- Tăng tỷ lệ gạo xuất khẩu trực tiếp vào các thị trường, trực tiếp vào hệ thống phân phối gạo của các nước; khai thác hợp lý, hiệu quả kênh xuất khẩu qua trung gian, nhất là đối với các thị trường không thuận lợi trong vận chuyển, giao nhận, bảo quản và thanh toán.

- Thực hiện đạt mục tiêu về tỷ lệ gạo xuất khẩu trực tiếp mang thương hiệu gạo Việt Nam đề ra tại Đề án phát triển thương hiệu gạo Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.

d) Cơ cấu thị trường điều chỉnh phù hợp với mục tiêu chuyển dịch cơ cấu thị trường xuất khẩu và xu thế diễn biến thị trường gạo thế giới

- Đến năm 2020, thị trường châu Á chiếm tỷ trọng khoảng 60% tổng kim ngạch xuất khẩu gạo, thị trường châu Phi chiếm khoảng 22%, thị trường Trung Đông chiếm khoảng 2%, thị trường châu Âu chiếm khoảng 5%, thị trường châu Mỹ chiếm khoảng 8%, thị trường châu Đại Dương chiếm khoảng 3%.

- Đến năm 2030, thị trường châu Á chiếm tỷ trọng khoảng 50% tổng kim ngạch xuất khẩu gạo, thị trường châu Phi chiếm khoảng 25%, thị trường Trung Đông chiếm khoảng 5%, thị trường châu Âu chiếm khoảng 6%, thị trường châu Mỹ chiếm khoảng 10%, thị trường châu Đại Dương chiếm khoảng 4%.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU

1. Định hướng chung

a) Chuyển dịch cơ cấu thị trường xuất khẩu theo hướng bền vững, khai thác hiệu quả nhu cầu nhập khẩu gạo thông dụng của các thị trường trọng điểm, truyền thống, đồng thời chú trọng phát triển các thị trường có nhu cầu nhập khẩu gạo có chất lượng, giá trị cao và các sản phẩm chế biến từ thóc, gạo, các thị trường có quan hệ đối tác bền vững về thương mại và đầu tư.

b) Tận dụng lợi thế cạnh tranh để củng cố vị thế và khai thác hiệu quả các thị trường gần, thị trường truyền thống, trọng điểm có nhu cầu nhập khẩu gạo phù hợp với điều kiện sản xuất hiện tại; phát triển các thị trường mới, thị trường tiềm năng, tăng tỷ trọng các thị trường nhập khẩu gạo chất lượng, giá trị gia tăng cao; từng bước giảm tỷ trọng các thị trường nhập khẩu gạo có chất lượng, giá trị gia tăng và hiệu quả thấp, không ổn định. Tận dụng tốt các ngách thị trường phù hợp tại tất cả các khu vực thị trường.

2. Định hướng phát triển các thị trường cụ thể

a) Thị trường châu Á

- Thị trường Đông Nam Á: Củng cố, giữ thị phần gạo có chất lượng trung bình trở lên tại các thị trường truyền thống trọng điểm (Phi-líp-pin, In-đô-nê-xia, Ma-lai-xia). Đẩy mạnh xuất khẩu gạo trắng chất lượng cao, gạo thơm, gạo nếp.

- Thị trường Trung Quốc: Thúc đẩy quan hệ thương mại gạo theo hướng ổn định, bền vững, hiệu quả; đưa sản phẩm gạo có chất lượng, thương hiệu, giá trị cao vào các kênh phân phối chính thức, trực tiếp. Củng cố, duy trì thị phần gạo Việt Nam trong cơ cấu nhập khẩu gạo của Trung Quốc ở mức cao.

- Thị trường Đông Bắc Á:

+ Tăng cường quảng bá sản phẩm gạo chất lượng cao và hợp tác chặt chẽ với các nước để tăng khả năng trúng thầu trong đấu thầu hạn ngạch nhập khẩu của các nước, chú trọng đến gạo lứt hạt dài.

+ Từng bước chuyển từ quan hệ đối tác thương mại gạo thông thường sang thu hút đầu tư và chuyển giao công nghệ từ Hàn Quốc, Nhật Bản vào lĩnh vực trồng, chế biến lúa gạo để xuất khẩu trở lại các thị trường này; thúc đẩy sản xuất, xuất khẩu các sản phẩm chế biến từ lúa gạo sang các thị trường này.

+ Phấn đấu tăng thị phần gạo Việt Nam trong tổng kim ngạch nhập khẩu gạo của Hàn Quốc, Nhật Bản từ dưới 2% năm 2015 lên khoảng 3% vào năm 2020 và đạt 4 - 5% vào năm 2030.

b) Thị trường châu Phi, Trung Đông

- Tăng cường quan hệ hợp tác về thương mại gạo với các nước, chú trọng việc đàm phán, ký kết các Bản ghi nhớ, thỏa thuận về thương mại gạo với các nước có nhu cầu nhập khẩu gạo lớn.

- Củng cố thị phần các loại gạo trắng, hạt dài, rời hạt, gạo cứng, gạo đồ, gạo thơm bằng cách nâng cao năng lực cạnh tranh về giá, chất lượng và các điều kiện thanh toán, giao thương tại các nước châu Phi.

- Khai thác, tận dụng tiềm năng, lợi thế của các thị trường I-ran và I-rắc. Khuyến khích, hỗ trợ doanh nghiệp trong nước nghiên cứu thị trường, tìm kiếm cơ hội kinh doanh, kết nối với các đầu mối nhập khẩu gạo tại các thị trường này.

- Khai thác các kênh xuất khẩu gạo trắng chất lượng cao vào thị trường Ả rập Xê-út, Các Tiểu vương quốc Ả rập Thống nhất. Phấn đấu tăng thị phần gạo Việt Nam trong tổng kim ngạch nhập khẩu gạo của các thị trường này từ dưới 2% năm 2015 lên 3% vào năm 2020 và đạt 5% vào năm 2030.

- Phấn đấu tăng thị phần gạo Việt Nam trong tổng kim ngạch nhập khẩu gạo của thị trường Nam Phi từ dưới 4% năm 2015 lên 5 - 6% vào năm 2020 và ổn định ở mức này đến năm 2030; duy trì ổn định thị phần tại thị trường Gha-na và Bờ biển Ngà.

c) Thị trường châu Âu

- Đẩy mạnh xuất khẩu gạo trắng chất lượng cao, tận dụng các ngách thị trường gạo hạt ngắn, gạo hữu cơ, gạo đồ, gạo tăng cường vi chất dinh dưỡng, gạo đặc sản mà Việt Nam có lợi thế sản xuất, xuất khẩu.

- Tận dụng tốt các cơ hội từ hiệp định thương mại tự do để tăng thị phần; khai thác tiềm năng thị trường của cộng đồng người Việt, người châu Á, các nhà hàng, siêu thị để khuyến khích, tăng nhu cầu tiêu dùng gạo Việt Nam.

- Phấn đấu tăng thị phần gạo Việt Nam trong tổng kim ngạch nhập khẩu gạo của Liên minh kinh tế Á - Âu: Thị phần tại thị trường Liên bang Nga tăng từ 17% năm 2015 lên khoảng 19% vào năm 2020 và 20% vào năm 2030. Thị phần tại thị trường Bê-la-rút ổn định ở mức 13 - 14%.

- Phấn đấu tăng thị phần tại một số nước châu Âu (Pháp, Đức, Cộng hòa Séc) từ dưới 2% năm 2015 lên 4% vào năm 2020 và 6% vào năm 2030.

d) Thị trường châu Mỹ, châu Đại Dương

- Tập trung vào các phân khúc gạo chất lượng cao. Tăng cường xúc tiến thương mại, khai thác cơ hội thị trường các nước châu Mỹ Latinh.

- Phấn đấu tăng thị phần tại thị trường Hoa Kỳ từ khoảng 3,7% năm 2015 lên 5% vào năm 2020 và 6 - 7% vào năm 2030.

- Phấn đấu tăng thị phần tại thị trường Mê-hi-cô từ dưới 1% năm 2015 lên 3% vào năm 2020 và 5 - 6% vào năm 2030; tại thị trường Hai-ti từ khoảng 7% năm 2015 lên 9% vào năm 2020 và 11 - 12% vào năm 2030.

- Phấn đấu tăng thị phần tại thị trường Ốt-xtrây-lia từ 3,6% năm 2015 lên 4% vào năm 2020 và đạt mức 5 - 6% vào năm 2030.

3. Định hướng sản xuất, chế biến sản phẩm gạo xuất khẩu để thực hiện mục tiêu, định hướng phát triển thị trường xuất khẩu gạo

a) Tăng tỷ trọng gạo trắng, hạt dài chất lượng cao (5 - 10% tấm), giảm tỷ trọng gạo trên 15% tấm; tăng tỷ trọng gạo thơm, gạo đồ, gạo Japonica, gạo sản xuất theo quy trình sạch, gạo hữu cơ, gạo tăng cường vi chất dinh dưỡng; đa dạng hóa các sản phẩm chế biến từ thóc, gạo, bột gạo, mỹ phẩm từ gạo.

b) Quy hoạch và tập trung đầu tư xây dựng các vùng nguyên liệu sản xuất lúa hàng hóa phục vụ các thị trường và phân khúc thị trường cụ thể, nhất là xây dựng các vùng chuyên canh sản xuất lúa hàng hóa có chất lượng, giá trị cao tại vùng trọng điểm sản xuất lúa hàng hóa Đồng bằng sông Cửu Long.

c) Tổ chức sản xuất theo quy trình chuẩn, đồng bộ từ khâu giống, canh tác, thu hoạch, chế biến, bảo quản, đóng gói theo yêu cầu của thị trường; đảm bảo sản phẩm gạo có chất lượng, an toàn thực phẩm, đáp ứng yêu cầu, thị hiếu người tiêu dùng trong nước, nước ngoài và hàng rào kỹ thuật của các thị trường.

d) Khẳng định được uy tín và thương hiệu gạo Việt Nam trên thị trường nội địa, làm cơ sở cho việc quảng bá sản phẩm, xây dựng uy tín, thương hiệu gạo Việt Nam trên thị trường thế giới.

IV. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP

1. Tổ chức sản xuất, công nghệ sau thu hoạch, chế biến, bảo quản, xây dựng thương hiệu gạo Việt Nam trên thị trường

a) Cơ cấu lại diện tích sản xuất, mùa vụ, năng suất, sản lượng lúa gạo hàng hóa để giảm dần sản lượng gạo hàng hóa để xuất khẩu về mức khoảng 4,5 - 5 triệu tấn vào năm 2020 và khoảng 4 triệu tấn vào năm 2030; chuyển đổi đất canh tác lúa kém hiệu quả sang nuôi trồng thủy sản, trồng các loại cây khác hoặc kết hợp nuôi trồng thủy sản để đạt hiệu quả kinh tế cao hơn.

b) Tập trung triển khai thực hiện các giải pháp về xây dựng thương hiệu gạo Việt Nam, tái cơ cấu sản xuất lúa, tổ chức lại sản xuất, cải tiến công nghệ sau thu hoạch và chế biến đã đề ra trong Đề án phát triển thương hiệu gạo Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030; Đề án tái cơ cấu ngành lúa gạo Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.

c) Có cơ chế khuyến khích, tạo điều kiện thuận lợi cho nghiên cứu chọn lọc, lai tạo giống lúa năng suất, chất lượng cao, phù hợp với yêu cầu của thị trường. Chú trọng phát triển các giống lúa cho sản phẩm gạo trắng chất lượng cao, gạo thơm, gạo hạt tròn, gạo nếp và một số giống lúa đặc sản vùng miền, loại bỏ việc canh tác các giống lúa kém chất lượng, không hiệu quả.

d) Khuyến khích, thúc đẩy gắn sản xuất với chế biến, tiêu thụ lúa gạo theo chuỗi giá trị; đa dạng các sản phẩm từ gạo. Quy hoạch và tổ chức sản xuất theo vùng nguyên liệu, vùng chuyên canh lúa hàng hóa phục vụ xuất khẩu sang các thị trường cụ thể với sự liên kết, liên doanh, đặt hàng của doanh nghiệp.

đ) Ứng dụng công nghệ tiên tiến, công nghệ cao vào sản xuất, chế biến sâu, bảo quản lúa gạo, giảm tổn thất sau thu hoạch.

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

g) Đầu tư phòng kiểm định chất lượng gạo đạt tiêu chuẩn quốc tế tại vùng Đồng bằng sông Cửu Long để tạo thuận lợi cho việc kiểm tra chất lượng gạo, góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm gạo đạt chuẩn chất lượng quốc tế.

h) Hỗ trợ đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ thương hiệu quốc gia gạo Việt Nam dưới hình thức nhãn hiệu chứng nhận ở trong nước và nước ngoài.

2. Tăng cường quan hệ hợp tác quốc tế và đầu tư với các quốc gia và vùng lãnh thổ để mở rộng thị trường xuất khẩu

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

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

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

3. Phát triển thị trường xuất khẩu

a) Xây dựng định hướng và giải pháp phát triển từng thị trường cụ thể theo hướng gắn hoạt động phát triển thị trường với sản xuất, chế biến, quảng bá sản phẩm, xây dựng thương hiệu.

b) Xây dựng hệ thống thông tin thị trường, ứng phó hiệu quả với biến động của thị trường, chủ động có đối sách phù hợp với các chính sách bảo hộ mậu dịch dưới mọi hình thức, các rào cản thuế quan và phi thuế quan của các thị trường đối với mặt hàng thóc, gạo.

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

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

đ) Xây dựng và tổ chức thực hiện hiệu quả các chương trình xúc tiến thương mại gạo theo cơ chế đặc thù. Bố trí nguồn kinh phí phù hợp, tương xứng cho công tác xúc tiến thương mại gạo hàng năm, nhất là tại các thị trường trọng điểm, truyền thống và thị trường mới, thị trường tiềm năng.

e) Phát triển hệ thống phân phối trực tiếp sản phẩm gạo Việt Nam tại thị trường nước ngoài; nghiên cứu tổ chức hệ thống kho ngoại quan ở nước ngoài phục vụ xuất khẩu gạo. Xây dựng các phương thức xuất khẩu phù hợp với đặc thù của các thị trường, nhất là các thị trường trọng điểm, tiềm năng.

4. Hoàn thiện thể chế

a) Tiếp tục rà soát, hoàn thiện cơ chế điều hành xuất khẩu gạo và quản lý hoạt động kinh doanh xuất khẩu gạo của thương nhân phù hợp với diễn biến tình hình thị trường, tạo thuận lợi cho thương nhân tham gia xuất khẩu gạo, tham gia sâu vào chuỗi giá trị gạo toàn cầu. Có chính sách khuyến khích thương nhân xuất khẩu gạo xây dựng vùng nguyên liệu, kết nối chuỗi sản xuất, chế biến, phân phối sản phẩm.

b) Phát triển hộ trồng lúa theo hướng sản xuất chuyên nghiệp, bền vững, đẩy mạnh tích tụ ruộng đất, tăng cường liên kết giữa người sản xuất lúa và thương nhân kinh doanh xuất khẩu gạo. Rà soát, sửa đổi Quyết định 62/2013/QĐ-TTg ngày 25 tháng 10 năm 2013 của Thủ tướng Chính phủ về chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản, xây dựng cánh đồng lớn cho phù hợp với tình hình thực tế.

c) Xây dựng lộ trình cụ thể nâng cao dần các yêu cầu kỹ thuật, dây chuyền máy móc, thiết bị, công nghệ bảo quản, chế biến đối với kho chứa, cơ sở xay, xát, chế biến thóc, gạo phục vụ xuất khẩu nhằm từng bước nâng cao chất lượng gạo xuất khẩu, đáp ứng yêu cầu cạnh tranh về chất lượng, thương hiệu gạo. Rà soát, sửa đổi Quyết định 68/2013/QĐ-TTg ngày 14 tháng 11 năm 2013 của Thủ tướng Chính phủ về chính sách hỗ trợ nhằm giảm tổn thất trong nông nghiệp cho phù hợp với tình hình thực tế.

d) Nghiên cứu xây dựng Trung tâm giao dịch, đầu mối mua bán, giới thiệu sản phẩm thóc, gạo tại vùng Đồng bằng sông Cửu Long vừa để cân bằng, điều tiết giá cả, ổn định thị trường, đồng thời là đầu mối giới thiệu, xây dựng thương hiệu sản phẩm lúa gạo, giao dịch thương mại gạo với nước ngoài.

đ) Xây dựng bộ tiêu chuẩn quốc gia cho các sản phẩm gạo xuất khẩu và quy trình sản xuất, chế biến chuẩn từ khâu giống đến sản phẩm cuối cùng để tạo ra các sản phẩm đạt tiêu chuẩn thương hiệu quốc gia gạo Việt Nam.

e) Hoàn thiện cơ chế, chính sách hỗ trợ doanh nghiệp và nông dân áp dụng các tiến bộ khoa học - kỹ thuật, công nghệ cao trong sản xuất, thu hoạch, chế biến, bảo quản thóc, gạo, phát triển các sản phẩm có giá trị gia tăng cao.

g) Hoàn thiện và triển khai thực hiện chính sách ưu đãi cho các doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực sản xuất lúa gạo công nghệ cao, sản xuất gạo sạch, gạo hữu cơ, gạo dinh dưỡng, gạo đặc sản và chế biến phụ phẩm từ lúa gạo phù hợp với thông lệ quốc tế và quy định của WTO.

h) Rà soát, đề xuất cơ chế, chính sách, giải pháp phù hợp để quản lý, điều tiết hoạt động nhập khẩu thóc, gạo, bảo vệ ngành sản xuất lúa gạo và người nông dân sản xuất lúa trong nước trong bối cảnh tự do hóa thương mại, khuyến khích các thương nhân kinh doanh xuất khẩu gạo Việt Nam phát triển thị trường nội địa.

i) Đổi mới, hoàn thiện tổ chức và nâng cao hiệu quả hoạt động của Hiệp hội Lương thực Việt Nam đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ trong tình hình mới theo hướng tôn trọng cơ chế thị trường, phát huy vai trò tập hợp, hỗ trợ thương nhân và hợp tác, liên kết vững chắc, hiệu quả của các tác nhân trong chuỗi giá trị.

5. Nâng cao năng lực của thương nhân kinh doanh xuất khẩu gạo

a) Hướng dẫn, hỗ trợ các thương nhân kinh doanh xuất khẩu gạo áp dụng các mô hình quản lý chất lượng, an toàn thực phẩm trong tổ chức sản xuất; nâng cao năng lực công tác thị trường, marketing quốc tế; nâng cao năng lực đàm phán, ký kết, thực hiện hợp đồng, xử lý tranh chấp thương mại quốc tế.

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

c) Định hướng, hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng chiến lược mặt hàng, thị trường xuất khẩu gạo của doanh nghiệp; củng cố mạng lưới đối tác bạn hàng, phát triển đại diện của doanh nghiệp ở nước ngoài.

d) Thúc đẩy các thương nhân kinh doanh xuất khẩu gạo chú trọng phát triển thị trường nội địa, góp phần đa dạng hóa kênh tiêu thụ, hạn chế rủi ro thị trường và tạo thế đối trọng trong giao dịch đàm phán hợp đồng xuất khẩu.

đ) Đẩy mạnh cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh xuất khẩu gạo, tập trung đầu tư sản xuất kinh doanh theo hướng chuyên nghiệp, chuyên sâu, nâng cao năng lực cạnh tranh, chú trọng phát triển thị trường thương mại, không phụ thuộc vào các hợp đồng tập trung.

6. Về cơ sở hạ tầng, logistics, thanh toán

a) Đầu tư nâng cấp, hoàn thiện hệ thống giao thông đường thuỷ, đường bộ, đường sắt; quy hoạch phát triển xây dựng hệ thống cảng sông, cảng biển để vận chuyển thóc, gạo hàng hóa và xuất khẩu trực tiếp tại vùng Đồng bằng sông Cửu Long.

b) Đa dạng hóa các loại hình dịch vụ logistics, áp dụng công nghệ hiện đại về kỹ thuật và quản lý để giảm thời gian lưu tàu, giảm chi phí bốc dỡ. Xã hội hóa hoạt động đầu tư hạ tầng kỹ thuật cho dịch vụ logistics phục vụ xuất khẩu gạo.

c) Hỗ trợ các thương nhân kinh doanh xuất khẩu gạo về thanh toán ngân hàng và hoán đổi các đồng tiền thanh toán đối với các nước nhập khẩu gặp khó khăn về vấn đề thanh toán; đa dạng hóa đồng tiền thanh toán và phòng ngừa rủi ro về tỷ giá.

V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Các Bộ, ngành liên quan có trách nhiệm tổ chức xây dựng và thực hiện các nhiệm vụ cụ thể được phân công tại Phụ lục kèm theo Quyết định này; xây dựng Kế hoạch hành động thực hiện Chiến lược, xác định nội dung nhiệm vụ, giải pháp cụ thể, thời hạn hoàn thành và nguồn lực thực hiện.

2. Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, cơ quan, tổ chức liên quan có trách nhiệm phối hợp với Bộ Công Thương trong tổ chức thực hiện Chiến lược, định kỳ trước ngày 15 tháng 12 hàng năm báo cáo tình hình triển khai thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp liên quan gửi Bộ Công Thương tổng hợp.

3. Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành, địa phương, cơ quan, tổ chức liên quan tổ chức kiểm tra, đánh giá tình hình thực hiện Chiến lược, tổng hợp, báo cáo Thủ tướng Chính phủ.

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký ban hành.

Điều 3. Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, Hiệp hội Lương thực Việt Nam, các thương nhân kinh doanh xuất khẩu gạo và tổ chức, cá nhân có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:
- Ban Bí thư Trung ương Đảng;
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ;
- HĐND, UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc TW;
- Văn phòng Trung ương và các Ban của Đảng;
- Văn phòng Tổng Bí thư;
- Văn phòng Chủ tịch nước;
- Văn phòng Quốc hội;
- Hội đồng Dân tộc và các Ủy ban của Quốc hội;
- Văn phòng Quốc hội;
- Kiểm toán Nhà nước;
- Ủy ban Giám sát tài chính Quốc gia;
- Ủy ban TW Mặt trận Tổ quốc Việt Nam;
- Trung ương Hội Nông dân Việt Nam;
- Hiệp hội Lương thực Việt Nam;
- Các Tổng công ty Lương thực: miền Bắc, miền Nam;
- VPCP: BTCN, các PCN, Trợ lý TTg, TGĐ Cổng TTĐT, các Vụ, Cục, đơn vị trực thuộc;
- Lưu: VT, KTTH (3). LT 200

THỦ TƯỚNG

Nguyễn Xuân Phúc

Phụ lục

PHÂN CÔNG NHIỆM VỤ TRIỂN KHAI CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU GẠO CỦA VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2017-2020, ĐỊNH HƯỚNG ĐẾN NĂM 2030

(Ban hành kèm theo Quyết định số 942 /QĐ-TTg ngày 05 tháng 7 năm 2017 của Thủ tướng Chính phủ)

STT	Nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp
I	**Tổ chức sản xuất, công nghệ sau thu hoạch, chế biến, bảo quản, xây dựng thương hiệu gạo Việt Nam trên thị trường**		
1	Rà soát, xác định các vùng trồng lúa có lợi thế để điều chỉnh quy hoạch sản xuất, chuyển đổi diện tích canh tác lúa kém hiệu quả sang mục đích khác. Xây dựng kế hoạch, lộ trình điều chỉnh quy mô sản xuất, sản lượng phù hợp với nhu cầu trong nước, thế giới và năng lực cạnh tranh của gạo Việt Nam	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn	Bộ Công Thương; Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương
2	Quy hoạch và tổ chức sản xuất theo vùng nguyên liệu, vùng chuyên canh lúa hàng hóa phục vụ xuất khẩu sang các thị trường cụ thể với sự liên kết, liên doanh, đặt hàng của doanh nghiệp. Tại vùng này, từ khâu chọn giống đến quy trình canh tác, sản xuất, thu hoạch, chế biến, bảo quản sản phẩm đều thực hiện theo yêu cầu của thị trường nhập khẩu.	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn	Bộ Công Thương; Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương
3	Chọn lọc, thống nhất đưa vào sử dụng bộ giống lúa phù hợp với điều kiện sản xuất của từng vùng, từng địa phương, đảm bảo đáp ứng nhu cầu, thị hiếu tiêu dùng của thị trường tiêu thụ, xuất khẩu.	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn	Bộ Khoa học và Công nghệ; Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương; Hiệp hội Lương thực Việt Nam
4	Ban hành Quy trình, ứng dụng khoa học công nghệ, nhất là công nghệ cao trong sản xuất, thu hoạch, chế biến, bảo quản lúa gạo phục vụ xuất khẩu	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn	Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Công Thương; Hiệp hội Lương thực Việt Nam

STT	Nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp
5	Tăng cường kiểm tra, kiểm soát sản xuất, kinh doanh, sử dụng giống, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật trong sản xuất lúa, bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm, đáp ứng yêu cầu của thị trường	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn	Bộ Công Thương, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương
6	Hỗ trợ đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ thương hiệu quốc gia gạo Việt Nam	Bộ Khoa học và Công nghệ	Các Bộ, ngành liên quan; Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương
7	Nghiên cứu đầu tư xây dựng phòng kiểm định chất lượng gạo đạt tiêu chuẩn quốc tế tại vùng Đồng bằng sông Cửu Long, tạo điều kiện thuận lợi cho việc kiểm tra chất lượng gạo xuất khẩu.	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn	Bộ Khoa học và Công nghệ; Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố vùng Đồng bằng sông Cửu Long
II	**Tăng cường quan hệ hợp tác về ngoại giao, kinh tế, thương mại và đầu tư với các quốc gia và vùng lãnh thổ để mở rộng thị trường xuất khẩu**		
1	Đẩy mạnh hợp tác quốc tế trong đào tạo nhân lực, chuyển giao kinh nghiệm, công nghệ sản xuất, chế biến, bảo quản lúa gạo nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm đáp ứng yêu cầu thị trường	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn	Bộ Khoa học và Công nghệ
2	Hợp tác đầu tư sản xuất lúa gạo tại các nước có nhu cầu và có tiềm năng, lợi thế về sản xuất lúa gạo	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn	Bộ Công Thương, Bộ Tài chính
3	Thiết lập và tăng cường quan hệ hợp tác thương mại gạo với các nước sản xuất, xuất nhập khẩu gạo lớn. Tăng cường cơ chế hợp tác với hệ thống phân phối gạo lớn ở các thị trường trọng điểm, tiềm năng	Bộ Công Thương	Bộ Ngoại giao, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
III	**Phát triển thị trường xuất khẩu**		
1	Xây dựng Kế hoạch và giải pháp phát triển từng thị trường xuất khẩu gạo, tập trung vào các thị trường trọng điểm, tiềm năng và hoạt động quảng bá, giới thiệu hình ảnh, thương hiệu gạo Việt Nam	Bộ Công Thương	Các Bộ, ngành liên quan; Hiệp hội Lương thực Việt Nam

STT	Nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp
2	Xây dựng hệ thống thông tin thị trường, ứng phó hiệu quả với biến động của thị trường; tăng cường công tác đàm phán mở cửa thị trường, gỡ bỏ các rào cản thương mại, tạo thuận lợi cho xuất khẩu gạo của Việt Nam	Bộ Công Thương	Bộ Ngoại giao, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
3	Xây dựng và tổ chức thực hiện hiệu quả các chương trình xúc tiến thương mại gạo theo cơ chế đặc thù. Bố trí nguồn kinh phí phù hợp, tương xứng cho công tác xúc tiến thương mại gạo hàng năm, nhất là tại các thị trường trọng điểm, truyền thống và thị trường mới, thị trường tiềm năng	Bộ Công Thương, Bộ Tài chính	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn; Hiệp hội Lương thực Việt Nam
4	Phát triển hệ thống phân phối trực tiếp sản phẩm gạo Việt Nam tại thị trường nước ngoài; nghiên cứu tổ chức hệ thống kho ngoại quan ở nước ngoài phục vụ xuất khẩu gạo. Xây dựng các phương thức xuất khẩu phù hợp với đặc thù của các thị trường, nhất là các thị trường trọng điểm, tiềm năng	Bộ Công Thương	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
5	Rà soát, đàm phán ký kết các hiệp định, thỏa thuận về sự phù hợp và công nhận lẫn nhau về kiểm dịch, chất lượng sản phẩm, tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm với các quốc gia, vùng lãnh thổ có nhu cầu nhập khẩu gạo	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn	Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Công Thương
IV	**Hoàn thiện thể chế**		
1	Rà soát, hoàn thiện cơ chế điều hành và quản lý hoạt động kinh doanh xuất khẩu gạo phù hợp với tình hình thị trường. Trước mắt tập trung sửa đổi, bổ sung Nghị định số 109/2010/NĐ-CP ngày 04 tháng 11 năm 2010 của Chính phủ về kinh doanh xuất khẩu gạo và các văn bản hướng dẫn	Bộ Công Thương	Các Bộ, ngành liên quan; Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương
2	Xây dựng bộ tiêu chuẩn quốc gia cho các sản phẩm gạo xuất khẩu và quy trình sản xuất, chế biến chuẩn từ khâu giống đến sản phẩm cuối cùng để tạo ra các sản phẩm đạt tiêu chuẩn thương hiệu quốc gia gạo Việt Nam.	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn	Bộ Công Thương, Bộ Khoa học và Công nghệ; Hiệp hội Lương thực Việt Nam
3	Rà soát, sửa đổi Quyết định 62/2013/QĐ-TTg ngày 25 tháng 10 năm 2013 của Thủ tướng Chính phủ về chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản, xây dựng cánh đồng lớn và Quyết định 68/2013/QĐ-TTg ngày 14 tháng 11 năm 2013 của Thủ tướng Chính phủ về chính sách hỗ trợ nhằm giảm tổn thất trong nông nghiệp	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn	Bộ Công Thương, Bộ Tài chính, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

STT	Nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp
4	Xây dựng chính sách ưu đãi cho các thương nhân đầu tư vào lĩnh vực sản xuất lúa gạo sử dụng công nghệ cao, sản xuất gạo sạch, gạo hữu cơ, gạo dinh dưỡng, gạo đặc sản và chế biến phụ phẩm từ lúa gạo	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn	Bộ Công Thương, Bộ Tài chính, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam
5	Rà soát, đề xuất cơ chế, chính sách quản lý, điều tiết hoạt động nhập khẩu thóc, gạo; khuyến khích thương nhân Việt Nam phát triển thị trường tiêu thụ gạo nội địa.	Bộ Công Thương	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn; Hiệp hội Lương thực Việt Nam
6	Nghiên cứu xây dựng Trung tâm giao dịch, đầu mối mua bán, giới thiệu sản phẩm thóc, gạo tại vùng Đồng bằng sông Cửu Long	Bộ Công Thương	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn; Hiệp hội Lương thực Việt Nam
7	Đổi mới, hoàn thiện tổ chức và nâng cao hiệu quả hoạt động của Hiệp hội Lương thực Việt Nam	Hiệp hội Lương thực Việt Nam	Bộ Nội vụ, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
V	**Nâng cao năng lực của thương nhân kinh doanh xuất khẩu gạo**		
1	Định hướng, hỗ trợ các thương nhân kinh doanh xuất khẩu gạo xây dựng chiến lược mặt hàng, thị trường xuất khẩu gạo của thương nhân, nâng cao năng lực công tác thị trường, đàm phán, ký kết thực hiện hợp đồng, xử lý tranh chấp thương mại quốc tế; tăng cường xây dựng, củng cố mạng lưới đối tác bạn hàng, phát triển đại diện của thương nhân ở nước ngoài.	Bộ Công Thương	Các Bộ, ngành liên quan, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương; Hiệp hội Lương thực Việt Nam
2	Xây dựng, hoàn thiện chính sách hỗ trợ thương nhân kinh doanh xuất khẩu gạo có thực hiện các hoạt động: tham gia các dự án liên kết công tư, tham gia vào chuỗi giá trị gạo toàn cầu với các sản phẩm gạo thương hiệu của Việt Nam có giá trị gia tăng cao, đưa sản phẩm gạo có thương hiệu quốc gia vào các hệ thống phân phối của các nước.	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn	Bộ Công Thương, Bộ Tài chính, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

STT	Nhiệm vụ	Cơ quan chủ trì	Cơ quan phối hợp
3	Đẩy mạnh cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh xuất khẩu gạo, tập trung đầu tư sản xuất kinh doanh theo hướng chuyên nghiệp, chuyên sâu, chú trọng phát triển thị trường thương mại, không phụ thuộc vào các hợp đồng tập trung.	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn	Bộ Tài chính, Bộ Công Thương
VI	**Về cơ sở hạ tầng, logistics, thanh toán**		
1	Đầu tư nâng cấp, hoàn thiện hệ thống giao thông, hệ thống cảng sông, cảng biển để vận chuyển thóc, gạo hàng hóa, xuất khẩu trực tiếp tại vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Thúc đẩy xã hội hóa hoạt động đầu tư hạ tầng kỹ thuật cho dịch vụ logistics phục vụ xuất khẩu gạo.	Bộ Giao thông vận tải	Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Công Thương, Bộ Tài chính, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố vùng Đồng bằng sông Cửu Long
2	Hỗ trợ thương nhân kinh doanh xuất khẩu gạo về thanh toán ngân hàng và hoán đổi các đồng tiền thanh toán tại các thị trường gặp khó khăn về thanh toán; đa dạng hóa đồng tiền thanh toán và phòng ngừa rủi ro về tỷ giá.	Ngân hàng Nhà nước Việt Nam	Bộ Công Thương, Bộ Tài chính