

# Nghiên cứu tình huống: Thị trường tiêu thụ cao su sản xuất quy mô nông hộ tại miền Bắc Thái Lan.

## PHẦN 1: BỐI CẢNH

### *Lịch sử vấn đề*

Cao su (*Hevea brasiliensis*) là cây tương đối dễ tính, cho nhựa mủ trắng có giá trị kinh tế quan trọng, đây là nguồn chủ đạo của cao su có trong tự nhiên. Mặc dù Cao su có nguồn gốc phân bố ở rừng mưa Amazon thuộc Nam Mỹ, song hiện nay nó đang được gây trồng rộng rãi tại các nước Đông Nam Á.

Cùng với lịch sử phát minh quy trình lưu hóa cao su năm 1839, cây cao su không ngừng được gây trồng mở rộng, đáp ứng nhu cầu chế tạo các sản phẩm từ cao su. Giá trị của nó được khẳng định là một loại cây hàng hóa trên phạm vi toàn cầu, nó đã tạo ra “cơn sốt cao su” khi con người phát minh ra lốp xe chứa hơi nên được chế tạo bằng cao su vào năm 1888, theo sau đó là sự phát triển nhanh chóng của ngành công nghiệp chế tạo xe hơi trong thế kỷ 20.

Kể từ đó, đã có một nguồn đầu tư ồ ạt để gây trồng cao su tại Đông Nam Á, hình thành nên các tập đoàn đa quốc gia chuyên chế tạo vỏ và ruột lốp xe như Goodyear, Dunlop và Michelin, đến nay đây vẫn là những nhà tiêu thụ mủ cao su quan trọng.

Trong hơn thập kỷ vừa qua, Thái Lan đã trở thành quốc gia sản xuất và xuất khẩu cao su tự nhiên lớn nhất trên thế giới. Trong năm 1998, Thái Lan đã sản xuất được 2.065 triệu tấn cao su, khoảng 90% sản lượng này được xuất khẩu, với giá trị lên đến gần 1,5 tỷ USD. Các thị trường xuất khẩu cao su quan trọng của Thái Lan là Nhật Bản, Mỹ, Trung Quốc, Malaysia và Hàn Quốc.

Sử dụng cao su để sản xuất xăm lốp chiếm đến 47% sức tiêu thụ cao su nội địa, ngoài ra cao su còn dùng để sản xuất ngày càng nhiều các loại sản phẩm khác như găng tay cao su, capô, bóng tennis, phụ tùng ô tô, các loại nệm lót, dải băng có tính đàn hồi làm bằng cao su...

Trung tâm truyền thống sản xuất cao su của Thái Lan nằm ở miền nam của đất nước (**Hình 1**). Cho đến năm 2003, ở miền bắc và đông bắc Thái Lan việc gây trồng cao su còn vẫn hạn chế về số lượng, chủ yếu là quy mô nông hộ, với nguồn lực tự có hoặc hợp đồng với các công ty tư nhân để được tư vấn kỹ thuật và hỗ trợ đầu vào như phân bón.

Tình huống được thay đổi đột ngột kể từ năm 2003, khi chính phủ quan tâm đẩy mạnh trồng thêm 1 triệu ha cao su, đặc biệt chú trọng vào các vùng phía bắc và đông bắc của đất nước. Điều này đã thể hiện được sự nhận thức vai trò quan trọng về kinh tế, xã hội và môi trường của việc gây trồng cao su tại Thái Lan (bảng 1), cùng với nó là việc gia tăng quản lý thị trường sản phẩm và các hình thức hỗ trợ khác được xây dựng để tối đa hóa các lợi ích cho quốc gia từ việc gây trồng loài cây công nghiệp này.

**Bảng 1.** Vai trò quan trọng của cây cao su tại Thái Lan.

Lĩnh vực	Vai trò
Kinh tế	1. Cao su có giá trị kinh tế quan trọng mang tầm mức quốc gia, nó đã được hơn 6 triệu nông dân Thái gây trồng và là một trong mười sản phẩm xuất khẩu hàng đầu của nước này (bao gồm cả mủ và các sản phẩm sản xuất từ cao su). Gỗ Cao su xuất khẩu vượt 40% đạt đến 0.85 triệu USD giữa năm 1998 và năm 2000.
	2. Cao su là cây hàng hóa có giá trị cao, nó được xem như là niềm hy vọng mới của nhiều người nghèo sống ở vùng nông thôn chưa gây trồng nó.
	3. Năng suất mủ cao su tăng đáng kể trong thời gian qua, từ 60 kg/rai* năm 1966 lên đến 268 kg/rai năm 2000, tức đã tăng gấp 4 lần trong vòng 35 năm qua. Hy vọng rằng, khả năng gia tăng năng suất còn diễn ra trong thời gian đến bằng việc gây trồng các loại giống mới có năng suất cao.
	4. Một số lượng lớn các nhà máy công nghiệp trong nước phụ thuộc vào nguồn nguyên liệu đầu vào là mủ và gỗ cao su.
Xã hội	1. Trồng cao su sẽ tạo ra nhiều cơ hội việc làm ở vùng nông thôn và có thể góp phần làm giảm quá trình di dân từ nông thôn về thành thị. Theo đánh giá của Văn phòng kinh tế nông nghiệp thì việc trồng cao su đã làm giảm đi một phần ba số vụ đấu tranh của phong trào công đoàn ở vùng Đông Bắc.
	2. Trồng cao su sẽ tạo được việc làm cho 11 tháng trong năm, do vậy nó giúp tối đa hóa sử dụng các nguồn lao động trong gia đình và mang lại nguồn thu nhập ổn định.
Môi trường	1. Cao su có đời sống kéo dài đến 30 năm và như vậy nó giúp tạo ra những khu rừng khá lâu dài.
	2. Cao su được gây trồng thích hợp trong các hệ thống nông lâm kết hợp, có thể trồng xen với nhiều loài cây khác như cây ăn quả, lúa cạn, các loại đậu đỗ, ớt, dưa chuột, thơm, đu đủ, chuối...
	3. Gỗ cao su có giá trị đặc biệt phù hợp để đóng đồ gia dụng và việc sử dụng gỗ cao su có thể được xem như "thân thiện với môi trường" vì nó được khai thác vào cuối luân kỳ khai thác mủ.

Chú thích \* 1 rai = 1.620m<sup>2</sup>

#### ***Các tổ chức hỗ trợ cho ngành công nghiệp cao su ở Thái Lan.***

Chính phủ Thái Lan giữ vai trò chỉ đạo trong thúc đẩy và quy định cho sự phát triển của ngành công nghiệp cao su nội địa, ít nhất từ những năm 60 của thế kỷ trước, bằng việc ban hành các luật định, quy chế tổ chức, thiết kế định giá tài chính để đảm bảo có lợi nhuận tối đa cho nền kinh tế Thái Lan từ cây cao su. Điều quan trọng nhất của các giải pháp này được thảo luận như dưới đây.

Ba tổ chức nhà nước để giám sát và thúc đẩy ngành công nghiệp cao su của Thái Lan đều thuộc bộ Hợp tác và Nông nghiệp.

#### **Văn phòng Quỹ hỗ trợ trồng lại cây cao su (ORRAF)**

Thái Lan đã thành lập Văn phòng Quỹ hỗ trợ trồng lại cây cao su năm 1960, có nhiệm vụ chính là cung cấp hỗ trợ tài chính cho nông dân và thúc đẩy chuyển hướng sản xuất các sản phẩm cao su thô sang sản phẩm đáp ứng nhu cầu thị trường.

Hỗ trợ tài chính này có được nhờ từ nguồn thuế xuất khẩu các sản phẩm cao su. Nguồn lợi từ thuế này được chia làm ba phần: 10% cho quản lý hành chính, 5% cho việc nghiên cứu về cao su, phần còn lại làm quỹ hỗ trợ cho đối tượng nông dân sản xuất quy mô nhỏ.

#### Viện nghiên cứu cao su Thái Lan (RRIT)

RRIT có trách nhiệm nghiên cứu và phát triển nhằm gia tăng sản lượng mủ và gỗ cao su. Viện nghiên cứu chú trọng phát triển các giống mới và kỹ thuật ghép tháp tạo cây con và cung cấp các phương pháp cạo mủ. Viện còn xây dựng các tiêu chuẩn cho ngành cao su Thái Lan (STR), cụ thể hóa các tiêu chuẩn sản phẩm cao su tấm không xông khói (USS: Un-Smoked Sheet), tấm phơi khô thông thường (ADS: Air Dried Sheet), tấm cao su xông khói và đóng kiện cao su.

#### Tổ chức các đồn điền cao su (REO)

REO quản lý các đồn điền cao su rộng lớn của chính phủ, nó đại diện cho gần 1/10 tổng diện tích cao su trồng ở Thái Lan. Nó cũng thực hiện cơ chế hỗ trợ giá của chính phủ.

### ***Chương trình khuyến khích của chính phủ và chính sách hỗ trợ giá.***

#### Chương trình khuyến khích

Một chương trình lớn về mở rộng cao su được phát động sau cuộc họp được tổ chức tại thành phố Phuket ngày 26 tháng 5 năm 2003, Chỉ ít nó như là một sự đáp ứng được cơ hội hiện tại khi mà nhu cầu cao su trên toàn cầu đang ở mức cao và ổn định.

Tại cuộc họp, Chính phủ đã cam kết việc mở rộng gây trồng cao su tại mọi vùng của Thái Lan với một chương trình mới khá toàn diện “Canh tác cao su để gia tăng nguồn thu nhập bền vững cho nông dân tại những vùng trồng mới, pha 1 (2004-2006).”

Chính sách mới áp dụng trên một vùng trồng mới cao su diện tích 1 triệu rai (tương đương 121,870 hecta), được phân ra 300,000 rai cho 7 tỉnh phía bắc và 700,000 rai cho 13 tỉnh vùng đông bắc. Sau đó không lâu, những vùng trồng mới đã được mở rộng bao gồm 9 tỉnh khác ở phía bắc và 6 tỉnh ở vùng đông bắc (hình1). Ngoài ra, chương trình này còn hướng đến gia tăng hiệu quả sản xuất, chú trọng sản lượng.

Một loạt các chính sách đã được đưa ra để sẵn sàng giúp đỡ cho các nông dân có tiềm năng phát triển cây cao su. Trước hết nông dân mới tham gia chương trình này được nhận không 90 cây con cao su để trồng trên 1 rai đất và mỗi hộ không vượt quá 10 rai (1.62 ha). Thứ hai, được vay với mức lãi suất thấp thông qua ngân hàng Hợp tác và Nông nghiệp (BAAC) với mức 5.360 bath Thái/rai trong suốt 6 năm đầu của thời kỳ kiến thiết cơ bản.

Cục Nông nghiệp thuộc Bộ Hợp tác và Nông nghiệp có trách nhiệm quy hoạch, xác định vùng trồng cao su và đẩy mạnh gia tăng sản lượng. Các kết quả đạt được rất ấn tượng, cùng với việc giá cao su ngày càng gia tăng. Chương trình đã đạt được thành công với việc gia tăng diện tích trồng cao su tại cả hai vùng mong đợi. Hiện tại, Thái Lan đã có 2 triệu ha rừng trồng cao su với tổng sản lượng đạt đến 2.8 triệu tấn/ năm.

#### Hỗ trợ giá.

Đa số người trồng cao su là nông dân sản xuất quy mô nhỏ, thiếu vốn. Do vậy, họ rất dễ bị tác động bởi các biến động về giá cả của cao su.

Để bảo vệ nông dân, chính phủ Thái Lan đã có những chính sách hỗ trợ về giá để giảm thiểu ảnh hưởng do biến động giá thông qua tổ chức REO. Bằng các chính sách này, chính phủ sẽ hành động nhanh chóng, cương quyết thu mua sản phẩm cao su với một giá đã được định rõ, với sự can thiệp của Bộ Hợp tác và Nông nghiệp.

Các sản phẩm cao su sau khi đã mua sẽ đưa vào tồn trữ chờ cho đến khi giá tăng lên. Mặc dù khối lượng tồn trữ không được công bố, song tổ chức REO cũng tiết lộ rằng ở một vài nơi trong vùng con số này đạt đến 230.000 – 300.000 tấn.

Việc trợ giá của nhà nước theo kiểu này chỉ thực hiện được khoảng 10% của tổng sản lượng cao su hàng năm, điều này có nghĩa là còn số lượng lớn vẫn phải bán ra theo giá thị trường.

Tuy nhiên, với 10 % sản lượng được trợ giá đó, thì theo tính toán, nhà nước đã phải gia tăng giá cao su nội địa lên trung bình 0,27 THB/kg, hoặc 1%, trong giai đoạn 1997 đến 2000.

Chi phí cho người nộp thuế của chính sách này thì không được rõ

### ***Các luật pháp phối hợp khác.***

Luật pháp Thái Lan yêu cầu tất cả các nhà buôn bán cao su, nhà xuất khẩu, nhập khẩu, chế biến, kinh doanh cây giống, kiểm tra, phân tích chất lượng cao su đều phải đăng ký và công khai hoạt động của họ. Việc xuất nhập khẩu cao su phải được phép của Bộ Hợp tác và Nông nghiệp, và phải thông qua các thủ tục hải quan rõ ràng (Hình 4).

## **PHẦN 2: PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG**

### ***Đặc điểm sinh thái và phân bố của cao su.***

Ở Thái Lan, người ta có thể trồng cao su được cả ở vùng đất thấp và cao, lên đến 600m so với mực nước biển và trên đất có độ dốc đến 45°. Thông thường, cao su được trồng thuần loài ở những vùng có mưa, trong 2 đến 3 năm đầu của thời kỳ kiến thiết 7 năm, khi cây cao su còn nhỏ, chưa cho mủ thì có thể trồng xen vào một số loại cây hoa màu khác.

Hiện có hơn 20 giống cao su đang trồng ở Thái Lan, các giống khác nhau thì cho sản lượng mủ và gỗ cũng khác nhau. Phần lớn cao su trồng trên các diện tích của vùng trồng mới ở phía bắc và vùng đông bắc (chiếm đến 80%) cho sản lượng mủ cao đó là giống RRIM600.

### ***Tình hình sản xuất***

Cao su trồng ở Thái Lan chủ yếu là quy mô nhỏ, diện tích mỗi đơn vị khoảng 50 rai (8,1 ha) hoặc ít hơn, thậm chí ở ở quy mô nhỏ nhất chỉ khoảng vài sào. Bảng 2 chỉ ra việc phân loại về quy mô trồng cao su khác nhau của nhiều người sản xuất, trong đó quy mô sản xuất nhỏ chiếm một tỷ trọng quan trọng.

Một số người trồng cao su liên kết với nhau thành các tổ hợp tác để bán cao su, hình thức này có cả ở những vùng trồng cao su truyền thống cũng như tại các vùng mới trồng cao su sau này. Tuy nhiên, hình thức hoạt động theo nhóm này cũng không nhiều so với hình thức bán sản phẩm cao su theo hộ riêng lẻ.

**Bảng 2.** Phân loại các người trồng cao su ở Thái Lan.

<b>Phân loại</b>	<b>Diện tích</b>	<b>Tổng số hộ</b>	<b>Tỷ lệ của tổng số hộ</b>	<b>Diện tích bình quân/hộ</b>
<b>Hộ quy mô nhỏ</b>	2-50 rai (0.4-8.1 ha)	1,012,000 hộ	93%	13 rai (2.1 ha)
<b>Hộ quy mô trung bình</b>	51-250 rai (8.3-40.5 ha)	73,000 hộ	6.7%	60 rai (9.7 ha)
<b>Điền trang lớn</b>	>250 rai (>40.5 ha)	3,000 hộ	0.3%	395 rai (63.9 ha)

*Nguồn: Văn phòng Kinh tế Nông nghiệp*

### ***Sản xuất và dòng sản phẩm***

**Hình 2** chỉ ra một hình ảnh đơn giản về dòng sản phẩm chính và các giai đoạn chế biến trong chuỗi thị trường cao su tại Thái Lan. Bắt đầu của kênh thị trường là sản phẩm mủ cao su của nông dân, sản phẩm này được chính các nông hộ tự sơ chế theo hai con đường chính sau.

Cách thứ nhất, tự nông dân chế biến mủ tươi thành tấm không xông khói (USS) hoặc tấm phơi khô thông thường (ADS), trước khi đem bán cho nhà máy sơ chế, tại nhà máy này sẽ chế biến các tấm không xông khói (USS) và tấm phơi khô thông thường (ADS) thành các tấm cao su đã được xông khói, sau đó sẽ đem bán cho nhà máy chế biến cao su ra sản phẩm cao su cùng hoặc xuất khẩu. Có khoảng 83% sản lượng cao mủ su trồng được chế biến thành USS hoặc ADS.

Cách thứ hai, nông dân có thể bán mủ tươi cho các thương lái trung gian, những người này sẽ làm mủ cô đặc lại để xuất khẩu hoặc bán cho các nhà máy chế biến cao su ra sản phẩm

cuối cùng. Tại Thái Lan có nhiều nhà máy chế tạo lốp và ruột xe hoặc các sản phẩm khác. Những sản phẩm này có thể tiêu thụ nội địa hoặc xuất khẩu. Như vậy có khoảng 17% sản lượng cao su được bán ở dạng mủ tươi.

Nông dân cũng còn bán cả các phụ phẩm cao su khác như các cặn bã đã đông kết lại được nhặt nhanh từ các đáy chén và các tấm cao su bị rách, không đạt tiêu chuẩn. Những loại cao su chất lượng thấp này được bán cho nhà máy để chế biến ra loại cao su STR20', hoặc đóng thành kiện cao su chất lượng thấp để được bán đi với giá rẻ.

Canh tác cao su còn tạo ra những sản phẩm khác, một số các sản phẩm này hiện nay cũng đã có thị trường tiêu thụ. Thị trường mua bán cây giống cao su hiện đang được mở rộng, đặc biệt là ở miền bắc và đông bắc. Lá khô cây cao su được sử dụng làm hoa giả, các bảng tên... tạo việc làm cho các nhóm nhỏ phụ nữ. Gỗ cao su là một sản phẩm có giá trị, nó thường được bán trực tiếp cho các xưởng tự nhân chế biến thành gỗ hoặc gỗ dán.

### ***Kênh và các nhân tố thị trường***

Các nhân tố thị trường cao su Thái Lan bao gồm cả người gây trồng, người chế biến và các thương nhân mua bán.

Có 3 hình thức (loại) người trồng cao su ở Thái Lan, với tên gọi: 1) Nông trại gia đình, 2) Nhóm nông hộ và 3) Hợp tác xã của nông dân. Thị trường địa phương hoạt động như thị trường tự nhiên, ở đó diễn ra việc mua sản phẩm cao su từ những người trồng quy mô nhỏ. Phần lớn người trồng cao su đều sử dụng thị trường địa phương, nó chiếm đến 94% tổng sản lượng cao su của cả nước. Thị trường địa phương bao gồm các cửa hiệu nhỏ, các nhà buôn phân bố trên 46 tỉnh và bao gồm nhiều hình thức kinh doanh và chế biến khác nhau (bảng 3).

**Bảng 3.** Các loại và số lượng các thị trường hoạt động ở Thái Lan

Loại thị trường hoạt động	Số lượng
Cao su nông trại gia đình	1 triệu
Cao su hợp tác của nông dân	675
Nhà kinh doanh có đăng ký (Người đi thu mua gom và thu mua tại thôn, quận và tỉnh)	>2,400
Các nhà máy sơ chế cao su	200
Thị trường cao su trung tâm	3
Hãng sản xuất sản phẩm cao su	630

Thị trường địa phương có vai trò rất quan trọng, nó kết nối giữa người sản xuất nhỏ, đặc biệt ở vùng sâu vùng xa với thị trường.

Các loại tấm cao su phơi khô thông thường và tấm cao su không xông khói được nông dân sản xuất được tiêu thụ qua nhiều đối tượng thu mua ở các cấp khác nhau, phụ thuộc vào khối lượng nhiều hay ít và yêu cầu vận chuyển. Có 6 kiểu thu mua đã được xác định và mối quan hệ giữa chúng được tóm tắt như trong hình 3. Thị trường cao su trung tâm (RCM) được thảo luận trong “Phân loại thị trường” dưới đây.

#### **1. Người đi thu mua gom**

Họ thường sử dụng xe máy đi đến ác làng, mua các tấm cao su của nông dân rồi vận chuyển về địa phương khác hoặc tỉnh để tiêu thụ. Người đi thu mua gom cung cấp được những dịch vụ cần thiết cho nông dân bởi họ tiếp cận thị trường một cách dễ dàng. Họ có thể bán những sản phẩm họ có nhờ mua của nông dân cho nhà máy chế biến hoặc cho các thị trường cao

su trung tâm (RMCs) nhưng thông thường thì họ hay bán cho các nhà buôn của địa phương khác.

## 2. Người thu mua ở tại làng

Thương nhân ở cấp này thường có cửa hiệu tại làng, họ cung cấp các loại vật liệu đầu vào cho người trồng cao su như phân bón và các nông dược khác. Họ mua các tấm cao su phơi khô thông thường của nông dân rồi đem bán cho các nhà buôn khác ở huyện hoặc tỉnh. Phần lớn những người buôn bán ở thôn đều được cấp phép mua bán cao su.

## 3. Các nhà buôn ở huyện hoặc tỉnh

Các nhà buôn loại này thường có các cửa hàng buôn bán cao su dựa vào các thị trấn lớn hoặc thành phố và họ chỉ tập trung kinh doanh mua các tấm cao su đã hoặc không xông khói, điều này giúp họ giảm các chi phí. Nguồn hàng mua vào của họ là từ những người đi thu mua gom, các cửa hiệu thu mua ở làng và đôi khi mua trực tiếp từ các nông hộ hoặc các đồn điền cao su rộng lớn. Khối lượng mua bán của họ thường đạt trên 1.000 kg/ngày. Các nhà buôn loại này đều có phép và có thể bán cho các nhà xuất khẩu.

## 4. Nhà máy sơ chế cao su

Đây là nơi có điều kiện dễ dàng để chế biến các loại mũ và tấm cao su phơi khô thông thường thành các tấm được xông khói hoặc đóng kiện. Họ mua với khối lượng lớn cả hai loại nguyên liệu thô thường thông qua các nhà buôn đầu mối của họ với khối lượng lớn. Các nhà máy sơ chế này sẽ bán sản phẩm của họ cho các nhà máy hoặc hãng sản xuất trong nước để sản xuất ra các sản phẩm cuối cùng có chứa cao su (như găng tay, capô, bóng tennis, thiết bị thể thao, đồ trang sức...) và xuất khẩu. Các công ty chế biến lớn có thể tự mình đứng ra xuất khẩu.

## 5. Nông hộ cao su và tổ hợp tác của nông dân

Nông dân, người trồng cao su quy mô nhỏ có thể liên kết với nhau trong các tổ hợp tác. Một tổ hợp tác mua sản phẩm từ các hộ nông dân thành viên và bán cho nhà buôn địa phương. Tại thị trường cao su trung tâm hoặc nhà máy sơ chế cao su, các sản phẩm cao su được phân loại, làm sạch hoặc sơ chế theo như yêu cầu sản phẩm được chấp nhận. Cùng lúc đó, tổ hợp tác cũng cung cấp các sản phẩm đầu vào cho các hộ nông dân thành viên.

## 6. Nhà xuất khẩu

Đây là mức cao nhất trong mua bán cao su tại Thái Lan. Nhà xuất khẩu thường sở hữu các cơ sở phân loại và nhà máy sơ chế cũng như chế biến các sản phẩm hoàn chỉnh. Họ mua các tấm cao su **ribbed** từ các nhà buôn cấp quận và tỉnh, các nhà máy cao su nhỏ hơn hoặc trực tiếp từ các nông trại lớn trồng cao su. Nếu cần thiết họ tự xông khói các tấm cao su phơi khô thông thường hoặc tấm chưa xông khói và dựa vào giá mua để tạo ra chất lượng sản phẩm cuối cùng. Các nhà xuất khẩu yêu cầu phải có phép để chế biến, mua bán và xuất khẩu.

### ***Phân loại thị trường***

Tại Thái Lan, thị trường cao su được phân làm hai loại là thị trường hàng giao ngay và thị trường hàng giao sau. Thị trường hàng giao ngay được thực hiện ở vùng quê bao gồm cả hai thị trường địa phương - được thảo luận trong “dòng sản phẩm” và “những nhân tố thị trường” - và ba thị trường “mở” chung như là các thị trường cao su trung tâm (RMCs). Trong mỗi trường hợp, thì lợi ích phải xảy ra đúng lúc và cập nhật thông tin là cần thiết đến hoạt động của chúng.

### Các thị trường cao su trung tâm (RMCs)

Các thị trường cao su trung tâm là loại thị trường hàng giao ngay đã được thành lập tại Thái Lan trong những năm vừa qua. Kể từ năm 1991 Viện nghiên cứu cao su Thái Lan (RRIT) đã phát triển chúng trở thành thị trường đầu giá.

Thị trường trung tâm đầu tiên được mở tại tỉnh Songkla phục vụ cho vùng sản xuất cao su ở phía nam. Năm 1999 thị trường thứ hai được mở tại tỉnh Suratthani, và thị trường thứ ba tại tỉnh Nakhon Srithammarat vào năm 2001.

Các thị trường cao su trung tâm không chỉ mua các loại sản phẩm cao su bao gồm mũ chén, mũ đồng, tấm cao su phơi khô thông thường và tấm cao su không xông khói mà còn cung cấp nguồn hàng để tồn trữ. Mỗi thị trường cao su trung tâm có khả năng tồn trữ khoảng 16.000 tấn.

Mặc dù được nhà nước ủy nhiệm, các RCMs còn đáp ứng cho các bộ phận tư nhân, bao gồm nông dân, các nhà chế biến và nhà buôn. Họ cũng giúp thực hiện chính sách hỗ trợ giá của chính phủ và cung cấp thông tin về giá cả và xu hướng cao su trên thị trường.

Thị trường cao su trung tâm Songkla bắt đầu xây dựng các điều lệ và quy ước, và chấm điểm cho tất cả các loại cao su khi đem đến thị trường này. Nó cũng giám sát chất lượng theo các tiêu chuẩn quốc tế. Cao su bị loại bỏ bởi thị trường trung tâm thì có thể đem bán cho thị trường không chính thức của thị xã, ở đó nó sẽ được chế biến lại như thường lệ.

#### Thị trường tín phiếu

Một loại hình mới của Thị trường cao su trung tâm (RCM) là hoạt động không trao đổi hàng hóa thông thường tại thời điểm mua, mà người mua và người bán thương thảo và thỏa thuận với nhau tại thị trường, sản phẩm được sang tay và như vậy là việc mua bán được hoàn tất. Vì thiếu sản phẩm, nên Văn phòng Quỹ hỗ trợ trồng lại cây cao su (ORRAF) còn gọi thị trường này là “Thị trường cao su tín phiếu”.

Có một thị trường cao su tín phiếu lớn được tổ chức bởi ORRAF, một số khác thì hoạt động bởi các nhóm tư nhân tại các khu vực phía nam và phía đông.

Thông qua khối lượng và giá trị của các thương vụ cao su cũng như số lượng khách hàng, cho thấy vai trò của các Thị trường cao su trung tâm ngày càng gia tăng. Ví dụ, khối lượng cao su được dịch vụ thông qua các thị trường này đã tăng từ 43.894 tấn năm 1999 lên đến 159.435 tấn năm 2003 (Bảng 4).

Tuy nhiên, trong năm 2003, chỉ có 6% tổng khối lượng cao su trên thị trường Thái Lan đi qua các Thị trường cao su trung tâm (RCMs), điều này có nghĩa rằng vẫn thực sự tồn tại vai trò của các nhà buôn khác nhau, những người mua bán trung gian tại thị trường Thái Lan.

#### Thị trường hàng giao sau

Thị trường hàng giao sau là một phần của tổ chức hàng nông nghiệp giao sau của Thái Lan (AFET) được thành lập vào tháng 5 năm 2004. Hiện tại, Chỉ có cao su tấm xông khói (ribbed) loại 3 (tương ứng với 80% của tất cả cao su tấm được xông khói của Thái Lan) được mua bán trong AFET, theo nguồn thông tin thương mại 6 tháng.

Nhìn nhận trong khu vực, thị trường hàng giao sau hoạt động tương tự như thị trường dầu cọ ở Malaysia, và cao su ở Nhật Bản, đó là nơi có những khách hàng lớn. Tại Singapore nơi không có nhà sản xuất cũng như khách hàng tiêu thụ nhiều cao su, vẫn có thị trường hàng giao sau hoạt động. Những sự thay đổi này đã được sử dụng bước đầu để quản lý các rủi ro liên quan tới việc biến động giá, trải qua thời gian dài sẽ giúp cân bằng trong giữ giá. Giá hàng giao sau liên quan với giá thế giới và được các nhà sản xuất sử dụng để lập kế hoạch các cấp độ sản xuất.

**Bảng 4.** Sản lượng cao su mua bán thông qua 3 thị trường khu vực trung tâm ở Thái Lan giai đoạn 1999 - 2003

(Đơn vị tính: tấn)

Năm	Thị trường Hat Yai, Tỉnh Songkla			Thị trường Punpin, Tỉnh Suratthani			Thị trường Chawang, Tỉnh Nakhon Srithammarat		
	USS	RSS	Khác	USS	RSS	Khác	USS	RSS	Khác
1999	32,189	-	-	11,705	-	-	-	-	-
2000	33,865	14,490	554	25,092	493	-	-	-	-
2001	21,285	9,697	825	27,287	1,241	1	10,481	-	-
2002	21,745	24,552	295	44,274	2,062	-	32,415	2,739	-

<b>2003</b>	16,733	31,633	7,852	49,067	5,238	97	42,812	5,992	11
<b>Tổng</b>	<b>125,817</b>	<b>80,372</b>	<b>9,526</b>	<b>157,425</b>	<b>9,034</b>	<b>98</b>	<b>85,708</b>	<b>8,731</b>	<b>11</b>

*Nguồn: Viện nghiên cứu cao su Thái Lan, 2004*

### **Thông tin thị trường**

Dựa vào lịch sử và tầm quan trọng của ngành công nghiệp cao su Thái Lan, điều không gây ngạc nhiên là hệ thống thông tin thị trường đã được thiết lập và đáng tin cậy, điều đáng quan tâm là thông tin thị trường của cây cao su tốt hơn hẳn nhiều loại cây hàng hóa khác. Người mua và người bán, đặc biệt là tại các Thị trường cao su trung tâm luôn biết rõ về giá thị trường hiện tại và xu hướng của nó. Giá địa phương được thông báo hàng ngày trên radio. Có nhiều trang Web công cộng cho biết về giá và thông tin tình hình hình sản xuất.

Thêm vào đó, hệ thống điện thoại di động nội địa hoạt động rộng khắp và phổ biến với mức 400 người có điện thoại trên 1000 dân, hệ thống điện thoại Thái Lan có tần suất hoạt động cao hơn gấp 10 lần so với các nước lân cận như Cam Pu Chia, Lào.

Với phần lớn những người tham gia thị trường có thể kiểm tra giá hàng ngày, hoặc thông qua phương tiện truyền thông công cộng, bạn bè hoặc các liên hệ làm ăn hoặc qua các thị trường cao su trung tâm (RCMs). Có thể nắm bắt giá hàng giao sau thông qua tổ chức hàng nông nghiệp giao sau của Thái Lan (AFET), giá cả thế giới thì thông qua Internet.

Mặc dù với bức tranh sáng sủa như vậy, song thông tin về thị trường cao su vẫn khá là thừa thớt, và chính phủ đã có chủ trương cung cấp thông tin này một cách có cơ sở phân tích và mang tính hệ thống.

### Mối liên hệ về giá giữa các thị trường cao su trung tâm (RCMs) và thị trường địa phương.

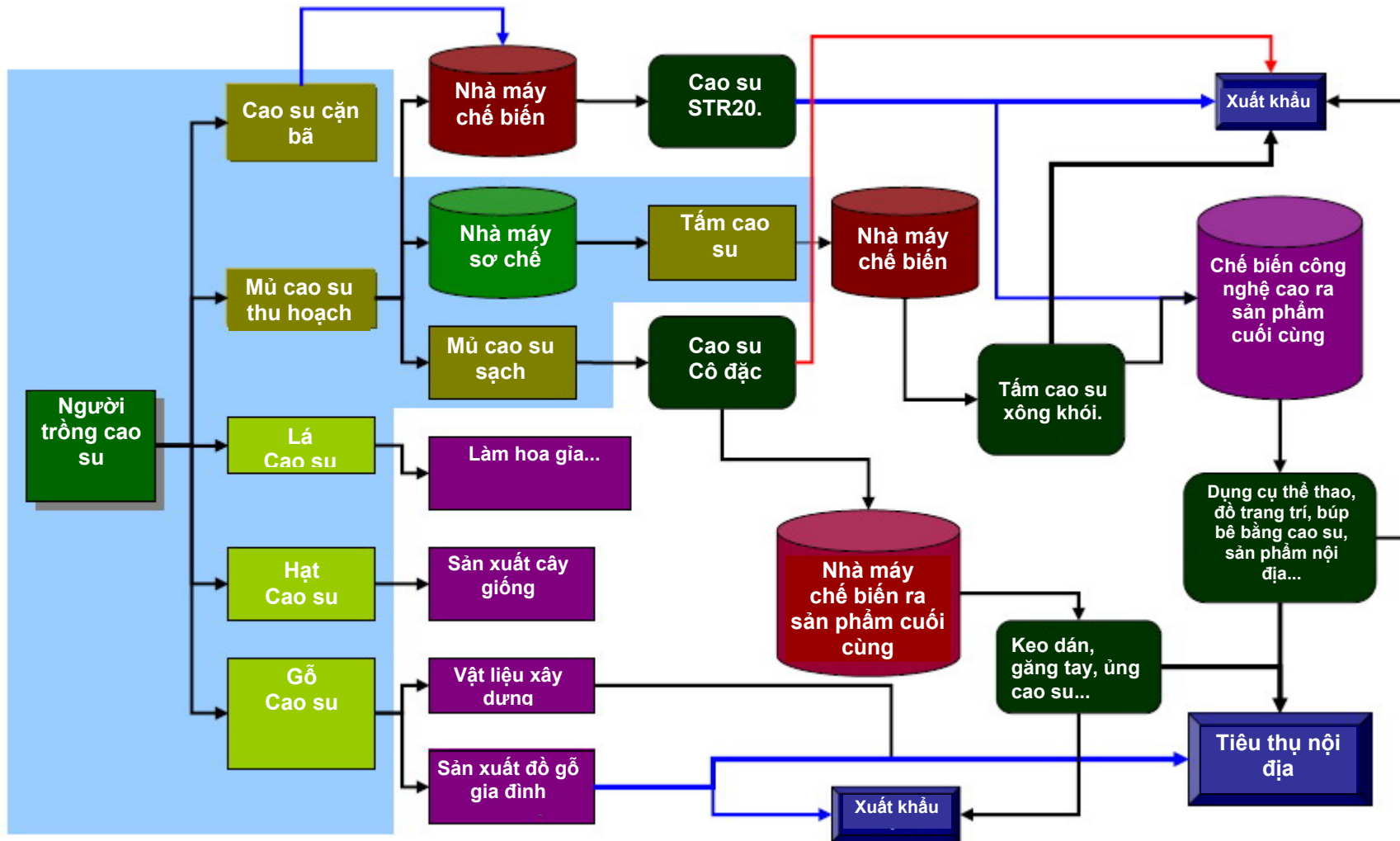
Tính hiệu quả của hệ thống thông tin thị trường hiện tại được biểu thị bởi mối liên hệ về giá giữa các thị trường địa phương với các RCMs (hình 5a và 5b). Số liệu chỉ cho thấy hai giá này có liên hệ mật thiết nhau, nó cũng chỉ ra rằng thị trường cao su nội địa rất hội nhập. Giá thị trường địa phương khá bám sát so với giá của RCMs, chỉ thấp hơn 1-2 THB/kg, hoặc hơn 3% của giá bán trung bình tại hai thành phố được lấy làm ví dụ trong năm 2003.

### **Câu hỏi hướng dẫn**

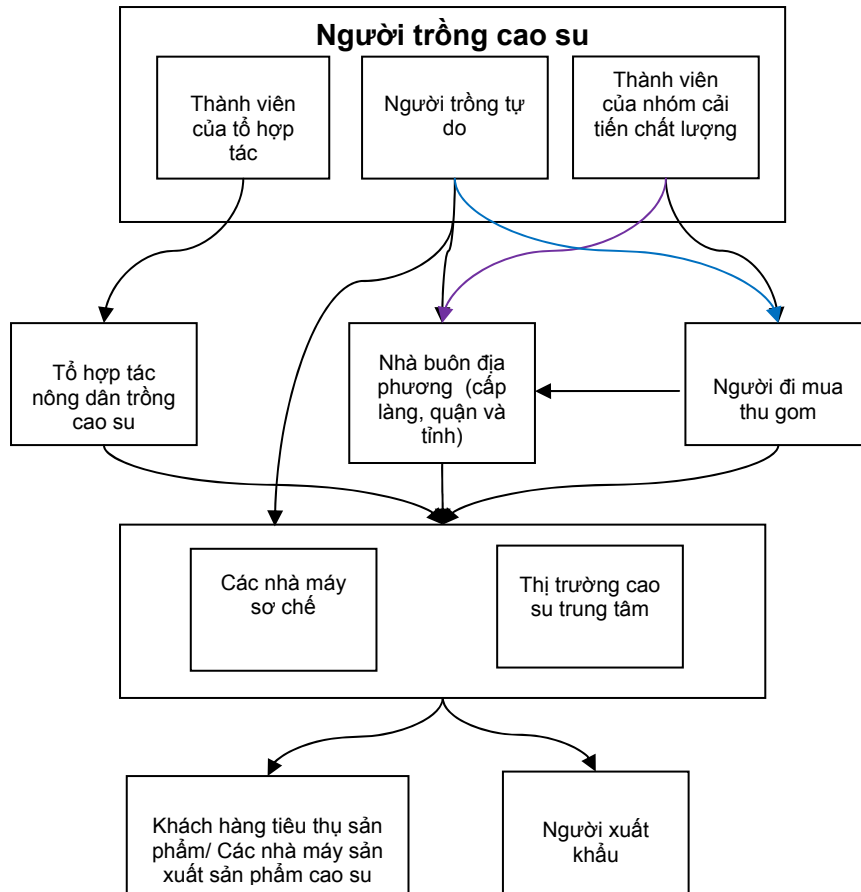
1. Trường hợp ở hình 2 chỉ ra những dòng sản phẩm có được từ cao su, trong khi hình 3 cho thấy những người trồng có thể bán trực hoặc gián tiếp những sản phẩm của họ cho các thị trường khác nhau đang tồn tại. Theo bạn cần phải cải tiến kênh thị trường như thế nào là tốt nhất cho các sản phẩm khác nhau của nông hộ quy mô nhỏ để họ có thể có được lợi nhuận lớn nhất? Giải thích tại sao?
2. Chính phủ Thái Lan có những chức năng gì trong thị trường cao su, và làm thế nào để họ có được lợi nhuận từ các nhân tố trong kênh thị trường này?
3. Những điều gì là thuận lợi và không thuận lợi của cơ chế hỗ trợ giá cao su được cung cấp bởi chính phủ?
4. Hệ thống thông tin thị trường cao su của Thái Lan được thiết lập tốt và đáng tin cậy, Tuy nhiên, nguồn thông tin còn khá rời rạc. Bạn có đề nghị gì để làm cho hệ thống này phù hợp và hiệu quả hơn?
5. Vai trò chính của thị trường hàng giao sau là gì? Sự khác nhau giữa một hợp đồng hàng giao sau và một hợp đồng kỳ hạn?



Hình 1. Bản đồ giới thiệu các tỉnh trồng cao su ở Thái Lan.



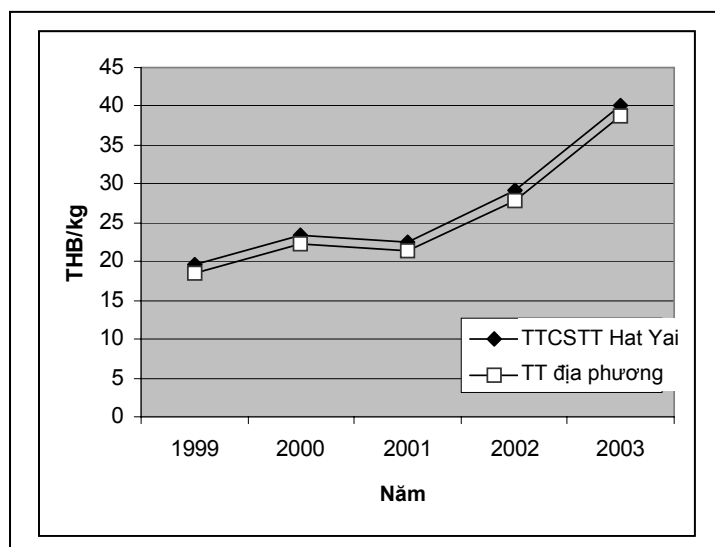
**Hình 2.** Công nghiệp cao su và dòng sản phẩm tại Thái Lan (Vùng có tô bóng thể hiện lĩnh vực có sự tham gia của những nông hộ nhỏ trong công nghiệp)



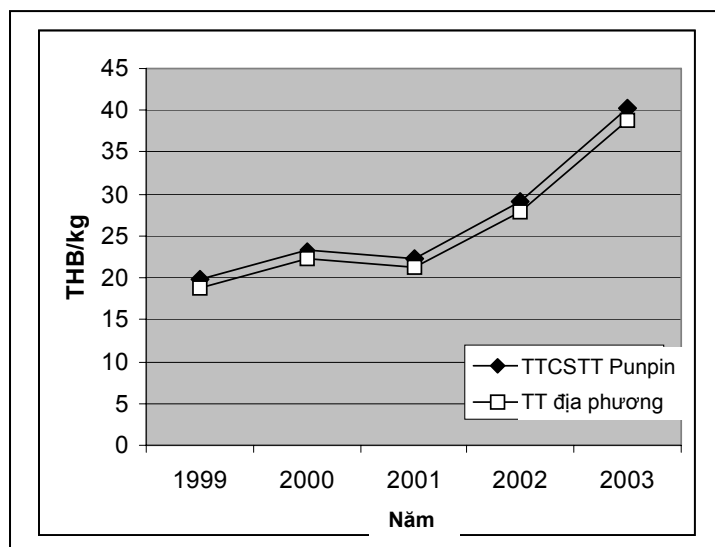
Hình 3. Các kênh thị trường cao su ở Thái Lan



Hình 4. Thủ tục xuất khẩu cao su ở Thái Lan



**Hình 5a.** Giá thị trường tỉnh Songkla, Thailand



**Hình 5b.** Giá thị trường tại tỉnh Suratthani, Thailand