

## **KẾ HOẠCH**

**Triển khai Quyết định số 3434/QĐ-BCT, ngày 05/9/2017, của Bộ Công Thương, về thực hiện Chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam giai đoạn 2017 - 2020, định hướng đến năm 2030**

Căn cứ Quyết định số 942/QĐ-CP, ngày 18/8/2017, của Thủ tướng Chính phủ, về việc phê duyệt Chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam giai đoạn 2017 - 2010, định hướng đến năm 2030;

Căn cứ Quyết định số 3434/QĐ-BCT, ngày 05/9/2017, của Bộ Công Thương, về việc ban hành kế hoạch triển khai Chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam giai đoạn 2017 - 2010, định hướng đến năm 2030.

Ủy ban nhân dân tỉnh Kiên Giang xây dựng kế hoạch thực hiện như sau:

### **I. TÌNH HÌNH THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU GẠO TỈNH KIÊN GIANG TRONG THỜI GIAN QUA**

#### **1. Về sản lượng và kim ngạch xuất khẩu**

Sản lượng và kim ngạch xuất khẩu gạo giai đoạn 2012 – 2017 tăng trưởng không đều; nguyên nhân chủ yếu là do sự bất ổn về chính trị của một số nước trên thế giới, sự cạnh tranh về giá đối với các nước xuất khẩu cùng ngành hàng, sự yếu kém về năng lực quản trị của các doanh nghiệp xuất khẩu. Tuy nhiên sản lượng xuất khẩu gạo của tỉnh vẫn chiếm vị thế khá cao (chiếm từ 10% đến 17% trong tổng sản lượng xuất khẩu cả nước) dao động từ 380.000 tấn/năm – 1.015.000 tấn/năm (phụ lục 01, 02).

#### **2. Chất lượng, giá cả và thị trường**

##### **a) Về cơ cấu**

Thời gian qua giá trị xuất khẩu gạo của tỉnh so với mặt hàng cùng loại của các nước khác vẫn ở mức thấp (giá gạo bình quân hiện tại thấp hơn Thái Lan 10

đến 15 USD/tấn); tuy nhiên cơ cấu gạo xuất khẩu được cải thiện rõ rệt thể hiện qua chất lượng gạo 5% - 10% tằm nâng từ 56,01% năm 2012 lên trên 70% năm 2017. Nguyên nhân chủ yếu là do các doanh nghiệp, người nông dân từng bước cải tiến, đổi mới đầu tư trong khâu chọn giống, chế biến, bảo quản sau thu hoạch.

#### b) Về giá cả, chất lượng

Nhu cầu tiêu dùng gạo trên thế giới rất đa dạng với nhiều loại gạo giá khác nhau; tuy xuất khẩu gạo của tỉnh thời gian qua đạt kết quả khá cao nhưng chỉ dừng lại ở sản lượng, hiệu quả thấp thể hiện mức giá xuất khẩu bình quân thấp hơn so với mức giá bình quân của cả nước (phụ lục 2 và 3). Nguyên nhân chính là do chất lượng gạo, cơ sở hạ tầng, dịch vụ phục vụ cho ngành gạo không đáp ứng yêu cầu, và một vấn đề đáng quan ngại là khách hàng khi mua gạo Việt Nam nói chung và Kiên Giang nói riêng đã tính dự phòng rủi ro vào giá (khả năng thực hiện hợp đồng, chính sách điều hành xuất khẩu....)

#### c) Thị trường xuất khẩu

Qua gần 30 năm xuất khẩu gạo, Kiên Giang đã trở thành một trong những tỉnh xuất khẩu gạo hàng đầu về lượng trong cả nước; đến nay đã mở rộng thị trường tại 23 quốc gia và vùng lãnh thổ; thị trường xuất khẩu gạo tỉnh Kiên Giang chủ yếu là ở Châu Á (Đông Nam Á, Trung Quốc) và Châu Phi (Ghana), cụ thể ước năm 2017 thị trường Châu Á chiếm 33,33%, Châu Phi chiếm 69,94%, khác chiếm 1,73% (Châu Âu, Châu Mỹ, 1,67%).

Thị trường Châu Á thực hiện các hợp đồng xuất khẩu trực tiếp từ các nước nhập khẩu và một phần hợp đồng tập trung (chiếm 1 đến 2%). Khi thực hiện các hợp đồng tập trung, doanh nghiệp rất bị động về nguồn hàng, giá xuất thường là giá FOB nên ảnh hưởng phần nào đến hoạt động của các dịch vụ vận chuyển và bảo hiểm. Riêng đối với thị trường Trung Quốc ngoài các vấn đề trên, khi tiếp cận với thị trường này doanh nghiệp đang đối mặt với chính sách điều hành nhập khẩu (hạn ngạch nhập) và rủi ro trong thanh toán.

Thị trường Châu Phi và thị trường khác chủ yếu thực hiện các hợp đồng thương mại. Đối với phân khúc thị trường này doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn về các rào cản kỹ thuật, hình thức thanh toán...

### 3. Đánh giá hoạt động xuất khẩu gạo

#### a) Những kết quả đạt được

Sản lượng sản xuất lúa trong thời gian qua tăng trưởng ổn định, tạo nguồn nguyên liệu khá đầy đủ, không những đảm bảo nhu cầu tiêu dùng mà còn góp phần xuất khẩu. Cơ cấu chất lượng gạo xuất khẩu của tỉnh đạt mức khá, về cơ bản đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của khách hàng. Thị trường xuất khẩu gạo không ngừng được củng cố, các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu gạo đã chủ động trong việc tìm kiếm thị trường, tổ chức sản xuất và đa dạng hóa sản phẩm, từng bước thích ứng với điều kiện hiện tại của tỉnh.

#### b) Hạn chế, tồn tại

Diện tích sản xuất lúa còn manh mún, cơ cấu sản xuất lúa đôi lúc thiếu đồng bộ, tác phong nông nghiệp vẫn còn..., từ đó ảnh hưởng đến chất lượng gạo xuất khẩu. Chúng loại gạo xuất khẩu của tỉnh chưa đa dạng, chất lượng thấp, chưa có hệ thống khách hàng tin cậy, một số hợp đồng, các doanh nghiệp phải thông qua khâu trung gian nên giá thấp so với sản phẩm gạo cùng loại của một số nước xuất khẩu khác. Cơ cấu thị trường tập trung vào thị trường truyền thống, chưa chú trọng phát triển thị trường tiềm năng. Năng lực quản trị về tài chính của một số doanh nghiệp xuất khẩu gạo chưa cao, từ đó ảnh hưởng rất lớn đến khả năng tiếp cận nguồn vốn vay từ phía ngân hàng. Việc điều hành xuất khẩu gạo thời gian qua vẫn còn một số bất cập, điều này làm cho môi trường kinh doanh tiềm ẩn nhiều rủi ro, không tạo ra cơ hội cạnh tranh lành mạnh cho các doanh nghiệp.

Nguyên nhân hạn chế, tồn tại: Cũng như cả nước, tỉnh Kiên Giang chưa xây dựng chiến lược xuất khẩu gạo dài hạn, để tận dụng những cơ hội và hạn chế đến mức thấp nhất rủi ro từ môi trường kinh doanh hội nhập mang lại. Chưa gắn kết giữa sản xuất và tiêu thụ lúa hàng hóa; chưa xây dựng được thương hiệu sản phẩm gạo đặc thù cho tỉnh theo lộ trình.

## II. MỤC TIÊU

### 1. Mục tiêu tổng quát

Cụ thể hóa các nhiệm vụ, giải pháp tại Quyết định số 942/QĐ-TTg, ngày 03/7/2017, của Thủ tướng Chính phủ, và Quyết định số 3434/QĐ-BCT, ngày 05/9/2017, của Bộ Công Thương, về việc triển khai thực hiện Chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam giai đoạn 2017 - 2020, định hướng đến năm 2030 bảo đảm đồng bộ, đúng tiến độ phù hợp với tình hình thực tế tại địa phương và tiến trình hội nhập.

Tăng cường liên kết gắn sản xuất với thị trường theo chuỗi giá trị; phấn đấu thực hiện mục tiêu phát triển thị trường xuất khẩu gạo với các chỉ tiêu cụ thể: Lượng, giá trị, cơ cấu, chủng loại gạo xuất khẩu góp phần tiêu thụ hết thóc, gạo hàng hoá với giá có lợi cho nông dân.

### 2. Mục tiêu cụ thể

#### a) Duy trì sản lượng, giữ ổn định và tăng giá trị gạo xuất khẩu

- Giai đoạn 2018 - 2020 lượng gạo xuất khẩu khoảng 800.000 tấn vào năm 2020, trị giá đạt bình quân khoảng 420 triệu USD.

- Giai đoạn 2021 - 2030 tiếp tục duy trì lượng gạo xuất khẩu 800.000 tấn trị giá đạt bình quân khoảng 500 triệu USD.

#### b) Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu và thương hiệu

Đến năm 2020 và năm 2030 vẫn duy trì cơ cấu gạo xuất khẩu hiện tại 90% gạo 5% - 10% tấm; 10% gạo 15% - 20% tấm. Trong đó:

- Đến năm 2020: Tỷ trọng gạo trắng cấp thấp và trung bình không vượt quá 20% tổng lượng gạo xuất khẩu.

- Đến năm 2030: Tỷ trọng gạo trắng cấp thấp và trung bình không vượt quá 10% tổng lượng gạo xuất khẩu.

Về thương hiệu gạo: Đạt mục tiêu về tỷ lệ gạo xuất khẩu trực tiếp mang thương hiệu gạo theo Đề án xây dựng thương hiệu gạo của tỉnh.

#### c) Cơ cấu thị trường

- Đến năm 2020: Thị trường Châu Á chiếm 35%, thị trường Châu Phi chiếm 60%, thị trường khác 5% trong tổng kim ngạch xuất khẩu gạo;

- Đến năm 2030: Thị trường Châu Á chiếm 40%, thị trường Châu Phi chiếm 50%, thị trường khác 10% trong tổng kim ngạch xuất khẩu gạo.

### **III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN**

#### **1. Định hướng chung**

Chuyển dịch cơ cấu thị trường theo hướng bền vững, khai thác hiệu quả các thị trường trọng điểm, truyền thống; đồng thời phát triển các thị trường tiềm năng có nhu cầu nhập khẩu gạo; tăng tỷ trọng các thị trường nhập khẩu gạo chất lượng, giá trị gia tăng cao.

#### **2. Định hướng thị trường xuất khẩu**

##### **a) Thị trường Châu Á**

- Thị trường Trung Quốc: Cùng cố, duy trì thị phần hiện có theo hướng ổn định, bền vững, hiệu quả; đưa sản phẩm gạo có chất lượng cao vào các kênh phân phối chính thức, trực tiếp.

- Thị trường Đông Nam Á: Cùng cố thị phần gạo có chất lượng trung bình trở lên, đẩy mạnh xuất khẩu gạo trắng chất lượng cao, gạo thơm, gạo nếp.

- Thị trường Đông Bắc Á: Tăng cường quảng bá sản phẩm gạo có chất lượng cao; vừa thực hiện quan hệ đối tác thương mại thông thường gắn với thu hút đầu tư và chuyển giao công nghệ trong lĩnh vực trồng, chế biến lúa gạo, xuất khẩu các sản phẩm chế biến từ lúa gạo sang các thị trường này.

##### **b) Thị trường Châu Phi**

Tăng cường hợp tác thương mại gạo với các nước có nhu cầu nhập khẩu lớn; duy trì ổn định tại thị trường Ghana; cùng cố các thị phần các loại gạo trắng, hạt dài, gạo cứng, gạo thơm, gạo đồ, chú trọng nâng cao chất lượng, giá, đặc biệt là hình thức thanh toán trong giao dịch.

##### **c) Thị trường khác**

Tận dụng tốt các cơ hội từ hiệp định thương mại tự do để tăng thị phần, đẩy mạnh xuất khẩu gạo trắng chất lượng cao, gạo hạt ngắn, gạo hữu cơ, gạo đồ...

#### **3. Định hướng sản xuất, chế biến sản phẩm gạo xuất khẩu**

- Quy hoạch và tập trung đầu tư xây dựng các vùng nguyên liệu, nhất là xây dựng các vùng chuyên canh sản xuất lúa hàng hoá có chất lượng, giá trị cao.

- Tổ chức lại sản xuất đúng quy trình chuẩn, đồng bộ từ khâu giống, canh tác, thu hoạch, chế biến, bảo quản, đóng gói theo yêu cầu thị trường.

- Từng bước khẳng định uy tín và thương hiệu gạo trên thị trường nội địa, làm cơ sở xây dựng thương hiệu gạo Việt Nam trên thị trường quốc tế.

#### **IV. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP THỰC HIỆN**

1. Tổ chức sản xuất, công nghệ sau thu hoạch, chế biến, bảo quản, xây dựng thương hiệu gạo xuất khẩu

- Xây dựng vùng nguyên liệu sản xuất lúa theo lợi thế của tiểu vùng sinh thái, nhằm cung cấp đa dạng sản phẩm, chất lượng, đáp ứng đủ nguyên liệu thúc đẩy hợp tác liên kết sản xuất và bao tiêu sản phẩm. Vùng lúa chuyên canh tập trung chất lượng theo mô hình cánh đồng lớn khu vực phía Bắc quốc lộ 80 các huyện Hòn Đất, Kiên Lương, Giang Thành (tiểu vùng Tứ giác Long Xuyên) và các huyện Tân Hiệp, Giồng Riềng và một phần huyện Gò Quao, Châu Thành (tiểu vùng Tây sông Hậu); vùng lúa luân canh định hướng từng bước sản xuất theo hướng hữu cơ ở các huyện An Biên, An Minh, Vĩnh Thuận, U Minh Thượng (tiểu vùng U Minh Thượng), khu vực phía Nam quốc lộ 80 của huyện Hòn Đất (Tứ giác Long Xuyên), một phần huyện Gò Quao, Châu Thành (Tây sông Hậu). Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát việc sử dụng giống, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, bảo đảm an toàn thực phẩm đáp ứng nhu cầu thị trường.

- Xây dựng hoàn thiện, nhân rộng mô hình hợp tác xã kiểu mới giai đoạn 2016 – 2020 và nâng cao năng lực nguồn nhân lực hợp tác xã góp phần hình thành chuỗi giá trị từ sản xuất đến chế biến, tiêu dùng và xuất khẩu.

- Xây dựng và triển khai Kế hoạch thực hiện các giải pháp về phát triển thương hiệu gạo Việt Nam theo Quyết định số 706/QĐ-TTg, ngày 21/5/2015, của Thủ tướng Chính phủ, về phê duyệt Đề án phát triển thương hiệu gạo Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030.

- Triển khai Đề án “Đẩy mạnh ứng dụng khoa học và công nghệ vào phát triển sản xuất nông nghiệp tỉnh Kiên Giang đến năm 2020” vào sản xuất, chế biến, bảo quản, giảm tổn thất sau thu hoạch.

- Đẩy mạnh hợp tác, liên kết phát triển toàn diện trong vùng đồng bằng sông Cửu Long, nhất là vùng kinh tế trọng điểm, chú trọng phát triển nông nghiệp gắn với phát triển công nghiệp chế biến các sản phẩm có lợi thế xuất khẩu theo chuỗi giá trị. Khuyến khích tích tụ ruộng đất hợp lý, quy hoạch và tổ chức sản xuất theo vùng nguyên liệu, vùng chuyên canh lúa; thực hiện các mô hình liên kết sản xuất, sản phẩm nhằm khai thác tốt lợi thế so sánh, đặc thù của mỗi địa phương.

2. Tăng cường trao đổi thông tin, thiết lập quan hệ với các đối tác để mở rộng thị trường xuất khẩu

Thông qua các buổi tiếp xúc, làm việc với các cơ quan đại diện ngoại giao, lãnh sự nước ngoài tại Việt Nam; đồng thời qua sóng phát thanh, truyền hình, website tỉnh, báo địa phương..., chủ động giới thiệu, trao đổi thiết lập quan hệ với các đối tác về nguồn nhân lực, chuyên gia kinh nghiệm và công nghệ sản xuất, chế biến, bảo quản nhằm thu hút đầu tư và nâng cao chất lượng sản phẩm lúa gạo của tỉnh đến bạn bè quốc tế.

3. Phát triển thị trường xuất khẩu

- Xây dựng kế hoạch thực hiện chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu gạo tỉnh Kiên Giang giai đoạn 2017 - 2020, định hướng đến năm 2030 theo hướng gắn với sản xuất, chế biến, quảng bá và xây dựng thương hiệu.

- Triển khai Kế hoạch xúc tiến thương mại mở rộng thị trường xuất khẩu tỉnh Kiên Giang đến năm 2020 đã được phê duyệt.

- Cập nhật thông tin, diễn biến thị trường gạo thế giới và trong nước phục vụ công tác điều hành, phát triển thị trường xuất khẩu. Tận dụng tốt các cơ hội mở cửa thị trường, lộ trình cắt giảm thuế quan để nâng cao hiệu quả xuất khẩu.

4. Hoàn thiện thể chế

- Cùng với các tỉnh, thành phố, tiếp tục hoàn thiện cơ chế điều hành và quản lý hoạt động kinh doanh xuất khẩu gạo phù hợp với diễn biến tình hình thị

trường; trước mắt tập trung triển khai thực hiện có hiệu quả Nghị định số 107/2018/NĐ-CP, ngày 15/8/2018, của Chính phủ, về kinh doanh xuất khẩu gạo; đồng thời hoàn thiện chính sách khuyến khích xây dựng vùng nguyên liệu, tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu.

- Tiến hành rà soát điều kiện hiện có của các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu gạo, để có kế hoạch đầu tư, nâng cấp, phù hợp với bộ tiêu chuẩn quốc gia cho các sản phẩm gạo xuất khẩu và quy trình sản xuất, chế biến chuẩn, từ khâu chọn giống đến sản phẩm cuối cùng góp phần xây dựng thương hiệu gạo theo lộ trình.

- Triển khai chính sách ưu đãi, cho các thương nhân đầu tư vào lĩnh vực sản xuất 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 (khi chính sách ban hành).

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

- Tiếp tục triển khai Chương trình hành động số 319/CTr-UBND, về thực hiện Nghị quyết số 35/NQ-CP, ngày 16/5/2016, của Chính phủ về hỗ trợ và phát triển doanh nghiệp đến năm 2020.

- Hỗ trợ các thương nhân kinh doanh xuất khẩu gạo trên địa bàn tỉnh, xây dựng chiến lược mặt hàng, thị trường xuất khẩu..., trung hạn, dài hạn góp phần sử dụng nguồn lực có hiệu quả, nâng cao năng lực cạnh tranh ổn định thị trường.

- Xây dựng và triển khai Kế hoạch phát triển thương mại điện tử tỉnh Kiên Giang giai đoạn 2016 – 2020, hỗ trợ các thương nhân kinh doanh xuất khẩu nâng cao năng lực cạnh tranh.

- Tiếp tục hoàn thiện việc cổ phần hoá các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu gạo theo lộ trình; các doanh nghiệp tập trung đầu tư theo hướng chuyên nghiệp, chuyên sâu, nâng cao năng lực cạnh tranh, đa dạng hoá các kênh tiêu thụ (chú trọng phát triển thị trường nội địa) mở rộng giao dịch thương mại, không phụ thuộc vào hợp đồng tập trung.

- Tăng cường công tác đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ cán bộ lãnh đạo, quản lý, trong các doanh nghiệp, gắn đào tạo với nhu cầu công việc, có chính sách thu



hút nguồn lao động chất lượng cao, nhằm nâng cao năng lực quản trị doanh nghiệp về mọi mặt; đặc biệt là lĩnh vực thương mại quốc tế.

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

- Đầu tư phát triển dịch vụ vận tải, kho bãi và hậu cần bằng nhiều nguồn vốn với các hình thức đầu tư linh hoạt như đối tác công tư (PPP), loại hợp đồng BOT, BT, BTO... và hình thức đầu tư trực tiếp theo hướng chuyên nghiệp, hướng tới cung cấp các dịch vụ trọn gói; quy hoạch phát triển xây dựng hệ thống đường sông, cảng biển để vận chuyển thóc, gạo phục vụ xuất khẩu.

- Đẩy mạnh thực hiện Đề án tái cơ cấu các tổ chức tín dụng; áp dụng các chuẩn mực, thông lệ quốc tế trong hoạt động kinh doanh và quản trị ngân hàng theo đúng lộ trình; triển khai kịp thời chính sách tiền tệ phù hợp với tình hình địa phương; hỗ trợ các thương nhân hạn chế rủi ro trong giao dịch thanh toán.

### V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Trên cơ sở những nội dung được giao trong Kế hoạch này (Phụ lục Danh mục những công việc cần triển khai thực hiện đính kèm) và căn cứ chức năng, nhiệm vụ được phân công, Giám đốc (Lãnh đạo) các sở, ban, ngành, Chủ tịch UBND các địa phương có vùng nguyên liệu, các thương nhân kinh doanh xuất khẩu gạo, các đơn vị liên quan có trách nhiệm:

- Triển khai, xây dựng kế hoạch thực hiện; đồng thời cụ thể hóa thành các nhiệm vụ hàng năm phù hợp với tình hình thực tế của ngành, địa phương và doanh nghiệp.

- Định kỳ trước ngày 10 tháng 12 hàng năm báo cáo kết quả thực hiện về Ủy ban nhân dân tỉnh, thông qua Sở Công Thương, để tổng hợp theo quy định.

2. Giao cho Sở Tài chính, chủ trì, phối hợp với Sở Kế hoạch và Đầu tư và các sở, ban, ngành liên quan cân đối, bố trí nguồn kinh phí thực hiện Kế hoạch này, trong dự toán ngân sách hàng năm theo quy định.

3. Giao cho Sở Công Thương, chủ trì, phối hợp với các sở, ban, ngành và UBND các địa phương có vùng nguyên liệu, các thương nhân kinh doanh xuất khẩu gạo, các đơn vị liên quan tổ chức thực hiện các nội dung được phân công tại Kế hoạch này.

4. Trong quá trình tổ chức thực hiện, nếu thấy cần sửa đổi, bổ sung nội dung Kế hoạch này, cho phù hợp với tình hình thực tế; các sở, ban, ngành và UBND các địa phương có vùng nguyên liệu, các thương nhân kinh doanh xuất khẩu gạo và các đơn vị liên quan kịp thời báo cáo đề xuất UBND tỉnh, thông qua Sở Công Thương, để tổng hợp để xem xét, tham mưu UBND tỉnh chỉ đạo thực hiện. *Alle*

**Nơi nhận:**

- Bộ Công Thương;
- TT TU;
- TT HỒND;
- Chủ tịch và các PCT UBND tỉnh;
- Các sở, ban, ngành cấp tỉnh;
- UBND các huyện: Gò Quao, Giồng Riềng, Tân Hiệp, Hòn Đất, Giang Thành, Châu Thành;
- Các DN xuất khẩu gạo trên địa bàn tỉnh;
- LĐVP, CVNC;
- Lưu :VT, nhsuong.

**KT. CHỦ TỊCH  
PHÓ CHỦ TỊCH**




**Lê Thị Minh Phụng**



PHỤ LỤC 01

**TỔNG HỢP SẢN LƯỢNG GẠO XUẤT KHẨU CỦA CÁC DN TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH  
GIAI ĐOẠN 2012 – 2017**

		C.ty TNHH MTV Du lịch - Thương mại	C.ty CP Xuất nhập khẩu	C.ty CP Kinh doanh nông sản	C.ty CP Nông Lâm sản	Công ty TNHH MTV Thương mại dịch vụ	Công ty TNHH Lương thực Thuận Phát	Công ty TNHH Thương mại Kiên An Phú	Cộng
2012	SL (tấn)	232.054	203.770	193.008	167.423	6.636	70.463	141.685	1.015.039
	%	22,86	20,07	19,01	16,49	0,67	6,94	13,96	100
2013	SL (tấn)	250.283	197.497	148.978	169.373	41.987	50.312	61.217	919.647
	%	27,21	21,47	16,20	18,42	4,57	5,47	6,66	100
2014	SL (tấn)	212.526	241.633	47.559	63.751	38.884	16.664		621.017
	%	34,22	38,91	7,66	10,27	6,26	2,68		100
2015	SL (tấn)	137.435	256.161	103.515	9.441	16.077	29.391		552.020
	%	24,90	46,40	18,75	1,71	2,91	5,33		100
2016	SL (tấn)	94.603	249.386	57.748	1.350	18.493	400		421.980
	%	22,42	59,10	13,68	0,32	4,38	0,1		100
2017	SL (tấn)	120.000	250.000	10.000					380.000
	%	31,58	65,79	2,63					100


**PHỤ LỤC 02: KIM NGẠCH VÀ CHẤT LƯỢNG**  
**GẠO XUẤT KHẨU TỈNH KIÊN GIANG GIAI ĐOẠN 2012-2017**

**1. Kim ngạch xuất khẩu**

Năm	Tỉnh Kiên Giang		Cả nước	
	Kim ngạch XK (1.000 USD)	% so với năm trước	Kim ngạch XK (1.000 USD)	% so với năm trước
2012	438.000	98,43	3.472.000	98,66
2013	435.611	99,45	3.091.000	89,03
2014	275.730	63,30	2.931.000	94,82
2015	228.585	82,90	2.679.000	91,40
2016	183.584	80,31	2.128.000	79,43
2017	174.000	94,78	2.475.000	116,31

**2. Phân loại chất lượng gạo xuất khẩu**

ĐVT: %

	Phẩm cấp cao (5%- 10% tấm)	Phẩm cấp trung bình (15%-20% tấm)	Phẩm cấp thấp (trên 25% tấm)	Tổng cộng
2012	57,10	17,70	25,20	100
2013	62,60	17,40	20,00	100
2014	76,70	7,40	15,90	100
2015	65,47	28,82	5,71	100
2016	86,74	11,16	2,10	100
2017	91,26	8,74	-	100

## PHỤ LỤC 03

GIÁ GẠO VÀ THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU TỈNH KIÊN GIANG VÀ CẢ NƯỚC  
GIAI ĐOẠN 2012 – 2017

## 1. Giá gạo xuất khẩu

Năm	Xuất khẩu gạo tỉnh Kiên Giang			Xuất khẩu gạo cả nước			(+, -) Đơn giá bình quân giữa Kiên Giang/cả nước
	Kim ngạch XK (1.000USD)	Lượng (tấn)	Đơn giá bình quân (USD/tấn)	Kim ngạch XK (1.000USD)	Lượng (tấn)	Đơn giá bình quân (USD/tấn)	
2012	438.000	1.015.039	431,51	3.472.000	7.560.000	459,26	-27,75
2013	435.611	919.647	473,67	3.091.000	6.680.000	462,72	+ 10,95
2014	275.730	621.017	444,00	2.931.000	6.320.000	463,77	-19,77
2015	228.585	552.020	414,09	2.679.000	6.568.000	407,43	+ 6,66
2016	183.584	421.980	435,05	2.128.000	4.890.000	435,17	-0,12
2017	174.000	380.000	457,89	2.475.000	5.600.000	442,00	+15,89

## 2. Thị trường xuất khẩu

		2012	2013	2014	2015	2016	2017
Châu Á	Kim ngạch	254.787	217.465	158.287	110.715	52.762	58.000
	(%)	58,17	49,92	57,41	48,43	28,74	33,33
Châu Phi	Kim ngạch	169.383	201.047	112.002	90.904	123.620	113.000
	(%)	38,67	46,15	40,62	39,77	67,34	64,94
Châu Âu	Kim ngạch	2.190	7.943	545	2.692	1.079	1.000
	(%)	0,50	1,82	0,20	1,18	0,59	0,60
Khác	Kim ngạch	11.640	9.156	4.896	24.274	6.123	2.000
	(%)	2,66	2,11	1,77	10,62	3,33	1,13
Tổng	Kim ngạch	438.000	435.611	275.730	228.585	183.584	174.000
	(%)	100	100	100	100	100	100

Ghi chú: ĐVT Kim ngạch: ngàn USD



### 3. Thị trường xuất khẩu gạo Châu Á

		2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Trung Quốc</b>	Kim ngạch	105.467	94.274	29.005	14.078	13.688	27.744
	(%)	41,39	43,35	18,32	12,72	25,94	47,83
<b>Đông Nam Á</b>	Kim ngạch	141.689	106.783	110.775	75.183	34.454	21.297
	(%)	55,61	49,10	69,98	67,91	65,30	36,72
<b>Đông Bắc Á</b>	Kim ngạch	-	-	3.242	1.832	-	-
	(%)	-	-	2,06	1,65	-	-
<b>Khác</b>	Kim ngạch	7.631	16.408	15.265	19.622	4.620	8.959
	(%)	3,00	7,55	9,64	17,72	8,76	15,45
<b>Tổng</b>	<b>Kim ngạch</b>	<b>254.787</b>	<b>217.465</b>	<b>158.287</b>	<b>110.715</b>	<b>52.762</b>	<b>58.000</b>
	<b>(%)</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Ghi chú: ĐVT Kim ngạch: ngàn USD