

GIẢI PHÁP NÂNG CAO HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU GẠO TỈNH KIÊN GIANG TRONG ĐIỀU KIỆN HỘI NHẬP

● NGUYỄN VŨ VÂN ANH - NGUYỄN MINH TUẤN

TÓM TẮT:

Bài báo áp dụng phương pháp nghiên cứu định tính để phân tích hoạt động xuất khẩu gạo của tỉnh Kiên Giang từ năm 2008 - 2018 thông qua 5 tiêu chí: Tổng kim ngạch xuất khẩu, tốc độ tăng trưởng liên hoàn, cơ cấu mặt hàng xuất khẩu, thị trường xuất khẩu và chất lượng sản phẩm. Từ đó, bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hoạt động xuất khẩu gạo cho tỉnh Kiên Giang.

Từ khóa: Xuất khẩu gạo, thị trường gạo, năng lực xuất khẩu, thị trường xuất khẩu, năng lực cạnh tranh, tỉnh Kiên Giang.

1. Đặt vấn đề

Để đánh giá tình hình hoạt động xuất khẩu của một ngành hàng sản phẩm, các nhà nghiên cứu đã căn cứ vào một số tiêu chí như sau:

Thứ nhất, tổng kim ngạch xuất khẩu: Nếu tổng kim ngạch xuất khẩu năm sau cao hơn năm trước, điều đó chứng tỏ xuất khẩu đã tăng so với năm trước về số lượng cũng có thể cả về chất lượng.

Thứ hai, tốc độ tăng trưởng liên hoàn (chỉ số phát triển liên hoàn): Tốc độ tăng trưởng liên hoàn hay chỉ số phát triển liên hoàn diễn biến tăng dần, điều đó chứng tỏ xuất khẩu có xu hướng phát triển, đó là một dấu hiệu tốt cho xuất khẩu và ngược lại sẽ không tốt cho xuất khẩu.

Thứ ba, cơ cấu hàng xuất khẩu: Càng nhiều mặt hàng có thể mạnh tham gia xuất khẩu thì càng tốt, làm gia tăng kim ngạch xuất khẩu.

Thứ tư, về thị trường xuất khẩu: Thị trường xuất khẩu càng lớn càng thuận lợi cho việc xuất khẩu, trong việc lựa chọn thị trường xuất khẩu, khi đó chúng ta chủ động hơn về mọi mặt nhất là chúng ta không bị ép giá và không phải cạnh tranh quyết liệt.

Thứ năm, yếu tố cạnh tranh về chất lượng sản phẩm so với các sản phẩm khác trên thị trường quốc tế.

Từ việc phân tích các tiêu chí trên, các nhà lãnh đạo sẽ đề ra các chính sách, giải pháp phù hợp để hoàn thiện hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp; đồng thời có những biện pháp kích thích gia tăng xuất khẩu.

2. Giới thiệu chung về tỉnh Kiên Giang

2.1. Vị trí, địa lý tỉnh Kiên Giang

Kiên Giang là một tỉnh ven biển thuộc đồng bằng sông Cửu Long với phần diện tích lớn nhất miền Tây và lớn nhì ở miền Nam, với hơn 100 đảo lớn nhỏ ngoài biển bên cạnh diện tích tại đất liền.

Kiên Giang có vị trí quan trọng nằm trong vùng vịnh Thái Lan, gần Thái Lan, Campuchia, Singapore, Malaysia. Chính vì vậy, tỉnh có nhiều điều kiện thuận lợi trong việc mở rộng giao lưu kinh tế với các nước trong khu vực, đồng thời đóng vai trò cầu nối các tỉnh miền Tây Nam bộ với bên ngoài.

2.2. Điều kiện tự nhiên

Kiên Giang có đủ các dạng địa hình từ đồng bằng, núi rừng và biển đảo. Trong đó, phần đất

liền có địa hình tương đối bằng phẳng, thấp dần từ Đông Bắc xuống Tây Nam. Do nằm ở vĩ độ thấp và giáp biển nên Kiên Giang có khí hậu nhiệt đới gió mùa, nóng ẩm quanh năm nhiệt độ trung bình hàng tháng từ 27 - 27,50C. Kiên Giang không chịu ảnh hưởng trực tiếp của bão nhưng lượng mưa do bão chiếm một tỷ trọng đáng kể, nhất là vào cuối mùa mưa. Mùa mưa bắt đầu từ tháng 4 - tháng 11, mùa khô từ tháng 12 đến tháng 3 năm sau. lượng mưa trung bình hàng năm trong khoảng từ 1.600 - 2.000 mm ở đất liền và 2.400 - 2.800 mm ở vùng đảo Phú Quốc.

Ngoài ra, Kiên Giang là tỉnh có diện tích lớn nhất miền Tây và lớn thứ nhì ở miền Nam nằm trong khu vực đồng bằng sông Cửu Long. Khí hậu Kiên Giang rất ít thiên tai, không rét, không có bão đổ bộ trực tiếp, ánh sáng và nhiệt lượng dồi dào, nên rất thuận lợi cho nhiều loại cây trồng, đặc biệt là lúa gạo. Đây là lợi thế vô cùng lớn cho việc sản xuất lúa gạo tiêu dùng và xuất khẩu. Vì vậy, gạo là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Kiên Giang hướng đến kim ngạch xuất khẩu của tỉnh là đạt 1 tỉ USD trong những năm tới.

3. Phân tích kim ngạch xuất khẩu gạo Kiên Giang

3.1. Kim ngạch xuất khẩu gạo Việt Nam

Hiện nay, Việt Nam xuất hiện trên thị trường gạo thế giới với vị trí là nước xuất khẩu thứ ba, sau Thái Lan và Ấn Độ. Trong một số năm gần đây, sản lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam tăng lên mạnh mẽ và đã vượt lên đứng thứ hai trên thế giới về xuất khẩu gạo chỉ sau Thái Lan. Hoạt động sản xuất lúa gạo và xuất khẩu hoạt động sôi nổi nhất tại đồng bằng sông Hồng và đồng bằng sông Cửu Long. Đây là hai đồng bằng châu thổ có mật độ dân cư và thâm canh sản xuất nông nghiệp thuộc loại cao nhất trên thế giới.

Trong hai vùng lúa của Việt Nam thì đồng bằng sông Cửu Long (DBSCL) là vùng kinh tế có thế mạnh đặc biệt về nông nghiệp. Toàn vùng có diện tích chiếm 12,2% tổng diện tích cả nước. Riêng về cây lúa đã chiếm 47% diện tích và 56% sản lượng lúa cả nước; xuất khẩu gạo từ toàn vùng chiếm tới 90% sản lượng. Điều này thể hiện qua kim ngạch xuất khẩu của gạo qua các năm. (Bảng 1)

3.2. Thực trạng xuất khẩu gạo tỉnh Kiên Giang

Tại tỉnh Kiên Giang, trong điều kiện có nhiều khó khăn thách thức, nhất là ảnh hưởng của việc suy giảm kinh tế toàn cầu, thị trường tiêu thụ gạo

Bảng 1. Kim ngạch xuất khẩu gạo của cả nước

Năm	Sản lượng (tấn)	Tỷ giá (1.000 USD)
2008	4 741.858	2.894.441
2009	5.958.300	2.663.877
2010	6 886.177	3.247.860
2011	7.112.156	3.656.807
2012	8.016.100	3.673.102
2013	6.592.439	2.925.222
2014	6 331 000	2.935.176
2015	6.582 000	2.796.346
2016	4.809 000	2.159.000
2017	5 819.000	2.633.000
2018	6.114.934	3.063.663

Nguồn: Tổng cục Thống kê

khó khăn, khả năng cạnh tranh của sản phẩm hàng hóa và năng lực quản lý điều hành của doanh nghiệp còn hạn chế... Tuy nhiên, 4 năm trở lại đây, nhờ sự khởi sắc của ngành Nông nghiệp, hoạt động xuất khẩu trên địa bàn tỉnh thời gian qua đã đạt được những kết quả tích cực, góp phần ổn định, phát triển kinh tế - xã hội.

Năm 2016 so với năm 2015, khối lượng xuất khẩu gạo năm 2016 đạt 4,88 triệu tấn và 2,2 tỷ USD, giảm 25,8% về khối lượng và giảm 21,2% về giá trị so với năm 2015. Năm 2016 là một năm nhiều khó khăn đối với ngành Lúa gạo Việt Nam, với xuất khẩu gạo trị giá kéo theo giá lúa, gạo giảm. Tính chung cả năm, lúa tẻ thường tại Kiên Giang giảm 500 đồng/kg, từ 5.900 đồng/kg xuống 5.400 đồng/kg; lúa dài giảm 300 đồng/kg, từ 6.100 đồng/kg xuống 5.800 đồng/kg. Do giá cả giảm đáng kể, dẫn đến các công ty xuất khẩu bị tồn kho rất nhiều và phải tìm khách hàng để giải quyết vấn đề tồn kho. So với năm 2015, sản lượng xuất khẩu giảm 130 nghìn tấn, tương đương giảm 24% làm cho kim ngạch xuất khẩu giảm 45 triệu USD tương đương giảm 20%.

Năm 2017 so với năm 2016, xuất khẩu gạo của Việt Nam trong năm 2017 đạt 5,52 triệu tấn, với trị giá 2,49 tỷ USD, tăng 24,1% về lượng và 24,9%

về giá trị so với cùng kỳ năm ngoái. Sản lượng xuất khẩu gạo cả nước đang có chiều hướng đi lên thì ở Kiên Giang lại không có chiều hướng xấu đi. Do thời tiết diễn biến bất thường phát sinh tình trạng nắng hạn, xâm nhập mặn cục bộ, mưa bão gây bất lợi tới việc trồng lúa. Vì thế, năm 2017, tỉnh Kiên Giang có sản lượng xuất khẩu giảm 42 nghìn tấn, tương đương giảm 10% làm cho kim ngạch xuất khẩu giảm 9,6 triệu USD tương đương giảm 5%.

Năm 2018, Kiên Giang xuất khẩu gạo 416.000 tấn, kim ngạch 218 triệu USD, tăng gần 30%. Sản phẩm hàng hóa xuất khẩu sang 35 thị trường các nước trên thế giới, trong đó có một số thị trường mới như Hàn Quốc, Israel. Lãnh đạo Sở Công Thương Kiên Giang cho biết, kim ngạch xuất khẩu năm 2018 tăng do nhu cầu một số nước nhập khẩu gạo tăng cao, như: Malaysia, Trung Quốc, Philippines... và phát triển thêm thị trường mới. Giá gạo xuất khẩu bình quân 10 tháng năm 2018 là 520,69 USD/tấn, tăng 52,52 USD/tấn so với năm 2017. Ngoài ra, việc đơn giản hóa thủ tục hải quan theo Nghị định số 107/2018/NĐ-CP của Chính phủ về xuất khẩu gạo đã giúp các doanh nghiệp thuận lợi hơn trong quá trình xuất khẩu gạo. (Bảng 2)

3.3. Về chủng loại xuất khẩu, cơ cấu gạo xuất khẩu

Hiện tại, gạo của Kiên Giang là 90% gạo 5 - 10% tằm; 10% gạo 15 - 20% tằm. Trong 5 tháng đầu năm 2019, xuất khẩu gạo trắng chiếm trên 50,5% tổng kim ngạch; gạo Jasmine và gạo thơm chiếm 34,1%; gạo nếp chiếm 8,1% và gạo Japonica, gạo giống Nhật chiếm 7,1%.

Các thị trường xuất khẩu gạo trắng lớn nhất của Việt Nam là Philippines (52,7%), Cuba (15,3%), Gạo Jasmine và gạo thơm có thị trường xuất khẩu lớn nhất là Iraq (18,8%), Philippines (18,4%) và Bồ Đào Nha (18,1%).

Về gạo nếp, thị trường xuất khẩu lớn là Trung Quốc (36,3%), Philippines (28,2%) và Hồng Kông (13,3%). Với gạo Japonica và gạo giống Nhật thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam là Singapore (40,8%) và Ai Cập (15,9%).

3.4. Thị trường xuất khẩu gạo

Lượng gạo xuất khẩu hàng năm của nước ta chiếm khoảng 15% tổng lượng gạo xuất khẩu toàn thế giới. Hiện nay, gạo Việt Nam đã xuất khẩu sang hơn 150 quốc gia và vùng lãnh thổ, bên cạnh thị trường truyền thống đã từng bước mở rộng thị trường xuất khẩu vào các nước châu Mỹ, Trung

Bảng 2. Sản lượng xuất khẩu và kim ngạch xuất khẩu gạo của tỉnh Kiên Giang 2008 - 2018

Năm	Sản lượng (Nghìn tấn)	Chỉ số phát triển liên hoàn		Kim ngạch (triệu USD)	Chỉ số phát triển liên hoàn	
		Số tương đối	Số tuyệt đối		Số tương đối	Số tuyệt đối
2008	600			324		
2009	1021	170%	421	386	119%	62
2010	819	80%	-202	380	98%	-6
2011	961	117%	142	445	117%	65
2012	1015	106%	54	438	98%	-7
2013	919,6	91%	-95,4	435,6	99%	-2,4
2014	621	68%	-298,6	275,7	63%	-159,9
2015	552	89%	-69	228,6	83%	-47,1
2016	422	76%	-130	183,6	80%	-45
2017	380	90%	-42	174	95%	-9,6
2018	416	109%	36	218	125%	44

Nguồn: Tổng Thống tin điện tử, Niên giám thống kê

Đông... Sản phẩm gạo trắng cao cấp và gạo thơm đã bước đầu thâm nhập vào thị trường khó tính như Hàn Quốc, Nhật Bản, Hồng Kông (Trung Quốc), Mỹ, EU và liên tiếp duy trì vị trí nước xuất khẩu lớn thứ 3 thế giới, sau Ấn Độ và Thái Lan.

Tỉnh Kiên Giang đã trở thành một trong các tỉnh xuất khẩu gạo hàng đầu cả nước về chất lượng. Tinh đến thị trấn điểm hiện tại, Kiên Giang đã đưa sản phẩm gạo của tỉnh đi đến các thị trường trên thế giới, cụ thể đã xuất khẩu gạo đi 23 quốc gia và vùng lãnh thổ, chủ yếu là thị trường châu Á chiếm 35% (Đông Nam Á và Trung Quốc), châu Phi chiếm 60%, thị trường khác chiếm 5% (châu Âu và châu Mỹ) trong tổng kim ngạch xuất khẩu của tỉnh.

3.5. Chất lượng và chủng loại sản phẩm

Chất lượng luôn là yếu tố đầu tiên và cơ bản nhất để nhà nhập khẩu chọn lựa và là điều kiện lý tưởng để có thể cạnh tranh lại các đối thủ khác. Các doanh nghiệp Việt Nam đang từng bước nâng cao chất lượng sản phẩm để có thể lấy được lòng tin và sự chọn lựa của các đối tác bằng cách đẩy mạnh việc áp dụng khoa học kỹ thuật vào quá trình trồng trọt và thu hoạch, cải tiến trong công nghệ xay xát, bảo quản và chế biến gạo. Ngoài ra, Kiên Giang đã cải tiến lại giống gạo bằng cách cho lai tạo giống, đầu tư thâm canh khuyến khích trồng lúa hữu cơ để nâng cao chất lượng sản phẩm gạo.

4. Thuận lợi và khó khăn

4.1. Thuận lợi

Thứ nhất, Kiên Giang có nhiều sản phẩm chủng loại về gạo, nông sản và thủy sản đa dạng, phong phú; tiềm năng nâng cao giá trị gia tăng còn lớn và khả năng đa dạng hóa các sản phẩm xuất khẩu được làm từ gạo và thủy sản.

Thứ hai, có ưu thế về khí hậu thời tiết thuận lợi cho cây lúa và con giống phát triển, hứa hẹn một vụ mùa bội thu với chất lượng được cải thiện đáng kể.

Thứ ba, có lực lượng lao động lớn dồi dào và có chuyên môn về việc nuôi trồng.

Thứ tư, có thị trường xuất khẩu rộng lớn, doanh số xuất khẩu tập trung chủ yếu ở 3 thị trường lớn EU, Mỹ, Nhật Bản. Tiềm năng phát triển thị trường còn lớn.

Thứ năm, có công nghệ chế biến sản xuất xay xát lúa gạo và thủy sản để xuất khẩu đạt trình độ tiên tiến, đáp ứng được các yêu cầu quốc tế.

Thứ sáu, có khả năng áp dụng khoa học công nghệ để giảm giá thành, tăng giá bán của các sản phẩm xuất khẩu.

Thứ bảy, an toàn vệ sinh thực phẩm được quản lý tốt, đúng quy chuẩn quốc tế.

Thứ tám, các hiệp định thương mại CPTPP, EVFTA... giúp cho Việt Nam có lợi thế cạnh tranh hơn so với các đối thủ như: Thái Lan, Trung Quốc, Indonesia, Ấn Độ... Ngay sau khi EVFTA có hiệu lực, 90% dòng thuế đánh vào các mặt hàng thủy sản xuất khẩu sang EU sẽ giảm về 0% trong 3 - 4 năm (mức thuế nhập khẩu vào EU hiện tại khoảng 14%). Hiệp định EVFTA không chỉ giúp doanh nghiệp Việt Nam được hưởng lợi từ thuế suất mà còn hưởng lợi rất lớn từ chính sách điều chỉnh.

4.2. Khó khăn

Thứ nhất, diện tích sản xuất và nuôi trồng còn hạn chế, cơ cấu sản xuất đôi lúc thiếu sự đồng bộ, tác phong nông nghiệp vẫn còn..., từ đó ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm xuất khẩu.

Thứ hai, chủng loại gạo xuất khẩu của tỉnh chưa đa dạng, chất lượng thấp.

Thứ ba, chưa có hệ thống khách hàng tin cậy, một số hợp đồng, các doanh nghiệp phải thông qua khâu trung gian nên giá cả còn thấp so với các sản phẩm khác của một số nước xuất khẩu khác.

Thứ tư, cơ cấu thị trường tập trung vào thị trường truyền thống, chưa chú trọng phát triển thị trường tiềm năng. Năng lực cạnh tranh của một số doanh nghiệp xuất khẩu gạo chưa cao, từ đó ảnh hưởng rất lớn đến khả năng tiếp cận thị trường, tiếp cận khách hàng và tiếp cận các nguồn vốn vay từ phía ngân hàng.

Thứ năm, do hạn chế về công tác quản lý, tổ chức SXKD nên 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.

Thứ sáu, cũng như cả nước, tỉnh Kiên Giang chưa xây dựng chiến lược xuất khẩu 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.

Thứ bảy, việc xây dựng được thương hiệu sản phẩm gạo đặc thù cho tỉnh theo lộ trình chưa được thực hiện triệt để.

Thứ tám, các sản phẩm xuất khẩu của Kiên Giang phần lớn là chế biến thô, chưa có sự quan tâm đến việc cải tiến chế biến, tạo giá trị gia tăng cho sản phẩm, thương hiệu có sức cạnh tranh thấp; hệ thống cơ chế, chính sách chưa đồng bộ, hoạt

đông xúc tiến chưa thực sự đạt kết quả, kim ngạch xuất khẩu những năm gần đây có xu hướng giảm, phát sinh nhiều bất cập.

5. Giải pháp nâng cao hoạt động xuất khẩu gạo Kiên Giang

Thứ nhất, nghiên cứu nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp xuất khẩu Kiên Giang. Trong đó, tập trung nâng cao năng lực sản xuất, công nghệ, giúp doanh nghiệp sản xuất những mặt hàng có giá trị gia tăng cao, giảm dần tỷ trọng hàng xuất khẩu sơ chế, phát triển sản xuất các mặt hàng có lợi thế cạnh tranh. Nâng cao năng lực nghiên cứu thị trường (marketing), nhằm giúp doanh nghiệp thâm nhập thị trường quốc tế sâu rộng, tạo thị phần ổn định trên thị trường khu vực và thế giới trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế. Nâng cao năng lực tài chính để giúp doanh nghiệp khai thác tối các nguồn vốn trong và ngoài nước, đảm bảo cho hoạt động xuất khẩu doanh nghiệp được phát triển bền vững.

Thứ hai, áp dụng công nghệ bảo quản sản phẩm sau thu hoạch để giảm thất thoát và nâng cao chất lượng, giá trị sản phẩm thủy sản. Đồng thời tăng cường công tác đăng ký, đăng kiểm để bảo đảm an toàn cho người và phương tiện tàu cá hoạt động hiệu quả; bảo vệ nguồn lợi thủy sản có sự tham gia của cộng đồng; Tiếp tục đầu tư, nâng cấp các cảng cá, bến cá và đội tàu dịch vụ hậu cần nghề cá đáp ứng nhu cầu khai thác đánh bắt thủy sản

Thứ ba, cần xây dựng một chiến lược khắc phục sự biến đổi khí hậu về thời tiết, nắng nóng, xâm nhập mặn do độ dâng của biển nhằm giảm thiểu tối đa sự thiệt hại nguồn thủy sản của tỉnh Kiên Giang. Đồng thời, tiếp tục xây dựng và triển khai các kế hoạch chương trình hành động cụ thể theo hướng công nghiệp, hiện đại và bền vững, thích ứng trong điều kiện biến đổi khí hậu để nhằm đạt được hiệu quả cao về kinh tế cũng như lợi nhuận.

Thứ tư, cần đẩy mạnh mối quan hệ, liên kết đầu tư với các đối tác, phấn đấu xây dựng chuỗi liên kết 5 nhà (nhà nông, nhà khoa học, nhà doanh

NGHIỆP, NHÀ NƯỚC VÀ NHÀ BĂNG (BANK)) để gia tăng sản lượng, lai tạo giống lúa mới. Ngân hàng tạo điều kiện cho các doanh nghiệp đầu tư nâng cấp công suất nhà máy, dây chuyền sản xuất, mời gọi, thu hút những dự án quy mô lớn, công nghệ tiên tiến hiện đại vào chế biến nông sản hàng hóa xuất khẩu. Tiếp tục thực hiện qui hoạch vùng canh tác lúa hữu cơ.

Thứ năm, phát triển sản xuất lúa theo hướng bền vững, theo hướng đó cần ổn định diện tích lúa ở mức 4 triệu ha, gieo trồng hai vụ trong năm, đầu tư chiều sâu, ứng dụng rộng rãi các tiến bộ khoa học, công nghệ, nhất là công nghệ sinh học vào sản xuất lúa để tăng năng suất đi đôi với tăng chất lượng sản phẩm, giảm chi phí trung gian, tăng sức cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế. Phát triển và nâng cấp các công trình thủy lợi để nâng cao khả năng chống đỡ đối với bão lũ, hạn hán có hiệu quả

Thứ sáu, song song với việc đầu tư sản xuất, tạo giống mới để cho ra sản phẩm chất lượng cao, các doanh nghiệp phải đầu tư xây dựng thương hiệu cho hạt gạo mới đủ sức cạnh tranh trên thị trường. Muốn xây dựng điều này, doanh nghiệp cần tổ chức các hoạt động thường xuyên dựa trên các thành tố tạo nên giá trị của thương hiệu gạo: đầu tư sản xuất đảm bảo chất lượng sản phẩm, xây dựng chiến lược marketing phù hợp, thường xuyên tổ chức nắm tình hình thị trường, nghiên cứu thị trường, xây dựng chính sách bán hàng và mang lưới phân phối.

Thứ bảy, thực hiện triệt để sự chỉ đạo của Chủ tịch UBND tỉnh Kiên Giang Phạm Vũ Hồng "Tỉnh tập trung sản xuất nông nghiệp, thủy sản an toàn, bền vững và hiệu quả để tạo nguồn nguyên liệu chất lượng ổn định, đảm bảo phục vụ nhu cầu sản xuất chế biến xuất khẩu. Hỗ trợ doanh nghiệp tiếp tục đầu tư, nâng cấp thiết bị, công nghệ hiện đại để sản xuất chế biến sản phẩm hàng hóa có giá trị gia tăng, sức cạnh tranh cao trên thị trường trong điều kiện cạnh tranh ngày càng gay gắt." ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Cổng Thông tin điện tử tỉnh Kiên Giang. Kiên Giang thực hiện chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu gạo giai đoạn 2017 - 2020, định hướng đến năm 2030, truy cập ngày 03/10/2019, địa chỉ: <https://www.kiengiang.gov.vn/wang/TinTuc/18/6638/Kien-Giang-thuc-hien-chien-luoc-phat-trien-thi-truong-xuat-khau-gao-giai-doan-2017-2020-dinh-huong-den-nam-2030.html>

2. <https://www.kiengiang.gov.vn/trang/TinTuc/18/6638/Kien-Giang-thuc-hienhttps://www.kiengiang.gov.vn/trang/TinTuc/18/6638/Kien-Giang-thuc-hien-chien-luoc-phat-trien-thi-truong-xuat-khau-gao-giai-doan-2017-2020--dinh-huong-den-nam-2030.htmlchien-luoc-phat-trien-thi-truong-xuat-khau-gao-giai-doan-2017-2020-dinh-huong-den-nam-2030.html>
3. http://thitruongnongsan.gov.vn/vn/1D11109_Thi-truong-lua-gao-DBSCL-vuhttp://thitruongnongsan.gov.vn/vn/1D11109_Thi-truong-lua-gao-DBSCL-vu-thu-dong-Kien-Giang-manh-Tra-Vinh-yeu-huml?fbclid=IwAR0iBPiJuOYwE7einp0fazkQn0s3l1CGQpFqIM1n_kEQOH22Sg_zT-F7rMMthu-dong-Kien-Giang-manh-Tra-Vinh-yeu-huml?fbclid=IwAR0iBPiJuOYwE7einp0fazkQn0s3l1CGQpFqIM1n_kEQOH22Sg_zT-F7rMM
4. <https://vietnambiz.vn/xuat-khau-gao-viet-nam-du-bao-vuot-7-trieu-tan-tronghttps://vietnambiz.vn/xuat-khau-gao-viet-nam-du-bao-vuot-7-trieu-tan-trong-nam-2018-41279.htmnam-2018-41279.htm>

Ngày nhận bài: 15/11/2019

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 25/11/2019

Ngày chấp nhận đăng bài: 5/12/2019

Thông tin tác giả:

1. ThS. NGUYỄN VŨ VÂN ANH

2. PGS. TS. NGUYỄN MINH TUẤN

Trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh

SOLUTIONS FOR IMPROVING RICE EXPORT ACTIVITIES IN KIEN GIANG PROVINCE IN CONDITIONS OF INTEGRATION

● MA. NGUYEN VU VAN ANH

● Assoc. Prof.PhD. NGUYEN MINH TUAN
Industrial University of Ho Chi Minh city

ABSTRACT:

In the article applies qualitative research methods to analyze rice export activities of Kien Giang province from 2008 to 2018 based on 5 criteria: total export turnover, growth rate, structure export products, export markets and product quality. The analysis results are the basis for the author to propose some solutions for improving rice export activities in Kien Giang province in conditions of integration.

Keywords: Rice export, rice markets, export power, export markets, competitive power.