

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM KỸ THUẬT  
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**



**LUẬN VĂN THẠC SĨ  
VĨ HỒ THẾ GIỚI**

**NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA  
THANH LONG BÌNH THUẬN TRONG XU THẾ  
HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ**

**NGÀNH: QUẢN LÝ KINH TẾ – 8310110**



**Tp. Hồ Chí Minh, tháng 10/2019**

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM KỸ THUẬT  
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ  
VỀ HỒ THẾ GIỚI**

**NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA THANH LONG  
BÌNH THUẬN TRONG XU THẾ HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ**

**NGÀNH: QUẢN LÝ KINH TẾ – 8310110**

**Giảng viên hướng dẫn khoa học  
TS. TRẦN ĐĂNG THỊNH**

**TP. Hồ Chí Minh, tháng 10 năm 2019**

# LÝ LỊCH KHOA HỌC

## I. LÝ LỊCH SƠ LƯỢC

Họ & tên: Võ Hồ Thế Giới

Giới tính: Nam

Ngày, tháng, năm sinh: 28/11/1994

Nơi sinh: Bình Thuận

Quê quán: Hàm Thuận Nam – Bình Thuận

Dân tộc: Kinh

Chỗ ở riêng hoặc địa chỉ liên lạc: 252b Linh Trung, Thủ Đức, TP. HCM

Điện thoại cơ quan:

Điện thoại nhà riêng:

Fax:

E-mail:

vohothegioi1994kcn@gmail.com

## II. QUÁ TRÌNH ĐÀO TẠO

### 1. Trung học chuyên nghiệp:

Hệ đào tạo:

Thời gian đào tạo từ ...../..... đến ...../ .....

Nơi học (trường, thành phố):

Ngành học:

### 2. Đại học:

Hệ đào tạo: Chính quy

Thời gian đào tạo từ 09/2012 đến 09/2016

Nơi học (trường, thành phố): Trường ĐH Sư phạm Kỹ thuật TP. HCM

Ngành học: Kỹ thuật công nghiệp

Tên đồ án, luận án hoặc môn thi tốt nghiệp:

Đồ án: Thiết kế bài giảng bằng tiếng Anh môn: Công nghệ chế tạo máy

Ngày & nơi bảo vệ đồ án, khóa luận hoặc thi tốt nghiệp: 09/2016

Người hướng dẫn: TS. Đặng Minh Phụng

### **III. QUÁ TRÌNH CÔNG TÁC CHUYÊN MÔN KỂ TỪ KHI TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC**

Thời gian	Nơi công tác	Công việc đảm nhiệm
01/2017-07/2017	Công ty Samsung Electronics Vietnam	Kỹ sư chất lượng
08/2017 - nay	Công ty Intel products Vietnam	Kỹ sư quy trình

# LỜI CAM ĐOAN

Tôi cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi.

Các số liệu, kết quả nêu trong luận văn là trung thực và chưa từng được ai công bố trong bất kỳ công trình nào khác.

*TP. HCM, tháng 10 năm 2019*

Học viên thực hiện

**Võ Hồ Thế Giới**

# LỜI CẢM ƠN

Trong suốt thời gian thực hiện đề tài, tôi đã nhận được sự giúp đỡ của Ban Giám hiệu, các phòng ban, khoa của Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật thành phố Hồ Chí Minh; các sở, ngành tỉnh Bình Thuận đã tạo điều kiện tốt nhất cho tôi được hoàn thành đề tài. Đặc biệt là sự hướng dẫn tận tình của TS. Trần Đăng Thịnh – giảng viên trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật thành phố Hồ Chí Minh, đã giúp tôi hoàn thành tốt đề tài.

Qua đó, tôi xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến sự giúp đỡ của Ban giám hiệu, phòng Đào tạo, khoa Kinh tế của Trường đại học Sư phạm Kỹ thuật thành phố Hồ Chí Minh đã tạo điều kiện để tôi được tham gia và hoàn tất khóa học Thạc sĩ niên khóa 2018 – 2019. Xin trân trọng cảm ơn Tổng Cục thống kê, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Bình Thuận đã giúp đỡ về tư liệu để tôi có thể hoàn thành luận văn này. Và tôi xin được bày tỏ lòng kính trọng, biết ơn sâu sắc đến TS. Trần Đăng Thịnh đã tận tâm giúp đỡ, hướng dẫn tôi trong suốt quãng thời gian học tập, nghiên cứu này.

Xin cảm ơn gia đình, người thân, bạn bè luôn động viên và giúp đỡ tôi trong suốt quá trình học tập và hoàn thiện luận văn.

*TP. HCM, tháng 10 năm 2019*

Học viên thực hiện

**Võ Hồ Thế Giới**

## TÓM TẮT

Thanh long là đặc sản có lợi thế cạnh tranh đứng đầu trong 11 loại trái cây của nước ta đã được Bộ NN – PTNT xác định. Từ nhiều năm nay, thanh long là cây trồng giúp hàng chục nghìn hộ nông dân ở tỉnh Bình Thuận tăng thêm thu nhập và làm giàu. Nên đây là loại cây trồng rất được sự quan tâm và hỗ trợ của nhà nước và các thành phần kinh tế khác. Với hiệu quả kinh tế vượt trội so với nhiều loại cây trồng khác ở địa phương, lại có nhiều lợi thế so sánh so với nhiều vùng khác, cây thanh long ở Bình Thuận phát triển rất nhanh. Điều này dẫn đến sự phá vỡ quy hoạch của tỉnh, chất lượng của quả cũng khó kiểm soát từ khâu sản xuất đến khi quả đến tay người tiêu dùng. Không riêng ở Bình Thuận, thanh long đã được trồng rộng rãi, trải dọc theo đất nước Việt Nam và các quốc gia khác. Đây là những đe dọa lớn cho thanh long Bình Thuận vì lượng cung rất lớn để cung cấp cho thị trường. Thanh long Bình Thuận cần có các chiến lược, giải pháp nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh đối với thanh long từ các địa phương khác và các sản phẩm thay thế khác.

Ngày nay Việt Nam đã có quá trình hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng với thế giới nên thanh long đã có nhiều cơ hội tiếp cận với các đa dạng các thị trường hơn so với trước, nên thanh long Bình Thuận hiện có nhiều thuận lợi cũng như thách thức trong việc chinh phục các thị trường khó tính và người tiêu dùng. Năng lực cạnh tranh là gì và làm như thế nào để loại trái cây đặc sản này đồng hành dài lâu với sự sung túc của một bộ phận lớn nông dân, luôn là những câu hỏi lớn từ thực tiễn cuộc sống hiện nay? Vấn đề được đặt ra là cần xác định khả năng cạnh tranh của thanh long Bình Thuận thông qua các tiêu chí và các yếu tố ảnh hưởng. Từ đó, có những giải pháp cụ thể, các kiến nghị thông qua tình hình sản xuất và kinh doanh thực tế của thanh long tại địa phương. Được như vậy, thanh long tỉnh Bình Thuận sẽ ngày càng ổn định, phát triển vững mạnh và không phụ thuộc vào một thị trường nào. Luận văn: “Nâng cao năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế” đã điếm qua các điếm mạnh, điếm yếu chủ yếu của thanh long Bình Thuận và đề ra các giải pháp nhằm phát triển ổn định, bền vững.

## ABSTRACT

Dragon fruit is the specialty which has the competitive advantage in the top 11 fruits of our country has been defined by the Ministry of Agriculture – Rural Development. For many years, dragon fruit has been a crop and helped tens of thousands of farmers in Binh Thuan Province increased income and enrichment. So, this is a very important crop of attention and support from the State and other economic components. With a superior economic efficiency compared to many other locally grown crops, there are advantages than many other regions, dragon fruit in Binh Thuan grows rapidly. This leads to the disruption of the provincial planning, the quality of the fruit is also difficult to control from the process of production to the consumer. Not only in Binh Thuan but also other countries plant dragon fruit widely. These are great threats to Binh Thuan dragon fruit because of the enormous supply to the market. Binh Thuan dragon fruit needs strategies, solutions to improve competitiveness for dragon fruit from other localities and other alternative products.

Now, at the top 1<sup>st</sup> of the country in terms of total area, yield, productivity and quality, dragon fruit is the tree enriched in Binh Thuan. And Vietnam has had an extensive process of international economic integration with the world so dragon fruit has had many opportunities to access the wider variety of markets than before. Binh Thuan dragon fruit now has many advantages as well as challenges in conquering the hard and consumer markets. What is competitiveness and how does this special fruit companion with a large farmer department, This is the big question from the reality of life today? The problem is laid out to determine the competitiveness of Binh Thuan dragon fruit through the criteria and influencing factors. From then on, there are specific options, petitions through the production and practical business of dragon fruit at the local. Therefore, Binh Thuan dragon fruit will be increasingly stable, development and independence at any market. Master's Thesis: “Improve the competitiveness of Binh Thuan dragon fruit in the trend of international economic integration” – It has points through the strengths



and weaknesses of Binh Thuan dragon fruit and to propose solutions aimed at stable and sustainable development

<b>Mục Lục</b>	
<b>LÝ LỊCH KHOA HỌC .....</b>	<b>i</b>
<b>LỜI CAM ĐOAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LỜI CẢM ƠN.....</b>	<b>iv</b>
<b>TÓM TẮT.....</b>	<b>v</b>
<b>MỤC LỤC.....</b>	<b>viii</b>
<b>DANH MỤC BẢNG BIỂU .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DANH MỤC SƠ ĐỒ VÀ HÌNH ẢNH .....</b>	<b>xv</b>
<b>MỞ ĐẦU.....</b>	<b>xvi</b>
<b>1. Lý do chọn đề tài.....</b>	<b>xvi</b>
<b>2. Các công trình nghiên cứu có liên quan .....</b>	<b>xviii</b>
<b>a. Các luận án nghiên cứu.....</b>	<b>xix</b>
<b>b. Các báo cáo, hội nghị nhằm nâng cao khả năng sản xuất và tiêu thụ của         thanh long địa phương.....</b>	<b>xxii</b>
<b>3. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài.....</b>	<b>xxiv</b>
<b>4. Đối tượng nghiên cứu.....</b>	<b>xxiv</b>
<b>5. Phạm vi nghiên cứu.....</b>	<b>xxiv</b>
<b>5.1. Không gian.....</b>	<b>xxiv</b>
<b>5.2. Thời gian.....</b>	<b>xxiv</b>
<b>6. Phương pháp nghiên cứu .....</b>	<b>xxv</b>
<b>7. Đóng góp của luận văn.....</b>	<b>xxvii</b>
<b>8. Kết cấu đề tài.....</b>	<b>xxvii</b>
<b>Chương 1 .....</b>	<b>1</b>
<b>CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH VÀ TÁC ĐỘNG CỦA VIỆC HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ ĐỐI VỚI QUẢ THANH LONG .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Cơ sở lý luận về năng lực cạnh tranh hàng hóa trên thị trường .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1.1. Cạnh tranh và vai trò của cạnh tranh .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1.2. Năng lực cạnh tranh của sản phẩm .....</b>	<b>5</b>
<b>1.2. Các tiêu chí xác định năng lực cạnh tranh của quả thanh long .....</b>	<b>7</b>
<b>1.2.1. Điều kiện sản xuất vốn có.....</b>	<b>7</b>

1.2.2.	Giống, năng suất và sản lượng .....	8
1.2.3.	Giá cả .....	9
1.2.4.	Chất lượng, hình dáng, mẫu mã .....	9
1.2.5.	Công nghệ chế biến, công nghệ bảo quản sau thu hoạch .....	10
1.2.6.	Bao bì – vận chuyển – thương hiệu của sản phẩm .....	11
1.3.	Các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh quả thanh long trên thị trường .....	12
1.3.1.	Năng lực cạnh tranh của ngành trái cây thanh long .....	12
1.3.2.	Các yếu tố gián tiếp ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của nông sản .....	13
1.3.2.1.	Thị trường .....	13
1.3.2.2.	Thể chế, chính sách quản lý – phát triển hiện hành địa phương .....	15
1.3.2.3.	Người cung ứng, các ngành liên quan và dịch vụ hỗ trợ .....	16
1.3.2.4.	Kết cấu hạ tầng .....	16
1.3.3.	Các yếu tố trực tiếp ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của nông sản .....	17
1.3.3.1.	Trình độ lao động và năng lực quản lý, sản xuất .....	17
1.3.3.2.	Thiết bị công nghệ .....	18
1.3.3.3.	Năng lực marketing của địa phương, thương lái .....	18
1.3.3.4.	Quản lý và năng lực nghiên cứu và phát triển của địa phương đó .....	20
1.3.3.5.	Vị thế của sản phẩm trên thị trường .....	20
1.3.3.6.	Nhu cầu và sở thích dùng trái cây của khách hàng .....	21
1.3.4.	Các mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh của sản phẩm thanh long .....	21
1.3.4.1.	Mô hình ma trận SWOT .....	21
1.3.4.2.	Mô hình của M. Porter .....	23
1.4.	Giai đoạn hội nhập kinh tế quốc tế và tác động đến thanh long .....	25
1.4.1.	Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế .....	25
1.4.2.	Hội nhập kinh tế quốc tế tác động đến nông sản – thanh long .....	27

1.4.2.1.	Những cơ hội to lớn cho quả thanh long .....	28
1.4.2.2.	Những thách thức mà quả thanh long cần phải vượt qua ...	29
1.4.3.	Kinh nghiệm thực tiễn nâng cao năng lực cạnh tranh của nông sản, thanh long các địa phương khác .....	30
1.4.3.1.	Kinh nghiệm của Long An .....	30
1.4.3.2.	Kinh nghiệm của Thái Lan .....	32
1.4.3.3.	Kinh nghiệm của Đài Loan .....	32
1.4.3.4.	Kinh nghiệm của Trung Quốc .....	33
1.5.	Lý do cần phải nâng cao năng lực cạnh tranh của thanh long .....	34
Chương 2	.....	37
<b>PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH THANH LONG TỈNH BÌNH THUẬN TRONG XU THẾ HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ .....</b>		
2.1.	<b>Giới thiệu về tỉnh Bình Thuận và thanh long Bình Thuận .....</b>	<b>37</b>
2.1.1.	<b>Điều kiện tự nhiên .....</b>	<b>37</b>
2.1.2.	<b>Điều kiện kinh tế xã hội .....</b>	<b>40</b>
2.1.3.	<b>Giới thiệu quả thanh long tỉnh Bình Thuận .....</b>	<b>42</b>
2.1.4.	<b>Quá trình phát triển thanh long Bình Thuận .....</b>	<b>46</b>
2.1.5.	<b>Tác động của nhà nước trong phát triển, xuất khẩu thanh long Bình Thuận .....</b>	<b>49</b>
2.2.	<b>Phân tích thực trạng năng lực cạnh tranh của thanh long tỉnh Bình Thuận trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế .....</b>	<b>52</b>
2.2.1.	<b>Tình hình chung về điều kiện và hoạt động sản xuất, kinh doanh của thanh long Bình Thuận .....</b>	<b>52</b>
2.2.2.	<b>Khâu giống và chăm sóc cây trồng .....</b>	<b>54</b>
2.2.2.1.	<b>Việc chuẩn bị giống thanh long .....</b>	<b>55</b>
2.2.2.2.	<b>Kỹ thuật trồng và chăm sóc thanh long .....</b>	<b>55</b>
2.2.3.	<b>Khâu thu hoạch, năng suất và giá cả thu mua thanh long .....</b>	<b>59</b>
2.2.4.	<b>Vấn đề công nghệ chế biến và bảo quản sau thu hoạch .....</b>	<b>63</b>
2.2.5.	<b>Vấn đề nhận biết thương hiệu .....</b>	<b>64</b>
2.2.6.	<b>Thị hiếu của người tiêu dùng về chất lượng, hình dáng, mẫu mã ....</b>	<b>65</b>
2.2.7.	<b>Kênh phân phối sản phẩm thanh long trên thị trường .....</b>	<b>68</b>

2.3.	Đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận trên thị trường.....	70
2.3.1.	Các yếu tố gián tiếp tác động đến năng lực cạnh tranh thanh long Bình Thuận.....	70
2.3.2.	Các yếu tố trực tiếp tác động đến năng lực cạnh tranh thanh long Bình Thuận.....	75
2.3.3.	Phân tích SWOT về thanh long Bình Thuận.....	81
2.4.	Những đặc trưng cơ bản và những mặt trái, nguy cơ của thanh long Bình Thuận trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế.....	87
2.4.1.	Đặc trưng cơ bản.....	88
2.4.2.	Những mặt trái, nguy cơ của thanh long Bình Thuận trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế.....	89
Chương 3	.....	91
<b>GIẢI PHÁP, KIẾN NGHỊ NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA THANH LONG TỈNH BÌNH THUẬN TRÊN THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI TRONG XU THẾ HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ.....</b>		<b>91</b>
3.1.	Quan điểm và định hướng trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của quả thanh long tỉnh Bình Thuận.....	91
3.1.1.	Quan điểm.....	91
3.1.2.	Định hướng.....	92
3.2.	Các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của thanh long tỉnh Bình Thuận trên thị trường thế giới trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế.....	93
3.2.1.	Đổi mới về tư duy sản xuất nông sản trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa hiện nay.....	93
3.2.2.	Nâng cao năng lực sản xuất đối với thanh long.....	94
3.2.2.1.	Xây dựng văn hóa trồng thanh long sạch.....	94
3.2.2.2.	Nâng cao trình độ sản xuất và ứng dụng khoa học công nghệ vào sản xuất thanh long.....	96
3.2.3.	Giải pháp về tổ chức quản lý.....	97
3.2.3.1.	Khuyến nông.....	97
3.2.3.2.	Hoàn thiện quy hoạch phát triển thanh long Bình Thuận... ..	98
3.2.3.3.	Giải pháp hỗ trợ người nông dân và người thu mua.....	99

3.2.4. Đa dạng hóa sản phẩm trong tiêu thụ và xúc tiến, kích thích tiêu dùng .....	100
3.2.5. Ứng dụng công nghệ 4.0 trong phát triển thương hiệu cho thanh long .....	102
3.2.6. Đẩy mạnh phong trào đấu tranh chống những tiêu cực trong các hộ kinh doanh và nhà nước đẩy mạnh công tác cải cách hành chính .....	103
3.2.7. Chiến lược giá và chiến lược phân phối sản phẩm .....	104
3.2.8. Phải có sự liên kết của người nông dân, doanh nghiệp, nhà nước và thị trường tiêu thụ .....	106
3.3. Kiến nghị .....	107
3.3.1. Đối với Nhà nước, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn .....	107
3.3.2. Đối với địa phương, hợp tác xã .....	109
3.3.3. Đối với Doanh nghiệp tự hoàn thiện, nâng cao năng lực cạnh tranh của mình .....	109
<b>KẾT LUẬN</b> .....	111
<b>NHỮNG HẠN CHẾ CỦA ĐỀ TÀI</b> .....	112
<b>ĐỀ XUẤT HƯỚNG NGHIÊN CỨU MỚI</b> .....	113
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b> .....	114
<b>PHỤ LỤC</b> .....	120

## **BẢNG CHÚ GIẢI CÁC KÝ TỰ ĐO, ĐƠN VỊ ĐO, TỪ VIẾT TẮT**

GAP: Good Agricultural Practices – Thực hành nông nghiệp tốt

UBND: Ủy ban Nhân dân

CP: Chính phủ

QĐ: Quyết định

NĐ: Nghị định

NQ: Nghị quyết

TW: Trung ương

SHTT: Sở hữu trí tuệ

TT/TTLT: Thông tư/ Thông tư liên tịch

BC: Báo cáo

USD: Đồng tiền Đô-la

WTO: Tổ chức thương mại thế giới

CPTPP: Hiệp định thương mại tự do

VietGap: Một loại tiêu chuẩn sản xuất thanh long sạch

GlobalGap: Một loại tiêu chuẩn sản xuất thanh long sạch

HĐND: Hội đồng Nhân dân

VSATTP: Vệ sinh an toàn thực phẩm

ASEAN: Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á

G/mg/gr/kg: Đơn vị đo khối lượng gam/miligam/gam/kilogam

Ha: Đơn vị đo hecta

M/cm: Đơn vị đo mét/centimét

NN&PTNT/BNN: Nông nghiệp và phát triển nông thôn/ Bộ Nông nghiệp

BTC: Bộ Tài chính

TCVN: Tiêu chuẩn Việt Nam

## DANH MỤC BẢNG BIỂU

<b>Bảng 1.1:</b> Lợi ích của Marketing địa phương trong sản xuất, tiêu thụ sản phẩm.....	19
<b>Bảng 1.2:</b> Mô hình ma trận SWOT .....	21
<b>Bảng 2.1:</b> Nhiệt độ, độ ẩm không khí trung bình của tỉnh tại trạm Quan Trắc (trạm Phan Thiết) .....	38
<b>Bảng 2.2:</b> Hiện trạng sử dụng đất (tính đến 1/1/2017) của tỉnh Bình Thuận .....	39
<b>Bảng 2.3:</b> Hiện trạng sử dụng đất phân theo loại đất và phân theo đơn vị hành chính tỉnh Bình Thuận (1/1/2017) .....	39
<b>Bảng 2.4:</b> Số đơn vị hành chính phân theo huyện, quận, thị xã, thành phố thuộc tỉnh Bình Thuận.....	40
<b>Bảng 2.5:</b> Tổng sản phẩm trên địa bàn bình quân đầu người năm 2017.....	41
<b>Bảng 2.6:</b> Chiều dài cành thanh long .....	43
<b>Bảng 2.7:</b> Diện tích trồng cây thanh long phân theo đơn vị hành chính tỉnh Bình Thuận (ha).....	44
<b>Bảng 2.8:</b> Thành phần sinh hóa, dinh dưỡng của quả thanh long.....	44
<b>Bảng 2.9:</b> Diện tích gieo trồng một số cây ăn quả lâu năm tại tỉnh Bình Thuận.....	47
<b>Bảng 2.10:</b> Sản lượng cây thanh long phân theo đơn vị hành chính tỉnh Bình Thuận (tấn).....	48
<b>Bảng 2.11:</b> Đánh giá công tác quản lý, quy hoạch đầu tư thủy lợi, giao thông, điện sản xuất (khảo sát 2019).....	54
<b>Bảng 2.12:</b> Liều lượng bón phân cho thanh long tiêu chuẩn theo tiêu chí VietGap.....	58
<b>Bảng 2.13:</b> Liều lượng bón phân hỗn hợp NPK thay thế phân đơn cho thanh long tiêu chuẩn theo tiêu chí VietGap. Đơn vị tính: g/trụ.....	58
<b>Bảng 2.14:</b> Kim ngạch xuất khẩu thanh long 3 năm trở lại đây .....	61
<b>Bảng 2.15:</b> Chỉ tiêu chất lượng quả thanh long xuất khẩu .....	66
<b>Bảng 2.16:</b> So sánh thu nhập của sản xuất thanh long VietGAP với các cây trồng khác ...	72
<b>Bảng 2.17:</b> Diện tích trồng cây thanh long theo tiêu chuẩn VietGAP (2014 – 2016) .....	73
<b>Bảng 2.18:</b> Danh sách các cơ sở đóng gói được cấp chứng nhận VietGAP .....	77



## DANH MỤC SƠ ĐỒ VÀ HÌNH ẢNH

<b>Hình 1.1:</b> Sơ đồ mối liên quan giữa năng lực cạnh tranh ngành với năng lực cạnh tranh sản phẩm, các tổ chức kinh tế, tỉnh và quốc gia.....	13
<b>Hình 1.2:</b> Sơ đồ mô hình năm áp lực của M. Porter.....	23
<b>Hình 2.1:</b> Chuỗi giá trị thanh long bình thuận.....	69

## MỞ ĐẦU

### 1. Lý do chọn đề tài

Việt Nam là quốc gia có lợi thế và tiềm năng về điều kiện tự nhiên đất đai, khí hậu, tài nguyên để phát triển nông nghiệp. Bên cạnh đó, nguồn nhân lực dồi dào cũng góp phần tạo nên sự phát triển và sản xuất nhiều loại nông sản có giá trị cao. Tính đến đầu năm 2019, Liên Hợp Quốc đã thống kê dân số hiện tại của Việt Nam là 96.989.926 người với độ tuổi trung bình là 31. Trong đó, 35,92% dân số sống ở thành thị (34.658.961 người vào năm 2018), như vậy gần 2/3 dân số Việt Nam là tập trung ở vùng nông thôn – nơi đây phát triển chủ yếu là ngành nông nghiệp. Nông sản là nguồn được xuất khẩu nhiều và đem lại thu nhập ngoại tệ lớn cho đất nước. Nông nghiệp đem lại việc làm và cuộc sống ổn định cho người dân sống ở khu vực nông thôn.

Một mặt hàng phát triển sẽ kéo theo rất nhiều ngành hỗ trợ phát triển theo. Nông sản Việt Nam rất đa dạng và phong phú, việc xuất khẩu nông sản đem lại rất nhiều lợi ích cho đất nước. Chúng ta có thể phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ chế biến nông phẩm, các ngành về phân bón, ... góp phần đẩy mạnh công nghiệp hóa – hiện đại hóa đất nước. Ngoài ra, trao đổi hàng hóa là động lực thúc đẩy mối quan hệ thương mại, gắn kết thương mại, công nghệ sản xuất giữa Việt Nam và các quốc gia khác.

Tuy nhiên, các mặt hàng nông sản của Việt Nam vẫn còn gặp nhiều khó khăn khi xuất khẩu ra thị trường thế giới về giá cả, về chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm. Nhà nước cũng đã có nhiều chính sách hỗ trợ, bảo hộ các mặt hàng xuất khẩu chủ lực nhưng các doanh nghiệp vẫn gặp nhiều khó khăn, ảnh hưởng tới người nông dân.

Hiện nay, cây thanh long đã là một loại cây trồng đem lại nguồn thu nhập chính cho đa số hộ nông dân, đặc biệt là nông dân tỉnh Bình Thuận. Ngày 15/11/2006 Cục Sở hữu trí tuệ đã ban hành Quyết định số 786/QĐ-SHTT đăng bạ tên gọi xuất xứ hàng hóa “Bình Thuận” (chỉ dẫn địa lý) dùng cho quả thanh long, thanh long tại

tỉnh Bình Thuận được nhà nước bảo hộ vô thời hạn trên phạm vi toàn lãnh thổ Việt Nam và UBND tỉnh Bình Thuận là cơ quan quản lý tên gọi xuất xứ hàng hóa.

Cây thanh long mang lại hiệu quả kinh tế cao, thu nhập cao cho người dân nên dần dần được phát triển và mở rộng. Thanh long được trồng tại nhiều quốc gia trên thế giới như Thái Lan, Đài Loan, ... và các quốc gia thuộc khu vực Đông Nam Á. Tại Việt Nam, thanh long được trồng rộng rãi trên cả nước ở khoảng 32 tỉnh, thành phố rải rác trên lãnh thổ. Trong đó, sản lượng thanh long của Bình Thuận chiếm hơn 86% tổng sản lượng thanh long của các tỉnh thành. Thanh long được trồng ở tỉnh Bình Thuận đã được nhà nước đăng ký thương hiệu trên toàn thế giới, điều này thể hiện thanh long Bình Thuận đã có được danh tiếng, chỗ đứng về chất lượng và hương vị trên thế giới. Tuy nhiên, có khá nhiều khu vực đã trồng thanh long cả trong và ngoài nước, nên việc cạnh tranh là không thể tránh khỏi.

Theo Tổng cục Hải quan, các tháng đầu năm 2018, Tổng giá trị xuất khẩu của rau – củ – quả của Việt Nam chiếm đa số là thanh long, nhãn, xoài. Trong đó, thanh long chiếm 32% tổng giá trị xuất khẩu, gấp khoảng 4 lần so với nhãn (121 triệu USD) và xoài (104 triệu USD). Trong đó, Trung Quốc vẫn là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam. 82 – 83% sản lượng còn lại xuất theo con đường "tiểu ngạch" sang thị trường Trung Quốc. Việc xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc này mặc dù có ưu điểm là thủ tục giao hàng và thanh toán dễ dàng, phù hợp cho nhiều hộ kinh doanh nhỏ lẻ, song giá bán bấp bênh.

Bình Thuận với diện tích trồng thanh long lớn nhất trong cả nước và tỷ lệ người nông dân phụ thuộc vào cây thanh long cũng lớn nhất trong cả nước nên sẽ chịu nhiều tác động nếu có bất kỳ biến động trong thị trường thanh long. Việc hội nhập kinh tế, Việt Nam gia nhập nhiều vào các tổ chức thương mại thế giới, thị trường tiêu thụ được mở rộng. Việt Nam chính thức gia nhập WTO từ năm 2007, các ngành kinh tế của chúng ta đã được phát triển vượt trội, trong đó có xuất khẩu nông sản. Việt Nam được biết là một nền nông nghiệp phát triển nhiều loại trái cây. Thanh long của tỉnh Bình Thuận là một trong các loại trái cây phát triển nổi bật của tỉnh Bình Thuận nói riêng và Việt Nam nói chung. Đây là loại trái cây được ưu

chuộng ở nhiều quốc gia trên thế giới, đặc biệt là ở châu Á. Thị trường tiêu thụ chính là các quốc gia châu Á, chủ yếu là Trung Quốc. Do đó, chúng ta cần nhìn lại thực tế thanh long của tỉnh Bình Thuận và có những biện pháp nhằm nâng cao giá trị xuất khẩu quả thanh long hơn nữa khi mà Việt Nam đã là thành viên của nhiều tổ chức kinh tế. Quả thanh long cần phải đạt những chỉ tiêu gì để đẩy mạnh tiêu thụ trên thị trường và thu hút được người tiêu dùng.

Những năm gần đây Việt Nam đã rất tích cực tham gia vào các hoạt động thương mại kinh tế quốc tế. Những hoạt động này thúc đẩy vị thế của Việt Nam ta trên thương trường quốc tế. Ngày 5/11/2016, Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII ban hành Nghị quyết số 06-NQ/TW về thực hiện có hiệu quả tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế, giữ vững ổn định chính trị – xã hội trong bối cảnh nước ta tham gia các hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới. Đây là nghị quyết lấy hội nhập về kinh tế quốc tế làm đầu, với sự tham gia của toàn dân đặc biệt là lực lượng lao động tri thức để học hỏi, tiếp thu các kiến thức mới phát triển đất nước.

Việc thu mua quả thanh long chủ yếu là do tư nhân đứng ra phụ trách, nên khó tránh khỏi việc thao túng thị trường, đẩy giá của quả thanh long tại địa phương xuống thấp. Thanh long được trồng nhiều tại các địa phương khác nên người tiêu dùng có rất nhiều sự lựa chọn. Bên cạnh đó, ngày nay các địa phương khác cũng đã có nhiều cải cách nhằm nâng cao chất lượng quả thanh long nên việc cạnh tranh trong thị trường giữa quả thanh long Bình Thuận với các địa phương trồng thanh long tại Việt Nam và tại các quốc gia khác ngày càng diễn ra gay gắt và khốc liệt. Thanh long Bình Thuận đang dần mất đi thị thế trên thị trường nếu như không có các biện pháp cải tiến về chất lượng, về bảo quản, về giá cả, ...

Đó là các cơ hội và thách thức mà người nông dân trồng thanh long cả nước nói chung và tại Bình Thuận nói riêng đang đối mặt. Vì vậy đề tài: “Nâng cao năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế” được thực hiện nhằm giải quyết và phát triển đầu ra cho quả thanh long tại Bình Thuận.

## **2. Các công trình nghiên cứu có liên quan**

Nhiều tác giả đã có các công trình nghiên cứu về năng lực cạnh tranh của các loại trái cây, trong đó có thanh long từ trước đến nay. Bài viết có kế thừa và phát triển dựa trên các báo cáo, văn bản, luận văn khác có cùng chủ đề nghiên cứu:

#### **a. Các luận án nghiên cứu**

- Nguyễn Việt Bằng, (2015), “Các thành phần tài sản thương hiệu trái cây tươi tại thị trường Việt Nam: trường hợp thanh long Bình Thuận”, Luận án Tiến sĩ kinh tế. Nội dung: Tác giả đã khám phá và phân tích các thành phần tài sản thương hiệu thanh long Bình Thuận. Các thành phần bao gồm: nhận biết thương hiệu, liên tưởng thương hiệu, chất lượng cảm nhận, long trung thành thương hiệu và an toàn cảm nhận. Ở đề tài này, tác giả đã nhấn mạnh tác động của thương hiệu đến khả năng thu hút người tiêu dùng. Người tiêu dùng tin tưởng và yêu thích sử dụng thanh long Bình Thuận khi họ nhận biết được những đặc điểm nổi trội thông qua hình dáng, màu sắc, hương vị, logo so với những thanh long ở các địa phương khác. Khi người tiêu dùng trung thành với thanh long Bình Thuận sẽ gia tăng tình cảm và ý định lựa chọn thanh long Bình Thuận thay vì các loại thanh long khác. Có thể kết luận rằng: Phát triển thương hiệu chính là nâng cao khả năng cạnh tranh của thanh long Bình Thuận trong giai đoạn hiện nay.

- Nguyễn Thị Phương Nhung, (2014), “Khả năng cạnh tranh của hàng nông sản Việt Nam trong những năm qua và giải pháp thúc đẩy khả năng cạnh tranh của hàng nông sản Việt Nam đến năm 2020”, Báo cáo thực hành nghề nghiệp lần 2. Nội dung: đề tài tập trung chủ yếu vào phân tích năng lực và khả năng cạnh tranh của hàng nông sản Việt Nam trên các thị trường quốc tế. Tác giả đã hệ thống những lý luận chung về cạnh tranh và sức cạnh tranh của mặt hàng nông sản. Tác giả phân tích, đánh giá điểm mạnh điểm yếu của một số mặt hàng nông sản thiết yếu trong giai đoạn hiện tại để có những giải pháp phát triển khả năng cạnh tranh đến năm 2020. Những mặt hàng đó là: gạo, chè, cà phê, hồ tiêu, cao su. Dựa vào những đánh giá của tác giả về đặc điểm thị trường nông sản trên thế giới cũng như khả năng cạnh tranh của hàng nông sản Việt Nam, tôi áp dụng các đặc điểm này vào thanh

long Bình Thuận trong bài viết này nhằm phát triển khả năng cạnh tranh của thanh long Bình Thuận.

- Ninh Đức Hùng, (2013), “Nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành trái cây Việt Nam”, Luận án Tiến sĩ kinh tế. Nội dung: Ở luận án này, tác giả đã thể hiện được năng lực cạnh tranh của ngành trái cây là tổng hoà năng lực cạnh tranh của sản phẩm, của tổ chức kinh tế tham gia sản xuất, chế biến và thương mại sản phẩm trái cây và năng lực cạnh tranh của địa phương trong việc cung cấp các dịch vụ công và hành chính công cho các tổ chức kinh tế sản xuất kinh doanh trái cây. Luận án cũng đã chỉ rằng để phát triển trái cây Việt Nam trong điều kiện kinh tế thị trường và hội nhập, Nhà nước cần phát triển xây dựng các đầu tư công, chính sách công: đây là môi trường thuận lợi cho các hộ nông nghiệp, thương lái và doanh nghiệp phát triển bền vững trong nền kinh tế thị trường mới. Từ Luận án, có thể thấy việc phát triển chất lượng trái cây tại người trồng, đầu tư tư nhân trong kinh doanh, chế biến và chính sách đầu tư công, dịch vụ công của Nhà nước là những yếu tố chủ yếu góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh của trái cây Việt Nam, trong đó có thanh long Bình Thuận.

- Trần Nguyên Lộc, (2013), “Giải pháp phát triển thương hiệu thanh long Bình Thuận đến năm 2020, Luận văn tốt nghiệp. Nội dung: Tác giả đã đánh giá vai trò của thương hiệu đến khả năng cạnh tranh của thanh long. Tác giả đưa ra các luận điểm, các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của thương hiệu thanh long Bình Thuận. Mục tiêu của luận văn này là đưa thương hiệu thanh long Bình Thuận đến gần với người tiêu dùng hơn. Tác giả đã phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến thương hiệu như: chất lượng, giá cả, hệ thống thông tin và phân phối, sự quảng bá thương hiệu, yếu tố con người và chính sách của Nhà nước. Từ đó tác giả đưa ra các nhóm giải pháp nhằm phát triển thương hiệu của thanh long Bình Thuận. Cải thiện những yếu tố tác động đến thương hiệu của sản phẩm góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận.

- Cao Thị Thu Trang, (2010), “Hoàn thiện chuỗi cung ứng mặt hàng thanh long bình thuận”, Luận văn tốt nghiệp. Nội dung: Đề tài với mục tiêu nâng cao khả năng cạnh tranh của thanh long Bình Thuận thông qua hoàn thiện chuỗi cung ứng.

Đề tài đã tìm hiểu và phân tích các yếu tố ảnh hưởng trong chuỗi cung ứng và sự phân phối lợi ích giữa các bên liên quan. Các vấn đề mà tác giả đưa ra để phát triển chuỗi cung ứng: Cấu hình mạng lưới phân phối, kiểm soát tồn kho, các hợp đồng cung ứng, các chiến lược phân phối, ...

- Trần Thị Cẩm Nhung, (2009), “Phân tích tình hình sản xuất và tiêu thụ thanh long ở huyện chợ Gạo, tỉnh Tiền Giang”, Luận văn tốt nghiệp. Nội dung: Đề tài này phân tích thực trạng sản xuất và tiêu thụ thanh long ở huyện Chợ Gạo, tỉnh Tiền Giang. Khi phân tích, tác giả đã đưa ra những điểm mạnh, điểm yếu cũng như cơ hội và đe dọa của quá trình sản xuất và tiêu thụ quả thanh long. Từ đó đưa ra một số giải pháp nâng cao hơn nữa hiệu quả sản xuất của nông dân trồng thanh long ở huyện Chợ Gạo – Tiền Giang. Đây cũng là địa phương trong giai đoạn phát triển và mở rộng thị trường tiêu thụ thanh long, người nông dân Bình Thuận có thể học tập những giải pháp tốt, những bài học kinh nghiệm hợp lý để áp dụng phát triển thanh long tại Bình Thuận.

- Nguyễn Thị Mộng Trinh, (2009), “Phân tích hiệu quả trồng thanh long ở huyện Châu Thành tỉnh Long An”, Luận văn tốt nghiệp. Nội dung: Tác giả đã có cái nhìn tổng quan về thực trạng mô hình sản xuất thanh long của Long An. Tác giả đưa ra các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng phát triển ổn định của thanh long Long An vào thời điểm kinh tế Việt Nam vừa hội nhập với thế giới như: Tiêu chuẩn GAP ngày càng khắc khe của thị trường, không có sự liên kết của các thành phần kinh tế, chi phí nguyên vật liệu đầu vào cao,... Từ những khó khăn và giải pháp mà Long An đã vượt qua để tạo chỗ đứng cho thanh long Long An, người nông dân trồng thanh long ở Bình Thuận có thể áp dụng những bài học kinh nghiệm quý báu để phát triển cho nông sản địa phương mình.

- Nguyễn Thị Anh Thy, (2008), “Ứng dụng một số biện pháp kỹ thuật trong bảo quản thanh long Bình Thuận”, Đồ án tốt nghiệp. Nội dung: Đồ án là một nghiên cứu về các phương pháp bảo quản thanh long sau khi thu hoạch để giữ, lưu kho được lâu. Tác giả đã ứng dụng các biện pháp kỹ thuật trong bảo quản thanh long Bình Thuận bằng các thí nghiệm, khảo sát của các chất xử lý bề mặt ở nhiệt độ phòng. Đây là một trong những nội dung nhằm giải quyết vấn đề bảo quản tươi

thanh long và góp phần tăng khả năng cạnh tranh của loại trái cây này bằng việc xử lý bề mặt với các hóa chất an toàn cho người dùng nhưng vẫn giữ được độ tươi ngon của quả.

- Lớp Cao học – thương mại – K20, “Tiến trình hoạch định chiến lược marketing toàn cầu cho trái thanh long Việt Nam”, Luận Văn tốt nghiệp. Nội dung: Đề tài chủ yếu tập trung vào các chiến lược hoạt động quảng bá thương hiệu thanh long Việt Nam trên toàn cầu, đưa thanh long của Việt Nam đến người tiêu dùng nhanh hơn và chính xác hơn.

- Đoàn Thị Mai, (2005), “Năng lực cạnh tranh của nông sản xuất khẩu Việt Nam: Thực trạng và giải pháp”, Luận văn tốt nghiệp. Nội dung: Tác giả đã nhìn nhận những thực tế và chân thật tình hình xuất khẩu nông sản của Việt Nam giai đoạn đầu kinh tế Việt Nam hội nhập với thế giới. Bối cảnh thị trường thế giới đã đòi hỏi những yếu tố về chất lượng, mẫu mã của sản phẩm. Tuy nhiên, các nguồn lực sản xuất trong nước: đất đai cằn cỗi, kỹ thuật sản xuất, chế biến lạc hậu, mức độ cơ giới hoá sản xuất thấp, công nghệ chưa phát triển, là những vấn đề có tính cấp bách trong giai đoạn thời đó. Đây là những cơ sở, tiền đề để so sánh, đánh giá khả năng cạnh tranh thông qua phương pháp sản xuất nông sản những năm 2000 so với giai đoạn hiện nay.

#### **b. Các báo cáo, hội nghị nhằm nâng cao khả năng sản xuất và tiêu thụ của thanh long địa phương**

- Bài báo hiệu quả kinh tế sản xuất thanh long theo tiêu chuẩn VietGap ở huyện Hàm Thuận Nam tỉnh Bình Thuận – thực trạng và giải pháp, Tạp chí khoa học và công nghệ lâm nghiệp số 4 – 2017.

- Báo cáo nghiên cứu thị trường thanh long của Úc và các giải pháp xúc tiến xuất khẩu thanh long của Việt Nam vào thị trường này, 06/2017 của Thương vụ Việt Nam tại Úc.

- Bài báo giá trị thương hiệu: Nghiên cứu thực hiện với sản phẩm thanh long Bình Thuận, tạp chí khoa học Đại học Văn Hiến số ngày 30/08/2016.



- Báo cáo nghiên cứu khoa học: Xây dựng mô hình hợp tác trong sản xuất sản phẩm thanh long Bình Thuận, đăng trên tạp chí khoa học và công nghệ Đà Nẵng, số 5 (40), 2010.

- Báo cáo nghiên cứu khoa học: Mở rộng cơ hội xuất khẩu thanh long cho các hộ nông dân sản xuất nhỏ thông qua Thực Hành Nông Nghiệp Tốt – MS6: Mở rộng Mô Hình Thí Điểm, tỉnh Bình Thuận, năm 2009.

- Quyết định về việc phê duyệt quy hoạch vùng trồng thanh long tỉnh Bình Thuận đến năm 2020, định hướng đến năm 2025, ngày 03/06/2016 của UBND tỉnh Bình Thuận.

- Quyết định về việc phê duyệt đề án nghiên cứu phát triển thị trường thanh long Bình Thuận ngày 13/11/2013 của UBND tỉnh Bình Thuận.

- “Developing an Agricultural Research and Development Priority Framework for Vietnam - Economic & Policy Sub-Sector Workshop”. Đây là báo cáo về việc xây dựng các khung ưu tiên về nghiên cứu và phát triển ngành nông nghiệp của Việt Nam tại diễn đàn Economic & Policy Sub-Sector tháng 10/2010.

Một số các công trình nghiên cứu, báo cáo trên đã đưa ra được sự phát triển của trái cây Việt Nam, tình hình sản xuất và tiêu thụ thanh long của Bình Thuận. Các công trình nghiên cứu ấy hướng đến phát triển khả năng cạnh tranh của thanh long trong tiêu chuẩn, giải pháp cụ thể về kỹ thuật sản xuất, xu hướng phát triển và giải pháp tiêu thụ sản phẩm thanh long.

Các luận văn còn ít đánh giá tổng quan về năng lực cạnh tranh của thanh long tỉnh Bình Thuận về các yếu tố cấu thành và các ảnh hưởng lên khả năng cạnh tranh của thanh long Bình Thuận trong thời đại hội nhập kinh tế quốc tế ngày nay. Tuy thị trường trong nước và quốc tế đã được mở rộng, nhưng các yêu cầu về sản phẩm cũng ngày càng nghiêm ngặt, khắc khe hơn đòi hỏi chúng ta phải cải tiến phù hợp với sự phát triển này. Bên cạnh đó, là sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ, của công nghệ thông tin, điều này ảnh hưởng nhiều đến việc phát triển của sản phẩm thanh long.

Đến nay, vẫn có ít các nghiên cứu đã thảo luận một cách có hệ thống về nâng cao năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận trong xu thế hội nhập kinh tế

quốc tế. Và cho đến hôm nay, vẫn có các hàng loạt câu hỏi được đặt ra như: Xu thế hội nhập kinh tế quốc tế, thị trường và yêu cầu về sản phẩm có gì mới khác so với trước đây? Đây là cơ sở lý luận và thực tiễn cho nâng cao năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận ở xu thế hội nhập? Giải pháp nào để nâng cao năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận trong xu thế mới này?

Để góp phần bổ sung các nội dung mới về cơ sở lý luận và thực tiễn của thanh long Bình Thuận trong xu thế phát triển mới, đồng thời làm sáng tỏ các câu hỏi trên. Đề tài: “**Nâng cao năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế**” được tiến hành.

### **3. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài**

Trên cơ sở đánh giá thực trạng của thanh long Bình Thuận và đưa ra những giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế:

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về năng lực cạnh tranh của mặt hàng, sản phẩm nông nghiệp – thanh long.
- Phân tích và đánh giá thực trạng thanh long của Bình Thuận. Làm rõ những tồn tại trong việc cạnh tranh thanh long trên thị trường.
- Từ thực trạng và hạn chế, đề ra những giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế.

### **4. Đối tượng nghiên cứu**

Đối tượng nghiên cứu: năng lực cạnh tranh của quả thanh long tại tỉnh Bình Thuận trong xu thế nền kinh tế quốc gia hội nhập kinh tế quốc tế.

### **5. Phạm vi nghiên cứu**

#### **5.1. Không gian**

Địa bàn nghiên cứu tại tỉnh Bình Thuận, chủ yếu là huyện Hàm Thuận Nam và huyện Hàm Thuận Bắc.

#### **5.2. Thời gian**

Đề tài sử dụng nguồn thông tin, số liệu trong thời gian chủ yếu là 03 năm trở lại đây để đưa ra các dự đoán về năng lực cạnh tranh của thanh long tỉnh Bình Thuận trong tương lai.

## **6. Phương pháp nghiên cứu**

Để giải quyết, xây dựng các vấn đề nghiên cứu, đề tài sử dụng một số phương pháp sau:

- Phương pháp phân tích tổng hợp: nghiên cứu các dữ liệu được thu thập và tổng hợp qua các phương tiện thông tin đại chúng về hoạt động thương mại, trồng trọt cho thanh long tỉnh Bình Thuận:

- Thu thập số liệu đã công bố (số liệu thứ cấp). Các số liệu đã được công bố là số liệu thống kê về diện tích trồng thanh long, tình hình sản xuất và xuất nhập khẩu, các vấn đề về địa lý và kinh tế – xã hội của tỉnh Bình Thuận, phương pháp trồng thanh long, được thu thập và tổng hợp qua sách báo, tài liệu, internet, các loại báo cáo tổng kết năm của Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn, Bộ Công thương, Hiệp hội rau quả Việt Nam, niên giám thống kê của tỉnh Bình Thuận và các công trình nghiên cứu trước đây của nông sản về hoạt động thương mại, trồng trọt cho thanh long tỉnh Bình Thuận.

- Thu thập số liệu mới (số liệu sơ cấp). Các số liệu mới về thực trạng năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận trong vấn đề sản xuất được thu thập bằng việc phỏng vấn khảo sát nông dân. Đây là hình thức thu thập thông tin ở những người nắm thông tin chuyên sâu về thực trạng sản xuất, mua bán thanh long, những thuận lợi, khó khăn cũng như những gợi ý chung về giải pháp, định hướng về vấn đề tìm hiểu. Đây cũng là thành phần chính cung cấp thông tin về thực tiễn thực hiện quy trình sản xuất thanh long sạch theo tiêu chuẩn VietGap, GlobalGap bên cạnh một số cán bộ từ các xã phụ trách mảng phát triển nông nghiệp nông thôn. Việc thu thập số liệu dựa vào việc chọn mẫu xác suất ngẫu nhiên, người nông dân được lựa chọn ngẫu nhiên đánh giá về tình hình sản xuất thanh long của tỉnh Bình Thuận và các dự án công có liên quan đến hoạt động sản xuất.

Thiết kế bảng hỏi khảo sát nhằm mục đích thu thập các thông tin phục vụ cho nghiên cứu, đây là các thông tin về khả năng sản xuất của nông dân và mức hài lòng, thỏa mãn của hộ nông dân trong quá trình sản xuất. Khả năng cạnh tranh của thanh long có múi chót là chất lượng trong khâu trồng, kỹ năng canh tác và thu mua. Bảng khảo sát được thiết kế trả lời đánh dấu vào các ô tương ứng. Năm 2018, tỉnh Bình Thuận có hơn 9000 hộ nông dân sản xuất thanh long sạch. Với sai số cho phép là 10%, độ tin cậy 95% và  $P = 0.5$ , tác giả khảo sát 99 nông dân (theo bảng cỡ mẫu của Trung tâm Thông tin và phân tích dữ liệu Việt Nam).

Phương pháp quan sát. Những số liệu, thông tin, hiện tượng được thu thập qua việc sử dụng các giác quan để ghi nhận các hiện tượng, hành vi của người nông dân, thương lái trong quá trình sản xuất và thu mua thanh long tại địa phương. Thông tin này được thu thập một cách trực diện trong hoàn cảnh khách quan của thực tế.

- Các số liệu sau khi thu thập được, được tổng hợp và chuẩn hóa, phân tổ thành bộ cơ sở dữ liệu và xử lý bằng phần mềm máy tính trợ giúp như Excel. Phương pháp bảng thống kê được sử dụng nhằm biểu hiện các số liệu thống kê một cách có hiệu quả, logic, giúp mô tả rõ ràng và cụ thể các giá trị trồng trọt, cách chăm sóc và xuất khẩu thanh long.

- Phương pháp thống kê mô tả: dùng phương pháp này để thống kê số liệu cụ thể nhằm phục vụ cho việc phân tích thực trạng trồng trọt, sản xuất của thanh long tỉnh Bình Thuận làm cơ sở cho việc đề xuất giải pháp. Gồm các nội dung chính như: phản ánh mức độ (dùng các chỉ tiêu tổng hợp số tuyệt đối, số tương đối và số bình quân); phản ánh mối quan hệ (dùng các phương pháp thống kê, đồ thị thể hiện mối quan hệ giữa các chủ thể); tình hình biến động (dùng các chỉ số về tình hình biến động trong trồng trọt và sản xuất).

- Phương pháp so sánh, đối chiếu: được sử dụng để so sánh lợi thế trồng trọt của thanh long tỉnh Bình Thuận trước đây và trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế ngày nay. So sánh thanh long của tỉnh Bình Thuận so với các địa phương khác về chất lượng, mẫu mã. So sánh năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận với các địa phương khác. Nêu ra được những mặt còn tồn tại, khó khăn, các yếu tố ảnh hưởng từ đó đề xuất các giải pháp phù hợp.

## **7. Đóng góp của luận văn**

### **a. Những đóng góp về mặt lý luận**

- Luận văn đã hệ thống hóa được cơ sở lý luận, lý thuyết về năng lực cạnh tranh, nâng cao năng lực cạnh tranh của mặt hàng – thanh long tỉnh Bình Thuận. Nâng cao năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận là quá trình cải thiện năng lực cạnh tranh ở khâu sản xuất và đầu tư hoàn thiện việc cung cấp các dịch vụ. Luận văn đã chỉ ra hệ thống các chỉ tiêu đánh giá và các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận trong xu thế hội nhập kinh tế.

### **b. Những đóng góp về mặt thực tiễn**

- Luận văn giúp đánh giá về năng lực cạnh tranh của thanh long tại tỉnh Bình Thuận trong giai đoạn kinh tế mới.

- Nhìn nhận lại điểm mạnh, điểm yếu của thanh long tại tỉnh Bình Thuận ngày nay.

- Đánh giá và đưa ra các đề xuất, kiến nghị nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của thanh long tỉnh Bình Thuận nhằm đáp ứng yêu cầu của thị trường ngày nay.

## **8. Kết cấu đề tài**

Ngoài phần mở đầu, kết luận. Đề tài gồm các chương với các thông tin:

Chương 1: Cơ sở lý luận về năng lực cạnh tranh và tác động của việc hội nhập kinh tế quốc tế đối với quả thanh long.

Chương 2: Phân tích thực trạng năng lực cạnh tranh thanh long tỉnh Bình Thuận trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế.

Chương 3: Giải pháp, kiến nghị nâng cao năng lực cạnh tranh của thanh long tỉnh Bình Thuận trên thị trường thế giới trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế.

## Chương 1

# CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH VÀ TÁC ĐỘNG CỦA VIỆC HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ ĐỐI VỚI QUẢ THANH LONG

### 1.1. Cơ sở lý luận về năng lực cạnh tranh hàng hóa trên thị trường

#### 1.1.1. Cạnh tranh và vai trò của cạnh tranh

Trong nền kinh tế thị trường, cạnh tranh là hiện tượng phổ biến và có ý nghĩa tích cực, quan trọng trong việc phát triển sản phẩm ở các quốc gia, khu vực. Có nhiều trường phái theo các thời kỳ phân tích về lý thuyết cạnh tranh:

Lý thuyết cạnh tranh cổ điển: ra đời gắn với sự hình thành chủ nghĩa tự do kinh tế vào thế kỷ XVIII ở Anh, với tác giả tiêu biểu là nhà kinh tế học người Anh Adam Smith (1723 – 1790). Tư tưởng tự do kinh tế, và coi cạnh tranh có vai trò điều tiết cung – cầu. Cạnh tranh là động lực của sự phát triển kinh tế, cũng như là phát triển con người, xã hội. Tư tưởng này chiếm giữ vị trí trung tâm trong học thuyết của A. Smith, với các cương lĩnh rõ ràng, nổi bật là đề cao vai trò của cá nhân, ca ngợi cơ chế tự điều tiết của kinh tế thị trường, thực hiện tự do cạnh tranh, ủng hộ sở hữu tư nhân và nhà nước không can thiệp vào kinh tế. Mô hình cạnh tranh kinh tế của A. Smith có thể được khái quát: Cạnh tranh → trao đổi → phân công lao động → hiệu quả → tiết kiệm → đầu tư → việc làm → tăng cung → thúc đẩy cạnh tranh.

Theo Các Mác: “Cạnh tranh là sự ganh đua, sự đấu tranh gay gắt giữa các nhà tư bản để giành giật những điều kiện thuận lợi trong sản xuất và tiêu thụ hàng hóa để thu được lợi nhuận siêu ngạch”

Lý thuyết cạnh tranh tân cổ điển: cuối thế kỷ XIX, đầu thế kỷ XX gắn liền với các nhà kinh tế như: W. S. Jevons, A. Cournot, L. Walras, A. Marshall, ... chủ yếu nghiên cứu các hành vi kinh tế, lý thuyết sản xuất và phân phối ở cấp độ vi mô

trong điều kiện chủ nghĩa tư bản tự do cạnh tranh. Tuy nhiên, các học thuyết ở thời điểm này chưa làm rõ được các vấn đề trong điều kiện cạnh tranh không hoàn hảo.

Lý thuyết cạnh tranh hiện đại: hình thành từ thế kỷ XX đến nay. Lý thuyết này gắn liền với sự tồn tại của nền kinh tế thị trường hiện đại với các nhà kinh tế học nổi tiếng như: E. Chamberlin, J. Robinson, R. Boyer, Micheal Porter, ... Việc cạnh tranh là một hình thái tất yếu trong nền kinh tế mới. Cạnh tranh có tính chất hai mặt: tác động tích cực và tác động tiêu cực. Theo Từ điển Bách Khoa của Việt Nam thì: “Cạnh tranh (trong kinh doanh) là hoạt động ganh đua giữa những người sản xuất hàng hóa, giữa các thương nhân, các nhà kinh doanh trong nền kinh tế thị trường, chi phối bởi quan hệ cung cầu nhằm giành các điều kiện sản xuất, tiêu thụ và thị trường có lợi nhất”.

Cuốn Từ điển kinh doanh của Mariam Webster xuất bản năm 1992 thì: “Cạnh tranh là sự ganh đua, sự kình địch giữa các nhà kinh doanh trên thị trường nhằm giành cùng một loại tài nguyên sản xuất hoặc cùng một loại khách hàng về phía mình”. Tuy nhiên, việc cạnh tranh ngày nay không còn đối kháng mạnh mẽ mà chuyển sang hợp tác dựa trên chất lượng sản phẩm, mẫu mã, giá cả và dịch vụ.

Để phát triển về kinh tế, mỗi chủ thể cũng cần phải cạnh tranh không chỉ với chính sản phẩm của mình, công ty mình mà còn phải cạnh tranh với đối thủ hoặc các sản phẩm thay thế. Ở Việt Nam, cạnh tranh được nhận định là phương thức để giành lợi nhuận cao nhất cho các chủ thể kinh tế. Đó là hình thức tối thiểu chi phối của các yếu tố đầu vào và tạo ra giá trị cao nhất cho đầu ra. Điều này giúp tối đa hóa lợi nhuận cho nhà sản xuất. Đồng thời, cạnh tranh cũng góp phần tối ưu hóa nguồn lực và nguồn nhiên liệu.

Theo Me Carthy: "Thị trường có thể được hiểu là những nhóm khách hàng tiềm năng với những nhu cầu tương tự (giống nhau) và những người bán đưa ra các sản phẩm khác nhau với các cách thức khác nhau để thoả mãn các nhu cầu đó".

Cạnh tranh có thể xảy ra giữa những người sản xuất, doanh nghiệp trong cùng một sản phẩm, hàng hóa hoặc giữa các loại sản phẩm tương đồng với nhau khi

người sản xuất muốn bán hàng hóa, sản phẩm với giá cao, người tiêu dùng lại muốn mua được với giá thấp. Cạnh tranh kinh tế là sự ganh đua giữa các chủ thể kinh tế nhằm giành lấy những vị thế tạo nên lợi thế tương đối trong sản xuất, tiêu thụ hay tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ hay các lợi ích về kinh tế, thương mại khác để thu được nhiều lợi ích nhất cho mình.

Có nhiều biện pháp cạnh tranh: cạnh tranh giá cả (giảm giá) hoặc cạnh tranh phi giá cả (khuyến mãi, quảng cáo). Hay cạnh tranh của một doanh nghiệp, một ngành, một quốc gia là mức độ mà ở đó, dưới các điều kiện về thị trường tự do và công bằng có thể sản xuất ra các sản phẩm hàng hóa và dịch vụ đáp ứng được đòi hỏi của thị trường, đồng thời tạo ra việc làm và nâng cao được thu nhập thực tế.

Từ những cách tiếp cận trên, trong phạm vi nghiên cứu của luận văn có thể hiểu khái niệm cạnh tranh là: các chủ thể kinh tế ganh đua với nhau, trên cơ sở sử dụng các nguồn lực về tài chính, nhân lực, vật lực, tài nguyên, khoa học công nghệ trong sản xuất, dịch vụ để tạo ra các sản phẩm tối ưu về chất lượng, giá cả, dịch vụ. Đó là những giá trị hữu hình và vô hình mà chủ thể kinh tế tạo ra sự khác biệt nhằm giành lấy những vị thế trong sản xuất, tiêu thụ hàng hóa, đạt được tối đa lợi nhuận.

### **Phân loại cạnh tranh**

Cạnh tranh được chia làm các loại:

- Cạnh tranh giữa người mua và người bán.
- Cạnh tranh giữa người mua và người mua.
- Cạnh tranh giữa người bán và người bán.

Cạnh tranh càng diễn ra khốc liệt và quyết liệt hơn khi chúng ta gia nhập các tổ chức kinh tế thế giới như WTO, CPTPP, ... Cạnh tranh là hiện tượng tự nhiên, chỉ có những thay đổi đúng đắn mới góp phần làm tăng sự phát triển, còn không sẽ bị loại bỏ hoặc bị đào thải. Trên thị trường, cạnh tranh giữa các doanh nghiệp diễn ra khá gay gắt và khốc liệt. Theo phạm vi kinh tế, loại cạnh tranh này được phân ra làm hai loại:



- Cạnh tranh giữa các ngành: đây là loại cạnh tranh mà các công ty có các ngành kinh tế khác nhau cạnh tranh giữa các loại hàng hóa, dịch vụ nhằm tạo ra vị thế và danh tiếng cho công ty. Loại cạnh tranh này góp phần thúc đẩy, khuyến khích các nhà đầu tư phát triển vào các lĩnh vực, loại hình kinh doanh nhanh và dễ kiếm được lợi nhuận hoặc tạo ra nguồn lợi nhuận lâu dài, ổn định.

- Cạnh tranh trong nội bộ ngành: các công ty, doanh nghiệp cùng sản xuất ra một loại hàng hóa, dịch vụ cạnh tranh với nhau. Nếu đối thủ yếu hơn sẽ bị chiếm dần thị trường hoặc bị thôn tính và đòi hỏi phải có các chiến lược phát triển để đưa ra được các ưu thế mạnh mẽ hơn.

Nếu xét về mức độ cạnh tranh, cạnh tranh được chia làm 2 loại:

- Cạnh tranh hoàn hảo: là thị trường mà ở đó có rất nhiều người bán sản phẩm tương tự nhau về phẩm chất, quy cách, chủng loại, mẫu mã.

- Cạnh tranh không hoàn hảo: ở thị trường này, sức mạnh thị trường thuộc về một số doanh nghiệp sản xuất kinh doanh lớn. Các doanh nghiệp trên thị trường này kinh doanh những loại hàng hoá và dịch vụ khác nhau. Đây là loại thị trường phổ biến nhất hiện nay.

### **Vai trò của cạnh tranh**

Cạnh tranh có vai trò quan trọng trong nền sản xuất hàng hóa nói riêng và trong lĩnh vực kinh tế nói chung, là động lực thúc đẩy sản xuất phát triển, góp phần vào sự phát triển kinh tế. Cạnh tranh không những mang lại tác động tích cực mà còn có những tác động tiêu cực đến nền kinh tế.

Xét về mặt tích cực ở tầm vĩ mô, cạnh tranh là động lực, buộc người sản xuất phải năng động, nhạy bén, nắm bắt tốt hơn nhu cầu của người tiêu dùng. Để làm được những điều đó, người sản xuất phải không ngừng nâng cao tay nghề, thường xuyên cải tiến kỹ thuật, áp dụng những tiến bộ khoa học kỹ thuật vào trong sản xuất. Ở tầm vĩ mô, có thể nói, ở đâu thiếu cạnh tranh hoặc có biểu hiện độc quyền thì thường trì trệ và kém phát triển. Cạnh tranh góp phần vào sự phát triển kinh tế,

hội nhập với quốc tế vì người sản xuất luôn luôn tìm ra những sản phẩm có chất lượng tốt hơn, giá cả hợp lý hơn và công nghệ hơn để đáp ứng thị hiếu của người tiêu dùng. Nói cách khác, cạnh tranh sẽ đem đến cho khách hàng giá trị tối ưu đối với những đồng tiền mồ hôi công sức của họ.

Ngoài mặt tích cực, cạnh tranh cũng đem lại những hệ quả không mong muốn về mặt xã hội. Nó phân hóa mạnh mẽ giàu nghèo, có những tác động tiêu cực khi cạnh tranh không lành mạnh, dùng các thủ đoạn vi phạm pháp luật hay bất chấp pháp luật. Vì lý do trên cạnh tranh kinh tế bao giờ cũng phải được điều chỉnh bởi các định chế xã hội, sự can thiệp của nhà nước. Những hành động vi phạm đạo đức hay vi phạm pháp luật (buôn lậu, trốn thuế, tung tin phá hoại, ...) đều gây tổn hại đến nền kinh tế và mọi thành phần trong xã hội.

Trong xã hội, mỗi con người, xét về tổng thể, vừa là người sản xuất đồng thời cũng là người tiêu dùng, do vậy cạnh tranh thường mang lại nhiều lợi ích hơn cho mọi người và cho cộng đồng, xã hội.

Việc cạnh tranh nên dần dần chuyển từ hình thức đối đầu sang hợp tác cùng có lợi. Đây là cách hành xử văn minh và hiệu quả trong cạnh tranh và cần được nhà nước can thiệp, điều chỉnh phù hợp với lợi ích của người sản xuất, người tiêu dùng.

### **1.1.2. Năng lực cạnh tranh của sản phẩm**

Năng lực cạnh tranh là cách thức một sản phẩm, dịch vụ được tạo điều kiện tốt nhất để phát triển kinh tế, môi trường, xã hội. Năng lực cạnh tranh được đo lường dựa trên năng suất, hiệu quả sản phẩm, dịch vụ mang lại.

Chưa có định nghĩa chính thức nào về năng lực cạnh tranh của sản phẩm. Quan điểm trong luận văn này dựa trên các đánh giá về năng lực cạnh tranh của quốc gia, của sản xuất.

Theo định nghĩa của Diễn đàn kinh tế thế giới (WEF – World Economic Forum) thì năng lực cạnh tranh của một quốc gia là khả năng của một nền kinh tế có thể tạo ra tăng trưởng bền vững trong môi trường kinh tế đầy biến động của thị trường thế giới. Năng lực cạnh tranh quốc gia được hình thành dựa trên nhiều yếu

tố: vị trí địa lý, tài nguyên khoáng sản, sự mở cửa kinh tế của nhà nước, các chính sách phát triển đất nước của Nhà nước, công nghệ, nhân lực, ... Năng lực cạnh tranh quốc gia có thể được xác định bằng tốc độ tăng trưởng của quốc gia đó.

Theo một số tác giả thì năng lực cạnh tranh của sản phẩm là dựa vào khả năng nắm giữ, phát triển thị phần của doanh nghiệp. Người sản xuất đem sản phẩm của mình so sánh mức tiêu thụ với các loại khác trong thời gian cụ thể và ở những thị trường nhất định. Song, cũng có nhiều ý kiến đánh giá rằng, năng lực cạnh tranh của sản phẩm là sự vượt trội của nó so với các mặt hàng khác trên cùng một thị trường. Từ đó tạo nên độ tin cậy của khách hàng đối với sản phẩm, độ tin cậy của người tiêu dùng rất quan trọng cho sự tồn tại của một loại sản phẩm: đó là sự vượt trội về mẫu mã, chất lượng, giá cả, dịch vụ mà sản phẩm đem lại cho người tiêu dùng.

Một loại sản phẩm có năng lực cạnh tranh mạnh, yếu do nhiều yếu tố cấu thành, trong đó các yếu tố chính như: yếu tố chất lượng, giá cả gắn với các dịch vụ đi kèm. Sản phẩm cung ứng được thị hiếu, thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng cao hơn các loại sản phẩm khác, đồng thời tạo ra lợi nhuận tối ưu cho nhà sản xuất. Sản phẩm nổi trội, ít hoặc không thể bị thay thế bởi các mặt hàng khác. Ngoài các yếu tố chính trên, các yếu tố khác như kiểu dáng, mẫu mã, thương hiệu, bao bì, quảng cáo cũng góp phần tạo nên khả năng cạnh tranh của sản phẩm.

Một nền kinh tế, một quốc gia phát triển có khả năng cạnh tranh cao kéo theo đó nhiều doanh nghiệp có sức cạnh tranh lớn. Đó là nhờ vào chính sách, đường lối của quốc gia cho các doanh nghiệp. Nhà nước xây dựng môi trường kinh doanh thuận lợi, chủ trương rõ ràng, chính trị ổn định nhằm tạo điều kiện các doanh nghiệp cải tiến, nghiên cứu đầu tư cho sản phẩm của mình. Doanh nghiệp chú trọng vào sự linh hoạt, nhạy bén trong sử dụng nguồn nhân lực, vật lực, xây dựng văn hóa làm việc chú trọng đến an toàn, chất lượng và sản lượng của sản phẩm công ty.

Năng lực cạnh tranh của sản phẩm thể hiện qua năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và ngược lại. Đây là hai phạm trù khác nhau nhưng lại có quan hệ mật thiết với nhau: không có năng lực cạnh tranh của sản phẩm hàng hoá cao khi năng lực

cạnh tranh của doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh sản phẩm đó thấp. Năng lực cạnh tranh của hàng hóa còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác như thị hiếu, văn hóa, thu nhập, ... người tiêu dùng chứ không riêng gì phụ thuộc vào sự lớn mạnh của doanh nghiệp, nhà nước. Có thể nói, năng lực cạnh tranh của hàng hóa có ảnh hưởng lớn và thể hiện năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Như vậy, hàng hóa – một nhân tố quan trọng quyết định năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp đó, và của cả khu vực kinh tế đó. Nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm là bộ phận cấu thành, là mục tiêu nhằm phát triển doanh nghiệp, phát triển kinh tế của quốc gia.

## **1.2. Các tiêu chí xác định năng lực cạnh tranh của quả thanh long**

Trong điều kiện kinh tế thị trường hiện nay, năng lực cạnh tranh yêu cầu tính bền vững về sản lượng và thị trường tiêu thụ. Có nhiều yếu tố đánh giá khả năng cạnh tranh của quả thanh long. Đáp ứng được các yêu cầu này, chúng ta có thể thêm tự tin trong việc cạnh tranh với các khu vực khác cùng trồng thanh long. Để thực hiện cạnh tranh thành công trong giai đoạn mới này, mỗi người phải tận dụng các cơ hội trong việc hội nhập với thế giới và dần cải thiện các điểm chưa tốt của sản phẩm, địa phương. Có nhiều yếu tố xác định năng lực cạnh tranh của quả thanh long, mỗi yếu tố này đều tác động trực tiếp đến khả năng cạnh tranh.

### **1.2.1. Điều kiện sản xuất vốn có**

Điều kiện sản xuất là tiền đề quan trọng tạo nên khả năng cạnh tranh của thanh long. Tùy vào địa lý mỗi vùng miền mà có chất lượng quả khác nhau, mùi vị, màu sắc, kích thước khác nhau. Đây là những yêu cầu cơ bản đối với người tiêu dùng và tạo nên ưu thế nhất định so với các loại thanh long khác có chất lượng kém hơn.

Vị trí địa lý: thuận lợi cho giao lưu kinh tế sẽ tạo nên một môi trường kinh tế năng động, linh hoạt, giảm chi phí sản xuất và dễ dàng xuất khẩu thông qua các đường vận tải quốc tế.

Khí hậu sinh thái: Việt Nam có bảy vùng sinh thái khác nhau với những nét đặc thù riêng, và tạo nên những điểm mạnh trong phát triển sản xuất nông nghiệp điển

hình gắn liền với địa phương. Mỗi vùng sinh thái phù hợp với một số loại cây trồng, vật nuôi nhất định. Điều đó tạo nên những điểm riêng biệt đặc trưng mỗi vùng miền. Bên cạnh đó, việc ít xảy ra các thiên tai hạn hán, lũ lụt, ... cũng góp phần giữ ổn định trong việc sản xuất và phát triển quả thanh long.

Nguồn tài nguyên thiên nhiên: đây là yếu tố sử dụng nguồn nguyên liệu tại chỗ. Mỗi ngành sản xuất cần có nguồn tài nguyên riêng biệt và đặc thù. Đối với sản xuất nông nghiệp nguồn đất, nguồn nước là hết sức cần thiết. Nguồn đất đai, nước ngọt dồi dào chính là điều kiện thuận lợi cho phép chúng ta đẩy mạnh phát triển nông nghiệp, cụ thể là chúng ta có thể giảm một phần chi phí sản xuất.

Lực lượng lao động: là những người trực tiếp tham gia vào việc sản xuất, trồng trọt và thương mại cho thanh long. Đây chính là yếu tố tạo nên giá thành.

Lao động và chất lượng của thanh long: sản xuất nông nghiệp là ngành đòi hỏi nhiều lao động, đặc biệt là những nước chưa được cơ giới hoá, hiện đại hoá trong sản xuất nông nghiệp mạnh như nước ta. Nên chúng ta cần cải thiện vấn đề lao động trong việc đổi mới phương thức sản xuất và áp dụng các thành tựu khoa học kỹ thuật vào trong quá trình sản xuất, mua bán.

### **1.2.2. Giống, năng suất và sản lượng**

Nhu cầu tiêu dùng của thế giới ngày càng đa dạng và phong phú đòi hỏi chúng ta phải đáp ứng được nhu cầu của họ. Đó có thể là những quả thanh long có kích cỡ nhỏ nhưng vị ngọt, hoặc là những quả có kích cỡ lớn, vị thanh thanh chua ngọt, ... mỗi thị trường lại có sự cảm thụ vị giác khác nhau nên ta sẽ tận dụng và nhắm tới những thị trường có điểm chung với thanh long chúng ta được sản xuất. Khi chọn giống cần phải xuất phát từ những loại giống mà phần đông thị trường chấp nhận sử dụng và ưu chuộng. Giống tốt thì vấn đề năng suất và chất lượng trong cạnh tranh sẽ chiếm ưu thế hơn.

Khoa học ngày nay rất phát triển, và với những tiến bộ đạt được trong cuộc cách mạng về gen, chúng ta có thể vừa duy trì, bảo tồn những loại sản phẩm truyền thống có chất lượng cao vừa tạo ra những giống lai mới mang lại cảm giác sử dụng

mới cho người tiêu dùng. Qua lai tạo giống chúng ta có thể có được nhiều sản phẩm với những đặc trưng riêng từ một loại cây ban đầu.

Năng suất cao sẽ tạo ra được sản lượng lớn và tăng xuất khẩu của sản phẩm. Để có được năng suất cao đòi hỏi người nông dân phải có những biện pháp đúng đắn cùng với sự hỗ trợ của các thiết bị khoa học công nghệ vào sản xuất. Khi mà thanh long muốn cạnh tranh với các loại khác, đòi hỏi phải có sản lượng bằng hoặc lớn hơn các sản phẩm của đối thủ cạnh tranh bởi vì việc thâm nhập vào các thị trường lớn đòi hỏi phải có lượng sản phẩm lớn và ổn định, kết quả là qua thời gian chiếm lĩnh thị trường, loại dần sản phẩm cạnh tranh.

### **1.2.3. Giá cả**

Giá cả được biểu hiện bằng tiền của giá trị hàng hoá, nghĩa là số lượng tiền phải trả cho hàng hoá đó.

Đối với người nông dân và doanh nghiệp, giá cả hàng hóa trực tiếp tạo ra doanh thu và lợi nhuận thực tế. Đối với người mua, giá cả là số tiền họ cần bỏ ra để sở hữu một loại hàng hóa, dịch vụ. Đối với nhiều thị trường, giá cả tác động đến lượng mua của khách hàng, điều này có nghĩa là giá cả là yếu tố tác động đến khả năng cạnh tranh của sản phẩm.

Giá cả của hàng hoá nói chung là đại lượng thay đổi xoay quanh giá trị. Khi cung và cầu của một hay một loại hàng hóa về cơ bản ăn khớp với nhau thì giá cả phản ánh và phù hợp với giá trị của hàng hoá đó, trường hợp này ít khi xảy ra. Giá cả của hàng hoá sẽ cao hơn giá trị của hàng hoá nếu số lượng cung thấp hơn cầu. Ngược lại, nếu cung vượt cầu thì giá cả sẽ thấp hơn giá trị của hàng hoá đó. Sản phẩm được cạnh tranh về giá, đó là sự cạnh tranh từ các yếu tố như: chi phí sản xuất, chi phí lao động, chi phí tồn kho, chi phí quảng cáo, chi phí bảo hiểm, ... Tối ưu hóa các quá trình trên thì giá sản phẩm bán ra có thể thấp hơn giá thị trường với chất lượng tương tự. Giá cả và chất lượng sản phẩm tỷ lệ nghịch với nhau tạo ra sức hấp dẫn và khả năng cạnh tranh tốt hơn các loại sản phẩm khác cùng loại.

### **1.2.4. Chất lượng, hình dáng, mẫu mã**

Theo quan niệm của nhà sản xuất thì chất lượng là sự hoàn hảo và phù hợp của một sản phẩm với một tập hợp các yêu cầu hoặc tiêu chuẩn, quy cách đã được xác định trước. Tổ chức quốc tế về tiêu chuẩn hóa trong bộ tiêu chuẩn ISO 9001:2000 đưa ra định nghĩa “chất lượng là khả năng của tập hợp các đặc tính của một sản phẩm, hệ thống hay quá trình để đáp ứng các yêu cầu của khách hàng và các bên có liên quan”. Các khái niệm này là sự đáp ứng các đặc tính của sản phẩm cùng với nhu cầu sử dụng thực tế của người tiêu dùng.

Theo M.E. Porter thì khả năng cạnh tranh của mỗi doanh nghiệp được thể hiện qua chất lượng sản phẩm. Chất lượng trở thành một trong những chiến lược quan trọng nhất làm tăng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Thực vậy, thực tế ngày nay chất lượng là yếu tố hàng đầu được xác định chứ không phải là giá cả như trước đây. Việc thanh long của chúng ta có ấn tượng ban đầu về chất lượng tốt là rất cần thiết, tạo điều kiện cho việc tiếp cận thị trường mới trên thế giới. Thanh long là thực phẩm nông nghiệp nên yêu cầu về chất lượng lại càng quan trọng hơn rất nhiều vì yếu tố sức khỏe của người tiêu dùng. Chất lượng sản phẩm làm tăng uy tín, danh tiếng và hình ảnh của doanh nghiệp, điều này có tác động rất lớn tới quyết định lựa chọn mua và dùng các sản phẩm của khách hàng. Đồng thời, cũng là yếu tố tạo ra niềm tin trong khách hàng, dễ dàng mở rộng thị trường tạo ra sự phát triển ổn định và bền vững.

Khách hàng có xu hướng tiếp cận đến một thuộc tính nào đó mà họ cho là phù hợp nhất với mình và có sự so sánh với các sản phẩm cùng loại. Lúc này, chất lượng sản phẩm tạo ra sức hấp dẫn, thu hút người mua và tạo lợi thế cạnh tranh cho sản phẩm thanh long và doanh nghiệp.

Khách hàng có xu hướng chọn cho mình những loại quả thanh long có hình dáng, mẫu mã bắt mắt và đẹp. Tai của thanh long dày và đều và màu sắc tươi sáng, rục rở, trọng lượng trung bình từ 400 gam đến 700 gam là được ưu chuộng nhất.

#### **1.2.5. Công nghệ chế biến, công nghệ bảo quản sau thu hoạch**

Trong điều kiện cách mạng khoa học kỹ thuật đang phát triển mạnh mẽ ngày nay thì các loại hàng hóa chế biến ngày càng có xu hướng cách biệt so với hàng sơ chế. Sản phẩm với giống tốt, vụ mùa ổn định nhưng các mặt hàng nông sản không được chế biến tốt thì không thể thâm nhập vào các thị trường lớn, không đảm bảo được tính vệ sinh an toàn thực phẩm và thời gian tiêu dùng lâu dài.

Thanh long tuân theo chu kỳ sau: gieo trồng – phát triển – ra hoa – kết trái – thu hoạch. Thu hoạch được tiến hành trong thời gian rất ngắn nên ảnh hưởng rất nhiều đến chất lượng và năng suất của nông sản. Đối với sản phẩm là trái cây không giữ được lâu nếu không có biện pháp bảo quản thích hợp. Các biện pháp, thao tác kỹ thuật được thực hiện với công nghệ trong việc bảo quản thanh long sau khi thu hoạch duy trì chất lượng thanh long và đóng vai trò hết sức quan trọng trong khả năng cạnh tranh.

#### **1.2.6. Bao bì – vận chuyển – thương hiệu của sản phẩm**

Bao bì, đóng gói không chỉ đơn giản là công việc mang lại ý nghĩa về bảo vệ hàng hóa trong quá trình vận chuyển, mà còn là nhãn hiệu để quảng cáo hàng hóa, hướng dẫn tiêu dùng. Có rất nhiều loại hàng hóa, sản phẩm đạt được hiệu quả tiêu thụ là nhờ vào bao bì, đóng gói hơn cả chính sản phẩm bên trong. Bao bì cũng là hình thức giúp khách hàng phân biệt được sản phẩm của mình với những sản phẩm của các nhà sản xuất khác. Khi chúng ta gia nhập một thị trường mới, các thông tin trên bao bì giúp người tiêu dùng tiếp cận được với các sản phẩm của chúng ta nhanh chóng và hiệu quả.

Tín hiệu quảng cáo có thể chuyển tải thông điệp đến các nhóm người tiêu dùng cụ thể do sự đa dạng về chủng tộc, tôn giáo, địa lý và ngôn ngữ. Sự khác biệt về văn hóa thường tác động đến nội dung và hiệu quả quảng cáo, khiến người tiêu dùng chú ý và phản ứng tốt với các tín hiệu như vậy. Ngôn ngữ trên bao bì của một sản phẩm khi đến các thị trường nước ngoài nên bản địa hóa để thu hút sự chú ý của người tiêu dùng, qua đó tăng sự nhận diện thương hiệu và thành công.



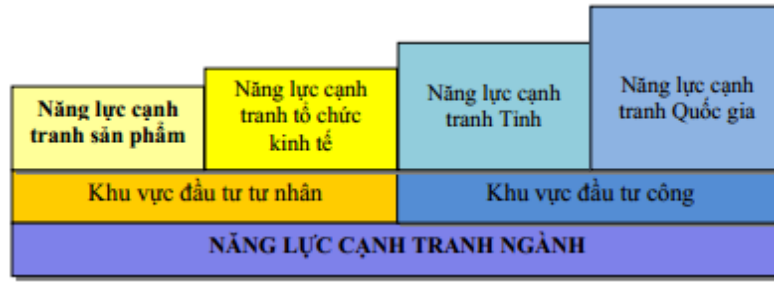
Vận chuyển cùng với bao bì đóng gói an toàn thì hàng hóa giữ được chất lượng lâu dài, đồng thời tăng khả năng cạnh tranh hơn. Nếu thanh long không được đóng gói, vận chuyển tốt sẽ làm dập sản phẩm cũng như là là gãy tai của thanh long. Lúc này thanh long không còn giữ nguyên được độ ngon và hình ảnh bắt mắt như vốn có ban đầu của nó nữa.

Ảnh hưởng của thương hiệu tới người tiêu dùng là rất lớn. Điều này, chúng ta có thể thấy rõ trong thực tế hàng ngày. Chiến lược thương hiệu là phần rất quan trọng với sản phẩm, doanh nghiệp nếu muốn có sự phát triển lâu bền và thực sự khác biệt với đối thủ cạnh tranh. Người tiêu dùng có thói quen mua hàng ở các nơi đã xây dựng được uy tín, thương hiệu hơn là những sản phẩm chưa có tên tuổi. Việc xây dựng và bảo vệ hình ảnh thương hiệu là vô cùng cần thiết và cấp bách cho một loại sản phẩm cạnh tranh trên thị trường.

### **1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh quả thanh long trên thị trường**

#### **1.3.1. Năng lực cạnh tranh của ngành trái cây thanh long**

Có nhiều nghiên cứu, đánh giá về năng lực cạnh tranh của ngành hàng, sản phẩm. Các nghiên cứu này chủ yếu phân tích, tập trung về các yếu tố cấu thành năng lực cạnh tranh như năng suất, chất lượng, giá thành. Năng lực cạnh tranh của ngành phụ thuộc vào khả năng điều hành của Chính phủ, khả năng cạnh tranh kinh tế của tỉnh và từng doanh nghiệp phát triển sản phẩm đó. Chúng ta có thể thấy, cạnh tranh ngành cũng phát triển bởi đầu tư tư nhân hoặc là đầu tư công, vì thế khi nhắc đến năng lực cạnh tranh ngành ta phải xét đến sự tổng hòa mối quan hệ của năng lực cạnh tranh sản phẩm, năng lực cạnh tranh của tổ chức kinh tế, năng lực cạnh tranh của tỉnh và năng lực cạnh tranh của quốc gia.



**Hình 1.1:** Sơ đồ mối liên quan giữa năng lực cạnh tranh ngành với năng lực cạnh tranh sản phẩm, các tổ chức kinh tế, tỉnh và quốc gia

Ngành sản xuất thanh long, ta có thể hiểu rằng đây là ngành sản xuất và kinh doanh sản phẩm trái cây là thanh long, bao gồm trái cây tươi, trái cây sấy khô, và các sản phẩm chế biến từ quả thanh long. Cạnh tranh mặt hàng thanh long là việc sản phẩm tươi, có thể chế biến thành các loại sản phẩm khác phục vụ thị hiếu của người tiêu dùng. Các lực lượng, thành phần tham gia vào quá trình cạnh tranh bao gồm: người nông dân, chính sách của Chính phủ, thương lái, nhà máy chế biến, người phân phối và xuất khẩu, người tiêu dùng. Thanh long có các đặc điểm sau:

Thanh long dễ hư hỏng, khó bảo quản, có thể tiêu dùng trực tiếp hay chế biến. Thời gian thu hoạch thanh long đến khi tiêu thụ cần phải có sự phối hợp chặt chẽ giữa người sản xuất, người kinh doanh và người tiêu dùng.

Thanh long có nhiều chủng loại khác nhau, tùy theo điều kiện tự nhiên riêng biệt của mỗi địa phương mà có quy hoạch phát triển phù hợp. Đồng thời, tạo ra sự khác biệt lớn trên thị trường so với các mặt hàng khác.

Việt Nam đã hội nhập sâu rộng với quốc tế nên nhiều thị trường tiêu thụ khó tính, thanh long cần phải tuân thủ theo những lộ trình chuẩn trong việc hội nhập với quốc tế.

### **1.3.2. Các yếu tố gián tiếp ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của nông sản**

#### **1.3.2.1. Thị trường**

Thị trường là một môi trường rất quan trọng trong việc phát triển sản phẩm. Đây là nơi diễn ra hoạt động mua bán và tiêu thụ sản phẩm. Thị trường ổn định tạo điều kiện cho sự tăng trưởng, đầu tư gia tăng sản xuất và các hoạt động mua bán khác thông qua mức cầu, lợi nhuận và giá cả.

Nhà nước cần có những chính sách, chỉ đạo đúng đắn can thiệp vào thị trường khi cần thiết nhằm ổn định thị trường, chống các tình trạng cung – cầu không đáp ứng được cho nhau. Trong điều kiện thị trường ổn định và lành mạnh, người nông dân mới an tâm gia tăng sản xuất, cải thiện chất lượng cho sản phẩm. Doanh nghiệp có điều kiện để nâng cao năng lực cạnh tranh của mình

Một sản phẩm tồn tại trên thị trường phải có khả năng cạnh tranh với nhiều yếu tố:

- Các đối thủ cạnh tranh hiện tại: sự hiểu biết về các đối thủ cạnh tranh có một ý nghĩa quan trọng vì các đối thủ cạnh tranh sẽ quyết định tính chất và mức độ cạnh tranh. Nếu các đối thủ này yếu, doanh nghiệp có cơ hội để tăng giá bán và kiếm được nhiều lợi nhuận hơn. Ngược lại, khi các đối thủ cạnh tranh hiện tại mạnh thì sự cạnh tranh về giá là không đáng kể, mọi cuộc cạnh tranh về giá cả đều dẫn tới tổn thương. Đối thủ cạnh tranh hiện tại là những người nông dân cạnh tranh nhau để sản xuất, trông trọt tạo ra chất lượng cho sản phẩm. Các thương lái, doanh nghiệp cạnh tranh lẫn nhau trong quá trình tiêu thụ sản phẩm. Tình trạng cung – cầu của một ngành là một yếu tố quyết định khác về tính mãnh liệt trong cạnh tranh nội bộ ngành. Thông thường, cầu tăng tạo cho doanh nghiệp một cơ hội lớn để mở rộng hoạt động. Ngược lại, cầu giảm dẫn đến cạnh tranh khốc liệt để các doanh nghiệp giữ được thị trường của mình.

- Đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn: đây là những người sản xuất, doanh nghiệp chưa tham gia vào quá trình cạnh tranh của một sản phẩm, nhưng có khả năng cạnh tranh nếu như họ quyết định tham gia vào ngành này. Nếu như có thêm người sản xuất thì đồng nghĩa với việc cạnh tranh sẽ càng gay gắt hơn giữa những người nông dân, điều này đòi hỏi mỗi người nông dân phải không ngừng đẩy mạnh chất lượng trên sản phẩm để tạo lòng tin và văn hóa sử dụng sản phẩm của mình.

- Khách hàng: khách hàng hay người mua hàng là một bộ phận không thể tách rời trong môi trường cạnh tranh. Khách hàng có ưu thế là có thể làm cho lợi nhuận của ngành hàng giảm bằng cách ép giá xuống hoặc đòi hỏi chất lượng cao hơn và phải làm nhiều công việc dịch vụ hơn. Ngược lại, là sự phát triển khi được sự tin dùng của khách hàng.

- Sản phẩm thay thế: đây là các thành phần tất yếu nhằm đáp ứng sự biến động của nhu cầu thị trường theo hướng ngày càng đa dạng, phong phú hơn các sản phẩm có cùng tính năng. Và chính nó lại làm giảm khả năng cạnh tranh của các sản phẩm bị thay thế, việc cạnh tranh phải mạnh mẽ để giữ vững được thị trường và khách hàng của mình. Các nhà quản lý phải hiểu rõ và phân tích được các thế lực trong môi trường cạnh tranh, từ đó tận dụng các cơ hội cũng như cải thiện khó khăn trong quá trình phát triển và hội nhập.

### **1.3.2.2. Thể chế, chính sách quản lý – phát triển hiện hành địa phương**

Thể chế có thể được hiểu là tập hợp những quy tắc chính thức, các quy định không chính thức hay những nhận thức chung có tác động kìm hãm, định hướng hoặc chi phối sự tương tác của các chủ thể chính trị với nhau trong những lĩnh vực nhất định. Các thể chế được tạo ra và đảm bảo thực hiện bởi cả nhà nước và các tác nhân phi nhà nước (như các tổ chức nghề nghiệp hoặc các cơ quan kiểm định). Vai trò của các thể chế thể hiện ở chỗ chúng tạo nên một khuôn khổ mà ở đó hành động của các chủ thể trở nên dễ đoán trước hơn, cho phép các chủ thể thiết lập các kỳ vọng và giảm thiểu các rủi ro trong quá trình tương tác với nhau.

Chính sách là một hệ thống nguyên tắc có chủ ý hướng dẫn các quyết định và đạt được các kết quả hợp lý. Một chính sách là một tuyên bố về ý định, và được thực hiện như một thủ tục hoặc giao thức. Các chính sách thường được cơ quan quản trị thông qua trong một tổ chức. Chính sách có thể hỗ trợ cả việc đưa ra quyết định chủ quan và khách quan.

Nội dung của thể chế, chính sách bao gồm các quy định của pháp luật, các biện pháp đầu tư phát triển hay hạn chế việc kinh doanh của hoạt động sản xuất. Nhà nước ban hành các điều khoản về sử dụng đất đai, vốn, lao động tạo điều kiện cho các địa phương phát triển ngành hàng đặc trưng, đồng thời hỗ trợ doanh nghiệp phát triển, tạo điều kiện thuận lợi về môi trường an toàn cho các cơ sở kinh doanh tư nhân. Đây là yếu tố quan trọng và bao quát cho các hoạt động sản xuất, kinh doanh tự do của người dân, cơ sở sản xuất tư nhân trong việc mở rộng phát triển đầu tư tăng khả năng cạnh tranh của sản phẩm.

Địa phương cần có năng lực quy hoạch và thực hiện quy hoạch vùng nguyên liệu trái cây để tạo ra vùng sản xuất hàng hoá tập trung, năng suất hiệu quả và bền vững. Trên cơ sở quy hoạch, các địa phương đầu tư vào cơ sở hạ tầng: giao thông, thuỷ lợi, hệ thống điện phục vụ cho sản xuất và chế biến trái cây. Năng lực cạnh tranh của ngành trái cây thể hiện ở sự tiện lợi, xây dựng hệ thống cơ sở hạ tầng hoàn chỉnh và đồng bộ, xây dựng cơ chế trong quản lý sử dụng hệ thống đó một cách phù hợp.

Đồng thời, hỗ trợ các doanh nghiệp trồng trọt tập trung, kinh doanh và chế biến trái cây như hỗ trợ mặt bằng sản xuất kinh doanh, thủ tục hồ sơ gia nhập ngành và giảm các chi phí sản xuất cũng như là tiếp cận các thông tin, chính sách hỗ trợ kịp thời, hiệu quả.

#### **1.3.2.3. Người cung ứng, các ngành liên quan và dịch vụ hỗ trợ**

Người cung ứng là những nhà cung cấp nguyên vật liệu, máy móc thiết bị, tiền vốn, lao động cho hoạt động sản xuất của người nông dân. Người cung ứng cũng có thể đe dọa khi họ có khả năng tăng giá bán đầu vào hoặc giảm chất lượng các sản phẩm dịch vụ mà họ cung cấp. Tùy vào đặc điểm từng khu vực và thị trường mà người cung ứng có thể: độc quyền cung cấp vật tư, các loại vật tư riêng biệt cần phải sử dụng và gây sức ép cho người sản xuất về chất lượng cũng như giá cả của các vật tư cần sử dụng.

Hoạt động sản xuất kinh doanh sẽ liên quan trực tiếp tới chuỗi các hoạt động như: nguyên liệu sản xuất, giao thông vận tải, cung cấp điện, nước, ... Nếu những loại dịch vụ này có chi phí thấp nhưng chất lượng tốt sẽ tạo ra ưu thế lớn trong quá trình cạnh tranh của người sản xuất, doanh nghiệp. Ngày nay, khi nền kinh tế ngày càng phát triển, các dịch vụ hỗ trợ ngày càng nhiều và tiên tiến. Mỗi người sản xuất cần phải có sự liên kết chặt chẽ, hợp tác cùng nhau. Thực tế chỉ ra rằng, khi trình độ sản xuất càng hiện đại thì sự phụ thuộc lẫn nhau càng lớn. Để phát triển người sản xuất, doanh nghiệp Việt Nam ta trong quá trình nâng cao năng lực cạnh tranh, Nhà nước cần có các biện pháp phát triển các hoạt động dịch vụ, tạo nên một thị trường dịch vụ hoàn hảo với chi phí thấp nhưng chất lượng ổn định.

#### **1.3.2.4. Kết cấu hạ tầng**

Kết cấu hạ tầng là tổng hợp các công trình vật chất kỹ thuật có chức năng phục vụ trực tiếp cho sản xuất và đời sống của nhân dân, được bố trí trên một phạm vi lãnh thổ nhất định. Các công trình, kết cấu vật chất kỹ thuật ở đây rất đa dạng như: các công trình giao thông vận tải đường xá, cầu cống, sân bay... các công trình của ngành bưu chính – viễn thông hệ thống đường cáp quang, các trạm, vệ tinh... hay các công trình của ngành điện đường dây, nhà máy phát điện....

Kết cấu hạ tầng có vai trò to lớn trong việc sản xuất vì đây là quá trình sử dụng lao động sống và lao động vật hoá để tạo ra của cải vật chất và giá trị mới. Kết cấu hạ tầng có vai trò đặc biệt quan trọng, là nền tảng của sự nghiệp phát triển kinh tế – xã hội. Để đảm bảo cho việc nâng cao năng lực cạnh tranh, Chính phủ cần đầu tư đúng mức để có hệ thống kết cấu hạ tầng đa dạng và chất lượng phục vụ cho việc sản xuất và giao thương sản phẩm.

### **1.3.3. Các yếu tố trực tiếp ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của nông sản**

#### **1.3.3.1. Trình độ lao động và năng lực quản lý, sản xuất**

Lao động là hoạt động có mục đích của con người nhằm tác động, biến đổi các vật chất tự nhiên thành những vật phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu sinh tồn của con người. Lao động là yếu tố đầu tiên, cần thiết cho sự phát triển của sản phẩm, đồng thời là yếu tố cơ bản quyết định trong quá trình sản xuất. Lao động là lực lượng trực tiếp sử dụng phương tiện, thiết bị để sản xuất ra loại hàng hóa cụ thể. Lao động còn là lực lượng cải tiến quá trình sản xuất, cải tiến kỹ thuật cho phù hợp với nhu cầu và thực tế sản xuất.

Kiến thức và trình độ kỹ năng của chủ hộ là nhân tố cơ bản ảnh hưởng đầu tiên đến việc ra quyết định sản xuất kinh doanh của hộ. Việc sử dụng các nguồn lực như diện tích đất, lao động, tài sản khác của hộ ảnh hưởng trực tiếp đến năng lực cạnh tranh.

Trình độ của người lao động tác động rất lớn đến chất lượng của sản phẩm và hiệu quả trong sản xuất, tác động rất lớn đến năng suất và chi phí trong sản xuất cũng như trong hoạt động kinh doanh. Đây là yếu tố trực tiếp tác động tới năng lực

cạnh tranh của hàng hóa. L. Thurow – một trong những nhà kinh tế học hàng đầu của Mỹ, cho rằng vũ khí cạnh tranh quyết định trong thế kỷ XXI là giáo dục và kỹ năng của người lao động.

Người lao động có tay nghề cao, có trình độ nhận thức sử dụng các thiết bị công nghệ, cũng như là kiến thức trong sản xuất, trồng trọt thì nơi đó sẽ tạo ra quả thanh long vượt trội hơn những sản phẩm cùng loại khác do cách quản lý, cách chăm sóc, cách trồng trọt tác động rất lớn đến việc tạo ra chất lượng cho thanh long. Nhà nước nên có các chính sách khuyến khích, hỗ trợ người nông dân phát triển công nghệ trong sản xuất, đào tạo nâng cao các kỹ năng, tay nghề, phương hướng xử lý khi gặp những sự cố không mong muốn trong sản xuất.

#### **1.3.3.2. Thiết bị công nghệ**

Thiết bị công nghệ có vai trò rất quan trọng trong việc nâng cao sản xuất, ảnh hưởng đến chất lượng của sản phẩm. Trong sản xuất, áp dụng thành tựu khoa học góp phần giảm đi sức lao động, rút ngắn thời gian sản xuất, tăng năng suất, giảm giá thành cho sản phẩm, từ đó nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm hơn so với các loại khác. Tương tự trong doanh nghiệp, khi áp dụng công nghệ vào kinh doanh sẽ giúp giảm lao động, máy móc hỗ trợ làm các việc nặng, tính toán nhanh hơn chính xác hơn. Để có công nghệ phù hợp, doanh nghiệp cần phải nắm rõ về công nghệ đó, tăng cường đầu tư đổi mới. Đồng thời, doanh nghiệp đào tạo nâng cao tay nghề để sử dụng hiệu quả các công nghệ hiện đại.

#### **1.3.3.3. Năng lực marketing của địa phương, thương lái**

Marketing địa phương là một lĩnh vực hiện nay đang phổ biến tại nhiều nước trên thế giới và mang lại những lợi thế cạnh tranh vượt trội và bền vững hơn so với địa phương, quốc gia thụ động khác. Với tư duy mới chính quyền phục vụ người dân và doanh nghiệp và xem bản thân địa phương mình cũng là một thương hiệu marketing địa phương không chỉ mang lại lợi ích thiết thực cho bản thân chính quyền, mà còn tạo ra những hiệu ứng tốt về hiệu quả đầu tư và thị trường từ bên ngoài và kích thích những nội lực bên trong.

Năng lực cạnh tranh của địa phương còn thông qua khả năng của thương lái. Những thương lái có khả năng khác nhau trong việc thu mua thông qua: thâm niên,

kinh nghiệm và trình độ văn hóa. Những thương lái làm việc lâu năm có khả năng nhìn nhận thị trường, liên kết với các thương lái khác cũng như là nông dân để cạnh tranh được tốt hơn. Thương lái có khả năng nhanh nhẹn trong các sự biến động của thị trường vì là kinh doanh tư nhân nên quá trình thu mua, vận chuyển cơ bản sẽ được tính toán kỹ lưỡng để có hiệu quả tối ưu.

Khả năng marketing tác động trực tiếp đến sản xuất và tiêu thụ sản phẩm, đáp ứng nhu cầu khách hàng góp phần làm tăng doanh thu, thị phần và nâng cao vị thế của sản phẩm trên thị trường.

**Bảng 1.1:** Lợi ích của Marketing địa phương trong sản xuất, tiêu thụ sản phẩm

<b>Lĩnh vực marketing</b>	<b>Đối tượng và cơ chế</b>	<b>Lợi ích</b>
Sản phẩm địa phương	Lãnh đạo, Hiệp hội ngành nghề, Theo cơ chế thương hiệu tập thể và chỉ dẫn địa lý.	Nâng cao cạnh tranh và mở rộng thị trường; Hợp sức bảo vệ thương hiệu bên trong và bên ngoài.
Thương hiệu Địa danh chính thức	Lãnh đạo Sở Ban ngành địa phương; Chú trọng Liên kết ngang.	Khai thác giải pháp marketing định hướng theo chỉ số năng lực cạnh tranh PCI.
Sản phẩm nông nghiệp chế biến giá trị cao	Doanh nghiệp và hộ nông dân, nông trại; Cơ chế liên kết với các đối tác chế biến và sáng tạo sản phẩm giá trị cao theo các quy trình marketing.	Nâng cao năng lực của doanh nghiệp và lợi ích cho nông dân.

Ngày nay, người tiêu dùng đòi hỏi rất lớn về chất lượng sản phẩm, họ hướng tới tiêu dùng những loại hàng hóa có thương hiệu và uy tín lớn. Vì vậy, xây dựng thương hiệu cho sản phẩm là một trong những việc làm cần thiết và cấp bách cho việc tồn tại, phát triển trên thị trường.



Việt Nam ta vẫn chưa khai thác tốt vấn đề marketing tại địa phương. Việc kết nối và hỗ trợ các phương pháp, quy trình và công việc sáng tạo ứng dụng theo hướng thiết kế sản phẩm ứng dụng, sản phẩm hoàn chỉnh có khả năng đáp ứng nhu cầu của thị trường quốc tế đó là điều còn khá mới mẻ. Nên chúng ta còn nhiều bất lợi so với các đối thủ cạnh tranh từ nước ngoài.

#### **1.3.3.4. Quản lý và năng lực nghiên cứu và phát triển của địa phương đó**

Tổ chức kinh tế cộng đồng bao gồm hợp tác xã, liên doanh, nhóm có chung sở thích, ... cùng hợp tác kinh doanh và phát triển. Chính quyền địa phương các cấp có những chính sách hỗ trợ, phát triển và mở rộng các mô hình hợp tác để cùng tham gia thảo luận, bàn bạc về các ý kiến mới các tiêu chuẩn chung trong việc phát triển thanh long địa phương.

Năng lực nghiên cứu và phát triển của địa phương là yếu tố tổng hợp bao gồm các yếu tố về nghiên cứu giống cây trồng mới, thiết bị, công nghệ nhằm đổi mới sản xuất và tăng khả năng phát triển của sản phẩm. Quá trình nghiên cứu gắn liền với thực tế tại địa phương và nhu cầu của xã hội. Nếu địa phương không có các chiến lược trong phát triển chất lượng sản phẩm, mẫu mã, hợp lý hóa sản xuất thì sẽ khó có thể cạnh tranh lại với các đối thủ khác. Ngày nay, khi thị hiếu tiêu dùng của thị trường ngày càng đổi mới, đòi hỏi nhiều hơn về cả chất lượng và giá cả của sản phẩm thì quá trình nghiên cứu phát triển sản xuất đi đôi với khoa học công nghệ diễn ra mạnh mẽ hơn trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng.

#### **1.3.3.5. Vị thế của sản phẩm trên thị trường**

Môi trường cạnh tranh lành mạnh thúc đẩy người sản xuất, doanh nghiệp phát triển sản phẩm hơn là thị trường cạnh tranh độc quyền. Trong một môi trường mở cạnh tranh với vô vàn sản phẩm cùng loại, người tiêu dùng có xu hướng lựa chọn những loại sản phẩm của những nơi có thương hiệu, uy tín trên thị trường. Yếu tố chính quyết định cho sự thành công của một sản phẩm trên thị trường là thương hiệu, độ nhận biết sản phẩm. Trong các loại sản phẩm có chức năng như nhau, giá thành gần xấp xỉ thì thị phần của loại sản phẩm có uy tín thương hiệu sẽ cao hơn những loại khác.

Vị thế cạnh tranh của sản phẩm thanh long còn thông qua việc xây dựng và phát triển các loại sản phẩm khác, đa dạng hóa sản phẩm từ quả thanh long, một số doanh nghiệp đã nghiên cứu, chế biến siro thanh long, rượu thanh long, thanh long sấy khô... đưa ra thị trường. Tuy nhiên, công nghệ chế biến vẫn thô sơ, quy mô còn nhỏ, hiệu quả chưa cao. Các mô hình và các tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh của thanh long.

Việc phát triển mở rộng đa dạng hóa sản phẩm là cần thiết nhưng thanh long cần phải cơ bản đảm bảo được với khách hàng các yếu tố sau trong việc thỏa mãn yêu cầu của người tiêu dùng trong bất cứ loại sản phẩm tươi hay chế biến nào:

- Cam kết và giữ chữ tín: đảm bảo thực hiện đúng những gì đã cam kết, không lạm dụng các loại thuốc bảo vệ thực vật và có quy trình trồng trọt đầy đủ, rõ ràng.
- Sự hài lòng: đem đến cho khách hàng những loại trái cây tươi nhất và chất lượng nhất cùng với mẫu mã bắt mắt, giá cả phải chăng.

#### **1.3.3.6. Nhu cầu và sở thích dùng trái cây của khách hàng**

Khách hàng tác động rất lớn trong việc cạnh tranh của mặt hàng trái cây, nếu người tiêu dùng sử dụng trái cây thanh long của địa phương thì đó là tín hiệu vui cho bà con nông dân thể hiện qua chất lượng, giá thành, mẫu mã. Ngược lại, thì chúng ta cần phải có cuộc cách mạng trong việc thay đổi chất lượng sản phẩm và tăng cường các hoạt động đưa thanh long tới gần với người tiêu dùng hơn.

### **1.3.4. Các mô hình đánh giá năng lực cạnh tranh của sản phẩm thanh long**

#### **1.3.4.1. Mô hình ma trận SWOT**

**Bảng 1.2:** Mô hình ma trận SWOT

	Cơ hội (O)	Thách thức (T)
Điểm mạnh (S)	S + O Sử dụng điểm mạnh để tận dụng những cơ hội.	S + T Sử dụng điểm mạnh để hạn chế những đe dọa, thách thức.
Điểm yếu (W)	W + O	W + T

	Khai thác cơ hội để khắc phục chỗ yếu kém. Cũng như là khắc phục các điểm yếu để tận dụng cơ hội.	Khắc phục điểm yếu để giảm bớt nguy cơ, rủi ro.
--	---	---

- Các chiến lược điểm mạnh – cơ hội: khai thác điểm mạnh bên trong để phát huy, chiếm ưu thế các thế mạnh bên ngoài.

- Chiến lược điểm yếu – cơ hội: khắc phục những khuyết điểm bên trong phù hợp, phát triển với thị trường bên ngoài.

- Chiến lược điểm mạnh – thách thức: dùng các điểm mạnh hiện có để loại bỏ đi những mối nguy hại tác động đến mình.

- Chiến lược điểm yếu – thách thức: cải thiện những điểm yếu bên trong và các môi đe dọa bên ngoài. Biết được những yếu tố bất lợi để khắc phục.

Ma trận SWOT là công cụ giúp người nông dân, doanh nghiệp nhận biết được những điểm mạnh, điểm yếu, cũng như tìm kiếm cơ hội và nhận biết các nguy cơ để giúp phòng tránh cho nông dân và doanh nghiệp phát triển tốt đẹp hơn.

Mô hình SWOT bắt nguồn từ 4 chữ viết tắt Strengths (điểm mạnh), Weaknesses (điểm yếu), Opportunities (cơ hội) và Threats (nguy cơ). Mô hình SWOT cung cấp một công cụ giúp phân tích chiến lược và rà soát cũng như đánh giá rủi ro, định hướng của một công ty hay của một dự án kinh doanh và được sử dụng trong việc lập kế hoạch kinh doanh, xây dựng chiến lược, đánh giá đối thủ cạnh tranh, tiếp thị, phát triển sản phẩm và dịch vụ...

SWOT có hiệu quả trong việc ra quyết định, hoạch định chiến lược và thiết lập kế hoạch:

- Giải quyết vấn đề (cơ cấu tổ chức, nguồn lực, năng suất lao động, văn hóa doanh nghiệp).

- Phát triển chiến lược (cạnh tranh, sản phẩm, công nghệ, thị trường mới).

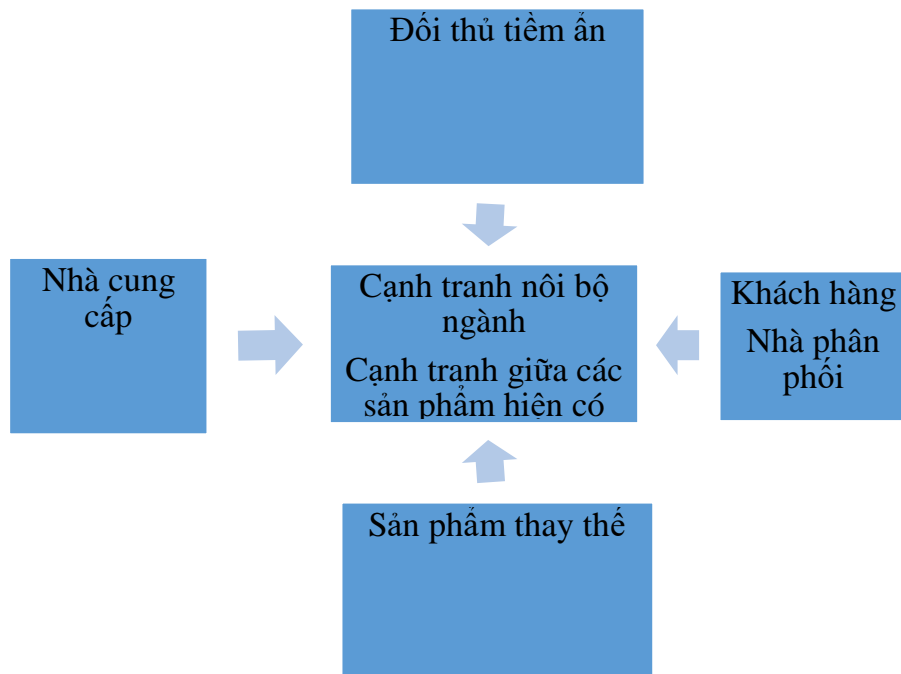
- Lập kế hoạch.

- Ra quyết định.

- Đánh giá chất lượng sản phẩm.
- Đánh giá đối thủ.
- Kế hoạch phát triển lâu dài.

Ma trận SWOT giúp cho doanh nghiệp, sản phẩm nâng cao được sức cạnh tranh của mình qua việc phát huy hiệu quả năng lực bên trong, cũng như là có các hướng phát triển tiềm yếu thông qua các thế mạnh sẵn có. Ngược lại, nếu chúng ta không phân tích SWOT tốt, thì chúng ta sẽ bị động và sẽ có những sai lầm to lớn gây hại cho việc cạnh tranh trên thị trường.

#### 1.3.4.2. Mô hình của M. Porter



**Hình 1.2:** Sơ đồ mô hình năm áp lực của M. Porter

Khi kinh doanh, dù bất cứ ngành nào hay sản phẩm bất kỳ đều chịu sự chi phối và ảnh hưởng của thị trường nên thị phần ảnh hưởng rất nhiều từ năng lực cạnh tranh. Theo Michael Porter, cường độ cạnh tranh trên thị trường trong một ngành sản xuất bất kỳ chịu tác động của 5 lực lượng cạnh tranh sau:

- Áp lực cạnh tranh từ nhà cung cấp: thể hiện ở mức độ tập trung của các nhà cung cấp, nhà cung cấp nhiều thì đồng nghĩa với việc khả năng sử dụng nguyên vật liệu đầu vào đa dạng và ổn định.

- Áp lực cạnh tranh từ đối thủ tiềm ẩn: đây là nhóm đối thủ chưa xuất hiện trong nội bộ ngành. Tuy nhiên, phụ thuộc vào sự hấp dẫn của ngành cũng như là những rào cản gia nhập ngành mà các đối thủ này sẽ tạo ra những áp lực cạnh tranh cho sản phẩm, doanh nghiệp trong tương lai.

- Áp lực cạnh tranh từ khách hàng: khách hàng là yếu tố quan trọng quyết định, ảnh hưởng trực tiếp đến sản phẩm. Khách hàng là người điều khiển cạnh tranh thông qua việc mua hàng hóa. Khách hàng bao gồm khách hàng lẻ, nhà phân phối. Tùy vào mục đích kinh doanh, mà nhóm khách hàng nào sẽ quyết định năng lực cạnh tranh của hàng hóa hơn.

- Áp lực cạnh tranh từ sản phẩm thay thế: đây là những loại sản phẩm có thể thỏa mãn nhu cầu của khách hàng tương đương với sản phẩm của mình. Cùng là trái cây, thì có thể là thanh long, hoặc là dưa hấu, bưởi, xoài, ... chúng đều có thể làm bữa điểm tâm cho khách hàng. Tác động cạnh tranh của sản phẩm thay thế còn phụ thuộc vào giá cả, chất lượng, mẫu mã tương quan giữa các loại hàng hóa với nhau.

- Áp lực cạnh tranh nội bộ ngành: cùng một dòng sản phẩm, các doanh nghiệp sẽ cạnh tranh với nhau, gây sức ép cho nhau. Điều này sẽ có lợi cho người tiêu dùng vì khách hàng có thể so sánh giữa các loại sản phẩm và chọn cho mình loại phù hợp.

Các doanh nghiệp thường sử dụng mô hình này để phân tích xem họ có nên gia nhập một thị trường nào đó, hoặc hoạt động trong một thị trường nào đó không. Người nông dân cũng có thể sử dụng mô hình này cho việc phân tích hoạt động sản xuất của mình, đánh giá những yếu tố có lợi, hạn chế trong một ngành sản xuất

nông nghiệp. Và vì môi trường kinh doanh ngày nay mang tính “động”, nên mô hình này còn được áp dụng để tìm kiếm trong một ngành nhất định các khu vực cần được cải thiện để sản sinh nhiều lợi nhuận hơn.

#### **1.4. Giai đoạn hội nhập kinh tế quốc tế và tác động đến thanh long**

##### **1.4.1. Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế**

Hội nhập kinh tế quốc tế là tuân theo các quy tắc, hiệp ước, quy định nhằm tự do hóa thương mại, dịch vụ, đầu tư như: giảm thiểu rồi đi tới bãi bỏ các quy định hành chính phi quan thuế, giảm thiểu và đi tới xóa bỏ hàng rào quan thuế, mở cửa thị trường với mức độ và lộ trình khác nhau. Tạo ra môi trường hoạt động kinh doanh bình đẳng cho tất cả các doanh nghiệp bao gồm cả doanh nghiệp trong và nước ngoài đầu tư vào Việt Nam. Các doanh nghiệp cạnh tranh công bằng dựa trên những quy định chung của Chính phủ và pháp luật nước Việt Nam. Bên cạnh đó là tuân theo những nguyên tắc của các tổ chức thương mại mà chúng ta gia nhập là thành viên. Theo đó, các điều khoản về quyền sở hữu trí tuệ, môi trường sinh thái, an toàn lao động, an toàn vệ sinh thực phẩm, chống bán phá giá, ... được thực hiện nghiêm ngặt và kiểm soát chặt chẽ giữa các quốc gia với nhau nhằm tạo môi trường kinh doanh công bằng nhất cho tất cả doanh nghiệp và thuận lợi cho người lao động, người nông dân.

Sự phát triển mạnh mẽ của lực lượng sản xuất và sự gia tăng hoạt động ở các công ty đa quốc gia là hai yếu tố lớn tác động đến bức tranh kinh tế thế giới trong giai đoạn hiện nay. Đây cũng là hai yếu tố thúc đẩy quá trình toàn cầu hóa kinh tế. Các yếu tố của quá trình tái sản xuất hàng hóa và dịch vụ dịch chuyển tự do từ nước này sang nước khác nên sự phân công lao động diễn ra mạnh mẽ và sâu sắc trên toàn thế giới và hình thành nên chuỗi giá trị toàn cầu. Lúc này, các quốc gia sẽ quyết định tham gia hoặc đứng ngoài tiến trình toàn cầu hóa.

Ngay sau khi giành độc lập, Đảng và Nhà nước ta đã xác định hội nhập kinh tế quốc tế là chủ trương, chính sách lớn quan trọng cần thực hiện. Năm 1946, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã gửi thư cho Tổng thư ký Liên hợp quốc, trong đó cơ bản nêu rõ: Việt Nam sẵn sàng thực thi chính sách mở cửa và hợp tác trong mọi lĩnh vực. Việt

Nam luôn giành sự tiếp nhận thuận lợi cho đầu tư của các nhà tư bản, nhà kỹ thuật nước ngoài trong tất cả các ngành kỹ thuật của mình. Việt Nam chấp nhận tham gia mọi tổ chức kinh tế quốc tế dưới sự lãnh đạo của Liên hợp quốc.

Việt Nam đang trên quá trình hội nhập toàn diện và sâu rộng với thế giới ở tất cả các phương diện: từ hẹp đến rộng về đối tác và lĩnh vực cam kết, từ thấp tới cao về mức độ cam kết. Việt Nam đã là thành viên của nhiều nhóm, tổ chức lớn của thế giới: Khu vực thương mại tự do ASEAN (AFTA), các diễn đàn Á – Âu (ASEM), châu Á – Thái Bình Dương (APEC) và Tổ chức thương mại thế giới (WTO). Thời gian gần đây, Việt Nam đã là thành viên chính thức của các thỏa thuận quốc gia lớn hơn: Hiệp định mậu dịch tự do song phương FTA, hợp tác với cộng đồng EU, Liên minh Á – Âu, Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP), Khu vực thương mại tự do châu Âu (EFTA)... Tính đến tháng 4/2016, Việt Nam đã tham gia thiết lập 12 Hiệp định thương mại tự do (FTA) với 56 quốc gia và nền kinh tế trên thế giới, trong đó có 6 FTA thế hệ mới là Hiệp định Việt Nam – EU và Hiệp định TPP. Cơ hội lớn nhất là mở rộng thị trường nhờ cắt giảm thuế và dỡ bỏ rào cản thương mại để tham gia sâu hơn vào chuỗi sản xuất và cung ứng toàn cầu. Nếu như năm 2007, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam là 111,3 tỷ USD (trong đó xuất khẩu là 48,5 tỷ USD và nhập khẩu là 62,7 tỷ USD), thì tới năm 2015 tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam đã tăng khoảng 3 lần đạt 328 tỷ USD (trong đó nhập khẩu là 165,6 tỷ USD và xuất khẩu là 162,4 tỷ USD). Việt Nam tiếp tục đẩy mạnh quá trình hội nhập với lộ trình từ giai đoạn 2016 – 2020, theo lộ trình cam kết, phần lớn các hiệp định thương mại tự do mà Việt Nam tham gia đều bước sang giai đoạn cắt giảm sâu, xóa bỏ hàng rào thuế quan đối với phần lớn các dòng thuế trong biểu thuế nhập khẩu hơn nữa.

Hội nhập kinh tế với thế giới là điều tất yếu sẽ đến với chúng ta vì thị trường của chúng ta đang trên đà phát triển và cần được mở rộng. Dưới tác động của nhu cầu phát triển, quốc tế hóa lan tỏa, lôi cuốn các quốc gia vào dòng chảy toàn cầu, nhờ vậy dòng hàng hóa, đầu tư, công nghệ lan tỏa ra toàn thế giới. Hội nhập với thế

giới giúp chúng ta tiếp nhận được các nguồn nhân lực bên ngoài, nguồn vốn, nguồn công nghệ hiện đại phục vụ cho nhu cầu phát triển của ngành.

Những người lãnh đạo Việt Nam cùng với người sản xuất, doanh nghiệp Việt Nam phải có đầy đủ năng lực, năng lượng và tâm thế cho quá trình hội nhập. Nếu như đất nước và những người sản xuất kinh doanh không làm nên khả năng cạnh tranh cho đất nước thì cạnh hội nhập sẽ là một thất bại nặng nề cho tất cả mọi người. Chúng ta phải nắm được nhu cầu của thế giới, hiểu biết các quốc gia, các tổ chức mà chúng ta hợp tác, ngoại giao. Từ đó vạch ra các chiến lược phát triển đúng đắn và hợp lý cho lộ trình hội nhập kinh tế quốc tế của quốc gia.

#### **1.4.2. Hội nhập kinh tế quốc tế tác động đến nông sản – thanh long**

Tiếp tục chủ trương chủ động và tích cực hội nhập quốc tế, ngày 10/4/2013, Bộ Chính trị đã ban hành Nghị quyết số 22/NQ-TW về hội nhập quốc tế (Nghị quyết 22), trong đó xác định rõ hội nhập quốc tế sẽ được triển khai sâu rộng trên nhiều lĩnh vực, đặc biệt, hội nhập kinh tế phải gắn với yêu cầu đổi mới mô hình tăng trưởng và tái cơ cấu lại nền kinh tế.

Những năm qua thực tiễn chỉ rõ rằng khi chúng ta thực hiện mở cửa thị trường, chúng ta gặp rất nhiều khó khăn như hàng hóa được ồ ạt nhập khẩu vào nước ta với thuế hải quan rất thấp làm một số ngành lao đao và bị động hoặc buộc phải giải thể. Điều này buộc bản thân người sản xuất, bản thân nhà doanh nghiệp phải tăng chất lượng sản phẩm, tăng khả năng cạnh tranh hơn nữa. Đặc biệt, sản phẩm nông nghiệp và các doanh nghiệp, nông dân Việt Nam đứng trước sự cạnh tranh gay gắt, trong khi đó hàng hóa nông sản và nông dân là những đối tượng dễ bị tổn thương nhất trong hội nhập. Thanh long sẽ có cơ hội tiếp cận các thị trường khó tính mới nhưng cũng vấp phải những khó khăn, áp lực trên thị trường nội địa và phương thức sản xuất truyền thống.

Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, ngành nông nghiệp sẽ chịu tác động mạnh mẽ nếu như không có các chiến lược đúng đắn, phù hợp. Thanh long cũng nằm trong số đó, sản phẩm thanh long sẽ có được những cơ hội to lớn, đồng thời cũng gặp phải những thách thức không nhỏ. Nhận diện được những cơ hội, thách thức



trong quá trình hội nhập sẽ khiến cho thanh long nâng cao khả năng cạnh tranh hiệu quả.

#### **1.4.2.1. Những cơ hội to lớn cho quả thanh long**

Một là, mở rộng thị trường tiêu thụ cho quả thanh long. Khi chúng ta không chủ động hội nhập quốc tế, chúng ta vẫn có thể gia nhập vào thị trường tiêu thụ trái cây quốc tế nhưng rất khó khăn và gặp nhiều trở ngại vì chúng ta bị phân biệt, và không được chú trọng. Khi chúng ta là thành viên của các tổ chức thương mại quốc tế, vị thế của thanh long tăng thông qua cơ hội tham gia vào chuỗi cung ứng nông sản thế giới. Với việc mở rộng thị trường quốc tế, thanh long Việt Nam sẽ có nhiều cơ hội tiếp cận với nhiều phân khúc thị trường hơn, sự phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc của nhiều mặt hàng nông sản nói chung vì vậy cũng sẽ giảm thiểu.

Hai là, hội nhập vào kinh tế thế giới cũng thúc đẩy tiến trình cải cách ngành nông nghiệp, cải cách phát triển cây thanh long, đảm bảo cho tiến trình xây dựng cải cách của nước ta đồng bộ hơn, có hiệu quả hơn và phù hợp với các quy định của quốc tế. Nhà nước hoàn thiện hệ thống pháp luật kinh tế theo cơ chế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và thực hiện công khai, minh bạch các thiết chế quản lý theo chuẩn quốc tế.

Ba là, các cam kết trong Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC), Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam – Liên minh châu Âu (EVFTA)... cùng với những cơ chế đã và đang tiếp tục được ký kết sẽ giúp đẩy nhanh quá trình tái cơ cấu ngành nông nghiệp, giúp chúng ta có vị thế bình đẳng như các nước thành viên khác trên thị trường. việc hội nhập kinh tế quốc tế sẽ nâng cao vị thế của ta trên trường quốc tế, tạo điều kiện cho nông sản Việt Nam, trong đó có thanh long được xuất khẩu bình đẳng và cạnh tranh công bằng. Thanh long có thể sử dụng luật chống bán phá giá để giảm bớt thiệt hại cho nông dân và doanh nghiệp trong quá trình cạnh tranh với các đối thủ khác.

Bốn là, thu hút đầu tư vào việc phát triển cây thanh long. Trong bối cảnh nhà đầu tư thờ ơ với ngành Nông nghiệp, những cơ hội mới từ hội nhập, nông nghiệp sẽ đón những dòng đầu tư mới, nhất là đầu tư vào nông nghiệp công nghệ cao, công nghiệp hỗ trợ ngành Nông nghiệp – những lĩnh vực hiện nay còn bỏ ngỏ do thiếu

nguồn lực. Đây là tiền đề quan trọng nhằm phát huy tiềm năng của ngành, đồng thời thêm công ăn việc làm cũng như góp phần phát triển ngành gắn liền với kỹ thuật công nghệ hiện đại khi được đầu tư nước ngoài.

Năm là, thúc đẩy cải cách thể chế, môi trường sản xuất, kinh doanh trong nước. Đây là tác động mà các doanh nghiệp, người sản xuất thanh long thực sự mong đợi trên cơ sở hệ thống chính sách sẽ được điều chỉnh phù hợp với thông lệ quốc tế. Những đổi mới này một mặt tạo ra môi trường kinh doanh bình đẳng, mặt khác đặt ra yêu cầu người nông sản phải có quy trình sản xuất sạch, doanh nghiệp phải tự đổi mới nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho phù hợp với bối cảnh hiện tại.

#### **1.4.2.2. Những thách thức mà quả thanh long cần phải vượt qua**

Một là, gia tăng áp lực cạnh tranh trên thị trường nội địa. Năng lực sản xuất của ngành thanh long là vô cùng lớn nhưng chi phí sản xuất còn cao, công nghệ chưa phát triển, sản xuất còn mang tính thủ công nên năng suất vẫn còn chưa đạt. Khi tham gia hội nhập kinh tế quốc tế, thanh long đối mặt với nhiều đối thủ cạnh tranh hơn, quy mô lớn hơn.

Hai là, tăng trưởng nông nghiệp ở Việt Nam thời gian qua chủ yếu dựa trên thâm dụng tài nguyên thiên nhiên. Môi trường của chúng ta chưa được quản lý tốt. Khi hội nhập các doanh nghiệp ô ạt đầu tư gây tác động xấu đến môi trường sinh thái, nguồn tài nguyên và tăng độ ô nhiễm môi trường. Khi đó, chất lượng và sản lượng thanh long nói riêng cũng dần giảm đi, năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế theo đó cũng suy yếu.

Ba là, việc biến đổi khí hậu cũng tác động đến sản xuất thanh long, bão, lũ lụt, thời tiết thất thường là các nguyên nhân gây nên thất thu cho người nông dân.

Bốn là, sức ép cạnh tranh để giành giật thị trường tiêu thụ ngày càng lớn trên quy mô toàn cầu và ngay trên chính thị trường nội địa của ta. Chúng ta đang sản xuất nông nghiệp nói chung với các công cụ thô sơ, lạc lậu, xử lý sâu bệnh theo kinh nghiệm dân gian là chủ yếu. Thiết bị và công nghệ chế biến sau thu hoạch còn lạc hậu, kết cấu hạ tầng phục vụ bảo quản chế biến còn chưa phát triển, quy mô nhỏ, tỷ lệ hao hụt, thất thoát cao. Thị trường trong nước đã là sức ép lớn vì cạnh

tranh với nhiều loại thanh long từ các quốc gia khác, thị trường quốc tế cũng rất khó khăn một phần thua thiệt về đầu tư vốn, công nghệ so với các quốc gia.

Năm là, đội ngũ khoa học nông nghiệp tuy đông nhưng không mạnh. Cán bộ có đủ năng lực chủ trì đề tài nghiên cứu đưa lại kết quả cao chiếm tỷ lệ thấp, còn thiếu cán bộ đầu ngành giỏi. Dẫn đến tình trạng đào tạo nhân lực cho khoa học và công nghệ phục vụ nông nghiệp, nông thôn chưa gắn lý thuyết với thực hành, thiếu các nghiên cứu chuyên sâu trên một đơn vị sản phẩm. Nền kinh tế hội nhập với trình độ tự động hóa cao và có tính sáng tạo, đòi hỏi người lao động phải thích ứng nhanh với sự thay đổi của sản xuất nếu không sẽ bị dư thừa dẫn tới tình trạng không thích nghi kịp và gây ra tác động lớn đến sản xuất và thương mại.

Tóm lại, trên thực tế, cơ hội và thách thức luôn đan xen vào nhau, yêu cầu đặt ra là cần phải biết nắm bắt cơ hội, tận dụng thời cơ và khắc phục những khiếm điểm của ngành. Bằng cách chuẩn bị kỹ lưỡng những điều kiện để tham gia hội nhập cũng như là sẵn sàng tâm thế cho việc đổi mới về công nghệ, thời cơ. Chúng ta sẽ tạo ra được cuộc cách mạng cho sự phát triển của ngành nông nghiệp nói chung và ngành thanh long nói riêng.

### **1.4.3. Kinh nghiệm thực tiễn nâng cao năng lực cạnh tranh của nông sản, thanh long các địa phương khác**

#### **1.4.3.1. Kinh nghiệm của Long An**

Long An là địa phương cũng phát triển rất nhiều về nông nghiệp, trong đó phải kể đến đặc sản là thanh long. Thanh long tại Long An chưa phát triển về số lượng nhiều như tỉnh Bình Thuận nhưng là địa phương cạnh tranh mạnh về chất lượng của quả thanh long. Long An có diện tích trồng thanh long đứng thứ hai cả nước (sau Bình Thuận) với hơn 7.377 ha, đang cho trái khoảng 6.200 ha. Long An là cửa ngõ miền Tây Nam Bộ là cầu nối các mặt hàng từ các thị trường khác về miền Tây Nam Bộ hoặc ngược lại và cũng là nơi cung cấp nông sản đáng tin cậy trên thị trường. Theo thống kê, thị trường chủ yếu của quả thanh long Long An là Trung Quốc (chiếm khoảng 80% sản lượng), 5% xuất khẩu sang Nhật Bản, Thái Lan, Mỹ, châu Âu..., còn lại là tiêu thụ trong nước. Huyện Châu Thành, Tân Trụ tỉnh Long An là vùng trồng thanh long lớn nhất tỉnh, tại đây diện tích trồng thanh long hơn 90%

diện tích canh tác. Cây thanh long đem lại hiệu quả kinh tế cao cho bà con nông dân tại địa phương nên rất được quan tâm của chính quyền địa phương.

Những năm gần đây, Long An đã tích cực phát triển nhiều mô hình sản xuất nông nghiệp ứng dụng các khoa học công nghệ theo hướng sản xuất hàng hóa nhằm thu hút đầu tư của nước ngoài và thích nghi với các biến đổi của khí hậu. Theo như định hướng phát triển của Long An, nơi đây đang phát triển theo định hướng chuyên canh nông sản theo vùng, khu vực như là thanh long Châu Thành, gạo năng thơm chợ Đào, dưa bần Lức, dưa hấu Long Trì, ...

Thanh Long tại Long An được định hướng là loại cây trồng chủ lực, cho giá trị về kinh tế rất cao, cây giúp người nông dân xóa nghèo và sẽ tiếp tục phát triển mạnh trong những năm tới. Việc trồng và phát triển thanh long theo mô hình VietGap, áp dụng các phương pháp sản xuất hữu cơ, sử dụng phế phẩm sinh học cùng với các công nghệ ứng dụng trong khâu canh tác, chăm sóc. Bên cạnh đó là hợp tác với các doanh nghiệp tạo thành chuỗi phát triển vững chắc cho thanh long tại địa phương. Chủ tịch UBND huyện Tân Trụ - Trần Văn Đốc cho biết: “Theo định hướng chung của huyện, cây thanh long sẽ dần thay thế các loại cây trồng kém hiệu quả, góp phần nâng cao thu nhập cho nông dân. Các ngành chức năng huyện sẽ tổ chức nhiều lớp tập huấn, hướng dẫn kỹ thuật và kêu gọi các doanh nghiệp bao tiêu sản phẩm để nông dân an tâm sản xuất, phát triển cây thanh long trong những năm tiếp theo”.

Long An cũng đã có chủ trương đúng lúc là chuyển đổi cơ cấu nông nghiệp, trong đó thanh long vẫn là cây chủ lực. Bà con nông dân chuyển từ các vụ mùa trồng lúa sang trồng thanh long, chủ yếu là các loại giống thanh long đem lại giá trị lợi nhuận cao như ruột đỏ, ruột tím, ruột vàng, ... Thanh long ruột đỏ đã là đặc sản của Long An lẫn ất thanh long ruột đỏ tại Bình Thuận. Long An còn đang nghiên cứu để phát triển thêm các loại giống mới như ruột tím hồng. Bởi vì Long An đã tận dụng những đặc điểm sinh trưởng của thanh long ruột đỏ có thể phát triển thuận lợi tại địa phương nên địa phương đã tận dụng điểm đó nhằm phát triển thế mạnh thanh long địa phương.

#### **1.4.3.2. Kinh nghiệm của Thái Lan**

Hiện nay các mặt hàng nông sản của Thái Lan cạnh tranh rất gay gắt với các sản phẩm nông nghiệp của nước ta, trong đó có thanh long một phần là chất lượng nông sản tốt và phần khác là nhờ Thái Lan có những chính sách ưu tiên phát triển thanh long. Thái Lan có điều kiện sinh thái tương đối giống Việt Nam. Đặc biệt miền nam của Thái Lan gần giống với Miền Nam nước ta với hai mùa mưa và mùa khô rõ rệt. Nghiên cứu kinh nghiệm của Thái Lan sẽ rút ra bài học mang ý nghĩa thực tiễn cho ngành trồng thanh long của nước ta:

- Xem trọng khâu giống: tạo ra giống quả có chất lượng tốt, trên cơ sở thực hiện nhiều biện pháp nghiên cứu khoa học và phát huy các nguồn lực trong nước để phát triển, tăng chất lượng cho thanh long. Đó là lý do thanh long của Thái Lan thường tốt hơn, ngon hơn, được nhiều người tiêu dùng yêu thích. Đẩy mạnh nghiên cứu các loại giống thanh long mới, chưa phát triển tại Thái Lan, ngược lại các giống cây quý thì không cho phép xuất khẩu.

- Đẩy mạnh hệ thống phân phối, bán hàng: thực hiện những chiến dịch quảng bá rộng rãi cho thanh long của Thái Lan, lập hợp tác xã tiêu thụ trái cây nói chung và thanh long nói riêng. Xây dựng chợ đầu mối riêng tiêu thụ nông phẩm. Phát triển du lịch để đẩy mạnh xuất khẩu trái cây tươi tại chỗ. Đây đều là những hành động nhằm quảng bá thương hiệu cho thanh long của Thái Lan nói riêng, trái cây nói chung để các mặt hàng này dễ dàng xuất khẩu thâm nhập thị trường quốc tế.

- Các cơ quan nhà nước phối hợp chặt chẽ với nhau đẩy mạnh khả năng cạnh tranh của mặt hàng thanh long của quốc gia: bộ tài chính hỗ trợ vốn sản xuất. Bộ Nông nghiệp hỗ trợ nông dân trong việc nghiên cứu, tìm giống cây tốt, phát triển phương pháp sản xuất. Bộ Thương mại đặt văn phòng xúc tiến thương mại rộng rãi ở các nước và giúp các nhà xuất khẩu Thái Lan tìm kiếm và mở rộng thị trường mới. Điều này khiến cho thanh long của Thái Lan luôn được đảm bảo sản xuất đủ tiêu chuẩn chất lượng theo nhu cầu của thị trường và khả năng cạnh tranh của thanh long trên thị trường quốc tế luôn được đánh giá cao.

#### **1.4.3.3. Kinh nghiệm của Đài Loan**

Đài Loan là vùng lãnh thổ không được ưu ái về điều kiện tự nhiên lại có diện tích đất nông nghiệp rất ít ỏi. Tuy nông nghiệp không phải là thế mạnh của Đài Loan, nhưng nông nghiệp lại được lựa chọn là ngành cơ sở để tạo điều kiện cho các ngành khác phát triển, phát triển nông nghiệp đô thị, nông nghiệp công nghệ cao. Những năm gần đây, Đài Loan đã giảm bớt sản xuất lúa gạo bằng việc tăng mạnh phát triển cây ăn quả. Thanh long là một trong số những loại trái cây được Đài Loan đầu tư phát triển. Thanh long của Đài Loan đa số đều khỏe, cành rất mập, đồng đều và không hề có biểu hiện của sâu bệnh. Trung bình mỗi trái khoảng 1,2 kilogam. Đài Loan sẽ là quốc gia có nhiều bài học kinh nghiệm mang ý nghĩa thực tiễn cho thanh long nước ta:

- Tăng cường oxi cho cây thanh long: cây thanh long được trồng trên lớp cao để thoát nước, đồng thời họ đem rải rất nhiều trấu, vỏ trứng gà, vịt dưới gốc cây nhằm tăng cường canxi cho cây phát triển cứng cáp và giúp thời gian bảo quản trái được lâu.

- Cách nuôi trồng, chăm sóc: cây cách cây khoảng 1 mét, hàng cách hàng khoảng 3 mét. Xây dựng hệ thống tưới nước tự động cả trên ngọn và dưới gốc. Việc tỉa cành yếu, cành sâu bệnh cũng được quan tâm đầu tư là chỉ để một tầng cành và một lớp. Trong khi Việt Nam ta thì có thói quen giữ lại nhiều cành, nhiều lớp cành tạo điều kiện ủ bệnh và sâu bệnh phát triển mạnh. Khi ra trái thì mỗi cành chỉ để một trái, không như vườn thanh long của ta thường giữ từ 2 – 3 trái khiến chất lượng không đảm bảo.

Bên cạnh đó, Đài Loan có các chính sách hỗ trợ và khuyến khích sản xuất hiệu quả và được biến đổi theo từng giai đoạn cụ thể. Đài Loan xây dựng hệ thống các chợ bán buôn nông sản phổ biến cả về số lượng, về sự tiện ích và việc đảm bảo công bằng cho người bán và người mua. Đài Loan chú trọng vào tín dụng hỗ trợ vốn cho người nông dân đầu tư vào sản xuất hiệu quả. Một chính sách quan trọng khác là tạo điều kiện cho việc hoạt động của các công ty nhỏ chế biến nông sản và sản xuất hàng tiêu dùng để tất cả mọi người có cơ hội tham gia vào các hoạt động kinh doanh.

#### **1.4.3.4. Kinh nghiệm của Trung Quốc**

Trung Quốc là nền kinh tế có những nét tương đồng với Việt Nam ta về đường lối và chính sách phát triển. Bên cạnh đó, Trung Quốc hiện tại là thị trường tiêu thụ thanh long, rau quả lớn nhất của Việt Nam. Năm 2018, Trung Quốc đứng vị trí thứ nhất về thị trường nhập khẩu rau quả của Việt Nam với 1,74 tỷ USD (chiếm 74% thị phần). Trung Quốc chiếm hơn 80% tổng kim ngạch xuất khẩu thanh long Việt Nam. Ngày nay, Đặc biệt ảnh hưởng chiến tranh thương mại Mỹ – Trung làm hàng hóa xuất khẩu của Trung Quốc giảm, Trung Quốc có thể sẽ tăng cường tìm kiếm thị trường xuất khẩu nông sản mới và đẩy mạnh tiêu dùng nội địa, nhu cầu nhập khẩu giảm xuống, điều này sẽ ảnh hưởng đến xuất khẩu thanh long Việt Nam vào thị trường này. Hiện nay, Trung Quốc đã bắt đầu trồng thanh long nên chúng ta cần phải nắm được những kinh nghiệm phát triển từ Trung Quốc để từ đó đẩy mạnh khả năng cạnh tranh của thanh long trên thị trường hơn một tỷ dân số này.

Trung Quốc có sự thành công ở khâu tổ chức mối quan hệ liên kết kinh tế rất chặt chẽ giữa các nhà sản xuất và kinh doanh, họ đã thành lập các hội đoàn. Đây là dạng liên kết theo ngành hàng mà qua đó các nhà sản xuất kinh doanh trái cây gắn bó với nhau rất chặt chẽ: “doanh nghiệp với hộ nông dân”; “thị trường + cơ sở sản xuất + hộ nông dân”; “hợp tác xã + doanh nghiệp + hộ nông dân”; “hiệp hội + doanh nghiệp chế biến + hộ nông dân”. Triết lý “buôn có bạn bán có phường” được Trung Quốc vận dụng rất thành công không những trong lĩnh vực sản xuất và kinh doanh không chỉ ngành trái cây mà còn ở nhiều lĩnh vực khác nữa. Đây là bài học kinh nghiệm rất quý báu mà chúng ta cần áp dụng vào nền kinh tế nông nghiệp hiện tại của Việt Nam.

### **1.5. Lý do cần phải nâng cao năng lực cạnh tranh của thanh long**

Theo nghiên cứu của công ty T&C trước năm 2017 về thị trường thanh long. Thanh long vẫn chưa được biết đến rộng rãi với người tiêu dùng trái cây toàn thế giới, thị trường tiêu thụ chính hiện tại vẫn là các quốc gia châu Á. Gần đây, thanh long mới có triển vọng phát triển thị trường rộng rãi hơn. Quảng bá này phụ thuộc rất nhiều vào chất lượng sản phẩm, thị trường và quảng bá sản phẩm. Các chủng loại thanh long tại các địa phương phải cạnh tranh gay gắt để giành ưu thế xâm nhập vào các thị trường màu mỡ khác ngoài châu Á.

Tuy nhiên, thanh long ở nước ta vẫn phụ thuộc rất nhiều vào Trung Quốc. Sản lượng thu hoạch hàng năm hơn 500.000 tấn, thanh long Bình Thuận chiếm tỷ trọng khoảng 80% cả nước và thị trường Trung Quốc vẫn là nơi tiêu thụ chính. Theo Sở Công Thương những năm gần đây, xuất khẩu quả thanh long địa phương vào thị trường này bằng phương thức biên mậu lẫn chính ngạch luôn duy trì tỷ trọng từ 80 – 85%. Số ít còn lại được doanh nghiệp Bình Thuận xuất sang một số nước châu Á (Malaysia, Indonesia, Singapore, Thái Lan, UAE...), châu Âu (Anh, Đức, Hà Lan, Tây Ban Nha), châu Mỹ (Hoa Kỳ, Chi Lê, Canada), gần đây bước đầu thâm nhập những thị trường mới là Ấn Độ, Myanmar, Qatar...

Tại Việt Nam hiện nay hầu như cả 63 tỉnh thành đều đã trồng được thanh long. Trung Quốc thì đã bắt đầu trồng và phát triển thanh long ở các tỉnh phía Nam với diện tích ước lượng là hơn 20.000 ha. Đài Loan đã tập trung phát triển diện tích với khoảng 20.000 ha và có khoa học kỹ thuật nông nghiệp tiên tiến hơn chúng ta. Bên cạnh đó, có khá nhiều nước đã tiến hành trồng thử nghiệm thanh long như Columbia, Ecuador, Mexico, Hoa Kỳ, Úc, Srilanka, Bangladesh, Thái Lan, Indonesia, Malaysia, Philippines, Campuchia...Điều này buộc thanh long Bình Thuận phải cạnh tranh gay gắt hơn trong thời gian tới. Thanh long Bình Thuận cần có các biện pháp phát triển về chất lượng, các chiến lược để phát huy tiềm năng và tỷ trọng tiêu thụ ra toàn thế giới, hạn chế phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc.

Trong nền kinh tế mới, vấn đề cạnh tranh có vai trò vô cùng quan trọng, đây được xem là động lực cho sự phát triển sản xuất hàng hóa nói riêng, và trong lĩnh vực kinh tế nói chung, là động lực không chỉ cá nhân mà còn ảnh hưởng tới những ngành nghề cụ thể – ở đây là phát triển thanh long Bình Thuận.

Một thách thức to lớn của hội nhập đối với hàng hóa nói chung, thanh long Bình Thuận nói riêng là sẽ ngày càng phải đương đầu với những rào cản thương mại quốc tế mới. Sự cạnh tranh buộc người nông dân phải năng động, tích cực nâng cao tay nghề, thường xuyên cải tiến kỹ thuật, vào trong sản xuất, hoàn thiện cách thức tổ chức trong sản xuất, trong quản lý sản xuất để nâng cao năng suất, chất lượng và hiệu quả kinh tế. Người sản xuất phải tìm mọi cách để làm ra sản phẩm có chất lượng hơn, đẹp hơn và có chi phí sản xuất rẻ hơn để đáp ứng nhu cầu của



người tiêu dùng. Cạnh tranh sẽ đem đến cho khách hàng giá trị tối ưu đối với những đồng tiền mồ hôi công sức của họ.

Hội nhập kinh tế quốc tế là xu thế vận động tất yếu khách quan của các nền kinh tế thế giới trong điều kiện hiện nay, quá trình hội nhập kinh tế quốc tế diễn ra hết sức nhanh chóng dưới sự tác động mạnh mẽ của cuộc cách mạng khoa học và công nghệ. Khi các vấn đề rào cản được giải quyết thì hàng hóa sẽ được ô ạt tự do xuất khẩu, nhập khẩu trong các quốc gia thành viên của tổ chức làm tăng áp lực thương mại lên các mặt hàng, đặc biệt là nông sản.

Việc sẵn sàng chấp nhận cạnh tranh và không ngừng nâng cao sức cạnh tranh của thanh long Bình Thuận là vấn đề sống còn đối với những người nông dân tại nơi đây. Sản phẩm thanh long được giữ vững khi sức cạnh tranh thông qua chất lượng quả thanh long được nâng cao.

Do vậy, cùng với sự hội nhập của xã hội, thanh long Bình Thuận ngày càng được quan tâm phát triển và có vị thế cao trong lựa chọn trái cây của người tiêu dùng trên toàn thế giới.

## Chương 2

# PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH THANH LONG TỈNH BÌNH THUẬN TRONG XU THẾ HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

### 2.1. Giới thiệu về tỉnh Bình Thuận và thanh long Bình Thuận

#### 2.1.1. Điều kiện tự nhiên

Mỗi vùng có một đặc trưng riêng về vị trí địa lý như Đồng bằng sông Cửu Long thì có mùa nước nổi, Vùng miền Trung thì thường xuyên mưa bão, ... Mỗi địa phương phát triển thế mạnh của mình dựa vào các điều kiện tự nhiên nhằm thích nghi và phát triển ổn định. Bình Thuận với đặc trưng là khô cằn, nên địa phương ưu tiên phát triển các loại cây trồng và vật nuôi ưa nóng. Trong các loại ấy, thanh long là sản phẩm đặc trưng của tỉnh và được nhiều người biết đến.

Bình Thuận thuộc vùng Duyên Hải Nam Trung Bộ, với khí hậu nóng quanh năm hai mùa mưa, nắng phù hợp để trồng các loại cây trồng nhiệt đới.

Điều kiện tự nhiên. Bình Thuận với diện tích là đồi núi thấp, thuận lợi cho việc canh tác và nuôi trồng thủy sản. Nơi đây phát triển khá mạnh về các loại cây ăn quả, cây ngắn ngày chủ yếu là nhờ vào điều kiện tự nhiên thuận lợi. Địa hình phân hoá thành 4 dạng địa hình chính gồm đất cát và cồn cát ven biển chiếm 18,22%, đồng bằng phù sa chiếm 9,43%, vùng đồi gò chiếm 31,65% và vùng núi thấp chiếm 40,7% diện tích đất tự nhiên.

Khí hậu. Bình Thuận nằm trong khu vực có khí hậu cận xích đạo quanh năm nắng nóng và thuộc vùng khô hạn nhất cả nước Việt Nam. Mùa khô kéo dài nhiều tháng quanh năm, mùa mưa thực tế chủ yếu vào ba tháng là tháng tám, tháng chín, tháng mười, nên khí hậu của Bình Thuận khá oi bức.

**Bảng 2.1:** Nhiệt độ, độ ẩm không khí trung bình của tỉnh tại trạm Quan Trắc (trạm Phan Thiết)

Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Bình Thuận

		2010	2014	2015	2016	2017
Tháng 1	Nhiệt độ	25.5	24.3	24.5	26.8	26.4
	Độ ẩm	83.0	72.0	75.0	78.0	78.0
Tháng 2	Nhiệt độ	26.4	24.6	24.7	26.4	26.1
	Độ ẩm	78.0	77.0	77.0	73.0	77.0
Tháng 3	Nhiệt độ	27.5	26.7	27.0	26.8	26.8
	Độ ẩm	73.0	78.0	76.0	78.0	79.0
Tháng 4	Nhiệt độ	28.8	29.0	28.4	28.8	28.3
	Độ ẩm	78.0	76.0	74.0	81.0	80.0
Tháng 5	Nhiệt độ	29.9	29.5	29.4	29.8	29.3
	Độ ẩm	77.0	80.0	78.0	79.0	81.0
Tháng 6	Nhiệt độ	28.8	28.0	28.6	28.0	28.3
	Độ ẩm	79.0	82.0	79.0	84.0	82.0
Tháng 7	Nhiệt độ	28.0	27.2	27.7	28.0	27.5
	Độ ẩm	82.0	83.0	83.0	85.0	83.0
Tháng 8	Nhiệt độ	27.8	27.6	28.2	28.0	27.6
	Độ ẩm	83.0	83.0	82.0	85.0	89.0
Tháng 9	Nhiệt độ	28.0	27.4	27.8	27.8	28.2
	Độ ẩm	85.0	83.0	82.0	86.0	86.0
Tháng 10	Nhiệt độ	26.8	27.8	27.8	27.3	27.3
	Độ ẩm	85.0	81.0	82.0	87.0	86.0
Tháng 11	Nhiệt độ	26.8	27.8	28.0	27.7	27.4
	Độ ẩm	83.0	79.0	79.0	83.0	84.0
Tháng 12	Nhiệt độ	26.0	26.8	27.0	26.3	26.4
	Độ ẩm	78.0	77.0	79.0	84.0	76.0

Đất đai, sông ngòi. Bình Thuận có 10 loại đất với 20 tổ đất khác nhau. Đây là điều kiện để mỗi vùng phát triển một loại hình kinh doanh khác nhau nhằm đa dạng hóa sản xuất trong người dân. Sông ngòi Bình Thuận đều là các con sông ngắn, lượng nước không ổn định khác nhau giữa mùa mưa và mùa nắng. Mùa nắng thì các con sông thường khô cạn và nước chảy mạnh vào mùa mưa.

**Bảng 2.2:** Hiện trạng sử dụng đất (tính đến 1/1/2017) của tỉnh Bình Thuận

Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Bình Thuận 2017

	Tổng số (ha)	Cơ cấu (%)
Tổng số	794.393	100.00
Đất nông nghiệp	710.041	89.38
Đất phi nông nghiệp	72.786	9.16
Đất chưa sử dụng	11.566	1.46

**Bảng 2.3:** Hiện trạng sử dụng đất phân theo loại đất và phân theo đơn vị hành chính tỉnh Bình Thuận (1/1/2017)

Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Bình Thuận

	Tổng diện tích	Đất sản xuất nông nghiệp	Đất lâm nghiệp	Đất chuyên dùng	Đất ở
Tổng số	794.393	361.462	344.006	79.987	8.937
Phan Thiết	21.090	9.359	3.946	6.362	1.423
La Gi	18.537	14.156	1.364	2.248	769
Tuy Phong	77.372	14.232	53.198	9.058	885
Bắc Bình	186.882	82.912	91.252	11.526	1.192
Hàm Thuận Bắc	134.451	61.272	63.641	7.978	1.560
Hàm Thuận Nam	105.838	45.830	52.396	6.867	745

Tánh Linh	119.860	46.040	66.684	6.469	667
Đức Linh	54.657	42.270	6.136	5.365	885
Hàm Tân	73.914	44.333	5.263	23.674	644
Phú Quý	1.791	1.059	125	441	167

### 2.1.2. Điều kiện kinh tế xã hội

Tính đến tháng 12 năm 2017, tỉnh Bình Thuận có tổng mười huyện, thị xã và thành phố

**Bảng 2.4:** Số đơn vị hành chính phân theo huyện, quận, thị xã, thành phố thuộc tỉnh Bình Thuận

Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Bình Thuận

Phân theo ĐVHC	Phường	Thị trấn	Xã
Thành phố Phan Thiết	14		4
Thị xã La Gi	5		4
Huyện Tuy Phong		2	10
Huyện Bắc Bình		2	16
Huyện Hàm Thuận Bắc		2	15
Huyện Hàm Thuận Nam		1	12
Huyện Tánh Linh		1	13
Huyện Đức Linh		2	11
Huyện Hàm Tân		2	8
Huyện Phú Quý			3

Dân cư. Tính đến 2017 dân số của tỉnh đạt 1.230.417 người, tăng 0.63% so với năm 2016 (tăng 7.721 người). Trong đó, 39.31% dân số sống ở đô thị và 60.69% dân số sống ở nông thôn. Lực lượng lao động từ 15 tuổi trở lên trong toàn tỉnh là 720.9 ngàn người, tăng 0.63% so với năm 2016 (tăng 4.53 ngàn người). Có 34 dân tộc anh em sinh sống ở Bình Thuận và đông nhất là dân tộc Kinh.

Văn hóa và tình hình kinh tế xã hội. Bình Thuận có nền văn hóa lâu đời nên đời sống người dân chú trọng đến tình làng nghĩa xóm và phát triển các loại văn hóa dân gian. Đời sống người dân dần ổn định và trên đường hoàn thiện, phát triển nhờ vào các chính sách phát triển của nhà nước. Tỉnh Bình Thuận thực hiện đầy đủ các chế độ, chính sách an sinh xã hội, giải quyết việc làm cho người lao động. Năm 2017, Tỉnh đã giải quyết việc làm cho 24.360 lao động trên địa bàn (tăng 0.66% so với năm 2016), đào tạo nghề cho lao động nông thôn là 7.103 người.

Trong 6 tháng đầu năm 2018, tình hình kinh tế – xã hội của tỉnh tiếp tục chuyển biến tích cực và khá toàn diện trên các mặt. Tổng sản phẩm trong tỉnh (GRDP) 6 tháng đầu năm ước tăng 8,58% so với cùng kỳ năm trước.

**Bảng 2.5:** Tổng sản phẩm trên địa bàn bình quân đầu người năm 2017

Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Bình Thuận

	Tiền Việt Nam, theo giá hiện hành (Nghìn đồng)	Ngoại tệ, theo tỷ giá hối đoái bình quân (Đô la Mỹ)
2015	37.393	1696.9
2016	41.009	1844.1
Sơ bộ 2017	44.949	1978.4
	Chỉ số phát triển (Năm trước = 100) – %	
2015	108.51	104.44
2016	109.67	107.08
Sơ bộ 2017	109.61	107.09

Tình hình kinh tế xã hội của tỉnh Bình Thuận nhìn chung có chuyển biến tích cực và khá toàn diện ở các mặt trong những năm gần đây. Kinh tế của tỉnh tăng trưởng khá, đáp ứng được nhu cầu sống ngày càng cao của người dân địa phương. Các chính sách phát triển kinh tế, giáo dục, y tế, du lịch được đầu tư và phát triển ổn định. Điều đáng mừng là tình hình an ninh tại địa phương khá ổn định, người

dân có công ăn việc làm ổn định nên tình trạng trộm cắp ít xảy ra, người nông dân an tâm tăng gia sản xuất.

### **2.1.3. Giới thiệu quả thanh long tỉnh Bình Thuận**

Thanh long có tên khoa học là *Hylocereus undatus*, tên tiếng Anh là Pitahaya hay còn gọi là Dragon fruit. Ở Bình Thuận nói riêng và Nam Bộ Việt Nam nói chung mùa thanh long tự nhiên xảy ra từ tháng 4 tới giữa tháng 10, rộ nhất từ tháng 5 tới tháng 8. Vào thời điểm này giá rẻ và khó tiêu thụ khi thương lai thu mua ít nên những người nông dân tiến bộ đã phát hiện, hoàn chỉnh kỹ thuật thấp đèn tạo quả trái vụ trong việc chủ động thu hoạch, nâng cao hiệu quả kinh tế.

Thanh long có thể chịu được hạn do nguồn gốc nhiệt đới và không chịu được lạnh. Thanh long phát triển mạnh ở nơi có cường độ ánh sáng mạnh và phù hợp với nhiều loại đất khác nhau với độ chua pH khác nhau: đất xám bạc màu, đất phèn, đất đỏ latosol, ... Tuy nhiên, thanh long không phù hợp với nước nhiễm mặn nên điều kiện tại Bình Thuận rất phù hợp cho phát triển cây thanh long.

Với những đặc điểm khí hậu, đất đai, sông ngòi, ... phù hợp để phát triển cây thanh long tại Bình Thuận. Hiện tại có nhiều loại thanh long khác nhau như ruột đỏ, ruột vàng và ruột trắng là loại chiếm chủ yếu trên 80% sản lượng. Cây thanh long là một loại thực vật thuộc họ xương rồng, ít chịu nước và sống ở nơi có thời tiết nóng ở các nước trong khu vực Đông Nam Á như Việt Nam, Malaysia, Thái Lan, Philippines, Indonesia (đặc biệt là ở miền tây đảo Java), miền nam Trung Quốc, Đài Loan và một số khu vực khác. Tuy nhiên, Việt Nam là nước duy nhất ở Đông Nam Á trồng thanh long với quy mô thương mại.

Tùy vào đặc điểm riêng từng vùng miền mà thanh long có hương vị và đặc điểm khác nhau. Thanh long Bình Thuận có vỏ quả dày, khi chín màu đỏ có độ bóng cao, tai quả dày, cứng, chân tai rộng, thịt quả chắc giòn, có vị ngọt chua – mùi thơm đặc trưng, hạt nhỏ và ít.

Cây thanh long tại Bình Thuận thường được trồng trên trụ đỡ. Rễ, thân cây thanh long bám trên các trụ đỡ đó. Rễ cây thanh long bao gồm địa sinh và khí sinh.

Rễ địa sinh có nhiệm vụ bám vào đất để hút chất dinh dưỡng nuôi cây. Rễ khí sinh xuất hiện dọc theo thân cây phần trên bám vào trụ đỡ giúp cây leo lên trụ đỡ, nhưng rễ khí sinh nằm gần đất sẽ đi dần xuống đất. Thân có nhiều nước nên có thể chịu hạn một thời gian dài. Thân cây thanh long mỗi năm sẽ cho ra từ 3 đến 4 đợt cành, đợt cành thứ nhất là cành mẹ của đợt cành thứ hai và cứ thế xếp thành từng lớp trên đầu trụ. Chúng sử dụng CO<sub>2</sub> trong quang hợp theo hệ CAM (crassulacean Acid Metabolism) là một hệ thích hợp các cây cây mọc ở vùng sa mạc. Số lượng cành trên cây tăng theo độ tuổi của cây: trung bình cây một tuổi có 30 cành, hai tuổi khoảng 70 cành, ba tuổi khoảng 100 cành và bốn tuổi là ở mức 130 cành, ở cây năm đến 6 tuổi duy trì khoảng 150 – 170 cành. Chiều dài cành thanh long đo ở cuối vụ thu hoạch được:

**Bảng 2.6:** Chiều dài cành thanh long

Nguồn: Phạm Đức Toàn, “Cây thanh long”, Viện nghiên cứu Công nghệ Sinh học và Môi trường, trường Đại học Nông Lâm Thành phố Hồ Chí Minh

Tuổi vườn	Trung bình (cm)	Dài nhất (cm)	Ngắn nhất (cm)
1	73	119	42
2	82	140	52
3	98	180	49
4	108	160	45
5	103	140	53

Hoa thanh long lưỡng tính, rất to, có chiều dài trung bình khoảng 25 – 35 cm, nhiều lá đài và cánh hoa dính nhau thành ống, nhiều tiểu nhị và một nhụy cái dài 18 – 24 cm, đường kính 5 – 8mm, nuốm nhụy chia làm nhiều nhánh. Hoa thanh long thường nở về đêm và đồng loạt trong một vườn.

Quả thanh long được hình thành sau khi hoa thụ, bầu noãn phát triển thành quả mọng cho tới khi quả chín là từ 22 – 28 ngày. Quả thanh long hình bầu dục có nhiều tai lá xanh. Đa số thanh long Bình Thuận đều là ruột trắng vỏ đỏ. Mỗi quả thanh



long có nhiều hạt nhỏ màu đen nằm xen kẽ trong khối thịt. Hạt này nhỏ và mềm nên không làm phiền người ăn như hạt của một số loại quả khác.

**Bảng 2.7:** Diện tích trồng cây thanh long phân theo đơn vị hành chính tỉnh Bình Thuận (ha)

Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Bình Thuận

	2010	2014	2015	2016	Sơ bộ 2017
Tổng số	13404.2	24063.6	26068.6	27031.4	27757.9
Phan Thiết	335.0	371.6	408.4	418.3	493.5
La Gi	373.7	1053.0	1182.0	1212.0	1291.0
Tuy Phong	41.0	131.5	210.0	284.0	314.0
Bắc Bình	669.0	2100.0	2402.5	2796.0	3041.0
Hàm Thuận Bắc	4784.2	8002.3	8685.0	8970.0	8950.0
Hàm Thuận Nam	7026.0	11719.0	12189.0	12275.0	12373.0
Tánh Linh	29.0	69.8	122.7	138.0	122.0
Đức Linh		15.4	17.2	17.2	28.9
Hàm Tân	146.3	601.0	888.0	920.5	1143.0
Phú Quý			0.6	0.4	1.0

Thanh long ngoài được dùng như là hoa quả tươi, chúng còn có thể được sử dụng để chế tạo các món ăn, nước ép thanh long, kẹo thanh long hay là thực phẩm để chữa các loại bệnh cao huyết áp, giảm lượng mỡ cho người béo phì, tăng cường sức khỏe, ... nhờ vào các loại dưỡng chất, vitamin có trong quả thanh long. Hàm lượng các chất dinh dưỡng chủ yếu trong 100g thịt quả chín như sau: Protein 0.89gam; Sắt 3.07 mg; Vitamin B3 0.095 mg; Magiê 31.61 mg; Canxi 17.42 mg; Vitamin C 0.34 mg.

**Bảng 2.8:** Thành phần sinh hóa, dinh dưỡng của quả thanh long

Nguồn: Sở NN & PTNT Bình Thuận trích từ báo cáo của Phân Viện

Thành phần	g/100gr thịt trái	Thành phần	Mg/100gr thịt trái
Nước	85.3	Vitamin C	3
Protein	1.1	Niacin	2.8
Glucose	0.57	Vitamin A	0.0111
Fructose	3.2	Calcium	10.2
Sorbitol	32.7	Sắt	6.07
Carbohydrat	11.2	Magnesium	38.9
Chất xơ	1.34	Phospho	27.5
Tro	0.56	Kali	27.2
Năng lượng (Kcal)	67.7	Natri	2.9

Sản lượng cây nông nghiệp gồm toàn bộ khối lượng sản phẩm chính của một loại cây hoặc một nhóm cây nông nghiệp thu được trong một vụ sản xuất hoặc trong một năm của một đơn vị sản xuất nông nghiệp, hoặc của một vùng, một khu vực địa lý.

Sản lượng cây trồng của từng loại sản phẩm được quy định theo hình thái sản phẩm. Đối với các sản phẩm như: thóc, ngô, đỗ xanh, đỗ tương tính theo hình thái hạt khô. Đối với khoai lang, sắn tính theo củ tươi, chè tính theo búp tươi, cà phê tính theo nhân khô, cao su tính theo mủ khô. Thanh long và trái cây tính theo quả tươi.

Năng suất cây nông nghiệp là sản phẩm chính của một loại cây hoặc một nhóm cây nông nghiệp thực tế đã thu được trong một vụ sản xuất hoặc trong một năm tính bình quân trên một đơn vị diện tích.

Đối với cây hàng năm:

Năng suất gieo trồng = sản lượng thu hoạch/điện tích gieo trồng

Năng suất thu hoạch = sản lượng thu hoạch/điện tích thu hoạch

Đối với cây lâu năm:

Năng suất thu hoạch (vụ/năm) = sản lượng thu hoạch (năm)/diện tích cho sản phẩm (năm)

#### **2.1.4. Quá trình phát triển thanh long Bình Thuận**

Bình Thuận có địa hình tự nhiên phức tạp, lại là tỉnh có lượng mưa thấp nhất cả nước. Sản xuất chăn nuôi của nông dân nơi đây gặp nhiều khó khăn do không chủ động được nguồn nước. Nông dân khó sản xuất, nghề phụ lại không có nên công tác xóa đói, giảm nghèo của tỉnh cũng trở nên khó khăn. Từ những năm cuối thế kỷ XX, thanh long được mọi người chú ý vì ăn ngon và bày cúng đẹp. Xuất phát từ đó, kế hoạch trồng thử cây thanh long được bắt đầu ở một số gia đình.

Ngày 15/11/2006 Cục Sở hữu trí tuệ đã ban hành Quyết định số 786/QĐ-SHTT đăng bạ tên gọi xuất xứ hàng hóa “Bình Thuận” (chỉ dẫn địa lý) dùng cho sản phẩm quả thanh long, thanh long tại tỉnh Bình Thuận được nhà nước bảo hộ vô thời hạn trên phạm vi toàn lãnh thổ Việt Nam và UBND tỉnh Bình Thuận là cơ quan quản lý tên gọi xuất xứ hàng hóa.

Được chính quyền địa phương khuyến khích và có đầu tư giúp nông dân về giống, kỹ thuật, quảng bá thương hiệu sản phẩm, mô hình trồng cây thanh long ngày càng phát triển và được nhân rộng tại nhiều địa phương trên địa bàn tỉnh Bình Thuận. Từ sau năm 2010, thanh long lại được phát triển rộng rãi thêm phương pháp ra hoa kết trái vào thời điểm trái vụ mùa. Bây giờ có hộ nông dân đầu tư hẳn 3 – 4 bình hạ thế riêng biệt để phục vụ cho việc chong đèn cho hàng ngàn trụ thanh long. Bình Thuận ngày xưa chỉ chuyên trồng về lúa nước. Tuy trồng những loại giống lúa đặc sản nhưng thu nhập từ nghề trồng lúa nếp bấp bênh. Điệp khúc “trúng mùa, mất giá” đến hẹn lại lên mỗi năm. Nếu cứ đeo bám loại cây trồng này, những hộ nông dân vẫn mãi "nghèo khổ", nên đa số các hộ nông dân quyết định chuyển đổi sang trồng thanh long vào những năm 2000. Sau nhiều năm phát triển và chăm sóc cây thanh long, hiện nay thanh long đã là nguồn thu nhập chính của đa số hộ nông dân tại tỉnh.

Giá thanh long không ổn định, bấp bênh phụ thuộc vào sản lượng và nhu cầu tiêu dùng của khách hàng. Giá bán vào tháng 4 tháng 5 năm 2018, thanh long được bán với giá khoảng 5.000 – 7.000 đồng/kg. Nhưng tháng 4 – 5 năm 2019, giá bán của thanh long trên địa bàn thu mua với mức cao kỷ lục từ 23.000 – 24.000 đồng/kg nhưng nông dân không có hàng để bán. Bà Nguyễn Thị Lan (xã Hàm Mỹ, huyện Hàm Thuận Nam) cho biết vào thời điểm cuối vụ nghịch này, bà quyết định không chong đèn nữa do rút kinh nghiệm lứa năm ngoái giá thanh long xuống thấp, gia đình lỗ nặng. Ông Nguyễn Văn Tám (xã Hàm Cường, huyện Hàm Thuận Nam) cũng tiếc nuối khi thấy thanh long đang tăng giá cao mà không có hàng để bán vì trước đó một tháng, gia đình ông đã ngừng chong đèn cho vụ nghịch. Vì tâm lý sản xuất sắp vào vụ mùa nên người nông dân không sản xuất trái vụ dẫn đến không có hàng cung cấp cho thị trường. Đây là một trong những vấn đề cần nhà nước quan tâm, hỗ trợ người nông dân quy hoạch trong vấn đề sản xuất để có được ổn định trong giá cả, đảm bảo tâm lý an toàn cho người sản xuất.

Điều kiện tự nhiên thuận lợi để Bình Thuận phát triển các loại cây ăn quả lâu năm đem lại nguồn thu nhập cho người nông dân. Trong số những loại cây ăn quả thì tổng diện tích cây ăn quả trồng nhiều nhất tại tỉnh là thanh long.

**Bảng 2.9:** Diện tích gieo trồng một số cây ăn quả lâu năm tại tỉnh Bình Thuận

Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Bình Thuận

	2010	2014	2015	2016	Sơ bộ 2017
Tổng diện tích cây ăn quả	24317.0	34594.0	37038.0	37643.0	39044.4
Nho	65.2	134.0	150.0	143.0	78.0
Xoài	2632.7	2944.9	2957.0	2752.3	2880.6
Cam	497.4	101.9	205.9	179.2	188.8
Táo		46.2	50.0	21.8	36.8
Nhãn	943.4	603.9	596.8	630.3	636.0

Vải, chôm chôm		348.0	351.5		272.2
Thanh long	13404.2	24063.6	26068.6	27031.4	27757.9

**Bảng 2.10:** Sản lượng cây thanh long phân theo đơn vị hành chính tỉnh Bình Thuận (tấn)

Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Bình Thuận

	2010	2014	2015	2016	Sơ bộ 2017
Tổng số	299302	449297	468395	518125	540252
Phan Thiết	6800	8190	8230	8243	8542
La Gi	6932	13365	18190	22940	21925
Tuy Phong	606	1194	1743	3825	3682
Bắc Bình	16200	25000	28500	45282	49440
Hàm Thuận Bắc	96500	126350	139004	178656	174525
Hàm Thuận Nam	171230	270500	264998	245199	266104
Tánh Linh	40	75	146	1982	1530
Đức Linh					301
Hàm Tân	994	4623	7584	11998	14203
Phú Quý					0,2

Những năm gần đây, thời tiết thuận lợi, lượng mưa nhiều, lượng nước tích trữ trong các hồ chứa đảm bảo đủ nước cho sản xuất nông nghiệp và cho tiêu dùng. Năm 2017, cây thanh long đạt 27.8 ngàn ha tăng 2.7% so với năm 2016, sản lượng đạt 540.3 ngàn tấn tăng 4.27% so với năm 2016.

Diện tích trồng thanh long tại Việt Nam hiện nay năm 2018 khoảng 37.000 ha; trong đó, Bình Thuận là tỉnh có diện tích thanh long lớn nhất cả nước với hơn 27.700 ha, sản lượng hàng năm đạt 540.252 tấn, năng suất đạt 21 tấn/ha (chiếm

80% sản lượng thanh long cả nước). Tại Bình Thuận, thanh long được trồng trên 10 huyện, thị xã, thành phố, trong đó, tập trung trồng nhiều tại huyện Hàm Thuận Nam (12.373 ha), Hàm Thuận Bắc (8.950 ha) và Bắc Bình (3.041 ha). Diện tích sản xuất thanh long theo tiêu chuẩn VietGAP trên địa bàn tỉnh là 9.510,32 ha của 449 đơn vị/9.625 hộ. Diện tích sản xuất thanh long theo tiêu chuẩn GlobalGAP trên địa bàn tỉnh có 264 ha.

Kết quả khảo sát cho thấy, trong ba năm trở lại đây có 67% số hộ tăng diện tích trồng thanh long trong vùng đất trồng thanh long nhà mình với các lý do như: chuyển đổi mô hình trồng ớt, trồng lúa sang trồng thanh long, trồng tiếp thanh long ở phần đất trống, mua thêm đất để trồng thanh long. Đây là một trong những nguyên nhân phá vỡ quy hoạch trồng thanh long tại địa phương và gây khó khăn trong việc quản lý chất lượng của quả thanh long. Việc tăng số lượng trồng thanh long nhưng không đảm bảo chất lượng sẽ gây ra rất nhiều ảnh hưởng không tốt đến năng lực cạnh tranh của loại quả này trên thị trường. Thanh long cho ra vụ thường vào tháng sáu đến tháng tám và mỗi năm sẽ được chong đèn một đến hai lần trong năm nhằm nâng cao năng suất ra quả của cây và đảm bảo thu hoạch thanh long quanh năm.

Cây thanh long phát triển ổn định, ước đến cuối tháng 6/2018 toàn tỉnh có 9.384 ha được cấp chứng nhận VietGAP, tăng 2,8% so cùng kỳ. Tuy nhiên, theo khảo sát chỉ có 15% số hộ là tham gia vào các chương trình sản xuất thanh long sạch như VietGap, GlobalGap. Mặc dù 100% số hộ đều biết về các chương trình sản xuất thanh long sạch do địa phương phối hợp với các tổ chức, hợp tác xã. Tuy nhiên, người nông dân vẫn sản xuất tự phát là chủ yếu. Trong khảo sát, có tới 95% số hộ là trồng thanh long ruột trắng, 5% còn lại là trồng xen kẽ giữa ruột trắng và các loại ruột khác. Người nông dân sử dụng hom giống chủ yếu từ trung tâm giống cây trồng và tự uơm hom giống. Nông dân tự uơm giống vì chưa có sự khác biệt nhiều về giống thanh long, và nông dân đã có nhiều kinh nghiệm trong việc tạo rễ, giống hom giống phát triển khỏe mạnh.

#### **2.1.5. Tác động của nhà nước trong phát triển, xuất khẩu thanh long Bình Thuận**

Nhà nước ta phát triển mục tiêu của công nghiệp hoá, hiện đại hoá nông nghiệp và nông thôn. Nhà nước thực hiện các chính sách hỗ trợ về vốn, công nghệ nhằm tạo nguồn nông sản xuất khẩu, tăng thu nhập và sức mua của nông dân, biến nông thôn trở thành thị trường tiêu thụ rộng lớn của công nghiệp, trên cơ sở hình thành một nền nông nghiệp có cơ cấu kinh tế hợp lý, khoa học công nghệ và cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại.

Nhà nước thành lập, tổ chức, tập hợp thành viên thanh gia vào các nhóm sản xuất thanh long sạch, chia sẻ kinh nghiệm với nhau. Thực tế khảo sát cho thấy, hiện tại có rất nhiều nhóm, tổ chức như hợp tác xã, hiệp hội trái cây, hội doanh nghiệp kết hợp nông dân, hội nông dân. Tuy nhiên các tổ chức này vẫn chưa thực sự tác động mạnh đến bà con nông dân trồng thanh long. Có khoảng 60% hộ nông dân có tham gia ít nhất một tổ chức sản xuất thanh long tại địa phương và tham gia các lớp tập huấn về sản xuất nông sản sạch. Có khoảng 75% các hộ chưa sử dụng công nghệ cao vào việc sản xuất như hệ thống tưới nước tự động hoặc hệ thống phun thuốc trừ sâu, ... lý do là không đủ điều kiện đầu tư và công nghệ mới chưa được tiếp xúc.

Địa phương thường tổ chức các chương trình khuyến nông và khuyến khích, hỗ trợ bà con nông dân tham gia. Tuy nhiên kiến thức vẫn chưa bao quát hết các trường hợp trong sản xuất và chỉ áp dụng trong những trường hợp cụ thể nên chưa thật sự thuyết phục được bà con nông dân. Có tới 80% khảo sát là cảm thấy bình thường với các chương trình khuyến nông do địa phương tổ chức.

Đảng và Nhà nước đã đề ra phương hướng chung là xây dựng phát triển nông nghiệp tổng thể cho cả nước và cho từng vùng sinh thái: vùng đồng bằng, vùng đồi núi và vùng ven biển. Xác định cơ cấu sản xuất nông, lâm, ngư nghiệp, cơ cấu sản phẩm trên cơ sở tiềm năng tự nhiên, kinh tế xã hội của từng vùng, lấy hiệu quả kinh tế xã hội tổng hợp là thước đo để quyết định cơ cấu tỉ lệ sản phẩm hợp lý về các chỉ tiêu, kế hoạch đối với từng nông phẩm hàng hoá.

Tính tới tháng 7 năm 2018, Thanh long được xếp vào nhóm 12 cây ăn quả chủ lực của Việt Nam và là 1 trong 9 loại cây trồng chủ lực của Việt Nam có lợi thế cạnh tranh trên thị trường thế giới. Nhà nước ta đã có các chính sách, điều luật phát triển nông nghiệp nước nhà nói chung và thanh long tại tỉnh Bình Thuận nói riêng. Trung tâm kiểm dịch thực vật sau nhập khẩu vùng I – Cục Bảo vệ thực vật cấp mã số vùng trồng thanh long xuất khẩu cho các địa phương đạt chuẩn đi các thị trường “khó tính” như Mỹ, Úc. Thanh long Bình Thuận được cán bộ có kinh nghiệm hướng dẫn, giám sát, thực hiện các quy định đảm bảo tiêu chuẩn đầu ra của quả thanh long. Bên cạnh đó, nhà nước mở rộng, tổ chức các lớp huấn luyện về quy trình VietGAP, GlobalGAP, các quy định về sản xuất an toàn. Tại Bình Thuận, ngân sách tỉnh hỗ trợ xây dựng chỉ dẫn địa lý “Thanh long Bình Thuận” và hỗ trợ tem nhãn, quảng bá, xúc tiến thương mại thúc đẩy tiêu thụ thanh long.

Hoạt động sản xuất, xuất khẩu thanh long Bình Thuận đều được điều tiết bởi hệ thống pháp luật và các văn bản hướng dẫn thi hành trong đó có các quy định về thuế, lệ phí:

- Thuế xuất khẩu: theo Thông tư số 164/2013/TT-BTC ngày 15/11/2013 của Bộ Tài chính, tổ chức, doanh nghiệp xuất khẩu thanh long phải kê khai mã hàng của mặt hàng xuất khẩu là 0810.90.92 và ghi mức thuế suất thuế xuất khẩu là 0%.

- Thuế giá trị gia tăng (VAT): theo quy định tại Thông tư số 219/2013/TT-BTC ngày 31/12/2013 hướng dẫn thi hành Luật thuế Giá trị gia tăng và Nghị định số 209/2013/NĐ-CP ngày 18/12/2013 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều Luật thuế Giá trị gia tăng, thanh long xuất khẩu không phải chịu thuế VAT.

- Lệ phí hải quan: thực hiện theo quy định tại Thông tư số 172/2010/TT-BTC ngày 02/11/2010 của Bộ Tài chính hướng dẫn mức thu, chế độ thu, nộp, quản lý và sử dụng lệ phí trong lĩnh vực hải quan.

Theo quy định hiện hành của Việt Nam thì thanh long là mặt hàng nông sản khi xuất khẩu thuộc đối tượng không phải chịu thuế VAT và được hưởng mức thuế suất thuế xuất khẩu là 0%. Đây là những ưu đãi của nhà nước tạo điều kiện trong việc



xuất khẩu thanh long sang các quốc gia khác trong cả trường hợp xuất khẩu chính ngạch và xuất khẩu tiểu ngạch, bao gồm cả hoạt động thương mại mậu biên của cư dân biên giới.

## **2.2. Phân tích thực trạng năng lực cạnh tranh của thanh long tỉnh Bình Thuận trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế**

### **2.2.1. Tình hình chung về điều kiện và hoạt động sản xuất, kinh doanh của thanh long Bình Thuận**

Việc hội nhập kinh tế đã giúp hàng hóa Việt Nam tiếp cận được đến nhiều thị trường tiềm năng hơn, trong đó có thanh long Bình Thuận. Thanh long của tỉnh Bình Thuận đã được giới thiệu rộng rãi hơn đến các quốc gia và được sự đón nhận, yêu thích của khách hàng. Theo quy hoạch của tỉnh đến năm 2020 và định hướng đến năm 2025, Bình Thuận phát triển diện tích 30.000 ha. Nhưng chỉ có 23 hợp tác xã và 2 liên hiệp sản xuất và chế biến thanh long.

Tính đến năm 2017, trên địa bàn tỉnh Bình Thuận có khoảng 232 tổ chức, cá nhân kinh doanh quả thanh long, trong đó bao gồm 53 doanh nghiệp và 179 hộ kinh doanh, cơ sở thu mua – sơ chế – đóng gói thanh long. Và chỉ có 07 doanh nghiệp tham gia xuất khẩu chính ngạch thanh long với 4.483,3 tấn thanh long, đạt kim ngạch xuất khẩu 7,15 triệu USD, đơn giá xuất khẩu bình quân đạt 1.595 USD/tấn. Trong 5 tháng đầu năm 2018, có 5 doanh nghiệp của tỉnh, xuất khẩu chính ngạch 2.402 tấn thanh long, đạt kim ngạch xuất khẩu 3,5 triệu USD, đơn giá xuất khẩu bình quân đạt 1.458 USD/tấn. Một số tổ chức, cá nhân tổ chức thu mua, đóng gói và vận chuyển ra thị trường phía Bắc để tiêu thụ nội địa và bán sang thị trường Trung Quốc theo hình thức mua bán biên mậu. Như vậy, ta có thể thấy thanh long chủ yếu xuất khẩu qua Trung Quốc theo con đường phân phối qua nhiều trung gian. Quan hệ mua bán không ổn định, phụ thuộc vào người thu mua quá nhiều và ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của sản phẩm.

Diện tích sản xuất và sản lượng thanh long thu hoạch ngày càng tăng. Tin vui là người sản xuất dễ dàng bán hết sản phẩm của mình, không xảy ra hiện tượng ứ đọng hàng tại nơi sản xuất. Tuy nhiên giá cả biến động bấp bênh bất lợi cho định

hướng người nông dân trong việc canh tác. Các thị trường xuất khẩu truyền thống như Thái Lan, Trung Quốc, Indonesia, Singapore, Hà Lan, ... vẫn được giữ vững, mặc dù có tăng/giảm so với cùng kỳ. Các doanh nghiệp xuất khẩu thanh long của tỉnh trong năm 2016 đã thâm nhập được thị trường mới là Ấn Độ. Việc đẩy mạnh xuất khẩu đã tạo ra thị trường có tác động giúp cây thanh long phát triển mạnh mẽ trong thời gian qua. Các cấp chính quyền địa phương đã và đang cố gắng trong việc diệt trừ bệnh đốm nâu trên cây thanh long, không ngừng mở rộng, tìm kiếm thị trường cho cây thanh long. Tuy nhiên vẫn còn một số hạn chế, khó khăn như: công tác phòng bệnh đốm nâu còn hạn chế, tốc độ giảm bệnh chưa cao, chưa đáp ứng được yêu cầu. Thị trường tiêu thụ vẫn chưa phong phú, công tác mở rộng thị trường còn chậm.

Trong các năm qua, tỉnh Bình Thuận đã triển khai các đề án, chương trình nhằm phát huy vai trò tập hợp đoàn kết các doanh nghiệp, tuyên truyền, vận động các cơ sở sản xuất thanh long theo tiêu chuẩn VietGap góp phần xây dựng thương hiệu cho quả thanh long Bình Thuận, mang sản phẩm mới mẻ này xuất khẩu sang Mỹ và nhiều nước trên thế giới. Tuy nhiên, hiện nay, giá thanh long không ổn định; diện tích tăng nhanh; tình trạng tranh mua, tranh bán càng diễn ra không thể ngăn chặn; đầu tư các cơ sở hạ tầng để phục vụ như hệ thống điện, thủy lợi, nước tưới, đầu ra sản phẩm gặp khó khăn... Điểm sáng là nhờ vào chương trình nông thôn mới mà các con đường làng, đường mòn nhỏ ngày xưa đã được tráng nhựa đường phục vụ cho việc vận chuyển, lưu thông hàng hóa ở các vùng trong, vùng xa. Điều này được người dân đánh giá rất cao.

Bình Thuận là vùng khô hạn nên đây là nơi thuận lợi cho việc phát triển cây thanh long. Nhưng thanh long vẫn cần nước tưới để đảm bảo cho hoạt động ra trái và nuôi trái tốt. Theo đánh giá chung từ tác giả, hầu như trên 80% các hộ sở hữu cho mình một giếng khoan nhằm phục vụ cho việc tưới thanh long. Có tới khoảng 70% là người nông dân không đồng tình về hệ thống điện do giá điện bây giờ đã cao và còn thường xuyên cúp điện. Nếu điện cúp vào những đêm mà thanh long đang được chong đèn sẽ ảnh hưởng đến chất lượng ra búp, ra nhánh của mùa vụ đó.

**Bảng 2.11:** Đánh giá công tác quản lý, quy hoạch đầu tư thủy lợi, giao thông, điện sản xuất (khảo sát 2019)

STT	Chỉ tiêu	Đánh giá (n = 99)		
		Tốt	Khá	Trung bình
1	Năng lực quản lý của cán bộ địa phương	25	64	10
2	Địa phương đầu tư quy hoạch có tốt không	13	26	60
3	Hệ thống thủy lợi địa phương như thế nào	09	08	83
4	Hệ thống giao thông địa phương như thế nào	46	36	17
5	Hệ thống điện sản xuất địa phương như thế nào	10	18	71

Cần giữ vững và phát huy lợi thế sản phẩm thanh long Bình Thuận dựa trên cơ sở phát triển theo quy hoạch, nâng cao chất lượng, không nên phát triển thêm diện tích, đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá hình ảnh thanh long bằng nhiều hình thức; áp dụng các biện pháp khoa học kỹ thuật vào sản xuất và chế biến; có các biện pháp xử lý nghiêm các hành vi vi phạm (sử dụng thuốc bảo vệ thực vật, hóa chất quá liều lượng; sử dụng năng lượng điện quá tải; trồng mới thanh long không đúng quy hoạch...).

### **2.2.2. Khâu giống và chăm sóc cây trồng**

Thanh long ở Bình Thuận là nguồn thu nhập chính của rất nhiều hộ gia đình tại các địa phương. Nên việc chọn giống và chăm sóc cây thanh long rất quan trọng và cần thiết cho quá trình phát triển và kết trái của cây. Cây thanh long được chọn

trồng tại những nơi ít ô nhiễm khói bụi, ít các chất độc hại từ công nghiệp, khu dân cư, bệnh viện, khu chăn nuôi, và ô nhiễm từ các hoạt động khác.

### **2.2.2.1. Việc chuẩn bị giống thanh long**

Giống thanh long có nguồn gốc rõ ràng. Người nông dân cũng sử dụng những cành khỏe để ươm bén rễ và trồng thành những trụ thanh long mới. Hiện nay có những phương pháp kích thích bén rễ nhanh bằng các chất kích thích được bà con nông dân sử dụng để đẩy nhanh quá trình giâm ban đầu. Giống hiện trồng phổ biến là giống thanh long ruột trắng. Hom giống có khả năng sinh trưởng và phát triển tốt trong điều kiện sinh thái của Bình Thuận, cho năng suất cao, hình dạng trái đẹp, vỏ màu đỏ trong ruột màu trắng.

Cành được chọn làm hom giống cần chọn ở những cành tốt, khỏe và phải đạt các tiêu chuẩn sau:

- Tuổi cành 12 tháng (đã cho trái vụ trước, không nên chọn những cành vừa mới cho trái), cần chọn các cành có gốc cành đã bắt đầu hóa gỗ để hạn chế bệnh thối cành.
- Chiều dài cành tốt nhất từ 40 – 50 cm.
- Cành khỏe có màu xanh đậm, sạch sâu bệnh.
- Các mắt trên cành mang chùy gai phải tốt, mẩy.

Chăm sóc cây là toàn bộ quá trình từ khi cây thanh long được trồng đến khi cây không còn khả năng ra trái được nữa. Quả thanh long có kích cỡ lớn, mùi vị, màu sắc, không sâu bệnh, ... đều nhờ vào quá trình chăm sóc.

### **2.2.2.2. Kỹ thuật trồng và chăm sóc thanh long**

#### **a. Đất và trụ trồng thanh long**

Đất tại Bình Thuận phù hợp cho việc trồng thanh long. Người nông dân tại địa phương đã cải tạo những loại đất đai như: đất cát pha, đất xám bạc màu, đất phèn đến đất phù sa, đất đỏ Bazan, đất thịt, ... để trở nên tơi xốp, thoáng nước, không nhiễm mặn và có độ pH là 5 – 7.

Vùng nông thôn trồng thanh long của Bình Thuận cũng có nhiều lợi thế về đất đai, đất ở nơi đây ít bị nhiễm các loại tạp chất từ các hoạt động công nghiệp, sinh hoạt, y tế, ... hoặc các loại ô nhiễm hóa học: (kim loại nặng, hàm lượng Nitrate), sinh học (vi khuẩn Salmonella, E. Coli, Coliform), vật lý (xói mòn đất, ngập úng), ...

Về trụ trồng thanh long, người nông dân thường trụ gạch hoặc xi măng cốt sắt để trồng thanh long, có thể sử dụng trụ bằng gỗ. Hiện nay trụ xi măng cốt sắt đang được khuyến cáo và sử dụng phổ biến trong sản xuất nhờ vào tính chịu lực và sử dụng lâu dài, có thể tái sử dụng. Trụ có kích thước dài 2 – 2,1 m; cạnh vuông tối thiểu 15 – 15 cm.

Khi trồng, tùy vào nhận định của mỗi người mà có hướng trồng trụ xuống đất sao cho vững chắc. Tuy nhiên, thông thường trụ được trồng xuống đất có phần trên ở mặt đất cao khoảng 1,4 – 1,5 m, phần chôn dưới mặt đất khoảng 0,6 m; phía trên trụ có 2 – 4 cọc sắt ló ra dài 20 – 25 cm được bẻ cong theo 4 hướng dùng làm giá đỡ cho cành thanh long lan ra và phát triển.

Cây thanh long là cây ưa sáng và cần nhiều ánh nắng, nếu trồng mật độ dày cành đan chéo nhau khó đi lại chăm sóc. Nên trồng với khoảng cách là 2 x 2m hoặc 3 x 3 m (được tính từ hàng cách hàng, cùng với trụ cách trụ).

### **b. Kỹ thuật trồng và chăm sóc**

Đầu tiên là đặt hom vào trụ. Hom được ươm rễ bằng cách đặt hom cạnh 2 – 3 cm, đặt phần lõi (đã gọt bỏ lớp vỏ bên ngoài) xuống đất để tránh thối gốc. Khi trồng để tránh gió quạt ngã hom và rễ hom bám sát vào trụ thì phần phẳng của hom vào mặt trụ, dùng dây cột hom vào trụ. Mỗi mặt trụ đặt 1 hom, tổng cộng 1 trụ thanh long có bốn hom giống để thông thoáng cho sự phát triển của dây thanh long sau này.

Thứ hai là tủ gốc để giữ ẩm. Thời tiết Bình Thuận rất nắng nóng và khô hạn nên cần dùng rơm rạ, cỏ khô, xơ dừa hoặc lục bình... để tủ gốc giữ ẩm cho cây. Ngoài việc giữ ẩm cho cây biện pháp này còn giúp hạn chế sự phát triển của cỏ dại

trong gốc thanh long. Cỏ dại phát triển kéo theo rễ thanh long không phát triển được và cỏ dại lấy đi chất dinh dưỡng, lượng nước cần thiết trong việc nuôi nhành thanh long. Cỏ dại còn là nơi trú ẩn của sâu bệnh. Phải dọn dẹp, làm sạch cỏ trong vườn, hạn chế tối đa việc sử dụng thuốc trừ cỏ nhằm hạn chế khả năng ô nhiễm đất do thuốc vì thuốc trừ cỏ rất độc, ảnh hưởng đến chất lượng của quả thanh long và có khả năng làm úng gốc nếu hàm lượng lớn. Và chỉ được phép dùng các loại thuốc diệt cỏ nằm trong danh mục cho phép của Bộ NN&PTNT. Hạn chế tối đa việc sử dụng thuốc trừ cỏ trong vườn thanh long và chỉ sử dụng khi trên cây không mang trái.

Thứ ba là việc tưới tiêu. Mặc dù cây thanh long là cây chịu hạn, tuy nhiên chúng ta trồng để thu hoạch quả có chất lượng nên cần phải cung cấp cho cây lượng nước ổn định cho quá trình tăng trưởng. Nếu không đủ nước tưới sẽ làm giảm khả năng sinh trưởng phát triển của cây và làm giảm năng suất bằng các biểu hiện như: cành mới hình thành ít, sinh trưởng rất chậm, cành bị teo tóp và chuyển sang màu vàng. Ở những cây thiếu nước khi ra hoa, tỉ lệ rụng hoa ở đợt ra hoa đầu tiên cao > 80%, trái nhỏ. Do đó, cần tưới nước thường xuyên đảm bảo đủ độ ẩm cho cây phát triển. Nguồn nước cũng nên là nước an toàn, không nhiễm phèn, không nhiễm các loại hóa chất độc hại. Đặc biệt là các nguồn nước thải từ công nghiệp, y tế, sản xuất rất có hại cho chất lượng của thanh long.

Thứ tư là tạo tán và tỉa cành. Do mỗi trụ thanh long được trồng bằng bốn hom, từ các hom này sẽ nảy ra các tán cành bao quanh trụ. Không thể để cho các cành này mọc lung tung được vì như vậy sẽ không đón được ánh nắng mặt trời và giảm đi hiệu suất ra quả. Bên cạnh đó là tạo nên bộ khung cơ bản, thông thoáng giúp cây sinh trưởng mạnh, cho năng suất cao và ổn định, đồng thời kéo dài giai đoạn kinh doanh của cây. Người nông dân sẽ tỉa đi những cành yếu, cành sâu bệnh để tạo bộ tán đẹp cho cây, hạn chế sâu bệnh và cành không hiệu quả. Mỗi hom giống mẹ chỉ nên nuôi một nhánh con để đảm bảo tăng trưởng tốt nhất, Trên đầu trụ đỡ, tỉa cành theo nguyên tắc 1 cành mẹ để lại một đến hai cành con, chọn cành sinh trưởng mạnh, phát triển tốt. Khi cành dài 1,2 m – 1,5 m, nên bấm đợt cành giúp cành phát

triển tốt và nhanh cho trái. Đặc biệt, Từ năm thứ năm trở đi, sau mỗi vụ thu hoạch cần tiến hành tỉa cành tạo tán tạo sức sống cho cây.

Thứ năm là phân bón và chất phụ gia. Phân bón đóng vai trò rất quan trọng trong việc sinh trưởng và cung cấp chất dinh dưỡng cho cây. Nếu bón quá nhiều phân sẽ làm úng rễ hoặc gây lãng phí, còn nếu như bón ít thì lại không đủ cho việc cung cấp chất dinh dưỡng. Rễ cây thanh long không bám sâu vào lòng đất nên việc tự tìm kiếm nguồn sống trong đất là rất khó. Chất phụ gia góp phần kích thích ra rễ, kích thích tốc độ tăng trưởng của cành. Người nông dân được khuyến cáo chỉ sử dụng các loại phân bón và chất phụ gia có trong danh mục được phép sản xuất, kinh doanh tại Việt Nam. Không sử dụng phân hữu cơ chưa qua xử lý (ủ hoai mục), người nông dân có thể sử dụng sử dụng phân hữu cơ được xử lý tại chỗ để bón cho cây. Tùy theo loại đất, giai đoạn sinh trưởng của cây thanh long mà phải bón đầy đủ phân cho cây phát triển. Phân bón bao gồm cả phân hữu cơ và phân hóa học. Phân hóa học được bón bằng cách rải đều trên mặt đất xung quanh trụ, tủ rơm rạ, hay cỏ khô, sau đó tưới nước cho phân tan với liều lượng cơ bản phụ thuộc vào từng giai đoạn phát triển của cây.

**Bảng 2.12:** Liều lượng bón phân cho thanh long tiêu chuẩn theo tiêu chí VietGap

Nguồn: Tài liệu tập huấn thanh long sạch tỉnh Bình Thuận năm 2018

Tuổi vườn	Lượng phân bón nguyên chất gr/trụ/năm			Lượng phân bón tương đương kg/trụ/năm		
	N	P2O <sub>5</sub>	K <sub>2</sub> O	Uree	Lân	Kali
3 – 5	500	500	500	1.08	3.6	0.83
> 5	750	500	750	1.63	3.6	1.25

**Bảng 2.13:** Liều lượng bón phân hỗn hợp NPK thay thế phân đơn cho thanh long tiêu chuẩn theo tiêu chí VietGap. Đơn vị tính: g/trụ

Nguồn: Tài liệu tập huấn thanh long sạch tỉnh Bình Thuận năm 2018

Tháng	Vườn 3 – 5 năm tuổi			Vườn > 5 năm tuổi		
	NPK 20-20-15	NPK 22-10-20	Kali	NPK 20-20-15	NPK 22-10-20	Kali
9 – 10	350	0	0	500	0	0
12	350	0	40	500	0	50
2	350	0	40	500	0	50
4	350	0	40	500	0	50
5	0	250	40	0	400	50
Tháng thứ 6 – 8, mỗi tháng/lần	0	250	0	0	400	0

Ngoài ra còn cần sử dụng phân bón lá và chất kích thích tăng trưởng cho thanh long giúp cây phát triển tốt. Khi thu hoạch và cắt tỉa cành tạo tán, phun phân bón lá NPK 30 – 30 – 10. Giai đoạn chuẩn bị ra nụ, phun phân bón lá NPK 10 – 52 – 10. Giai đoạn nụ được 8 – 10 ngày: dùng chất điều hòa sinh trưởng và phân bón lá 20 – 20 – 20. Sau khi hoa thụ phấn 3 ngày, dùng chất điều hòa sinh trưởng và phân bón lá NPK 30 – 10 – 10. Trong giai đoạn nuôi trái sử dụng phân bón lá NPK 20 – 20 – 20. Trước thu hoạch (15 – 20 ngày), phun phân bón lá NPKCa 12 – 0 – 40 – 3. Liều lượng và khoảng cách ngày phun theo tiêu chuẩn VietGap. Vì việc sử dụng thuốc bảo vệ thực vật rất ảnh hưởng đến vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm nên phải được chú trọng và quan tâm trong quá trình chăm sóc và nuôi trái.

Thứ sáu là tỉa hoa, trái. Tùy theo độ mạnh, yếu của dây thanh long mà để trái cho phù hợp. Trên một cành, trái nhiều thì cành đó không thể nuôi nổi dẫn đến hình dáng, mẫu mã và trọng lượng của quả thanh long đều bị ảnh hưởng. Tốt nhất là khi thanh long ra nụ, chỉ chọn 2 nụ phát triển tốt trên mỗi cành, tỉa bỏ các nụ còn lại, các nụ trên cùng một cành nên chọn ở hai mắt xa nhau. Sau khi hoa nở 5 – 7 ngày tiến hành tỉa trái, mỗi cành tốt nhất chỉ để lại một đến hai trái và chọn các trái phát triển tốt, không dấu vết sâu bệnh.

### 2.2.3. Khâu thu hoạch, năng suất và giá cả thu mua thanh long



## **Thu hoạch**

Thu hoạch là công việc cắt bán quả thanh long khi đã chín. Đây cũng là một trong những việc quan trọng trong việc giữ độ tươi ngon của quả. Nên thu hoạch quả thanh long trong khoảng 28 – 32 ngày sau khi nở hoa để trái có chất lượng ngon nhất và bảo quản lâu hơn. Nếu thu hoạch trước 28 ngày, quả thanh long sẽ chưa chín đỏ và có vị chua. Nếu để quá ngày chưa thu hoạch, thanh long sẽ bị nhũn và nứt trái. Chấm dứt phun xịt thuốc bảo vệ thực vật và chất kích thích sinh trưởng trước khi thu hoạch 7 – 10 ngày.

Thời điểm thu hoạch tốt nhất là vào lúc sáng sớm hoặc chiều mát. Tránh ánh nắng gay gắt chiếu trực tiếp vào trái làm tăng nhiệt độ trong trái, gây mất nước ảnh hưởng đến chất lượng và thời gian bảo quản. Sản phẩm sau khi thu hoạch không được để tiếp xúc trực tiếp với đất và hạn chế để qua đêm. Nếu thanh long tiếp xúc với đất rất dễ bị nấm, úng và thối trái.

Dụng cụ thu hoạch trái phải sắc, bén. Trái sau khi cắt được đựng trong giỏ nhựa, để trong mát, phân loại sơ bộ và vận chuyển ngay về nhà đóng gói càng sớm càng tốt, không để lâu ngoài vườn. Không chắt trái quá đầy giỏ khi vận chuyển, giỏ phải được bao lót kỹ, che phủ bằng giấy hoặc lá để tránh ánh nắng chiếu trực tiếp vào trái và tổn thương trái do va chạm trong khi vận chuyển.

Theo khảo sát thì trên 85% thanh long được bán trực tiếp từ vườn cho thương lái. Giá cả các lần bán khác nhau, bấp bênh về giá bán với các lý do như: biến động thị trường trái cây của Trung Quốc, Trung Quốc ngừng thu mua thanh long, cung vượt cầu, ... nên trên 60% hộ gia đình chưa hài lòng về giá bán thanh long ở các lần bán gần đây. Vì bán thanh long trực tiếp cho thương lái nên người nông dân không trực tiếp tham gia vào việc bảo quản thanh long sau đó.

## **Năng suất và giá cả**

Các đánh giá khách quan cho thấy nhu cầu tiêu thụ thanh long đang có xu hướng phát triển tốt không chỉ ở châu Á mà còn ở các thị trường mới khác. Chúng ta đang mong đợi sự đột phá của thanh long Bình Thuận vào việc khai thác thị trường mới thông qua các hoạt động quảng bá sản phẩm, cải thiện chất lượng sản phẩm và giá thành hợp lý.

Tại Bình Thuận, thanh long là loại cây trồng chủ lực giúp người dân địa phương thoát nghèo, vươn lên khá giả. Đến năm 2019, tỉnh Bình Thuận có diện tích trồng thanh long lớn nhất cả nước với diện tích trên 30.000 ha. Sản lượng đạt trên 550.000 tấn/ năm, chủ yếu được xuất khẩu qua Trung Quốc theo đường tiểu ngạch. Một số ít xuất khẩu qua các thị trường khó tính như: Mỹ, Canada, Đức, Australia, Nhật, Hàn Quốc, Dubai, Saudi Arabia.

Thanh long không giống như các mặt hàng khác như gạo, cà phê, thanh long hiện tại cơ bản được biết đến rộng rãi ở các thị trường châu Á, các nơi khác vẫn chưa được biết đến. Hiện nay, với cộng đồng tiêu dùng trái cây trên toàn thế giới chưa có nghiên cứu hay thống kê nào chính thức về sản lượng tiêu thụ và cung cấp trên thế giới.

**Bảng 2.14:** Kim ngạch xuất khẩu thanh long 3 năm trở lại đây

Nguồn: Cục Thống kê tỉnh Bình Thuận

Năm	Sản lượng (tấn)	Kim ngạch (1000USD)
2016	7.574,5	4.545.1
2017	4.483,3	7.151.6
2018	5.989,1	7.614.8

Ngoài các địa phương trồng và sản xuất thanh long trong nước như Long An, Tiền Giang, ... các nước xuất khẩu thanh long lớn trên thế giới cạnh tranh với thanh long Bình Thuận như: Thái Lan, Đài Loan, Australia, Israel, Colombia, Mexico, ... Thanh long Việt Nam xuất khẩu ở thị trường châu Á chủ yếu là vào Trung Quốc, các nước Asian, nhưng đang chịu sự cạnh tranh ngày càng cao bởi thanh long từ Thái Lan, Đài Loan và có cả Malaysia. Đối với thị trường châu Âu, châu Mỹ thì thanh long Việt Nam không có nhiều lợi thế như các quốc gia lân cận các châu lục đó. Tuy nhiên, thanh long Bình Thuận cũng chiếm được ưu ái từ những người gốc Á.

Khi thanh long Bình Thuận xuất khẩu vào Trung Quốc theo con đường tiểu ngạch: đây là con đường chính để thanh long bán vào Trung Quốc chiếm khoảng 80% sản lượng vào nước này. Đây là con đường không yêu cầu nhiều về vệ sinh an toàn thực phẩm và có nhiều thương lái từ Trung Quốc thu mua trực tiếp tại các cửa khẩu nên thuận tiện và dễ dàng trong việc buôn bán. Thanh long Bình Thuận xuất khẩu theo con đường chính ngạch: phải tuân thủ theo các yêu cầu về vệ sinh, an toàn, chất lượng nên buộc phải tuân thủ và đáp ứng các tiêu chuẩn. Các biên bản ký kết hợp tác, hỗ trợ xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc được Chính Phủ thực hiện nhằm đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng của thanh long như: thoả thuận hợp tác về an toàn thực phẩm giữa Bộ NN&PTNT và Tổng cục kiểm nghiệm, kiểm dịch và giám sát chất lượng Quốc Gia (AQSIQ) ký ngày 1/9/2008; Biên bản hội đàm về kiểm nghiệm, kiểm dịch thực vật giữa Bộ Nông nghiệp & PTNT và AQSIQ (ký ngày 9/1/2009).

Theo đánh giá từ các nhà vườn trồng thanh long tại Bình Thuận, nếu không có sản phẩm hư, nấm, sâu bệnh, hàng mùa giá từ 8.000 đồng/kg trở lên nông dân mới có lãi, trong khi hàng chong đèn phải có giá từ 12.000 đồng trở lên. Đây là giá cho chi phí phân thuốc, công lao động và các chi phí sản xuất khác. Giá thanh long không có được cố định như các mặt hàng công nghiệp, chúng phụ thuộc vào tiêu thụ trên thị trường, biến động trong mùa vụ và việc kinh doanh của thương lái, doanh nghiệp. Đến bây giờ, giá bán quả thanh long đang là một vấn đề rất nhức nhối trong toàn bộ người nông dân, không có một quy định, cơ chế nào quản lý giá của thanh long trên thị trường, tất cả đều phụ thuộc vào thị trường chủ yếu là Trung Quốc và thương lái thu mua thanh long tại địa phương.

Xây dựng nhà xưởng và công trình phục vụ cho việc xử lý, đóng gói, bảo quản. Khu vực xử lý, đóng gói và bảo quản thanh long phải tách biệt khu chứa xăng, dầu, mỡ và máy móc nông nghiệp để phòng ngừa nguy cơ ô nhiễm lên sản phẩm. Các thiết bị và dụng cụ đóng gói, xử lý sản phẩm phải có rào ngăn cách đảm bảo an toàn. Nơi lưu trữ và đóng gói thanh long phải là nơi sạch sẽ, hợp vệ sinh và có các điều kiện an toàn lao động khi làm việc.

Để làm sạch quả thanh long, chỉ sử dụng những loại hóa chất an toàn, trong quy định như các loại hóa chất: Chlorine, nước Ozone, ..., chế phẩm, màng sáp cho phép trong quá trình xử lý sau thu hoạch. Để diệt nấm bệnh và sinh vật gây hại trong quá trình bảo quản, có thể sử lý trái bằng phương pháp vật lý như xử lý nhiệt, chiếu xạ. Và nước dùng để rửa thanh long cũng phải là nước đạt chất lượng theo quy định.

Đối với việc đóng gói vận chuyển hàng hóa, mỗi thị trường, mỗi doanh nghiệp sẽ có các tiêu chuẩn và yêu cầu khác nhau. Đa số các doanh nghiệp ở tỉnh Bình Thuận đều đóng gói theo tiêu chuẩn VietGap. Có thể dùng bao polyetylen có đục 20 – 30 lỗ bằng kim đường kính 0,5 mm để bao. Kỹ thuật này kết hợp với nhiệt độ lạnh 5°C và độ ẩm 90% – 95%, thanh long có thể bảo quản tươi 42 ngày. Đặc biệt tại thanh long rất dễ bị gãy nên khi thanh long được đóng vô hộp, bên trong hộp nên có các vách ngăn để tránh thanh long chạm vào nhau làm gãy tai.

Không bảo quản và vận chuyển sản phẩm chung với các hàng hóa khác có nguy cơ gây ô nhiễm sản phẩm. Nếu sử dụng các chất bảo quản, chỉ được sử dụng các chất được phép sử dụng theo quy định.

#### **2.2.4. Vấn đề công nghệ chế biến và bảo quản sau thu hoạch**

Công nghệ chế biến vẫn thô sơ, quy mô còn nhỏ, hiệu quả chưa cao.

Thiết bị và công nghệ chế biến sau thu hoạch còn lạc hậu, kết cấu hạ tầng phục vụ bảo quản chế biến còn chưa phát triển, quy mô nhỏ, tỷ lệ hao hụt, thất thoát cao. Thị trường trong nước đã là sức ép lớn vì cạnh tranh với nhiều loại thanh long từ các quốc gia khác, thị trường quốc tế cũng rất khó khăn một phần thua thiệt về đầu tư vốn, công nghệ so với các quốc gia.

Việc bảo quản tồn kho cũng còn yếu trong vấn đề cạnh tranh của thanh long Bình Thuận. Chúng ta chưa có nhiều kỹ thuật cao trong việc bảo quản sản phẩm nên nông phẩm của chúng ta dễ bị úng, thối khi xuất khẩu sang nước ngoài làm cho chúng ta bị mất uy tín và niềm tin của khách hàng. Công nghệ chế biến và bảo quản quả thanh long vẫn còn khá lạc hậu, quả thanh long không thể bảo quản được lâu

làm giảm chất lượng và mùi vị của sản phẩm, giảm khả năng cạnh tranh so với các sản phẩm từ các quốc gia khác có công nghệ bảo quản, xử lý tốt hơn. Thanh long Bình Thuận đang phải cạnh tranh gay gắt và có phần thua thiệt về vấn đề bảo quản này làm cho người tiêu dùng cảm nhận về chất lượng thanh long Bình Thuận thấp. Phương tiện vận chuyển và cách đóng gói tiêu thụ sản phẩm trong nước sơ sài, chưa có nhãn mác nên chưa xây dựng được hình ảnh thương hiệu với người tiêu dùng nội địa. Cách đóng gói rời rạc chưa đồng bộ cũng ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm cuối cùng. Bên cạnh đó là thiếu nguồn nhân lực quản lý có trình độ, có kinh nghiệm điều phối nên các hoạt động trong chuỗi cung ứng nên còn rời rạc.

### **2.2.5. Vấn đề nhận biết thương hiệu**

Người nông dân bán trực tiếp sản phẩm cho thương lái, nên việc thương hiệu thanh long hoặc các vấn đề liên quan về nhãn mác, hình ảnh thanh long vẫn chưa được quan tâm nhiều. Cái người nông dân quan tâm là trồng những cây thanh long khỏe mạnh, chăm sóc chúng tạo ra những quả thanh long lớn, màu sắc đẹp, hạn chế sâu bệnh trên cây.

Thương hiệu thanh long Bình Thuận được hình thành và phát triển nhờ vào chất lượng từ mỗi quả thanh long. Nhưng để người tiêu dùng nhận biết được đó là thanh long xuất xứ từ Bình Thuận thì đa phần dựa vào đóng gói, dán nhãn. Người tiêu dùng khó có thể phân biệt được đâu là thanh long xuất xứ từ Bình Thuận hay từ các địa phương khác khi chỉ nhìn vào ngoại quan của quả thanh long. Việc đóng gói, dán nhãn được thực hiện từ thương lái. Nhận thức được tầm quan trọng của nhận biết thương hiệu thông qua việc giới thiệu sản phẩm, các thương lái tại Bình Thuận đã quan tâm đến công tác đảm bảo chất lượng và quảng bá sản phẩm thông qua việc đóng gói, dán nhãn. Việc đóng gói, dán nhãn hiện tại chỉ áp dụng rộng rãi cho thị trường xuất khẩu hoặc các siêu thị lớn.

Đóng gói: Thanh long là loại trái rất ít bị hao hụt khi vận chuyển, điều lưu ý khi đóng gói là không làm gãy tai sẽ làm mất đi thẩm mỹ của quả thanh long, nên khi bán sản phẩm cho người bán sỉ các địa phương, thương lái đóng gói rất đơn giản, chỉ cần xếp trái vào các cần xé và sắp xếp lên xe tải bằng những kệ gỗ. Thanh long cũng được đóng gói bằng phương pháp xếp gọn trong các thùng carton này chỉ

được sử dụng cho thanh long chất lượng cao như xuất khẩu hoặc các thành phố lớn như Hà Nội, Hồ Chí Minh. Thanh long được bọc trong túi ni lông thoát khí trước khi được đóng vào hộp nhằm tránh thanh long va chạm vào nhau và cũng là bảng bá thương hiệu Bình Thuận trên từng túi ni lông. Ngoài ra, cũng có một vài nước yêu cầu đóng trong thùng gỗ (châu Âu, Nhật, ...) nhưng không phổ biến. Đồng thời cũng tùy vào yêu cầu của khách hàng mà có thể sử dụng các loại thùng carton khác nhau: loại 4 kg, 7 kg, 10 kg, 20 kg.

Dán nhãn: phương pháp đóng gói thường liên quan đến việc dán nhãn, nếu đóng gói là thùng carton thương lái thường dán nhãn. Nhãn hàng có thể là nhãn hiệu của thương lái hoặc nhãn hiệu của khách hàng tùy vào yêu cầu của khách hàng nhưng đều thể hiện thanh long Bình Thuận.

Đối với thị trường trong nước, chưa thấy thanh long có dán nhãn trong khi người tiêu dùng thật sự muốn mua thanh long được dán nhãn hiệu để có thể tin tưởng vào sản phẩm cũng như có thể dễ dàng đòi bồi thường nếu có sự cố xảy ra. Điều này chứng tỏ các nhà phân phối thanh long mới chỉ quan tâm đến sản phẩm xuất khẩu mà chưa chú trọng nhiều đến thị trường trong nước.

#### **2.2.6. Thị hiếu của người tiêu dùng về chất lượng, hình dáng, mẫu mã**

##### **Các tiêu chuẩn tỉnh Bình Thuận đang áp dụng cho thanh long tỉnh nhà**

Quả thanh long Bình Thuận được Cục Sở hữu trí tuệ (Bộ Khoa học và Công nghệ) đăng bạ tên gọi xuất xứ hàng hóa vào ngày 15 – 11 – 2006 đến ngày 8 – 7 – 2011, UBND tỉnh Bình Thuận ban hành Quy chế quản lý và sử dụng Chỉ dẫn địa lý “Bình Thuận” dùng cho sản phẩm quả thanh long. Theo sở NN&PTNT Bình Thuận, tính đến đầu năm 2017 đã có 11 quốc gia và vùng lãnh thổ đồng ý bảo hộ thanh long theo chỉ dẫn địa lý tỉnh Bình Thuận: Mỹ, Nhật Bản, Anh, Đức, Pháp, Malaysia, Indonesia, Đài Loan, Thái Lan, Hà Lan, Hàn Quốc. Ngoài ra, còn có Singapore và Hồng Kông (Trung Quốc) đang trong quá trình thẩm định. Đây là điều kiện rất thuận lợi để quả thanh long Bình Thuận mở rộng thị trường xuất khẩu ra nước ngoài, tăng giá trị sản phẩm.

Hiện tại thanh long có rất nhiều tiêu chuẩn đang được áp dụng nhằm tạo ra những quả thanh long chất lượng. Trong đó, các tiêu chuẩn mà được sử dụng nhiều

đó là tiêu chuẩn VietGap (TCVN 11892-1:2017) và tiêu chuẩn GlobalGap (phiên bản 5.1). Đây là các tiêu chuẩn đảm bảo an toàn và chất lượng cho thanh long trong quá trình sản xuất. Tuy nhiên, điểm yếu của các chương trình này là tốn chi phí đầu tư chuẩn và các quy trình, quy định phức tạp yêu cầu phải được chấp hành.

VietGap (Vietnamese Good Agricultural Practice) đây là tên viết tắt của phương pháp thực hành sản xuất nông nghiệp tốt theo tiêu chuẩn Việt Nam.

Đối với tiêu chuẩn này, người nông dân có thể tham gia vào tổ chức hoặc không vì đây là một tiêu chuẩn tự nguyện. Mục tiêu của chuẩn này là hướng dẫn người nông dân nâng cao chất lượng, bảo đảm an toàn vệ sinh thực phẩm trên cơ sở kiểm soát các mối nguy có hại. VietGap có lợi thế là quản lý được hiện trạng sản xuất, quản lý các kỹ thuật canh tác cải thiện môi trường sản xuất và giúp sản phẩm có ưu tín trên thị trường.

GlobalGap là thực hành nông nghiệp tốt toàn cầu. Tiêu chuẩn này cũng giúp thanh long đảm bảo an toàn cho người lao động, an toàn vệ sinh thực phẩm, bảo vệ môi trường sản xuất, đồng thời người tiêu dùng có thể truy xuất nguồn gốc sản phẩm. Tuy nhiên, GlobalGap ít được người dân địa phương áp dụng vì sự hạn chế trong tổ chức cấp phép: trung tâm chứng nhận phù hợp (QUACERT – TP. HCM), tổ chức chứng nhận BUREAU VERITAS (TP. HCM) và Công ty cổ phần chứng nhận và giám định IQC (Hà Nội).

Ngoài ra, các tiêu chuẩn về quả thanh long cụ thể tại các thị trường được người tiêu dùng đánh giá, cũng tác động lớn lên uy thế của thanh long.

**Bảng 2.15:** Chỉ tiêu chất lượng quả thanh long xuất khẩu

Chỉ tiêu chất lượng	Tiêu chuẩn
Trạng thái bên ngoài	<p>Thanh long tươi, vỏ đỏ, ruột trắng.</p> <p>Số lượng tai bị gãy <math>\leq 3</math> tai/trái, tai màu xanh tới vàng xanh, xanh tươi.</p> <p>Không chấp nhận nguyên liệu có tai gãy sát vào trái.</p> <p>Cuống trái phải được cắt sát.</p>

	Họng trái phải được làm sạch.
Màu sắc của vỏ, độ chín	<p>Độ chín của trái đạt màu từ 4 – 6 theo tiêu chuẩn</p> <p>Khoảng 75% màu đỏ đậm xuất hiện trên bề mặt vỏ trái cây, các tai màu xanh.</p> <p>Khoảng 90% trên bề mặt vỏ là màu hồng với 1 số điểm loang lổ màu xanh, các tai chuyển từ vàng xanh thành xanh tươi.</p> <p>Khoảng 95% trên bề mặt vỏ là hồng tươi với 1 số điểm màu xanh, các tai chuyển từ vàng xanh thành xanh tươi.</p>
Khối lượng	<p>Đảm bảo đủ khối lượng</p> <p>Nhỏ: 300 – 380 gam</p> <p>Trung bình: 381 – 460 gam</p> <p>Lớn: 461 – 600 gam</p>
Tỷ lệ phần không sử dụng	Khoảng 40% khối lượng trái (bao gồm vỏ trái, cuống trái, tai trái).
Trạng thái bên trong	Ruột trắng, hạt đen, thịt quả rắn chắc.

Người tiêu dùng ngày nay rất chú trọng đến vệ sinh an toàn thực phẩm trong từng sản phẩm mà họ sử dụng, đồng thời cũng quan tâm đến vẻ ngoài cũng như mùi vị của sản phẩm. Người tiêu dùng sẵn sàng trả nhiều tiền hơn để mua về những loại sản phẩm có chất lượng và mẫu mã tốt hơn. Đối với quả thanh long, người tiêu dùng sẽ chú ý về ngoại quan để đánh giá thanh long an toàn. Các tiêu chí như da không quá bóng vì da bóng được cho là phun thuốc trừ sâu nhiều, không sâu bệnh, không có nấm hay phấn trắng bám trên quả thanh long. Ngoài ra, người tiêu dùng quan tâm đến thẩm mỹ của quả thanh long như da đỏ căng mọng, tai cứng xanh và kích cỡ trung bình 300 – 500 gam vừa phải.

Thanh long được ưa chuộng nhiều vì đây là loại trái lành, mát, nhiều chất dinh dưỡng, phù hợp giải khát và bổ sung vitamin tới sức khỏe của mọi lứa tuổi.



Nhiều người cho rằng thanh long được mua ở siêu thị đảm bảo được chất lượng và an toàn hơn. Tuy nhiên những người bình dân thích mua ở chợ hơn vì sản phẩm ở siêu thị không phải luôn luôn tươi vì thời gian bảo quản lạnh ở siêu thị trong thời gian quá lâu. Sản phẩm ở chợ luôn tươi vì được tiêu thụ hàng ngày. Đồng thời, chợ gần hơn, có thể trả giá, giá rẻ hơn và có thể được lựa chọn tự do hơn.

### **2.2.7. Kênh phân phối sản phẩm thanh long trên thị trường**

Kênh phân phối (hay còn gọi là marketing channel hoặc distribution channel) là tập hợp các tổ chức, cá nhân phụ thuộc lẫn nhau tham gia vào công việc đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng. Thanh long hiện tại chủ yếu vẫn sử dụng các kênh phân phối truyền thống. Hàng hóa sản xuất ra sẽ được phân phối trình tự từ nhà sản xuất qua tất cả các trung gian phân phối rồi mới đến tay người tiêu dùng, cụ thể bao gồm:

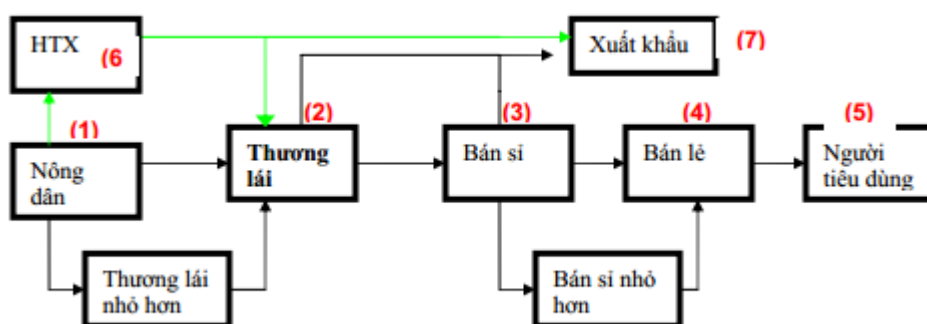
Con đường cung ứng 1: Nông dân → Nhà bán lẻ → Người tiêu dùng

Con đường cung ứng 2: Nông dân → Nhà bán sỉ → Nhà bán lẻ → Người tiêu dùng

Con đường cung ứng 3: Nông dân → Thương lái → Người bán sỉ → Người bán lẻ → Người tiêu dùng. Đây là hình thức được sử dụng nhiều nhất, bởi tính tiện lợi và thể hiện rõ vai trò của từng bộ phận trong kênh.

Con đường cung ứng 4: một con đường khác thể hiện trong sơ đồ chuỗi giá trị thanh long, con đường này xuất phát từ một nhóm người nông dân trong hợp tác xã. Các thành viên trong hợp tác xã phát triển thanh long sau đó bán cho những khách hàng khác như là một người bán sỉ hay một nhà xuất khẩu. Đôi khi, họ cũng sẽ qua đường bán thanh long cho các thương lái theo con đường cung ứng số 3.

Kênh phân phối này thể hiện rõ vai trò của từng đối tượng. Và người nông dân rất năng động, đảm trách các khâu từ trồng trọt đến khi thanh long cho quả chín. Thương lái đóng vai trò hết sức to lớn, quan trọng trong việc thu gom thanh long từ các hộ nông dân cho các kênh phân phối phía sau.



**Hình 2.1:** Chuỗi giá trị thanh long bình thuận

Ngày nay phát triển kênh phân phối hiện đại, nhưng được sử dụng chủ yếu những người kinh doanh có vốn lớn trong đầu tư. Hình thức này là nhà sản xuất và các trung gian phân phối sẽ hợp lại thành một thể thống nhất. Hàng hóa sản xuất ra sẽ được phân phối trực tiếp từ thể thống nhất ấy đến tay người tiêu dùng. Hoặc là những trường hợp nhỏ lẻ rằng thanh long được cắt tại vườn được đem thẳng đến các chợ để tiêu thụ.

Các giao dịch giữa nông dân và thương lái được thực hiện bằng miệng hay là thỏa thuận miệng và được thực hiện theo phương thức sau:

- Phương thức bán chọn. Khi trái chín trong vườn, thương lái sẽ định giá cho vườn thanh long với giá hiện hành trên thị trường. Phương thức này đảm bảo thực tế thanh long đúng với mong muốn của thương lái hơn. Trong trường hợp này giá cả cao hơn. Thông thường thương lái tự thu hoạch, cân đo sau khi thu hoạch và thanh toán bằng tiền mặt hoặc có thể thỏa thuận người nông dân sẽ tự thu hoạch.

- Phương thức bán mào: Khi thanh long còn xanh gần đến ngày chín, thu hoạch, thương lái sẽ định giá cho vườn thanh long đó. Giá cả vẫn không thay đổi ngay cả khi giá cả thị trường biến động. Ở hình thức này không có sự cân đo sau thu hoạch, mua bán bằng tiền mặt. Giá cả thỏa thuận, được ước tính bởi nông dân và thương lái trước đó.

$$\text{Sản lượng} = (\text{số lượng trái ước chừng}) \times (\text{độ nặng trung bình của trái})$$

Các giao dịch phía sau thương lái thường là các thỏa thuận dài hạn. Là các hợp đồng mua bán với thỏa thuận giữa các bên.

## **2.3. Đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận trên thị trường**

### **2.3.1. Các yếu tố gián tiếp tác động đến năng lực cạnh tranh thanh long Bình Thuận**

#### **Thị trường**

Hiện tại, chưa có nghiên cứu hay thống kê chính thức nào về sản lượng tiêu thụ và cung cấp sản phẩm này trên thế giới. Tuy nhiên, các đánh giá đều cho thấy nhu cầu về thanh long đang có triển vọng phát triển tốt trên khắp thế giới, đặc biệt ở các thị trường mới của thanh long ngoài châu Á.

Thanh long Bình Thuận hiện tại được cung cấp cho 4 khu vực thị trường: châu Á, châu Âu, Mỹ và các quốc gia khác. Mỗi loại thị trường có yêu cầu về chất lượng và cơ chế xuất khẩu khác nhau do đó cần đảm bảo tránh rủi ro tương tự khi xuất khẩu sang các thị trường khác bằng cách mở rộng phát triển thanh long đạt vệ sinh an toàn thực phẩm. Trung Quốc, các nước ASEAN là các thị trường chính tiêu thụ và ít có các rào cản khắt khe về VSATTP và nhãn mác bao bì hơn so với các nước Mỹ, châu Âu, Nhật Bản, đồng thời lại gần với Việt Nam về mặt địa lý nên khắc phục được tình trạng vận chuyển xa nâng chi phí lên cao. Hong Kong và Đài Loan sẽ tiếp tục là những thị trường quan trọng của thanh long Việt Nam trong ngắn và trung hạn, được các chuyên gia trong và ngoài nước đánh giá là thích hợp nhất đối với khả năng sản xuất trình độ thấp của Việt Nam hiện nay.

Cho đến nay, Việt Nam là thành viên của 63 tổ chức quốc tế và có quan hệ với hơn 500 tổ chức phi chính phủ trên thế giới. Những kết quả đạt được trong mối quan hệ đan xen này đã củng cố và nâng cao vị thế quốc tế của đất nước, tạo ra thế cơ động linh hoạt trong quan hệ quốc tế, có lợi cho việc bảo vệ độc lập tự chủ và an ninh cũng như công cuộc xây dựng đất nước, đặc biệt là vấn đề trao đổi hàng hóa, xuất khẩu các sản phẩm nông nghiệp, trong đó có thanh long Bình Thuận.

#### **Chính sách quản lý hiện hành của địa phương về chất lượng thanh long**

Bình Thuận hiện tại phần lớn là thanh long ruột trắng vỏ đỏ và một số ít là ruột đỏ vỏ đỏ. Thanh long khá phổ biến ở Việt Nam và các nước vì nhiều chất dinh dưỡng, ăn ngon và giải khát. Khi so sánh thanh long tại một số nước và của Việt

Nam ta thấy rằng thanh long Columbia có kích thước nhỏ hơn thanh long của Việt Nam, vỏ hơi ngả màu vàng, vị chua – ngọt kém hơn thanh long Tiền Giang, Long An, thanh long Isarel có vỏ hơi đỏ, hơi ngả màu vàng, lá có màu xanh vàng, không tươi bằng thanh long Việt Nam.

Thanh long Bình Thuận nhờ những ưu đãi về điều kiện tự nhiên và kinh nghiệm chăm sóc của người nông dân nên có ưu điểm hơn về màu sắc, độ lớn và chất lượng đáp ứng tốt nhu cầu trong nước và xuất khẩu. Màu thanh long Bình Thuận đỏ hồng, căng bóng cùng với tai dày, cứng cáp phù hợp cho cả việc trưng bày và thờ cúng. Hương vị thanh long Bình Thuận ngọt thanh, tạo cảm giác mát cho người dùng. Chúng ta đang cạnh tranh với thanh long Thái Lan vì phần lớn là tương đồng nhau nên đây sẽ là một đối thủ cạnh tranh lớn của thanh long Bình Thuận nói riêng.

Thanh long ngày nay được xem như một đặc sản đặc trưng, mang thương hiệu đại diện cho cả một khu vực. Nhắc tới Bình Thuận, mọi người sẽ nghĩ ngay tới quả thanh long là một loại sản phẩm đặc trưng. Và thực tế, cây thanh long cũng đã mang lại nhiều lợi ích cho người nông dân và cho tỉnh Bình Thuận. Địa phương đã áp dụng các biện pháp chuyển đổi cơ cấu cây trồng từ lúa nước, hạt điều, ... sang trồng cây thanh long và đem lại nhiều lợi ích to lớn như đời sống của người dân ngày càng được cải thiện, nông dân ngày càng được xóa đói giảm nghèo.

Thanh long đã được Chính phủ phê duyệt là một trong 40 sản phẩm xuất khẩu lợi thế của Việt Nam. Bình Thuận cũng đã đăng ký thương hiệu thanh long Bình Thuận nhằm quảng bá thương hiệu, giữ gìn và giới thiệu sản phẩm cho cả trong và ngoài nước. Thanh long Bình Thuận đã có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng và nhờ đó có thể đẩy mạnh vào các thị trường mới mẻ, khó tính như Mỹ, châu Âu, ...

Hiện nay, thị trường xuất khẩu nông sản đang được kiểm soát chặt chẽ về chất lượng bằng hệ thống GAP (good Agricultural Practices – Thực hành nông nghiệp tốt). Thanh long cũng được quản lý chặt chẽ theo tiêu chuẩn này. Đây là tiêu chuẩn sản xuất nông phẩm sạch mà chính phủ áp dụng cho các mặt hàng nông

phẩm dựa trên các tiêu chí về an toàn vệ sinh thực phẩm, và xác định từ khi sản xuất đến khi thu hoạch tiêu thụ:

- Tiêu chuẩn về kỹ thuật sản xuất.
- An toàn thực phẩm gồm các biện pháp đảm bảo không có hóa chất.
- Môi trường làm việc trong sáng đảm bảo sức lao động.
- Truy tìm nguồn gốc sản phẩm.

Những người nông dân tuân thủ về các trình tự, thủ tục sản xuất để tạo ra các sản phẩm chất lượng nhằm đảm bảo cho việc giữ ổn định các thị trường cũ và phát triển thị trường mới trên cơ sở chất lượng của quả thanh long. Bình Thuận với lợi thế là nơi có diện tích trồng thanh long lớn nhất cả nước. Ước tính đến 2020, diện tích trồng thanh long là 28.000 ha, năng suất 28 tấn/ha sản lượng đạt 750.000 tấn, định hướng lên 2025 sẽ mở rộng lên 30.000 ha năng suất là 30 tấn/ha và sản lượng đạt trên 843.000 tấn (Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Bình Thuận, 2016). Huyện Hàm Thuận Nam là nơi có sản lượng thanh long lớn nhất của tỉnh Bình Thuận. Và khi so sánh thu nhập của những hộ nông dân với các hộ nông dân không tham gia VietGAP và những loại nông phẩm khác, ta thấy rằng chúng mang lại giá trị cao hơn.

**Bảng 2.16:** So sánh thu nhập của sản xuất thanh long VietGAP với các cây trồng khác

Nguồn: chi cục thống kê huyện Hàm Thuận Nam, 2016. ĐVT: Đồng/sào/năm

ST T	Loại cây trồng	Thu nhập hỗn hợp (MI)	Chênh lệch
1	Thanh long tiêu chuẩn VietGAP	33.940.000	-
2	Thanh long truyền thống	20.900.000	13.040.000
3	Cây lúa	9.690.000	24.250.000
4	Cây sắn	2.270.000	31.670.000

5	Cây ngô	5.700.000	28.240.000
6	Cây điều	2.200.000	31.749.000

**Bảng 2.17:** Diện tích trồng cây thanh long theo tiêu chuẩn VietGAP (2014 – 2016)

Nguồn: Phòng NN & PTNT huyện Hàm Thuận Nam, 2016

Tiêu chí	2014	2015	2016	So sánh 2015/2014	So sánh 2016/2015
Diện tích thanh long theo tiêu chuẩn VietGAP (ha)	5.673	6.133	6.684	460	551
Diện tích thanh long toàn huyện (ha)	11.727	12.189	12.275	462	86
Tỷ lệ thanh long VietGAP (%)	48,37	50,31	54,45	1,94	4,14

Ngoài ra, thanh long tại Bình Thuận còn áp dụng tiêu chuẩn EURE GAP và GLOBALGAP. Đây là hai tiêu chuẩn để đáp ứng được mặt hàng xuất khẩu sang châu Âu và toàn cầu. Các tiêu chuẩn này phần nào phản ánh được nguồn gốc của thanh long, quy trình sản xuất cho đến tiêu thụ, tồn kho đã có những sự kiện gì và chúng có đạt chuẩn hay không. Vấn đề bảo vệ người sản xuất, môi trường cũng được chú trọng trong các tiêu chuẩn này. Sản phẩm thanh long Bình Thuận cũng ngày càng nâng cao được vị thế của mình, giúp người tiêu dùng tin tưởng vào sản phẩm của tỉnh hơn và giá thành sẽ ổn định hơn cho người nông dân.

Các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu, thương mại thanh long ngày càng nhiều. Trong số đó, có nhiều doanh nghiệp đạt được tiêu chuẩn xuất khẩu đi các quốc gia trên thế giới, điều này góp phần làm an tâm trong người nông dân về việc đảm bảo đầu ra của sản phẩm và giá thành.

### **Nguồn cung ứng, các dịch vụ hỗ trợ**

Thanh long ngày nay ngoài mùa vụ chính vào tháng 5, tháng 6, tháng 7 nhờ việc áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất như công đèn kích thích ra quả trái vụ, hệ thống tưới nhỏ giọt nhằm tiết kiệm nước và sức lao động. Thì thanh long đã phân nào cho ra mùa vụ quanh năm phục vụ nhu cầu của thị trường. Nông dân Bình Thuận có kinh nghiệm lâu năm trong việc sản xuất và chăm sóc thanh long cho ra các quả thanh long chất lượng và mẫu mã bắt mắt.

Các nguồn cung cấp phân bón, giống cây trồng trên địa bàn tỉnh rất đa dạng và cạnh tranh tạo điều kiện tốt cho bà con nông dân tiếp cận được các nguồn nguyên liệu sản xuất tốt và giá cả ổn định.

Dịch vụ giống. Các giống thanh long đã dần được đa dạng hóa các loại giống mới như ruột đỏ, ruột tím hồng, giống kháng sâu bệnh. Nhà nước đã quản lý chặt chẽ hơn về sản xuất và cung ứng, hướng dẫn bà con nông dân trong việc sử dụng các loại giống đạt chất lượng, được công nhận và được phép sản xuất lưu thông.

Mặc dù nhiều thương lái, công ty tổ chức phát triển việc thu mua thanh long, hỗ trợ cho bà con nông dân. Tuy nhiên, nhiều thương lái kết hợp với các lái buôn từ Trung Quốc để tồn trữ thanh long nhằm ép giá và làm giảm giá bán gây ảnh hưởng đến bà con nông dân, điều này gây hoang mang cho bà con nông dân và ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của thanh long.

Giá cho việc sản xuất thanh long vẫn còn khá cao so với giá bán ra làm người nông dân ít hoặc không thu được lợi nhuận hoặc lỗ vốn. Để tiếp tục phát triển thì người dân cần có vốn và họ đã mượn tiền để thuận tiện cho việc phát triển ở các vụ mùa tiếp theo. Theo khảo sát, có 60% số hộ cần vay tiền cho việc phát triển thanh long ở các mùa vụ tiếp theo. Họ vay vốn từ ngân hàng, từ người thân họ hàng và một số ít là hỗ trợ từ các cơ sở thu mua thanh long. Hoặc là người nông dân vay vốn để hỗ trợ cho việc mở rộng sản xuất, việc mở rộng sản xuất này cần.

### **Kết cấu hạ tầng**

Trong hai năm 2017 và 2018, Đảng bộ và chính quyền các cấp, các sở ngành của tỉnh Bình Thuận đã chú trọng và thực hiện có hiệu quả Nghị quyết số 04 –

NQ/TU ngày 23/8/2016 của Tỉnh ủy về đẩy mạnh huy động các nguồn lực đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng kinh tế – xã hội đến năm 2020.

Hệ thống điện. Nghiên cứu các giải pháp để sớm chấm dứt tình trạng cắt giảm 50% công suất bình, tiến tới dừng hẳn việc cắt giảm công suất để tránh lãng phí suất đầu tư hạ trạm, góp phần làm giảm giá thành cho sản phẩm thanh long, nhất là chuyển sang sử dụng 100% bóng đèn compact tiết kiệm điện.

Thủy lợi. Nâng cấp các công trình thủy lợi, nạo vét kênh mương hiện có và có cơ chế, chính sách huy động nguồn lực thực hiện chương trình kiên cố hóa kênh mương tại các vùng sản xuất thanh long nhằm đảm bảo đủ nguồn nước phục vụ sản xuất, nhất là sản xuất trong mùa khô.

Giao thông. Tiếp tục triển khai thực hiện Đề án phát triển giao thông nông thôn trên địa bàn tỉnh, trong đó chú trọng đến vùng trồng thanh long tập trung và các xã xây dựng nông thôn mới.

### **2.3.2. Các yếu tố trực tiếp tác động đến năng lực cạnh tranh thanh long Bình Thuận**

#### **Trình độ lao động và năng lực quản lý, sản xuất**

Theo đánh giá khảo sát sơ bộ, có thể thấy thực trạng kỹ thuật sản xuất của bà con nông dân vẫn còn ở tình trạng lạc hậu, chưa có nhiều ứng dụng công nghệ cao vào trồng và chăm sóc thanh long. Có hơn 60% tự nhận xét là chưa phát triển trong thực trạng kỹ thuật. Tuy nhiên, đây vẫn là cây trồng chủ yếu của bà con nông dân đem lại nguồn thu nhập chính, 100% bà con nông dân chưa có ý định chuyển đổi sang loại cây trồng khác và 55% hộ có thực hiện trồng xem canh một số loại cây khác nhằm kiếm thêm thu nhập như: ớt, dưa hấu, dưa leo, ... Điều này không nhiều vì khó khăn trong việc phun thuốc và tưới thanh long thủ công.

Hiện nay, thế giới đã xuất khẩu các mặt hàng với đa dạng mẫu mã, chủng loại. Các loại thanh long khác như ruột đỏ, ruột vàng, ruột tím. Thanh long Bình Thuận vẫn chủ yếu là ruột trắng vỏ đỏ. Chúng ta cần phải nghiên cứu và thử nghiệm các loại chủng loại mới khác nhằm đa dạng sản phẩm và tăng tính cạnh tranh hơn nữa.



Diện tích, sản lượng thanh long ngày càng nhiều nhưng lại thiếu đi đầu ra cho sản phẩm. Chúng ta vẫn chủ yếu xuất sang thị trường Trung Quốc và giá cả còn chưa ổn định, bấp bênh ảnh hưởng đến lợi nhuận của người trồng.

Việc sản xuất thanh long vẫn còn manh mún, chưa tập trung. Nhà nước chưa kiểm soát chặt chẽ về số lượng, sản lượng và chất lượng của sản phẩm. Chất lượng chưa ổn định do người nông dân vẫn còn sản xuất theo kinh nghiệm. Vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm vẫn đang là vấn đề phức tạp và khó khăn trong việc kiểm soát như dư lượng thuốc bảo vệ thực vật. Các loại thuốc bảo vệ thực vật tràn lan trên thị trường chưa có sự quản lý chặt chẽ từ nhà nước nên người nông dân sử dụng khi có nhu cầu về sâu bệnh và làm bất mắt về mẫu mã.

Việc phát triển thanh long vẫn chưa được ổn định, còn mang nhiều tính tự phát ồ ạt, chưa có sự kiểm soát và quản lý chặt chẽ trong việc phân phối các loại cây trồng tại địa phương. Điều này làm phá vỡ diện tích quy hoạch thanh long của tỉnh và gây ra các vấn đề về nguồn ra. Trồng quá nhiều không theo quy hoạch dẫn đến thiếu nguồn ra cho quả thanh long và điều này làm cho người nông dân bất an về giá cả và đầu ra. Thừa cung nên giá rẻ hoặc bị thương lái ép giá là điều thường xuyên xảy ra tại địa phương. Bên cạnh đó, chính quyền không kiểm soát được người nông dân sản xuất thanh long theo một tiêu chuẩn nhất định (tiêu chuẩn VietGap), các tiêu chuẩn từ khâu chăm sóc, phân bón, trừ sâu hại, thu hoạch đều có thể gây ra các vấn đề chất lượng và ảnh hưởng đến thương hiệu của thanh long Bình Thuận.

Nhà nước khuyến khích người nông dân trồng thanh long theo tiêu chuẩn VietGAP nhưng lại chưa có sự phân hóa rõ ràng về giá của thanh long được sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP và thanh long bình thường. Điều này tạo tâm lý so bì, đối phó khi tham gia chương trình sản xuất thanh long an toàn theo VietGAP. Người nông dân chưa nhận thấy được lợi ích thực sự khi sản xuất thanh long theo hướng an toàn, nguy cơ lạm dụng thuốc bảo vệ thực vật trong sản xuất và trong bảo quản thanh long vẫn còn tiếp diễn.

### **Thiết bị công nghệ**

Công nghệ rất quan trọng trong quá trình sản xuất ngày nay. Nông dân trồng thanh long trên địa bàn tỉnh đã và đang áp dụng các tiến bộ kỹ thuật mới vào sản xuất, góp phần làm giảm giá thành và nâng cao chất lượng sản phẩm. Việc áp dụng tiến bộ kỹ thuật vào sản xuất thanh long bước đầu đã làm thay đổi tập quán sản xuất truyền thống của nông dân, phù hợp với yêu cầu thực tiễn hiện nay và xu thế phát triển của thế giới.

Người nông dân đã quan với các công việc ghi chép nhật ký sản xuất thanh long trong việc chăm sóc và sử dụng thuốc bảo vệ thực vật và đã áp dụng mô hình tưới tiết kiệm đã giúp nông dân tiết kiệm được 80% công lao động (công tưới nước, bón phân). Các công trình điện, các thiết bị tiết kiệm điện năng, các bóng đèn tiết kiệm điện năng, thiết bị tiết kiệm nước sử dụng đang được bà con nông dân sử dụng và đang đem lại các kết quả tích cực.

#### **Năng lực marketing của địa phương, thương lái**

Chuỗi liên kết giữa doanh nghiệp và người nông dân còn ít và chưa đủ mạnh. Chưa thể hiện hết vai trò của mình trong việc quản lý và điều tiết việc sản xuất và thu mua.

Các cơ quan chức năng cũng chưa có nhiều sự quảng bá mạnh về thương hiệu và chất lượng của sản phẩm. Sự quan tâm đối với các thương lái thu mua vẫn chòn chưa hiệu quả và đúng mức. Các thương lái chủ yếu kinh doanh độc lập và không có sự liên kết với nhau làm cho giá cả thanh long bấp bênh và chưa ổn định.

**Bảng 2.18:** Danh sách các cơ sở đóng gói được cấp chứng nhận VietGAP

Nguồn: báo cáo 01/BC của TTNCPT cây thanh long

STT	Huyện	Danh sách các cơ sở đóng gói được cấp chứng nhận VietGAP
1	Hàm Thuận Bắc	Doanh nghiệp tư nhân sản xuất thương mại Phương Giang
2		Công ty TNHH Mười Đô
3		Doanh nghiệp tư nhân Tiến Thành
4		Công ty TNHH Thanh Thùy 2

5		Công ty TNHH Nhất Đại Thành
6	Bắc Bình	Công ty CP xuất nhập khẩu nông sản Hồng Ân
7	Hàm Thuận Nam	Công ty TNHH Bé Dũng
8		Công ty TNHH Sơn Thủy
9		Cơ sở đóng gói Phong Loan
10		Công ty CP xuất nhập khẩu Fine Fruit Asia
11	Thành phố Phan Thiết	Công ty TNHH Hưng Loan

Sản phẩm thanh long của Bình Thuận gặp rất nhiều khó khăn trong việc cạnh tranh sản phẩm từ các quốc gia khác. Có nhiều quốc gia khác cũng sản xuất thanh long như: Thái Lan, Trung Quốc, Israel, ... Sản phẩm thanh long của chúng ta dễ bị các đối thủ cạnh tranh thâm tóm thị trường cho chất lượng của chúng ta không cạnh tranh bằng các nước. Việc phát triển lớn mạnh của thanh long tại Thái Lan với chất lượng ổn định đang dần dần tiến sâu vào thị trường châu Âu, châu Á, làm cho chúng ta phải cảnh giác và có biện pháp để giữ vững thị trường hiện có. Hơn thế nữa, tiêu chuẩn tiêu dùng của thị trường ngày càng cao. Các nước ngày càng đòi hỏi khắc khe về các tiêu chuẩn mẫu mã, độ ngon ngọt, không dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, ... thì chúng ta chưa triệt để vấn đề này.

Ông Phan Văn Tấn - Phó Giám đốc Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn: “trong thời gian tới, ngành Nông nghiệp và Phát triển nông thôn sẽ tiếp tục đẩy mạnh sản xuất, chứng nhận thanh long đạt tiêu chuẩn VietGAP, xây dựng kế hoạch cấp mới, tái cấp và bố trí đầy đủ cán bộ để hướng dẫn các địa phương tất cả các khâu từ tập huấn; tổ chức lấy mẫu đất và nước, xây dựng các nhóm liên kết... để đẩy nhanh thực hiện công tác chứng nhận VietGAP”. Địa phương tiếp tục tuyên truyền, phổ biến về quy trình sản xuất thanh long theo hướng an toàn, nâng cao nhận thức của người trồng thanh long để người dân tham gia. Các địa phương cần kiên trì để đạt được mục tiêu là không ngừng nâng cao uy tín, chất lượng thanh long Bình Thuận.

## **Việc quản lý và năng lực nghiên cứu, phát triển của Bình Thuận**

Mục tiêu của địa phương là phát triển ngành hàng thanh long theo hướng tập trung, an toàn và bền vững, đạt năng suất, chất lượng và hiệu quả kinh tế cao. Đồng thời, đáp ứng tốt nhất các yêu cầu về chất lượng hàng hóa xuất khẩu và tiêu dùng trong nước, tạo việc làm và tăng thu nhập cho các hộ trồng thanh long.

Quy hoạch lại cây thanh long với quy mô và vùng trồng cây thanh long phải phù hợp yêu cầu của thị trường và yêu cầu về điều kiện sinh thái của cây thanh long. Đồng thời, phải xem xét đến khả năng cạnh tranh về hiệu quả kinh tế, xã hội với các cây trồng khác.

Nhà nước tiếp tục tạo cơ chế, chính sách khuyến khích mọi thành phần kinh tế đầu tư phát triển trồng, chế biến, tiêu thụ cây thanh long gắn với tạo việc làm, xóa đói giảm nghèo, bảo vệ tốt môi trường sinh thái, tạo cảnh quan phục vụ hoạt động du lịch và xây dựng nông thôn mới.

Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn thông qua cuộc họp tháng 12 năm 2016, Số 5392/QĐ-BNN-TT đề xuất phát triển thanh long của Bình Thuận đến năm 2020 là 28.000 ha, năng suất 28 tấn/ha, sản lượng đạt 750 ngàn tấn; định hướng đến năm 2025 sẽ mở rộng lên 30.000 ha, năng suất 30 tấn/ha, sản lượng đạt trên 843 ngàn tấn. Tăng cường công tác quản lý nhà nước để có thể đáp ứng được các tiêu chí trên cả về sản lượng và chất lượng, giá cả.

Tiếp tục triển khai một số chính sách đã ban hành như: Quyết định số 01/2012/QĐ-TTg ngày 09 tháng 01 năm 2012 của Thủ tướng Chính phủ về một số chính sách hỗ trợ việc áp dụng quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt trong nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản, Nghị định số 55/2015/NĐ-CP ngày 9/6/2015 của Chính phủ về chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn; Nghị định số 210/2013/NĐ-CP ngày 19/12/2013 của Chính phủ về chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn, Quyết định số 62/2013/QĐ-TTg ngày 25/10/2013 về chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản, ... Đây là những cơ sở để địa phương tỉnh Bình Thuận tái cơ cấu thanh long theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững.

Ủy ban nhân dân Bình Thuận. UBND tỉnh chỉ đạo các sở thực hiện các chức năng quản lý nhà nước về xây dựng và tham gia các hoạt động quảng bá hình ảnh, thương hiệu thanh long trên các thị trường trong và ngoài nước. UBND tỉnh cũng là đơn vị quản lý trong việc quy hoạch phát triển cây thanh long của tỉnh.

Sở nông nghiệp và phát triển nông thôn. Đây là đơn vị lập kế hoạch cho việc phát triển thanh long của tỉnh. Quản lý nông nghiệp từ khâu sản xuất đến tiêu thụ. Sở thực hiện các công tác đào tạo, định hướng phát triển sản xuất thanh long sạch cho nông dân thông qua các trung tâm khuyến nông. Ngoài ra, sở còn có các chuyên gia sẵn sàng hỗ trợ người nông dân trong việc chăm sóc và phòng trừ sâu bệnh.

Viện nghiên cứu cây ăn quả miền Nam. Viện đóng vai trò trong việc phát triển giống và quy trình trồng chuẩn để đạt được năng suất tối ưu. Viện là nơi cung cấp giống cây thanh long an toàn, khỏe mạnh cho người nông dân.

Chi cục bảo vệ thực vật. Đây là đơn vị dự báo, nghiên cứu về các loại động vật, côn trùng gây hại cho cây thanh long, nghiên cứu và chữa trị cho các loại nấm, sâu bệnh hại cây thanh long. Đồng thời, Chi cục cũng là nơi đào tạo nông dân sử dụng đúng, hiệu quả các loại thuốc bảo vệ thực vật, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm nhưng tiêu diệt được các loại sâu bệnh gây hại đến sinh trưởng của cây.

Sở thương mại và du lịch tỉnh Bình Thuận. Sở sẽ phối hợp với các ban ngành khác, các Sở khác trong việc mở lớp tập huấn trồng và phát triển thanh long xuất khẩu cho nông dân tham gia nhằm nâng cao kiến thức, áp dụng thành tựu khoa học kỹ thuật vào cây thanh long. Xây dựng kế hoạch tham gia các hội chợ triển lãm trưng bày, quảng bá sản phẩm theo chỉ đạo của UBND tỉnh. Bên cạnh đó, Sở còn phát triển hoạt động xuất khẩu, định hướng mục tiêu thị trường và tổ chức các hoạt động khuyến khích xuất khẩu chính ngạch cho các quốc gia khác.

Sở khoa học và công nghệ tỉnh Bình Thuận. Công việc chính của sở là nghiên cứu và phát triển các kỹ thuật, công nghệ mới trong trồng trọt và chuyển giao cho Sở Nông nghiệp.

Hiện nay, thanh long Bình Thuận rất được sự quan tâm của các cấp Chính quyền từ Trung ương đến địa phương. Tuy nhiên, có thể thấy sự quan tâm của nhà nước vẫn còn chú trọng và các hoạt động trông và chăm sóc cây thanh long, các vấn đề về bảo quản sau thu hoạch, tiêu thụ, thương hiệu vẫn còn chưa được quan tâm sâu sát.

### **Vị thế của thanh long Bình Thuận và nhu cầu của người tiêu dùng**

Thực tế hiện nay, phần lớn sản lượng thanh long Bình Thuận tập trung cho xuất khẩu (chiếm khoảng 80%). Thanh long Bình Thuận được phản hồi tốt từ khách hàng ở các thị trường quốc tế. Nhờ vào tên gọi thanh long – ý nghĩa là mang lại sự may mắn cùng với màu sắc, hình dáng của quả thanh long đều có ý nghĩa may mắn, nên thanh long được ưa thích ở các quốc gia châu Á, đặc biệt là người Hoa. Nhu cầu tiêu thụ thanh long tại Singapore, Thái Lan, Indonesia gần đây cũng tăng nhanh. Nhờ vào các hoạt động quảng bá thanh long về công dụng tốt cho sức khỏe và độ ngon ngọt mà thanh long Bình Thuận hiện đang chiếm được tình cảm của khách hàng ở các thị trường này.

Thanh long Bình Thuận cũng được du nhập vào quốc gia châu Âu. Tuy thanh long còn là một mặt hàng tương đối mới và chưa được quảng bá rộng rãi, giá thành lại cao, nhưng vẫn rất có triển vọng và thu hút được ngày càng nhiều sự yêu thích của người tiêu dùng vùng châu lục này bởi vì châu Âu khá cởi mở với các sản phẩm mới.

Tại thị trường Mỹ, thanh long Bình Thuận là mặt hàng truyền thống đối với người tiêu dùng gốc Á nói chung và gốc Việt nói riêng. Thanh long hiện tại phổ biến cho cộng đồng người châu Á và người Việt, còn đối với các sắc tộc khác thì thanh long vẫn là sản phẩm mới và chỉ được biết đến ở phân khúc của thị trường cấp cao.

### **2.3.3. Phân tích SWOT về thanh long Bình Thuận**

Đây là phần tổng kết tình hình chung của thanh long tỉnh Bình Thuận về những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế.

SWOT được tổng hợp từ các chữ cái tạo thành, “S” là viết tắt của Strengths (Điểm mạnh), “W” là viết tắt của Weaknesses (Điểm yếu), “O” là viết tắt của Opportunities (Cơ hội), “T” là viết tắt của Threats (Mối đe dọa).

	Điểm mạnh	Điểm yếu
Điều kiện tự nhiên và quản lý của nhà nước	<p>-Bình Thuận có điều kiện tự nhiên thuận lợi: khí hậu nhiệt đới gió mùa cận xích đạo, nhiều nắng, nhiều gió điều kiện thổ nhưỡng đều phù hợp cho canh tác thanh long và thu hoạch trong cả 12 tháng, quy mô cả tỉnh.</p> <p>-Tỉnh Bình Thuận có các chính sách quy hoạch đất đai nhằm phát triển bền vững thanh long địa phương.</p> <p>-Nhiều hội thảo quản lý chất lượng được tổ chức và áp dụng. Các chính sách khuyến khích tuân thủ an toàn sản xuất và chất lượng của sản phẩm được thực hiện.</p>	<p>-Nhà nước, địa phương chưa có quyết liệt trong việc cải tổ quy hoạch đất đai trong canh tác.</p> <p>-Sản xuất nhỏ lẻ, manh mún, tự phát.</p> <p>-Chất dinh dưỡng trong đất ngày càng ít đi.</p> <p>-Người nông dân còn hạn chế trong việc phòng chống thiên tai nên dễ mất mùa khi điều kiện thời tiết thay đổi.</p> <p>- Thiếu nguồn nhân lực quản lý có trình độ, có kinh nghiệm điều phối nên các hoạt động trong chuỗi cung ứng còn rời rạc.</p>
Kỹ thuật trồng trọt, canh tác và chất lượng quả thanh long	<p>-Nông dân có nhiều kinh nghiệm trong việc trồng trọt, canh tác và chủ động xử lý ra hoa trái vụ.</p> <p>-Người nông dân năng động, sáng tạo.</p> <p>-Các loại hình khép kín từ trồng trọt đến xuất khẩu đã được thực</p>	<p>-Kinh nghiệm cá nhân, chưa có qua kiểm chứng khoa học và chưa có nhiều sự chia sẻ kinh nghiệm tập trung.</p> <p>-Có nhiều chủng loại giống khác nhau trên thị trường: ruột đỏ, ruột vàng, ruột trắng, ruột tím.</p>

	<p>hiện tốt và dần được mở rộng.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Thanh long tại Bình Thuận chủ yếu là ruột trắng và ruột đỏ nên ít sâu bệnh, năng suất cao.</li> <li>- Đa dạng các loại phân bón, thuốc bảo vệ thực vật cho bà con nông dân lựa chọn đáp ứng nhu cầu sản xuất.</li> <li>- Quả thanh long màu sắc đẹp, vị ít ngọt, chất lượng cao nên phù hợp với nhiều người tiêu dùng.</li> <li>- Thanh long có nhiều kích cỡ và có chất lượng xuất khẩu, đã đáp ứng được chất lượng của các thị trường khó tính như Mỹ, Nhật Bản, Úc, ...</li> <li>- Vỏ thanh long dày nên ít hao tổn trong thu hoạch, vận chuyển.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ý thức người dân trong việc sử dụng thuốc bảo vệ thực vật vẫn chưa cao, các mặt hàng thuốc được tiếp thị tràn lan, mất kiểm soát.</li> <li>- Chất lượng quả thanh long vẫn chưa ổn định do việc quản lý dư lượng thuốc bảo vệ thực vật.</li> <li>Đồng thời, nhiều bệnh mới trên cây thanh long khó phòng và điều trị.</li> </ul>
<p>Quan hệ trong chuỗi giá trị cạnh tranh</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Giá bán thanh long tương đối rẻ hơn so với các loại trái cây khác.</li> <li>- Sản lượng thanh long tăng trưởng mạnh trong những năm gần đây.</li> <li>- Thanh long Bình Thuận có thị phần xuất khẩu cao.</li> <li>- Nhiều cơ sở tham gia vào việc đóng gói, xuất khẩu.</li> <li>- Hệ thống tiêu thụ thanh long cho đến nay đều dựa trên uy tín</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Giá thị trường bấp bênh, không thể kiểm soát. Đặc biệt vào mùa chính vụ, từ phía các nhà thu mua gây xáo động thị trường.</li> <li>- Thiếu sự quan tâm của các Hiệp hội, nhà nước về giá trên thị trường của giá sản phẩm bảo quyền lợi cho người nông dân.</li> <li>- Quan hệ hai chiều của người nông dân và thương lái chưa được xây dựng trên nền tảng</li> </ul>



	<p>và thỏa thuận miệng, điều này cũng có mặt mạnh giúp cho các ‘hợp đồng’ thường được thực hiện đơn giản, nhanh, gọn.</p>	<p>pháp lý.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Chưa tạo được sự liên kết giữa người nông dân, thương lái, người tiêu dùng. Thiếu sự phản hồi của người tiêu dùng.</li> <li>-Nhiều cơ sở vật chất cho đóng gói, bảo quản vẫn còn vệ sinh kém. Hạn chế trong việc tồn trữ, bảo quản riêng.</li> <li>-Công nghệ bảo quản sản phẩm còn nghèo nàn.</li> <li>-Hệ thống pháp luật chưa chặt chẽ, làm một số người lợi dụng để tạo ra lợi ích cá nhân, thao túng thị trường. Công tác nghiên cứu thị trường, xúc tiến thương mại còn hạn chế ở các thị trường tiềm năng.</li> </ul>
	Cơ hội	Thách thức
<p>Phát triển thanh long trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Thanh long là một đặc sản của tỉnh Bình Thuận, đang được nhà nước quan tâm phát triển.</li> <li>-UBND tỉnh Bình Thuận đã đăng ký chỉ dẫn địa lý “thanh long Bình Thuận” ở cả trong và ngoài nước và đã xây dựng trang web để quảng bá về loại trái cây này.</li> <li>-Thanh long đẹp mắt, mát, thanh</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Thị trường còn phụ thuộc nhiều vào Trung Quốc.</li> <li>-Sản lượng thanh long ngày càng cao, trong khi thiếu thị trường tiêu thụ do yêu cầu chất lượng từ người tiêu dùng.</li> <li>-Nhiều thương lái hợp tác với thương nhân Trung Quốc gây lũng đoạn thị trường, làm mất</li> </ul>

	<p>nhiệt là sự lựa chọn cho nhiều người tiêu dùng.</p> <p>-Thanh long được xuất khẩu mạnh ở nhiều nước châu Á, đặc biệt là trung Quốc.</p> <p>-Nhu cầu tiêu thụ thanh long ở các thị trường cao và đầy tiềm năng. Các thị trường châu Âu, Mỹ, Úc, ... vẫn chưa được khai thác hiệu quả.</p> <p>-Việt Nam là thành viên của nhiều tổ chức trên thế giới, nên có nhiều ưu đãi về nông sản xuất khẩu, trong đó có thanh long Bình Thuận.</p> <p>-Nhiều tổ chức trong và ngoài nước hợp tác với viện cây ăn quả nghiên cứu về các giống thanh long mới cho tỉnh nhà.</p> <p>-Các chính sách về cạnh tranh lành mạnh là cơ hội cho thanh long Việt Nam tự khẳng định và hoàn thiện hơn trên thương trường.</p>	<p>giá thanh long.</p> <p>-Thanh long của đối thủ Thái Lan, Isaren, Đài Loan ngày càng ổn định về chất lượng, đa dạng là một thách thức lớn trong việc xuất khẩu sang các thị trường châu Á quen thuộc.</p> <p>-Nguy cơ mất các thị trường, suy yếu thương hiệu vì sự lớn mạnh của các đối thủ cạnh tranh.</p> <p>-Có nhiều sản phẩm trái cây, sản phẩm thay thế cho người tiêu dùng.</p> <p>-Giá thanh long biến động thất thường, cùng với vật giá leo thang của Việt Nam hiện nay gây ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất, kinh doanh.</p> <p>-Sự gia nhập vào các tổ chức quốc tế (WTO, AFTA, ...) tạo nên sự cạnh tranh gay gắt với các thị trường nội địa, quốc tế.</p>
--	---	--

### Sự kết hợp giữa các yếu tố

	Cơ hội	Thách thức
Điểm mạnh	Kết hợp S – O	Kết hợp S – T

	<p>S: Nguồn nhân lực mạnh, có kinh nghiệm, ban lãnh đạo ngày càng có chiến lược chủ chốt.</p> <p>O: Thị trường tiêu thụ được mở rộng hơn, thanh long có được sự cạnh tranh cao hơn do hội nhập kinh tế quốc tế.</p> <p>S: thanh long Bình Thuận đã có thương hiệu, có được sự yêu thích, tin dùng của nhiều thị trường.</p> <p>O: Việt Nam là thành viên của nhiều tổ chức uy tín trên thế giới. Bên cạnh đó, chính trị xã hội Việt Nam ổn định và đang được nhiều nhà đầu tư quan tâm nên thuận lợi phát triển thanh long.</p>	<p>S: Thanh long tại Bình Thuận mạnh chủ yếu là ruột trắng, ruột đỏ. Thanh long đã có thương hiệu và được quan tâm hỗ trợ của chính quyền.</p> <p>T: Sự xuất hiện nhiều đối thủ cạnh tranh lớn và người tiêu dùng ngày càng khó tính trong chất lượng.</p> <p>S: Giá bán thanh long rẻ, mẫu mã đẹp, hương vị ngon. Khả năng nghiên cứu và hoàn thiện chất lượng ngày càng phát triển.</p> <p>T: Sự phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc lớn.</p>
Điểm yếu	<p>Kết hợp O – W</p> <p>O: Thanh long có sức cạnh tranh cao hơn.</p> <p>W: Chủ yếu là xuất khẩu tiểu ngạch. Giá cả trên thị trường bấp bênh.</p> <p>O: Hệ thống luật pháp ngày càng hoàn thiện. Chính quyền quan tâm đến việc quy hoạch và</p>	<p>Kết hợp W – T</p> <p>W: Sản xuất còn nhỏ lẻ, manh mún và tự phát.</p> <p>T: Sự xuất hiện của nhiều đối thủ cạnh tranh mạnh và lớn.</p> <p>W: Giá cả thanh long kém cạnh tranh.</p> <p>T: Vấn đề của hàng rào thuế quan, phi thuế quan.</p> <p>W: Dự báo thị trường còn kém.</p>

	<p>sản xuất thanh long sạch.</p> <p>W: Chưa có sự liên kết chặt chẽ giữa nhà nước, nông dân, thương lái.</p> <p>O: Nhu cầu tiêu thụ thanh long ngày càng lớn ở các nước.</p> <p>W: Người dân còn hạn chế về hiểu biết tập quán của người tiêu dùng. Chất lượng thanh long chưa được ổn định.</p>	<p>T: Hay bị ép giá thanh long</p>
--	--	------------------------------------

Tóm lại, trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế, ngoài những ưu thế sẵn có, thanh long Bình Thuận còn có những quyền lợi mà sự hội nhập với thế giới mang lại. Bên cạnh đó là những khó khăn, thách thức cần phải đối mặt trong bối cảnh chạy đua với các đối thủ cạnh tranh và đa dạng các loại sản phẩm thay thế. Những thách thức này có liên quan và ảnh hưởng lẫn nhau, nên ta cần giải quyết toàn diện. Thanh long Bình Thuận cần những giải pháp mang tính bức phá, đồng bộ trong thời gian tới để phát huy được những thế mạnh, cơ hội và hạn chế những khó khăn, thách thức là sự cần thiết đối với người nông dân trồng thanh long, tất cả các bậc chính quyền tại tỉnh Bình Thuận trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế.

#### **2.4. Những đặc trưng cơ bản và những mặt trái, nguy cơ của thanh long Bình Thuận trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế**

Nghị quyết số 94/2016/NQ-HĐND ngày 29 tháng 4 năm 2016 của Hội đồng Nhân dân tỉnh Bình Thuận về điều chỉnh Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế – xã hội tỉnh Bình Thuận đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030. Nghị quyết đưa ra những vấn đề trọng tâm cần thực hiện để đưa tỉnh Bình Thuận phát triển kinh tế, trong đó có phát triển kinh tế nông nghiệp gắn với công nghiệp hóa – hiện đại hóa. Quyết định số 1554/QĐ-UBND ngày 03 tháng 6 năm 2016 của Ủy ban Nhân dân

tỉnh Bình Thuận về việc phê duyệt quy hoạch vùng trồng thanh long tỉnh Bình Thuận đến năm 2020, định hướng đến 2025. Chủ trương công nghiệp hóa – hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn gắn liền với xu thế chung của nông nghiệp thế giới và cũng là yêu cầu bức thiết của phát triển nông nghiệp ở Việt Nam nói chung ở Bình Thuận nói riêng. Thanh long tại tỉnh Bình Thuận là một trong những loại cây ăn quả đem lại nguồn thu nhập lớn cho bà con nông dân và cho kinh tế nông nghiệp của tỉnh. Việc phát triển thanh long luôn ổn định là nhu cầu và luôn là vấn đề được đặt ra cho các cấp chính quyền của tỉnh.

#### **2.4.1. Đặc trưng cơ bản**

Nông nghiệp gắn liền với sự phát triển của các ngành trong công nghiệp, dịch vụ. Phát triển nông nghiệp, phát triển thanh long không còn là một ngành độc lập, khép kín mà là sự đan xen với các ngành công nghiệp, dịch vụ khác. Các ngành công nghiệp, dịch vụ có ảnh hưởng lớn đến quá trình phát triển, ổn định cũng như là sự tác động đến chất lượng năng suất của sản phẩm nông nghiệp. Công nghiệp và dịch vụ có thể cung cấp, cung ứng các nguồn đầu vào cho việc phát triển thanh long như: phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, ...) hay là các quá trình chế biến, bảo quản, tiêu thụ thanh long. Cho nên, việc liên kết nông nghiệp gắn liền với công nghiệp dịch vụ cần được chú trọng và đảm bảo tạo ra sợi dây liên kết bền vững giữa các ngành.

Chịu sự cạnh tranh gay gắt của kinh tế thị trường, trang trại gia đình là hình thức kinh doanh chủ yếu. Trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, thị trường tiêu thụ được mở rộng nên việc các loại hàng hóa được nhập về cũng đa dạng và tăng nhiều. Bên cạnh đó là sự yêu cầu về chất lượng, tính ưu việt trong sản phẩm được tăng cao. Từ năm 2000, trang trại đã được công nhận là một mô hình kinh tế trong Nghị quyết 03/2000/NQ-CP và Thông tư liên tịch 69/2000/TTLT-BNN. Với ưu thế tận dụng nguồn lực sẵn có, phù hợp với cơ cấu kinh tế cùng với nhiều chính sách ưu đãi, trang trại được kỳ vọng sẽ mang lại thay đổi to lớn cho nền nông nghiệp nước nhà. Song đến năm 2011, Thông tư 27/2011/TT-BNN&PTNT được ban hành cụ thể hóa mô hình pháp lý của trang trại. Với tiêu chí cụ thể, thể chế rõ ràng, mô hình trang trại gia đình đã quen thuộc hơn với người nông dân. Đặc biệt, trong quá trình

kinh doanh, các hình thức hợp tác xã trong nông nghiệp và nông thôn phát triển, hỗ trợ tích cực cho kinh tế trang trại gia đình. Việc tận dụng các nguồn lực sẵn có trong kinh tế trang trại gia đình góp phần giảm chi phí đầu vào và tăng năng suất, chất lượng cho sản phẩm.

Năng suất lao động, trình độ sản xuất đạt mức độ cao. Do trình độ lao động nông nghiệp tăng lên, cùng với trang thiết bị hiện đại và phương pháp quản lý mới nên năng suất lao động đạt được mức cao. Nếu như trước đây, một người nông dân phải giành cả ngày để tưới nước cho một vườn thanh long một ha thì bây giờ với công nghệ hệ thống tưới nước nhỏ giọt, chỉ cần nhấn nút khởi động, hệ thống sẽ tự tưới nước vào gốc thanh long. Công nghệ này vừa tiết kiệm nước, tiết kiệm lao động. Giúp người nông dân có thời gian rảnh để thực hiện những công việc khác. Nhiều thành tựu khoa học được áp dụng, tạo cơ sở nâng cao giá trị thanh long tạo ra trên một đơn vị diện tích đất đai. Kích thích thanh long ra quả vào mùa vụ nghịch, chăm sóc quả lớn hơn cũng là một phần quan trọng trong vấn đề nâng cao trình độ sản xuất.

Yêu cầu vốn đầu tư lớn. Để đánh giá mức đầu tư cho thanh long, có thể xem xét đến các chỉ tiêu như: lượng vốn đầu tư tính cho một lao động trên một ha đất. Số lượng năng lượng (điện, xăng dầu, năng lượng khác) tính cho một ha đất. Số lượng máy móc nông nghiệp được sử dụng cho một ha đất và các chỉ tiêu khác. Số lượng phân bón và các loại thuốc bảo vệ thực vật tính cho một ha đất nông nghiệp. Một vụ mùa thu hoạch thanh long, cần rất nhiều vốn trong vấn đề đầu tư. Đáp ứng đủ thì thanh long tăng trưởng tốt, đủ sức tạo ra những quả thanh long tươi, ngọt. Ngược lại thì sẽ tạo ra các quả nhỏ, chua và dây thanh long héo dần không còn sức ra hoa, kết trái.

#### **2.4.2. Những mặt trái, nguy cơ của thanh long Bình Thuận trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế**

Do năng lực vốn khác nhau nên tạo ra sự khác biệt về khả năng đầu tư và chất lượng thanh long Bình Thuận cũng như là sự khác biệt về thu nhập, phân hóa giàu nghèo. Tỉnh Bình Thuận nhận được vốn đầu tư từ nước ngoài không nhiều. Thanh long tỉnh Bình Thuận cũng ít nhận được sự đầu tư từ nước ngoài và đầu tư tư nhân

lớn. Sự đầu tư chủ yếu đến từ ngân sách nhà nước và từ các hộ gia đình nông dân, doanh nghiệp nhỏ. Sự ít đầu tư, sự chênh lệch về khả năng đầu tư giữa các hộ nông dân tạo nên nguy cơ chất lượng sản phẩm thanh long không đều, đồng thời phân hóa giàu nghèo trong xã hội.

Quá trình đô thị hóa nông thôn cùng với việc sử dụng các loại hóa chất, các loại thuốc bảo vệ thực vật, các sản phẩm công nghiệp làm gia tăng việc ô nhiễm môi trường, ô nhiễm nguồn nước, sinh thái sinh học, nông thôn. Bên cạnh đó, nếu không quản lý tốt việc sử dụng các chất kích thích tăng trưởng nhiều thì sẽ gây nên chất lượng nông sản giảm xuống, nguy cơ gây mất an toàn cho sức khỏe con người và giảm khả năng cạnh tranh của nông sản, đồng thời có nguy cơ mất thị trường.

Xu thế kinh tế nông nghiệp mới gắn liền với quá trình công nghiệp hóa – hiện đại hóa đất nước. Có nghĩa là chuyển từ việc dùng sức người trong lao động nông nghiệp sang nền nông nghiệp dùng khoa học công nghệ. Điều này dẫn tới vấn đề là nhà nước không có các giải pháp thích hợp và các chiến lược để phát triển đồng đều thì sẽ gây ra tình trạng nông dân thua lỗ, không cạnh tranh lại những người khác.

Quá trình đổi mới sản xuất có thể làm thay đổi cuộc sống của người nông dân nhanh chóng tạo ra sự xung đột văn hóa, lối sống, tạo ra những nguy cơ tiếp cận thông tin thiếu khoa học, thiếu chọn lọc, làm mai một những giá trị tốt đẹp, những văn hóa của các dân tộc trên địa bàn tỉnh.

Trên đây là những thuận lợi, mặt trái của xu thế hội nhập quốc tế của thanh long Bình Thuận. Thực hiện tốt các chủ trương, chính sách, giải pháp phù hợp nhằm phát huy những ưu thế, hạn chế những mặt trái sẽ có tác dụng lớn trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của thanh long tỉnh Bình Thuận.

### Chương 3

## GIẢI PHÁP, KIẾN NGHỊ NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA THANH LONG TỈNH BÌNH THUẬN TRÊN THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI TRONG XU THẾ HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

### 3.1. Quan điểm và định hướng trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của quả thanh long tỉnh Bình Thuận

#### 3.1.1. Quan điểm

Một là, xem ngành trái cây thanh long là một trong những ngành chủ lực có ưu thế của tỉnh Bình Thuận, phục vụ thị trường tiêu thụ trong nước và xuất khẩu. Thanh long không chỉ được xuất khẩu thô mà còn chế tạo ra các sản phẩm khác trong việc tiêu thụ. Ngành sản xuất thanh long đảm bảo được mức sống ổn định, bền vững của bà con nông dân tại địa phương. Quả thanh long vươn ra thị trường thế giới mạnh mẽ cạnh tranh với các loại sản phẩm khác. Đây là loại sản phẩm chủ lực trong việc tăng thu nhập và đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của người dân.

Hai là, ưu tiên phát triển, phát huy lợi thế của địa phương tỉnh Bình Thuận trong phát triển ngành trái cây nói chung và thanh long nói riêng. Theo vùng sinh thái, thanh long rất phù hợp với điều kiện sinh sôi ở Bình Thuận. Đây là cơ hội tốt cho thanh long có những lợi thế vượt trội về mùi vị và hình dạng.

Ba là, nâng cao năng lực cạnh tranh ngành trái cây thanh long tỉnh Bình Thuận, bao gồm cả nâng cao năng lực cạnh tranh của khu vực tư nhân và khu vực công. Đầu tư tư nhân là việc các doanh nghiệp, các cơ sở chế biến đầu tư về cơ sở vật chất, công nghệ máy móc cho việc tăng chất lượng chế biến, đóng gói, ... khu vực tư nhân có phát triển được đó là sự đầu tư của khu vực công về các cơ sở hạ tầng, về các dịch vụ công cho ngành trái cây thanh long phát triển. Nên để nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành trái cây nói chung là phải bao gồm nâng cao năng lực cạnh tranh của cả hai khu vực tư và khu vực công.



Bốn là, nâng cao năng lực cạnh tranh thanh long đảm bảo cho thanh long hội nhập sâu trên thị trường trong nước và quốc tế. Đó là các chính sách, các quy định trong việc áp dụng, thực thi để nâng cao năng lực cạnh tranh của thanh long, cần phải phù hợp với các thông lệ quốc tế về các hiệp định thương mại. Nhà nước tạo môi trường cạnh tranh bình đẳng, minh bạch giữa các doanh nghiệp tham gia vào sản xuất và kinh doanh thanh long, góp phần thúc đẩy thanh long Bình Thuận ngày một hội nhập sâu trên thị trường trong và ngoài nước.

Năm là, tăng cường đầu tư vào sản xuất và đào tạo năng lực cho người nông dân. Giúp đỡ, hỗ trợ nông dân trong việc trồng thanh long với các công nghệ hỗ trợ hiện đại, tiên tiến làm giảm đi sức lao động và tăng năng suất. Đào tạo nông dân trong việc xử lý các sâu bệnh gây hại và chăm sóc nuôi dưỡng thanh long để luôn đạt được chất lượng và mẫu mã thanh long an toàn và tốt nhất.

### **3.1.2. Định hướng**

Một là, bền vững, ổn định và mở rộng chỉ dẫn địa lý cho thương hiệu “thanh long Bình Thuận”, phát triển thị trường đối với ngành trái cây thanh long. Chỉ dẫn địa lý được bảo hộ có vai trò và ý nghĩa rất quan trọng trong việc phát triển sản phẩm đặc sản của địa phương. Các tổ chức, cá nhân nâng cao nhận thức về quyền sở hữu đối với tài sản trí tuệ của cộng đồng, của làng nghề. Hiện nay, nhãn hiệu “Bình Thuận Dragon Fruit và hình ảnh quả thanh long” được sử dụng tại 14 nước và vùng lãnh thổ. Tỉnh Bình Thuận đã cấp chỉ dẫn địa lý “Thanh long Bình Thuận” cho khoảng 83 tổ chức, cá nhân sản xuất thanh long trên địa bàn. Cần nhanh chóng mở rộng thêm các thị trường đồng ý bảo hộ nhãn hiệu thanh long Bình Thuận và số lượng doanh nghiệp, tổ chức đủ chuẩn trong việc quảng bá hình ảnh thanh long Bình Thuận. Cũng cần quan tâm đối với thị trường nội địa. Đối với thị trường trong nước, có thể phân thành ba nhóm sau: thứ nhất là khu vực nông thôn, nông dân vùng trồng trái cây, vận chuyển gần thì nhu cầu trái cây tươi hoặc mức độ chế biến thấp là chủ yếu. Thứ hai là khu vực khác vùng, khác nguồn trồng trái cây sẽ tiêu thụ các loại có tính đặc sản, cần vận chuyển xa và bảo quản dài ngày hơn. Thứ ba là khu vực người tiêu dùng có nhu cầu tại các siêu thị, hàng hoá tiêu dùng đòi hỏi chất lượng cao bao gồm cả khâu đóng gói.

Hai là, sản xuất thanh long theo hướng nông nghiệp bền vững gắn liền với công nghệ hiện đại. Thanh long là một trong những nguồn thu nhập chính của đa số hộ nông dân tại Bình Thuận. Chúng ta cần phải quan tâm đúng về vấn đề phát triển bền vững cây thanh long trong việc quy hoạch cũng như là quá trình chăm sóc cho cây. Thanh long đạt chất lượng thì luôn đảm bảo có được sự tin tưởng của người tiêu dùng, từ đó thúc đẩy bền vững trong ngành trái cây thanh long. Sản xuất ra các sản phẩm đủ năng lực cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế. Đồng thời, phát triển các cơ sở chế biến trái cây gắn với phát triển vùng nguyên liệu tại địa phương.

Ba là, từ những định hướng chung trên mà thanh long Bình Thuận xác định cho mình những định hướng cụ thể. Những định hướng phát triển này được thể hiện tập trung trong nội dung của Quyết định số 1554/QĐ-UBND ngày 03 tháng 06 năm 2016 của Ủy ban Nhân dân tỉnh Bình Thuận với quyết định “Phê duyệt quy hoạch vùng trồng thanh long tỉnh Bình Thuận đến năm 2020, định hướng đến 2025”.

### **3.2. Các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của thanh long tỉnh Bình Thuận trên thị trường thế giới trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế**

#### **3.2.1. Đổi mới về tư duy sản xuất nông sản trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa hiện nay**

Ngày nay, rất nhiều các phát minh về công nghệ phục vụ đời sống, sản xuất ra đời. Nhưng chúng ta vẫn chưa áp dụng nhiều các ứng dụng vào trong sản xuất một phần vì người nông dân chưa được tiếp cận cụ thể các công nghệ này, một phần là chi phí lớn. Cuộc cách mạng công nghệ 4.0 đã mang đến những thách thức và cơ hội phát triển sản xuất cho người nông dân và các nhà đầu tư về sự tiện lợi và chi phí đầu tư.

Nhà nước cần có các biện pháp nhằm khuyến khích người dân sản xuất theo mô hình VAC (Vườn – Ao – Chuồng) nhằm tiết kiệm, tận dụng tối ưu các nguồn vật lực, nhân lực, đưa nông dân “chuyên nghiệp” vào và áp dụng công nghệ tiên tiến. Các hộ nông dân nhỏ cần được đào tạo và kết nối họ thành tổ nhóm, mạng lưới để tiếp cận với thị trường.

Áp dụng công nghệ để quản lý, giám sát hoạt động của sản xuất, các loại thuốc bảo vệ thực vật. Dùng công nghệ để điều khiển, quan sát tình trạng sản xuất như

dùng hệ thống công nghệ giám sát để xem chỗ nào thiếu nước, thiếu phân rồi bổ sung đúng chỗ, tránh lãng phí.

Thay đổi chuỗi liên kết tiêu thụ nông sản, thành hệ thống mạng chặt chẽ. Thay đổi từ việc người nông dân bán thanh long cho thương lái, nay có thể áp dụng những đại lý và công ty xuyên quốc gia kết nối thẳng với đại lý để thu mua nông sản.

Nông dân sản xuất theo nhu cầu của thị trường. Người nông dân hiểu thị trường đang cần gì để sản xuất, ứng dụng khoa học kỹ thuật vào sản xuất nhằm đáp ứng yêu cầu thị trường chứ không thể theo tư duy cũ là “cứ làm được gì thì bán nấy”. Để thực hiện được điều này, nhà nước phải thực hiện các giải pháp giúp nông dân liên kết lại với nhau, nông dân liên kết với doanh nghiệp, nhà khoa học. Liên kết để canh tác theo hướng GAP. Liên kết để sản xuất ra nguồn hàng lớn, chất lượng đồng nhất, mẫu mã đồng đều.

Trong thời gian tới, phát triển bền vững thanh long tỉnh nhà vẫn là nhiệm vụ trọng yếu trong chiến lược phát triển bền vững của tỉnh Bình Thuận. Vai trò của việc phát triển bền vững cây thanh long gắn liền với phát triển nông nghiệp, nông thôn cần được thực thi bằng hệ thống chính sách, kế hoạch và nhất quán.

Các cấp quản lý của tỉnh đẩy mạnh tuyên truyền, nâng cao kiến thức, kỹ năng cho cán bộ hội các cấp, giúp công tác này ngày càng đạt hiệu quả cao hơn. Thực hiện Đề án nông dân trong thời kỳ công nghiệp hóa – hiện đại hóa và hội nhập của Trung ương hội, Tỉnh hội đã tuyên dương những gương sản xuất xuất sắc để tập hợp, làm nòng cốt xây dựng các mô hình về kinh tế tập thể, tổ hợp tác, câu lạc bộ nông dân sản xuất, kinh doanh giỏi, giúp nông dân thay đổi định kiến sản xuất truyền thống sang sản xuất thị trường theo xu thế hội nhập kinh tế quốc tế.

### **3.2.2. Nâng cao năng lực sản xuất đối với thanh long**

#### **3.2.2.1. Xây dựng văn hóa trồng thanh long sạch**

Văn hóa trồng thanh long sạch sẽ góp phần tăng khả năng cạnh tranh của thanh long trên thị trường quốc tế. Chúng ta ngày càng hội nhập, mở rộng thị trường nên nhu cầu về thanh long sạch đảm bảo cho yêu cầu xuất khẩu sang những thị trường khó tính như Mỹ, Nhật Bản, EU... đang được đặt ra, bởi nếu trồng theo lối thông

thường thì ngay khâu đầu vào, thanh long của Bình Thuận sẽ không đáp ứng được tiêu chuẩn xuất đi các nước.

Nhiều hộ gia đình trồng thanh long có xu hướng phun nhiều thuốc bảo vệ thực vật để kích thích tăng trưởng, kích thích phát triển về trọng lượng, màu sắc, việc phun quá liều thuốc bảo vệ thực vật sẽ tích tụ trong quả thanh long làm dư hàm lượng thuốc thì không thể tiêu thụ vào các thị trường khó tính được. Đặc biệt, hạn chế trong việc phun thuốc vào thời điểm trước thu hoạch vì đây là giai đoạn chuẩn bị cắt thanh long bán nên thuốc không thể được tiêu hóa được.

Sản xuất thanh long sạch đòi hỏi đầu tư cao hơn, công chăm sóc cũng phải bỏ ra nhiều hơn, nhưng bù lại, sức khỏe của người tiêu dùng sẽ an toàn hơn. Tuy nhiên, theo xu hướng Việt Nam đã tham gia nhiều hiệp định thương mại tự do, hơn lúc nào hết, ngành nông nghiệp và các mặt hàng nông sản trong nước phải nhanh chóng thay đổi, nâng cao quy trình chất lượng, nếu không muốn mất đi lợi thế cạnh tranh. Thanh long tỉnh Bình Thuận cũng nằm trong khuôn khổ ấy, nhanh chóng thích nghi với các tiêu chuẩn của các thị trường tiềm năng, trong đó là cung cấp sản phẩm sạch. Để làm được điều này thì người nông dân sản xuất phải chủ động tham gia các cam kết thị trường, như đảm bảo các yêu cầu về vệ sinh an toàn thực phẩm, quy trình kỹ thuật, xử lý, bảo quản, cho đến việc làm thương hiệu, hình ảnh cho thanh long Bình Thuận. Có như vậy, thanh long tỉnh Bình Thuận mới nhanh chóng vượt được các rào cản kỹ thuật mà quá trình hội nhập đặt ra.

Từ trước đến nay bà con canh tác thanh long tại Bình Thuận thường xuyên sử dụng phân bón hóa học, lạm dụng thuốc trừ sâu, các loại thuốc bảo vệ thực vật để hạn chế sâu bệnh hại, tăng năng suất. Tuy nhiên theo thời gian tình trạng nấm bệnh trên cây thanh long tại đây không hề thuyên giảm còn có dấu hiệu lan rộng. Thanh long giảm năng suất, chất lượng. Phương pháp trồng thanh long hữu cơ sinh học kết hợp phương pháp canh tác truyền thống là một quy trình sản xuất thanh long cần có thể áp dụng và mở rộng. Cùng với việc kết hợp những tiến bộ khoa học kỹ thuật nhằm mang lại lợi ích cho môi trường, thúc đẩy mối quan hệ bình đẳng và nâng cao chất lượng cuộc sống cho tất cả các thành phần tham gia vào nông nghiệp hữu cơ. Dựa trên 4 nguyên tắc chung của sản xuất hữu cơ gồm: sức khỏe – sinh thái – sự

công bằng – sự cân trọng. Điểm hạn chế của phương pháp này là thiếu các cơ sở cung cấp đạt chất lượng, giá thành đắt, cung ứng vật tư hạn chế. Đặc biệt là mỗi thị trường đều có các yêu cầu về tiêu chuẩn hữu cơ riêng và để đáp ứng được các yêu cầu đó cần phải đảm bảo tìm hiểu thị trường, tiêu chuẩn và các quy định an toàn vệ sinh thực phẩm theo luật.

### **3.2.2.2. Nâng cao trình độ sản xuất và ứng dụng khoa học công nghệ vào sản xuất thanh long**

Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh Bình Thuận lần thứ 13 đã xác định hai trong bốn khâu đột phá để phát triển kinh tế – xã hội giai đoạn 2016 – 2020 là: "Ứng dụng rộng rãi những thành tựu khoa học và công nghệ" và "Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong đó có nguồn nhân lực khoa học công nghệ".

Thực tế hiện nay, nhiều bà con nông dân đang sản xuất thanh long theo kinh nghiệm và vẫn sử dụng các dụng cụ cơ hữu cho việc trồng trọt thanh long. Việc phun thuốc bảo vệ thực vật, hay quá trình chăm sóc sâu bệnh trên thanh long được thực hiện theo kinh nghiệm mỗi người nông dân, không thống nhất một quy trình sạch và chưa được quản lý cụ thể, chặt chẽ. Điều này dễ tạo ra nhiều sản phẩm kém chất lượng và ảnh hưởng đến uy tín, thương hiệu thanh long Bình Thuận trên các thị trường khó tính.

Có một sự thật hiển nhiên rằng, nếu người nông dân sản xuất thanh long được nâng cao trình độ chuyên môn, thì năng suất và chất lượng của trái sẽ cải thiện. Vì vậy, Bình Thuận cần có các chương trình khuyến nông phát triển thanh long tại địa phương với các nội dung về tập trung nguồn nhân lực và phát triển công nghệ trong việc phát triển thanh long:

Thực hiện lồng ghép các chương trình chia sẻ kiến thức, đào tạo về kỹ thuật trồng và chăm sóc thanh long vào cùng với "Đề án đào tạo nghề cho lao động nông thôn đến năm 2020" và xa hơn vào các năm tới. Điều này gắn liền với thực tế, với quyền lợi, cuộc sống lao động hàng ngày của người nông dân, nó mang lại hiệu quả và lợi ích thiết thực cho bản thân người nông dân trồng thanh long. Chương trình đào tạo thì việc này phải được sự quan tâm đầu tư của các nhà khoa học, các viện nghiên cứu về trái cây, sản xuất ra các loại trái cây có chất lượng cao, mẫu mã đẹp.

Phải có sự thống nhất về chủ trương, đề án thực hiện từ trên xuống dưới, từ các bộ ngành đến các địa phương, các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thanh long, đến bà con nông dân sản xuất thanh long. Nông dân chính là những người trực tiếp tham gia vào việc sản xuất, tạo ra quả thanh long. Do đó, cần có chính sách, phương pháp chuyển giao công nghệ cho nông dân phù hợp

Việc ứng dụng công nghệ trong lĩnh vực nông nghiệp được coi là giải pháp đột phá trong công tác chọn tạo, nhân giống, trái vụ mùa, sinh học trong việc trồng thanh long, ... Xây dựng cho nông dân kiến thức về khoa học công nghệ, những giải pháp ứng dụng công nghệ sinh học, công nghệ sau thu hoạch, cơ khí hóa dụng cụ nông nghiệp, ứng dụng quy trình nông nghiệp VietGAP... để sản xuất nông sản có năng suất cao, chất lượng tốt, an toàn vệ sinh thực phẩm.

Có thể khẳng định rằng, trong tương lai khoa học – công nghệ là giải pháp cơ bản để thực hiện giải pháp cạnh tranh so với các đối thủ. Hoạt động của khoa học và công nghệ rất phong phú, chúng ta có thể tập trung ưu tiên vào việc nghiên cứu các công nghệ sinh học, giống thanh long, công nghệ bảo quản và chế biến. Đây là những mặt làm chúng ta còn hạn chế so với các quốc gia khác. Công việc nghiên cứu khoa học đòi hỏi chi phí rất cao, do đó cần có sự quan tâm của nhà nước trong công tác nhập khẩu công nghệ cao, đầu tư hệ thống trường, viện nghiên cứu và đào tạo cán bộ khoa học, công nghệ.

Ngoài việc áp dụng các hệ thống trồng trọt thông minh như hệ thống tưới nước tự động, hệ thống chống đèn vào trái mùa vụ, ... chúng ta cần có các phát minh đầy sức mạnh khác trong việc cải tạo và phát triển giống cây trồng: các công nghệ chỉnh sửa hệ thống gen hay công nghệ bất hoạt gen sẽ là cuộc cách mạng trong việc cải thiện trực tiếp vào mùi vị, độ ngon của quả thanh long.

### **3.2.3. Giải pháp về tổ chức quản lý**

#### **3.2.3.1. Khuyến nông**

Nếu người nông dân được hướng dẫn trồng thanh long theo một tiêu chuẩn nhất định, người nông dân tham gia vào quá trình khuyến nông hiệu quả thì chất lượng, năng suất quả thanh long sẽ đồng bộ cải thiện rõ rệt. Có thể thấy khuyến

nông là phương pháp khá hữu hiệu trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của thanh long.

Nhà nước phải cho người dân thấy rõ được các lợi ích khi mà tham gia vào các chương trình khuyến nông. Hỗ trợ các hoạt động và tìm kiếm các nguồn tin đáng tin cậy cho bà con nông dân. Các chính quyền các cấp quan tâm và phối hợp với các doanh nghiệp trong việc hỗ trợ bà con nông dân cả về vật chất lẫn tinh thần.

Nội dung của chương trình đào tạo khuyến nông sẽ bám sát vào các quy trình mới, các công nghệ mới, ứng dụng và quản lý các hệ thống công nghệ. Quy trình xử lý các sâu bệnh gây hại, tiêu chuẩn của các thị trường tiêu thụ, tiêu chuẩn VietGap, GlobalGap, ... nhằm mục đích nâng cao năng suất và chất lượng của quả thanh long.

Những người huấn luyện chương trình khuyến nông là những người có chuyên môn giỏi, kiến thức tốt cũng như là đã từng trải qua hoạt động nông nghiệp, làm mẫu trước để bà con nông dân xem sau đó hướng dẫn cụ thể chi tiết, bà con nông dân hiểu và vận dụng dễ dàng.

### **3.2.3.2. Hoàn thiện quy hoạch phát triển thanh long Bình Thuận**

Tỉnh Bình Thuận đã tiến hành quy hoạch phát triển cây thanh long từ lâu, nhưng nhìn chung công tác quy hoạch vẫn còn nhiều nhược điểm cần được khắc phục. Căn cứ quy hoạch chưa chính xác, thiếu đồng bộ, chưa có tính táo bạo, quyết liệt trong công tác quy hoạch phát triển vùng trồng thanh long tập trung. Cơ sở pháp lý, hành chính của quy hoạch không được đảm bảo dẫn đến tùy tiện trong thay đổi quy hoạch. Thực trạng trên đã gây ra những hậu quả xấu trong việc phát triển thanh long của địa phương và cần phải khắc phục để cải thiện khả năng cạnh tranh của thanh long tỉnh nhà:

- Quy hoạch phát triển thanh long gắn liền với tổ chức sản xuất. Nghiên cứu và dự báo thấu đáo nhu cầu của thị trường, tạo ra sự kết hợp tốt giữa các khâu sản xuất hàng hóa.

- Tìm hiểu và mở rộng nhu cầu của thị trường để có hướng quy hoạch diện tích trồng thanh long hợp lý, không để người nông dân tự phát trồng thanh long tạo ra việc cung hơn cầu, khó khăn trong việc tìm đầu ra.

- Phải căn cứ vào sự phát triển của khoa học công nghệ và khả năng tiếp nhận công nghệ mới của địa phương trong tương lai trong việc quy hoạch phát triển lợi thế của vùng.

- Theo dõi kịp thời sự thay đổi của các điều kiện khách quan và chủ quan để ứng phó với các thay đổi, điều chỉnh quy hoạch đúng lúc, đúng vấn đề.

Quy hoạch phát triển cây thanh long gắn liền, đồng bộ với quy hoạch các dịch vụ công phát triển vùng nông thôn như: quy hoạch giao thông, công trình thủy lợi, khu chế biến, ... Vấn đề quy hoạch cho phát triển cây thanh long trong dài hạn cần ưu tiên dự báo dài hạn nhu cầu trên thị trường về thị hiếu và nhu cầu tiêu dùng. Điều tra và phúc tra tài nguyên, khí hậu của Bình Thuận để đưa ra hướng giải quyết nhanh chóng và kịp thời.

Quy hoạch tại tỉnh Bình Thuận cho phát triển cây thanh long cần có các chính sách, cơ chế gắn với đầu tư, tăng cường quy hoạch trong điều kiện hộ nông dân là đơn vị tự chủ, được nhà nước trao quyền sử dụng đất lâu dài.

### **3.2.3.3. Giải pháp hỗ trợ người nông dân và người thu mua**

Hộ nông dân đầu tư vào trồng thanh long, đặc biệt là thanh long sạch rất cần vốn và khó tiếp cận được nguồn vốn của các tín dụng vay thương mại. Tỉnh phải đảm bảo nguồn vốn cho người sản xuất có nhu cầu sản xuất.

Tỉnh phải coi các hộ sản xuất nông nghiệp, thanh long bình đẳng như các thành phần kinh tế khác, được hưởng các chế độ chính sách của nhà nước đầy đủ. Nhà nước có chính sách ưu đãi về lãi suất vay cho các hộ sản xuất, trồng thanh long vì đặc trưng của nông nghiệp là thời gian quay vòng vốn chậm. Đồng thời bỏ các thủ tục vay vốn rườm rà, phức tạp để nông dân có thể tiếp cận được vốn vay sớm và đầy đủ.

Hỗ trợ mặt bằng sản xuất kinh doanh. Mặt bằng sản xuất kinh doanh là cơ sở hạ tầng không thể thiếu của mỗi doanh nghiệp, nó là điều kiện tiên quyết để quyết định quy mô sản xuất, kinh doanh của mỗi doanh nghiệp. Địa phương xây dựng các cơ sở hạ tầng, đường giao thông đi lại, điện, cấp thoát nước, để cho các doanh nghiệp đầu tư vào xây dựng các nhà máy, xưởng chế biến thanh long. Tỉnh đưa ra các chính sách ưu đãi để thu hút các doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực nông nghiệp



bằng các chính sách miễn giảm thuế thu nhập doanh nghiệp trong những năm đầu thành lập và những chính sách ưu tiên khác.

Ngoài chính sách hỗ trợ về mặt bằng, vốn thì tỉnh cần có các chính sách hỗ trợ khác như các thủ tục thành lập doanh nghiệp, cấp giấy đăng ký kinh doanh, cấp giấy quyền sử dụng đất, các thủ tục xuất nhập khẩu, giảm bớt các thủ tục hành chính, .... để tạo điều kiện tốt nhất cho doanh nghiệp đầu tư và hoạt động tại tỉnh Bình Thuận.

### **3.2.4. Đa dạng hóa sản phẩm trong tiêu thụ và xúc tiến, kích thích tiêu dùng**

Một điều cơ bản có thể dễ nhận thấy là nếu tăng các mặt hàng được sản xuất, chế biến từ thanh long để sử dụng, sẽ tăng giá trị quả thanh long lên rất nhiều. Người trồng thanh long sẽ không còn lo bị ép giá, yên tâm sản xuất để thu hoạch được những quả thanh long có chất lượng tốt nhất, phục vụ cho chế biến. Không những sẽ không còn chuyện ép giá, đổ bỏ thanh long... mà còn là 1 nguồn lợi lớn về xuất khẩu nếu được đầu tư đúng mức. Chúng ta cần phải có kế hoạch đúng đắn trong việc quan tâm đầu tư vào chế biến, phát triển bền vững, nâng cao giá trị và chất lượng sản phẩm.

Nguồn lợi thu được từ thanh long sau thu hoạch rất lớn, nếu chúng ta biết tận dụng chúng thì đầu ra của thanh long sẽ được mở rộng rất nhiều. Thanh long sau khi được thu hoạch không chỉ sử dụng trái tươi, thanh long còn có thể chế biến các sản phẩm khác nhằm đáp ứng đầu ra của thanh long và các nhu cầu mới của thị trường. Tiềm năng từ quả thanh long là rất lớn nhưng chưa có nhiều công ty chịu đầu tư chế biến. Hiện nay các sản phẩm được chế biến từ thanh long vẫn đang trên giai đoạn giới thiệu và phát triển đến người tiêu dùng.

Làm mứt từ thanh long, làm sản phẩm sấy khô từ thanh long hay làm rượu, nước giải khát từ thanh long đang được đầu tư và phát triển. Tỉnh Bình Thuận, Sở Khoa học & Công nghệ của tỉnh đã phối hợp với các công ty chuyên sản xuất các sản phẩm từ quả thanh long.

Việc đa dạng hóa sản phẩm được chế biến từ thanh long đã được áp dụng, thực hiện bởi một số nhà đầu tư. Tuy nhiên, con số này rất nhỏ và phân tán nên chưa tạo

được hiệu quả cao. Tỉnh Bình Thuận nên có những chính sách xây dựng các khu chế biến đạt chuẩn để hỗ trợ thêm đầu ra cho bà con nông dân. Đồng thời có các chính sách ưu đãi, khuyến khích đầu tư nước ngoài vào thị phần đầu tư bán lẻ này là một điều cần thiết.

Một trong những giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận là làm cho người tiêu dùng lựa chọn đến sản phẩm thanh long của tỉnh khi có nhu cầu sử dụng. Để được như vậy, cần phải có chiến lược trong việc giúp người tiêu thụ nhận thức đúng về sản phẩm tiêu thụ, cảm thụ tốt về thanh long và dần dần thay đổi thói quen sử dụng thanh long tỉnh Bình Thuận.

Người tiêu dùng biết và hiểu về trái cây thanh long, chúng ta cần thực hiện các giải pháp như sau:

- Tập trung quảng bá khả năng sản xuất của địa phương, chất lượng thanh long của địa phương.

- Thành lập các Website, viết các bài báo về quảng cáo thanh long rộng rãi toàn cầu. Tham gia các buổi triển lãm, hội chợ và làm nổi bật công dụng của quả thanh long.

- Phát triển, mở rộng thương hiệu thanh long Bình Thuận đến nhiều quốc gia hơn nữa.

- Tranh thủ sự quảng bá của các phương tiện thông tin đại chúng của quốc gia tiêu thụ thanh long, là thị trường xuất khẩu của thanh long.

Người tiêu dùng thích và tin tưởng sử dụng thanh long, chúng ta cần phải thực hiện những giải pháp như:

- Tăng cường các dịch vụ giao hàng tiện lợi.

- Trên mỗi bao bì sản phẩm nên có các mã vạch thông tin truy xuất thông tin khi có nhu cầu.

- Thường xuyên thực hiện các cuộc khảo sát, đóng góp ý kiến

- Cố gắng xây dựng chất lượng thanh long thông qua các hoạt động thanh tra, kiểm tra các doanh nghiệp trên thị trường để kịp thời phát hiện các sai phạm trong kinh doanh, sản xuất.

Chúng ta có thể phần nào thay đổi được thói quen, hành vi mua thanh long của người tiêu dùng thông qua các giải pháp như:

- Trưng bày sản phẩm đẹp mắt, thu hút.
- Giá cả được niêm yết rõ ràng, phù hợp, thoải mái cho người tiêu dùng.
- Đóng gói, bao bì bắt mắt, phù hợp thị hiếu người tiêu dùng.
- Chú trọng đến văn hóa, môi trường của từng thị trường tiêu thụ sản phẩm, tạo ấn tượng tốt trong lòng người tiêu dùng.

### **3.2.5. Ứng dụng công nghệ 4.0 trong phát triển thương hiệu cho thanh long**

Đây là một hình thức mới trong việc quản lý thương hiệu theo tiêu chuẩn quốc tế. Sở Khoa học và Công nghệ nên tổ chức các Hội nghị tập huấn trong việc ứng dụng công nghệ 4.0 trong phát triển thương hiệu quả thanh long của tỉnh. Thực tế hiện nay Bình Thuận chưa có hệ thống giúp người dân truy xuất nguồn gốc sản phẩm dẫn đến việc người tiêu dùng trong nước và thế giới chưa hoàn toàn tin tưởng, chấp nhận sản phẩm. Các doanh nghiệp, hợp tác xã chưa thực hiện được việc truy vấn và thu hồi, xử lý các sản phẩm kém chất lượng, ảnh hưởng đến uy tín của thương hiệu thanh long.

Công nghệ Blockchain trong truy xuất nguồn gốc sản phẩm, an toàn thực phẩm và xây dựng sự tin tưởng giữa các bên, xây dựng chuỗi cung ứng và quy tắc ứng xử giữa các bên, truy xuất nguồn gốc bằng công cụ xây dựng quy trình trong sản xuất và cung ứng; truy xuất nguồn gốc bằng công nghệ thông tin. Các hệ thống truy xuất thông tin có thể là các mã “code” dữ liệu được lưu trữ trên internet lâu dài cho việc tìm kiếm và truy suất.

Ngày nay, với sự phát triển mạnh mẽ của internet, việc giao thương, trao đổi thông tin diễn ra nhanh chóng và dễ dàng hơn rất nhiều. Các doanh nghiệp, nhà đầu tư có thể phối hợp tốt nhất trong giao thương giữa các thị trường, tăng cường hợp tác và ứng dụng công nghệ mới để phát triển ngành logistics hỗ trợ nông nghiệp và quản lý chất lượng thanh long xuyên biên giới.

Đầu tư phát triển cây thanh long tại Bình Thuận từ lâu nên chất lượng của thiên nhiên có xu hướng giảm dần do khả năng huy động các nguồn lực tài nguyên về

chất dinh dưỡng của đất, nước, nhân lực giảm... trong khi đó, khoa học công nghệ ở nước ta chưa phát huy được tiềm năng. Khoa học kỹ thuật, đặc biệt là cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang diễn ra mạnh mẽ nên chúng ta cần phải nắm bắt được dòng xu thế này trong việc quản lý sản xuất.

Tận dụng tối đa các ứng dụng của công nghệ 4.0 trong các chương trình quản lý tài nguyên thiên nhiên và quản lý rủi ro thiên tai quy mô vùng (dự báo, cảnh báo sớm thời tiết; cảnh báo cháy rừng; diễn biến xâm nhập mặn nước ngầm, nước mặt; cảnh báo nguy cơ ô nhiễm nguồn nước; cảnh báo lũ lụt; giám sát an toàn hồ đập và điều hành liên hồ chứa thông minh...). Giúp người nông dân ứng biến kịp thời với các diễn biến thiên tai, cũng như là có các kế hoạch cho việc phát triển thanh long lâu dài.

### **3.2.6. Đẩy mạnh phong trào đấu tranh chống những tiêu cực trong các hộ kinh doanh và nhà nước đẩy mạnh công tác cải cách hành chính**

Các hộ kinh doanh nên có các chính sách, chiến lược phát triển rõ ràng, minh bạch trong việc thu mua, xuất khẩu thanh long Bình Thuận. Đồng thời, người kinh doanh cũng phải quan tâm, phát triển tay nghề cho lao động, công nhân của mình. Việc đóng gói của các doanh nghiệp cũng áp dụng các công nghệ để quản lý việc đóng gói và quản lý nhân công hiệu quả và năng suất nhất. Các thương lái, hộ kinh doanh không nên liên kết với các tiểu thương từ các quốc gia khác để lũng đoạn thị trường, giảm giá thanh long Bình Thuận, gây khó khăn cho người nông dân.

Nhà nước nâng cao hiệu quả của các thủ tục hành chính. Trước mắt, nhà nước ta cần xây dựng đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức nhà nước có đủ phẩm chất và năng lực, đáp ứng yêu cầu hoạt động công vụ. Các thủ tục hành chính phát triển doanh nghiệp, hỗ trợ doanh nghiệp Bình Thuận xuất khẩu thanh long sang các thị trường cần được tinh gọn, kết hợp, tiện lợi nhất cho người kinh doanh.

Nhà nước ta cũng đẩy mạnh, phát triển chất lượng quả thanh long, thực hiện kiên quyết loại bỏ người nông dân lạm dụng thuốc bảo vệ thực vật, các hành động không đúng với quy định vệ sinh an toàn thực phẩm.

### **3.2.7. Chiến lược giá và chiến lược phân phối sản phẩm**

Giá cả là một vấn đề quan trọng trong kinh doanh. Chúng ta phải làm thế nào để có thể vừa tạo ra lợi nhuận hợp lý cho người nông dân, vừa tạo ra giá trị cho người buôn bán lẻ và giá cả người tiêu dùng chi trả hợp lý. Đó là chúng ta cần có các biện pháp nhằm giảm chi phí cho người nông dân trồng sản phẩm và hạn chế thương lái trung gian trước khi thanh long đến với người tiêu dùng. Chúng ta cần thực hiện mục tiêu là cung cấp sản phẩm thanh long chất lượng cao đến tất cả mọi người, chính vì thế mà lợi nhuận thu được trên mỗi kg thanh long sẽ thấp nhưng với thị phần sản phẩm lớn từ tổng thị trường thì lợi nhuận thu được sẽ lớn hơn rất nhiều.

Thanh long của Bình Thuận đang cạnh tranh rất gay gắt với thanh long từ Thái Lan và Đài Loan vốn được xem là sản xuất với giá rẻ và có sự đa dạng về chủng loại. Nhà nước cũng cần có các biện pháp hỗ trợ vốn cho người nông dân, hỗ trợ giá cho người sản xuất, ... để thanh long của Bình Thuận nói riêng và của Việt Nam nói chung cạnh tranh với các nước khác lợi thế hơn

Giá thanh long Bình Thuận xuất sang các quốc gia không được cao hơn nhiều so với những sản phẩm cùng loại và chất lượng được nhập khẩu từ các quốc gia khác do sức ép về cạnh tranh. Tỉnh Bình Thuận nên có các chính sách nhằm giữ ổn định giá cả của thanh long để tạo dựng niềm tin của người tiêu dùng. Nhà nước có các chính sách hỗ trợ về cung cấp năng lượng, giải quyết các vấn đề thuế, hải quan hợp lý và hỗ trợ đầu tư xây dựng các nhà xưởng, đưa ra các quy trình chế biến, xử lý thanh long sau thu hoạch.

Đối với các dòng sản phẩm được tạo ra từ thanh long Bình Thuận có sự mới lạ, ngộ nghĩnh đối với người tiêu dùng nên cũng có giá cao phù hợp ở các thị trường xuất khẩu nhằm tạo thêm niềm tin về chất lượng sản phẩm.

Giảm chi phí để nâng cao tính cạnh tranh của thanh long Bình Thuận và mang lại lợi nhuận hơn cho doanh nghiệp: giảm chi phí sản xuất bằng cách tối ưu hóa vận chuyển, tồn kho. Xây dựng các nhà máy đóng gói, chế biến gần với nguồn cung. Áp

dụng tiến bộ khoa học vào trong sản xuất. Doanh nghiệp kết hợp với nông dân trồng ra nhiều những sản phẩm đạt chất lượng VietGap, GlobalGap, ...

Chúng ta cần cải thiện việc bảo quản, vận chuyển quả thanh long sang các thị trường để tạo độ tươi và độ ngon ngọt cho quả thanh long. Đối với các thị trường xa Việt Nam thì thời gian vận chuyển dài, có khi lên cả 30 ngày đối với các quốc gia ở xa như Mỹ, Châu Âu, ... Do đó, việc cải thiện về điều kiện bảo quản, chúng ta có thể sử dụng các dung dịch an toàn để kích thích việc bảo quản trong quá trình vận chuyển như anolit. Việc thay đổi loại hình vận chuyển cũng góp phần cải thiện thời gian vận chuyển như máy bay thay vì tàu thủy, đường bộ.

Đối với các quốc gia, chúng ta có thể lựa chọn các kênh phân phối tới người tiêu dùng ngay, tránh qua trung gian để giảm chi phí nhằm cạnh tranh với các sản phẩm khác được tốt hơn. Nhà nước có thể hỗ trợ cho các doanh nghiệp bằng cách cho các doanh nghiệp đăng ký tiềm lực của mình, sau đó kết nối các doanh nghiệp này với các chuỗi bán lẻ của các quốc gia. Từ đó chúng ta có thể phân phối trực tiếp sản phẩm thanh long Bình Thuận tới khách hàng thông qua các siêu thị vừa và nhỏ. Đối với các doanh nghiệp có nguồn lực lớn hơn thì có thể xúc tiến thương mại ở các siêu thị lớn hoặc thành lập nơi bán lẻ tại quốc gia đó nhằm cạnh tranh đúng với các loại sản phẩm khác.

Trong nước, chúng ta cũng áp dụng các hình thức thu mua thanh long sao cho có hiệu quả và tiết kiệm nhất. Thực trạng hiện nay là thanh long Bình Thuận chủ yếu xuất khẩu gián tiếp. Lý do là việc hạn chế về nguồn lực, kinh phí nên xuất khẩu gián tiếp là loại hình tối ưu. Tuy nhiên, mỗi người nên tích lũy nguồn lực để chuyển sang hình thức xuất khẩu trực tiếp, bởi việc này giúp quản lý được quá trình xuất khẩu, thu được lợi nhuận hơn và thống kê được mối quan hệ giữa người mua và thị trường.

Phân phối là quá trình thanh long từ người nông dân đến người tiêu dùng cuối cùng thể hiện qua nhiều hoạt động và phương thức khác nhau với yêu cầu là cung và cầu ăn khớp với nhau, tức là đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng đúng

lúc, kịp thời. Thanh long là loại trái cây bổ dưỡng và rẻ, phù hợp với túi tiền của tất cả mọi người. Nên kênh phân phối phải đảm bảo rộng lớn. Đồng thời, việc chọn đối tác kinh doanh, nên lựa chọn những đối tác có mạng lưới phân phối rộng rãi nhằm tiết kiệm chi phí và nhân lực.

Lựa chọn hệ thống phân phối là một trong những quyết định quan trọng trong việc đảm bảo thanh long được nhanh chóng đến người tiêu dùng tiêu thụ. Các thành viên trong phạm vi phân phối hợp tác với nhau chặt chẽ thì thanh long được đưa ra thị trường nhanh hơn, góp phần làm thanh long lưu thông nhanh chóng, dễ thâm nhập thị trường.

Thị trường luôn biến động, thay đổi nên các nhà đầu tư, các doanh nghiệp xuất khẩu trong nước phải thường xuyên trao đổi thông tin, tìm hiểu thị trường nước ngoài, hỗ trợ các nhà phân phối trong việc bảo quản. Đồng thời, tiến hành đánh giá mức độ tiêu thụ sản phẩm của đối tác nhập khẩu để có phương án riêng đối với từng đối tác để phát triển hay tìm kiếm đối tác khác.

### **3.2.8. Phải có sự liên kết của người nông dân, doanh nghiệp, nhà nước và thị trường tiêu thụ**

Mỗi người con Bình Thuận nói chung đều phải có trách nhiệm giữ gìn và phát huy lợi thế của địa phương trong thời gian tới, trong đó có quả thanh long.

Có rất nhiều khó khăn trong việc giữ vững thương hiệu của sản phẩm, đặc biệt là trong ngành nông sản, vì đây là ngành liên quan trực tiếp đến sức khỏe con người và không thể bảo quản được lâu.

Nhà nước tham gia giám sát và thành lập các tổ chức đoàn, hội tại địa phương, khuyến khích người nông dân chăm chỉ canh tác tạo ra các sản phẩm chất lượng và mẫu mã bắt mắt. Nhà nước hỗ trợ vốn cho người nông dân an tâm canh tác. Bên cạnh đó, các đơn vị có thẩm quyền liên kết với trung tâm Nghiên cứu phát triển cây thanh long Bình Thuận hướng dẫn xây dựng quy chế, tổ chức hoạt động theo sự điều hành của nhóm người có kinh nghiệm, kỹ năng do nông dân tự bầu và thực hiện đầy đủ, đúng cam kết các quy trình kỹ thuật trồng thanh long, đặc biệt

theo tiêu chuẩn VietGap. Đẩy mạnh công tác tuyên truyền sử dụng chỉ dẫn địa lý thanh long. Nhà nước cũng kiên quyết xử lý nghiêm các hộ gia đình, doanh nghiệp sử dụng hoá chất, vật tư ... không đúng quy định trên quả thanh long xuất khẩu.

Người nông dân có trách nhiệm lưu giữ lại quá trình chăm sóc quả thanh long từ lúc nảy mầm, ra hoa đến khi thu hoạch, chúng được phun những loại thuốc bảo vệ thực vật nào, được bón những loại phân gì, ...

Doanh nghiệp tại Bình Thuận nên cố gắng đầu tư đổi mới công nghệ sau thu hoạch, phát triển mạnh hệ thống thu mua, chế biến, đóng gói, bảo quản đạt tiêu chuẩn VietGAP, bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm... Doanh nghiệp cũng nên phối hợp với các tổ chức của nhà nước về việc đẩy mạnh công tác tuyên truyền, bồi dưỡng kiến thức kỹ thuật trồng, chăm sóc thanh long theo tiêu chuẩn VietGAP cho nông dân.

Các doanh nghiệp liên kết với địa phương, nhóm sản xuất kiểm tra chặt chẽ quy trình sản xuất, ký kết hợp đồng tiêu thụ thanh long đạt tiêu chuẩn VietGAP. Hạn chế được tình trạng tư thương, doanh nghiệp... gom hàng rải rác từ các nhà vườn không rõ nguồn gốc xuất xứ để tiêu thụ, làm ảnh hưởng đến chất lượng, thương hiệu thanh long Bình Thuận.

Hiện nay, các thủ tục hành chính được nhà nước đang tích cực tối ưu hóa để giúp đỡ người mua và người bán đơn giản hơn trong việc hợp tác, thu mua, xuất khẩu. Việc mở rộng thị trường sang các thị trường khó tính như châu Âu, Mỹ,... sẽ là điều khả thi khi quả thanh long của chúng ta đã được sự phối hợp chặt chẽ giữa người nông dân, nhà nước, các doanh nghiệp và sự đồng thuận từ các thị trường.

### **3.3. Kiến nghị**

Để duy trì ổn định và tăng trưởng thanh long Bình Thuận trong bối cảnh hội nhập sâu vào nền kinh tế thế giới, đồng thời là phát triển năng lực cạnh tranh của nông sản Bình Thuận nói chung và thanh long nói riêng đòi hỏi phải có sự hỗ trợ của Chính phủ và các bộ ngành liên quan.

#### **3.3.1. Đối với Nhà nước, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn**



Ngày nay, vì lợi ích cụ thể và rõ ràng nên bà con nông dân trồng thanh long nhiều hơn số quy hoạch của địa phương. Nhà nước cần có các biện pháp quy hoạch các loại cây trồng hợp lý để đa dạng hóa nông phẩm hơn cho địa phương, nhằm tránh tình trạng cung nhiều hơn cầu.

Nhà nước nên thường xuyên tổ chức các lớp huấn luyện về đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm trong sản xuất. Thành lập các câu lạc bộ, các hợp tác xã trao đổi kinh nghiệm trồng thanh long, hỗ trợ nhau trong quá trình sản xuất, trồng và chăm sóc quả thanh long. Bên cạnh đó là hỗ trợ kinh phí tổ chức các lớp tập huấn, bồi dưỡng kiến thức cho các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu tại Bình Thuận như: hướng dẫn về kỹ thuật ngoại thương (ký kết hợp đồng xuất khẩu, các phương thức vận chuyển giao hàng, chứng từ hưởng ưu đãi thuế quan,...); hướng dẫn hồ sơ thủ tục nhằm thực hiện tốt các Hiệp định thương mại mà Việt Nam có tham gia và hỗ trợ các thủ tục, chương trình ngoại giao để doanh nghiệp hưởng ưu đãi và giá, thuế.

Nhà nước hỗ trợ giá, ban hành giá sàn đối với sản phẩm thanh long tỉnh Bình Thuận đặc biệt là khi vào mùa thu hoạch. Điều này không chỉ giúp cho bà con nông dân yên tâm trồng trọt, không lo về giá cả, phần nữa là chống tình trạng ép giá của thương lái khi thu mua. Hỗ trợ thuế cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Hỗ trợ vốn cho các doanh nghiệp nhằm tăng cường mở rộng đầu tư cơ sở vật chất, nâng cao chất lượng sản phẩm, hàng hóa, đảm bảo môi trường làm việc an toàn, chất lượng.

Nhà nước hoàn thiện hệ thống pháp luật đặc biệt về luật xuất nhập khẩu hàng hóa. Nhà nước cũng cải cách các thủ tục để doanh nghiệp giảm đi các loại giấy tờ không thật sự cần thiết trong quá trình kinh doanh và xuất khẩu thanh long sang các nước.

Nhà nước ta đẩy mạnh quan hệ ngoại giao với các quốc gia, các vùng lãnh thổ nhằm tạo dựng mối quan hệ tốt đẹp, thúc đẩy hợp tác giữa các bên. Điều này đã tác động lớn đến hình ảnh các doanh nghiệp nước ta khi xuất khẩu hàng hóa sang các nước bạn nói chung và thanh long Bình Thuận nói riêng.

### **3.3.2. Đối với địa phương, hợp tác xã**

Đưa ra các đề xuất, phương pháp thu hút đầu tư nhà máy chế biến các sản phẩm từ quả thanh long nhằm giải quyết đầu ra cho nguồn nguyên liệu dồi dào, làm giảm áp lực thị trường, nhất là thời điểm thu hoạch rộ trong mùa chính vụ.

Các Sở ngành địa phương cần phối hợp chặt chẽ hơn nữa, thực hiện tốt chức năng của mình, tham mưu đề xuất giải quyết kịp thời các kiến nghị của người sản xuất, của doanh nghiệp nhằm đảm bảo sản xuất – kinh doanh thanh long bền vững.

Địa phương phải các đoàn tham gia vào các hội chợ, triển lãm thương mại cũng như là tìm kiếm thị trường mới.

Địa phương phải cung cấp thông tin giúp hội viên định hướng hoạt động theo sát các yêu cầu của thị trường, đạt hiệu quả cao. Thường xuyên cập nhật những thông tin mới cho trang Web của Hiệp hội để quảng bá, giới thiệu về ngành thanh long Bình Thuận.

Hợp tác xã vận động, thu hút người nông dân tham gia vào các Hiệp hội, tổ chức sản xuất thanh long sạch. Đồng thời, giúp hội viên sản xuất, kinh doanh thanh long sạch bền vững, lâu dài.

### **3.3.3. Đối với Doanh nghiệp tự hoàn thiện, nâng cao năng lực cạnh tranh của mình**

Trong thời đại toàn cầu hóa, các doanh nghiệp lấy mục tiêu lợi nhuận là yếu tố chính trong việc phát triển doanh nghiệp và cạnh tranh. Vì thế, để thu được nhiều lợi nhuận thì doanh nghiệp cần phải tối thiểu hóa về các loại chi phí, chi phí được thực hiện ở mức tối thiểu. Con người là nhân tố chính trong việc thúc đẩy doanh nghiệp phát triển. Các doanh nghiệp cần phải có các biện pháp về lương bổng, thưởng hoặc các loại trợ cấp vượt trội nhằm thu hút nhân tài, nguồn nhân lực chất lượng và giỏi kiến thức, kỹ năng.

Các doanh nghiệp cũng phải chủ động duy trì các mối làm ăn cũ và tìm các thị trường mới. Một thị trường mới được tìm thấy, một thị trường mới chấp nhận sản phẩm của mình. Thì không những giúp doanh nghiệp tìm được nhiều cầu tiêu

dùng, tránh tình trạng biến động trong thị trường mà còn tăng doanh tiếng cho doanh nghiệp, tăng khả năng cạnh tranh và tiềm lực cho doanh nghiệp đó.

Mỗi doanh nghiệp phải không ngừng áp dụng các thành tựu của khoa học công nghiệp vào việc đóng gói thanh long xuất khẩu, tối ưu hóa vận chuyển và tồn kho cho thanh long vì đó là sản phẩm trái cây tiêu dùng nhanh không thể giữ trong môi trường bình thường được lâu.

Các công ty, doanh nghiệp nên làm ăn rõ ràng, minh bạch để làm lợi cho người nông dân và cho nhà nước. Không nên cấu kết với các thương lái nước ngoài nhằm hạ giá, chèn ép giá thanh long của bà con nông dân. Hành động này chỉ có lợi trước mắt về lâu dài sẽ gây lũng đoạn cho thanh long tỉnh nhà, làm bà con nông dân không còn tinh thần trong việc sản xuất, trồng thanh long nữa, gây ra các thiệt hại lớn.

## KẾT LUẬN

Nâng cao năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận, đó là tăng khả năng cạnh tranh của ngành, cạnh tranh với năng lực cạnh tranh ngành trái cây nói chung và thanh long từ các khu vực và quốc gia khác. Cạnh tranh cần cải thiện về hiệu quả, năng suất, chất lượng và giá thành của thanh long Bình Thuận. Nâng cao năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận là một việc làm có tính tất yếu, khách quan trong điều kiện hội nhập quốc tế, góp phần tăng lợi nhuận, giải quyết công ăn việc làm cho người lao động trong việc trồng trái cây nói chung và thanh long nói riêng của tỉnh Bình Thuận. Đồng thời, xây dựng được thương hiệu trái cây thanh long Bình Thuận trên thị trường thế giới.

Năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận là tổng hoà năng lực cạnh tranh của chính sản phẩm thanh long, các tổ chức kinh tế tham gia sản xuất, chế biến và thương mại thanh long. Đó cũng là năng lực cạnh tranh của địa phương trong việc cung cấp các dịch vụ công và các thủ tục hành chính công cho các tổ chức kinh tế sản xuất kinh doanh thanh long đảm bảo cho thanh long ngày càng cạnh tranh và phát triển bền vững cả trên thị trường trong nước và quốc tế.

Việt Nam tham gia vào các tổ chức thương mại quốc tế và hội nhập kinh tế quốc tế, nông sản Việt Nam nói chung và thanh long Bình Thuận nói riêng đứng trước những cơ hội và thách thức to lớn. Làm sao để phát huy được những thời cơ, thuận lợi cũng như khắc phục những hạn chế, khó khăn đang là thử thách cho người nông dân, doanh nghiệp và cả các cấp chính quyền. Nhận thức đúng những khó khăn cần phải giải quyết, cần phải vượt qua đối với thanh long Bình Thuận, đồng thời đánh giá được thực trạng năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận, từ đó đưa ra những giải pháp phù hợp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế là rất cần thiết.

Với mong muốn phát triển khả năng cạnh tranh của thanh long Bình Thuận trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế. Luận văn đã đưa ra thực trạng và các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế bao gồm cả khu vực tư nhân và khu vực công. Có thể thấy tiềm

năng, thế mạnh sản xuất và xuất khẩu trái cây thanh long là rất lớn. Sản xuất thanh long phân bố trên các vùng sinh thái đặc trưng của tỉnh Bình Thuận phù hợp cho sinh sôi của loại trái cây này.

Tác giả xuất phát từ cơ sở lý luận về cạnh tranh và năng lực cạnh tranh để nghiên cứu đánh giá về năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận. Trên cơ sở đó đưa ra những giải pháp về kỹ thuật trồng trọt chăm sóc tiêu chuẩn, công tác quản lý, hoạt động thương mại, hợp tác phát triển... Đồng thời với các giải pháp đó, tác giả cũng đề xuất những kiến nghị đối với Chính phủ và các bộ ngành liên quan, hiệp hội và các doanh nghiệp có những biện pháp hỗ trợ sản xuất và phát triển thanh long tỉnh Bình Thuận. Thực hiện tốt những biện pháp nêu trên và có sự hỗ trợ đúng đắn từ Chính phủ và các bộ ngành liên quan sẽ giúp nâng cao năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế. Đề tài đã đạt được những kết quả sau:

- Thứ nhất là, đề tài đã tìm hiểu đặc điểm của thanh long, các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của thanh long Bình Thuận, phân tích được những điểm mạnh, điểm yếu và những thách thức, cơ hội mà thanh long đang có.

- Thứ hai là, đề tài đã giải quyết được mục tiêu chính là đưa ra một số giải pháp nhằm phát triển, tăng khả năng cạnh tranh của thanh long tỉnh Bình Thuận trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế.

### **NHỮNG HẠN CHẾ CỦA ĐỀ TÀI**

Mặc dù bản thân đã hết sức cố gắng, song đề tài không tránh khỏi những hạn chế. Đó là:

- Thứ nhất là, do hạn chế về thời gian và tài chính nên đề tài chỉ dừng lại ở việc thống kê mô tả, chưa có sự tổng hợp bằng các phần mềm hiện đại.

- Thứ hai là, mẫu và số liệu thu thập về tình hình thanh long Bình Thuận còn nhỏ nên tính đại diện chưa phải là tuyệt đối.

- Thứ ba là, vấn đề hạn chế về thông tin của doanh nghiệp nhập khẩu và sự phân phối ở các thị trường tiêu thụ thanh long Bình Thuận. Đồng thời, đề tài chưa đưa ra những khác biệt về xu hướng của người tiêu dùng nên còn hạn chế trong việc

đánh giá, phân tích nhu cầu tiêu dùng ở các thị trường khác nhau trong giai đoạn hiện tại.

### **ĐỀ XUẤT HƯỚNG NGHIÊN CỨU MỚI**

Qua quá trình nghiên cứu đề tài với những kết quả đạt được cùng với những hạn chế của đề tài, em xin mạnh dạn đưa ra một vài hướng nghiên cứu tiếp theo như sau:

Thứ nhất, sử dụng những công cụ phân tích sâu hơn, thâm nhập sâu hơn vào các dữ liệu của các phòng ban có liên quan để có thể thấy được nhu cầu thực tế ở các thị trường, nhu cầu tiêu dùng khác nhau, từ đó có những giải pháp cụ thể.

Thứ hai, phân tích sâu hơn nữa về tác động của các đối tượng trong ứng dụng khoa học công nghệ, các yếu tố ảnh hưởng đến sản xuất thanh long sạch năng suất cao, tăng khả năng cạnh tranh của thanh long.

Thứ ba, khi nghiên cứu năng lực cạnh tranh của thanh long Bình Thuận được phân phối tại nhiều khu vực có văn hóa khác nhau thì nên nghiên cứu sâu các thị trường này và so sánh với nhau để qua đó thấy được sự khác nhau giữa các thị trường. Từ đó có những giải pháp cụ thể hơn và nâng cao tính ứng dụng của đề tài hơn.

# TÀI LIỆU THAM KHẢO

## 1. Sách

TS. Đinh Nguyễn An, “Vai trò nhà nước trong việc tận dụng cơ hội, vượt qua thách thức của hội nhập kinh tế quốc tế ở Việt Nam hiện nay”, NXB Giáo dục Việt Nam, 2014.

PGS.TS. Đỗ Phú Trần Tình, “Tài liệu giảng dạy môn Kinh tế phát triển”, 2018.

TS. Nguyễn Minh Tuấn, “Nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhà nước trong hội nhập kinh tế quốc tế”, NXB Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh, 2010.

TS. Nguyễn Từ, “Nông nghiệp Việt Nam trong phát triển bền vững”, NXB Chính Trị Quốc Gia Hà Nội, 2004.

Nhóm nhiều tác giả, “Nông dân, Nông thôn & Nông nghiệp: Những vấn đề đang đặt ra”, NXB Tri thức, 2008.

TS. Phạm Ngọc Dũng, “Công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn: Từ lý luận đến thực tiễn ở Việt Nam hiện nay”, NXB Chính trị quốc gia – Sự thật, 2011.

Vũ Tuấn Anh, “Vai trò của nhà nước trong phát triển kinh tế”, NXB Khoa học Xã hội – Hà Nội, 1994.

## 2. Báo cáo, tạp chí

GS.TS. Đỗ Đức Bình. Hội nhập kinh tế quốc tế với phát triển bền vững ở Việt Nam giai đoạn 2011 – 2020. Tạp chí Kinh tế và phát triển số tháng 11 năm 2011, 2011.

GS.TS. Đỗ Đức Bình. Kinh nghiệm của Trung Quốc và Thái Lan về phát triển thị trường xuất khẩu hàng nông sản và rút ra bài học cho Việt Nam. Tạp chí Kinh tế và phát triển số tháng 04 năm 2015, 2015.

Cục Công thương, Trung Tâm Thông tin công nghiệp và thương mại. Tiêu thụ thanh long vẫn phụ thuộc chủ yếu vào thị trường Trung Quốc. Bản tin thị trường sản phẩm nông nghiệp. Số 19, trang 4, 2018.

Cục Thống kê tỉnh Bình Thuận. Sách Niên giám thống kê, 2017

- Cục Thống kê tỉnh Bình Thuận. Tình hình kinh tế xã hội năm 2017 tỉnh bình thuận, 2017.
- Cục Thống kê tỉnh Bình Thuận. Tình hình kinh tế xã hội năm 2016 tỉnh bình thuận, 2016.
- GS.TS. Hồ Đức Hùng, “Chiến lược xây dựng thương hiệu trong hội nhập kinh tế quốc tế; Ảnh hưởng của việc gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới đối với nền kinh tế Việt Nam”, NXB Tổng hợp Tp.HCM, 2007.
- TS. Nguyễn Bảo Thoa, TS. Nguyễn Thị Hồng Minh, ThS. Nguyễn Thị Minh Thúy, “Cẩm nang hướng dẫn xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc cho quả thanh long”, Bộ Công thương – Cục xúc tiến thương mại, 2018.
- TS. Nguyễn Đức Kiên, “Mô hình phát triển kinh tế – xã hội Việt Nam ở giai đoạn trung bình thấp (2012 – 2020)
- Nhóm tác giả, “Tiêu chuẩn GlobalGap thanh long”, Trung tâm nghiên cứu phát triển cây thanh long Bình Thuận, 2018.
- Nhóm tác giả, “Tài liệu tập huấn: Sản xuất thanh long theo tiêu chuẩn VietGap (TCVN 11892 - 1:2017) và tiêu chuẩn GlobalGap (phiên bản 5.1)”, Sở Nông nghiệp và phát triển nông thôn Bình Thuận, 2018.
- Nhóm tác giả, “Sản xuất thanh long theo VietGap”, Trung tâm nghiên cứu và phát triển cây thanh long Bình Thuận, 2018.
- Nhóm tác giả, “Báo cáo nghiên cứu: Thị trường thanh long của Úc và các giải pháp xúc tiến xuất khẩu thanh long của Việt Nam vào thị trường này”, Tổng Lãnh sự quán của Việt Nam tại Sydney – Thương vụ Việt Nam tại Úc, 2017.
- Tổ chức AusAID Australia, “Cẩm nang chất lượng trái thanh long”, 2006.
- Trần Thị Thu Hà và Nguyễn Ngọc Phụng. Hiệu quả kinh tế sản xuất thanh long theo tiêu chuẩn VietGap ở huyện Hàm Thuận Nam, tỉnh Bình Thuận – Thực trạng và giải pháp. Tạp chí Khoa học và công nghệ lâm nghiệp số 4 – 2017, 2017.
3. Văn bản pháp lý



Quyết định số 645/QĐ-UBND của Chủ tịch Ủy ban Nhân Dân tỉnh Bình Thuận.

Về việc phê duyệt kế hoạch thực hiện tái cấp chứng nhận và chứng nhận mới diện tích sản xuất thanh long theo tiêu chuẩn năm 2017 trên địa bàn tỉnh Bình Thuận, 13/03/2017.

Quyết định số 2837/QĐ-UBND của Chủ tịch Ủy ban Nhân Dân tỉnh Bình Thuận. Về việc phê duyệt đề án nghiên cứu phát triển thị trường thanh long bình thuận, 13/11/2013.

Quyết định số 1554/QĐ-UBND của Chủ tịch Ủy ban Nhân Dân tỉnh Bình Thuận. Về việc phê duyệt quy hoạch vùng trồng thanh long tỉnh Bình Thuận đến năm 2020, định hướng đến năm 2025, 03/06/2016.

Quyết định số 76/2015/QĐ-UBND của Chủ tịch Ủy ban Nhân Dân tỉnh Bình Thuận. Về việc ban hành quy chế quản lý và sử dụng chỉ dẫn địa lý “Bình Thuận” dùng cho quả thanh long, 25/12/2015.

#### 4. Nguồn từ Internet

Dân. Hướng tới sản xuất và tiêu thụ thanh long bền vững. Internet: [http://www.binhthuan.gov.vn/wps/portal/binhthuan/chinhquyen/tintuc!/ut/p/c4/04\\_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3gfDxcLQ2MDQ09\\_Xy9XA0f3ED8nswB3Y7MgA\\_2CbEdFAE5tqDc!/?PC\\_7\\_LHD81301I88JE0A8GTO2061KH5\\_WCM\\_CONTEXT=/wps/wcm/connect/bt\\_vi/bt\\_noi\\_dung/tin\\_tuc/tin\\_ktxh/tin\\_ktxh\\_chi\\_tieu/ce724000464df6e188928a6583fee57c&cur\\_id=ce724000464df6e188928a6583fee57c](http://www.binhthuan.gov.vn/wps/portal/binhthuan/chinhquyen/tintuc!/ut/p/c4/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3gfDxcLQ2MDQ09_Xy9XA0f3ED8nswB3Y7MgA_2CbEdFAE5tqDc!/?PC_7_LHD81301I88JE0A8GTO2061KH5_WCM_CONTEXT=/wps/wcm/connect/bt_vi/bt_noi_dung/tin_tuc/tin_ktxh/tin_ktxh_chi_tieu/ce724000464df6e188928a6583fee57c&cur_id=ce724000464df6e188928a6583fee57c), 19/07/2018.

Đặng Gia Trang. Những nguồn lợi chưa khai thác hết từ trồng thanh long. Internet: <https://sfarm.vn/nhung-nguon-loi-chua-khai-thac-het-tu-trong-thanh-long/>, 27/01/2015.

Đặng Gia Trang. Thế nào là phát triển nông nghiệp bền vững. Internet: <https://sfarm.vn/the-nao-la-phat-trien-nong-nghiep-ben-vung/>, 12/06/2019.

Đặng Gia Trang. Chính sách phát triển nông nghiệp bền vững tại Việt Nam. Internet: <https://sfarm.vn/chinh-sach-phat-trien-nong-nghiep-ben-vung-tai-viet-nam/>, 10/06/2019.

- Hữu Minh – Hùng Anh. Trồng thanh long trên đất nhiễm mặn. Internet: <https://www.longan.gov.vn/Lists/TinTucSuKien/DispForm.aspx?ID=30922&ContentTypeId=0x01006B434E144EA34B09B66CBCE45AAE3E91004CA8D603062484488F349B18AED71532>, 30/08/2018.
- Hữu Trí. Phải có những biện pháp mạnh mẽ để phát triển cây thanh long Bình Thuận. Internet: [http://www.thanhlong.binhthuan.gov.vn/index.php?mod=newdetail&id\\_theloai=40&id\\_theloaitin=116&id\\_tintuc=375](http://www.thanhlong.binhthuan.gov.vn/index.php?mod=newdetail&id_theloai=40&id_theloaitin=116&id_tintuc=375), 04/10/2016.
- K. Hằng. Quy hoạch phát triển thanh long đến năm 2020: Nâng cao chất lượng, năng suất và sức cạnh tranh. Internet: [http://thanhlong.binhthuan.gov.vn/index.php?mod=newdetail&id\\_theloai=40&id\\_theloaitin=&id\\_tintuc=191](http://thanhlong.binhthuan.gov.vn/index.php?mod=newdetail&id_theloai=40&id_theloaitin=&id_tintuc=191), 23.12.2015.
- Lương Bằng. Việt Nam tụt lại sau các nước ASEAN, vẫn trên Lào, Campuchia. Internet: <https://vietnamnet.vn/vn/kinh-doanh/dau-tu/nang-luc-canh-tranh-toan-cau-viet-nam-tut-lai-sau-cac-nuoc-asean-nhung-van-tren-lao-campuchia-483848.html>, 19/10/2018.
- Minh Sáng. Kinh nghiệm trồng thanh long ở Đài Loan. Internet: <http://www.tintucnongnghiep.com/2014/04/kinh-nghiem-trong-thanh-long-o-ai-loan.html>, 2013.
- Nguyễn Thanh Phong. Thanh long, cây làm giàu của nông dân Long An. Internet: [https://www.nhandan.com.vn/nation\\_news/item/31018202-thanh-long-cay-lam-giau-cua-nong-dan-long-an.html](https://www.nhandan.com.vn/nation_news/item/31018202-thanh-long-cay-lam-giau-cua-nong-dan-long-an.html), 19/10/2016.
- Nguyễn Phương. Bình Thuận phát triển thanh long theo hướng bền vững. Internet: [http://www.binhthuan.gov.vn/wps/portal/binh\\_thuan/chinhquyen/tintuc!/ut/p/c4/04\\_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3hfRxMDTyNnA3d\\_80BzA0cTp0AXM3dfI\\_9Ac\\_2CbEdFAGoCx1Y!/?WCM\\_GLOBAL\\_CONTEXT=/wps/wcm/connect/bt\\_vi/bt\\_noi\\_dung/tin\\_tuc/tin\\_ktxh/b4f4dd8048a33e61b8a4b901f9ce6358](http://www.binhthuan.gov.vn/wps/portal/binh_thuan/chinhquyen/tintuc!/ut/p/c4/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3hfRxMDTyNnA3d_80BzA0cTp0AXM3dfI_9Ac_2CbEdFAGoCx1Y!/?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/wps/wcm/connect/bt_vi/bt_noi_dung/tin_tuc/tin_ktxh/b4f4dd8048a33e61b8a4b901f9ce6358), 30/01/2019.

- Nguoilaodong. Thanh long Bình Thuận được nhiều nước chấp nhận. Internet: <https://www.mard.gov.vn/Pages/thanh-long-binh-thuan-duoc-nhieu-nuoc-chap-nhan-31891.aspx>, 21/10/2016.
- ThS. Nguyễn Hải Thu. Tác động của hội nhập kinh tế quốc tế đến kinh tế Việt Nam. Internet: <http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu--trao-doi/trao-doi-binh-luan/tac-dong-cua-hoi-nhap-kinh-te-quoc-te-den-kinh-te-viet-nam-86147.html>, 30/07/2016.
- Phạm Huệ. Hiệp hội Thanh long Bình Thuận tổ chức Đại hội nhiệm kỳ III (2016 - 2020). Internet: [http://www.thanhlong.binhthuan.gov.vn/index.php?mod=newdetail&id\\_t\\_heloai=40&id\\_theloaitin=100&id\\_tintuc=271](http://www.thanhlong.binhthuan.gov.vn/index.php?mod=newdetail&id_t_heloai=40&id_theloaitin=100&id_tintuc=271), 25/01/2016.
- Quang Nhân. Thanh long Bình Thuận không nên chủ quan. Internet: [http://www.thanhlong.binhthuan.gov.vn/index.php?mod=newdetail&id\\_t\\_heloai=37&id\\_theloaitin=98&id\\_tintuc=411](http://www.thanhlong.binhthuan.gov.vn/index.php?mod=newdetail&id_t_heloai=37&id_theloaitin=98&id_tintuc=411), 05/07/2018.
- Quyết định số 5392/QĐ-BNN-TT Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn. Quy hoạch vùng trồng cây thanh long đến năm 2025, định hướng đến năm 2030. Internet: <https://lapduan.net/quy-hoach-vung-trong-cay-thanh-long-den-nam-2025-dinh-huong-den-nam-2030/>, 26/12/2016.
- TS. Tạ Thị Đoàn. Phát triển nông nghiệp Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế. Internet: <http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu-trao-doi/phat-trien-nong-nghiep-viet-nam-trong-boi-can-hoi-nhap-kinh-te-quoc-te-123294.html>, 30/09/2017.
- Thanh Nhã. Mô hình phát triển nông nghiệp cần nhân rộng. Internet: <https://doanhnhanplus.vn/mo-hinh-phat-trien-nong-nghiep-can-nhan-rong-205586.html>, 27/09/2016.
- Tin Miền Trung. Bình Thuận: Phát triển nông sản sạch: Chuẩn hóa để vượt rào cản. Internet: <https://tinmientrung.com/binh-thuan-phat-trien-nong-san-sach-chuan-hoa-de-vuot-rao-can/amp/>, 2016.

- Thủy Dư. Bình Thuận đẩy mạnh kim ngạch xuất khẩu thanh long. Internet: <https://vnexpress.net/thoi-su/binh-thuan-day-manh-kim-ngach-xuat-khau-thanh-long-3708938.html>, 09/02/2018.
- Trang tin điện tử của thương vụ Việt Nam tại Úc. Tình hình sản xuất, thị trường xuất nhập khẩu thanh long trên thế giới. Internet: <http://vietnamtradeoffice.net/tinh-hinh-san-xuat-thi-truong-xuat-nhap-khau-thanh-long-tren-the-gioi/>, 19/04/2017.
- Viện nghiên cứu rau quả. Tiêu chuẩn quả thanh long xuất khẩu sang các thị trường. Internet: <http://favri.org.vn/index.php/vi/tin-ta-c/tin-ca-p-nha-t/765-tia-u-chua-n-qua-thanh-long-xua-t-kha-u-sang-ca-c-tha-tr-a-ng-2>, 05/11/2018.
- Võ Phú Nông. Tìm hướng ra bền vững cho thanh long Bình Thuận. Internet: <https://nhadautu.vn/tim-huong-ra-ben-vung-cho-thanh-long-binh-thuan-d2393.html>, 17/08/2018.
- Võ Văn Quang. Nhu cầu mới trong ngành marketing địa phương. Internet: <http://vovanquang.com/nhu-cau-moi-trong-nganh-marketing-dia-phuong/>, 12/2013.
- Vũ Khoan. Nên hiểu thế nào về “Hội nhập kinh tế quốc tế”? Internet: <https://www.tapchikientruc.com.vn/tin-tuc/nen-hieu-nao-ve-hoi-nhap-kinh-te-quoc-te.html>, 30/11/2015.
- Wikipedia. Cạnh tranh (kinh doanh). Internet: [https://vi.wikipedia.org/wiki/Cạnh\\_tranh\\_\(kinh\\_doanh\)](https://vi.wikipedia.org/wiki/Cạnh_tranh_(kinh_doanh)), 2019.

# PHỤ LỤC

## Câu hỏi khảo sát

### PHIẾU KHẢO SÁT NÔNG DÂN - HỘ SẢN XUẤT THANH LONG

Phiếu số:.....

Người tìm hiểu:.....Ngày tìm hiểu: .....

Thôn:.....Xã:.....

Huyện:.....Tỉnh:.....

#### I. Thông tin về hộ sản xuất

1. Họ và tên hộ sản xuất:.....Tuổi:.....

2. Giới tính: Nam  Nữ

3. Trình độ chuyên môn:

Đại học  Trung cấp  Sơ cấp

Công nhân kỹ thuật  Khác  .....

4. Đánh giá khả năng kinh tế

Giàu  Khá  Trung bình  Khó khăn

5. Đánh giá theo quy mô:

Trang trại  Hộ nông dân

#### II. Nguồn lực của hộ

1. Số lao động thường xuyên của hộ:.....

2. Có thuê lao động không

Không

Có  Nếu có, số lao động thuê (trung bình tính theo tháng):.....

3. Trong vòng 3 năm nay, tổng diện tích trồng thanh long của hộ tăng lên hay giảm đi (chọn trả lời a hoặc b hoặc c)

a. Tăng lên

Mua thêm đất

- Chuyển từ đất canh tác
- Thuê đất trồng thêm
- Khác.....

b. Giảm đi

- Cho thuê
- Đất bị thu hồi
- Chuyển nhượng
- Khác .....

c. Không thay đổi

4. Trong 3 năm gần đây, hộ có vay vốn để hỗ trợ tăng sản xuất không?

- Không
- Có      Nếu có, nguồn vốn vay từ:
  - Ngân hàng
  - Vay tư nhân (họ hàng, bạn bè, người thân, ...)
  - Vay tín dụng, vay từ các hợp tác xã
  - Các DN, thương lái hỗ trợ vốn sản xuất

### III. Tình hình sản xuất thanh long của hộ

1. Loại thanh long hộ đang sản xuất

- Ruột trắng       Ruột đỏ       Ruột vàng   
 Ruột tím       Khác .....

2. Hộ sử dụng giống từ đâu?

- Chợ       Tự ương giống       Viện nghiên cứu   
 Khác .....

3. Theo ông/bà chất lượng hom giống như thế nào?

- Tốt       Khá       Trung bình       Kém

4. Hộ có thực hiện công đôn trái vụ

- Không
- Có      Nếu có, thì số lần chong đèn trong năm như thế nào
  - 1 lần/năm
  - 2 lần/năm
  - Khác.....

5. Hộ có tham gia tiêu chuẩn sản xuất sạch của địa phương

- Không
- Có      Nếu có, đó là loại tiêu chuẩn nào
  - VietGap
  - GlobalGap
  - Khác.....

6. Hộ có tham gia vào tổ chức, tổ nào không?

- Không
- Có      Nếu có, đó là loại tổ chức nào
  - Hợp tác xã
  - Hội nông dân
  - Khác.....

7. Hộ có biết các tiêu chuẩn về sản phẩm an toàn

- Không
- Có

8. Hộ có đang sử dụng công nghệ vào trong canh tác

- Không
- Có

9. Hộ có khó khăn khi ứng dụng công nghệ vào sản xuất

- Không
- Có

10. Một năm trở lại đây ông/bà có tham gia tập huấn về sản xuất thanh long sạch không?

Không

Có

11. Ông/bà có hài lòng về các chương trình khuyến nông do địa phương tổ chức

Không

Có

Bình thường

Không tham gia

12. Hộ có gặp khó khăn về thủy lợi, nước tưới

Không

Có Nếu có, đó là loại khó khăn gì?

Công nghệ tưới còn thô sơ

Hồ, sông, đập cạn nước

Giếng khoan hết nước

Khác.....

13. Hộ có gặp khó khăn về hệ thống điện

Không

Có Nếu có đó là loại khó khăn gì?

Thường xuyên cúp điện

Giá điện cao

Điện không ổn định

Khác.....

14. Hộ có gặp khó khăn về giao thông

Không



- Có      Nếu có đó là loại khó khăn gì?
  - Chất lượng xấu
  - Đường hẹp
  - Khác.....

15. Tình hình an ninh tại khu vực sản xuất có tốt không?

- Có
- Không      Nếu không, đó là gì?
  - Ý thức bảo vệ chưa tốt
  - Còn nhiều vấn đề trộm cắp
  - Khác.....

### III. Tình hình tiêu thụ, đánh giá thanh long của hộ

1. Thanh long được bán cho ai?

Trực tiếp tại chợ       Thương lái               Doanh nghiệp  

2. Ba lần bán gần nhất ông/bà có hài lòng về giá bán không?

- Có
- Không
- Bình thường

3. Hộ có sử dụng công nghệ sau thu hoạch

- Có
- Không, bán trực tiếp cho người mua

4. Ông/bà đánh giá như thế nào về thực trạng kỹ thuật trong sản xuất ngày nay

Tiến tiến                       Trung bình                       Lạc hậu  

5. Ông/Bà có dự tính chuyển đổi sang trồng loại cây trồng khác

- Có
- Không

6. Ông/Bà có muốn xen canh cho loại cây trồng khác

Có

Không

#### IV. Về công tác quản lý

1. Ông/Bà đánh giá về năng lực quản lý của cán bộ tại địa phương như thế nào

Tốt  Trung bình  Kém

2. Địa phương có đầu tư quy hoạch tốt không?

Tốt  Trung bình  Kém

3. Ông/Bà đánh giá hệ thống thủy lợi như thế nào?

Tốt  Trung bình  Kém

4. Ông/Bà đánh giá hệ thống giao thông như thế nào?

Tốt  Trung bình  Kém

5. Ông/Bà đánh giá hệ thống điện sản xuất như thế nào?

Tốt  Trung bình  Kém

