

Các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của rau an toàn Thành phố Hồ Chí Minh

- Mai Lê Thúy Vân
- Nguyễn Thị Thu Trang
- Nguyễn Thị Thu Hương

Trường Đại học Kinh tế - Luật, ĐHQG HCM - Email: vanmlt@uel.edu.vn

(Bài nhận ngày 17 tháng 9 năm 2016, hoàn chỉnh sửa chữa ngày 12 tháng 10 năm 2016)

TÓM TẮT

Bài viết này thảo luận các vấn đề về năng lực cạnh tranh của rau an toàn TP.HCM nhằm xác định rõ mức độ cạnh tranh của rau an toàn TP.HCM trên thị trường TP.HCM. Bài báo sử dụng phương pháp phân tích nhân tố EFA và phân tích hồi qui dựa trên kết quả khảo sát 150 đối tượng ở Bình Chánh và Củ Chi. Kết quả nghiên cứu đã xác định được 5 yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của rau an

toàn TP.HCM với ý nghĩa giải thích từ mạnh đến yếu như sau: chính sách bán hàng, chất lượng RAT, chủng loại rau linh hoạt, chủng loại rau đa dạng, và kênh phân phối. Các gợi ý về mặt chính sách được đề cập trong nghiên cứu tập trung ở ba nội dung là: 1) Mở rộng quy mô, giảm chi phí để giảm giá thành RAT; 2) Nâng cao chất lượng RAT; 3) Đa dạng hóa chủng loại rau.

Từ khóa: năng lực cạnh tranh, rau an toàn, TP.HCM.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Sự thay đổi về xu hướng tiêu dùng khi kinh tế tăng trưởng đòi hỏi việc đáp ứng các nhu cầu tiêu thụ phải thay đổi theo. Bên cạnh đó, ô nhiễm môi trường đất, nước, không khí trong sức ép đô thị hóa buộc ngành sản xuất rau ở TP.HCM phải chuyển sang hình thức mới: sản xuất rau an toàn (RAT). Tại TP. HCM, RAT được xem là một trong năm nhóm ngành nông nghiệp trọng điểm và trong thời gian qua, ngành này đã nhận được nhiều ưu đãi trong chính sách đầu tư của thành phố (TP). TP đã xây dựng 4 chương trình cho ngành RAT kể từ năm 2002 đến nay nhưng vẫn chưa đáp ứng đủ lượng cầu tiêu thụ, thị trường đầu ra của sản

phẩm còn nhiều bấp bênh, các nông hộ phải đem ra chợ đầu mối, chợ bán lẻ và bán với giá rau thường.

Trên thị trường TP. HCM, RAT được cung cấp từ các nông hộ, hợp tác xã (HTX) ở TP hay từ các tỉnh thành như Lâm Đồng, Tiền Giang, Long An, Bình Dương... RAT từ các nhà cung cấp này sẽ được phân phối qua trung gian là các thương lái ở các chợ đầu mối, hay phân phối trực tiếp đến cửa hàng, siêu thị, bếp ăn tập thể, chợ bán lẻ. Trong quá trình khảo sát khi thực hiện đề tài về “*Phát triển ngành sản xuất rau an toàn*” của nhóm nghiên cứu vào năm 2013, nhiều nông hộ đã cho biết RAT của TP khó cạnh tranh được với các tỉnh, đặc biệt là

nhóm rau ăn củ quả và đây cũng chính là một trong những nguyên nhân mà nhiều nông hộ phải chuyển đổi sang loại cây trồng khác và nhiều HTX RAT cũng ngừng hoạt động. Trong khi đó, chủ trương của TP là định hướng thực hiện chương trình trọng điểm sản xuất RAT đến năm 2025 và sẽ tiếp tục mở rộng diện tích vùng trồng RAT.

Vì vậy, mục tiêu của bài viết là xác định các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh (NLCT) của RAT TP. HCM tiếp cận từ góc độ sản xuất của nông hộ TP, từ đó đề xuất các kiến nghị nhằm duy trì ngành sản xuất RAT, góp phần nâng cao hiệu quả chương trình trọng điểm RAT của TP.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH VÀ RAU AN TOÀN

2.1 Khái niệm NLCT và các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT

Cạnh tranh về cơ bản là quá trình mà một chủ thể nỗ lực vượt qua đối thủ của mình để đạt được vị thế lợi hơn nhằm thu được nhiều lợi ích nhất cho mình. Cạnh tranh là hiện tượng tự nhiên, tất yếu và mang lại nhiều lợi ích: khởi đầu từ sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp (DN), cạnh tranh làm cho họ năng động hơn, nhạy bén hơn, nắm bắt tốt hơn nhu cầu của khách hàng, có động lực nghiên cứu, đổi mới công nghệ và phát triển sản phẩm, hoàn thiện cách thức tổ chức, quản lý nâng cao năng suất, chất lượng và hiệu quả kinh tế từ đó người tiêu dùng được hưởng lợi từ sự đa dạng và chất lượng vượt trội của sản phẩm, nâng cao tổng thể lợi ích xã hội, thúc đẩy kinh tế tăng trưởng, nâng cao vị thế của quốc gia. Chính phạm vi tác động mạnh mẽ của cạnh tranh mà khái niệm về NLCT cũng rất đa dạng, phổ biến hiện nay. NLCT được định nghĩa trên 4 cấp độ: quốc gia, ngành, DN và sản phẩm, trong đó, NLCT của sản phẩm bị định đoạt bởi NLCT của DN.

Dù chưa có sự thống nhất nhưng nhìn chung các khái niệm trên đều nhấn mạnh ở một khía cạnh nào đó của cạnh tranh: 1) Phổ biến nhất là quan niệm NLCT là khả năng duy trì và mở rộng thị phần của DN; 2) Khả năng chống chọi trước sự tấn công của DN đối thủ theo quan điểm của Hội đồng chính sách NLCT của Mỹ và Ủy Ban Quốc gia về hợp tác kinh tế (1997); 3) NLCT đồng nhất với năng suất lao động theo quan điểm của Porter (1990) và Tổ chức OECD; 4) NLCT đồng nghĩa với duy trì và nâng cao lợi thế cạnh tranh (Tôn Thất Nguyễn Thiêm, 2004); Trần Sửu, 2006; Vũ Trọng Lâm, 2006; Đặng Đức Thành, 2010); 5) NLCT đồng nhất với năng lực kinh doanh.

Từ các quan niệm trên, có thể khái quát rằng: *NLCT của DN là khả năng duy trì và nâng cao lợi thế cạnh tranh trong việc thu hút và sử dụng có hiệu quả các yếu tố đầu vào, sản xuất sản phẩm có chất lượng cao và đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm.*

Tuy nhiên, theo quan điểm của Micheal Porter (1990), nếu chỉ tạo ra tăng trưởng và đa dạng hóa sản phẩm thì không thể tạo ra cạnh tranh bền vững cho DN, mà tính bền vững đó phải được tạo ra từ 5 nhân tố: (1) Sự cạnh tranh giữa các công ty hiện tại, (2) Mối đe dọa từ các đối thủ tiềm năng, (3) Nguy cơ của các sản phẩm thay thế, (4) Vai trò của các nhà bán lẻ, (5) và Quyền lực của nhà cung cấp. Để giải quyết 5 nhân tố này, Micheal Porter đề xuất 3 chiến lược kinh doanh chính là (1) Dẫn đầu về giá cả, (2) Định vị hóa sản phẩm, (3) và Tập trung vào phân khúc thị trường hẹp. (Micheal Porter, 2009; Dũng Dương Ngọc). Trong đó, chiến lược định vị hóa sản phẩm chính là tạo ra sản phẩm khác biệt mà đối thủ không có nhưng được khách hàng chấp nhận và sẵn sàng trả giá cao hơn. Hay nói khác hơn, đó chính là đảm bảo chất lượng, tăng cường đổi mới và đáp ứng nhu cầu khách hàng bằng cách tạo ra sự khác biệt về công dụng, kiểu dáng, cải tiến và dịch

vụ đi kèm, đây được gọi là sức cạnh tranh của sản phẩm.¹

Trên cơ sở tiếp cận lý thuyết này, nhiều nghiên cứu về cạnh tranh sản phẩm được thực hiện trong nhiều lĩnh vực khác nhau, như giấy, chè, rau an toàn, dịch vụ bưu chính viễn thông... Các nghiên cứu này có thể là nghiên cứu định tính hay định lượng theo thang đo Likert và xác định các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT khác nhau theo lĩnh vực, ngành nghề, nhưng đều đồng nhất các yếu tố bao gồm chất lượng, giá cả, mẫu mã, kiểu dáng, bao bì, thương hiệu, hệ thống phân phối, xúc tiến thương mại (Duyên Nguyễn Thị Thanh, 2014; Phương Đỗ Thị Thúy, 2008; Thái Nguyễn Văn, 2008), năng lực phục vụ (Khánh Nguyễn Hữu, Anh Nguyễn Thị Tâm, 2016).

Bên cạnh đó, cũng có hai nghiên cứu về NLCT của RAT chỉ được thực hiện trong thời gian qua. Các nghiên cứu này chủ yếu sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính như thống kê mô tả và phân tích SWOT để mô tả khả năng cạnh tranh của RAT xoay quanh các đặc điểm về (i) Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất như điều kiện tự nhiên, qui mô sản xuất, qui trình sản xuất, vốn, công nghệ sản xuất - sơ chế - đóng gói; (ii) Giá thành và chất lượng sản phẩm; (iii) Địa điểm phân phối và chính sách giá cả; (iv) Thương hiệu, quảng bá hình ảnh; (v) Nhu cầu và nhận thức của NTD về tiêu thụ RAT; (vi) Kiểm soát, cấp giấy chứng nhận, chính sách phát triển của địa phương... như nghiên cứu của Nguyễn Văn Thái (2008) và Nguyễn Trúc Vân (2011). Điểm hạn chế của các nghiên cứu này là chưa đo lường được NLCT của RAT trong mối tương quan với RAT các tỉnh thành khác trên thị trường, và cũng chưa đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến NLCT của RAT.

Nhìn chung, các nghiên cứu về cạnh tranh đều dựa trên lý thuyết cạnh tranh cốt lõi của Michael Porter, dù có thể khác biệt về tiêu chí đánh giá nhưng đều thống nhất sử dụng các tiêu chí như chất lượng, chủng loại, giá cả, bao bì đóng gói, hệ thống phân phối, hoạt động xúc tiến thương mại... để đo lường NLCT của sản phẩm và đây chính là cơ sở để xây dựng mô hình nghiên cứu đề xuất.

2.2. Khái niệm RAT

Theo quy định của Bộ NN&PTNT (2007) “RAT là những sản phẩm rau tươi (bao gồm tất cả các loại rau ăn: lá, thân, củ, hoa, quả, các loại nấm thực phẩm...) được sản xuất, thu hoạch, sơ chế, bao gói, bảo quản theo quy định kỹ thuật bảo đảm tồn dư về vi sinh vật, hóa chất độc hại dưới mức giới hạn tối đa cho phép”.

Quy định này cũng mở đường cho các ban hành quy định chặt chẽ hơn về sản xuất RAT như quy trình sản xuất thực hành nông nghiệp tốt cho rau quả tươi Việt Nam (VietGAP, 2008) theo đó rau quả tươi phải được “sản xuất, sơ chế, chế biến phù hợp quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về điều kiện đảm bảo an toàn thực phẩm hoặc phù hợp với quy trình kỹ thuật sản xuất, sơ chế rau, quả an toàn được Sở NN&PTNT phê duyệt hoặc phù hợp với các quy định liên quan đến đảm bảo an toàn thực phẩm có trong quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt cho rau, quả tươi an toàn VietGAP², các tiêu chuẩn GAP khác và mẫu điển hình đạt các chỉ tiêu an toàn thực phẩm theo quy định”.

Như vậy, rau được xem là an toàn khi đáp ứng được các yêu cầu sau: i) Về hình thức: thu hoạch đúng độ chín, tươi, sạch, đồng đều về kích cỡ, màu sắc; được đóng gói bằng bao, túi

¹ <https://voer.edu.vn/m/li-thuyet-canhh-tranh/6881d324>.

² VietGAP là những nguyên tắc, trình tự, thủ tục hướng dẫn tổ chức, cá nhân sản xuất, thu hoạch, sơ chế bảo đảm an toàn, nâng cao chất lượng sản phẩm, đảm bảo phúc lợi xã hội, sức khỏe người sản xuất và người tiêu dùng, bảo vệ môi trường và truy nguyên nguồn gốc sản phẩm.

sạch trước khi mang đi tiêu thụ, trên bao bì phải ghi rõ địa chỉ sản xuất; ii) Về chất lượng: đảm bảo không có dư lượng Nitrat (NO_3), thuốc bảo vệ thực vật (thuốc trừ sâu, trừ bệnh, trừ cỏ, trừ chuột, trừ ốc, thuốc điều hòa sinh trưởng và chất hỗ trợ), kim loại nặng (Chì, Thủy ngân, Asen, Kẽm, Đồng, Cadimi...) và vi sinh vật (*Salmonella*, *Coliforms*, *E.coli*...) gây hại vượt ngưỡng cho phép theo Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia của Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn ban hành năm 2013. Các ngưỡng giới hạn cho phép này có sự thay đổi theo chuẩn an toàn kỹ thuật của Việt Nam trong từng thời kỳ; iii) Về mặt pháp lý: RAT Việt Nam phải có chứng phải có chứng nhận sản phẩm đạt tiêu chuẩn an toàn do Sở nông nghiệp và phát triển nông thôn nơi tiến hành sản xuất cấp, hoặc theo chuẩn VietGap (do Bộ NN&PTNT cấp) hoặc chuẩn Gap tương đương (do tổ chức trong nước, tổ chức quốc tế, quốc gia, khu vực hoặc vùng lãnh thổ ngoài Việt Nam cấp) (GAP khác được công nhận cho áp dụng tại Việt Nam tối thiểu phải có các tiêu chí về an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc tương đương với các tiêu chí tương ứng của VietGAP)

Tóm lại, về cơ bản rau Việt Nam có thể phân thành 4 loại, với mức độ an toàn tăng dần như sau:

Rau đại trà: là loại rau được sản xuất theo tập quán của từng địa phương, không có quy trình thống nhất và không có chứng nhận về chuẩn sản xuất rau theo quy định hiện hành trong nước và thế giới.

Rau an toàn: là rau được sản xuất với kỹ thuật vẫn còn sử dụng hóa chất nông nghiệp nhưng hạn chế, hợp lý hơn, sản phẩm phải đảm bảo 4 tiêu chí dư lượng: NO_3 , Kim loại nặng,

hóa chất BVTV, vi sinh vật gây bệnh cho người.

Rau VietGap: là rau được sản xuất theo quy trình VietGap, sản phẩm có chứng nhận, đạt chuẩn an toàn thực phẩm, vệ sinh môi trường và khả năng truy nguyên nguồn gốc.

Rau hữu cơ (100% hữu cơ): là rau được canh tác hoàn toàn trong điều kiện tự nhiên, không sử dụng hóa chất nông nghiệp, trong môi trường sinh thái sạch và an toàn Sản phẩm hoàn toàn không có dư lượng độc hại, và đảm bảo truy tìm xuất xứ.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

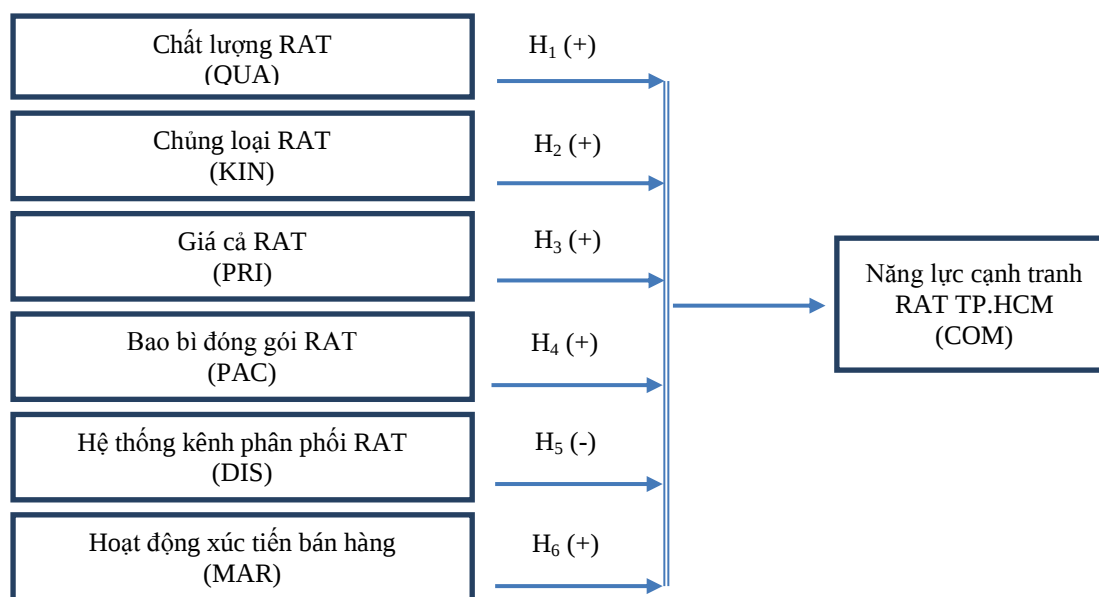
Để dễ xác định các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT của RAT TP.HCM, nhóm tác giả sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá và phân tích hồi qui. Dữ liệu được thu thập từ 150 quan sát bao gồm nông hộ và một số HTX, thương lái, doanh nghiệp, cửa hàng rau sạch và trung tâm khuyến nông ở Củ Chi và Bình Chánh.

Thang đo các yếu tố NLCT gồm 6 nhóm yếu tố (chất lượng, chủng loại, giá cả, bao bì đóng gói, hệ thống phân phối, hoạt động xúc tiến thương mại) với 27 biến quan sát, đo lường theo thang đo Likert. Mô hình nghiên cứu đề xuất ban đầu:

$$\text{COM} = f(\text{QUA}, \text{KIN}, \text{PRI}, \text{PAC}, \text{DIS}, \text{MAR})$$

Trong đó: Biến phụ thuộc là NLCT của RAT TP.HCM (COM) được hành thành từ 3 biến quan sát; Biến độc lập bao gồm Chất lượng RAT (QUA), Chủng loại RAT (KIN), Giá cả RAT (PRI), Bao bì đóng gói RAT (PAC), Hệ thống kênh phân phối RAT (DIS), Hoạt động xúc tiến bán hàng (MAR).

Các giả thuyết của mô hình nghiên cứu được thể hiện trong hình 1 như sau:



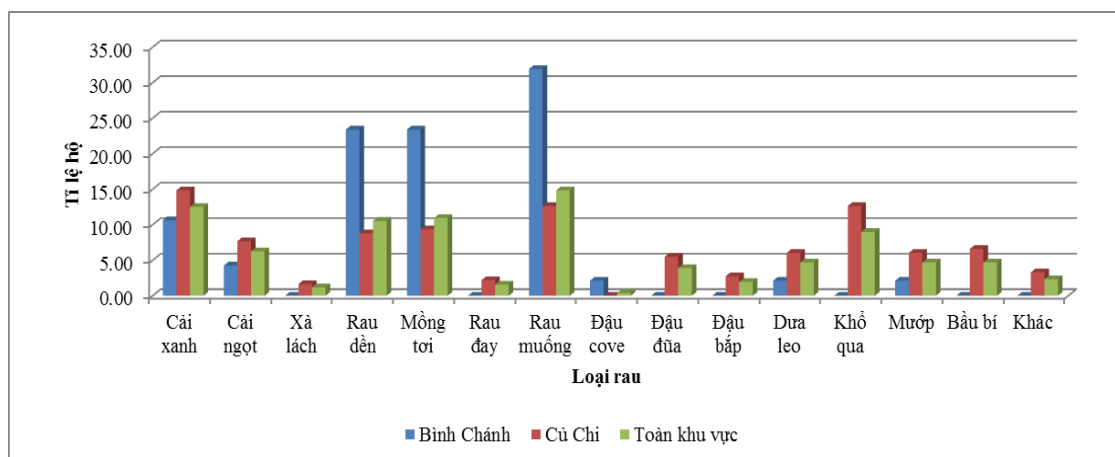
Hình 1. Các giả thuyết của mô hình nghiên cứu

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Đặc điểm sản xuất RAT trong vùng khảo sát

Các loại RAT đang được trồng chủ yếu ở TP.HCM được phân loại thành các nhóm như rau ăn lá (cải xanh, cải ngọt, xà lách, rau dền, mồng tơi, rau muống), rau ăn củ quả (đậu đũa, đậu bắp, dưa leo, khổ qua, mướp, bầu bí) và rau mầm. So với các tỉnh thành khác, điều kiện tự

nhiên ở TP.HCM thích hợp cho loại rau ăn lá hơn rau ăn củ quả (chiếm 68% tổng số hộ trồng rau), đồng thời cũng được phân bố theo vùng chuyên canh, như Bình Chánh chuyên canh rau ăn lá (Tây Quý Tây, Hưng Long, Bình Chánh, Quy Đức), Củ Chi chuyên canh rau ăn củ quả (Nhuận Đức, Trung Lập Hạ, Tân Phú Trung).



Hình 1. Tỉ lệ hộ trồng rau phân theo loại rau trong khu vực khảo sát

Nguồn: Tính toán từ dữ liệu khảo sát

Số vụ gieo trồng bình quân vào khoảng 7 - 8 vụ/ năm. Số ngày gieo trồng và sản lượng thu hoạch là khác nhau giữa mùa nắng và mùa mưa. Vào mùa nắng, thời gian gieo trồng là 18 - 20 ngày, sản lượng thu hoạch rất cao nhưng giá bán chỉ vào khoảng 5.000 - 6.000 đồng/ kg. Vào mùa mưa, thời gian gieo trồng kéo dài khoảng 25 ngày, sản lượng thu hoạch rất thấp, giá cả lại cao hơn rất nhiều, có thể lên đến 30.000 - 40.000 đồng/kg (bắt đầu khoảng tháng 10 dương lịch). Vì vậy, người trồng rau có lãi chủ yếu nhờ mùa mưa, nhưng chỉ được một hai tháng trong năm.

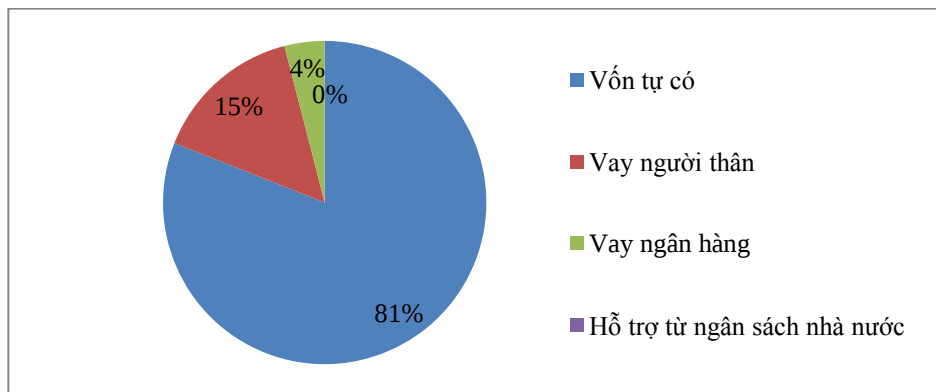
Về đất đai

Phát triển RAT là một chương trình trọng điểm được thực hiện từ năm 2012, thành phố đã xây dựng quy hoạch, định hướng phát triển, và ban hành các cơ chế, chính sách hỗ trợ nhằm đảm bảo hiệu quả sản xuất RAT. Vì vậy, nhiều

hộ nông dân ở các vùng chuyên canh này đã chuyển đổi từ đất trồng lúa sang trồng RAT, và nhiều hộ nông dân, doanh nghiệp từ các tỉnh khác cũng đến đây thuê đất trồng với mức giá dao động từ 1 - 5 triệu đồng/ năm. Với xu hướng này, diện tích đất trồng thấp nhất có thể chỉ là 10 m² và cao nhất có thể lên đến vài ha.

Về vốn

Đa phần nguồn vốn của người sản xuất RAT là do tự tích lũy, vốn hỗ trợ từ Chính phủ còn thấp. Đây là một trong những nguyên nhân khiến sản xuất RAT còn manh mún, nhỏ lẻ, thiếu tập trung nên khó khai thác được tính kinh tế theo quy mô. Quy mô vốn trung bình của một nông hộ vào khoảng 66,82 triệu đồng, có những nông hộ quy mô vốn có thể lên đến 170 triệu đồng. Phần lớn các nông hộ có mức vốn trung bình vào khoảng 30 - 60 triệu đồng, chiếm 42,31% trong tổng số nông hộ trả lời.



Hình 2. Nguồn vốn nông hộ

Nguồn: Tính toán từ dữ liệu khảo sát

Về lao động³

Mỗi nông hộ sử dụng trung bình khoảng 3 lao động/ ngày, trong đó phần lớn các nông hộ sử dụng 2 lao động/ ngày (chiếm 67,77%). Với những hộ sản xuất quy mô lớn, số lượng lao động có thể lên đến 12 lao động/ngày.

Các nông hộ thường làm theo hình thức đổi công và chủ yếu là sử dụng lao động gia đình, rất ít hộ sử dụng lao động thuê ngoài. Giá lao động thuê ngoài thường phổ biến ở mức 15.000 đồng/ giờ. Một số nơi ở Bình Chánh, giá thuê lao động có sự dao động nhưng lại thấp hơn, vào khoảng 8.000 - 12.000 đồng/ giờ.

Số giờ làm việc trung bình một ngày có sự khác biệt giữa việc trồng rau ăn lá và trồng củ

³ Tổng hợp từ kết quả khảo sát năm 2013.

quả. Vì rau ăn củ quả ít tốn công hơn so với rau ăn lá nên giá lao động thấp hơn và số giờ lao động bình quân/ ngày cũng thấp hơn. Số giờ làm việc trung bình của người trồng rau ăn lá là 10 - 11 giờ/ngày, rau ăn củ quả là 6 - 7 giờ/ngày.

Những lao động này thường có độ tuổi trong khoảng 30 - 45 tuổi, do đó cũng có nhiều kinh nghiệm trồng rau. Phần lớn là lao động có trên 5 năm kinh nghiệm (chiếm 52,87%) và đã từng tham gia tập huấn kỹ thuật sản xuất RAT.

Về kỹ thuật canh tác

Mô hình điển hình là sản xuất RAT theo tiêu chuẩn Gap (VietGap, GlobalGap,...) như (1) Có cán bộ kỹ thuật hướng dẫn, giám sát kỹ thuật sản xuất RAT và người nông dân phải được tập huấn kỹ thuật sản xuất RAT; (2) Hàm lượng một số kim loại nặng trong đất không được vượt quá ngưỡng cho phép; (3) Nước tưới phải đạt tiêu chuẩn nước sinh hoạt cho người; (4) Người sản xuất xây dựng qui trình sản xuất phù hợp với địa phương nhưng phải đảm bảo qui định vệ sinh an toàn thực phẩm có trong qui định của VietGap;... (Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, 2012).

Bên cạnh đó, kỹ thuật canh tác RAT còn được thể hiện qua mô hình trồng RAT trong nhà lưới, trên giá thể nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất dưới tác nhân biến đổi khí hậu. Đến năm 2015, TP đã có 238,7 ha (trong tổng số 15.800 ha) diện tích gieo trồng RAT trong nhà lưới, tương ứng 1.240 nhà lưới (UBND TP.HCM, 2016, p. 4).

Để đẩy mạnh hiệu quả sản xuất RAT, TP đã hình thành Khu nông nghiệp công nghệ cao đầu tiên của cả nước, đặt tại Củ Chi. Hoạt động chủ yếu của Khu công nghệ cao này là cung cấp hạt giống có chất lượng cao, nghiên cứu ứng dụng

chuyển giao công nghệ cao trong sản xuất rau giữa nông dân, hợp tác xã và doanh nghiệp.

4.2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Phân tích tương quan giữa các biến quan sát trong cùng một nhóm yếu tố và phân tích Cronbach Alpha để kiểm định độ tin cậy thang đo của từng nhân tố và nguyên nhân loại biến quan sát, kết quả hệ số Cronbach Alpha có giá trị trên 0,6 và hệ số tương quan với biến tổng có giá trị trên 0,3 nên không có biến quan sát nào bị loại.

Để xác định các nhân tố khi phân tích NLCT, phân tích nhân tố khám phá được thực hiện dựa trên hệ số tương quan với biến tổng >0,5. Phân tích nhân tố cuối cùng cho kết quả từ 27 biến quan sát ban đầu, còn 24 biến quan sát và gom thành 7 nhân tố, các biến quan sát bị loại là PRI1, PRI2 và DIS3 vì có hệ số tải nhân tố < 0,5. Ngoài ra, biến quan sát DIS1 còn lại được gom chung với các biến quan sát PAC1, PAC2 và PAC3; 2 biến quan sát PRI3 và PRI4 còn lại được gom chung với các biến quan sát PAC4, PAC5 và được đặt tên nhân tố mới là *Chính sách bán hàng (SOL)*; 6 biến quan sát của nhân tố KIN được tách thành 2 nhóm nhân tố và đặt tên nhân tố mới là *Chủng loại RAT đa dạng (KIN_1)*, *Chủng loại RAT linh hoạt thay đổi (KIN_2)*.

Với Eigenvalues > 1, tổng phương sai trích là 78,52 cho thấy 7 nhân tố này có khả năng giải thích được 78,52% biến thiên của dữ liệu. Đồng thời, hệ số KMO bằng 0,79 cho thấy phân tích nhân tố là thích hợp với bộ dữ liệu và kiểm định Bartlett có giá trị Sig. bằng 0,000 (< 0,05) cho thấy các biến quan sát có tương quan với nhau trong biến tổng nên phù hợp để phân tích nhân tố, vì vậy các yêu cầu khi thực hiện phân tích nhân tố được đáp ứng.

Bảng 1. Kết quả phân tích nhân tố cuối cùng

Tên nhân tố	Biến quan sát	Nhân tố						
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
Bao bì đóng gói RAT (PAC)	PAC1	0,865						
	PAC2	0,877						
	PAC3	0,807						
	DIS1	0,553						
Chất lượng RAT (QUA)	QUA1		0,736					
	QUA2		0,775					
	QUA3		0,837					
	QUA4		0,792					
Chính sách bán hàng (SOL)	PRI3			0,801				
	PRI4			0,823				
	PAC4			0,654				
	PAC5			0,660				
Hoạt động xúc tiến thương mại (MAR)	MAR1				0,824			
	MAR2				0,803			
	MAR3				0,821			
Kênh phân phối tại chợ bán buôn (DIS)	DIS2					0,847		
	DIS4					0,744		
	DIS5					0,776		
Chủng loại RAT linh hoạt thay đổi (KIN_2)	KIN4						0,682	
	KIN5						0,874	
	KIN6						0,779	
Chủng loại RAT đa dạng (KIN_1)	KIN1							0,876
	KIN2							0,798
	KIN3							0,706

Nguồn: Tính toán từ dữ liệu khảo sát

Sau khi phân tích nhân tố, các nhân tố độc lập tiếp tục được thực hiện phân tích hồi qui cùng với nhân tố phụ thuộc, mô hình nghiên cứu đề xuất ban đầu như sau:

$$COM = \beta_0 + \beta_1 QUA + \beta_2 KIN_2 + \beta_3 KIN_1 + \beta_4 SOL + \beta_5 PAC + \beta_6 DIS + \beta_7 MAR$$

4.3. Kết quả phân tích hồi qui

Phân tích hồi qui được thực hiện dựa trên tiêu chí thống kê t để xem xét ý nghĩa giải thích của các nhân tố độc lập cho nhân tố phụ thuộc ở độ tin cậy 95%, thống kê F và hệ số R^2 để xem xét độ phù hợp mô hình và hệ số VIF để kiểm tra hiện tượng đa cộng tuyến giữa các nhân tố độc lập.

Bảng 2. Kết quả phân tích hồi qui

Nhân tố	Hệ số hồi qui	t	Sig.	VIF
(Const.)	0,434	1,418	0,158	
QUA	0,278	4,646	0,000	1,280
KIN_2	0,250	4,676	0,000	1,536
KIN_1	0,121	2,610	0,010	1,444
SOL	0,288	5,331	0,000	1,864
DIS	-0,089	-1,705	0,090	1,381
R ²		0,623		
R ² hiệu chỉnh		0,610		
F		47,643		
Sig.		0,000		
N		150		

Nguồn: Tính toán từ dữ liệu khảo sát

Mô hình hồi qui tương ứng như sau:

$$COM = 4,434 + 0,278*QUA + 0,250*KIN_2 + 0,121*KIN_1 + 0,288*SOL - 0,089*DIS$$

t	1,418	4,646	4,676	2,610	5,331
	-1,705				
Sig.	0,158	0,000	0,000	0,010	0,000
	0,090				
R ² = 0,623;	R ² hiệu chỉnh = 0,610;			F = 47,643;	N = 150.

Hệ số $R^2 = 0,623$ ($\bar{R}^2 = 0,610$) thể hiện mô hình hồi qui *Năng lực cạnh tranh của RAT TP.HCM (COM)* được giải thích bằng các yếu tố *Chất lượng RAT (QUA)*, *Chủng loại RAT linh hoạt thay đổi (KIN_2)*, *Chủng loại RAT đa dạng (KIN_1)*, *Chính sách bán hàng (SOL)*, *Kênh phân phối tại chợ bán buôn (DIS)* có khả năng giải thích được 62,3% biến thiên của dữ liệu trong thực tế. Thống kê F (= 47,643) có giá trị Sig. < 0,05 (= 0,00) cho thấy mô hình hồi qui là phù hợp với thực tế. Ngoài ra, hệ số phóng đại phương sai VIF của tất cả các nhân tố đều có giá trị < 2 cho thấy không có xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến giữa các nhân tố độc lập.

So với mô hình nghiên cứu ban đầu (phân tích hồi qui lần 1), hai nhân tố PAC và MAR đã

được loại khỏi mô hình, vì không có ý nghĩa giải thích cho nhân tố COM với độ tin cậy 95%.

5. THẢO LUẬN KẾT QUẢ VÀ GỢI Ý CHÍNH SÁCH

5.1. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Nhóm yếu tố **Bao bì đóng gói RAT (PAC)** được hình thành từ các yếu tố như *Gắn nhãn hiệu truy vấn nguồn gốc xuất xứ (PAC1)*, *Đóng gói bảo quản (PAC2)* và *Gắn thông tin sản phẩm (PAC3)*. Vì đặc điểm RAT khó có thể nhận biết được bằng mắt nên để tăng khả năng cạnh tranh của RAT trên thị trường, nhà cung cấp sẽ gắn các tem nhãn và mã vạch trên sản phẩm để có thể dễ dàng truy vấn nguồn gốc đến tận ruộng, các RAT VietGAP sẽ được đóng gói đúng qui cách và làm sạch cơ bản trước khi

cung cấp cho người tiêu dùng. Các chỉ tiêu này chỉ có thể được thực hiện bởi các nhà cung cấp lớn hay các trung gian phân phối như HTX hay các siêu thị. Ở qui mô nông hộ, cung cấp thông tin RAT đơn giản chỉ là dựa trên nhật ký đồng ruộng cho các trung gian phân phối và sau đó các trung gian phân phối sẽ tự gắn tem, nhãn của mình. Chính vì vậy, chưa có cơ sở để khẳng định nhóm yếu tố *Bao bì đóng gói RAT (PAC)* ảnh hưởng đến *Năng lực cạnh tranh của RAT (COM)* khi xét trên góc độ sản xuất của nông hộ.

Nhóm yếu tố ***Hoạt động xúc tiến bán hàng (MAR)*** được hình thành từ các yếu tố như: *Tham gia hội chợ, triển lãm nông nghiệp (MAR1)*, *Tham gia chương trình xúc tiến thương mại (MAR2)*, *Liên kết với các hộ nông dân khác (MAR3)*. Vì ở qui mô nông hộ hiện đang là sản xuất nhỏ lẻ nên chưa chú trọng đến việc tự đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến bán hàng, mà chủ yếu là các hợp tác xã hay nhà nước. Liên kết giữa các nông hộ nếu có thì chỉ đơn giản là hình thức cùng nhau đem bán sản phẩm ở chợ bán sỉ vào các buổi sáng. Vì vậy, cũng chưa có cơ sở để khẳng định nhóm yếu tố *Hoạt động xúc tiến bán hàng (MAR)* ảnh hưởng đến *Năng lực cạnh tranh của RAT (COM)* khi xét trên góc độ sản xuất của nông hộ.

Các nhân tố QUA, KIN_2, KIN_1, SOL, DIS có ý nghĩa giải thích cho nhân tố COM với độ tin cậy 95% và nhân tố DIS có ý nghĩa giải thích cho nhân tố COM với độ tin cậy 90%.

Nhóm yếu tố ***Chất lượng RAT (QUA)*** được hình thành từ các yếu tố như: *Chỉ tiêu các chất dưới chuẩn cho phép (QUA1)*, *Đảm bảo thu hoạch đúng thời điểm (QUA2)*, *Đảm bảo độ tươi xanh (QUA3)* và *Không lẫn tạp chất hay sâu bệnh (QUA4)*. Nhóm yếu tố này có ảnh hưởng đồng biến đến *Năng lực cạnh tranh của RAT TP.HCM (COM)*, nếu nông hộ càng thường xuyên đảm bảo được chất lượng RAT,

đảm bảo tuân thủ các qui định sản xuất RAT thì nông hộ sẽ có khả năng cạnh tranh tốt hơn trên thị trường RAT. Chi cục BVTV và Trung tâm khuyến nông thường xuyên tổ chức tập huấn chuyên môn sản xuất an toàn và cấp giấy chứng nhận, đồng thời cũng thường xuyên kiểm tra điều kiện sản xuất an toàn của các nông hộ. Tuy nhiên, đặc điểm nông hộ sản xuất nông nghiệp ở TP. HCM phần lớn là nhập cư từ các tỉnh thành (chủ yếu là phía Bắc), để giảm chi phí thuê đất và một số chi phí khác, nông hộ đã lén lút sử dụng nhiều loại thuốc sao cho đạt lợi nhuận cao⁴. Đặc điểm và hành vi sản xuất của nông hộ TP. HCM đã làm hạn chế khả năng cạnh tranh của RAT TP. HCM.

Nhóm yếu tố ***Chủng loại RAT đa dạng (KIN_2)*** được hình thành từ các yếu tố như chủng loại RAT đa dạng theo: *Điều kiện thời tiết (KIN1)*, *Điều kiện đất đai (KIN2)* và *Nhu cầu của người tiêu dùng (KIN3)*. Nhóm yếu tố này có ảnh hưởng đồng biến đến *Năng lực cạnh tranh của RAT TP. HCM (COM)*, nếu chủng loại sản phẩm càng đa dạng thì nông hộ càng có khả năng cạnh tranh tốt hơn trên thị trường. Tuy nhiên, vì điều kiện thời tiết và đất đai ở TP. HCM không thuận lợi như Đà Lạt nên chủng loại RAT cũng không đa dạng như Đà Lạt, chỉ chủ yếu là các loại rau ăn lá và một số loại rau ăn củ quả như cà chua, ớt,... Đồng thời, với thu nhập ngày càng cao thì người tiêu dùng càng có nhu cầu tiêu dùng nhiều loại RAT khác nhau, để dàng tiếp cận trực tiếp với các nguồn cung cấp RAT đa dạng và an toàn như mua tận ruộng, siêu thị hay các trung tâm thương mại. Đây lại là những nơi cung cấp nhiều loại sản phẩm nhập khẩu, sản phẩm từ Đà Lạt hay một số tỉnh bằng giống ngoại hay công nghệ nước ngoài như cà chua bi, cà rốt bi, rau muống bi... Trong khi đó, TP. HCM chỉ có thể cung cấp được khoảng 40 loại rau củ trong

⁴ <http://www.sgpp.org.vn/nongnghiepkt/2016/8/430455/>.

số hơn 140 loại rau củ đang được cung cấp ở các siêu thị⁵.

Nhóm yếu tố **Chủng loại RAT linh hoạt thay đổi (KIN_1)** được hình thành từ các yếu tố như chủng loại RAT linh hoạt thay đổi theo *Thu nhập ngày càng tăng của người tiêu dùng (KIN1)*, *Nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng (KIN2)*, *Xu hướng thị trường với các giống rau và sản phẩm đa dạng (KIN3)*. Nhóm yếu tố này có ảnh hưởng đồng biến đến *Năng lực cạnh tranh của RAT TP. HCM (COM)*, nếu nông hộ am hiểu thị trường hơn và thích ứng tốt hơn với những thay đổi của thị trường thì sẽ có khả năng cạnh tranh tốt hơn trên thị trường RAT. Tuy nhiên, đối với RAT ở TP. HCM, vì điều kiện thời tiết và đất đai, sản xuất qui mô nhỏ và năng lực sản xuất yếu kém của nông hộ nên khó có thể linh hoạt thích ứng với những xu hướng thay đổi của thị trường.

Nhóm yếu tố **Chính sách bán hàng (SOL)** được hình thành từ 4 biến quan sát Bán hàng với giá ưu đãi cho người mua mới (*PRI4*), Bán hàng với giá ưu đãi để mở rộng thị phần (*PRI4*), Nhận biết qua màu sắc của rau (*PAC4*), Không lẫn tạp chất sâu bệnh (*PAC5*). Nhóm yếu tố này có ảnh hưởng đồng biến đến *Năng lực cạnh tranh của RAT TP. HCM (COM)*, nếu RAT được bán với giá cả ưu đãi và phù hợp với đặc điểm sản phẩm (màu sắc xanh tươi và không lẫn tạp chất, sâu bệnh) thì khả năng cạnh tranh của RAT sẽ tốt hơn.

Nhóm yếu tố **Kênh phân phối tại chợ bán buôn (DIS)** bao gồm yếu tố Nhà phân phối trung gian (*DIS2*), Nhà hàng, bếp ăn tập thể có thể mua sản phẩm của nông hộ ở chợ bán sỉ (*DIS4*), Người tiêu dùng cũng có thể mua trực tiếp sản phẩm ở chợ bán lẻ (*DIS5*). Nhóm yếu tố này có ảnh hưởng nghịch biến đến *Năng lực cạnh tranh của RAT TP. HCM (COM)*, nếu

nông hộ bán RAT phổ biến qua chợ đầu mối thì sẽ có khả năng cạnh tranh thấp hơn.

Hình thức bán RAT phổ biến của nông hộ chính là bán cho hợp tác xã, hoặc bán theo nhóm và bán ở chợ đầu mối cho thương lái hơn là bán riêng lẻ cho hợp tác xã hay siêu thị, cửa hàng, do đó, khách hàng chủ yếu của nông hộ lại là các thương lái ở các chợ đầu mối và sẽ bị các thương lái thương lượng mua với giá thấp và đòi hỏi chất lượng. Vì vậy, (i) Nếu nông hộ nào thường xuyên bán RAT với giá cả ưu đãi và phù hợp chất lượng (nhóm yếu tố SOL) thì sẽ có khả năng cạnh tranh tốt hơn; (ii) Nếu nông hộ thường xuyên bán RAT ở chợ đầu mối theo nhóm (đồng người bán) (nhóm yếu tố DIS) thì khả năng cạnh tranh sẽ thấp hơn.

Trong các nhóm yếu tố trên, nhóm yếu tố **Chính sách bán hàng (SOL)** có ý nghĩa giải thích nhiều nhất và nhóm yếu tố **Kênh phân phối tại chợ bán buôn (DIS)** có ý nghĩa giải thích ít nhất cho *Năng lực cạnh tranh của RAT TP. HCM (COM)* ($\beta_{SOL} = 0,288$; $\beta_{DIS} = -0,089$). Kết quả này là hoàn toàn phù hợp với thực tế, khi RAT là sản phẩm đặc biệt khác với các sản phẩm thông thường khác, RAT rất khó nhận biết thông thường về chất lượng (nhóm yếu tố QUA), không có sự khác biệt về kiểu dáng, bao bì đóng gói sản phẩm (nhóm yếu tố PAC) cũng tuân thủ theo qui cách của RAT, đồng thời chủng loại RAT TP. HCM cũng không đa dạng (nhóm yếu tố KIN), do đó yếu tố ảnh hưởng nhiều đến khả năng cạnh tranh của RAT TP. HCM chính là yếu tố giá cả cạnh tranh (SOL), đồng thời, nơi phân phối RAT chủ yếu của nông hộ là bán trực tiếp ở chợ đầu mối (DIS) nên ít tác động đến NLCT của RAT.

5.2. Gợi ý chính sách từ kết quả nghiên cứu

Thứ nhất, mở rộng quy mô, giảm chi phí để giảm giá thành RAT

⁵ <http://shiphangpro.vn/tin-thuong-nhat/rau-sach-chi-tim-thay-duoc-o-cac-vung-que-hay-ca-thanh-pho>.

Những sản phẩm RAT đa phần chi phí quá cao, cao hơn từ 20-30% so với giá rau thường nên giá bán ra thị trường sẽ tương đối cao, không đáp ứng được nhu cầu của người tiêu dùng, vì vậy cần giảm chi phí sản xuất để hạ giá thành sản phẩm, bằng cách: Xây dựng các liên kết, hợp tác giữa các nông hộ để hình thành các cánh đồng rau, trang trại rau trên qui mô lớn; HTX mở rộng quy mô như là trang trại để giảm được chi phí biên trên mỗi đơn vị. Để thực hiện được cần có sự hỗ trợ hơn nữa của Nhà nước về vốn vay, về đất đai hay chi phí thuê đất để mở rộng qui mô sản xuất; hỗ trợ kiến thức sản xuất trên qui mô lớn; đẩy mạnh nghiên cứu và cung cấp hạt giống chất lượng;...

Thứ hai, nâng cao chất lượng RAT

TP. HCM nên xây dựng mô hình điểm trồng RAT để nâng cao nhận thức, thay đổi tư duy, tập quán, cách nghĩ, cách làm của nông dân, sau đó tiến tới tổ chức tập huấn, chuyển giao tiến bộ kỹ thuật, công nghệ sinh học, giống mới và công nghệ sau thu hoạch vào phát triển sản xuất RAT công nghệ cao cho họ canh tác. Hiện tại TP đang có 3 vùng canh tác rau lớn tại 3 địa phương Củ Chi, Hóc Môn và Bình Chánh, tại mỗi địa phương cơ quan khuyến nông nên hình thành 1 mô hình điểm trồng RAT theo tiêu chuẩn VietGap, làm mô hình cho các nông hộ học tập.

Thay đổi ngành trồng RAT theo hướng công nghệ cao. Vận động và khuyến khích các doanh nghiệp liên kết với các địa phương và nông dân phát triển các vùng sản xuất rau tập trung theo hướng GAP phục vụ cho xuất khẩu. Chú trọng quy trình canh tác trong nhà lưới và dinh dưỡng trong sản xuất RAT. Xây dựng thêm các cơ sở bảo quản lạnh, cơ sở làm đồ hộp rau quả và đa dạng hoá các sản phẩm rau phục vụ tiêu dùng nội địa và xuất khẩu. Đầu tư cơ sở vật chất cho cơ giới hóa và tự động hóa

để giảm bớt áp lực thiếu lao động đồng thời tạo sản phẩm an toàn có chất lượng cao, giá thành hạ.

Thứ ba, đa dạng hóa chủng loại RAT

Chọn tạo và nhân giống rau chất lượng cao; Nghiên cứu ứng dụng công nghệ cao, công nghệ sinh học trong kỹ thuật sản xuất RAT như trồng rau trong giá thể, trồng rau theo hướng hữu cơ; ứng dụng các chế phẩm sinh học vào canh tác và phòng trừ sinh vật hại rau... Phát triển rau hữu cơ, đa dạng hoá cơ cấu giống rau, khai thác triệt để thị hiếu thị trường. Phát triển mạnh việc nghiên cứu các giống cây có chất lượng cao để chuyển giao cho nông dân. Nghiên cứu nhập nội, chọn lọc nhân nhanh giống tốt.

5.3. Hạn chế của nghiên cứu và hướng nghiên cứu tiếp theo

Phát triển sản xuất RAT là một trong những chương trình trọng điểm của Thành phố nhằm giải quyết vấn đề việc làm và thu nhập cho người dân, tận dụng các nguồn lực sẵn có và đảm bảo nguồn cung cấp sản phẩm xanh sạch và ổn định cho người tiêu dùng. Để có thể mở rộng vùng trồng RAT phù hợp với chủ trương phát triển, nhiều nghiên cứu hay ý kiến đã đề xuất cần phải giải quyết bài toán đầu ra cho người nông dân. Tuy nhiên ngày nay, đầu ra RAT không được tiêu thụ không còn là vấn đề người tiêu dùng không có nhu cầu hay không có khả năng chi trả, mà vấn đề là niềm tin chưa được đảm bảo, trong khi người tiêu dùng lại có nhiều lựa chọn hơn do xuất hiện ngày càng nhiều nhà cung cấp cạnh tranh trên thị trường. Vì vậy, nâng cao NLCT cho nông hộ TP. HCM là vấn đề quan trọng và bước đầu cần xác định đầu là các yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến NLCT của sản phẩm RAT nhằm làm cơ sở xây dựng các định hướng phát triển phù hợp. Nghiên cứu này đã làm rõ các yếu tố ảnh hưởng quan trọng đến NLCT của RAT TP.

HCM chính là chính sách giá cả và chất lượng đảm bảo là hai yếu tố quan trọng hàng đầu, vì vậy, để có được giá cả hợp lý và cung cấp sản phẩm chất lượng thì cần tổ chức sản xuất trên quy mô lớn dưới hình thức trang trại hay cánh đồng rau, đẩy mạnh phát triển nông nghiệp công nghệ cao nhằm cắt giảm chi phí sản xuất và nâng cao chất lượng sản phẩm.

Các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT của RAT được đánh giá bằng các chỉ tiêu định tính đo lường theo thang đo Likert và được tổng hợp bằng phương pháp phân tích nhân tố khám phá. Các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT của sản phẩm - xoay quanh so sánh sự khác biệt sản phẩm - thường được đánh giá theo quan điểm của người tiêu dùng cuối cùng dựa trên kinh nghiệm tiêu dùng sản phẩm, tuy nhiên, RAT là sản phẩm đặc biệt được nhận biết bằng các tiêu chuẩn nhất định và được sản xuất theo qui trình nhất định, do đó, đối tượng khảo sát không bao gồm người tiêu dùng cuối cùng. Để hạn chế đánh giá theo nhận thức của đối tượng khảo sát khi sử dụng thang đo Likert, nghiên cứu đã mở

rộng số lượng mẫu khảo sát (150 mẫu so với số lượng mẫu tối thiểu cần thiết là 98 mẫu) và mở rộng đối tượng khảo sát (người bán là các nông hộ và HTX, người mua trong mối quan hệ này là các trung gian phân phối như thương lái, doanh nghiệp, cửa hàng; và cơ quan quản lý là đại diện trung tâm khuyến nông ở địa phương), trong đó trung gian phân phối là những người am hiểu về ngành hàng, về sản phẩm và yêu cầu đối với sản phẩm. Tuy nhiên, do điều kiện khảo sát bị hạn chế nên so sánh sự khác biệt sản phẩm được dựa trên đánh giá theo nhận thức một chiều của người cung cấp và trung gian phân phối ngay tại TP. HCM, đây là một hạn chế của nghiên cứu, nhưng những kết quả đạt được nhất định trong nghiên cứu là cơ sở cho những nghiên cứu chuyên sâu sau này. Bên cạnh đó, NLCT của sản phẩm còn được đo lường bằng các chỉ tiêu định lượng (thị phần, giá cả) và được định đoạt bởi NLCT của doanh nghiệp, do đó nghiên cứu về NLCT RAT TP. HCM ở cấp độ nhà cung cấp là vấn đề cần tiếp tục được nghiên cứu.

Factors affecting the competitiveness of Ho Chi Minh City's safe vegetables

- Mai Le Thuy Van
- Nguyen Thi Thu Trang
- Nguyen Thi Thu Huong

University of Economics and Law, VNU HCM - Email: vanmlt@uel.edu.vn

ABSTRACT

This paper aims to discuss the competitiveness of safe vegetables of Ho Chi Minh City (HCMC). We employed Exploratory Factors Analysis and Regression Analysis methods on data collected from a survey of 150 respondents in Binh Chanh and Cu Chi districts. The results indicate that factors affecting the competitiveness of HCMC's safe

vegetables are price, packing, quality, diversity, flexibility and distribution system. The paper also offers three policy suggestions, namely 1) expanding scale and reducing costs to decrease the price HCMC's safe vegetables; 2) improving the quality of HCMC's safe vegetables; 3) diversifying types of HCMC's safe vegetables.

Key words: Safe vegetables, product competitiveness, Ho Chi Minh city.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn.. Ban hành quy định về quản lý sản xuất và chứng nhận rau an toàn, số 4/2007/ QĐ - BNN (2007).
- [2]. Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn.. Quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt cho rau quả tươi an toàn tại Việt Nam (VietGap), số 379/ QĐ - BNN - KHCHN (2008).
- [3]. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn.. *Thông tư Quy định về Quản lý sản xuất rau, quả và chè an toàn*. Hà Nội (2012).
- [4]. Chursin, A., & Makarov, Y. Quantitative Evaluation of the product competitiveness. In *Management of competitiveness Theory and Practice* (pp. 133 - 192). Springer (2015).
- [5]. Dương Ngọc Dũng. (n.d.). *Chiến lược cạnh tranh theo lý thuyết Micheal Porter*. NXB Tổng hợp TP.HCM.
- [6]. Đặng Đức Thành. *Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp thời hội nhập*. Thanh Niên (2010).
- [7]. Đỗ Thị Thúy Phương. Kết quả nghiên cứu năng lực cạnh tranh của sản phẩm chè xanh ở các doanh nghiệp ngoài quốc doanh tại Thái Nguyên. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ*, 2(46), 135-140 (2008).
- [8]. H.M. Thiết bị rửa rau an toàn. *Thông tin Khoa học và Công nghệ Tp.HCM*, 12, 24-26 (2015).
- [9]. Fronhberg Klaus, Hartmann Monika. *Comparing measures of competitiveness*. Retrieved 5 5, 2016, from Institute of Agricultural Development in Central and

- Eastern Europe (1997): <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:gbv:3:2-22616>
- [10]. Michael Porter. *Lợi thế cạnh tranh quốc gia*. New York: Free Fresh (1990).
- [11]. Micheal Porter. *Chiến lược cạnh tranh (Competitive Strategy, Nguyễn Ngọc Toàn dịch)*. NXB Trẻ (2009).
- [12]. Nga Hồng, Bích Loan. *Phát triển thị trường rau quả sạch tại Việt Nam*. Retrieved 5 12, 2016, from Doanh nhân Sài Gòn Online (2016, 6 21): <http://www.doanhnhansaigon.vn/chuyen-lam-an/phan-tich-nang-luc-canh-tranh-dich-vu-buu-chinh-chuyen-phat-cua-buu-dien-tinh-nghe-an>
- [13]. Nguyễn Hữu Khánh; Nguyễn Thị Tâm Anh. Phân tích năng lực cạnh tranh dịch vụ bưu chính chuyên phát của Bưu điện tỉnh Nghệ An. *Tạp chí Khoa học Nông nghiệp Việt Nam*, 14(2), 165-172 (2016).
- [14]. Nguyễn Thị Thanh Duyên. *Nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm chè Tân Cương, tỉnh Thái Nguyên*. Luận văn Thạc sỹ, ĐH Thái Nguyên, Thái Nguyên (2014).
- [15]. Nguyễn Trúc Vân. *Khả năng cạnh tranh của rau an toàn Đồng bằng sông Cửu Long trên địa bàn TP.HCM*. Viện Kinh tế Nông nghiệp (2011).
- [16]. *Organic FAQ*. (n.d.). Retrieved, from Organic.org (9,9,2016): <http://www.organic.org/home/faq>
- [17]. Peter J. Buckley, Christopher L. Pass & Kate Prescott. Measures of international competitiveness: A critical survey. *Journal of Marketing Management*, 4 (2), 175-200 (1988).
- [18]. Thái Nguyễn Văn. *Tăng cường năng lực cạnh tranh sản xuất rau an toàn tại Tp. Cần Thơ*. Luận văn thạc sỹ, ĐH Kinh tế Tp.HCM, Tp.HCM (2008).
- [19]. Tôn Thất Nguyễn Thiêm. *Thị trường, chiến lược, cơ cấu: Cạnh tranh về giá trị gia tăng, định vị và phát triển doanh nghiệp*. NXB Tổng Hợp TP. Hồ Chí Minh (2004).
- [20]. Trần Sửu. *Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong điều kiện toàn cầu hóa*. NXB Quốc Dân (2006).
- [21]. UBND TP.HCM. *Quyết định phê duyệt Chương trình mục tiêu phát triển rau an toàn trên địa bàn Thành phố giai đoạn 2016 - 2020*. TP.HCM: UBND (2016).
- [22]. Viện Kinh tế Nông nghiệp. *Báo cáo tổng quan "Các nghiên cứu về ngành rau quả của Việt Nam"* (2005).
- [23]. Vũ Hùng Phương. *Nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành giấy Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế*. Luận án tiến sĩ, ĐH Kinh tế Quốc dân, Hà Nội (2008).
- [24]. Vũ Thành Tự Anh. (n.d.). *Khung phân tích năng lực cạnh tranh địa phương*.
- [25]. Vũ Trọng Lâm. *Nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế*. Hà Nội: NXB Chính trị Quốc Gia (2006).