

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ Tp.HCM**

**MAI THÀNH TRUNG**

**ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU HẠT ĐIỀU  
TỈNH BÌNH PHƯỚC  
(GIAI ĐOẠN 2011 – 2015)**

**CHUYÊN NGÀNH: KTCT  
MÃ SỐ: 60.31.01**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ**

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:  
TS. NGUYỄN VĂN CHIẾN**

TP. Hồ Chí Minh - năm 2011

# LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi, Các số liệu và nội dung trong luận văn là trung thực. Kết quả của luận văn chưa được ai công bố trong bất kì công trình nào.

Tác giả

Mai Thành Trung

# MỤC LỤC

<b>MỞ ĐẦU .....</b>	<b>1</b>
<b>Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU .....</b>	<b>5</b>
<b>1.1. Quan niệm chung về hoạt động xuất khẩu .....</b>	<b>5</b>
1.1.1. Khái niệm về hoạt động xuất khẩu .....	5
1.1.2. Vai trò của xuất khẩu trong nền kinh tế .....	5
<b>1.2. Các lý thuyết chủ yếu về hoạt động xuất khẩu .....</b>	<b>7</b>
1.2.1. Lý thuyết về lợi thế tuyệt đối của Adam Smith.....	7
1.2.2. Lý thuyết về lợi thế so sánh của D.Ricardo.....	8
1.2.3. Lý thuyết về tỷ lệ cân đối các yếu tố sản xuất (H-O).....	10
1.2.4. Các lý thuyết mới về thương mại quốc tế.....	10
1.2.5. Kết luận rút ra từ nghiên cứu các lý thuyết TMQT .....	11
<b>1.3. Quan điểm của Đảng ta về hội nhập kinh tế quốc tế ...</b>	<b>12</b>
<b>1.4. Các nhân tố tác động đến hoạt động xuất khẩu .....</b>	<b>13</b>
1.4.1. Chi phí sản xuất kinh doanh .....	14
1.4.2. Thị trường tiêu thụ .....	18
1.4.3. Chính sách vĩ mô của nhà nước.....	19
<b>1.5. Vai trò của hoạt động xuất khẩu đối với sự phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Bình Phước: .....</b>	<b>22</b>
<b>CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG NGÀNH CHẾ BIẾN XUẤT KHẨU HẠT ĐIỀU TỈNH BÌNH PHƯỚC.....</b>	<b>26</b>
<b>2.1. Các nhân tố kinh tế tự nhiên xã hội ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu điều ở tỉnh Bình Phước .....</b>	<b>26</b>
2.1.1. Những đặc điểm tự nhiên.....	26
2.1.2. Những đặc điểm kinh tế xã hội.....	29
2.1.2.1. Các yếu tố nhân văn.....	29

2.1.2.2. Tổng quan về kinh tế - xã hội của tỉnh giai đoạn 2000-2010 .....	31
<b>2.2. Thực trạng hoạt động sản xuất hạt điều trong thời gian qua .....</b>	<b>35</b>
2.2.1. Sản lượng và sự phân bổ.....	35
2.2.2. Thực trạng hoạt động thu mua hạt điều .....	40
2.2.3. Thực trạng hoạt động chế biến hạt điều tỉnh BP .....	43
<b>2.3. Thực trạng tổ chức xuất khẩu sản phẩm hạt điều .....</b>	<b>45</b>
2.3.1. Công nghệ sản xuất hạt điều xuất khẩu .....	45
2.3.2. Chất lượng hàng hóa và dịch vụ .....	47
2.3.3. Chứng loại sản phẩm .....	49
2.3.4. Năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp .....	51
<b>2.4. Đánh giá chung về tình hình xuất khẩu điều tỉnh Bình Phước .....</b>	<b>54</b>
2.4.1. Những thành tựu và hạn chế xuất khẩu điều BP .....	54
2.4.2. Những nguyên nhân, thách thức .....	58
<b>CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP CƠ BẢN NHẪM ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU HẠT ĐIỀU TỈNH BÌNH PHƯỚC.....</b>	<b>61</b>
<b>3.1. Định hướng của tỉnh Bình Phước đối với ngành xuất khẩu hạt điều.....</b>	<b>61</b>
3.1.1. Mục tiêu phát triển.....	61
3.1.2. Định hướng phát triển.....	62
<b>3.2. Các giải pháp cơ bản để đẩy mạnh xuất khẩu hạt điều tỉnh Bình Phước .....</b>	<b>64</b>
3.2.1. Chiến lược phát triển, quy hoạch vùng trọng điểm đối với cây điều trong toàn tỉnh .....	64
3.2.2. Chính sách khuyến khích đầu tư, tái đầu tư đối với các doanh nghiệp .....	66
3.2.3. Nâng cao vai trò của hiệp hội ngành điều .....	68

3.2.4. Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho ngành điều .....	69
3.2.5. Nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp.....	72
3.2.5.1. Thu mua và xây dựng vùng nguyên liệu đầu vào.....	72
3.2.5.2. Giải pháp mở rộng thị trường .....	75
3.2.5.3. Giải pháp Marketing.....	79
3.2.5.4. Giải pháp cải tiến công nghệ .....	80
3.2.5.5. Giải pháp tối đa hóa nội lực.....	81
3.3. Những kiến nghị.....	82
<b>KẾT LUẬN .....</b>	<b>84</b>

# DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

GDP: Tổng sản phẩm quốc nội

EU: Liên minh Châu Âu.

FDI: Đầu tư trực tiếp nước ngoài.

WTO: Tổ chức thương mại thế giới.

ISO: Tổ chức quốc tế về tiêu chuẩn hóa.

GMP: Tiêu chuẩn thực hành sản xuất tốt.

HACCP: Hệ thống quản lý an toàn thực phẩm.

ASEAN: Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á.

## **DANH MỤC BẢNG BIỂU**

Bảng 1: Bảng so sánh giá trị công nghiệp xuất khẩu điều với các ngành công nghiệp khác tỉnh Bình Phước .....	24
Bảng 2: Tổng sản phẩm trong tỉnh tính theo giá so sánh năm 1994.....	31
Bảng 3: Chuyển dịch cơ cấu kinh tế .....	32
Bảng 4: Bảng thống kê diện tích trồng điều tỉnh Bình Phước giai đoạn 2000 - 2010 .....	36
Bảng 5: Bảng số liệu tổng hợp sản lượng điều trong toàn tỉnh giai đoạn 2000-2010 .....	37
Bảng 6: Bảng so sánh giá trị sản xuất ngành điều trên toàn tỉnh Bình Phước.....	39
Bảng 7: Bảng so sánh tỷ lệ sản phẩm sau nhân điều xuất khẩu.....	54

# MỞ ĐẦU

## 1. Lý do chọn đề tài

Trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế, chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng mở. Việc phát triển mạnh mẽ các lĩnh vực kinh tế đối ngoại nhất là hoạt động xuất nhập khẩu có tầm quan trọng đặc biệt. Thực tiễn những năm qua đã khẳng định vai trò cực kỳ to lớn, với tư cách là một trong những nhân tố có tính quyết định đến nhịp độ tăng trưởng kinh tế, đóng góp có hiệu quả cao đối với sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa nền kinh tế quốc dân.

Bình Phước là một tỉnh miền núi thuộc Nam tây nguyên, là một tỉnh nghèo, còn nhiều khó khăn như cơ sở vật chất thiếu thốn, thu ngân sách còn nhiều hạn chế... từ xuất phát điểm thấp, con đường đi lên là phát triển các ngành có lợi thế để đẩy mạnh xuất khẩu tạo được giá trị cao, tạo ra động lực thúc đẩy kinh tế - xã hội phát triển. Nhận thức được điều đó, tỉnh đã lựa chọn những sản phẩm mà địa phương có tiềm năng và tập trung phát triển, trong đó có ngành sản xuất và xuất khẩu điều.

Thực tiễn những năm vừa qua chứng minh, cây điều vẫn khẳng định là cây trồng chủ lực, sản phẩm ngành điều luôn mang lại giá trị xuất khẩu cao và đã tìm kiếm được nhiều thị trường đầu ra, tăng thu cho ngân sách của tỉnh, giải quyết việc làm cho nhiều lao động, nâng cao thu nhập cho dân cư, góp phần không nhỏ vào việc thay đổi bộ mặt đời sống kinh tế- xã hội của tỉnh.... Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu đã đạt được, ngành điều cũng bộc lộ nhiều hạn chế, thách thức như: khả năng mở rộng thị trường, chất lượng sản phẩm, mẫu mã thương phẩm, sự quan tâm của nhà nước nói chung và tỉnh nói riêng ..., thực tế trên, đang đặt ra đòi hỏi tháo gỡ những khó khăn mà ngành điều tại địa phương đang gặp phải. Xuất phát từ đòi hỏi trên, tác giả chọn đề tài **“Đẩy mạnh xuất khẩu hạt điều tỉnh Bình Phước giai đoạn 2011-2015”** làm đề tài luận văn thạc sỹ kinh tế



chuyên ngành Kinh tế Chính trị nhằm góp phần tạo cơ sở khoa học giúp ngành xuất khẩu hạt điều có thể phát triển bền vững, ổn định, hiệu quả hơn, tương xứng với tiềm năng sẵn có.

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

- Làm rõ cơ sở lý luận về đẩy mạnh xuất khẩu.
- Nghiên cứu thực trạng xuất khẩu hạt điều tỉnh Bình Phước trong bối cảnh chung của thế giới.
- Phân tích hiệu quả xuất khẩu hạt điều tỉnh Bình Phước trong thời gian qua từ đó rút ra được những mặt được và chưa được.
- Trên cơ sở đó đề ra những giải pháp để đẩy mạnh xuất khẩu hạt điều trong giai đoạn 2011-2015.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của đề tài**

- **Đối tượng** nghiên cứu: Đề tài lấy hoạt động xuất khẩu hạt điều trên địa bàn tỉnh Bình Phước làm đối tượng nghiên cứu.
- Phạm vi nghiên cứu: Không gian nghiên cứu của đề tài được giới hạn trong phạm vi của tỉnh, trên cơ sở sử dụng nguồn lực của địa phương là chính để đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu sản phẩm điều.
  - o Thời gian: Đề tài nghiên cứu tình hình hoạt động xuất khẩu hạt điều giai đoạn 1997-2010, chủ yếu là giai đoạn 2005-2010.
  - o Đề xuất sản xuất các sản phẩm hạt điều có tiềm năng phát triển trong tương lai, cụ thể là đến năm 2015.

#### **4. Phương pháp nghiên cứu**

- Trong quá trình nghiên cứu, đề tài đã vận dụng các phương pháp: duy vật biện chứng, lịch sử và lôgic; thống kê; đối chiếu so sánh. Vận dụng quan điểm của Đảng và Nhà nước về phát triển kinh tế đối ngoại nói chung, xuất nhập khẩu nói riêng trong quá trình nghiên cứu, Đề tài cũng đã sử dụng các phương pháp khác như: phân tích, tổng hợp; phương pháp chuyên gia để thu thập thông tin và phân tích các yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động xuất khẩu...

- Trong quá trình thu thập thông tin để hoàn thành đề tài thì việc tham khảo các văn bản quy phạm pháp luật của Trung ương, địa phương như Chỉ thị, Nghị quyết, Quyết định... thu thập các báo cáo của Sở Công thương, Sở Lao động thương binh và Xã hội, Ủy Ban nhân dân tỉnh, các trang Web của Vinacas, địa phương, trung ương, trong nước, thế giới.

#### **5. Những công trình nghiên cứu liên quan**

Để nghiên cứu và hoàn chỉnh đề tài này tác giả đã nghiên cứu một số đề tài của các tác giả như:

Nguyễn Thế Nghiêm ( 2001) Một số giải pháp nâng cao hiệu quả xuất khẩu điều ở nước ta.

- Nghiên cứu thực trạng sản xuất và xuất khẩu điều Việt Nam trong bối cảnh chung của ngành điều thế giới.

- Phân tích hiệu quả xuất khẩu điều của Việt Nam trước năm 2001, từ đó rút ra được những mặt được và chưa được.

Lê Thành An ( 2008 ) giải pháp chiến lược phát triển ngành chế biến xuất khẩu điều của Việt Nam từ nay cho đến 2020.

- Phân tích ảnh hưởng của môi trường đến ngành chế biến điều xuất khẩu Việt Nam.

- Những thành tựu và tồn tại của ngành chế biến điều xuất khẩu Việt Nam trong thời gian qua.

Các đề tài trên đã nghiên cứu và đưa ra được nhiều ý tưởng cho xuất nhập khẩu Việt Nam, tuy nhiên không đề cập đến việc đẩy mạnh xuất khẩu điều trên địa phương tỉnh Bình Phước giai đoạn 2011 – 2015. Vì thế luận văn sẽ thông qua việc phân tích tất cả các mặt từ thuận lợi, khó khăn của ngành điều trong thời gian qua, nhìn nhận được thách thức mà ngành xuất khẩu điều gặp phải qua đó đưa ra những giải pháp cụ thể về vốn, lao động, trang thiết bị công nghệ, nguyên liệu, thương hiệu, chi phí sản xuất, chính sách... từ đó có một số kiến nghị đối với các ngành chức năng tại địa phương, Chính phủ...

## **6. Kết cấu của đề tài**

- Chương 1: Cơ sở lý luận về hoạt động xuất khẩu.
- Chương 2: Thực trạng ngành chế biến xuất khẩu hạt điều tỉnh Bình Phước.
- Chương 3: Giải pháp cơ bản nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hạt điều tỉnh Bình Phước.

## **Chương 1:**

# **CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU**

### **1.1. Quan niệm chung về hoạt động xuất khẩu**

#### **1.1.1. Khái niệm về hoạt động xuất khẩu**

Hoạt động xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ là một hoạt động cơ bản trong kinh tế đối ngoại của một quốc gia và là phương tiện thúc đẩy nền kinh tế của quốc gia đó phát triển. Bởi vì, hoạt động xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ có liên quan đến tất cả các hoạt động kinh tế khác của nền kinh tế như: Sản xuất, trao đổi, tiêu thụ... Việc mở rộng và gia tăng xuất khẩu sẽ làm gia tăng thu ngoại tệ, giúp duy trì cán cân thanh toán quốc tế, đảm bảo có đầy đủ ngoại tệ cho nhu cầu nhập khẩu, đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ còn có tác động tạo thêm công ăn việc làm, đây chính là mục tiêu quan trọng của chính sách thương mại quốc tế của tất cả các nước.

Xuất khẩu thường được thể hiện dưới các hoạt động chủ yếu như: Xuất khẩu hàng hóa hữu hình, xuất khẩu hàng hóa vô hình ( xuất khẩu dịch vụ), tạm nhập tái xuất và xuất khẩu tại chỗ.

#### **1.1.2. Vai trò của xuất khẩu trong nền kinh tế**

Xuất khẩu có một vai trò cực kỳ quan trọng cho sự tăng trưởng và phát triển của nền kinh tế. Điều này được thể hiện ở một số đặc điểm cụ thể sau đây:

Thứ nhất, xuất khẩu tạo nguồn vốn chủ yếu cho nhập khẩu. Để phục vụ cho sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước đòi hỏi phải có một nguồn vốn lớn nhập khẩu máy móc, thiết bị, kỹ thuật, công nghệ tiên tiến, hiện đại. Nguồn vốn ngoại tệ có thể có từ các nguồn sau: Xuất khẩu, đầu tư nước ngoài, vay nợ, viện trợ, thu từ hoạt động du lịch, dịch vụ có thu ngoại tệ, xuất khẩu lao động... trong các nguồn trên thì xuất khẩu là nguồn vốn quan trọng nhất để nhập

khẩu. Xuất khẩu quyết định tốc độ và quy mô nhập khẩu. Ở Việt Nam, trong thời kỳ 1986-1990 nguồn thu xuất khẩu đã đảm bảo trên 55% nhu cầu ngoại tệ cho nhập khẩu, tương tự giai đoạn 1991-1995 là 75,3% và 1996-2000 là 84,5% giai đoạn 2001-2010 khoảng 85,17%.

Thứ hai, xuất khẩu đóng góp vào việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế, thúc đẩy sản xuất phát triển. Có hai cách nhìn đối với tác động của xuất khẩu đến sản xuất và chuyển dịch cơ cấu kinh tế: 1) Quan điểm thứ nhất cho rằng xuất khẩu chỉ là việc tiêu thụ những hàng hóa thừa trong nước do vượt quá nhu cầu nội địa; 2) Quan điểm thứ hai coi thị trường thế giới là hướng quan trọng để tổ chức sản xuất. Chính quan điểm này làm cho xuất khẩu có tác dụng tích cực đến chuyển dịch cơ cấu kinh tế, thúc đẩy sản xuất phát triển. Thể hiện ở các mặt sau:

Một là: Xuất khẩu tạo điều kiện cho sự phát triển của các ngành khác. Xuất khẩu không chỉ có tác động làm gia tăng nguồn thu ngoại tệ mà việc gia tăng xuất khẩu một mặt hàng nào đó sẽ giúp tăng nhu cầu sản xuất, kinh doanh ở những ngành khác có liên quan. Ví dụ: Việc xuất khẩu hàng dệt may phát triển sẽ giúp phát triển các ngành nông nghiệp trồng bông, ngành sợi, các ngành nuôi tơ tằm...

Hai là, Xuất khẩu tạo ra khả năng mở rộng thị trường tiêu thụ ra nước ngoài, điều này sẽ giúp cho sản xuất ổn định, phát triển do thị trường rộng lớn hơn thay vì chỉ có thị trường trong nước. Nếu một thị trường nào đó bị thu hẹp thì sẽ còn thị trường khác để tiêu thụ hàng hóa do mình sản xuất ra. Nếu chỉ có tiêu thụ trong nước thì khi thị trường trong nước bị thu hẹp do khủng hoảng kinh tế hay suy thoái kinh tế trong nước thì doanh nghiệp sẽ gặp khó khăn do không tiêu thụ được hàng hóa.

Ba là, Xuất khẩu tạo điều kiện mở rộng khả năng cung cấp đầu vào cho sản xuất, nâng cao năng lực sản xuất trong nước. Thông qua cạnh tranh trong

xuất khẩu các doanh nghiệp sẽ buộc phải thích nghi bằng cách nâng cao chất lượng hàng hóa để đáp ứng các yêu cầu của thị trường nước ngoài. Muốn đầu ra chất lượng thì đòi hỏi đầu vào cũng phải chất lượng.

Bốn là, thông qua cạnh tranh trong xuất khẩu buộc các doanh nghiệp phải không ngừng cải tiến sản xuất, tìm kiếm những cách thức kinh doanh sao cho hiệu quả nhất để làm giảm chi phí, tăng năng suất. Sau một thời gian dài, các doanh nghiệp xuất khẩu sẽ dần tạo được “sức đề kháng” đối với sự cạnh tranh. Điều này còn có ý nghĩa làm cho một nền kinh tế trở nên vững vàng hơn khi những doanh nghiệp có sức cạnh tranh cao.

Thứ ba, xuất khẩu có tác dụng tích cực đến việc giải quyết việc làm và cải thiện đời sống nhân dân, tác dụng đến nhiều mặt của đời sống kinh tế-xã hội, thể hiện ở các mặt sau:

- Xuất khẩu gia tăng GDP giúp tăng thu nhập quốc dân, từ đó tác dụng làm tăng tiêu dùng nội địa. Tiêu dùng nội địa tăng lại là nhân tố kích thích sản xuất mở rộng và đưa nền kinh tế tăng trưởng.

- Xuất khẩu gia tăng sẽ tạo thêm công ăn việc làm cho nền kinh tế nhất là trong những ngành sản xuất hàng hóa và những ngành có liên quan đến ngành hàng xuất khẩu.

- Xuất khẩu gia tăng sẽ làm tăng đầu tư trong các ngành sản xuất hàng hóa, cũng như các ngành liên quan đến sản xuất hàng hóa xuất khẩu. Đầu tư gia tăng cũng là nhân tố kích thích tăng trưởng của nền kinh tế.

## **1.2. Các lý thuyết chủ yếu về hoạt động xuất khẩu**

### **1.2.1. Lý thuyết về lợi thế tuyệt đối của Adam Smith**

Một số nét chính của học thuyết:

- Thương mại, đặc biệt là thương mại quốc tế có tác dụng thúc đẩy sự tăng trưởng kinh tế của một quốc gia.

- Mỗi quốc gia chuyên môn hóa vào những ngành sản xuất mà họ có lợi thế tuyệt đối chẳng hạn như tài nguyên thiên nhiên để khai thác, lao động dồi dào, giá nhân công rẻ.... đồng thời chỉ xuất khẩu những hàng hóa mà họ có lợi thế tuyệt đối.

- Thương mại không là quy luật trò chơi bằng không mà là luật chơi tích cực theo đó các quốc gia đều có lợi trong thương mại quốc tế.

Lý thuyết tuyệt đối của Adam Smith có hạn chế nếu các quốc gia không có lợi thế tuyệt đối, nghĩa là không có những ưu đãi của tự nhiên, điều kiện địa lý không thuận lợi... thì không thể tham gia vào hoạt động ngoại thương. Nhưng trong thực tế các nước vẫn có thể tham gia hoạt động thương mại quốc tế, trao đổi hàng hóa với nhau.

Mặt dù, lý thuyết này chưa chỉ ra được tại sao mậu dịch quốc tế vẫn có thể xảy ra giữa hai nước mà cả hai đều không có lợi thế tuyệt đối về sản phẩm nào nhưng nó là nền tảng lý luận ban đầu cho thương mại quốc tế. Vận dụng học thuyết này ta thấy Việt Nam nên tập trung vào phát triển sản xuất các ngành sử dụng nguyên liệu từ nguồn tài nguyên dồi dào của quốc gia, chi phí lao động thấp, đội ngũ công nhân lành nghề nhằm bảo đảm cung cấp thị trường nội địa và đẩy mạnh xuất khẩu.

### **1.2.2. Lý thuyết về lợi thế so sánh của D.Ricardo**

D.Ricardo là một học giả nổi tiếng người Anh, trên cơ sở nghiên cứu quy luật giá trị, ông đã phát hiện ra lý thuyết lợi thế so sánh và giải thích được các nước khi không có lợi thế tuyệt đối vẫn tham gia vào trao đổi quốc tế nếu biết phát huy lợi thế so sánh các mặt hàng mà nước mình sản xuất. Lý thuyết này đã

khắc phục những hạn chế của lý thuyết lợi thế tuyệt đối của Adam Smith đã phát hiện, một số nét chính của học thuyết lợi thế so sánh của D.Ricardo:

Một là, một nước luôn có thể và rất có lợi khi tham gia vào phân công lao động quốc tế.

Hai là, thương mại quốc tế có thể xảy ra khi có lợi thế so sánh. Lợi thế so sánh tồn tại bất cứ khi nào mà tương quan về lao động cho mỗi sản phẩm khác nhau giữa hai hàng hóa.

Ba là, các quốc gia có thể chuyên môn hóa và xuất khẩu sản phẩm mà họ không có lợi thế tuyệt đối so với nước khác, nhưng có lợi thế tuyệt đối giữa hai sản phẩm trong nước, tức là sản phẩm có lợi thế tương đối (hay lợi thế so sánh) và nhập khẩu sản phẩm mà lợi thế tuyệt đối nhỏ hơn giữa hai sản phẩm trong nước (sản phẩm không có lợi thế so sánh).

Công thức tính lợi thế so sánh của một sản phẩm X giữa hai quốc gia, hay giữa các nước trong cùng khu vực như sau:

$$RCA = E1/Ec/E2/Ew$$

Trong đó:

- RCA ( rate of comparative advantage) hệ số thể hiện lợi thế so sánh
- E1: Kim ngạch xuất khẩu sản phẩm X của quốc gia trong một năm.
- Ec: Tổng kim ngạch xuất khẩu của quốc gia trong một năm.
- E2: Kim ngạch xuất khẩu sản phẩm X của thế giới trong một năm
- Ew: Tổng kim ngạch xuất khẩu của thế giới trong một năm.
- Nếu  $RCA \leq 1$ : sản phẩm không có lợi thế so sánh.
- Nếu  $1 \leq RCA \leq 2,5$  sản phẩm có lợi thế so sánh.
- Nếu  $RCA \geq 2,5$  sản phẩm có lợi thế so sánh rất cao.



Việc vận dụng học thuyết này ta thấy để đẩy mạnh thương mại quốc tế bên cạnh khai thác, phát huy tốt các lợi thế về tài nguyên thiên nhiên, còn phải tăng cường việc cải tiến kỹ thuật công nghệ trong quá trình sản xuất, không ngừng hoàn thiện các quy trình sản xuất, đổi mới thiết bị, cải tiến mẫu mã...

### **1.2.3. Lý thuyết về tỷ lệ cân đối các yếu tố sản xuất của Hecksher-Ohlin ( H-O)**

Hecksher – Ohlin là hai nhà kinh tế học Thụy Điển đã đưa ra cách lý giải mới về nguồn quốc lợi thế so sánh. Theo hai ông lợi thế so sánh của một quốc gia xuất phát từ sự khác biệt về mức độ sẵn có của các yếu tố sản xuất: Đất đai, lao động và tư bản. Theo hai ông, nếu các yếu tố sản xuất càng dồi dào thì giá cả của nó càng rẻ và ngược lại. Trong một nền kinh tế mở cửa, mỗi nước đều hướng đến chuyên môn hóa các ngành sản xuất mà cho phép sử dụng nhiều yếu tố sản xuất đối với các yếu tố đó là thuận lợi nhất. Nói cách khác, bằng cách thừa nhận là mỗi sản phẩm đòi hỏi một sự liên kết khác nhau các yếu tố sản xuất ( vốn, lao động, tài nguyên, đất đai...) và có sự chênh lệch giữa các nước về những yếu tố này, mỗi nước sẽ chuyên môn hóa trong những ngành sản xuất cho phép sử dụng các yếu tố với chi phí rẻ hơn, chất lượng tốt hơn so với nước khác. Như vậy, cơ sở của sự trao đổi, buôn bán quốc tế theo H-O là lợi thế tương đối.

Tóm lại, học thuyết H-O khuyến khích các quốc gia nên tham gia vào quá trình thương mại quốc tế, ngay cả những quốc gia không có lợi thế tuyệt đối.

### **1.2.4. Các lý thuyết mới về thương mại quốc tế**

Để hoàn thiện lý luận về thương mại quốc tế các nhà kinh tế học tân cổ điển và hiện đại đã có những bổ sung cần thiết như sau:

- Lý thuyết mới cho rằng quy mô kinh tế và học tập kinh nghiệm đóng vai trò chủ yếu trong việc xác định lợi thế cạnh tranh. Ngoài “ Bàn tay vô hình”

do thị trường điều tiết còn phải có “ Bàn tay hữu hình” là Chính phủ có những can thiệp mang tính chiến lược để điều tiết sự phát triển của nền kinh tế.

- Các nhà kinh tế học còn đưa ra giả định về sự học tập công nghệ mới thông qua việc khuyến khích thương mại tự do, thu hút đầu tư.

- Bên cạnh sự can thiệp của chính phủ cải thiện lợi thế cạnh tranh thông qua quy mô kinh tế thích hợp nói trên, sự tác động của Chính phủ vào nền giáo dục để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và thúc đẩy phát triển toàn diện của đất nước.

### **1.2.5. Kết luận rút ra từ nghiên cứu các lý thuyết thương mại quốc tế**

Nghiên cứu các lý thuyết về thương mại quốc tế, chúng ta rút ra những kết luận cơ bản là trong tất cả các lý thuyết đều chỉ ra những lợi ích do thương mại đem lại. Theo các cách lý giải khác nhau, các lý thuyết thương mại đã chỉ ra được những cơ chế và lý do mà thương mại tạo ra lợi ích cho các quốc gia. Nhìn chung, có thể rút ra những nhận xét như sau:

Thứ nhất, quá trình thương mại quốc tế mang tính chất tất yếu khách quan vì kinh tế quốc tế là một tổng thể thống nhất và sự phân công lao động quốc tế là một tất yếu khách quan.

Thứ hai, phát triển thương mại quốc tế mang lại lợi ích cho mọi quốc gia, nước giàu cũng như nước nghèo, kém phát triển. Thứ ba, cơ sở xuất khẩu của mỗi quốc gia là phải dựa vào lợi thế tương đối và tuyệt đối của mình và thực hiện nhập khẩu những mặt hàng mà mình không có lợi thế để phát triển.

Qua hệ thống cơ sở lý luận hoàn chỉnh trên, ta thấy thương mại quốc tế có một vai trò lớn trong sự tăng trưởng kinh tế, tạo nguồn thu ngoại tệ và tích lũy vốn cho nhu cầu đầu tư, tiếp thu những công nghệ mới để nâng cao trình độ sản xuất, nâng cao khả năng cạnh tranh, mở rộng thị trường, tham gia ngày càng sâu

vào quá trình phân công lao động quốc tế. Muốn vậy cần phải xây dựng chiến lược phát triển thương mại quốc tế đúng đắn nhằm khai thác tốt các lợi thế quốc gia.

### **1.3. Quan điểm của Đảng ta về hội nhập kinh tế quốc tế**

Ngày nay quốc gia nào tách khỏi dòng thác của hội nhập kinh tế quốc tế là tự hủy diệt mình. Tất cả các quốc gia dù lớn hay nhỏ, mạnh hay yếu đều tìm cách để hội nhập kinh tế quốc tế một cách hiệu quả nhất. Việt Nam đã và đang bước vào nền kinh tế hội nhập với những lợi thế và thách thức, chúng ta hội nhập theo những quan điểm riêng của mình, do đó nắm vững những quan điểm của Đảng ta về hội nhập kinh tế quốc tế là rất quan trọng, sau đây là những quan điểm của Đảng ta:

- Hội nhập kinh tế quốc tế là yêu cầu do nội sinh, yêu cầu xây dựng nền kinh tế độc lập tự chủ, nền công nghiệp hóa, hiện đại hóa theo định hướng xã hội chủ nghĩa. Hội nhập kinh tế quốc tế là nhiệm vụ của cả hệ thống chính trị.

- Hội nhập kinh tế phải gắn liền với độc lập, chủ quyền của đất nước, ở đây chúng ta phải hiểu rõ, cần có tư duy về kinh tế độc lập tự chủ. Kinh tế độc lập tự chủ khác với kinh tế tự cung tự cấp. Độc lập tự chủ về kinh tế trong hội nhập kinh tế là khẳng định hội nhập để khai thác các mặt có lợi cho sự phát triển kinh tế của ta từ nền kinh tế thế giới. Do đó, muốn đảm bảo tự chủ phải mở cửa cả về cơ cấu kinh tế và cơ chế kinh tế, phải đa phương hóa không để cho một nước nào, một tập đoàn nào giữ vị trí độc quyền, chi phối bất kỳ lĩnh vực nào, sản phẩm thiết yếu nào của nền kinh tế chúng ta. Phải tìm ra mọi cách tạo ra sự cạnh tranh giữa các đối tác và cũng đề phòng sự lợi dụng cạnh tranh của các tổ chức kinh tế quốc tế với chúng ta. Muốn giữ độc lập tự chủ trong hội nhập phải giữ ổn định kinh tế, đối phó kịp thời với những tác động từ bên ngoài. Bởi vậy phải xây dựng những sợi dây an toàn cho nền kinh tế quốc gia; chẳng hạn như

xây dựng và thực hiện các mối quan hệ hợp lý trong tỷ lệ tích lũy tối thiểu trong GDP, tỷ lệ vốn vay, tỷ lệ trả nợ hàng năm, tỷ lệ vay ngắn hạn, trung hạn và dài hạn, mức thâm hụt tối đa trong cán cân thương mại và cán cân thanh toán quốc tế, tỷ lệ đầu tư trực tiếp và gián tiếp của nước ngoài đối với cổ phiếu, trái phiếu. Muốn giữ vững độc lập tự chủ trong hội nhập còn phải ra sức nâng cao năng lực làm chủ kỹ thuật, phải nhanh chóng đào tạo đội ngũ cán bộ giỏi thạo việc, điều cốt lõi là chúng ta phải phát triển kinh tế, nâng cao thu nhập và cải thiện đời sống cho toàn dân, thực hiện công bằng xã hội... đây là nền tảng vững chắc cho chúng ta vừa hội nhập vừa giữ được chủ quyền độc lập tự chủ.

- Chủ động hội nhập dựa vào nội lực là chính, đi đôi với tranh thủ tối đa ngoại lực bên ngoài. Xây dựng nền kinh tế mở, hội nhập với khu vực và quốc tế, hướng mạnh về xuất khẩu đồng thời thay thế nhập khẩu bằng những sản phẩm trong nước sản xuất trong sản xuất.

- Nhanh chóng điều chỉnh cơ cấu thị trường, xây dựng đồng bộ thị trường trong nước ( thị trường hàng hóa, nhân lực, tiền tệ, bất động sản) để đủ sức hội nhập khu vực, toàn cầu, xử lý đúng đắn lợi ích giữa ta và đối tác.

- Song song với việc xây dựng sự phát triển đồng bộ của thị trường, chúng ta nhanh chóng xây dựng các doanh nghiệp vững mạnh. Doanh nghiệp là đội quân xung kích vô cùng quan trọng trong việc hội nhập kinh tế.

- Phải chủ động tham gia cộng đồng thương mại thế giới, tích cực tham gia đàm phán thương mại, tham gia các diễn đàn, các tổ chức, các hiệp định, định chế quốc tế một cách chọn lọc với những bước đi tinh táo và thích hợp.

#### **1.4. Các nhân tố tác động đến hoạt động xuất khẩu**

Để đẩy mạnh được hoạt động xuất khẩu bất kỳ một loại sản phẩm, lĩnh vực, ngành nghề chúng ta phải xác định đúng đắn các nhân tố tác động lên giá trị

xuất khẩu để từ đó có thể đưa ra nguyên nhân và vận dụng các điều kiện khách quan nhằm mang lại giá trị tối ưu nhất. Như ngành dịch vụ xuất khẩu, ngành chế biến nông sản xuất khẩu, ngành công nghiệp xuất khẩu... mỗi ngành có những nhân tố tác động riêng mà qua đó có thể đẩy mạnh việc xuất khẩu của mình. Trong phạm vi nghiên cứu của chuyên đề thì việc đẩy mạnh xuất khẩu điều chúng ta phải tối ưu được các nhân tố như: Chi phí sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp, người sản xuất; Thị trường tiêu thụ; chính sách vĩ mô của nhà nước...

#### **1.4.1. Chi phí sản xuất kinh doanh**

Đối với người quản lý thì chi phí là mối quan tâm hàng đầu, Lợi nhuận thu được cao hay thấp bị ảnh hưởng trực tiếp từ những chi phí phát sinh. Do đó, vấn đề đặt ra là làm sao tối thiểu chi phí, kiểm soát được các khoản chi phí. Nhận diện và phân tích được các loại chi phí là điều mấu chốt để có thể quản lý chi phí, từ đó có những quyết định đúng đắn trong hoạt động sản xuất, kinh doanh và xuất khẩu hàng hóa hiệu quả.

Trong mọi hoạt động của doanh nghiệp đều phát sinh các hao phí, như nguyên vật liệu, tài sản cố định, sức lao động... Biểu hiện bằng tiền của các hao phí trên toàn bộ phát sinh nói trên gọi là chi phí như chi phí nguyên vật liệu, chi phí khấu hao tài sản, chi phí nhân công...

Chi phí hoạt động sản xuất phát sinh một cách khách quan, nó luôn thay đổi trong quá trình tái sản xuất và gắn liền với sự đa dạng, sự phức tạp của từng loại hình sản xuất.

Chi phí được xem như một trong những chỉ tiêu để đánh giá hiệu quả quản lý, hoạt động sản xuất kinh doanh. Vấn đề đặt ra là làm sao kiểm soát tốt được các khoản chi phí. Nhận diện, phân tích các chi phí phát sinh là điều mấu chốt để có thể kiểm soát chi phí, từ đó có những quyết định đúng đắn trong hoạt động

sản xuất, xuất khẩu của doanh nghiệp. Để đáp ứng được yêu cầu trên chi phí được phân loại theo nhiều tiêu thức khác nhau:

**+ Chi phí tư liệu sản xuất**

Là toàn bộ các điều kiện vật chất kỹ thuật tối cần thiết cho quá trình sản xuất.

- Cấu trúc tư liệu sản xuất bao gồm 02 bộ phận là đối tượng lao động và tư liệu lao động.

Đối tượng lao động là bộ phận của giới tự nhiên mà lao động của con người tác động vào làm thay đổi hình thái của nó cho phù hợp với mục đích của con người.

Tư liệu lao động là một vật hay hệ thống những vật làm nhiệm vụ truyền dẫn sự tác động của con người lên đối tượng lao động nhằm biến đổi tư liệu lao động thành sản phẩm thỏa mãn nhu cầu của con người.

Sản xuất không thể tiến hành được nếu không có tư liệu sản xuất.

**Trong ngành sản xuất hạt điều thì chi phí tư liệu sản xuất bao gồm:**

**+ Chi phí sử dụng đất:**

- Nhà nước với tư cách đại diện quyền lợi toàn dân nắm quyền sở hữu ruộng đất, các chủ thể kinh tế sử dụng ruộng đất đều có quyền lợi và nghĩa vụ theo đúng pháp luật hiện hành. Những đơn vị, cá nhân sử dụng ruộng đất có trách nhiệm với chủ sở hữu và có quyền lợi khi sử dụng đất. Trách nhiệm ở đây chính là phần thuế phải nộp bằng tiền cho chủ sở hữu, căn cứ tình hình thực tế của từng khu vực và chính sách phát triển kinh tế vùng mà mỗi khu vực sẽ áp dụng mức thu thuế là khác nhau. Bên cạnh trách nhiệm như vậy doanh nghiệp, cá nhân sử dụng đất vào sản xuất sẽ được hưởng những giá trị mà đất mang lại.

- Chi phí sử dụng đất chiếm vị trí rất quan trọng vì trên cùng một khu vực sẽ áp dụng một mức thuế như nhau nhưng nếu sản xuất tốt, áp dụng đúng khoa học kỹ thuật, trồng loại cây phù hợp... giá trị nông sản tạo ra từ đất sẽ cao hơn, từ đó thu nhập của người dân, doanh nghiệp cũng sẽ cao.

+ ***Chi phí công nghệ:***

- Công nghệ là kiến thức có hệ thống về quy trình, kỹ thuật dùng để chế biến vật liệu và thông tin. Nó bao gồm kiến thức, thiết bị, phương pháp, các hệ thống nhằm tạo ra hàng hóa và cung cấp dịch vụ.

- Chi phí công nghệ chiếm vị trí rất quan trọng trong quá trình sản xuất đẩy mạnh xuất khẩu, vì khi thay đổi công nghệ mới thì yêu cầu đầu tiên là chi phí để đổi mới, chi phí này thường rất lớn và ảnh hưởng đến doanh nghiệp trong một giai đoạn phát triển, có thể ảnh hưởng đến lợi nhuận, doanh số của doanh nghiệp trên thị trường, chi phí quản lý, chi phí đào tạo lại... nhưng khi chúng ta ký kết các hiệp ước song phương, đa phương với các nước theo yêu cầu của các thị trường nếu sản phẩm không được sản xuất trên dây truyền công nghệ hiện đại sẽ không được nhập khẩu vào các thị trường đó. Trong thời gian tới nếu các doanh nghiệp không mạnh dạn thay đổi công nghệ sản xuất thì thị trường xuất khẩu sẽ dần bị thu hẹp là việc không thể tránh khỏi.

+ ***Chi phí vận chuyển:***

- Chi phí vận chuyển được hiểu không đơn thuần là chi phí vận chuyển thành phẩm từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ, mà còn được hiểu là chi phí vận chuyển nguyên liệu từ người cung cấp đến các nhà máy sản xuất, hay từ nhà cung cấp trung gian đến các doanh nghiệp sản xuất...

- Chi phí vận chuyển được tính trực tiếp trong chi phí sản xuất của doanh nghiệp, do đó nó chiếm vị trí rất quan trọng trong quá trình sản xuất. Nếu đơn vị ở gần thị trường tiêu thụ thì chi phí vận chuyển thấp, giá thành sản phẩm thấp,

sản phẩm có sức cạnh tranh, và khả năng tiếp cận thị trường nhanh chóng... lợi nhuận doanh nghiệp đạt được sẽ cao. Ngược lại, nếu chi phí vận chuyển lớn sẽ dẫn đến lợi nhuận của doanh nghiệp bị suy giảm.

+ **Chi phí nhân công:**

- Chi phí nhân công là chi phí được chi trả trực tiếp, hoặc gián tiếp cho con người phục vụ cho quá trình sản xuất của doanh nghiệp. bao gồm chi phí tiền công của công nhân trực tiếp tham gia sản xuất từ phơi, tách, trộn, hấp, ... tiêu thụ sản phẩm, lương công nhân vận chuyển bốc, xếp, dỡ, bảo quản nguyên vật liệu.

- Các khoản làm thêm giờ, các khoản phụ cấp có tính chất lương như phụ cấp trách nhiệm, phụ cấp thâm niên...

- Chi phí nhân công chiếm vị trí quan trọng nhất trong quá trình sản xuất của các doanh nghiệp vì đây là lực lượng chính tạo ra thành phẩm cho đơn vị, nếu không có lực lượng này sẽ không thể tạo ra sản phẩm nhưng lương nhân công quá cao sẽ dẫn đến chi phí sản xuất tăng, giá thành sản phẩm tăng, sức cạnh tranh của sản phẩm giảm, lợi nhuận của doanh nghiệp giảm, và ngược lại. Vì vậy doanh nghiệp phải có chính sách lương phù hợp với hoàn cảnh của địa phương qua đó đảm bảo yêu cầu cho nhân công đảm bảo cuộc sống và doanh nghiệp vẫn đảm bảo được lợi nhuận của mình.

+ **Chi phí khác:** là các chi phí phát sinh trong quá trình sản xuất tiêu thụ sản phẩm bao gồm một số chi phí như:

- Chi phí bán hàng: là toàn bộ chi phí phát sinh cần thiết để tiêu thụ sản phẩm, hàng hóa, bao gồm các khoản chi phí như: chi phí bốc vác, bao bì, lương nhân viên bán hàng, hoa hồng bán hàng, khấu hao tài sản cố định và những chi phí liên quan đến dự trữ, bảo quản sản phẩm, hàng hóa...



- Chi phí quản lý doanh nghiệp: Là toàn bộ những chi phí chi ra cho việc tổ chức và quản lý trong toàn doanh nghiệp. Đó là những chi phí hành chính, kế toán, quản lý chung...

#### **1.4.2. Thị trường tiêu thụ**

Thị trường ra đời gắn với nền sản xuất hàng hoá, nó là môi trường để tiến hành các hoạt động giao dịch mang tính chất thương mại của mọi doanh nghiệp. Trong một xã hội phát triển, thị trường không nhất thiết chỉ là địa điểm cụ thể gặp gỡ trực tiếp giữa người mua và người bán mà doanh nghiệp và khách hàng có thể giao dịch thoả thuận với nhau thông qua các phương tiện thông tin viễn thông hiện đại. Cùng với sự phát triển của sản xuất hàng hoá, khái niệm thị trường càng trở nên phong phú, có một số khái niệm phổ biến:

Theo Mac hê ở đâu và khi nào có sự phân công lao động xã hội, có sản xuất hàng hoá thì ở đó và khi ấy có thị trường. Thị trường chẳng qua là sự biểu hiện của phân công lao động và có thể phát triển vô hạn.

Theo quan điểm của Marketing hiện đại: thị trường bao gồm những khách hàng tiềm ẩn cùng có một nhu cầu hay mong muốn cụ thể; sẵn sàng có khả năng tham gia trao đổi để thoả mãn nhu cầu và mong muốn đó. Thị trường tiêu thụ bao gồm thị trường trong nước và thị trường quốc tế:

##### **+ *Thị trường trong nước:***

- Là nơi trao đổi mua bán hàng hoá giữa người sản xuất hàng hoá và người tiêu thụ hàng hoá trên một phạm vi lãnh thổ một quốc gia. Đối với bất kỳ một quốc gia nào, thị trường nội địa cũng góp phần quan trọng vào sự bền vững của tăng trưởng kinh tế. Thị trường trong nước phát triển sẽ tạo ra nhiều nhà kinh doanh giỏi và kích thích sản xuất trong nước, cung cấp thêm nhiều hàng hoá cho xuất khẩu

#### + *Thị trường quốc tế:*

- Thị trường quốc tế là lĩnh vực trao đổi hàng hóa và dịch vụ trên phạm vi toàn thế giới. Nó tác dụng thúc đẩy thị trường trong nước của các nước tham gia gắn bó chặt chẽ với nhau. Ngày nay, không một quốc gia nào tách khỏi thị trường thế giới mà có thể phát triển nền kinh tế của mình.

- Thị trường quốc tế ngày nay có những bước phát triển mới về quy mô, cơ cấu, phương thức và cơ chế vận hành... Nếu như trước đây, thị trường thế giới chủ yếu là lưu thông hàng hóa, trao đổi dịch vụ, chuyển giao công nghệ, hiện nay lưu thông tiền tệ ngày càng tăng và chiếm tỷ trọng ngày càng lớn trên thị trường thế giới. Tỷ trọng sản phẩm nông nghiệp ngày càng giảm. Thành phẩm công nghiệp chế tạo chiếm tỷ trọng lớn hơn nhiều so với sản phẩm sơ chế; tỷ trọng nhiên liệu tăng cao, sản phẩm máy móc tăng rất nhanh so với các loại hàng hóa khác. Phương thức thương mại quốc tế ngày càng phong phú, các quan hệ kinh tế thế giới ngày càng đa dạng: Toàn cầu và khu vực, đa phương và song phương... sự cạnh tranh trên thị trường thế giới ngày càng gay gắt. Trong khi hợp tác, các nước đều sử dụng mọi thủ đoạn cạnh tranh để giành giật thị trường, khống chế thị trường, thông qua các Doanh nghiệp xuyên quốc gia xâm nhập thị trường nước khác.

#### **1.4.3. Chính sách vĩ mô của nhà nước**

Các nền kinh tế thị trường nguyên thủy dựa trên cơ sở sản xuất và trao đổi giản đơn có thể hoạt động hiệu quả mà không cần sự can thiệp của nhà nước. Tuy nhiên, vì nền kinh tế tăng trưởng dưới tác động bên ngoài ngày một phức tạp nên sự can thiệp của nhà nước xuất hiện tất yếu cho sự hoạt động có hiệu quả của nền kinh tế thị trường. Trong nền kinh tế thị trường phát triển nhà nước có ba chức năng chính: can thiệp, quản lý và điều hòa phúc lợi. Mặc dù còn có những

hạn chế nhất định, song hoạt động điều tiết của nhà nước vẫn là một trong các hoạt động của nền kinh tế thị trường.

Thuế là khoản đóng góp bắt buộc theo luật của mỗi tổ chức cá nhân đối với nhà nước, không hoàn trả trực tiếp ngang giá, nhưng được dùng để trang trải các chi phí vì lợi ích chung của toàn dân như: quốc phòng, an ninh, y tế, giáo dục, an sinh xã hội... Chính sách thuế bao gồm:

+ ***Thuế nhập khẩu nguyên liệu:***

- Là một loại thuế mà một quốc gia hay lãnh thổ đánh vào nguyên liệu có nguồn gốc từ nước ngoài trong quá trình nhập khẩu. Khi phương tiện vận tải (tàu thủy, máy bay, phương tiện vận tải đường bộ hay đường sắt) đến cửa khẩu biên giới thì cơ quan chức năng nước sở tại sẽ kiểm tra hàng hóa so với kê khai đồng thời tính thuế nhập khẩu theo các quy ước đã định trước.

- Thông qua thuế nhập khẩu chúng ta có thể khuyến khích phát triển và bảo hộ một số ngành nghề trong nước. Tuy nhiên quá trình bảo hộ phải theo lộ trình cam kết với các nước vì nếu bảo hộ quá lâu sẽ bị phản ứng từ các nước có quan hệ thương mại song phương hoặc đa phương với chúng ta.

- Nếu nguyên liệu sản xuất sản phẩm trong nước thiếu và khó sản xuất chúng ta đánh thuế nhập khẩu thấp hoặc không đánh thuế sẽ kích thích các doanh nghiệp trong nước tìm kiếm nhiều nhà cung cấp nước ngoài cung cấp nguyên liệu cho chúng ta. Qua đó, giúp các doanh nghiệp có thể dễ dàng mở rộng quy mô sản xuất trong nước góp phần giải quyết việc làm tại chỗ.

+ ***Thuế xuất khẩu hàng hóa:***

- Thuế xuất là một loại thuế đánh vào các hàng hóa mậu dịch được phép xuất khẩu qua biên giới Việt Nam.

- Thuế xuất khẩu cấu thành trong giá hàng hóa, làm tăng giá hàng hóa, do đó có tác dụng điều tiết xuất khẩu và hướng dẫn tiêu dùng. Bởi vì hàng hóa xuất khẩu phụ thuộc vào sức tiêu dùng vì yếu tố này phụ thuộc giá cả. Giá của hàng hóa cao hay thấp ảnh hưởng đến sức cạnh tranh của nó trên thị trường thế giới. Nếu chúng ta đánh thuế xuất khẩu mặt hàng sản xuất trong nước quá cao sẽ ảnh hưởng đến sự cạnh tranh của sản phẩm đối với các sản phẩm nội địa mà nước ta xuất khẩu.

- Thuế xuất nhập khẩu góp phần mở rộng quan hệ kinh tế đối ngoại giữa Việt Nam và các nước trong khu vực; các nước trên thế giới.

+ ***Các chính sách khác:***

- Chính sách hỗ trợ lãi suất cho các doanh nghiệp mục đích giúp các doanh nghiệp mở rộng quy mô sản xuất qua đó tiếp cận với thị trường quốc tế.

- Chính sách hỗ trợ vốn vay cho người nông dân qua đó họ có thể mở rộng và tái sản xuất nâng cao chất lượng sản phẩm.

- Hỗ trợ chuyển giao khoa học công nghệ cho một số doanh nghiệp, cá nhân. Hình thức hỗ trợ có thể hỗ trợ 100% kinh phí thực hiện dây chuyền sản xuất qua đó làm mô hình điềm cho các doanh nghiệp khác học tập kinh nghiệm và thực hiện đổi mới dây chuyền và công nghệ sản xuất cũ.

- Nhà nước hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc đào tạo nguồn nhân lực chẳng hạn như đề án đào tạo nghề cho lao động nông thôn. Ý nghĩa của đề án ngoài việc giải quyết việc làm cho các đối tượng không có việc làm sống tại địa phương, tập hợp họ lại đào tạo các kỹ năng chủ yếu của các ngành nghề tại địa phương còn thiếu. Sau khi đào tạo xong sẽ tiếp cận được quy trình sản xuất hiện đại và có thể tham gia sản xuất tại các nhà máy ở địa phương và các Doanh nghiệp khác trong các khu công nghiệp, khu chế xuất, với chất lượng lao động cao.

- Chương trình xúc tiến thương mại trên toàn cầu, thông qua các cuộc hội nghị triển lãm toàn quốc, thế giới, hỗ trợ kinh phí cho các doanh nghiệp tham gia nhằm quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam và đặc biệt là các sản phẩm chủ lực có sức cạnh tranh với các nước trên thế giới.

## **1.5. Vai trò của hoạt động xuất khẩu đối với sự phát triển kinh tế**

### **- xã hội tỉnh Bình Phước**

Năm 2005 kim ngạch xuất khẩu của Bình Phước chỉ có 176, 389 triệu USD; Năm 2006 là 245,732 triệu USD; Năm 2007 là 330,734 triệu USD; Năm 2008 là 374,247 triệu USD; Năm 2009 là 410,000 triệu USD; năm 2010 là 506,4 triệu USD. Tốc độ tăng Bình quân hàng năm là 30,1% thể hiện tốc độ phát triển nhanh đối với một tỉnh mới được chia tách mới 14 năm, nhìn chung mặt hàng xuất khẩu tại địa phương chủ yếu là nông sản chế biến, chiếm tỷ trọng khoảng từ 80% - 90%, gồm các mặt hàng: mủ cao su, hạt điều nhân, hạt tiêu, tinh bột, mì đũa tre... còn lại là sản phẩm nông sản khác, hàng dệt may, hàng điện tử. Xuất khẩu có vai trò hết sức quan trọng trong việc phát triển và duy trì ổn định kinh tế - xã hội tại địa phương. Thông qua đó tạo ra nguồn ngoại tệ rất lớn để nhập khẩu trang thiết bị, xây dựng cơ sở hạ tầng, cải tiến kỹ thuật và nguyên liệu đầu vào từ nước ngoài... Từ các nguồn thu của xuất khẩu, nó hòa vào các nguồn vốn khác tại địa phương để thực hiện xây dựng các công trình phục vụ cho xã hội, cho tái sản xuất, ví dụ như năm 2008 là 739,1 tỷ đồng, năm 2009 là 727,086 tỷ đồng, năm 2010 là 797,765 tỷ đồng.

Bên cạnh đó, chính xuất khẩu tăng trưởng nhanh và bền vững tại địa phương tạo nên nền tảng cho việc nhập khẩu nguyên liệu cho các ngành nghề có khả năng xuất khẩu cao tại địa phương, chẳng hạn như: Năm 2005 kim ngạch nhập khẩu chỉ là 23,977 triệu USD; Năm 2006 là 34,714 triệu USD; Năm 2007 là 61,647 triệu USD; Năm 2008 là 91,196 triệu USD; Năm 2009 là 100 triệu

USD; Năm 2010 là 116,2 triệu USD. Chính nền sản xuất thương mại tại địa phương không ngừng phát triển nên một số mặt hàng, nguồn nguyên liệu tại địa phương, cũng như các tỉnh khác trong cả nước không đáp ứng được nên Bình Phước đã không phải mở rộng vùng địa bàn để tìm kiếm bổ sung nguồn nguyên liệu cho sản xuất. Nguyên liệu địa phương chủ yếu nhập khẩu trong những năm qua: hạt điều thô, Xơ, sợi dệt, linh kiện hàng may mặc.

Chính nhờ có xuất khẩu mà các doanh nghiệp tại địa phương đã tích cực tìm kiếm cho mình đầu ra thích hợp, trong những năm đầu mới thành lập các doanh nghiệp chủ yếu xuất khẩu hàng hóa cho thị trường Trung Quốc nhưng trong quá trình sản xuất nhiều doanh nghiệp đã bị các nhà nhập khẩu Trung Quốc sử dụng nhiều chính sách mà nhà sản xuất tại địa phương bị tổn thất nặng nề. Do đó, để tránh tình trạng bị chèn ép trên thương trường, nhiều doanh nghiệp tại địa phương đã tìm kiếm nơi tiêu thụ hàng hóa ở các thị trường khác, mặc dù vẫn là hình thức gia công hoặc sơ chế sản xuất là chính nhưng đến nay các doanh nghiệp trên địa phương đã cung ứng ở rất nhiều thị trường lớn như Mỹ, EU, Nhật Bản,... Qua đó tạo được thế chủ động và công bằng hơn trong việc kinh doanh đa phương với các nước trên thế giới.

Điều quan trọng nhất đối với việc đẩy mạnh xuất khẩu tại địa phương trong thời gian qua là đi đúng với quy luật khách quan vì nhờ có xuất khẩu mà làm cho cán cân thương mại trong tỉnh được cân bằng, đặc biệt là giảm dần tỷ trọng nông nghiệp và tăng dần tỷ trọng trong công nghiệp, thương mại và dịch vụ. Đến nay tỷ trọng trong lĩnh vực nông nghiệp chiếm hơn 50% tổng số lao động trong toàn tỉnh, lao động trong công nghiệp, dịch vụ chiếm gần 50% nhưng với tốc độ tăng trưởng của các năm gần đây tỷ trọng lao động đã chuyển dịch dần sang lĩnh vực công nghiệp và dịch vụ ngày một nhiều, đa dạng hơn. Chính có xuất khẩu tăng nhanh mà việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế của Bình Phước trong 10 năm qua đã đạt được thành quả nhất định chẳng hạn như năm 2000 thì

tỷ trọng nông nghiệp chiếm 64,5% , công nghiệp chỉ chiếm 10% còn lại là dịch vụ nhưng đến năm 2010 thì tỷ lệ Nông nghiệp chỉ còn lại là 47,1%, công nghiệp 24,1%, dịch vụ là 28,8%. Nếu duy trì được tốc độ xuất khẩu hàng hóa bình quân năm là 30,1% thì trong 10 năm tới Bình Phước sẽ là tỉnh có cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa hiện đại hóa đất nước, sản phẩm chủ yếu sẽ là các sản phẩm công nghiệp.

### + Vai trò của xuất khẩu hạt điều đối với sự phát triển tỉnh Bình Phước

**Bảng 1.1: Bảng so sánh giá trị công nghiệp xuất khẩu hạt điều với các ngành công nghiệp khác tỉnh Bình Phước**

Stt	Nội dung	Năm 2000		Năm 2008		Năm 2009		Năm 2010	
1	CN chế biến hạt điều	161	0,32	1.203	0,41	1.080	0,35	1.260	0,29
2	CN khác	336	0,68	1.725	0,59	2.017	0,65	3.140	0,71
3	Tổng cộng	497	1,00	2.928	1,00	3.097	1	4.400	1

(Nguồn: Niên giám thống kê Cục thống kê tỉnh Bình Phước)

Trên bảng so sánh số liệu ta thấy trong 10 năm qua sản phẩm hạt điều xuất khẩu trong ngành công nghiệp của tỉnh có vai trò hết sức quan trọng trong việc ổn định xã hội và tăng trưởng kinh tế. Cụ thể trong năm 2000 thì tỷ trọng hạt điều xuất khẩu chiếm 32% tổng kim ngạch xuất khẩu các ngành công nghiệp trong toàn tỉnh, tổng giá trị xuất khẩu chỉ 161 tỷ đồng nhưng đến năm 2008 thì tỷ trọng trong ngành công nghiệp chế biến hạt điều đã vươn lên trở thành một ngành mũi nhọn của tỉnh, trong năm 2008 mặc dù nền kinh tế gặp nhiều khó khăn, thu ngân sách bị ảnh hưởng nặng nề nhưng ngành điều lại là điểm sáng trong giai đoạn khủng hoảng, góp cân cân xuất nhập khẩu trong tỉnh luôn dương. Thực tế trong năm 2008 thì ngành điều trong tỉnh đã có nhiều đối tác, thị phần được mở rộng sang nhiều nước trên thế giới, nhưng đến năm 2009 và năm 2010

ngành công nghiệp sản xuất hạt điều xuất khẩu trong tỉnh đã có một số biến động dẫn đến giá trị sản xuất trong 02 năm đã giảm, cụ thể năm 2010 tỷ trọng công nghiệp hạt điều xuất khẩu chỉ còn 29% còn các ngành công nghiệp khác là 71%, nguyên nhân do người dân chuyển mục đích trồng cây từ cây điều sang một số loại cây khác có giá trị cao hơn, dẫn đến nguồn nhiên liệu trong tỉnh giảm sút. Vì vậy, doanh nghiệp phải mua hạt điều làm nguyên liệu với giá cao hơn dẫn đến giá thành sản phẩm cao làm giảm sút một số thị phần. Mặt khác, các ngành công nghiệp khác trong tỉnh cũng tăng trưởng tương đối nhanh như các ngành công nghiệp sản xuất cao su, dệt may, gia công hàng điện tử... nên dẫn đến tỷ trọng của ngành điều giảm. Tuy nhiên, ngành công nghiệp sản xuất điều vẫn giữ được tốc độ gia tăng giá trị sản xuất của ngành, biểu hiện giá trị sản xuất hạt điều xuất khẩu tăng từng năm. Do đó, trong thời gian qua hạt điều xuất khẩu tại tỉnh Bình Phước đã và đang là ngành góp phần vào sự phát triển ổn định kinh tế và là ngành luôn được sự quan tâm đặc biệt của địa phương trong thời kỳ hội nhập phát triển kinh tế, góp phần rất lớn vào chuyển dịch cơ cấu ngành nghề và đang vươn lên trở thành một ngành mũi nhọn của tỉnh. Để có một cái nhìn tổng quát đối với một ngành sản xuất có tỷ trọng xuất khẩu cao tại địa phương, tác giả đi vào phân tích thực trạng của ngành chế biến xuất khẩu điều tỉnh Bình Phước.



## **CHƯƠNG 2:**

# **THỰC TRẠNG NGÀNH CHẾ BIẾN XUẤT KHẨU HẠT ĐIỀU TỈNH BÌNH PHƯỚC**

### **2.1. Các nhân tố kinh tế tự nhiên xã hội ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu hạt điều ở tỉnh Bình Phước**

#### **2.1.1. Những đặc điểm tự nhiên**

Bình Phước là tỉnh miền núi với tổng diện tích tự nhiên là 6.872,06 km<sup>2</sup>, dân số khoảng 874.961 người, xấp xỉ 1% dân số toàn quốc, mật độ dân số 122 người/ km<sup>2</sup>. Được phân chia thành 10 đơn vị hành chính bao gồm các huyện thị xã: Bù Gia Mập; Bù Đăng; Đồng Phú; Hớn Quản; Chơn Thành; Đồng Xoài; Phước Long; Bình Long; Lộc Ninh; Bù Đốp.

Bình Phước nằm trong vùng có điều kiện tự nhiên thuận lợi cho việc phát triển nông nghiệp, với khí hậu nhiệt đới cận xích đạo có 02 mùa rõ rệt, địa hình miền núi nhưng ít dốc, tài nguyên đất có chất lượng cao. Chính những điều kiện đó hình thành những vùng tập trung sản xuất cây nông sản chất lượng có thể xuất khẩu hàng đầu trong cả nước được như cà phê, tiêu, điều, cao su, ca cao...

Bình Phước nằm trong vùng kinh tế trọng điểm phía nam, đây là vùng có trung tâm kinh tế, khoa học kỹ thuật vào loại lớn nhất cả nước, Vì vậy, Bình Phước có điều kiện thuận lợi trong việc huy động vốn, nguồn nhân lực có tay nghề cao, khoa học chế biến và thị trường tiêu thụ. Bên cạnh đó cũng có những khó khăn chẳng hạn như có sự cạnh tranh khốc liệt từ các tỉnh lân cận trong việc thu hút vốn đầu tư, đẩy mạnh xuất khẩu chủ lực vì có sự tương đồng về điều kiện thuận lợi.

Bình Phước có khoảng 240 km là biên giới với vương quốc Campuchia sẽ có những khó khăn trong việc bảo vệ an ninh quốc phòng, nhưng cũng có những

thuận lợi trong việc mở rộng và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp và giao lưu trao đổi kinh tế. Tuy nhiên, với đường biên giới như vậy có rất nhiều khó khăn trong việc ổn định trật tự xã hội ở các vùng sâu, vùng xa, nạn phá rừng hoành hành và diễn biến ngày một phức tạp, nếu rừng bị phá hủy nhiều sẽ dẫn đến hệ sinh thái bị tàn phá, nguồn nước không đảm bảo, dễ bị lũ về mùa mưa gây thiệt hại cho ngành sản xuất nông nghiệp, cũng như nhiều ngành nghề khác

**+ Về địa hình có 03 dạng chính như sau:**

Địa hình núi thấp: có độ cao tuyệt đối 300-600 m, tạo thành từ các núi sót, rải rác thuộc phần cuối của dãy Trường Sơn từ Tây Nguyên đổ xuống. Tập trung kiểu địa hình này ở phía đông bắc của tỉnh thuộc các huyện như: Bù Đăng, Phước Long, Bắc Đồng Phú.

Địa hình đồi và đồi thấp: Đây là dạng địa hình chính của tỉnh, độ cao tuyệt đối từ 100-300 m, có bề mặt lượn sóng nhẹ, kết nối với các dãy bazan, đá phiến và phù sa cổ. Các đồi có đỉnh bằng, sườn dốc thoải. Kiểu địa hình này rất thuận lợi cho việc bố trí phát triển đất nông nghiệp nói chung.

Địa hình bằng trũng: Địa hình này thuộc các vùng đất tích tụ, là các bồi trũng hay vùng phẳng đồi núi ở độ cao < 100m.

Địa hình có độ dốc < 15<sup>0</sup> thuận lợi cho việc phát triển cây nông nghiệp chiếm 70% diện tích lãnh thổ, trong đó địa hình rất thuận lợi chiếm 50,9%; thuận lợi là 19,1%. Địa hình không thuận lợi cho phát triển cây nông nghiệp chỉ chiếm khoảng 16.4% diện tích lãnh thổ.

Địa hình như Bình Phước là yếu tố rất thuận lợi cho phát triển các loại cây công nghiệp nói chung, cây điều nói riêng. Mặc dù, cây điều có thể chịu được khí hậu và điều kiện khắc nghiệt. Khí hậu nhiệt đới với một lượng mưa vừa phải sẽ là điều kiện tối ưu để cây điều phát triển. Nhưng nhìn chung độ cao nơi trồng điều so với mực nước biển càng cao thì năng suất càng thấp. Hầu như diện tích

của toàn tỉnh có độ cao tuyệt đối so với mực nước biển là 100-300m với độ cao đa phần như vậy nên nhiệt độ ở những vùng này thường giao động trong khoảng 24<sup>0</sup> đến 28<sup>0</sup> đây là nhiệt phù hợp cho việc phát triển cây điều qua đó cho năng suất, chất lượng cao.

Hạn chế gặp phải với địa hình này là khả năng giữ nước rất kém. Một số vùng có khả năng bị lũ quét gây nên thiệt hại người và diện tích canh tác, mặt khác với địa hình như vậy khi có lốc xoáy thì không có nhiều cản trở đường đi của các cơn lốc do đó dễ bị tổn thất cây điều trên diện rộng.

**+ Đặc điểm các nhóm đất phù hợp với cây điều:**

Nhóm đất xám: có diện tích 93.889 ha ( 13,7%) phân bố chủ yếu ở Chơn Thành 33.837 ha, Bình Long và Hớn Quản 25.025 ha, Đồng Phú 10.754 ha, Lộc Ninh 10.483 ha, Phước Long và Bù Gia Mập 1.043 ha. Trong nông nghiệp các loại hình sử dụng đất rất phong phú kể cả các cây dài ngày như cao su, cà phê, điều...

Đất nâu đỏ và nâu vàng trên bazan: có 396.697 ha chiếm 57,86% và chiếm 60% quỹ đất đỏ vùng ĐNB và chiếm 17,26% quỹ đất bazan toàn quốc. Phân bố chủ yếu ở các huyện như: Phước Long và Bù Gia Mập: 155.822 ha, Bù Đăng 108.804 ha, Bình Long và Hớn Quản 40.590 ha, Lộc Ninh 34.778 ha, Đồng Phú 31.045 ha... Đây là loại đất chất lượng cao nhất trong các loại đất đồi núi ở Việt Nam. Nó thích hợp với rất nhiều loại cây trồng có giá trị kinh tế cao. Tuy vậy khả năng sử dụng loại đất này phụ thuộc rất nhiều vào độ dày tầng đất hữu hiệu. Nếu độ dày tầng đất hữu hiệu cao, thì nên trồng các loại cây dài ngày như điều, cao su, cà phê.

Thuận lợi: Theo nhiều kết quả nghiên cứu thì cây điều sinh trưởng và cho năng suất cao ở các vùng đất sâu, thành phần cơ giới nhẹ, thoát nước tốt. Cây phát triển trên các vùng đất sét pha cát không có tầng đất cát. Tuy nhiên trên thực

té thì cây điều cho năng suất và chất lượng hạt rất cao ở các vùng đất đỏ, đất bazan. Nếu nhìn vào tổng thể diện tích đất tại tỉnh Bình Phước thì đất đỏ, đất bazan chiếm gần 60% diện tích toàn tỉnh, đây là một thuận lợi rất lớn đối với việc phát triển ngành điều từ trồng trọt cho đến sản xuất tạo ra thành phẩm sau nhân điều xuất khẩu.

#### **+ Tài nguyên nước:**

Bình Phước có vị trí thượng nguồn của khu vực, là nơi duy trì nguồn nước là nơi xây dựng các công trình thủy lợi lớn, nhưng khả năng cung cấp nước tưới cho các nông nghiệp rất hạn chế. Vì vậy, việc bố trí trồng cây ít tưới là cần thiết đặc biệt cây điều và cây cao su là một vấn đề lợi thế lớn phù hợp với thổ nhưỡng và điều kiện địa phương.

Mặt nước: Trên địa bàn Bình Phước có 04 sông lớn đi qua là Sông bé, Sông Sài Gòn, Đồng Nai, Sông Măng. Suối trong vùng có lòng hẹp, dốc, lũ lớn trong mùa mưa và khô kiệt trong mùa khô. Vì vậy, khả năng cung cấp nước cho nông nghiệp thấp. Nếu muốn sử dụng nguồn nước này thì chi phí bỏ ra rất lớn.

Thuận lợi: Do có nhiều sông suối nên chính quyền địa phương có thể xây dựng được các phương án giữ nước cho các vùng trong toàn tỉnh. Trên các con sông lớn chúng ta xây dựng được các đập chứa nước, sẽ tích lũy lượng nước vào mùa mưa để sử dụng vào mùa khô.

Hạn chế: Nhìn chung lượng nước ngầm tại tỉnh Bình Phước không nhiều chỉ nên khai thác nguồn nước này cho sinh hoạt hạn chế sử dụng cho sản xuất nông nghiệp.

## **2.1.2. Những đặc điểm kinh tế xã hội**

### **2.1.2.1. Các yếu tố nhân văn**

Bình Phước có tổng dân số là 874.961 người, mật độ dân số là 122 người/Km<sup>2</sup>, mật độ dân số của tỉnh thấp hơn các tỉnh trong khu vực và mức bình quân trong cả nước nên có thuận lợi trong việc đẩy mạnh năng suất sử dụng đất trên phạm vi toàn tỉnh.

Toàn tỉnh có 41 dân tộc anh em, phần lớn là người kinh, dân tộc ít người chiếm 17,91% đa số là dân tộc Stiêng, một ít là dân tộc Khmer, Tày, Nùng... vì thế có rất nhiều hoạt động văn hóa của người đồng bào dân tộc Stiêng. Đây là thuận lợi trong việc xây dựng và áp dụng các chính sách phát triển kinh tế trong toàn tỉnh vì dân tộc trong tỉnh tuy nhiều nhưng tập trung vào một số dân tộc lớn.

Tổng số lực lượng lao động từ 15-60 tuổi trong toàn tỉnh là 432.605 người trong đó Nam là 229.509 người, Nữ là 194.096 người. Ta thấy tỷ lệ lao động trong độ tuổi tại Bình Phước với tổng dân số trong toàn tỉnh cứ một người lao động nuôi một người chưa đến tuổi lao động theo tỷ lệ gần như là 1:1, cơ cấu dân số như vậy minh chứng Bình Phước trong tương lai sẽ có một lực lượng lao động kế thừa đảm bảo được yêu cầu của các ngành sản xuất tại địa phương. Theo số liệu thống kê lực lượng kế cận từ 10-14 tuổi toàn tỉnh hiện nay là 50.723 người trong đó nam giới là 26.026 người.

Cơ cấu phân bổ lao động tại địa phương, do Bình Phước dân số đông nhưng chủ yếu tập trung sản xuất trong lĩnh vực nông lâm ngư nghiệp nên dân số đến nay vẫn chủ yếu tập trung trong khu vực này, cụ thể: Nông Lâm ngư nghiệp có số người đang hoạt động sản xuất là 286.227 người, lao động trong lĩnh vực xây dựng – công nghiệp là 31.012 người, lao động trong lĩnh vực thương mại dịch vụ là 103.853 người. Nếu nhìn vào cơ cấu như trên ta thấy trong tương lai thì số lượng lao động hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp sẽ cung cấp số lượng lớn lao động cho 02 lĩnh vực còn lại. Qua đây ta thấy có sự thuận lợi trong việc

chuyển dịch lao động cho lĩnh vực sản xuất, nếu ta có giải pháp nâng cao năng suất và giảm số lượng lao động trên 1 ha đất canh tác.

Trình độ học vấn của lực lượng lao động của tỉnh chi tiết như sau: lao động chưa qua đào tạo 242.409 người, lao động CNKTKB 96.295 người, lao động sơ cấp nghề 11.535 người, Lao động được đào tạo dưới 3 tháng 12.185 người, lao động có bằng dài hạn là 2.513 người, lao động trung cấp nghề 7.218 người, lao động có bằng cao đẳng nghề 1.128 người, cao đẳng chuyên nghiệp 5.054 người, đại học 11.949 người, thạc sỹ 169 người, tiến sỹ 17 người. Nếu nhìn vào trình độ học vấn của lực lượng lao động tại tỉnh Bình Phước mặc dù lao động tương đối dồi dào nhưng chủ yếu là lao động chân tay, khả năng áp dụng máy móc, tiên bộ khoa học kỹ thuật còn nhiều hạn chế.

#### **2.1.2.2. Tổng quan về kinh tế - xã hội của tỉnh giai đoạn 2000-2010**

Từ một nền kinh tế có xuất phát điểm thấp nhưng qua các năm kinh tế của tỉnh đã đạt được một số thành tựu quan trọng.

**Bảng 2.1: Tổng sản phẩm trong tỉnh tính theo giá so sánh năm 1994**

Đvt: Tỷ đồng

Nội dung	2000	2005	2008	2009	2010
Nông lâm nghiệp	852,077	1.529,000	2.512,040	2.691,750	2.864,430
Công nghiệp – xây dựng	131,732	451,598	1.096,720	1.216,671	1.465,660
Dịch vụ	335,684	682,172	1.286,390	1.453,545	1.751,510
Tổng cộng	1.319,493	2.662,770	4.895,150	5.361,966	6.081,600

(Nguồn: Niên giám thống kê Cục thống kê tỉnh Bình Phước)

Từ bảng trên ta thấy GDP năm 2010 ( giá so sánh 1994) đạt 6,081.600 tỷ đồng, tăng gấp 4,6 lần so với năm 2000. Giai đoạn 1997 – 2010 luôn đạt tốc độ tăng trưởng khá, bình quân mỗi năm tăng khoảng 12,7%, đặc biệt năm 2007 GDP của tỉnh đạt 14,2%.

Trong đó mức tăng trưởng của GDP trong lĩnh vực nông nghiệp giai đoạn 2000 - 2010 khá cao đạt 11,07%. Cơ cấu GDP phân theo nhóm năm 2010 ngành nông lâm nghiệp chiếm 47,1% đối với tổng thể ngành kinh tế.

Trong việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế: Nhìn chung Bình Phước đang phát triển theo hướng tích cực, tăng trưởng kinh tế theo hướng Công nghiệp hóa – Hiện đại hóa đất nước:

**Bảng 2.2: Chuyển dịch cơ cấu kinh tế**

Năm	2000	2005	2008	2009	2010	SS 2010 và 2000
Nông lâm nghiệp	0,646	0,574	0,513	0,502	0,471	(0,175)
Công nghiệp - xây dựng	0,100	0,170	0,224	0,227	0,241	0,141
Dịch vụ	0,254	0,256	0,263	0,271	0,288	0,034

(Nguồn: Niên giám thống kê Cục thống kê tỉnh Bình Phước).

Từ bảng trên cho thấy cơ cấu kinh tế chuyển dịch theo hướng giảm tỷ trọng nông nghiệp đồng thời tăng dần tỷ trọng Công nghiệp, Dịch vụ. Cụ thể năm 2010 tỷ lệ nông lâm nghiệp đã giảm được 17,5% so với năm 2000, công nghiệp tăng 15,1%, dịch vụ tăng chỉ có 3,4%. Nếu so sánh với cơ cấu kinh tế thì

Nông lâm nghiệp tại Bình Phước chiếm vị trí hàng đầu trong phát triển kinh tế. Ngành công nghiệp có chuyển dịch tương ứng với tỷ lệ chuyển dịch ngành nông nghiệp nhưng trong tỷ trọng GDP hàng năm vẫn chiếm tỷ lệ nhỏ nhất. Đối với lĩnh vực dịch vụ tỷ lệ tăng qua các thời kỳ còn rất thấp, đây là vấn đề cần phải xem xét vì dịch vụ chuyển dịch chậm nó cho thấy Bình Phước vẫn đang trong giai đoạn thấp của thời kỳ phát triển kinh tế. Một số nguyên nhân làm cho ngành dịch vụ Bình Phước không tăng trưởng mạnh qua các năm do: Vận chuyển hàng hóa, kho bãi, thông tin liên lạc riêng việc vận chuyển hàng hóa đến các cảng hầu như là thuê Container của các tỉnh lân cận, vận chuyển hành khách tại địa phương đi các tỉnh khác thì phương tiện còn rất nhiều hạn chế. Ngành giáo dục tại địa phương cũng không có các trung tâm lớn đủ sức đào tạo chất lượng cao, nhà hàng khách sạn cũng hạn chế....

- Trong Nông nghiệp: Mặc dù khí hậu thời tiết giai đoạn (2000-2010) có nhiều thay đổi phức tạp không thuận lợi, song tốc độ tăng trưởng vẫn ở mức cao khoảng 11% năm. Sản xuất nông nghiệp đã hình thành các vùng chuyên canh cây trồng có quy mô lớn, có năng suất cao như cao su, điều, tiêu, cà phê... chiếm vị trí quan trọng trong việc phát triển kinh tế và thu nhập quốc dân của tỉnh.

- Trong Công nghiệp: Trước khi tách ra từ tỉnh Sông Bé thì Bình Phước được xác định là vùng nguyên liệu cho phát triển công nghiệp phía nam của tỉnh Sông Bé, cơ sở hạ tầng chưa được phát triển nên công nghiệp chưa phát triển. Năm 1996, công nghiệp chỉ chiếm khoảng 3% trong cơ cấu kinh tế của tỉnh Bình Phước, chưa có nhà máy lớn, chưa có khu công nghiệp tập trung. Toàn tỉnh chỉ có 42 doanh nghiệp sản xuất công nghiệp và 1.316 cơ sở sản xuất công nghiệp theo ngành nghề chế biến hạt điều, khai thác đá, chế biến lâm sản...

Sau hơn 10 năm xây dựng, phát triển theo định hướng chính sách của nhà nước và lãnh đạo tỉnh trong việc mở rộng, khuyến khích, ưu đãi, thu hút đầu tư.



Bình Phước đã phát huy được nội lực và tranh thủ hợp tác quốc tế với tốc độ cao, ngành công nghiệp đã có nhiều khởi sắc qua đó đạt được nhiều thành tựu đáng khích lệ, từ đây góp phần công nghiệp hóa hiện đại hóa đất nước. Số lượng các doanh nghiệp sản xuất công nghiệp không ngừng tăng cao, đến nay Bình Phước đã hình thành một số khu công nghiệp trọng điểm ( KCN Chơn Thành, Tân Khai, Minh Hưng, Minh Thành, Đồng Phú...) thu hút được nhiều dự án lớn. Với thế mạnh là các cây công nghiệp thông qua các khu công nghiệp đã khai thác tốt nguồn nguyên liệu tại chỗ để phát triển ngành công nghiệp chế biến như: cao su thành phẩm, nhân hạt điều, gỗ từ thân cây điều, cây cao su... sau hơn 10 năm tách tỉnh giá trị công nghiệp tăng hơn 15,51 lần, bình quân mỗi năm tăng 35,61%, tỷ trọng công nghiệp không kể xây dựng trong GDP tăng từ 2,43% năm (1997) lên 15,37% (2006) và 22,4% (2008); 27,4% năm 2010. Nhờ có các con sông lớn mà Bình Phước xây dựng được nhiều công trình thủy điện lớn như thủy điện Thác Mơ (150KW), thủy điện Cánh đơn 72(MVA) và một số thủy điện đang thi công.

- Lĩnh vực Giao thông: Bình Phước là một tỉnh miền núi nhưng có nhiều thuận lợi trong việc vận chuyển hàng hóa đến tất cả các vùng khác trên cả nước. Trong những năm gần đây không ngừng mở rộng xây dựng đường liên thông trực tiếp đến các tỉnh như Đồng Nai, Lâm Đồng, và các tỉnh Tây Nguyên... qua đây góp phần phát triển kinh tế các vùng trong toàn tỉnh.

Các tuyến đường liên huyện trong tỉnh được láng nhựa hơn 90% nên giao thông trong tỉnh rất thuận lợi.

- Tình hình Thu hút vốn đầu tư nước ngoài: Bằng nhiều giải pháp thu hút vốn đầu tư và lấp đầy các khu công nghiệp tại tỉnh Bình Phước, tỉnh đã đề ra một loạt các giải pháp như ưu đãi tiền thuê đất, miễn giảm tiền thuê đất, thuế thu nhập doanh nghiệp, tạo điều kiện thuận lợi nhất cho các doanh nghiệp ( từ khâu

chuẩn bị dự án, cấp phép đầu tư, giải phóng mặt bằng, hỗ trợ đào tạo nhân lực, triển khai dự án đến suốt quá trình hoạt động). Đối với khu kinh tế cửa khẩu Hoa Lư giáp với vương quốc Campuchia ngoài hỗ trợ tiền thuê đất, thuế thu nhập doanh nghiệp, tỉnh còn hỗ trợ đầu tư kết cấu hạ tầng thiết yếu. Bên cạnh đó cải thiện thủ tục hành chính, vận hành đăng ký hệ thống cấp phép xây dựng trực tuyến, tạo điều kiện nhanh, gọn cho các doanh nghiệp đến đầu tư tại tỉnh. Kết quả 10 tháng đầu năm 2010 có 585 doanh nghiệp trong nước đăng ký hoạt động với tổng vốn 4.737 tỷ đồng. So với cùng kỳ năm trước, số doanh nghiệp đăng ký mới giảm 7,1% số vốn đăng ký tăng 55,4%. Ước cả năm có 700 doanh nghiệp đăng ký với số vốn 5.200 tỷ đồng. Ước đến cuối năm 2010 toàn tỉnh có 3.022 doanh nghiệp hoạt động với tổng số vốn đăng ký là 19.763 tỷ đồng.

Thu hút vốn đầu tư trực tiếp từ nước ngoài (FDI) 10 tháng đầu năm 2010 thu hút được 9 dự án với tổng số vốn đăng ký là 133,6 triệu USD. Ước cả năm có 11 dự án tổng vốn đăng ký là 151,2 triệu USD, lũy kế đến 31/12/2010 toàn tỉnh có 80 dự án với tổng vốn đăng ký là 644,73 triệu USD.

Khi mới thành lập tỉnh năm 1997 toàn tỉnh chỉ có 181 doanh nghiệp hoạt động với tổng số vốn đăng ký là 35 tỷ đồng. Đến năm 2010 toàn tỉnh có 3.022 doanh nghiệp, với tổng vốn đăng ký là 19.763 tỷ đồng tăng 16,7 lần về số lượng và 564,7 lần về vốn. Riêng đầu tư nước ngoài, năm 1997 chỉ có 1 dự án với số vốn đăng ký là 5 triệu USD đến nay đã có hơn 80 dự án. Số doanh nghiệp và số vốn đăng ký đầu tư luôn tịnh tiến qua các năm đây là dấu hiệu tích cực trong việc phát triển kinh tế của tỉnh Bình Phước, từ đó tạo sức bật của nền kinh tế trong tương lai.

## **2.2. Thực trạng hoạt động sản xuất hạt điều trong thời gian qua**

### **2.2.1. Sản lượng, sự phân bố**

Theo số liệu thống kê năm 2010 diện tích trồng cây điều trên toàn tỉnh là 155.746 ha chiếm khoảng 22,6% tổng diện tích đất tự nhiên của toàn tỉnh, bằng 24,76% diện tích đất nông nghiệp và bằng 49,6% diện tích đất trồng cây công nghiệp.

Như vậy nếu tính quy mô diện tích thì cây điều là cây chủ lực của nền nông nghiệp tại tỉnh Bình Phước.

**Bảng 2.3: Bảng thống kê diện tích trồng điều tỉnh Bình Phước giai đoạn 2000-2010**

Đvt: ha

Năm	2000	2005	2007	2008	2009	2010
Diện tích	70.524	116.029	171.136	157.136	156.054	155.746

(Nguồn: Niên giám thống kê Cục thống kê tỉnh Bình Phước).

Theo bảng số liệu trên ta thấy tốc độ gia tăng diện tích cây trồng từ năm 2000-2007 tăng rất nhanh nhưng đến năm 2008; 2009; 2010 thì diện tích lại có xu hướng giảm dần. Vậy đâu là nguyên nhân dẫn đến tình trạng trên. Do điều kiện tự nhiên ảnh hưởng đến diện tích cây trồng nói trên vì vào mùa mưa bão, sâu đục thân cây gây lên chết cây và đổ cây hàng loạt. Khi đó người dân không đầu tư lại cây điều mà họ chuyển sang loại cây cao su có giá trị kinh tế cao hơn trong thời gian gần đây.

Trong những năm đầu tốc độ gia tăng diện tích trồng cây điều rất nhanh vì khi đó mọi người đều khó khăn và cây điều dễ trồng, dễ thu hoạch, thời gian thu hồi vốn nhanh, đặc biệt là chi phí bỏ ra ban đầu rất thấp. Chính vì lý do đó mà rất nhiều người dân khai hoang lập đồn điền trồng cây điều nên diện tích được mở rộng rất nhanh. Đến những năm gần đây giá cao su rất hấp dẫn người nông dân,

nhiều gia đình có diện tích trồng điều lớn họ đã tích lũy vốn trong quá khứ họ sẵn sàng phá bỏ rẫy điều để trồng cây cao su.

Đây chính là thực trạng mà ngành điều trong những năm gần đây đang gặp phải, nếu cứ tốc độ giảm diện tích trồng cây điều như hiện nay sẽ làm ảnh hưởng rất nhiều đến nguồn nguyên liệu đầu vào cho các doanh nghiệp sản xuất sản phẩm điều xuất khẩu.

**Bảng 2.4: Bảng số liệu tổng hợp sản lượng điều trong toàn tỉnh giai đoạn 2000-2010**

Đvt: Tấn

Stt	Huyện, thị xã	2000	2007	2008	2009	2010
1	Đồng xoài	665	4.656	4.242	2.936	3.397
2	Đồng phú	2.160	15.173	15.505	16.135	15.698
3	Phước Long + Bù Gia Mập	7.281	76.897	71.553	66.823	58.426
4	Lộc Ninh	691	3.907	4.398	4.261	4.613
5	Bù Đốp	402	3.795	3.494	2.871	2.679
6	Bù Đăng	3.950	40.696	42.510	30.245	46.251
7	Bình Long + Hớn Quản	2.825	8.574	10.455	9.576	7.580
8	Chơn Thành	1.240	2.679	1.920	1.698	1.338
Tổng cộng		19.214	156.377	154.077	134.545	139.982

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Bình Phước Cục thống kê Bình Phước).

Ta thấy tốc độ gia tăng bình quân sản lượng đạt hơn 25%, nếu như năm 2000 tổng sản lượng đạt 19.214 tấn, đến năm 2010 tổng sản lượng đạt 139.982 tấn. Sản lượng tăng tương ứng với diện tích đất trồng. Trong giai đoạn trên sản lượng điều cao nhất là năm 2007 kế đến là năm 2008 tuy nhiên giảm dần vào

năm 2009 và năm 2010 tương ứng với diện tích trồng cây điều giảm. Theo bảng thống kê thì sản lượng điều tập trung ở Thị xã Phước Long, huyện Bù Gia Mập với tổng sản lượng năm 2010 là 58.426 tấn chiếm 41,73% tổng sản lượng trên toàn tỉnh, huyện Bù Đăng với sản lượng 46.251 tấn chiếm 33% diện tích và vùng chuyên canh tập trung sản xuất hạt điều tại tỉnh Bình Phước là huyện Bù Đăng, Thị xã Phước Long, huyện Bù Gia Mập.

Trong giai đoạn trên Bình Phước đã không ngừng áp dụng tiên bộ khoa học kỹ thuật tiên tiến vào trồng mới và nâng cao hiệu quả từ những diện tích trồng cũ để cải thiện năng suất cây trồng. Ví dụ như năng suất bình quân của cây điều năm 1997 chỉ vào khoảng 0,4 tấn/ha nhưng đến năm 2010 thì năng suất trung bình đạt hơn 1,17 tấn/ha. Người dân đã tích cực tham gia nhiều lớp đào tạo khuyến nông do tỉnh tổ chức, từ đó có những giải pháp hỗ trợ để cây điều cho năng suất chất lượng cao nhất. Đã áp dụng nhiều tiên bộ để tối thiểu thiệt hại do thiên nhiên tác động lên diện tích trồng điều. Nhìn chung là chỉ mới cải thiện năng suất trên cây trồng cũ, chưa có những giống mới, sản xuất theo tiêu chuẩn quốc tế, người dân hầu như chưa ai biết và chưa ai trồng sản phẩm hạt điều hữu cơ.

Nhìn chung với diện tích và tổng sản lượng điều của tỉnh Bình Phước trong thời gian qua chứng minh rằng tại đây là nơi có điều kiện thuận lợi cho việc mở rộng phát triển ngành điều trong tương lai. Trong những năm vừa qua ngành điều đã có những đóng góp to lớn đối với sự phát triển kinh tế chung của tỉnh. Giá trị sản lượng điều mang lại nhiều lợi ích cho người dân, giúp ổn định kinh tế gia đình. Điều kiện tự nhiên thuận lợi giúp cho ngành điều trở thành cây trồng thế mạnh trên toàn tỉnh. Nếu những năm đầu nhiều gia đình có cuộc sống khó khăn, vật chất thiếu thốn, con em không có điều kiện đến trường, thì ngày nay cây điều đã trở thành cây trồng giúp người dân ổn định cuộc sống và nhiều hộ gia đình trên địa bàn tỉnh đã trở nên khá giả nhờ cây điều.

**Bảng 2.5: Bảng so sánh giá trị sản xuất ngành điều trên toàn tỉnh Bình Phước**

Đvt: triệu đ

Stt	Huyện, thị xã	2000	2007	2008	2009	2010
1	Đồng xoài	3.990	27.936	25.452	17.616	20.382
2	Đồng phú	12.960	91.038	93.030	96.810	94.188
3	Phước Long + Bù Gia Mập	43.686	461.382	429.318	400.938	350.556
4	Lộc Ninh	4.146	23.442	26.388	25.566	27.678
5	Bù Đốp	2.412	22.770	20.964	17.226	16.074
6	Bù Đăng	23.700	244.176	255.060	181.470	277.506
7	Bình Long + Hớn Quản	16.950	51.444	62.730	57.456	45.480
8	Chơn Thành	7.440	16.074	11.520	10.188	8.028
Tổng cộng		115.284	938.262	924.462	807.270	839.892

(Nguồn: Niên giám thống kê Cục thống kê tỉnh Bình Phước).

Trên bảng so sánh ta thấy Phước Long; Bù Gia Mập; Bù Đăng là nơi có giá trị sản xuất từ cây điều là cao nhất. Năm 2000 Phước Long và Bù Gia Mập tổng giá trị chỉ đạt 43,686 tỷ đồng nhưng đến năm 2010 tổng giá trị đạt 350,556

tỷ đồng hay huyện Bù Đăng năm 2000 tổng giá trị chỉ 23,700 tỷ đồng nhưng đến năm 2010 tổng giá trị đạt 277,506 tỷ đồng. Với tốc độ tăng của giai đoạn 2000-2010 trên toàn tỉnh đạt trên 25% đây là con số rất ấn tượng đối với ngành được coi là thế mạnh của tỉnh.

Nếu so sánh giá trị của cây điều đem lại cho nền kinh tế Bình Phước ta mới càng thấy tầm quan trọng của nó trong việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế tại địa phương. Như năm 2000 tỷ trọng sản xuất cây điều chiếm 8,73% tổng giá trị sản phẩm trong toàn địa phương, đến năm 2009 tỷ trọng này là 15%, năm 2010 là 13,8%. Tốc độ tăng nhanh của ngành công nghiệp chế biến điều làm cho khu vực nông nghiệp của tỉnh có những chuyển biến tích cực để thúc đẩy các ngành kinh tế khác cùng phát triển.

### **2.2.2. Thực trạng hoạt động thu mua hạt điều**

Thành phần tham gia vào quá trình thu gom hạt điều chủ yếu là các thương lái ( đại lý thu mua, người mua gom) hoặc các doanh nghiệp sản xuất có các cơ sở chuyên thu mua để cung ứng cho các nhà máy của mình. Yếu tố quan trọng nhất ở đây là các thương lái, người trung gian mang hạt điều thô đến các nhà sản xuất và đóng góp cho những thành công của ngành điều Việt Nam nói chung và tỉnh Bình Phước nói riêng.

Thương lái bắt đầu xuất hiện từ năm 1986 và phát triển mạnh từ sau năm 2000. Thống kê sơ bộ tại tỉnh Bình Phước có khoảng hơn 1,000 thương lái đảm trách việc thu mua hạt điều, trong đó nhiều nhất là huyện Bù Đăng, Phước Long (hơn 300 thương lái). Do quá trình phát triển và luôn gắn lợi nhuận của mình đối với người dân nên hầu hết họ rất am hiểu mùa vụ thu hoạch điều của từng huyện, xã có trồng điều, nhạy bén với thị trường, trong đó các thương lái lớn đều có mối quan hệ đặc biệt với các thương lái địa phương, bằng nhiều hình thức các thương lái lớn luôn gom hàng chất lượng cao và số lượng lớn từ các thương lái địa

phương nhanh chóng và hiệu quả. Đặc biệt thương lái thiết lập được mối quan hệ giữa các hộ và trang trại trồng điều với những cơ sở chế biến điều, nhất là các Doanh nghiệp xuất khẩu hạt điều công suất lớn, công nghệ chế biến đã được cấp giấy chứng nhận theo tiêu chuẩn ISO 9001-2000...

Bên cạnh đó có rất nhiều thương lái hoạt động theo tính chất thời vụ, nhỏ lẻ, năng lực tài chính cũng như nhìn nhận thị trường kém, không hợp tác với các đối tác trong việc chia sẻ thị trường mua và bán. Việc mua bán rất cứng nhắc không có tính linh hoạt.

Hoạt động thu mua hạt điều theo 3 kênh tiêu thụ chính như sau:

Kênh 1: Nông hộ trồng điều → Thương lái mua gom → Đại lý thu mua hoặc chủ vựa thu mua hạt điều → Doanh nghiệp chế biến hạt điều

Kênh 2: Nông hộ trồng điều → Thương lái mua gom → Trạm thu mua hạt điều của Doanh nghiệp chế biến.

Kênh 3: Nông hộ trồng điều → Thương lái mua gom → Đại lý thu mua → trạm thu mua hạt điều của doanh nghiệp chế biến quy mô nhỏ tại địa phương → Nhà máy chế biến của địa phương khác.

Để có khối lượng điều lớn cho việc sản xuất thì các doanh nghiệp sản xuất khó có thể gom đủ và trực tiếp từ người sản xuất mà phải thông qua 2-3 nhà thu mua đôi khi còn nhiều hơn. Do đó, giá thành nguyên liệu đến nhà sản xuất giá thường cao hơn giá thị trường 01 giá từ đó giá thành cũng bị ảnh hưởng dẫn đến giảm sự cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường.

Hoạt động thu mua trên ba kênh trên có xảy ra một số tồn tại:

Nhu cầu xuất khẩu thành phẩm từ hạt điều ngày càng tăng, mặt khác có nhiều thương lái cùng mua bán trên 01 thị trường nên dễ xảy ra hiện tượng tranh mua - tranh bán làm cho thị trường bị biến động ảo cho cả người trồng điều và



người sản xuất. Người trồng điều đôi khi họ thấy giá tăng họ cố gắng gim hàng không bán, còn thương lái cố gắng mua lại đẩy giá lên cao. Hoặc ngược lại nhiều thương lái cố tình tạo nên thị trường ảo là tại thời điểm mua nguyên liệu thì nhu cầu không cao, dẫn đến người trồng điều lại cố bán tháo sản phẩm dẫn đến giá bị giảm sút.

Đặc tính của hạt điều là rất nặng khi ngâm nước vớt ra từ quả điều, qua đó nhiều người dân để tăng lợi nhuận trước mắt sẵn sàng ngâm nước hoặc trộn tạp chất làm giảm chất lượng hạt điều khi các doanh nghiệp sản xuất xuất khẩu làm cho giá trị hàng hóa cũng bị giảm sút theo, làm giảm uy tín của doanh nghiệp.

Do có nhiều kênh thu mua nên việc mua bán diễn ra lòng vòng, hạt điều thô đến nhà sản xuất vừa mất thời gian, vừa phải qua nhiều trung gian. Vì vậy, nếu những năm điều mất mùa giá của nguyên liệu đầu vào sẽ rất cao ảnh hưởng đến phí của người sản xuất.

Người dân sản xuất được hạt điều đôi khi họ mong muốn mang hạt điều bán nhanh để có tiền trang trải cuộc sống, cũng như tích lũy vốn sau một mùa vụ căng thẳng, theo thói quen sẽ bán tại những đại lý gần nhất, hoặc những đại lý cho họ vay vốn để trang trải trước mùa vụ như thuê nhân công, thuốc trừ sâu... qua đó giá bán của nông hộ cũng thấp hơn thị trường.

Nguyên nhân dẫn đến tình trạng thu mua hạt điều còn có các tồn tại kể trên là do mối liên hệ giữa nhà sản xuất – thu mua – chế biến hạt điều chưa thật vững chắc, chưa hình thành trên quan điểm chia sẻ quyền lợi một cách hợp lý. Đặc biệt là thiếu vai trò điều hành quản lý theo cơ chế thị trường của các cơ quan chức năng. Trên thực tế còn đề quy luật thị trường tự điều tiết là chính, vai trò của hiệp hội cây điều Việt Nam nói chung, Hiệp Hội điều Bình Phước nói riêng ít phát huy tác dụng.

### **2.2.3. Thực trạng hoạt động chế biến hạt điều tỉnh Bình Phước**

Thiết bị: Để nâng cao hiệu quả sản xuất, tăng công suất và nâng tính cạnh tranh của các doanh nghiệp trên thương trường thời gian gần đây trên địa bàn tỉnh có một số doanh nghiệp đã đầu tư mạnh mẽ để trang bị công nghệ, máy móc hiện đại từ nước ngoài mà chủ yếu là Italia nhưng số lượng còn rất hạn chế toàn tỉnh hiện nay chỉ có khoảng hơn 100 máy.

Hầu hết các doanh nghiệp trên địa bàn sử dụng thiết bị do các cơ sở cơ khí trong nước đảm nhận, giá chỉ bằng 1/4 so với giá thiết bị cùng chức năng cũng như công suất nhập khẩu từ nước ngoài. Đây chính là do sự sáng tạo, cải tiến công nghệ của các nhà sản xuất máy móc tại nước ta qua đó tạo ra lợi thế, cũng như số lượng và công suất thiết kế của các cơ sở chế biến điều tăng bởi vốn đầu tư thấp.

- Từ năm 2000-2010 các cơ quan nghiên cứu, các nhà máy chế tạo thiết bị, các cơ sở chế biến hạt điều luôn cải tiến công nghệ nhưng theo điều tra, đánh giá dây chuyền thiết bị - công nghệ chế biến của tỉnh thì: chế biến điều của tỉnh ngoài khâu bóc vỏ lụa đang còn thủ công, còn các khâu khác đã áp dụng cơ khí; tuy nhiên mức độ hiện đại của tất cả các khâu còn hạn chế. Vì vậy, có thể nói thiết bị công nghệ chế biến điều của tỉnh hiện nay vẫn là thủ công, lạc hậu.

Trong khi trên thị trường sắp cho ra một dây chuyền sản xuất mới thuộc đề án “hoàn thiện công nghệ, thiết kế, chế tạo máy tự động tách vỏ hạt điều và máy tự động bóc vỏ lụa nhân điều trong dây chuyền chế biến xuất khẩu”. Mục tiêu chung của dự án là thiết kế, chế tạo và hoàn chỉnh công nghệ tách vỏ hạt điều và bóc vỏ lụa nhân điều. Các thiết bị phải đạt thông số kỹ thuật cần thiết như: đối với máy tự động tách vỏ hạt điều năng suất đạt 1.000 kg hạt khô/giờ; tỷ lệ bung khỏi vỏ 70-80%; tỷ lệ vỡ 10-12%. Đối với máy tự động bóc vỏ lụa nhân điều năng suất đạt 80kg/giờ, độ sạch nhân 60%, tỷ lệ hạt vỡ nhỏ hơn 15%. Khi dự án triển

khai đến nay thu được kết quả rất khả quan. Đối với máy tự động tách vỏ lụa nhân điều năng suất thiết bị tăng 64,37%, cao hơn gấp đôi so với năng suất của dự án đăng ký; tỷ lệ bóc vỏ sạch đạt 86,37%. Đối với nhân điều nguyên, sau khi bóc tỷ lệ bề chỉ còn 6-7%.

**Công nghệ:** Theo thống kê hiện trạng công nghệ xử lý hạt của các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh thì gần 80% các cơ sở, doanh nghiệp sử dụng công nghệ xử lý hạt điều bằng chao dầu, chỉ có hơn 20% đơn vị sử dụng công nghệ xông hơi nước bão hòa. Công nghệ chao dầu có chi phí thấp song gây ô nhiễm môi trường. Trong điều kiện kinh tế hiện nay với yêu cầu bảo vệ môi trường sinh thái xung quanh cơ sở sản xuất ngày càng cao thì việc sản xuất gây ô nhiễm môi trường sẽ phải thay thế bằng công nghệ hiện đại không có ảnh hưởng đến môi trường hoặc doanh nghiệp đó phải tự đóng cửa không cho sản xuất. Do đó, sử dụng công nghệ xử lý hạt điều bằng xông hơi nước bão hòa sẽ giảm thiểu ô nhiễm môi trường, vốn đầu tư cũng không quá đắt, việc vận hành cũng không quá khó khăn.

Hiện tại Bình Phước chỉ có Doanh nghiệp TNHH Hà Mỹ là doanh nghiệp chuyên sản xuất hạt điều và thu mua nông sản hàng đầu, Doanh nghiệp đã đầu tư công nghệ hiện đại, đồng bộ, phù hợp với tình hình Việt Nam, công suất sản xuất của Doanh nghiệp có thể đạt 50.000 tấn/năm. Đây là nhà máy chế biến điều đầu tiên tại Việt Nam có cam kết sản xuất thân thiện với môi trường, sử dụng hoàn toàn công nghệ, thiết bị Việt Nam do các nhà nghiên cứu trong nước sản xuất và cải tiến công nghệ của các nước tiên tiến trên thế giới.

Theo quy hoạch ngành điều tỉnh Bình Phước thì đến năm 2020 tổng công suất thiết kế của các cơ sở sản xuất chế biến điều vào khoảng 130.000 tấn/hạt/năm.

Công suất có 6 cơ sở sản xuất hơn 5.000 tấn/hạt/năm và 575 cơ sở đạt công suất dưới 5.000 tấn/hạt/năm.

## 2.3. Thực trạng tổ chức xuất khẩu sản phẩm hạt điều

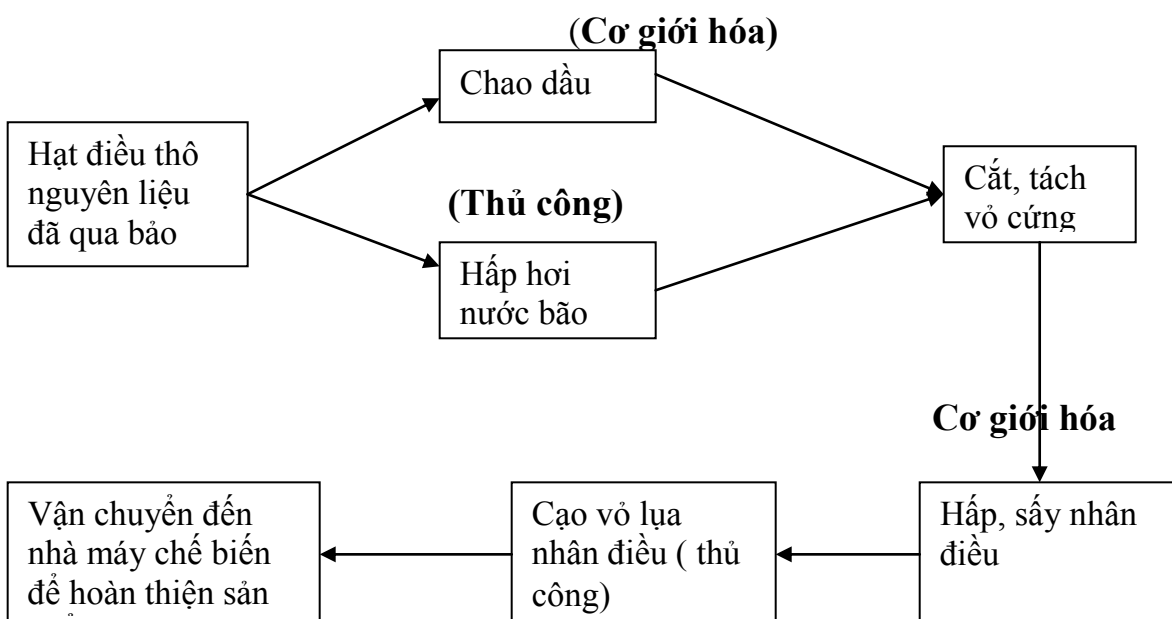
### 2.3.1. Công nghệ sản xuất hạt điều xuất khẩu

Hiện nay trên tỉnh đang sử dụng 02 công nghệ chính trong sản xuất điều xuất khẩu đó là công nghệ xông hơi nước bão hòa, công nghệ chao dầu. các công nghệ trên đều do các nhà sản xuất thiết bị Việt Nam cung cấp.

Công nghệ xử lý bằng chao dầu có ưu điểm là tỷ lệ thu hồi hạt cao, hạt không bị vỡ nhiều, cũng như thời gian bảo quản lâu, hạt điều sau khi bóc tách vẫn giữ được màu sắc của hạt. Tuy nhiên, xử lý bằng công nghệ này rất gây ô nhiễm môi trường và tiêu hao một lượng nước khổng lồ, chất thải ra chủ yếu là chất Phenol độc tố cao là nguyên nhân của một số bệnh nguy hiểm.

Công nghệ xông hơi nước bão hòa đã khắc phục được nhược điểm gây ô nhiễm môi trường, cho năng suất cao, chất lượng đảm bảo, tăng độ trắng của hạt điều... đặc biệt khi sản xuất theo tiêu chuẩn này thì doanh nghiệp sẽ đảm bảo yêu cầu sản xuất theo đúng tiêu chuẩn VSATTP theo đề nghị của các nhà nhập khẩu.

### Quy trình Chế biến nhân điều thô ở xưởng





- Hấp sấy nhân điều: Sau khi tách vỏ hạt điều, công đoạn sấy phải nhanh chóng vì khi đó làm cho nhân co lại và độ ẩm xuống thấp, dễ bóc vỏ lụa và hạn chế tác động của môi trường vào nhân điều.

- Cạo vỏ lụa nhân điều: Là bóc lớp toàn bộ lớp vỏ lụa bên ngoài nhân điều.

- Vận chuyển đến nhà máy chế biến để hoàn thiện sản phẩm: Nếu đơn vị gia công bóc tách vỏ điều thì bán hạt điều cho nhà máy chế biến, còn các doanh nghiệp lớn đảm bảo quy trình sản xuất thì sau khi tách vỏ hạt điều sẽ nhập kho và thực hiện hoàn thiện sản phẩm xuất khẩu.

**+ Thứ 2: Hoàn thiện nhân điều xuất khẩu:**

- Sau khi hạt điều được bóc vỏ lụa thì được phân loại theo màu, màu điều rất quan trọng vì phải chọn lựa những hạt có cùng màu sắc để đưa vào cùng chủng loại sản phẩm.

- Phân loại theo kích cỡ hạt điều: Theo yêu cầu của nhà nhập khẩu cần những hạt điều ngoài hạt có màu sắc đẹp, hạt điều phải to. Do đó, việc phân loại hạt điều hết sức quan trọng.

- Thanh trùng để đảm bảo chất lượng: Để hạt điều không bị mốc và bị vi khuẩn tấn công, trước khi xuất khẩu thì phải có giấy chứng nhận đã thanh trùng sản phẩm.

- Hút chân không: Trước khi đóng gói phải hút hết không khí ra khỏi bao bì và bơm khí Cacbonit hoặc Nitơ để bảo quản hàng hóa.

- Bảo quản và xuất khẩu: Theo yêu cầu của từng thị trường và từng đối tác, nhà sản xuất trong nước phải tổ chức đóng gói bao bì, kiểu dáng, mẫu mã, quy trình sản xuất, phương thức bảo quản, xuất xứ hàng hóa, chủng loại sản phẩm.... Trước khi cung ứng ra thị trường.

### **2.3.2. Chất lượng hàng hóa và dịch vụ**

Hiện nay, sau khi Việt Nam gia nhập WTO xuất khẩu điều không những cạnh tranh về giá mà còn cạnh tranh về chất lượng, an toàn - vệ sinh thực phẩm cho hạt điều. Đây cũng là một trong những nguyên nhân làm ngòi vị dẫn đầu của ngành chưa chắc chắn. Trong khi đó, có tình trạng một số nhà cung cấp nguyên liệu cho các nhà máy luôn gian lận bằng cách ngâm nước, trộn tạp chất khiến cho chất lượng hạt điều kém, hậu quả tất yếu là giá bán thấp. Nhiều doanh nghiệp bị các đối tác trả lại hàng gây thiệt hại lớn về chi phí vận chuyển và làm mất uy tín của các doanh nghiệp trên thị trường thế giới. Và đây cũng chính là tình trạng chung mà các doanh nghiệp sản xuất và chế biến điều Bình Phước đang phải đối mặt.

Bình Phước là tỉnh đi đầu trong việc xuất khẩu điều ra nước ngoài mang ngoại tệ về trong nước nhưng ngành công nghiệp chế biến điều của tỉnh có rất ít doanh nghiệp được cấp chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế ISO và HACCP. Trong đó tiêu biểu là Doanh nghiệp TNHH Hà My; VINAFIMEX xí nghiệp chế biến xuất nhập khẩu nông sản Bình Phước; hay Doanh nghiệp TNHH Mỹ Lệ... Lý do ngành công nghiệp chế biến điều của chúng ta có từ rất lâu, phát triển mạnh mẽ từ năm 1990 nhưng trong một thời gian dài các nhà quản lý nhà nước của chúng ta chưa quan tâm, cũng như doanh nghiệp cũng chưa thấy tầm quan trọng trong việc đạt những tiêu chí do nhà nhập khẩu nước ngoài yêu cầu, nhìn chung là chưa có quan tâm đúng mức. Đến năm 2009, chúng ta mới ban hành các văn bản cụ thể ví dụ như:

- QCVN01-08:2009/BNNPTNT của Bộ Nông nghiệp & Phát triển nông thôn quy định về cơ sở chế biến điều – điều kiện đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm.
- Quyết định số 47/2009/QĐ-UBND ngày 22/10/2009 của Ủy Ban nhân dân tỉnh quy định các điều kiện đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, an toàn vệ

sinh lao động và môi trường đối với cơ sở gia công, chế biến hạt điều trên địa bàn tỉnh Bình Phước.

Đây là cơ sở pháp lý đối với các doanh nghiệp, cơ sở chế biến điều trên Bình Phước làm căn cứ trong việc đẩy mạnh xuất khẩu điều trong giai đoạn hội nhập kinh tế. Tuy nhiên, Việc thực hiện vẫn còn gặp nhiều khó khăn do văn bản mới ban hành cuối năm 2009 nên nhiều doanh nghiệp cố ý hay cố kéo thời gian thực hiện. Vì vậy, đến nay việc triển khai thực hiện vẫn chưa thực sự hiệu quả do các văn bản ban hành nhưng giám sát các cơ sở thực hiện rất còn hạn chế. Chưa có đoàn kiểm tra liên ngành, chuyên ngành trong việc thực hiện các yêu cầu chất lượng tại tất cả các đơn vị sản xuất điều trong tỉnh.

Nhìn chung ngành công nghiệp chế biến điều tỉnh Bình Phước có sự tăng trưởng nhanh, đã tận dụng tốt điều kiện tự nhiên, thiết bị sản xuất, cải tiến công nghệ, nên đã tạo nhân hạt điều xuất khẩu chất lượng cao, tạo uy tín đối với nhiều thị trường trên thế giới.

### **2.3.3. Chủng loại sản phẩm**

Nhiều năm gần đây, hạt điều chế biến là một mặt hàng cao cấp ngày càng được ưa chuộng và tiêu thụ mạnh trên thị trường thế giới. Tại các nước và khu vực phát triển như: Trung Quốc, Mỹ, EU, Nhật Bản,... nhân điều, dầu chế biến từ vỏ hạt điều, hay bánh kẹo chế biến từ nhân điều được xuất khẩu mạnh. Xét trên bình diện nhu cầu ngày một tăng mạnh trên thị trường thế giới nên các nước xuất khẩu điều đang ngày càng có được lợi ích từ ngành hàng này.

Hiện nay toàn tỉnh chỉ có 6 cơ sở sản xuất chế biến sản phẩm nhân điều ăn liền, bao gồm nhân điều rang muối, nhân điều gia vị, nhân điều hương tỏi, nhân điều WASIBI, kẹo nhân hạt điều, kẹo nhân điều thập cẩm, kẹo socola nhân hạt điều... với công suất thiết kế 4.360 tấn/năm, với thế mạnh là nguồn nguyên liệu nhưng sản phẩm xuất khẩu từ nhân điều rất còn khiêm tốn. Đây cũng là cái



chung và cái khó của hầu hết các cơ sở sản xuất điều trên toàn quốc, do thiếu công nghệ, thị trường tiêu thụ, chính sách phát triển thị trường. Thương hiệu của doanh nghiệp... tại nước ngoài đối với sản phẩm làm từ nhân điều rất thấp do chúng ta chưa nhiều thương hiệu đại diện cho tỉnh nhà nên chủ yếu là xuất khẩu nhân hạt điều thô ra nước ngoài.

Nếu sản phẩm điều của các doanh nghiệp tại tỉnh không được chú trọng đầu tư về chất lượng, mẫu mã bao bì và tính đa dạng sản phẩm thì nguy cơ người tiêu dùng nước ngoài không chấp nhận sản phẩm do tỉnh cung ứng là điều khó tránh khỏi. Hiện rất ít doanh nghiệp có đầu tư vào sản phẩm nhân điều tinh chế, do vậy sản phẩm hạt điều chế biến sẵn trên thị trường còn đơn điệu, chưa đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng. Các chiến lược sản xuất, chế biến sản phẩm hạt điều cao cấp vẫn chưa được các doanh nghiệp trong ngành điều định hướng cụ thể.

Trong năm 2010 Bình Phước cũng đã xuất khẩu sản phẩm nhân hạt điều thô hơn 20 quốc gia trên toàn thế giới trọng điểm là Trung Quốc hơn 8.000 tấn; Mỹ 5.000 tấn; Hà Lan và Canada hơn 1.000 tấn... nâng tổng mức xuất khẩu nhân hạt điều khô lên 20.553 tấn.

Dầu vỏ hạt điều là nguồn nguyên liệu rất quan trọng mà lâu nay bị lãng quên vì giá trị xuất khẩu không cao. Sản phẩm được làm ra từ dầu vỏ hạt điều rất nhiều như: làm sơn chống hà cho vỏ tàu thuyền và một phần sơn trong khai thác các dàn khoan, làm sơn chống rỉ, ngâm tẩm gỗ xây dựng, đồ trang trí nội thất, sơn mài, chế biến thành bột ma sát bố thắng xe hơi,... ta thấy dầu vỏ hạt điều cũng tạo ra rất nhiều sản phẩm đáp ứng được yêu cầu trên thị trường nhưng hiện tại trên địa bàn tỉnh chỉ mới có một vài cơ sở sản xuất, cụ thể là tại huyện Đồng Phú chiết suất dầu điều và còn từ quả điều nhưng đang trong giai đoạn thử nghiệm, sản lượng chế biến chưa đáng kể, đơn vị đang ở trong giai đoạn chế biến

thử nghiệm vì được cơ quan nhà nước chuyển giao dây truyền công nghệ nên năng suất vẫn còn rất thấp. Nhìn chung toàn tỉnh chưa có cơ sở nào thực sự sản xuất chế biến sản phẩm từ dầu vỏ điều. Nguyên nhân do các cơ sở chưa tìm được đầu ra cho các sản phẩm làm từ dầu vỏ điều, mặt khác dây truyền sản xuất các sản phẩm này rất cao nên các doanh nghiệp chưa muốn tập trung nguồn lực để mở rộng sản xuất.

#### **2.3.4. Năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp**

Giá mua nguyên vật liệu của các doanh nghiệp trong tỉnh: Điều tra mẫu 100 doanh nghiệp cơ sở sản xuất thì cho thấy 85% số đều có nhận xét chung là nguồn nhiên liệu trong tỉnh là tương đối dồi dào, mặt khác các doanh nghiệp do cùng địa bàn và tham gia vào hiệp hội điều Bình Phước nên giá cả mua vào và bán ra tương đối đồng nhất do các doanh nghiệp tham khảo giá của nhau và luôn thấp hơn giá mua đầu vào so với các tỉnh lân cận như Đồng Nai, Long An,...

Chi phí thuê nhân công phục vụ sản xuất: tỉnh Bình Phước nằm trong vùng kinh tế trọng điểm phía nam, chịu sự ảnh hưởng của quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế nhanh của các tỉnh thành trong khu vực. Chính vì vậy mà tỉnh Bình Phước cũng thu hút được một phần không nhỏ lực lượng lao động nhân rỗi từ các tỉnh thành khác, đây là điều kiện thuận lợi trong việc tuyển dụng nguồn lao động cho các doanh nghiệp trong toàn tỉnh. Theo thống kê năm 2010, thì lao động ngoại tỉnh khoảng chiếm 53,8% tổng số lao động trong toàn tỉnh. Qua đó cho thấy lực lượng lao động ngoại tỉnh đã đóng góp vai trò lớn trong việc phát triển và giải quyết tốt vấn đề thiếu hụt lao động trong tỉnh. Giá nhân công tại Bình Phước thấp hơn giá nhân công tại các tỉnh khác do quy định về mức lương tối thiểu quy định, do chi phí sinh hoạt tại địa phương thấp hơn các tỉnh khác nên số lượng lớn công nhân chọn lựa Bình Phước để lao động chứ không phải là các tỉnh khác.

Công suất: Do các doanh nghiệp Bình Phước chủ yếu vừa và nhỏ, do đó việc đầu tư vào công nghệ còn nhiều hạn chế theo thống kê thì có đến 74% doanh nghiệp sản xuất với công suất trung bình và 22% doanh nghiệp sản xuất với công suất thấp, nhất là những tháng cuối năm nguồn nhiên liệu kham hiếm các doanh nghiệp nhỏ chủ yếu sản xuất cầm chừng với công suất rất kém.

Đổi mới công nghệ: Khi khảo sát 100 doanh nghiệp năm 2010 cho thấy có đến 89% doanh nghiệp rất quan tâm đến cải tiến công nghệ điều này chứng tỏ các doanh nghiệp muốn nhanh chóng nâng cao chất lượng sản phẩm, năng suất sản phẩm, giảm giá thành và chi phí nhân công. Trong đó có 62,8% doanh nghiệp rất quan tâm đến cải tiến công nghệ theo định kỳ và theo khả năng của doanh nghiệp vì đa phần các doanh nghiệp vừa và nhỏ mức đầu tư cho công nghệ lớn ảnh hưởng đến khả năng tài chính của đơn vị ngay sau đó, nhưng kết quả mang lại trong tương lai nên các doanh nghiệp và cơ sở sản xuất sẽ kiểm soát được chi phí, chất lượng sản phẩm.

Uy tín của doanh nghiệp: Chất lượng nhân điều của Bình Phước là vấn đề không bàn cãi vì thực tế chứng minh vì ngay cả thị trường khó tính như Mỹ nhưng sản phẩm vẫn được thị trường chấp nhận. Tuy nhiên, trên thực tế một số doanh nghiệp khó khăn thực sự nhưng trong đó có một số doanh nghiệp tự làm mất hình ảnh của mình trong mắt các nhà nhập khẩu trên thế giới. Chẳng hạn khi giá điều tăng cao, một số doanh nghiệp nhất định không giao hàng, đôi khi yêu cầu đàm phán lại nhiều lần nhưng vẫn cố tình không giao hàng đúng hẹn, một số trường hợp còn đem hàng bán cho đối tác khác được giá hơn. Một số doanh nghiệp sử dụng hợp đồng xuất khẩu như là một công cụ huy động vốn để nhập khẩu nguyên liệu, nếu giá xuất khẩu thấp thì giao hàng đúng hẹn, khi giá cao lại giao cho doanh nghiệp khác. Nhiều doanh nghiệp còn khẳng định nếu không giao hàng cũng không có ai thưa kiện, nếu có thưa kiện cũng không có ai đứng ra giải quyết. Đây là một số điều nhận thấy đối với các doanh nghiệp, cơ sở sản

xuất trên địa bàn tỉnh nó sẽ ảnh hưởng rất nhiều đến uy tín, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường thế giới, vì không dự đoán được biến động nên sẵn sàng buôn bán với đối tác khác. Mà ta thấy khi mua bán tìm được bạn hàng cũng rất khó khăn, duy trì được mối quan hệ càng khó khăn hơn, nếu vì lợi ích trước mắt cứ bán cho người được giá cao hơn sẽ đến khi doanh nghiệp sản xuất được hàng hóa nhưng có ít người chấp nhận giao dịch với mình vì lý do thất tín của đơn vị trong quá khứ. Từ đây sẽ gây ảnh hưởng nghiêm trọng hình ảnh của ngành điều Việt Nam đối với các nhà nhập khẩu trên thế giới.

Chiến lược phát triển thương hiệu: Hàng năm Bình Phước sản xuất một lượng điều rất lớn luôn bảo đảm chất lượng hàng đầu nhưng có một nghịch lý rất ít người tiêu dùng trên thế giới biết đến thương hiệu của tỉnh, ngay cả người tiêu dùng trong nước còn xa lạ với thương hiệu điều có xuất xứ tại đây. Chất lượng cao nhưng giá trị tạo ra lại không cao, đó là thiệt thòi đối với những dòng sản phẩm không có tên, không có thương hiệu. Giá trị xuất khẩu cao nhưng giá trị mang lại vẫn chưa thực sự cao, giá trị tăng thêm thì các nhà doanh nghiệp nước ngoài do họ có thương hiệu, Marketing tốt họ được hưởng nhiều từ sản phẩm điều mang lại. Bình Phước đang tồn tại một thực tế việc xây dựng thương hiệu tại các đơn vị trong địa bàn chưa được chú trọng đúng mức, cụ thể Trong số 112 đơn đăng ký nhãn hiệu và 71 văn bằng được cấp ở Bình Phước, thì chỉ có 4 nhãn hiệu đăng ký cho sản phẩm điều. Theo một kết quả khảo sát mới nhất, hiện có tới 74% DN điều Bình Phước chưa có phòng marketing, 22% DN có phòng marketing gộp chung với các phòng ban khác và chỉ có 4% DN có phòng marketing riêng.

Các doanh nghiệp Bình Phước có rất nhiều lợi thế cạnh tranh trong việc đẩy mạnh xuất khẩu điều vì chi phí đầu vào rất thuận lợi và có nguồn nhiên liệu dồi dào, chi phí nhân công rẻ, chính sách ưu đãi của tỉnh đối với ngành điều cũng có nhiều thuận lợi chẳng hạn như cố gắng duy trì diện tích trồng điều trên toàn tỉnh,

áp dụng công nghệ tiên tiến để tăng năng suất cho cây điều, chuyển giao công nghệ cho các doanh nghiệp... nhưng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bị đánh giá là thấp do tính chuyên nghiệp trong quảng bá thương hiệu, Marketing trên thị trường nội địa, thế giới còn rất yếu nên việc chủ động tìm thị trường rất kém, đây là yếu tố rất quan trọng trong việc đánh giá năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trên thương trường. Giá trị thương hiệu là rất lớn đôi khi lớn hơn giá trị sản xuất rất nhiều, thương hiệu mang lại sự ổn định cho sản phẩm và niềm tin nơi khách hàng.

## **2.4. Đánh giá chung tình hình xuất khẩu điều tỉnh Bình Phước**

### **2.4.1. Những thành tựu và hạn chế xuất khẩu điều Bình Phước**

#### **+ Thành tựu:**

Khi Việt Nam gia nhập tổ chức thương mại WTO ngành điều cũng đã có rất nhiều thuận lợi trong việc mở rộng quy mô sản xuất, Bình Phước cũng không ngoại lệ thị trường xuất khẩu điều đã được mở rộng ra ngoài biên giới, địa phương đã tìm được rất nhiều đối tác bên ngoài để phân phối sản phẩm cũng như tiêu thụ nguyên liệu thô... Từ đây làm cho các doanh nghiệp ngày càng sản xuất bài bản, theo quy trình chất lượng và tính chuyên nghiệp được đẩy lên cao hơn rất nhiều so với những năm đầu mới tách tỉnh. Khối lượng giao dịch trên thị trường tăng dần qua các năm, phương thức thanh toán linh hoạt và ngày càng tạo ra uy tín với đối tác nước ngoài.

**Bảng 2.6: Bảng so sánh tỷ lệ sản phẩm sau nhân điều xuất khẩu**

Diễn giải	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Hạt nhân điều	22.506	24.126	29.287	33.405	30.000	35.000
SP sau nhân điều	4.712	7.730	13.089	12.202	15.000	18.000
Tỷ lệ phần trăm	0,21	0,32	0,45	0,37	0,50	0,51

(Nguồn: Báo cáo kết quả xuất khẩu của Sở Công thương tỉnh Bình Phước).

Trong những năm đầu thành lập tỉnh thì nhân điều chủ yếu là xuất khẩu thô hay ký gửi cho các tỉnh khác nhưng từ năm 2005 đến năm 2010 thì tỷ lệ sản phẩm sau nhân điều xuất khẩu ra thị trường thế giới tăng nhanh cả về số lượng và chất lượng. Năm 2005 thì tỷ lệ sau nhân điều chỉ là 21% nhưng đến năm 2009 và 2010 thì tỷ lệ đã nâng lên 50% - 51%, khối lượng xuất khẩu sản phẩm sau nhân điều năm 2010 hơn 3 lần so với năm 2005 điều này minh chứng rằng các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất tại tỉnh Bình Phước thấy được tầm quan trọng và giá trị thực của việc xuất khẩu sản phẩm sau nhân điều nên đã nâng cao chất lượng sản phẩm thông qua đổi mới các dây chuyền sản xuất, đổi mới công nghệ, tìm kiếm được thị trường tiêu thụ trên thế giới. Đây là bước tiến rất quan trọng trong việc đưa ngành điều ngày càng giữ vị thế trong việc thúc đẩy sự phát triển kinh tế xã hội tại tỉnh nhà.

Tỷ trọng giá trị sản xuất của ngành công nghiệp chế biến điều trong ngành công nghiệp không ngừng tăng nhanh qua các năm. Trong năm 2000 thì giá trị nhân điều so sánh là 810,216 tỷ đồng thì đến năm 2010 là 1.260 tỷ đồng ( giá so sánh năm 1994).

Ngành xuất khẩu điều phát triển mạnh đã giải quyết việc làm cho lực lượng lao động tại địa phương góp phần ổn định phát triển kinh tế. Cụ thể trong năm 2000 tổng số lao động trong ngành công nghiệp chế biến điều xuất khẩu là 5.195 người nhưng đến năm 2010 lao động trong lĩnh vực này đã đạt 23.794 lao động.

Ngày càng có nhiều doanh nghiệp đơn vị tham gia vào việc sản xuất điều tại địa phương, minh chứng trong những năm 1997 toàn tỉnh chỉ có một vài doanh nghiệp nhỏ và một số cơ sở sản xuất nhưng đến nay toàn tỉnh đã có 180 doanh nghiệp, 119 cơ sở sản xuất điều ( chưa tính các đơn vị gia công) nếu tính luôn các đơn vị gia công thì số lượng lên đến 581 cơ sở. Điều chính là lĩnh vực

thu hút nhiều nhà đầu tư nhất chính vì vậy trong một thời gian không dài nhưng đã có rất nhiều nhà đầu tư tham gia sản xuất tạo một môi trường cạnh tranh ngay tại địa phương. Qua đó thành lập được một cơ quan trung gian là Hiệp hội điều Bình Phước đại diện cho doanh nghiệp trong việc trao đổi thông tin mua bán nguyên liệu, tìm kiếm khách hàng và đại diện quyền lợi của doanh nghiệp trong các chính sách của tỉnh Bình Phước.

Việc đảm bảo giá thu mua nguyên liệu điều làm sản phẩm xuất khẩu trong những năm qua tương đối ổn định, nó tạo lòng tin trong người dân trồng điều. Vì vậy, rất nhiều người dân đã gắn cuộc sống của mình với cây điều qua đó rất nhiều nông dân Bình Phước đã làm giàu từ cây điều và cũng không ít gia đình thoát nghèo từ việc trồng cây điều góp phần phát triển địa phương bền vững hơn.

**+ Bên cạnh những thành tựu đạt được thì hoạt động xuất khẩu điều Bình Phước còn những Hạn chế:**

Hoạt động mua bán nguyên liệu và nhân điều còn phụ thuộc quá nhiều vào sự điều tiết của một nhóm số đông thương lái lớn, việc buôn bán có nhiều biểu hiện của gian lận thương mại, cạnh tranh kém lành mạnh, dẫn đến giảm lợi nhuận và tính cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường

Xuất khẩu tăng nhanh nhưng vẫn chưa vững chắc và rất dễ bị tổn thương bởi sự biến động giá trên thị trường thế giới hay xuất hiện sự rào cản thương mại mới của nước ngoài. Mặc dù chúng ta là nước xuất khẩu nhân điều đứng thứ 1 trên thế giới nhưng chúng ta không điều tiết được lượng cung cầu sản phẩm trên thị trường từ đó có thể điều chỉnh được giá cả của thế giới, do hiệp hội điều của chúng ta chưa hoạt động đúng chức năng. Các nhà sản xuất trong nước tác chiến thị trường nước ngoài còn mang tính độc lập không liên kết lại với nhau vì vậy mà chúng ta luôn bị nước ngoài chi phối giá cả. Mặt khác, thị trường trong nước

lại bị các doanh nghiệp bỏ ngỏ, nếu khai thác tốt thị trường nội địa thì các doanh nghiệp trong tỉnh sẽ đỡ một gánh nặng đầu ra cho sản phẩm.

Cơ cấu mặt hàng chưa đa dạng, chủ yếu là xuất khẩu nhân điều mà chưa tập trung phát triển mặt hàng mới từ nhân điều, chỉ mới sản xuất được một số loại sản phẩm sau nhân điều. Việc nghiên cứu sản xuất ra những hương vị mới trên nền của chất lượng hạt điều còn rất hạn chế, chủ yếu là sản xuất những sản phẩm đã được thị trường chấp nhận. Bình Phước là vùng nguyên liệu nhưng tại địa phương chủ yếu là các cơ sở sản xuất gia công nhiều hơn là tạo ra sản phẩm mang thương hiệu riêng của tỉnh ra thị trường thế giới. Chủ yếu là sản xuất theo chiều rộng, chưa đi vào chiều sâu vì vậy mới chỉ khai thác được lợi thế so sánh sẵn có mà chưa khai thác được nhiều lợi thế cạnh tranh thông qua xây dựng ngành công nghiệp chế biến điều liên kết chặt chẽ với nhau tạo thành chuỗi giá trị gia tăng xuất khẩu lớn.

Khả năng chủ động nắm bắt những cơ hội thuận lợi để thâm nhập và khai thác thị trường xuất khẩu còn nhiều hạn chế. Chưa tận dụng triệt để lợi ích từ việc gia nhập WTO, các hiệp định thương mại song phương và khu vực đã ký kết giữa Việt Nam và các đối tác để khai thác hết tiềm năng của các thị trường lớn như Mỹ, EU, Trung Quốc. Do nhiều nguyên nhân chẳng hạn như chúng ta không hiểu rõ luật chơi, tiêu chuẩn kỹ thuật sản phẩm, các điều kiện giao hàng... từ đó dẫn đến nhiều doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Bình Phước không thể đưa trực tiếp sản phẩm vào các thị trường trên.

Hầu hết các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh không có mạng lưới đại diện đặc biệt về thương mại ở nước ngoài, nhìn chung là rất yếu kém, chưa thực sự hỗ trợ đắc lực cho hoạt động xuất khẩu, các chương trình xúc tiến thương mại nhỏ lẻ và chưa đạt hiệu quả cao. Các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh, ngoài một số doanh nghiệp có lượng khách hàng ổn định trên thị trường nước ngoài, một số



khác khi đưa sản phẩm ra nước ngoài thì thường qua một kênh trung gian giới thiệu, hoặc đại diện nước ngoài nhập khẩu nhân điều tại tỉnh Bình Phước và bán lại cho các doanh nghiệp nước ngoài làm nguyên liệu đầu vào cho sản xuất sản phẩm sau nhân điều. Do đó, lợi nhuận mà doanh nghiệp có được lại phải chia 01 phần không nhỏ cho các đại lý trung gian nước ngoài. Hiện tượng này vẫn tiếp diễn nếu thương hiệu điều Bình Phước không được chú trọng và đầu tư đúng mức.

Thị trường xuất khẩu tăng trưởng không đều, trong khi các thị trường như Mỹ, Trung Quốc, EU,... tăng trưởng khá cao thì một số thị trường khác lại tăng chậm hoặc không tăng như thị trường ASEAN, Nhật, Úc... Các doanh nghiệp trong tỉnh nhận chuyển giao công nghệ từ ngân sách nhà nước hầu như rất ít.

#### **2.4.2. Những nguyên nhân, thách thức**

##### **+ Nguyên nhân chủ quan:**

- Sự phát triển của các cơ sở điều còn nhiều bất cập, các thông tin về nguyên liệu, sản phẩm điều thiếu chính xác và không có tính hệ thống.
- Vai trò của hiệp hội chế biến và xuất khẩu điều trong quá trình phát triển ngành điều chưa đáp ứng được yêu cầu đặt ra trong thời kỳ mới.
- Chưa có sự phối kết hợp nhịp nhàng giữa các thành phần tham gia phát triển ngành điều, các cá nhân tham gia sản xuất, thương lái, người dân trồng điều trong nước.
- Thương hiệu điều chưa được nhìn nhận trên thị trường ( các doanh nghiệp trên địa bàn chủ yếu là gia công hoặc xuất khẩu điều qua trung gian).
- Do cây điều được trồng trên diện tích lớn từ lâu đời, nên giống cây cũ cho năng suất thấp. Nếu thay thế cây điều năng suất cao hơn thì người dân lại chuyển đổi sang loại cây trồng khác có giá trị cao hơn.

**+ Nguyên nhân khách quan:**

- Giá điều luôn biến động mạnh giá mua nguyên liệu đầu năm và cuối năm luôn có sự chênh lệch lớn về giá. Trong khi đó các giải pháp ứng phó chưa kịp thời dẫn đến thiệt hại không nhỏ cho các doanh nghiệp sản xuất trong nước.

- Điều kiện tự nhiên ảnh hưởng lớn đến giá điều của năm sản xuất.

- Phụ thuộc rất nhiều vào nhu cầu của các nhà nhập khẩu nước ngoài trong quá trình xuất khẩu.

**+ Thách thức đối với đẩy mạnh xuất khẩu điều:**

- Nguyên liệu chế biến nhân điều và sản phẩm sau nhân điều ngày càng giảm.

- Nguồn vốn đầu tư trung hạn cho các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu điều thiếu.

- Các doanh nghiệp chế biến điều với công suất nhỏ sẽ khó tồn tại vì các doanh nghiệp này thiếu các điều kiện cần thiết như: Vốn, Công nghệ, Quản lý, tiếp cận thị trường...

- Thách thức rất lớn đối với ngành công nghiệp chế biến điều là yếu tố thâm dụng lao động trong thị trường lao động đang có xu hướng chuyển sang những ngành khác ổn định và có thu nhập cao hơn, đặc biệt với các cơ sở sản xuất nhỏ lẻ thiếu lao động tại chỗ ngày càng phổ biến, nếu không khắc phục được sẽ dẫn đến tình trạng đóng cửa cơ sở sản xuất.

- Các rào cản kỹ thuật thương mại như quy định kỹ thuật sản xuất, vệ sinh an toàn thực phẩm, quy trình trồng điều, đất trồng điều... là những yêu cầu bắt buộc đối với sản phẩm xuất khẩu sang những thị trường khó tính. Đây là khó khăn rất lớn đối với doanh nghiệp địa phương hiện nay vì công nghệ lạc hậu nên

chỉ xuất khẩu ra nước ngoài nhân điều từ đây các doanh nghiệp nước ngoài hợp thức hóa sản phẩm bằng cách thay nhãn, mác, kiểu dáng bao bì...

Để có những giải pháp tích cực hiệu quả và sát với thực tế qua đó giải quyết những tồn tại, khó khăn mà ngành sản xuất, xuất khẩu điều tỉnh Bình Phước đối mặt trong thời gian qua, thì những luận giải của phần tiếp theo sẽ giải quyết được phần nào đó để ngành điều địa phương có hướng đi mới trong tương lai.

## **CHƯƠNG 3:**

# **GIẢI PHÁP CƠ BẢN NHẪM ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU HẠT ĐIỀU TỈNH BÌNH PHƯỚC**

### **3.1. Định hướng chung của tỉnh Bình Phước đối với ngành xuất khẩu hạt điều**

#### **3.1.1. Mục tiêu phát triển**

*+ Mục tiêu chung:*

Đánh giá được thực trạng của ngành công nghiệp chế biến, xuất khẩu điều trong phạm vi toàn tỉnh.

Xác định được nguyên nhân khó khăn, tồn tại phát triển ngành công nghiệp chế biến xuất khẩu điều từ năm 2000 – 2010 về nhận thức của người sản xuất, người tiêu dùng làm cơ sở cho các giải pháp phát triển ngành công nghiệp chế biến xuất khẩu điều.

Xây dựng quy hoạch tổng thể và định hướng phát triển ngành công nghiệp chế biến, xuất khẩu điều trên phạm vi toàn tỉnh giai đoạn 2011-2015 và tầm nhìn 2020 nhằm khai thác tối đa nguồn nguyên liệu sẵn có, góp phần phát triển bền vững nguồn nhiên liệu, không ngừng nâng cao thu nhập cho người sản xuất, tạo ra các sản phẩm chất lượng cao, nâng cao vị thế ngành điều Bình Phước trên thị trường.

Phát triển ngành công nghiệp chế biến, xuất khẩu điều phải hài hòa giữa phát triển kinh tế xã hội và bảo vệ môi trường.

**+ Mục tiêu cụ thể:**

<b>ST T</b>	<b>MỤC TIÊU</b>	<b>ĐVT</b>	<b>Kết quả 2010</b>	<b>Chỉ tiêu 2015</b>	<b>Định hướng 2020</b>
1	<b>Công suất thiết kế</b>	Tấn/năm			
2	Chế biến hạt điều	Tấn/năm	130.100	130.100	130.100
3	Chế biến vỏ hạt điều	Tấn/năm	2.654	6.935	14.720
4	Chế biến sau nhân điều	Tấn/năm	5.724	13.449	16.742
5	<b>Số lượng sản phẩm chế biến</b>				
6	Nhân điều	Tấn/năm	28.622	28.622	28.622
7	Nhân điều thô xuất khẩu	Tấn/năm	22.898	15.173	12.880
8	Nhân điều chế biến thành phẩm	Tấn/năm	5.724	13.449	15.742
9	Trong đó: Xuất khẩu	Tấn/năm	5.324	9.560	12.594
10	Dầu vỏ hạt điều	Tấn/năm	2.654	6.935	13.720
11	<b>Giá trị sản xuất ( theo giá so sánh)</b>		<b>2.495</b>	<b>3.680</b>	<b>4.584</b>
12	Nhân điều thô xuất khẩu	Tỷ đồng	1.053	690	592
13	Chế biến sau nhân điều	Tỷ đồng	1.431	2.964	3.936
14	Dầu vỏ hạt điều	Tỷ đồng	11	32	56
15	<b>Kim ngạch xuất khẩu</b>	<b>Triệu USD</b>	<b>246</b>	<b>312</b>	<b>393</b>
16	Nhân điều thô xuất khẩu	Triệu USD	106	77	54
17	Nhân điều chế biến thành phẩm	Triệu USD	139	239	368
18	Dầu vỏ hạt điều	Triệu USD	1,2	3	6

### **3.1.2. Định hướng phát triển**

Để có định hướng phát triển hiệu quả, bền vững cần phải phân tích các mối liên hệ giữa các yếu tố như: hiệu quả kinh tế, xã hội, môi trường, cụ thể:

Thứ 1: Vấn đề kinh tế, ta thấy nếu các doanh nghiệp xuất khẩu nhân điều khô thì chỉ có thể thu về 15% giá trị, còn lại 85% giá trị thuộc về các nhà chế biến thành phẩm, cũng như lợi nhuận chia cho các nhà tiêu thụ nước ngoài.

Thứ 2: Vấn đề lao động: Lao động trong lĩnh vực nông nghiệp cao hơn nhiều so với lao động thuần nông, trong thời gian qua lực lượng lao động trong ngành này tương đối cao, hiện nay Bình Phước mở rộng nhiều khu công nghiệp nên ngành điều phải cạnh tranh gay gắt lực lượng lao động với các ngành khác như dệt, may, gia công hàng công nghiệp... Trong tình hình hiện nay nếu ngành điều không có chiến lược, kế hoạch cụ thể thì sẽ rất khó cạnh tranh lao động với các ngành trên vì lao động trong ngành điều độc hại, mất sức khỏe hơn so với các ngành khác trong khi đó thu nhập lại không đảm bảo. Hiện nay, tình trạng thiếu lao động trong ngành điều diễn ra khá phổ biến trên địa bàn tỉnh.

Thứ 3: Vấn đề môi trường, công suất chế biến hiện nay trên 130.000 tấn/năm, hàng năm ngành điều thải ra thị trường khoảng 550 tấn cặn dầu điều và khoảng 685.000 m<sup>3</sup> nước, chưa kể khí thải độc hại, do đó vấn đề môi trường cần được nhìn nhận một cách khách quan và đúng mức.

Để đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội, đảm bảo vấn đề môi trường theo một lộ trình quy định, tỉnh Bình Phước cần có một số định hướng phát triển cụ thể như sau:

- Không nên mở rộng công suất chế biến hạt điều, chỉ nên giữ ở mức 130.100 tấn/năm, đồng thời tăng năng suất chế biến các sản phẩm sau nhân điều. Đẩy nhanh cơ giới hóa công nghiệp chế biến hạt điều, để đảm bảo chất lượng sản phẩm, giải quyết được vấn nạn khan hiếm lao động trong khâu sản xuất này.

- Chuyển đổi dần công nghệ sản xuất chao dầu gây ô nhiễm bằng công nghệ hấp hơi nước bão hòa, đến năm 2015 loại bỏ hoàn toàn công nghệ sản xuất chao dầu.

- Tập trung sản xuất các sản phẩm sau nhân điều như: dầu điều, gỗ điều... nhằm gia tăng giá trị và tận dụng tất cả các nguồn tài nguyên của ngành điều.

- Nghiên cứu phát triển được các sản phẩm phụ khác như cốm, nước ép từ quả điều với chi phí sản xuất thấp nhất.

## **3.2. Các giải pháp cơ bản để đẩy mạnh xuất khẩu hạt điều tỉnh Bình Phước**

### **3.2.1. Chiến lược phát triển, quy hoạch vùng trọng điểm đối với cây điều trong toàn tỉnh**

Nhìn tổng mức sản xuất, công suất, năng suất trên các huyện thị trong toàn tỉnh ta thấy tỉnh Bình Phước cần có quy hoạch cụ thể đối với từng huyện thị trong việc phát triển các cơ sở sản xuất sao cho phù hợp với đặc điểm của từng khu vực, cụ thể huyện Bù Đăng, Bù Gia Mập là hai huyện cung cấp nguyên liệu đầu vào chủ yếu của toàn tỉnh, các huyện khác như Bình Long, Chơn Thành, Hớn Quản... diện tích trồng điều ít nên sản lượng chiếm tỷ trọng nhỏ. Do đó, phải quy hoạch được 02 huyện Bù Đăng và Bù Gia Mập là vùng trọng điểm trong việc phát triển ngành điều tại địa phương, riêng các huyện khác thì duy trì diện tích trồng điều hiện tại, thay đổi giống điều để nâng cao năng suất. Quy hoạch khu công nghiệp gắn liền với từng địa phương để tạo đà tăng trưởng và phát huy hiệu quả nguồn lực, tập trung phát triển các khu công nghiệp tại huyện Đồng Phú, Bù Đăng, Bù Gia Mập, thị xã Phước Long để thu hút các doanh nghiệp tại địa phương di chuyển cơ sở sản xuất từ các khu dân cư vào các khu công nghiệp. Qua đó, có thể tập trung các doanh nghiệp và tránh ô nhiễm môi trường. Quy hoạch cụ thể đối với 02 vùng nguyên liệu trọng điểm và các khu công nghiệp:

Quy hoạch vùng nguyên liệu trọng điểm của tỉnh:

- Đối với các huyện, thị xã trừ 02 huyện Bù Đăng và Bù Gia Mập phải đảm bảo duy trì được diện tích đất trồng điều và tăng dần năng suất;

- Đối với huyện Bù Đăng diện tích trồng điều tăng nhanh trong những năm gần đây, năm 2000 diện tích trồng điều 17.791 ha nhưng đến năm 2010 diện tích đã là 50.822 ha, cho tổng sản phẩm năm 2010 là 46.215 tấn chiếm khoảng 1/3 tổng sản phẩm trên toàn tỉnh. Ta thấy Bù Đăng là vùng nguyên liệu chiến lược của tỉnh Bình Phước trong suốt giai đoạn qua, để đảm bảo nguồn nhiên liệu cho địa phương trong tương lai thì Bù Đăng phải đảm bảo cung cấp 74.108 tấn vào năm 2015, 85.934 tấn năm 2020;

- Đối với huyện Bù Gia Mập được tách ra từ huyện Phước Long nhưng do vị trí địa lý nên diện tích trồng điều trên toàn huyện chiếm 90% tổng diện tích trồng điều của huyện Phước Long cũ: Năm 2010 diện tích trồng điều của toàn huyện Phước Long cũ là 56.675 ha ( chiếm khoảng 35% tổng diện tích của toàn tỉnh) tổng sản lượng của huyện 58.426 tấn với sản lượng như vậy Bù Gia Mập phải đảm bảo duy trì sản lượng và không ngừng nâng cao chất lượng, để làm được điều này thì các huyện cần phải có chính sách cụ thể:

➤ Từng bước nâng cao năng suất trên từng diện tích đất hiện có, mở rộng diện tích trồng điều từ rừng nghèo kiệt, nhà nước phối hợp với doanh nghiệp hướng dẫn người dân thay thế giống điều cũ cho năng suất thấp bằng những giống cây mới cho năng suất cao.

➤ Hàng năm tại địa phương phải định kỳ tổ chức các lớp bồi dưỡng kiến thức trồng và chăm sóc cây điều cho năng suất cao hoặc tuyên truyền trên đài phát thanh truyền hình thông qua chuyên mục Nhà nông, nghiên cứu trồng xen canh một số loại cây phù hợp dưới tán điều nhưng không ảnh hưởng đến chất lượng đất, giá trị lợi nhuận sinh ra sẽ cao từ đó người dân không chuyển đất sang mục đích sử dụng khác...

➤ Quy hoạch các khu công nghiệp sản xuất, chế biến xuất khẩu điều trọng điểm, các cơ sở sản xuất, các doanh nghiệp xuất khẩu điều lớn chủ yếu tập



trung ở huyện Đông Phú, Bù Đăng, Bù Gia Mập và thị xã Phước Long, phần lớn các cơ sở có công suất sản xuất nhỏ nếu muốn phát triển mang lại hiệu quả cao trong thời kỳ hội nhập kinh tế thế giới thì các doanh nghiệp, cơ sở phải có công suất từ 2.000 tấn năm. Để đạt được chỉ tiêu này thì tỉnh phải xây dựng hoàn chỉnh các khu công nghiệp đã đề ra chẳng hạn như Minh Hưng của huyện Bù Đăng, Khu công nghiệp Bắc Đông Phú, Khu công nghiệp ĐaKia, Phú Mỹ huyện Bù Gia Mập. Chuyển dần các cơ sở sản xuất phân tán trong các khu dân cư vào các khu công nghiệp để cùng phối hợp sản xuất, bằng các chính sách ưu đãi thuế, xử phạt về ô nhiễm môi trường trong các khu dân cư... để chuyển dịch các cơ sở sản xuất cho hiệu quả. Khi tập trung được các doanh nghiệp và cơ sở sản xuất thì có quy hoạch cụ thể năng suất chế biến của từng huyện căn cứ vào số doanh nghiệp hiện có tại địa phương, như huyện Phước Long đến năm 2015 phải sản xuất được 54.100 tấn; Bù Đăng 30.000 tấn; Bù Gia Mập 12.000 tấn; Đông Phú 55.000 tấn. Giao chỉ tiêu cho các ngành chức năng, doanh nghiệp làm cơ sở để phân đầu đạt được và định hướng cho phát triển sản xuất, đẩy mạnh xuất khẩu.

### **3.2.2. Chính sách khuyến khích đầu tư, tái đầu tư đối với các doanh nghiệp**

#### **+ Chính sách tín dụng:**

- Ngân hàng xem xét cho doanh nghiệp vay với hạn mức cao, có thể tăng mức hạn mức cho vay, chấp nhận cho một số doanh nghiệp vay tín chấp nếu có phương án sản xuất để xuất khẩu tốt.

- Khuyến khích, hỗ trợ tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp tiếp cận mọi nguồn vốn. Chú trọng hỗ trợ các doanh nghiệp công nghiệp vừa và nhỏ từ các nguồn vốn hỗ trợ của các tổ chức Chính phủ và phi Chính phủ, quốc tế. Tạo cơ chế hình thành các nguồn vốn hỗ trợ ban đầu cho các doanh nghiệp mới gia nhập thị trường.

+ **Chính sách hỗ trợ:**

- Tập trung phát triển cơ sở hạ tầng giao thông, chủ yếu là hệ thống đường xá, ở những nơi có thể phát triển mạnh mẽ, có sức lan tỏa, ảnh hưởng đến các khu vực khác trong toàn tỉnh.

- Hỗ trợ kinh phí ( không trái với thông lệ quốc tế) để ngành điều có điều kiện kinh doanh hiệu quả và quảng bá thương hiệu, mở rộng thị trường tiêu thụ thông qua các chương trình xúc tiến đầu tư, thương mại.

- Khuyến khích và tạo điều kiện cho doanh nghiệp mở rộng quan hệ liên kết, bảo đảm nguyên liệu đầu vào, chế biến, phân phối sản phẩm trên thị trường.

- Tăng cường đầu tư về vốn, cơ sở vật chất và nhân lực cho hoạt động nghiên cứu triển khai ( R – D), phát triển các doanh nghiệp áp dụng khoa học công nghệ, gắn kết hoạt động giữa các viện nghiên cứu, các trường đại học và các doanh nghiệp sản xuất điều trên địa phương.

- Hỗ trợ và khuyến khích các doanh nghiệp sản xuất điều thực hiện các nghiên cứu ứng dụng và cải tiến đào tạo nguồn nhân lực ( cả nhân lực quản lý ) có chất lượng cao.

- Hỗ trợ vốn đào tạo nguồn nhân lực cho công nhân, cán bộ quản lý trong ngành công nghiệp chế biến xuất khẩu điều.

+ **Chính sách thuế:**

- Ngoài các cam kết chung theo thông lệ quốc tế, ngành sản xuất điều còn được miễn giảm thuế nếu doanh nghiệp đi đầu trong việc cải tiến công nghệ, di dời nơi sản xuất từ nơi dân cư sang các khu công nghiệp tập trung.

- Duy trì các chính sách ưu đãi đầu tư không trái với quy định của WTO như các hình thức ưu đãi gián tiếp, ưu đãi các dự án phát triển nông nghiệp, lâm nghiệp, nông sản đặc biệt là ngành điều tại địa phương.

- Cụ thể hóa khung miễn giảm thuế thu nhập đối với các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực chế biến các sản phẩm phụ nhằm nâng cao giá trị gia tăng cho ngành điều.

### **3.2.3. Nâng cao vai trò của hiệp hội ngành điều**

Để đẩy mạnh xuất khẩu điều Bình Phước thì Hiệp hội điều cần có những phối hợp với Sở Công thương, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn trong việc quản lý, điều hành trong một số lĩnh vực sau:

- Hỗ trợ và chỉ đạo các doanh nghiệp nhanh chóng thay đổi quy trình sản xuất, thay đổi công nghệ, sản xuất sản phẩm theo chất lượng ISO, HACCP, GMP và giám sát việc thực hiện đăng ký các tiêu chí về nhãn hiệu, thương hiệu hàng hóa.

- Tăng cường công tác kiểm tra, thanh tra các hoạt động mua điều, an toàn lao động, an toàn vệ sinh thực phẩm...

- Tổ chức giám sát các doanh nghiệp trong việc sản xuất, thu mua, chế biến, bảo quản, tiêu thụ điều qua đó thấy được những tồn tại vướng mắc cụ thể để tìm ra được giải pháp khắc phục.

- Xây dựng được các dự án đầu tư phát triển để đẩy mạnh sản xuất, xuất khẩu hạt điều và tham mưu tổ chức thẩm định phê duyệt các dự án điều theo quy định của nhà nước.

- Xây dựng được các chính sách bình ổn giá điều, nguyên liệu điều trong vùng quy hoạch nhằm ổn định đời sống cho người dân sản xuất điều, người nghèo, người dân tộc thiểu số.

- Phối hợp với các cơ quan trực thuộc Sở Công thương, Ủy ban nhân dân địa phương tổ chức triển khai quy hoạch, dự án phát triển điều và tiến hành giám sát trong suốt quá trình thực hiện dự án.

- Tăng cường hoạt động quản lý thị trường, không để xảy ra tình trạng gian lận thương mại, xử lý thật nghiêm các trường hợp vi phạm.
- Những nhiệm vụ quan trọng mà Hiệp hội điều cần làm tốt theo đúng chức năng của mình.
- Kiện toàn bộ máy, nâng cao chức năng quản lý điều hành, tạo được mối quan hệ gắn kết với các ban, ngành, địa phương, nâng cao hiệu quả sản xuất của các hội viên, đưa ngành điều Bình Phước ngày càng có vị trí quan trọng trên thị trường thế giới.
- Tạo được mối quan hệ gắn kết, đoàn kết giữa các hội viên, là nơi chia sẻ thông tin chính xác trong việc tổ chức thu mua, nhập khẩu hạt điều,... tăng cường các cuộc hội thảo, tổ chức cho các hội viên tham gia xúc tiến thị trường trong nước, khu vực và thế giới, đặc biệt đưa ra được những dự báo thị trường chính xác.

### **3.2.4. Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho ngành điều**

#### **+ *Đối với doanh nghiệp:***

- Đầu tiên doanh nghiệp phải thay đổi công nghệ để nâng cao năng suất, qua đó giảm tối đa sức lao động, lao động chủ yếu tập chung sản xuất trong các dây truyền hiện đại, hạn chế sử dụng lao động phổ thông. Xây dựng được các chương trình thu hút nguồn nhân lực như xây dựng được khu nhà nghỉ cho công nhân, xây dựng được các nhà trẻ để các lao động nữ khi công tác tại đơn vị có thể gửi con tại các cơ sở giữ trẻ gần nơi công tác, hàng tháng định kỳ thi nâng tay nghề, cán bộ giỏi hướng dẫn các nhân viên mới kỹ thuật sản xuất, kỹ thuật lao động.

- Thực hiện đặt hàng với các trường đại học có uy tín để tìm kiếm những lao động trẻ năng động, có năng lực, những người này có thể tìm kiếm thị trường mới vì họ tư duy mới trong kinh doanh, nhiệt huyết...

- Có chính sách đãi ngộ tốt đối với những người thể hiện lòng trung thành, siêng năng và tận tụy với doanh nghiệp.

- Để có đội ngũ lãnh đạo có khả năng hoạch định chiến lược phát triển lâu dài và bền vững trong một số trường hợp phải thuê mướn các giám đốc tài chính, Marketing... để điều hành, qua đó giúp quản lý doanh nghiệp phát triển nhanh chóng, cũng như tạo nên một sức bật mới trên thị trường.

**+ Đối với nhà nước:**

- Các cán bộ quản lý nhà nước phải được đào tạo bài bản, có am hiểu các quy định chung, cũng như thông lệ quốc tế, hiểu biết pháp luật, nắm vững được chính sách nhà nước để qua đó có thể hướng dẫn doanh nghiệp thực hiện các quy định theo chế độ hiện hành.

- Liên kết được với các tỉnh, thành phố lân cận, những nơi có chất lượng đào tạo lao động phổ thông, từ đó không ngừng nâng cao tay nghề nhằm đáp ứng yêu cầu trong sản xuất để xuất khẩu. Do lao động Bình Phước có trình độ học vấn thấp nên việc mở rộng liên kết với nhiều loại hình đào tạo kết hợp đào tạo dài hạn với đào tạo ngắn hạn, kết hợp đào tạo chính quy với đào tạo tại chỗ để người dân có thể tham gia học tập nâng cao trình độ, đáp ứng được yêu cầu tại địa phương.

- Đào tạo nguồn nhân lực phải đảm bảo một số nguyên tắc như: tăng nhanh về quy mô, chất lượng, hiệu quả, cơ cấu lao động phải hợp lý cho các thời kỳ phát triển công nghiệp chế biến xuất khẩu điều. Đây là các tiêu chí hết sức quan trọng trong tiến trình hội nhập kinh tế, vì đảm bảo các tiêu chí trên thì lao

động khi tham gia vào các dây chuyền sản xuất mới có thể nhanh chóng nắm bắt được công nghệ và áp dụng đúng quy trình chất lượng.

- Đẩy mạnh xã hội hóa trong công tác đào tạo nghề, đa dạng hóa các loại hình đào tạo, tạo điều kiện thuận lợi tối đa cho người học nghề, sau khi học nghề xong có thể đảm bảo công việc với thu nhập cao, đặc biệt có sự liên kết giữa các cơ sở đào tạo nghề với các Doanh nghiệp sản xuất điều để ngay sau khi đào tạo xong chắc chắn người lao động sẽ được nhận vào làm tại các Doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh.

- Ngoài ra, trong tỉnh còn đầu tư nâng cấp Trường Trung cấp nghề Tôn Đức Thắng trở thành trường đào tạo nghề chuẩn quốc gia tại khu vực miền đông. Hỗ trợ học phí và chi phí học tập cho các học viên trong tỉnh tạo công ăn việc làm cho người lao động nghèo, đồng bào dân tộc thiểu số, các hộ chuyển đổi loại hình sản xuất. Qua đây, hàng năm phải đảm bảo cung cấp một lượng lao động cho các cơ sở sản xuất qua đó ổn định kinh tế-xã hội.

- Sử dụng nguồn kinh phí đào tạo nghề cho lao động nông thôn ( kinh phí Trung ương hỗ trợ cho địa phương) để đào tạo ngắn hạn cho lao động phổ thông, lao động thất nghiệp có thể nắm bắt được kỹ thuật chăm, trồng điều cũng như kỹ năng sản xuất. Theo đề án thì trong khoảng thời gian 2011 – 2015 đào tạo cho khoảng 50.000 lao động phổ thông có thể áp dụng trình độ kỹ thuật và có tay nghề cao trong các ngành sản xuất công – nông nghiệp.

- Địa phương căn cứ tình hình ngân sách chủ động bố trí ngân sách trong việc đào tạo nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cho các doanh nghiệp trên địa bàn ví dụ như mở các lớp như khởi sự doanh nghiệp, quản trị doanh nghiệp, các lớp thương mại điện tử trong kinh doanh cho các doanh nghiệp,... Để qua đó các doanh nghiệp có thể mua bán trao đổi hàng hóa trên mạng, nắm bắt các chính

sách về thuế ưu đãi, thuế thu nhập doanh nghiệp, kỹ năng thiết kế mẫu mã sản phẩm, kiến thức về tiêu chuẩn chất lượng nguyên liệu, môi trường và lao động...

### **3.2.5. Nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp**

#### **3.2.5.1. Thu mua và xây dựng vùng nguyên liệu đầu vào**

+ Đây là khâu rất quan trọng vì nó quyết định đến đầu ra của sản phẩm nếu muốn sản phẩm sau nhân điều có chất lượng cao, có khả năng cạnh tranh trên thương trường, giá thành sản phẩm thấp thì việc thu mua nguyên liệu phải đảm bảo được các yêu cầu sau:

- Các cơ sở, doanh nghiệp sản xuất lớn phải có các điểm thu mua có nhãn hiệu Doanh nghiệp trong việc mua nguyên liệu, tại các điểm thu mua Doanh nghiệp này phải hoàn thiện về quy trình mua, phân loại rõ các sản phẩm hạt điều ngay từ công đoạn đầu, chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng phải được cải thiện. Qua đó, tạo cho người nông dân trồng điều luôn thấy thỏa mãn khi cung ứng nguyên liệu cho Doanh nghiệp hơn là những địa điểm thu mua khác. Để đáp ứng được yêu cầu trên người thu mua điều cho Doanh nghiệp phải là những nhân viên có năng lực, trình độ, được đào tạo bài bản và phải xây dựng được chiến lược chăm sóc khách hàng dài hạn, phải xây dựng quy trình mua nguyên liệu đạt tiêu chuẩn chất lượng.

- Hạn chế việc mua lại của các trung gian, vì nếu mua lại từ trung gian quá nhiều sẽ dẫn đến giá hạt điều bị tăng lên so với giá thực của nó. Tuy nhiên theo thống kê, doanh nghiệp sản xuất phải mua nguyên liệu từ trung gian hơn 60% nguyên liệu cho nhà máy. Trong giai đoạn 2011 – 2015 khi doanh nghiệp chưa tự thu gom nguyên liệu trực tiếp từ nông dân với số lượng lớn hơn thì doanh nghiệp cần phối hợp chặt chẽ với các thương lái tại địa phương. Để đảm bảo chất lượng sản phẩm doanh nghiệp phải sàng lọc những thương lái đã hợp tác lâu năm, luôn cung cấp sản lượng uy tín, chất lượng và thực hiện đúng các

cam kết trong các hợp đồng giao dịch trong quá khứ, có thể cung cấp số lượng sản phẩm với khối lượng lớn. Doanh nghiệp xây dựng niềm tin về việc chia sẻ lợi nhuận cho các thương lái trong việc cung cấp nguyên liệu cho mình, để từ đó các thương lái cũng sẵn sàng cung ứng cho doanh nghiệp những sản phẩm tốt nhất.

- Doanh nghiệp ngày càng chuyên môn hóa trong việc thu mua nguyên liệu trên các sàn giao dịch điều vì đây là một kênh phân phối rất hiệu quả và mang tính chuyên nghiệp cao. Khi tham gia vào sàn giao dịch điều thì doanh nghiệp sẽ được bảo hiểm về giá từ đó giảm thiểu tối đa về sự biến động giá trên thị trường, việc cung cầu hàng hóa được bảo đảm trong tương lai. Khi có các hợp đồng xuất khẩu sản phẩm sau nhân điều cho thị trường thế giới, doanh nghiệp có thể chủ động nguồn nhiên liệu, đảm bảo giá mua nguyên liệu đầu vào thông qua các sàn giao dịch để từ đó chủ động trong việc hoạch định chiến lược sản xuất sao cho tối ưu nhất.

- Tìm kiếm được nhiều kênh phân phối đầu vào ở các nước Châu Phi, để tránh tình trạng bị động do thiên tai, hạn hán làm cho năng suất, chất lượng hạt điều tại địa phương xấu trong năm đó, khi có nhiều kênh phân phối thì giá nguyên liệu đầu vào tương đối ổn định không diễn biến quá phức tạp. Tại Hiệp hội điều Việt Nam chia sẻ thông tin mua nguyên liệu đầu vào từ đó có thể phối hợp với các doanh nghiệp khác trên cả nước thực hiện các hợp đồng thương mại với đối tác nước ngoài về việc cung ứng hạt điều thô, như vậy sẽ giảm thiểu được chi phí giao dịch, chi phí vận chuyển, đảm bảo chất lượng hạt điều cao.

- Doanh nghiệp phải tạo ra mối quan hệ mật thiết đối với người dân trồng điều, sẵn sàng cho nông dân ứng vốn để mua thuốc trừ sâu, cải thiện chất lượng đất, nâng cao chất lượng sản phẩm, làm được điều này thì người dân sẽ cảm thấy mình có sự gắn kết quyền lợi của mình với doanh nghiệp, qua đó khi



thu hoạch sản phẩm nhất định người dân sẽ bán nguyên liệu hạt điều cho doanh nghiệp.

- Năng suất cây điều hiện nay tương đối thấp, vẫn có thể nâng cao năng suất cây trồng trên diện tích đất hiện hữu, trong quá trình điều ra hoa đối với một số nhánh cây phân tán lớn nhưng không ra hoa để tăng năng suất có thể chặt một số cành không phù hợp và ảnh hưởng đến những cành xung quanh, có thể sử dụng một số loại phân, thuốc trừ sâu, thuốc kích thích tăng trưởng ra hoa... trong quá trình áp dụng khoa học trên diện tích trồng điều doanh nghiệp có thể hỗ trợ kỹ thuật, cung cấp các loại thuốc cho người dân, sau khi người dân thu hoạch xong sẽ chiết khấu lại phần chi phí này của người nông dân. Đảm bảo hạt điều của người dân cung ứng có thể đáp ứng được yêu cầu chất lượng, quy trình sản xuất do đối tác nhập khẩu yêu cầu.

**+ Chiến lược mở rộng vùng nguyên liệu:**

- Các doanh nghiệp có thể tận dụng các chính sách ưu đãi của Chính phủ Lào, Campuchia để mở rộng sản xuất vùng nguyên liệu đầu vào cho ngành điều. Chính Phủ 02 nước có các chính sách ưu đãi về việc thuê đất cho sản xuất các loại cây Công nghiệp, các doanh nghiệp trong tỉnh có thể thuê đất để qua đó có thể xây dựng các nông trường trồng điều, các nông trường sử dụng các giống điều cho năng suất cao, theo yêu cầu của nhà nhập khẩu, tạo ra các sản phẩm sạch, đạt chất lượng. Nếu phát triển được các vùng nguyên liệu lớn ở 02 nước trên thì các doanh nghiệp không phải nhập khẩu hạt điều thô từ các nước Châu Phi mà còn có thể cung ứng nguyên liệu đầu vào cho các doanh nghiệp khác trong nước. Thực tế nước Lào diện tích đất canh tác còn rất nhiều, điều kiện tự nhiên rất phù hợp cho trồng cây điều, nhưng hiện nay hầu như cả nước mới có một vài điểm thí nghiệm trồng điều. Do đó, các doanh nghiệp tại Bình Phước muốn có nguồn

nguyên liệu ổn định thì việc khai thác và xây dựng các vùng nguyên liệu tại Lào là rất thuận lợi.

- Doanh nghiệp có thể kêu gọi các nhà nông trên địa bàn tham gia vào quá trình sản xuất của đơn vị bằng hình thức cổ phần hóa, hình thức góp vốn có thể sử dụng đất trồng điều, hoặc nguyên liệu điều thu hoạch hàng năm. Đây là chính sách mà người nông dân có thể thấy mình có quyền lợi với doanh nghiệp, khi thu hoạch nhất định phải cung ứng nguyên liệu cho doanh nghiệp mình liên kết.

- Từng bước xây dựng vùng nguyên liệu điều hữu cơ: đây là hạt điều sạch được sản xuất theo tiêu chuẩn mới, nó được chọn lọc giống tốt, không bón phân hóa học, phân vô cơ, thuốc trừ sâu, các loại thuốc tăng trưởng, mà chỉ sử dụng các loại phân hữu cơ tự tạo, công nghệ sản xuất phân hữu cơ phải đúng quy trình theo tiêu chuẩn ATVSTP. Trong năm 2011 các doanh nghiệp nên mạnh dạn mở rộng vùng nguyên liệu ở nước Lào, Campuchia áp dụng trồng các loại cây điều hữu cơ vì giá trị từ hạt điều hữu cơ cao hơn hạt điều trên thị trường hiện nay rất nhiều. Cụ thể, Doanh nghiệp Achal industries của Ấn độ bắt đầu sản xuất hạt điều hữu cơ từ năm 1995 nhưng đến 23/11/2006 doanh nghiệp được chứng nhận điều hữu cơ từ IMO của Thụy Sĩ về thị trường xuất khẩu, với diện tích trồng chỉ hơn 3.125 ha nhưng giá trị thu được rất cao vì được thị trường Châu Âu chấp nhận. Do đó, các doanh nghiệp trên địa phương ngoài việc cố gắng mở rộng thị trường nguyên liệu sang các nước lân cận còn phải tích cực chuyển giao công nghệ trồng điều hữu cơ cho người dân trên địa bàn tỉnh áp dụng công nghệ này, Vì yêu cầu chất lượng của thế giới đối với sản phẩm sau nhân điều ngày càng cao.

### **3.2.5.2. Giải pháp mở rộng thị trường**

+ *Thị trường truyền thống*

- Đối với thị trường Mỹ và EU: Phải không ngừng mở rộng và thắt chặt mối quan hệ với các đối tác tại các thị trường trên, tận dụng chính sách thuế, hạn ngạch nhập khẩu không bị hạn chế, các doanh nghiệp trong nước đẩy mạnh sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm. Doanh nghiệp sử dụng chính sách phân khúc thị trường, đối với thị trường đòi hỏi yêu cầu cao về chất lượng, mẫu mã sản phẩm, uy tín của doanh nghiệp. Để đáp ứng được, khi xuất khẩu sang thị trường này phải nêu rõ quy trình sản xuất từ khâu nguyên liệu đầu vào đến quy trình sản xuất ra thành phẩm đều đáp ứng được yêu cầu về ATVSTP. Đối với 02 thị trường trên việc mở rộng thị phần có nhiều thuận lợi do sản phẩm tại địa phương đã được nhiều đối tác và khách hàng chấp nhận, việc hợp tác đã được thực hiện từ lâu nên có nhiều thuận lợi. Đây là thị trường rất ổn định vì nhu cầu sử dụng hạt điều rất cao, tăng trưởng kinh tế luôn là khu vực cao nhất trên thế giới. Do đó, việc mở rộng và duy trì ở 02 thị trường trên có nhiều thuận lợi.

- Đối với thị trường Trung Quốc: Đây là một thị trường tiềm năng, thực tế những năm vừa qua Trung Quốc nhập khẩu hơn 50% tổng sản phẩm hạt điều tại địa phương. Các doanh nghiệp trong nước xuất khẩu sang thị trường này rất dễ dàng vì vị trí địa lý thuận lợi, từ địa phương vận chuyển hàng hóa và giao nhận với nước bạn rất dễ dàng. Mặt khác, yêu cầu của thị trường Trung Quốc không quá khó so với 02 thị trường Mỹ và EU. Tại thị trường này doanh nghiệp có thể bán sản phẩm không phải là chất lượng cao nhất nhưng vẫn được chấp nhận, do đó trong thời gian tới ngoài những đối tác lâu năm, các doanh nghiệp cần phải thăm định kỹ những đối tác trước khi ký kết các hợp đồng mua bán sản phẩm hạt điều. Tích cực triển khai nhiều dự án lớn tại thị trường trên ví dụ như tham gia hội chợ triển lãm, quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng, phối hợp với đối tác lâu năm quảng bá thương hiệu điều trên nhiều phương tiện khác nhau trên quan điểm chia sẻ quyền lợi....

- Đối với thị trường Úc: Đây là thị trường đòi hỏi chất lượng sản phẩm cao, tính ổn định của sản phẩm đặt lên hàng đầu. Cho nên các doanh nghiệp phải đẩy mạnh sản xuất và cung ứng sản phẩm đạt chất lượng theo yêu cầu của đối tác, ngoài ra phải chủ động xúc tiến thương mại, giới thiệu sản phẩm đối với thị trường, có thể sử dụng chính sách cho sử dụng hàng mẫu, hội nghị khách hàng thường niên với chất lượng tăng dần qua từng năm trên thị trường này, từ đó người sử dụng tự đánh giá và so sánh với các sản phẩm hạt điều của tỉnh Bình Phước so với các nước khác.

#### **+ *Thị trường tiềm năng***

- Hàng năm căn cứ các báo cáo số liệu nhập khẩu hạt điều đối với thị trường không phải là thị trường truyền thống của Hiệp hội điều Việt Nam và thông qua các tổ chức để xem xét tốc độ tăng trưởng kinh tế của các khu vực thuộc thị trường này để từ đó chính sách thích hợp cho việc mở rộng phát triển thị trường tiềm năng. Đối với các thị trường tiềm năng nếu tốc độ tăng trưởng kinh tế ổn định, nhu cầu nhập khẩu hạt điều ngày càng tăng thì nhanh chóng mở rộng và tiếp cận tìm đối tác phát triển thị trường này.

- Đối với thị trường ASEAN lộ trình thuế quan đã được thông qua, các hiệp định thương mại đã được ký kết giữa Việt Nam và các thành viên, đây là cơ hội rất lớn đối với các doanh nghiệp địa phương khi khai thác tại khu vực trên.

- Mở rộng thị phần tại thị trường là các nước Châu Phi, đây là thị trường không đòi hỏi cao về tiêu chuẩn hàng hóa, là vùng nguyên liệu lớn nhưng việc sản xuất sản phẩm sau nhân điều còn nhiều hạn chế, họ chủ yếu xuất khẩu hạt điều thô và nhập khẩu hạt điều đã thành phẩm từ nước khác. Thông qua đối tác mà địa phương đã nhập khẩu nguyên liệu điều làm đối tác phân phối hạt điều đã qua chế biến, ngoài ra còn tìm kiếm thêm những đối tác mới có uy tín trong việc phân phối sản phẩm tại khu vực này.

+ **Thị trường nội địa:** Trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế ngoài thị trường thế giới thì thị trường trong nước là một phao cứu cánh các doanh nghiệp tại địa phương khi thị trường thế giới bị biến động, với một thị trường rộng lớn gần 90 triệu dân thì việc định hướng mở rộng và phát triển hết sức quan trọng. Trong giai đoạn hiện nay với chính sách kêu gọi của Chính phủ là người Việt Nam sử dụng hàng Việt Nam tất cả doanh nghiệp trên địa bàn có nhiều thuận lợi trong việc phát triển thị trường nội địa, để khai thác tốt thị trường trên các doanh nghiệp cần thực hiện một số giải pháp như sau:

- Cho người tiêu dùng có nhìn nhận đúng về chất lượng sản phẩm do địa phương sản xuất có thể đạt theo tiêu chuẩn mà hạt điều được nhập khẩu từ nước ngoài, tâm lý người Việt Nam là hàng ngoại luôn có chất lượng cao hơn là hàng nội. Để loại bỏ tâm lý này đối với các dòng sản phẩm làm từ hạt điều có xuất xứ tại địa phương thì doanh nghiệp cần phải cung ứng những hạt điều đạt chất lượng cao mà thị trường thế giới đã chấp nhận, để qua đó người dân dần có những chọn lựa, nhìn nhận đúng về chất lượng và thương hiệu điều Bình Phước.

- Sử dụng chính sách phân khúc thị trường, do thu nhập của người dân không đồng đều nên doanh nghiệp phải có những sản phẩm chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, và đa dạng hóa những sản phẩm sau nhân điều, tận dụng hạt điều vỡ chất lượng không cao để sản xuất một số mặt hàng như bánh, kẹo, bột hạt điều...cung ứng cho đối tượng có thu nhập thấp.

- Tăng cường hệ thống phân phối: Ngoài các kênh phân phối truyền thống và chủ yếu của các địa phương là siêu thị, doanh nghiệp cần đẩy mạnh việc phân phối và bán lẻ cho các đại lý và các tiệm tạp hóa...đặc biệt đối với các thị trường lớn như Hà Nội, Đà Nẵng, Thành Phố HCM thì có ít nhất 10 nhà phân phối sản phẩm hạt điều tại địa phương. Doanh nghiệp có thể tuyển dụng các nhân viên phân phối trực tiếp, họ là những người trực tiếp mang sản phẩm của

doanh nghiệp đến các tiệm tạp hóa, người tiêu dùng, ghi nhận thông tin thị trường tại khu vực mình quản lý để có những nhìn nhận sát với thị trường và có chính sách phù hợp với từng địa phương.

### **3.2.5.3. Giải pháp Marketing**

- Sản phẩm dù đạt chất lượng tốt nhưng không có chính sách Marketing phù hợp thì giá cả bán ra thấp, nhiều khi không được người tiêu dùng chấp nhận. Vì vậy, doanh nghiệp phải có những đánh giá đúng về những thị trường mình tham gia để có chính sách phân phối phù hợp. Doanh nghiệp cần xem xét xây dựng các văn phòng đại diện theo trình tự ưu tiên đối với các thị trường từ thị trường truyền thống, thị trường nội địa, thị trường tiềm năng. Đối với từng loại thị trường thì xây dựng số lượng văn phòng sao cho phù hợp với yêu cầu thực tế.

- Trên thế giới việc mua bán hàng qua mạng đã được phổ biến rất lâu và được các đơn vị kinh doanh tận dụng rất hiệu quả, thông tin mua bán trên thị trường được chia sẻ thông qua nhiều trang Web. Vì vậy, doanh nghiệp trên địa bàn cần tăng cường và mở rộng chất lượng thông tin trên các trang Web của mình từ đó giới thiệu mẫu mã, chất lượng sản phẩm, kiểu dáng, chủng loại hàng hóa, phương thức thanh toán, thông tin liên lạc... thông qua trang Web doanh nghiệp có thể tìm kiếm đối tác dễ dàng hơn. Thương mại điện tử giúp cho các doanh nghiệp tiến gần lại với nhau, giới hạn về không gian, thời gian sẽ không phải là cản trở lớn, thông qua thương mại điện tử giúp doanh nghiệp có thể bán hàng với số lượng lớn nhưng không cần gặp mặt đối tác, nhưng hoạt động thương mại có thể diễn ra nhanh chóng, hiệu quả với chi phí giao dịch thấp nhất.

- Tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại, tham gia các cuộc họp hội thảo về kinh doanh, phương hướng xuất khẩu của ngành điều nói chung ở trong và ngoài nước, qua đây có thể nắm bắt thông tin thị trường và giới thiệu, xâm nhập sản phẩm điều của địa phương ra thế giới và các tỉnh lân cận.

#### **3.2.5.4. Giải pháp cải tiến công nghệ**

+ ***Đối với việc phát triển khoa học công nghệ tại doanh nghiệp:*** Từng bước nâng cao chất lượng hàng hóa và tăng dần hàm lượng khoa học, công nghệ trong sản phẩm. Có như vậy sản phẩm sau nhân điều mới cho giá thành cao, thu được lợi nhuận theo kỳ vọng của các doanh nghiệp, thực trạng các dây chuyền sản xuất điều xuất khẩu trên địa bàn đã lạc hậu, công suất thấp, ô nhiễm môi trường và chưa đáp ứng được yêu cầu của thị trường thế giới. Để làm được điều này thì các doanh nghiệp cần có những cải thiện như sau:

- Trang bị cơ sở vật chất – kỹ thuật cho hoạt động khoa học, công nghệ tại doanh nghiệp ( xây dựng phòng thí nghiệm, cơ sở thử nghiệm, máy móc trang thiết bị phục vụ cho nghiên cứu và phát triển).

- Mua bản quyền công nghệ, quyền sử dụng, quyền sở hữu sáng chế, kiểu dáng công nghệ, thông tin khoa học và công nghệ, các tài liệu, các sản phẩm có liên quan phục vụ cho hoạt động sản xuất tại đơn vị.

- Trả lương và thuê chuyên gia hàng đầu trong ngành để vận hành tốt dây chuyền sản xuất áp dụng trình độ khoa học, công nghệ cao hoặc khi lắp đặt chạy thử các doanh nghiệp yêu cầu các đơn vị cung ứng phải vận hành chạy tốt và hướng dẫn đội ngũ cán bộ kỹ thuật của doanh nghiệp đến khi sử dụng thành thạo mới chấp thuận chuyển trả hết kinh phí cho đơn vị cung ứng công nghệ.

- Khuyến khích cộng với thưởng lớn đối với các cá nhân, công nhân viên trong doanh nghiệp có các phát kiến khoa học trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm.

+ ***Đẩy nhanh tiến trình sản xuất bằng phương pháp xông hơi nước bão hòa:*** Dần loại bỏ công nghệ xử lý bằng chao dầu. Công nghệ xử lý bằng chao dầu gây ô nhiễm, chất lượng sản phẩm không cao... Với ưu tiên hàng đầu trong những năm tiếp theo là nâng cao chất lượng sản phẩm, xâm nhập và mở rộng các

thị trường khó tính như Mỹ, EU thì việc sản xuất phải đảm bảo đúng quy trình ATVSTP mà công đoạn đầu tiên chính là công đoạn này, do đó tất cả các doanh nghiệp trên địa bàn nhanh chóng loại bỏ công nghệ xử lý bằng chao dầu. Ngoài ra việc thay đổi công nghệ cũng giảm thiểu ô nhiễm môi trường là việc làm cấp bách không riêng gì các doanh nghiệp sản xuất điều mà là trách nhiệm của tất cả những người tham gia sản xuất tại địa phương.

- Các doanh nghiệp có thể xây dựng dự án chuyển đổi công nghệ từ đó có thể huy động vốn từ cổ đông, ngân hàng hoặc có thể nhận chuyển giao công nghệ từ ngân sách tỉnh...

**+ *Tăng tỷ lệ cơ giới hóa trong các công đoạn sử dụng nhiều lao động:***

- Thực tế ngày nay lao động ngày một thiếu hụt vì trên địa bàn đã thu hút nhiều nhà đầu tư ở nhiều lĩnh vực khác nhau, nên công nhân di chuyển từ ngành điều sang những ngành khác rất nhiều. Mặt khác, nếu sử dụng lao động chân tay nhiều doanh nghiệp bị động nếu lao động nghỉ nhiều vào dịp phải đẩy nhanh tiến độ sản xuất để giao hàng, cũng như chất lượng sản phẩm không đồng đều, do có sự chênh lệch tay nghề giữa các công nhân. Đẩy nhanh cơ giới hóa doanh nghiệp dễ dàng thực hiện cam kết sản xuất theo tiêu chuẩn chất lượng và đảm bảo ATVSTP do đối tác yêu cầu, doanh nghiệp cần đẩy nhanh cơ giới hóa ở các khâu như sử dụng máy bóc vỏ lụa, máy bắn màu tự động chi phí còn tương đối cao, máy cắt vỏ cứng chi phí 01 máy khoảng 180 triệu công suất thiết kế có thể thay thế được 75 công nhân và rất đảm bảo chất lượng. Hiện nay các máy trên đều được sản xuất tại Việt Nam, do đó các doanh nghiệp có nhiều thuận lợi trong việc chuyển giao công nghệ và tăng cường cơ giới hóa trong sản xuất.

**3.2.5.5. Giải pháp tối đa hóa nội lực**

- Căn cứ thế mạnh của các doanh nghiệp trên địa bàn cần phối hợp chuyên môn hóa lĩnh vực mình có lợi thế từ đó tạo thành một dây chuyền sản xuất



tập trung, nâng cao chất lượng, giá thành sản phẩm, đa dạng sản phẩm sau nhân điều cung cấp cho nhiều thị trường khác nhau. Khi đó các doanh nghiệp có thể chuyên môn hóa một công đoạn trong dây truyền sản xuất, tạo thế mạnh tập thể, có thể tiến dần lên tập đoàn chuyên sản xuất điều xuất khẩu, chính điều này sẽ tạo rất nhiều thuận lợi khi thương thảo hợp đồng mua bán, tạo sự cạnh tranh lành mạnh vì thông tin thị trường được chia sẻ tốt hơn, có định hướng lâu dài đối trong việc hoạch định chiến lược phát triển của ngành điều tại địa phương.

- Trên địa bàn có một số doanh nghiệp có thị trường tiêu thụ sau nhân điều lớn, phải là đầu tàu trong việc kết nối các nhà sản xuất tại địa phương với thị trường thế giới. Để tăng tính cạnh tranh hạn chế xuất khẩu hạt điều thô từ đó tạo nên lợi thế so sánh của các sản phẩm sau nhân điều của tỉnh Bình Phước.

### **3.3. Những kiến nghị**

#### **+ Sở công thương:**

- Phối hợp với các Sở, ban ngành, Viện nghiên cứu hội thảo đề xuất các chính sách mới nhằm phát triển ngành điều. Là thành viên chủ chốt trong việc lựa chọn các nhà thầu, nhà nghiên cứu có khả năng nghiên cứu các đề tài khoa học, các ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ trong sản xuất, xuất khẩu điều ra thị trường thế giới.

- Yêu cầu Trung tâm Khuyến công tư vấn và Phát triển Công nghiệp cho triển khai các mô hình trình diễn kỹ thuật và tổ chức chuyển giao công nghệ đến người nông dân và người sản xuất. Công bố các kết quả nghiên cứu khoa học công nghệ trong việc ứng dụng khoa học trong sản xuất, nhằm khuyến khích các doanh nghiệp nhanh chóng chuyển giao công nghệ theo hướng hiện đại, đa dạng các sản phẩm chất lượng sau nhân điều.

- Yêu cầu Chi cục quản lý thị trường phối hợp với các ngành chức năng xem xét việc mua bán vận chuyển hạt điều đúng theo quy định, có hình thức xử phạt thật nghiêm nếu phát hiện có gian lận, gìm hàng, tạo giá ảo trên thị trường.

- Liên hệ với Bộ Công thương, các tổ chức thương mại thế giới nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp có điều kiện giới thiệu sản phẩm, mẫu mã, thương hiệu điều Bình Phước ra thị trường thế giới.

**Sở Nông nghiệp và phát triển nông thôn:** Thực hiện tốt và giám sát quy hoạch điều Bình Phước giai đoạn 2010-2020.

**Sở Kế hoạch và Đầu tư:** Kêu gọi các doanh nghiệp trong và ngoài nước mở rộng quy mô sản xuất các sản phẩm sau nhân điều. Bằng chính sách ưu đãi thuế kêu gọi các cơ sở sản xuất di chuyển các doanh nghiệp sản xuất tại các khu dân cư vào các khu công nghiệp tập trung.

**Sở Khoa học và Công nghệ:** Hàng năm làm việc với Bộ Khoa học và Công nghệ bố trí kinh phí thực hiện các đề tài khoa học, các ứng dụng công nghệ trong việc nâng cao năng suất cây trồng, hiệu quả sản xuất, chất lượng sản phẩm...

**Sở Tài nguyên và Môi trường:** Phối hợp với các ngành chức năng quản lý việc sử dụng đất, nguồn chất thải của các cơ sở sản xuất, yêu cầu các cơ sở sản xuất phải đảm bảo an toàn môi trường tránh tác động xấu đến hệ sinh thái.

**Sở Tài chính:** Hàng năm bố trí kinh phí cho các Sở, doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh tham gia triển lãm các hội chợ triển lãm, học tập kinh nghiệm trong và ngoài nước qua đó dần khẳng định thương hiệu điều Bình Phước trên thị trường.

## KẾT LUẬN

Trong thời gian qua, ngành sản xuất xuất khẩu hạt điều tỉnh Bình Phước đã phát triển nhanh chóng, góp phần phát triển kinh tế địa phương. Tuy nhiên, các doanh nghiệp tại địa phương mới chỉ tập trung xuất khẩu được một số thị trường và giá xuất khẩu tương đối thấp so với giá trung bình của thế giới. Do đó, hiệu quả xuất khẩu hạt điều của các doanh nghiệp trong tỉnh chưa cao, với mong muốn đẩy mạnh xuất khẩu hạt điều tỉnh Bình Phước giai đoạn 2011 – 2015 luận văn đã có những đóng góp như sau:

- Khung lý thuyết, trên cơ sở các khái niệm, học thuyết để giải thích rõ tầm quan trọng của đẩy mạnh xuất khẩu, trong đó phân tích vai trò của ngành xuất khẩu hạt điều trong việc phát triển kinh tế - xã hội tại địa phương.

- Qua phân tích thực trạng sản xuất, xuất khẩu hạt điều và phân tích đặc điểm, lợi thế cạnh tranh của các doanh nghiệp, bên cạnh đó đưa ra những thách thức, yếu tố ảnh hưởng đến lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp trên địa bàn, nêu lên được những hạn chế của ngành sản xuất hạt điều tại địa phương trong suốt thời gian qua, chủ yếu là giai đoạn 2005-2010.

- Trên cơ sở phân tích số liệu, kết hợp nghiên cứu về thực trạng xuất khẩu, tình hình xâm nhập thị trường thế giới của sản phẩm hạt điều, những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, rủi ro của ngành điều trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Tác giả đã đưa ra một số nhóm giải pháp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu điều tương xứng với tiềm năng của địa phương:

- Chiến lược phát triển, quy hoạch vùng trọng điểm đối với cây điều trong tỉnh;
- Chính sách khuyến khích đầu tư, tái đầu tư;
- Nâng cao vai trò của hiệp hội điều;

- Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực;
- Nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp bằng các chính sách như: Thu mua và xây dựng vùng nguyên liệu đầu vào, giải pháp mở rộng thị trường, giải pháp Marketing, giải pháp cải tiến công nghệ, giải pháp tối đa hóa nội lực.

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. An Thị Thanh Nhân, Lưu Thị Thu Hương (2009), *Quản trị trong xúc tiến thương mại, trong xây dựng và phát triển thương hiệu*, NXB trẻ.
2. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2010), *Chiến lược phát triển ngành điều Việt Nam đến năm 2020, các giải pháp kinh tế xã hội*, Hà Nội.
3. Bùi Xuân Lưu (2006), *Kinh tế ngoại thương*, NXB Lao động xã hội, Tp.HCM.
4. Đinh Văn Sơn (2009), *Chính sách tài chính với phát triển xuất khẩu của Doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam*, NXB Tài chính.
5. Dương Ngọc Dũng (2007), *Chiến lược cạnh tranh*, NXB Tổng hợp.
6. Hoàng Thị Chinh, Nguyễn Phú Tụ, Nguyễn Hữu Lộc (2005), *Kinh tế quốc tế*, NXB Thống kê.
7. Lê Thành An (2008), *Giải pháp chiến lược phát triển ngành chế biến xuất khẩu điều Việt Nam từ nay cho đến 2020*, Luận văn thạc sỹ kinh tế chuyên ngành Quản trị kinh doanh, trường Đại học kinh tế Tp.HCM.
8. Lê Văn Tê, Nguyễn Thị Tuyết Nga (2009), *Thanh toán và tín dụng xuất nhập khẩu*, NXB Tài chính.
9. Ngô Xuân Thiện Minh (2006), *Hướng dẫn thang bảng lương và Quy chế trả lương trong doanh nghiệp*, NXB Tài chính.
10. Nguyễn Đông Phong (2009), *Marketing Quốc tế*, NXB Thống kê.
11. Nguyễn Duy Bột (2006), *Thương mại quốc tế và thị trường xuất khẩu*, NXB Thống kê Hà Nội.
12. Nguyễn Huyền Trang (2005), *Bước chuyển Marketing*, NXB trẻ.
13. Nguyễn Liên Diệp, Phan Văn Nam (2006), *Chiến lược và chính sách kinh doanh*, NXB Lao động, Tp.HCM.

14. Nguyễn Minh Tuấn, Nguyễn Hữu Thảo, Hoàng An Quốc, Ninh Văn Toàn (2003), *Lịch sử các học thuyết kinh tế*, Đại học kinh tế Tp.HCM.
15. Nguyễn Ngọc Toàn, Lê Thanh Hải (2009), *Lợi thế cạnh tranh quốc gia*, NXB trẻ.
16. Nguyễn Thế Nghiêm (2001), *Một số giải pháp nâng cao hiệu quả xuất khẩu điều ở nước ta*, Luận văn thạc sỹ kinh tế chuyên ngành Quản trị kinh doanh, trường Đại học kinh tế Tp.HCM.
17. Phạm Như Hiền, Đỗ Huy Bình, Nguyễn Hoàng Dũng (2010), *Quản trị chiến lược chuỗi cung ứng*, NXB Lao động.
18. Phạm Thăng, Nguyễn Thanh Hội (2009), *Quản trị học*, NXB Hồng Đức.
19. Trần Đình Thiên (2008), *Tái cấu trúc nền kinh tế Việt Nam bắt đầu từ đâu*, NXB Thanh Niên.
20. Trần Minh Nhật (2006), *Phương pháp sử dụng nguồn nhân lực*, NXB Thời đại.
21. Trần Thanh Lâm (2009), *Quản trị công nghệ*, NXB Lao động.
22. Trần Thị Ngân Tuyên (2007), *Quản trị thương hiệu*, NXB trẻ.
23. Trịnh Minh Quang, Nguyễn Phương Lan (2006), *Những mô hình quản trị kinh điển*, NXB Quốc dân.
24. Võ Thanh Thu, Ngô Ngọc Huyền (2007), *Kỹ thuật đầu tư trực tiếp nước ngoài*, NXB Tổng hợp, Tp.HCM.

## THAM KHẢO THÔNG TIN TRÊN CÁC TRANG WEB

1. [www.agro.gov.vn](http://www.agro.gov.vn) Trang Web Bộ Nông nghiệp và PTNT;
2. [www.binhphuoc.gov.vn](http://www.binhphuoc.gov.vn) Trang Web Ủy ban nhân dân tỉnh Bình Phước;
3. [www.fao.gov.vn](http://www.fao.gov.vn) Trang Web Tổ chức lương thực thế giới;
4. [www.mof.gov.vn](http://www.mof.gov.vn) Trang Web Bộ Tài chính;
5. [www.mpi.gov.vn](http://www.mpi.gov.vn) Trang Web Bộ Kế hoạch và Đầu tư;
6. [www.vietlaw.gov.vn](http://www.vietlaw.gov.vn) Trang Web tra cứu văn bản;
7. [www.vinacas.com.vn](http://www.vinacas.com.vn) Trang Web hiệp hội điều Việt Nam.

# PHỤ LỤC

## Phụ lục 1.1 Hình minh họa trái điều và hạt điều thô.

### TRÁI ĐIỀU



### HẠT ĐIỀU ĐÃ TÁCH VỎ LỤA



### SẢN PHẨM SAU NHÂN ĐIỀU



## Phụ lục 1.2 Dây truyền tách vỏ hạt điều (dây truyền tách vỏ hạt điều thô sơ)





Dây truyền tách vỏ hạt điều hiện đại



**Phụ lục 1.3 ( Bóc vỏ lựa hạt điều thủ công)**



**Phụ lục 1.4 ( Phân loại hạt điều)**

Tên sản phẩm	Quy cách sản phẩm	Ghi chú
Nhân nguyên trắng	WW 180: 120 - 180 hạt/LB WW 210: 180 - 210 hạt/LB WW 240: 220 - 240 hạt/LB WW 320: 300 - 320 hạt/LB	WW: White wholes 1LB = 0,454
Nhân nguyên xám	DW: hạt có màu sáng DDW: Hạt ngả màu xanh nhạt, tím nhạt DW2: Hạt đậm hơn DW, không có màu sáng DW3: Hạt có màu xanh, tím, sọc gân đậm hơn DW	DW: Dessert wholes
Nhân bề góc	WB: Hạt bề góc, màu trắng hơi vàng SB: Hạt bề góc, nám hơi vàng SB2: Hạt bề góc, có màu xanh, tím đậm và chám sâu	WB: White butts SB: Scorched butts
Nhân bề đôi	WB: Bề đôi màu trắng SS: Hạt bề đôi nám	SS: Scorched spilts
Nhân bề lớn bề nhỏ	LP: Nhân bề lớn, nám SP: Nhân bề nhỏ, trắng, nám	LP: :Large pieces SP: Small pieces
Hàng bị teo lép và sâu khoét	TP: Hạt nguyên trắng, nám, nhưng bị teo nhãn. TP2: Hạt nguyên bị vàng, cháy, nhãn SK: Hạt bị chám sâu khoét 1 hay 2 chỗ	

**Phụ lục 1.5 ( Số liệu thống kê ngành điều Việt Nam (2005-2010)**

<b>STT</b>	<b>NỘI DUNG</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
1	Diện tích trồng điều 1000 ha	340	345	350	410	398	319
2	Sản lượng điều thô 1000 tấn	320	340	350	349	303	300
3	Năng suất Tấn/ha	0,94	0,99	1,00	0,85	0,76	0,94
4	Giá mua điều trong nước (tiệu/tấn)	9,37	10,8	12,5	17,5	15	19,8
5	Số lượng điều thô nhập khẩu	120	190	230	250	280	300
6	Giá trị nhập khẩu	40	69	132	219	216	260
7	Số lượng điều chế biến 1000 tấn	440	530	580	599	600	625
8	Lượng nhân điều xuất khẩu 1000 tấn	117	127	152	167	177	194
9	Giá trị xuất khẩu triệu USD	478	504	651	920	850	1.136

( Nguồn [WWW.gso.com.vn](http://WWW.gso.com.vn) và [WWW.vinacas.com.vn](http://WWW.vinacas.com.vn) )

**Phụ lục 1.6 Tỷ lệ các nước sản xuất điều trên thế giới.**

<b>SST</b>	<b>TÊN NƯỚC</b>	<b>TỶ LỆ %</b>
1	Ấn Độ	26
2	Việt Nam	14,6
3	Châu Phi	39
4	Brazil	12,2
5	Indonesia	7,3
6	Nước khác	0,9
<b>TỔNG CỘNG</b>		<b>100</b>

( Nguồn [WWW.fao.org](http://WWW.fao.org) )

**Phụ lục 1.7: Giá trị xuất khẩu nhân điều Việt Nam ra thị trường chính trên thế giới.**

Đvt: triệu USD

<b>STT</b>	<b>2005</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Hoa Kỳ	142,9	268,22	253,62	365,2128
Trung Quốc	91,63	160,15	157,79	227,2176
Hà Lan	22,89	152,37	120,85	174,024
Úc	53,8	67,39	57,7	83,088
Anh	24,07	49,14	32,82	47,2608
Canada	12,02	37,44	23,51	33,8544
Nga	4,16	36,02	19,82	28,5408
<b>Tổng cộng</b>	<b>351,47</b>	<b>770,73</b>	<b>666,11</b>	<b>959,1984</b>

*( Nguồn: Tổng cục hải quan Việt Nam )*