

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

CAO THỊ THANH

**PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH SẢN XUẤT
VÀ TIÊU THỤ HOA CẤP ĐỘ NÔNG HỘ
TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ LẠT**



Chuyên ngành: Kinh tế phát triển.
Mã số: 60.31.05

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:
TS.MAI CHIẾN THẮNG

TP.Hồ Chí Minh-Năm 2007

LỜI CẢM ƠN & CAM ĐOAN

Tôi Cao Thị Thanh, chính là tác giả của đề tài nghiên cứu này. Để hoàn thành đề tài này, tác giả xin chân thành cảm ơn các giảng viên của Trường Đại Học Kinh Tế TP HCM, các giảng viên Khoa Kinh Tế Phát Triển, đặc biệt là TS Mai Chiến Thắng, TS Nguyễn Tấn Khuyên, PGS.TS Đinh Phi Hồ đã hỗ trợ truyền đạt các kiến thức cho người viết trong suốt thời gian học và nghiên cứu xây dựng luận văn. Người viết cũng chân thành cảm ơn TS. Phạm S, Th.S Nguyễn Văn Sơn đã góp ý cho các ý tưởng điều tra trong sản xuất hoa. Nhân đây cũng xin cảm ơn những đồng nghiệp, những anh chị, em công tác trong các cơ quan: Sở Nông Nghiệp & PTNT, Sở Du Lịch-Thương Mại, Cục Thống Kế Lâm Đồng, UBND TP Đà Lạt, phòng Công Nông Nghiệp, Trung Tâm Nông Nghiệp Đà Lạt, doanh nghiệp sản xuất hoa đã hỗ trợ cho người viết. Đặc biệt là các nông hộ sản xuất hoa và Hội Nông Dân các phường 5,7,8,9,11 đã tích cực cùng trao đổi phỏng vấn đề đề tài mang tính thực tiễn. Cuối cùng xin cảm ơn gia đình và bạn bè đã động viên, chia sẻ để tác giả có thể hoàn tất luận văn đúng thời gian.

Tác giả xin cam đoan đề tài này do chính bản thân thực hiện từ 2006-2007.

Người cảm ơn và cam đoan

CAO THỊ THANH

MỤC LỤC

	Trang
Trang phụ bìa	
Lời cam đoan	
Mục lục	
Danh mục các ký hiệu, chữ viết tắt	
Danh mục các bảng, biểu	
Danh mục các hình vẽ, đồ thị	
Danh mục các hộp	
MỞ ĐẦU	
Chương I: CƠ SỞ LÝ THUYẾT CỦA ĐỀ TÀI	1
1.1.Cơ sở lý thuyết	1
1.1.1.Kinh tế nông hộ	1
1.1.2.Lý thuyết sản xuất	2
1.1.3.Marketing nông sản	3
1.1.4.Thương hiệu và xây dựng thương hiệu	7
1.2.Cây hoa và ngành sản xuất hoa	11
1.2.1.Vai trò cây hoa	11
1.2.2.Các yêu cầu tổ chức sản xuất hoa	12
1.3.Kinh nghiệm tổ chức sản xuất-tiêu thụ hoa của một số nước trên thế giới	14
1.3.1.Ngành sản xuất hoa của một số nước trên thế giới	14
1.3.2.Các mô hình tổ chức liên kết sản xuất hoa	16
1.4.Tóm tắt chương 1	
Chương II: THỰC TRẠNG SẢN XUẤT HOA CỦA NÔNG HỘ TP ĐÀ LẠT	19
2.1.Tổng quan về điều kiện tự nhiên, kinh tế, xã hội Thành phố Đà Lạt	19
2.1.1.Lịch sử phát triển	19
2.1.2.Điều kiện tự nhiên	20
2.1.3.Điều kiện kinh tế-xã hội và chuyển dịch cơ cấu kinh tế Thành phố Đà Lạt 2001-2005	20
2.1.4.Ngành sản xuất hoa tại Đà Lạt	21
2.2. Phân tích kết quả điều tra các nông hộ sản xuất hoa cắt cành	25
2.2.1.Tình hình tổ chức sản xuất	25
2.2.2.Tình hình tổ chức tiêu thụ hoa	31

2.2.3.Đánh giá hiệu quả sản xuất hoa	38
2.2.4.Phân tích định lượng giữa chi phí và diện tích, vị trí đất, số năm canh tác	41
2.3.Phân tích SWOT sản xuất hoa của nông hộ TP Đà Lạt	45
2.4. Tóm tắt Chương II	
Chương III: GỢI Ý MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT HOA CỦA NÔNG HỘ THEO HƯỚNG CÔNG NGHIỆP ĐẾN 2015	49
3.1.Điều kiện và xu hướng phát triển	49
3.1.1.Các điều kiện để phát triển ngành sản xuất hoa	49
3.1.2.Xu hướng phát triển ngành hoa	49
3.2.Một số giải pháp phát triển sản xuất hoa của nông hộ theo hướng công nghiệp	50
3.2.1.Giải pháp cấp bách đối với các nông hộ trồng hoa	50
3.2.1.1.Liên kết các nông hộ thông qua việc tham gia HTX kiểu mới	50
3.2.1.2.Chuyển giao khoa học kỹ thuật	53
3.2.1.3.Liên kết xây dựng nhãn hiệu hoa hàng hóa và Thương hiệu hoa Đà Lạt	57
3.2.1.4.Hình thành vùng sản xuất hoa chuyên canh và quy hoạch nông nghiệp công nghệ cao	57
3.2.2.Giải pháp lâu dài đối với chính quyền TP Đà Lạt	59
3.2.2.1.Tổ chức kinh doanh du lịch với quảng bá ngành trồng hoa	59
3.2.2.2.Phát triển thị trường hoa cao cấp trong nước và mở rộng thị trường thế giới	60
3.2.2.3.Xây dựng Trung tâm giao dịch rau, quả Đà Lạt tiến tới Nâng cấp thành Trung tâm đầu xỏ hoa	66
3.3.Tóm tắt chương III	69
KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ	69
Tài liệu tham khảo	
Phụ lục	

DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT

GTSP	= Giá trị sản phẩm
KT HTX	=Kinh tế hợp tác xã
KTNH	=Kinh tế nông hộ
HTX	=Hợp tác xã
EU	= European Union(Cộng đồng kinh tế Châu Âu)
NNCNC	=Nông nghiệp công nghệ cao
NQ	=Nghị quyết
P	=Phường
SHTT	=Sở hữu trí tuệ
TNHH	=Trách nhiệm hữu hạn
TP	=Thành phố
TP HCM	=Thành phố Hồ Chí Minh
SX	=Sản xuất

DANH MỤC CÁC BẢNG, BIỂU

Bảng 1.1.Ngưỡng nhiệt độ của một số cây hoa	trang 12
Bảng 1.2.Nhiệt độ và thời gian bảo quản hoa tươi thích hợp	trang 14
Bảng 1.3.Thành phần thuốc bảo quản hoa tươi cắt cành thường dùng	trang 14
Bảng 2.1.Quy mô tổ chức sản xuất hoa của nông hộ	trang 26
Bảng 2.2.Đánh giá khái quát vùng trồng hoa	trang 26
Bảng 2.3.Đánh giá kiến thức chung	trang 29
Bảng 2.4.Công tác thu hoạch và bảo quản hoa	trang 30
Bảng 2.5.Tình hình tham gia thị trường của nông hộ	trang 33
Bảng 2.6.So sánh giá thành SX, giá mua bán một số loại Hoa chủ yếu của Đà Lạt	trang 35
Bảng 2.7 :Tầm quan trọng của một số chỉ tiêu chất lượng kỹ thuật đối với quyết định mua hoa của người tiêu dùng tại TP HCM	trang 37
Bảng 2.8. Cơ cấu chi phí trong sản xuất hoa của nông hộ	trang 38
Bảng.2.9.Tổng hợp hiệu quả sản xuất hoa theo cơ cấu sản xuất hoa	trang 39
Bảng 2.10.Tổng hợp hiệu quả sản xuất hoa theo số năm tham gia sản xuất hoa	trang 40
Bảng 2.11.Tổng hợp hiệu quả sản xuất hoa theo diện tích canh tác	trang 41
Bảng 3.1.Số liệu thống kê một số loài hoa nhập khẩu của Nhật Bản	trang 64

DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ

Hình 1.1. Quá trình áp dụng một kỹ thuật mới

Hình 1.2. Thương hiệu sản phẩm

Hình 2.1. Bản đồ sử dụng đất của Đà Lạt đến 2010

Hình 2.2. Đóng gói hoa thủ công

Hình 2.3. Trồng hoa trong nhà kính khung sắt

Hình 2.4. Trồng hoa trong nhà kính khung tre

Hình 3.1. Giải pháp kênh phân phối nội địa

Hình 3.2. Giải pháp kênh phân phối xuất khẩu

Hình 3.3. Kênh phân phối hoa cắt cành Nhật Bản

Hình 3.4. Kênh phân phối hoa cắt cành EU

Hình 3.5. Sơ đồ thu hoạch và xử lý đóng gói hoa xuất khẩu

DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 2.1. Diễn biến diện tích canh tác hoa Đà Lạt 1997-2005	trang 23
Biểu đồ 2.2. Tình hình sử dụng giống của các nông hộ	trang 28
Biểu đồ 2.3. Thị trường đầu ra của các nông hộ	trang 32
Biểu đồ 2.4. Phương thức bán sản phẩm hoa cắt cành của các Nông hộ	trang 34
Biểu đồ 2.5. Cơ cấu bán sản phẩm hoa của các nông hộ	trang 36
Biểu đồ 2.6. Tình hình xuất khẩu các loại nông sản chủ lực của Đà Lạt-Lâm Đồng	trang 37
Biểu đồ 2.7. Tình hình xuất khẩu hoa Đà Lạt	trang 37

DANH MỤC CÁC BẢNG, BIỂU

Bảng 1.1.Ngưỡng nhiệt độ của một số cây hoa	trang 12
Bảng 1.2.Nhiệt độ và thời gian bảo quản hoa tươi thích hợp	trang 14
Bảng 1.3.Thành phần thuốc bảo quản hoa tươi cắt cành thường dùng	trang 14
Bảng 2.1.Quy mô tổ chức sản xuất hoa của nông hộ	trang 26
Bảng 2.2.Đánh giá khái quát vùng trồng hoa	trang 26
Bảng 2.3.Đánh giá kiến thức chung	trang 29
Bảng 2.4.Công tác thu hoạch và bảo quản hoa	trang 30
Bảng 2.5.Tình hình tham gia thị trường của nông hộ	trang 33
Bảng 2.6.So sánh giá thành SX, giá mua bán một số loại Hoa chủ yếu của Đà Lạt	trang 35
Bảng 2.7 :Tầm quan trọng của một số chỉ tiêu chất lượng kỹ thuật đối với quyết định mua hoa của người tiêu dùng tại TP HCM	trang 37
Bảng 2.8. Cơ cấu chi phí trong sản xuất hoa của nông hộ	trang 38
Bảng.2.9.Tổng hợp hiệu quả sản xuất hoa theo cơ cấu sản xuất hoa	trang 39
Bảng 2.10.Tổng hợp hiệu quả sản xuất hoa theo số năm tham gia sản xuất hoa	trang 40
Bảng 2.11.Tổng hợp hiệu quả sản xuất hoa theo diện tích canh tác	trang 41
Bảng 3.1.Số liệu thống kê một số loài hoa nhập khẩu của Nhật Bản	trang 64

HỘP MINH HOẠ

Hộp 1: Triệu phú hoa	Trang 39
Hộp 2: Sản xuất hoa trong các HTX và doanh nghiệp	Trang 44
Hộp 3: Hiệp hội hoa và đánh giá vấn đề hợp tác trong sản xuất kinh doanh hoa	Trang 44
Hộp 4: Cơ cấu hoa cắt cành Việt Nam phù hợp với thị hiếu của Tây Âu và Nhật Bản	Trang 50

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trồng hoa ở Đà Lạt đã hình thành và phát triển rất sớm với những vùng trồng hoa chuyên canh như khu vực Thái Phiên-Phường 12 và Xuân Thọ trồng các loại hoa Cúc; phường 4-phường 5 chuyên trồng các loại hoa Hồng và một số loại hoa cao cấp như Lily, Cát Tường; phường 8 có hoa Cẩm Chương; vùng ven như Phường 11, Xuân Trường chuyên trồng hoa Glayon. Trong 10 năm gần đây, Đà Lạt-Lâm Đồng còn thu hút các công ty nước ngoài đầu tư vào ngành trồng hoa như Công ty Đà Lạt Hasfram, BoniFram... Với 110 ha canh tác hoa năm 1997, Đà Lạt đã đạt 520 ha vào năm 2006, tăng gần 5 lần; sản lượng hoa cắt cành đạt 414 triệu cành tăng 10 lần. Trong những năm 1996-1997 chủng loại hoa còn đơn điệu và đa phần là sử dụng giống cũ thì vào những năm 2006 đã lên con số hàng trăm chủng loại nhập nội khác nhau. Hiện nay, công nghệ nuôi cấy mô tạo giống ở Đà Lạt-Lâm Đồng đang diễn ra rất phổ biến, dẫn đầu cả nước, chủ yếu trong lĩnh vực trồng và nhân giống hoa, với hơn 50 phòng thí nghiệm của Nhà nước, tư nhân và của cả những doanh nghiệp sản xuất hoa hàng đầu Châu Á. Những năm qua, bằng công nghệ cấy mô, tế bào, những giống hoa mới được tạo ghép thành công ở Đà Lạt đã nhanh chóng trở thành giống hàng hóa phục vụ nhu cầu sản xuất trong nước và được xuất khẩu ra một số nước.

Tuy đạt được những kết quả vượt trội trong những năm qua, nhưng sản xuất hoa Đà Lạt đang đối diện nhiều vấn đề nan giải. Sản phẩm hoa của Đà Lạt chủ yếu vẫn tiêu thụ nội địa là chính, sản phẩm hoa xuất khẩu hàng năm còn rất khiêm tốn, khoảng 80 triệu cành, chiếm 15 % tổng sản lượng hoa sản xuất và phần lớn là do các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài thực hiện; khả năng liên kết, hợp tác để cùng phát triển giữa các nhà sản xuất, giữa sản xuất với thị trường, giữa khoa học và thực tiễn sản xuất, giữa cơ chế nhà nước với đời sống, tính chất nhỏ lẻ manh mún còn thể hiện rất rõ theo lối sản xuất tự phát của các nông hộ, trong khi đối tượng này lại là lực lượng chính tạo ra lượng hoa hàng hóa lớn và chủ lực của TP Đà Lạt, dẫn đến hoa Đà Lạt không đủ khả năng đáp ứng được những hợp đồng xuất khẩu

với những yêu cầu nghiêm ngặt về số lượng và chất lượng(*Nguyễn Tri Điện, Chủ tịch UBND TP Đà Lạt, 2005.*). Sản xuất hoa tăng nhanh về sản lượng, số lượng, chủng loại nhưng những vấn đề đặt ra để nâng cao thương hiệu hoa Đà Lạt, tăng hiệu quả sản xuất và tăng thu nhập cho nông hộ chưa được giải quyết triệt để.

Chương trình phát triển sản xuất hoa của cả nước được Thủ tướng Chính Phủ phê duyệt tại Quyết định số 182/1999/QĐ-TTg và dự kiến đến năm 2010 đưa diện tích sản xuất hoa của cả nước lên 8.000 ha, với sản lượng 4,5 tỷ cành, trong đó xuất khẩu được 01 tỷ cành, kim ngạch đạt 60 triệu USD. Nói đến xuất khẩu là nói đến chất lượng cao và khả năng cung ứng dồi dào, ổn định, Đà Lạt với những lợi thế đầy tiềm năng về khí hậu, đất đai, kinh nghiệm, chủng loại là địa bàn có khả năng đáp ứng những yêu cầu đó; vì vậy, nếu có những định hướng và những giải pháp đầu tư tốt về kỹ thuật sản xuất hoa chất lượng cao và liên kết trong sản xuất-tiêu thụ sản phẩm thì Đà Lạt không chỉ là trung tâm sản xuất hoa chất lượng cao lớn nhất mà còn là nguồn hoa xuất khẩu chủ yếu của cả nước.

Việt Nam gia nhập WTO, Nông nghiệp Việt Nam nói chung và ngành sản xuất hoa Đà Lạt nói riêng sẽ gặp những cơ hội và thách thức to lớn. Làm thế nào để ngành sản xuất hoa Đà Lạt phát triển mạnh theo hướng công nghiệp trở thành ngành kinh tế chủ lực trong tương lai bên cạnh ngành du lịch-dịch vụ. Tại Quyết định 409/QĐ-TTg ngày 27/05/2002 của Thủ tướng Chính Phủ về việc phê duyệt điều chỉnh quy hoạch chung thành phố Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng và vùng phụ cận đến năm 2020. Trong đó, đã xác định một trong năm tính chất quan trọng của thành phố Đà Lạt là *khu vực sản xuất... hoa chất lượng cao để phục vụ trong nước và xuất khẩu.* Chương trình hành động số 33-Ctr/Th.U ngày 14/11/2002 của Đảng bộ Thành phố Đà Lạt về đẩy nhanh công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn thành phố Đà Lạt đã xác định *mục tiêu phát triển của ngành sản xuất hoa Đà Lạt đến 2010 đạt yêu cầu về qui mô canh tác 450-500 ha, trong đó chú ý đến việc chuyển đổi giống trồng trọt mới cho phù hợp với yêu cầu thị trường tiêu dùng trong nước và định hướng tham gia xuất khẩu.* Đến nay, mục tiêu về qui mô canh tác hoa đã đạt mục tiêu phấn đấu của thành phố. Nhưng hoa Đà Lạt vẫn chưa thể trở thành một

ngành kinh tế chủ lực, sản xuất hoa vẫn chưa mang lại thu nhập cao cho những người trồng hoa. Nguyên nhân là gì? Làm cách nào để khắc phục?

Thực tế đó đã thúc đẩy, tác giả nghiên cứu đề tài “**Phân tích tình hình sản xuất và tiêu thụ hoa cấp độ hộ nông dân tại Thành Phố Đà Lạt**”

2.Mục tiêu của đề tài

Mục tiêu nghiên cứu của đề tài là:

-Phân tích thực trạng tình hình sản xuất hoa của các nông hộ giai đoạn 2001-2005.

-Phân tích tình hình tổ chức tiêu thụ sản phẩm hoa của nông hộ

-Gợi ý một số chính sách nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất-tiêu thụ hoa cho nông hộ và định hướng xuất khẩu hoa.

3.Phạm vi nghiên cứu :

Địa bàn nghiên cứu: tại các phường 5, 8,9,11 được xác định là các vùng sản xuất hoa chính của thành phố Đà Lạt..

Đơn vị nghiên cứu : nông hộ sản xuất hoa trên địa bàn thành phố Đà Lạt.

Thời đoạn nghiên cứu : 2001-2005 và cập nhật 2006

Loại sản phẩm: hoa cắt cành

4.Phương pháp nghiên cứu

4.1.Phương pháp tiếp cận của đề tài

-Phương pháp điều tra và phương pháp định lượng: Tiến hành điều tra xác định những khó khăn của nông dân. Trên cơ sở số liệu sơ cấp điều tra, chọn lọc và xử lý ra những số liệu mang tính đặc trưng phản ánh tình hình sản xuất hoa của nông hộ, đánh giá phân tích và lượng hóa bằng phương pháp kinh tế lượng với sự hỗ trợ của công cụ máy tính, phần mềm xử lý Excel, Eview.

-Phương pháp định tính:Phân tích SWOT, là việc đánh giá tình hình sản xuất hiện tại của nông hộ qua việc phân tích đánh giá những điểm mạnh, điểm yếu, cũng như cơ hội và đe dọa.

-Tiếp cận từ thực tiễn và kế thừa các kết quả nghiên cứu:

Kế thừa là bản chất của nghiên cứu khoa học, cho nên trong khi triển khai Đề tài tác giả đã kế thừa những kết quả nghiên cứu đã công bố. Nguồn dữ liệu này cung cấp những thông tin, những điều kiện về tự nhiên, kinh tế, xã hội và sản xuất hoa ở Đà Lạt, cung cấp những nhận định về định hướng chuyển đổi sản xuất hoa... Đó là những chất liệu nền tảng để Đề tài sử dụng cho những phân tích mới, đánh giá mới. Để bổ sung hoàn chỉnh bộ dữ liệu, việc triển khai nghiên cứu còn dựa trên cách tiếp cận từ góc độ thực tiễn:

-Thực hiện phỏng vấn trực tiếp các cấp lãnh đạo của UBND TP Đà Lạt như Bà Nguyễn Thị Hạnh Phó trưởng Phòng Công Nông Nghiệp, Ông Nguyễn Văn Tới: Giám Đốc Trung tâm Nông Nghiệp; Sở Nông Nghiệp & PTNT Lâm Đồng: Ông Phạm S Phó Giám Đốc Sở; Bà Đặng Thị Kim Liên :Trưởng phòng Trồng Trọt, Ông Nguyễn Văn Sơn: Chi Cục Phó Chi cục Bảo Vệ Thực Vật, các chuyên viên Sở Du Lịch Thương Mại Lâm Đồng. Các chuyên gia đã đóng góp những ý kiến rất thiết thực về tình hình thực tế, định hướng giải pháp cho đề tài.

-Khảo sát hoạt động của một số các doanh nghiệp, cơ quan nghiên cứu tổ chức sản xuất hoa. Mục tiêu là thu thập ý kiến.

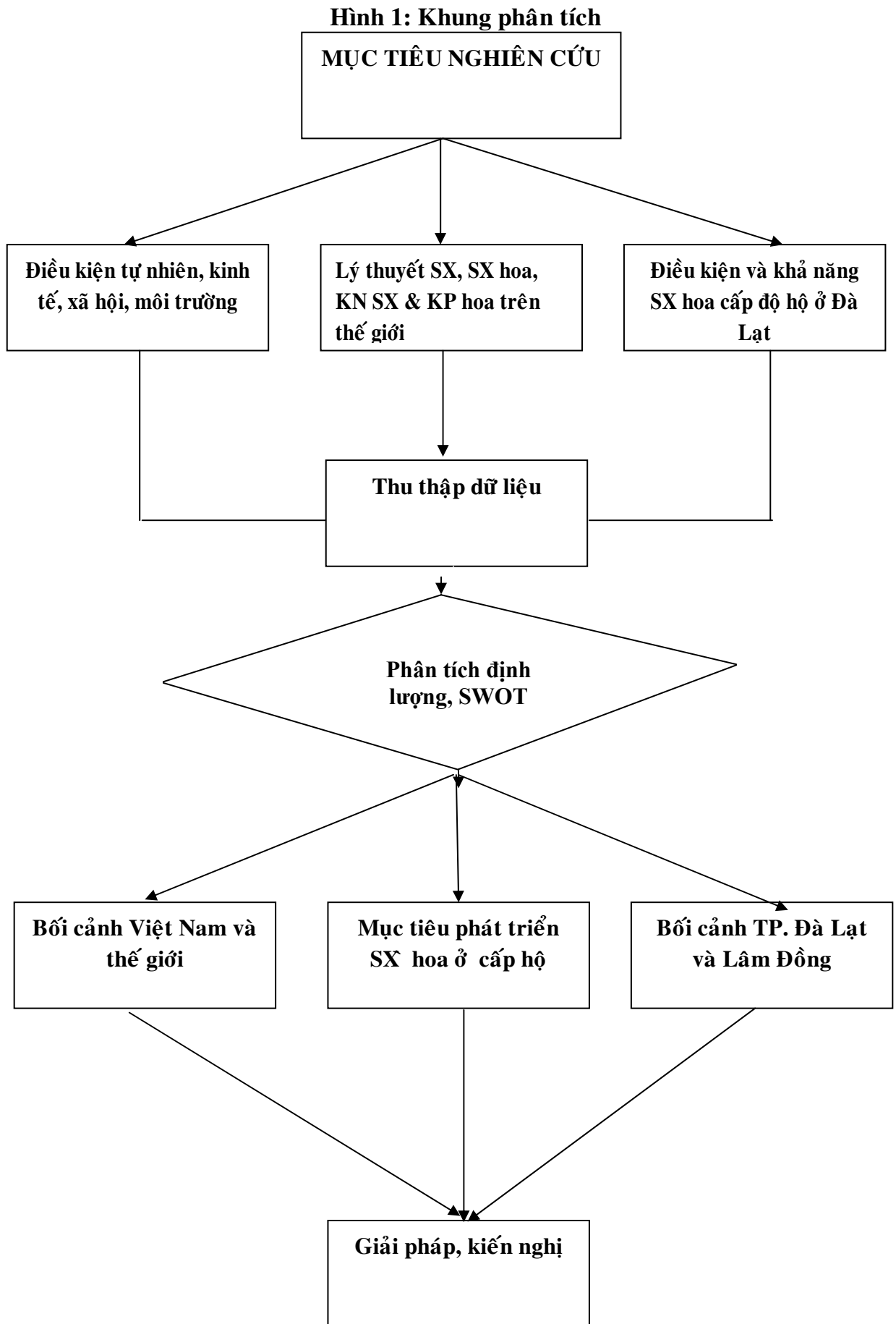
-Tổ chức điều tra phỏng vấn các nông hộ, nhóm hộ thông qua Hội nông dân để tìm hiểu nguyện vọng, tâm tư của các nông hộ, xác định vai trò của nông hộ đối với việc đổi mới phương thức sản xuất hoa trong tương lai.

4.2.Câu hỏi nghiên cứu

- (1)-Hiện trạng sản xuất và kinh doanh hoa ở các nông hộ hiện nay như thế nào?
- (2)-Những khó khăn mấu chốt nhất hiện nay làm ảnh hưởng đến thu nhập(doanh thu và lợi nhuận) của nông hộ?
- (3)-Những giải pháp hoàn thiện sản xuất hoa của nông hộ và định hướng cho ngành sản xuất hoa Đà Lạt nhằm góp phần mở rộng thị trường cung ứng hoa cao cấp và xuất khẩu.

4.3.Khung phân tích

Việc hoàn thiện và định hướng cho ngành sản xuất hoa Đà Lạt dựa trên các nền tảng là (a)-điều kiện kinh tế xã hội môi trường; (b)-lý thuyết và kinh nghiệm



sản xuất kinh doanh hoa; và (c)-điều kiện và khả năng sản xuất hoa cấp hộ. Những phân tích trên cho phép hình thành khung phân tích (hình 1)

4.4.Nguồn thông tin dữ liệu

Xuất phát từ mục tiêu và nội dung nghiên cứu, do giới hạn về mặt thời gian và nguồn lực, tác giả thu thập dữ liệu qua các phương pháp sau:

4.4.1.Thông tin sơ cấp: thực hiện phỏng vấn hộ

a. Tiêu chí và phương pháp chọn địa bàn: Xuất phát từ mục tiêu nghiên cứu của Đề tài và mục tiêu phỏng vấn, địa bàn phỏng vấn được lựa chọn theo tiêu chí chủ yếu sau:

-Địa bàn có diện tích nông hộ trồng hoa chiếm tỷ trọng lớn; .

-Có tỷ lệ trồng hoa trong nhà kính nhà lưới tương đối lớn, nông dân đã ứng dụng khoa học kỹ thuật vào canh tác và sản xuất hoa.

-Các vùng trồng hoa có xu hướng phát triển theo hướng chuyên canh.

b.Chọn mẫu điều tra: Sử dụng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên phân tổ.

Cơ sở lựa chọn : lợi dụng cơ cấu hành chính sẵn có là phường. Tính toán cơ cấu mẫu theo tỉ trọng diện tích trồng hoa từng phường từ đó có cơ cấu mẫu cho từng phường có sản xuất hoa tương đối tập trung. Số hộ cần điều tra :10-30 hộ/phường.

c.Thiết kế bảng câu hỏi

Căn cứ vào mục tiêu điều tra, các dữ liệu cần thu thập. Bảng câu hỏi được xây dựng qua các bước sau: (1)-Phác thảo bảng câu hỏi; (2)-Tham khảo ý kiến chuyên gia, cán bộ về lĩnh vực trồng hoa; (3)-Điều tra thử một số hộ ở Đà Lạt, xem xét và hoàn thiện.

d. Triển khai phỏng vấn hộ : phỏng vấn và đánh giá trực tiếp¹

Thực hiện trong tháng 12/2006.

e. Kết quả điều tra và thu thập dữ liệu :Số mẫu điều tra: 80 mẫu; số mẫu thu về : 76; số mẫu phù hợp để sử dụng phân tích: 60 mẫu, chiếm 75% số mẫu điều tra.

¹ Theo KS Phạm Văn Duệ, 2005, Giáo trình kỹ thuật trồng hoa cây cảnh.

Bảng 1 :Tổng hợp mẫu điều tra

STT	Địa bàn	Cơ cấu mẫu sử dụng	
		Số mẫu	Tỉ lệ(%)
1	Phường 5	11	18.33
2	Phường 8	20	33.33
3	Phường 9	11	18.33
4	Phường 11	18	30.01
	Tổng cộng	60	100

(Nguồn: điều tra, 2006)

4.4.2-Số liệu thứ cấp:

Thực hiện lập danh mục các dữ liệu cần thu thập mà có thể đã công bố, trong đó chủ yếu là các dữ liệu về sản xuất nông nghiệp ở Đà Lạt, điều kiện tự nhiên, kinh tế, xã hội của TP Đà Lạt, trình độ canh tác hoa... Từ đó, tác giả đã thiết lập một bảng kế hoạch thu thập dữ liệu được hình thành trên cơ sở dự kiến nguồn cung cấp và thời điểm thu thập(bảng 2)

Bảng 2: Kế hoạch thu thập dữ liệu đã công bố

Loại thông tin, dữ liệu	Dạng tài liệu được công bố	Địa chỉ liên hệ
Tình hình cơ bản về sản xuất hoa TP Đà Lạt	Số liệu thống kê, công trình nghiên cứu về hoa Đà Lạt	Các thư viện, Sở Nông Nghiệp &PTNT, Sở Khoa Học Công Nghệ
Hoạt động sản xuất hoa theo quy mô hộ tại TP Đà Lạt	Báo cáo nông nghiệp, báo cáo quy hoạch nông nghiệp công nghệ cao	Sở Nông Nghiệp &PTNT, UBND TP Đà Lạt, Phòng Công Nông Nghiệp TP Đà Lạt, Trung tâm nông nghiệp

4.5-Phương pháp xử lý thông tin

-Phương pháp thống kê

+Sử dụng số tương đối kết cấu

Công thức tính như sau:

$d = Y^{bp} / Y^{tt} \times 100$; trong đó : d là tỷ trọng (đo bằng %); Y^{bp} là mức độ của bộ phận, Y^{tt} là mức độ của tổng thể.

+Sử dụng số bình quân theo công thức

$X^{tb} = \sum x_i / n$, trong đó x^{tb} : là số bình quân, $x_{i(i=1, n)}$ là các đại lượng sử dụng, n là số đơn vị tổng thể.

-Phương pháp ước lượng

Đề lượng hóa một số các nhân tố ảnh hưởng đến doanh thu, lợi nhuận của hộ sản xuất hoa. Chọn mô hình:

$$Y = a X_1^{\alpha_1} X_2^{\alpha_2} X_3^{\alpha_3} X_4^{\alpha_4} \dots X_n^{\alpha_n}$$

Phương trình này có thể viết lại dưới dạng tuyến tính như sau”

$$\ln Y = \ln a + \alpha_1 \ln X_1 + \alpha_2 \ln X_2 + \alpha_3 \ln X_3 + \alpha_4 \ln X_4 \dots + \alpha_n \ln X_n + e$$

Có rất nhiều nhân tố, tuy nhiên tác giả lựa chọn mô hình tuyến tính như sau:

+Mô hình Tổng doanh thu(TDT):

$$\ln(\text{TDT}) = \ln a + \alpha_1 \ln(\text{DT}) + \alpha_2 \ln(\text{TRD}) + \alpha_3 \ln(\text{KN}) + \alpha_4 * \text{LK} + e \quad (1)$$

Bảng 3: Các biến trong mô hình tổng doanh thu

Biến	Tên nhân tố	ĐVT	Dự đoán ảnh hưởng lên TDT
TDT	Tổng doanh thu	Triệu đồng//năm	
DT	Diện tích	1.000 m ²	Càng tăng, doanh thu càng tăng
TRD	Trình độ học vấn	Số năm học phổ thông	Càng cao, doanh thu càng tăng
KN	Kinh nghiệm	Số năm canh tác	Càng tăng, doanh thu càng cao

LK	Liên kết	1=tham gia liên kết ² 2=không tham gia liên kết	Có liên kết, doanh thu càng cao
----	----------	---------------------------------------------------------------	---------------------------------

+Mô hình Tổng lợi nhuận(TLN):

$$\ln(\text{TLN}) = \ln a + \alpha_1 \ln(\text{DT}) + \alpha_2 \ln(\text{TRD}) + \alpha_3 \ln(\text{KN}) + \alpha_4 * \text{LK} + e \quad (2)$$

Bảng 4: Các biến trong mô hình tổng lợi nhuận

Biến	Tên nhân tố	ĐVT	Dự đoán ảnh hưởng lên TLN
TLN	Tổng lợi nhuận	Triệu đồng//năm	
DT	Diện tích	1.000 m ²	Càng tăng, lợi nhuận càng tăng
TRD	Trình độ học vấn	Số năm học phổ thông	Càng cao, lợi nhuận càng tăng
KN	Kinh nghiệm	Số năm canh tác	Số năm canh tác càng lớn, lợi nhuận càng cao
LK	Liên kết	1=tham gia liên kết 2=không tham gia liên kết	Có liên kết, lợi nhuận càng cao

5. Những đóng góp của đề tài

Giải quyết bài toán phát triển nông nghiệp công nghệ cao và tồn tại các mô hình sản xuất theo hoa quy mô hộ đã làm đầu đầu các nhà hoạch định chính sách Đà Lạt. Luận văn đã tập trung phân tích và đánh giá có cơ sở khoa học những khó khăn, hạn chế cơ bản ảnh hưởng đến việc phát triển sản xuất hoa ở cấp độ quy mô nông hộ. Kết quả của luận văn có thể gợi ý cho các nhà hoạch định chính sách

² Khái niệm tham gia liên kết ở đây theo nông hộ là có “hợp đồng miệng” hoặc đặt hàng giữa nông hộ sản xuất và đại lý, HTX thu mua hoa hoặc các vựa hoa lớn ở các tỉnh.

những định hướng quan trọng cấp bách cần thực hiện trong giai đoạn 2007-2010 và định hướng đến 2015.

6. Giới hạn đề tài

Do những khó khăn về thời gian, chưa hoàn thiện các dữ liệu, luận văn này sẽ có một số hạn chế nhất định:

- Một số tính toán còn ở dạng tổng thể, chưa phân tích sâu.
- Dữ liệu sử dụng nhiều biến định tính.

Những hạn chế sẽ là mục tiêu cho các nghiên cứu sâu hơn về sau.

7. Kết cấu đề tài

Ngoài phần mở đầu và kết luận, luận văn bao gồm 3 chương

Chương I: Cơ sở lý thuyết của đề tài

Chương II: Thực trạng sản xuất hoa của nông hộ Thành Phố Đà Lạt

Chương III: Gợi ý một số giải pháp phát triển sản xuất hoa của nông hộ theo hướng công nghiệp đến năm 2015

Chương I

CƠ SỞ LÝ THUYẾT CỦA ĐỀ TÀI

1.1.Cơ sở lý thuyết

1.1.1.Kinh tế nông hộ

Kinh tế nông hộ(KTNH): là hình thức kinh tế nền tảng để phát triển sản xuất hàng hóa.

Kiểu sản xuất KTNH đòi hỏi một kiểu tổ chức kinh tế gắn bó người lao động với đối tượng sản xuất trong suốt quá trình sản xuất. KTNH là hình thức kinh tế lấy gia đình nông dân làm đơn vị sản xuất.

Năm 1988, Bộ Chính trị ra NQ10 - 1988 công nhận **kinh tế nông hộ** là đơn vị sản xuất.

KTNH thường bất lực trước những biến động của thị trường, khả năng hạn chế trong ứng dụng khoa học, kỹ thuật và công nghệ mới vào sản xuất, là sự thiếu thốn về vốn liếng, tư liệu sản xuất. Điều đó tất yếu đòi hỏi nông dân phải hợp tác lại tạo ra kinh tế hợp tác xã (KT HTX), thông qua đó KTNH hoạt động hòa nhập vào kinh tế xã hội(kinh tế thị trường)(*TS Nguyễn Thanh Vân, 1993*).

1.1.2.Lý thuyết sản xuất nông nghiệp

Lý thuyết sản xuất sản xuất hay còn gọi lý thuyết hành vi của người sản xuất(nông trại, nông hộ, doanh nghiệp...) ứng dụng khoa học kinh tế vào sản xuất nông nghiệp. Lý thuyết sản xuất cung cấp những nguyên lý để hướng dẫn các đơn vị sản xuất(nông trại, nông hộ, doanh nghiệp) trong việc sử dụng có hiệu quả các nguồn lực nhằm tối đa hóa lợi nhuận

Sản xuất là một quá trình, thông qua nó, các nguồn lực hoặc đầu vào của sản xuất được sử dụng để tạo ra sản phẩm hoặc dịch vụ mà người tiêu dùng có thể dùng được. Các đầu vào như đất đai, phân bón, giống, nông dục, lao động, máy móc và trang thiết bị nông nghiệp

Một cách cơ bản, lý thuyết sản xuất nông nghiệp nghiên cứu bản chất mối liên hệ nhân quả giữa các yếu tố đầu vào và kết quả về sản phẩm thu được. Mối liên hệ này thường được diễn tả thông qua hàm sản xuất. Chẳng hạn như, sản phẩm Y là một hàm sản xuất với các yếu tố đầu vào($X_1, X_2, X_3 \dots X_n$)

$$Y=f(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n)$$

Nếu chúng ta chỉ xem xét sự thay đổi của một yếu tố đầu vào(chẳng hạn như X_1) ảnh hưởng như thế nào đối với Y(những yếu tố đầu vào khác được giả định không đổi) thì phương trình(1) sẽ là: $Y=f(X_1, X_2, X_3, \dots X_n)$

Trong nền kinh tế thị trường, người sản xuất phải đương đầu với việc lựa chọn các kỹ thuật mới và các mô hình sản xuất đem lại hiệu quả cao nhất cho mình. Những thông tin từ cán bộ khuyến nông, nhà khoa học, kinh nghiệm từ các nông hộ, các doanh nghiệp gợi ý cho nông hộ nên áp dụng các kỹ thuật như giống mới, diệt trừ cỏ dại bằng các hóa chất, liều lượng phân bón cần thiết nên sử dụng, làm đất bằng cơ giới hóa... nhằm đạt năng suất tối đa và hạn chế thấp nhất đến việc ô nhiễm môi trường canh tác của nông hộ. Tuy vậy Wharton C.(1971) đã đưa ra 6 nguyên nhân chính giải thích lý do tại sao nông hộ không sẵn lòng áp dụng kỹ thuật mới như sau: (i) Không biết hoặc không hiểu về kỹ thuật mới, (ii) không đủ năng lực để thực hiện, (iii) Không được chấp nhận về mặt tâm lý, văn hóa và xã hội, (iv) không được thích nghi, (v) không khả thi về kinh tế, (vi) không có sẵn điều kiện để áp dụng.

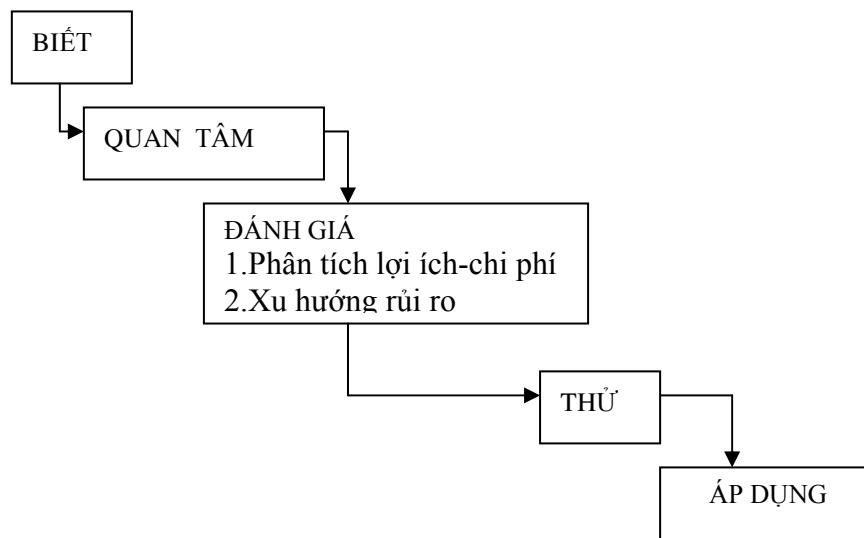
Rogers(1971) mô tả sự áp dụng kỹ thuật mới bởi nông hộ như là một quá trình 5 giai đoạn(*Sơ đồ 1.1*).

Để có thể áp dụng kỹ thuật mới, đầu tiên nông dân phải biết hoặc hiểu được kỹ thuật đó(có thể hiểu qua chương trình phổ biến kỹ thuật trên radio, truyền hình, cán bộ khuyến nông, sinh hoạt câu lạc bộ hoặc láng giềng...). Quá trình được tiếp

tục nông hộ thực sự quan tâm đến nó(họ thấy rằng kỹ thuật đó cần thiết và bắt đầu tìm hiểu những thông tin chi tiết hơn về kỹ thuật đó).

Khi đã quan tâm, nông dân sẽ bắt đầu tính toán lợi ích đem lại và chi phí bỏ ra theo cách tính của họ(giá yếu tố đầu vào thay đổi là bao nhiêu, mua ở đâu, trừ chi phí ra, thu nhập có tăng hơn không?) Khi lợi ích đem lại cao hơn chi phí, họ sẽ tiếp tục qua giai đoạn tiếp theo là làm thử(chỉ tiến hành áp dụng kỹ thuật mới trên một diện tích đất nhỏ so với diện tích đất sản xuất mà họ có). Nếu kết quả thành công, họ mới thật sự áp dụng trên toàn bộ diện tích.

Hình 1.1.Quá trình áp dụng một kỹ thuật mới



Hầu hết các lý thuyết kinh tế và thực tiễn cho thấy rằng nông dân sẽ nhanh chóng áp dụng kỹ thuật mới một khi họ hiểu rằng có một ít rủi ro sẽ xuất hiện liên quan đến kỹ thuật mới(so với kỹ thuật cũ) và lợi ích nhận được từ việc áp dụng kỹ thuật mới. Do đó vấn đề cốt lõi để phổ biến kỹ thuật mới và ứng dụng rộng rãi bởi nông hộ là: làm cách nào giúp cho nông hộ, tự chính họ thấy được rủi ro-lợi ích đem lại; kinh nghiệm sản xuất lâu năm và kết hợp với áp dụng hiệu quả khoa học kỹ thuật mới nông dân sẽ có nguồn vốn kinh nghiệm.

1.1.3. Marketing nông sản

Trong nền kinh tế thị trường, việc nông hộ quyết định có thay đổi kỹ thuật sản xuất hay không, thì yếu tố thị trường cũng đóng một vai trò khá quan trọng.

1.1.3.1. Thị trường nông sản

Thị trường nông sản(trồng trọt, chăn nuôi, thủy sản, lâm sản và sản xuất muối)gồm thị trường của các yếu tố đầu vào cho sản xuất, như tư liệu sản xuất, vốn và lao động và thị trường đầu ra của sản phẩm nông nghiệp(gọi tắt là thị trường nông sản). Vậy khái niệm thị trường nông sản là một quá trình diễn ra giữa người bán và người mua gặp nhau để trao đổi hay thỏa thuận về số lượng, chất lượng, giá cả của hàng hóa nông sản.

Khi sản xuất hàng hóa ra đời và phát triển thì thị trường cũng ra đời và phát triển theo. Với mục đích của sản xuất hàng hóa là để bán kiếm nhiều lời, nên khâu tiêu thụ có ý nghĩa đặc biệt quan trọng.

Thị trường xuất hiện đồng thời cũng làm xuất hiện nhiều mối quan hệ kinh tế, trong đó có:

-Quan hệ giữa người bán và người mua: Người bán rất cần người mua, người mua cũng rất cần người bán nhưng đây là quan hệ mâu thuẫn. Xuất phát từ lợi ích kinh tế, người bán luôn muốn bán được nhiều hàng hóa với giá cao, hoặc rất cao để có nhiều lời; ngược lại người mua chỉ muốn mua với giá phù hợp với túi tiền của mình hoặc với giá thấp để mua được nhiều hàng. Đây chính là mâu thuẫn luôn tồn tại giữa người bán và người mua xét về mặt lợi ích kinh tế trong quan hệ thị trường.

-Quan hệ giữa người bán và người bán: Đây cũng là quan hệ mâu thuẫn. Biểu hiện là những người bán luôn tìm mọi cách để lôi kéo khách hàng về phía mình, giành và chiếm giữ những thị trường thuận lợi.

Hai mâu thuẫn trên là hai mâu thuẫn vốn có của nền sản xuất hàng hóa, tồn tại khách quan và gắn liền với khâu tiêu thụ. Kết quả của mâu thuẫn đó làm cho quá trình tiêu thụ hàng hóa trở nên khó khăn, cạnh tranh, nhưng đồng thời nó cũng làm cho sản xuất hàng hóa phát triển.

1.3.1.2. Cấu trúc thị trường nông sản

Mỗi cuộc trao đổi trực tiếp hay qua trung gian các nông sản trên thị trường đều là sự chuyển giao quyền sở hữu nông sản từ người chủ này sang người chủ khác với một giá nhất định. Nếu xem xét hàng loạt biến đổi về quyền sở hữu làm cho nông sản chuyển từ tay người sản xuất đầu tiên đến tay người tiêu dùng sau cùng là

những dây chuyền phân phối thì có nhiều dây chuyền khác nhau trong thị trường nông sản.

Timmer và cộng sự (1983) mô tả tổng quát 5 dây chuyền phân phối khác nhau có thể hoạt động ở thị trường nông sản

(1) Người sản xuất và người tiêu dùng ở nông thôn

(2) Người sản xuất, người bán lẻ nông thôn và người tiêu dùng nông thôn.

(3) Người sản xuất, người thu gom và người chế biến ở địa phương, và người tiêu dùng ở nông thôn

(4) Người sản xuất, người thu gom và người chế biến ở địa phương, người bán buôn ở thành thị, người bán lẻ ở thành thị và người tiêu dùng thành thị.

(5) Người sản xuất, người thu gom và người chế biến không ở địa phương, người bán buôn ở thành thị, người bán lẻ ở thành thị, và người tiêu dùng ở thành thị.

1.3.1.3. Vai trò thị trường nông sản

Các hoạt động của thị trường nông sản có những vai trò sau:

(1) Tạo ra khả năng sử dụng sản phẩm về thời gian

(2) Tạo ra khả năng sử dụng sản phẩm về không gian địa lý.

(3) Tạo ra khả năng sử dụng sản phẩm về hình thức.

1.3.1.4. Phương hướng cải thiện Marketing nông sản

(1) Khuyến khích mở rộng hình thức HTX dịch vụ đầu vào và đầu ra ở nông thôn

HTX có lợi thế hơn trong việc giảm chi phí marketing so với các doanh nghiệp tư nhân trên các khía cạnh.

- Chi phí về các hình thức thu hút khách hàng thường là thấp hơn.
- HTX có thể giao hàng cho các Trung tâm bán buôn với một số lượng lớn hơn nhiều so với các thương lái tư nhân, và như vậy chi phí marketing trên 1 đơn vị sản phẩm sẽ thấp hơn.
- Nông dân thường không biết về sự thay đổi giá trên thị trường một cách kịp thời, do đó họ không thuận lợi trong việc mặc cả giá đối với người trung gian. Thông qua HTX của chính họ, chi phí trung gian sẽ được

giảm và khoản tiết kiệm này được phân phối lại cho chính họ thông qua lợi tức của cổ phần.

(2) Cải thiện hệ thống bán lẻ theo hướng nâng cao về qui mô doanh số trên đơn vị bán lẻ.

Hầu hết các nước đang phát triển trong quá trình phát triển hệ thống thị trường, có một điểm xuất phát giống nhau là sản phẩm nông nghiệp, đặc biệt là những sản phẩm dễ bị hư hỏng, được bán lẻ trên rất nhiều điểm bán lẻ (quầy bán lẻ), trên lề đường hoặc trong các chợ truyền thống. Đặc điểm cơ bản của hệ thống này là hoạt động với quy mô nhỏ. Hoạt động với quy mô nhỏ sẽ làm cho chi phí marketing cao trên một đơn vị sản phẩm bán lẻ.

Làm cách nào để cải thiện?

Để giảm chi phí trên đơn vị sản phẩm bán lẻ, kinh nghiệm trên thế giới cho thấy nên phát triển các loại hình:

- Siêu thị(Supermarket)
- Cửa hàng chiết khấu(discount stores)
- Sát nhập ngành(vertical intergration)
- (3) Cải thiện việc phân loại và đóng gói sản phẩm.

Bản chất sinh học của sản phẩm nông nghiệp, phần lớn sản phẩm không đồng nhất về kích thước(lớn, nhỏ), dáng sản phẩm(tròn trịa, không khuyết tật), độ chín của sản phẩm(non, đủ độ tuổi), chất lượng bên trong của sản phẩm(dẻo, ngọt, hương thơm). Để tiêu chuẩn hoá sản phẩm cần phải tiến hành phân loại và đóng gói ở ngay giai đoạn vận chuyển. Sự phân loại chất lượng sản phẩm và đóng gói(bảo đảm khi di chuyển không ảnh hưởng tới chất lượng sản phẩm) sẽ làm tăng giá trị thị trường của sản phẩm. Đồng thời nó cũng giảm chi phí marketing vì sản phẩm cung cấp cho khách hàng đảm bảo đồng nhất về chất lượng, giảm tối đa số sản phẩm bị hỏng. Để thực hiện cải thiện phân loại và đóng gói cần tập trung giải quyết các vấn đề sau: (i)Huấn luyện nông dân có kiến thức về tiêu chuẩn sản phẩm, cách thức phân loại sản phẩm,(ii)Khuyến khích các dự án đầu tư-nghiên cứu sản xuất cải tiến các phương tiện chứa đựng hàng hóa(bao bì).

(4) Thiết lập hệ thống thông tin thị trường:

Trong Marketing nông sản, người sản xuất thường bị bất lợi do thiếu thông tin thị trường bởi vì họ sản xuất ở những nơi rất xa thị trường tiêu thụ. Đặc biệt là những loại nông sản dễ bị hỏng, giá của chúng thường biến động lớn. Nếu biết thông tin kịp thời người sản xuất sẽ hưởng lợi do nâng cao khả năng mặc cả đối với người trung gian, người tiêu dùng cũng hưởng lợi do đáp ứng cầu nhanh chóng (không ảnh hưởng lớn đến biến động giá) và người trung gian phải cải tiến công nghệ thực hiện quá trình marketing nhằm đáp ứng kịp thời cho thị trường (nền tảng cho việc giảm chi phí marketing). Do đó, thu nhập và phân phối thông tin về một số sản phẩm chủ yếu một cách kịp thời là cần thiết.

Trong nhiều nước đang phát triển, chính phủ cần thiết lập một hệ thống mạng thông tin riêng cho thị trường nông sản. Hệ thống mạng bao gồm các trạm thông tin nằm ở các trung tâm lớn tiêu thụ sản phẩm và ở các địa bàn sản xuất. Thông tin này bao gồm giá của sản phẩm, khối lượng giao dịch trên một địa bàn cụ thể. Như vậy, thông tin thị trường sẽ vươn đến các vùng sản xuất khác nhau ngay tức khắc. Kinh nghiệm của China (Chen, 1992), hệ thống mạng bao gồm một trung tâm và 18 trạm nối mạng, hầu hết gắn liền với các trung tâm bán buôn. Hệ thống thông tin giúp cho các nhà sản xuất và bán buôn trong việc lựa chọn cho quyết định đối với thu hoạch sản phẩm, mức giá và vận chuyển sản phẩm kịp thời.

1.1.4. Thương hiệu và xây dựng thương hiệu

1.1.4.1. Thương hiệu

“Hiện nay, không một văn bản pháp luật nào về sở hữu công nghiệp sử dụng thuật ngữ “Thương hiệu” (Phạm Đình Chương-Cục Trưởng Cục Sở hữu công nghiệp). Nhưng “Thương hiệu” lại được các doanh nhân, nhà tiêu dùng, khách hàng rất quan tâm. Vậy “thương hiệu” là gì?

Từ “thương hiệu” có nguồn gốc từ chữ Brandr, theo tiếng Aixolen cổ nghĩa là đóng dấu, xuất phát từ thời xa xưa, khi những chủ trại chăn nuôi muốn phân biệt đàn cừu của mình với những đàn cừu khác, họ đã dung một con dấu bằng sắt nung đỏ đóng lên lưng từng con một, thông qua đó khẳng định giá trị hàng hóa và quyền

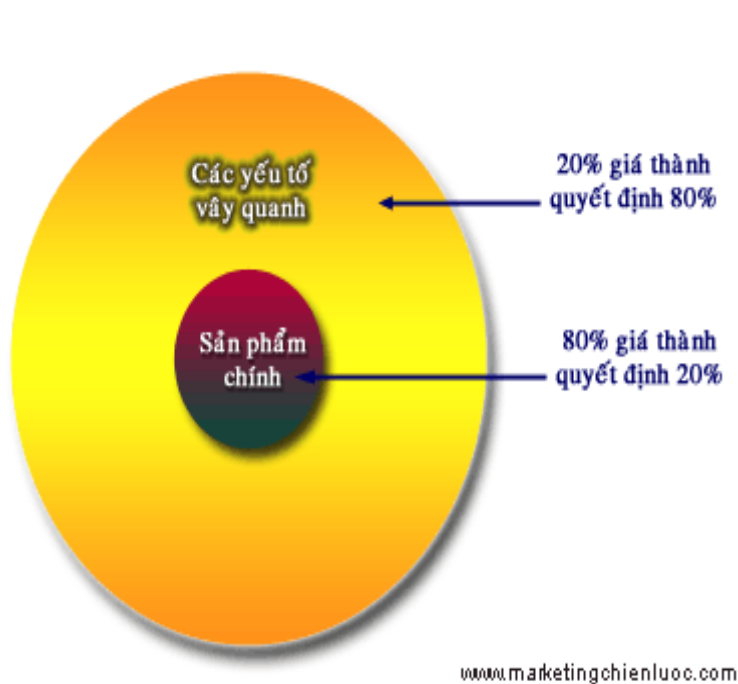
sở hữu của mình. Như thế, thương hiệu xuất hiện từ nhu cầu tạo sự khác biệt cho sản phẩm của nhà sản xuất. (*Tạp chí khoa học công nghệ, 2005*)

Thương hiệu là cái tên hay dấu hiệu giúp nhận biết một sản phẩm (*Đỗ Hòa, 2002*)

Thương hiệu là dấu hiệu để người tiêu dùng lựa chọn hàng hóa và dịch vụ của doanh nghiệp trong muôn vàn các hàng hóa cùng loại khác.

“Thương hiệu” – mặc dù không phải là một thuật ngữ pháp lý chính thức trong các văn bản pháp luật về sở hữu trí tuệ – đang được sử dụng phổ biến trong thời gian gần đây như một khái niệm bao trùm để chỉ về nhãn hiệu hàng hoá (gồm nhãn hiệu dịch vụ), hoặc nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận, hoặc tên thương mại, hoặc chỉ dẫn

Hình 1.2. Thương hiệu sản phẩm



địa lý (gồm tên gọi xuất xứ hàng hoá) (*Công ty luật sở hữu trí tuệ Lê & Lê*)

Thương hiệu là cái tên hay dấu hiệu giúp nhận biết một sản phẩm. Một thương hiệu thành công đánh dấu một sản phẩm là có lợi thế cạnh tranh bền vững. IBM, BMW, Coca Cola và Shell là những ví dụ điển hình về thương hiệu doanh nghiệp, Coca-cola,

Dulux Paint và Foster Larger là những ví dụ điển hình về thương hiệu sản phẩm. Thương hiệu Rượu vang Pháp đã chỉ dẫn cho người tiêu dùng cả về sản phẩm và địa phương đặc trưng sản xuất. Thương hiệu là một thành phần phi vật thể nhưng lại là một thành phần thiết yếu của một doanh nghiệp, địa phương, quốc gia. Một khi mà

các sản phẩm đã đạt đến mức độ hầu như không thể phân biệt được bằng tính chất, đặc điểm và lợi ích công dụng thì thương hiệu là yếu tố duy nhất tạo ra sự khác biệt giữa các sản phẩm. Thương hiệu nói lên sự tin tưởng và sự an toàn. Nhiều người đã từng nghe về những cuộc thử nghiệm ném Pepsi-coca và Coca-cola mà kết quả cho thấy khi ném sản phẩm "mù" rất ít người nhận ra sự khác biệt giữa hai loại coca, nhưng khi được hỏi với sản phẩm có nhãn thì đến 65% người tiêu dùng cho là mình thích Coca-cola hơn. Đây là một trong những yếu tố chỉ định những giá trị được xếp vào loại "*các yếu tố vây quanh*" một sản phẩm (vvv.marketingchienluoc.com)

1.1.4.2. Thương hiệu và nhãn hiệu

Lâu nay người ta hay nhầm lẫn giữa *thương hiệu* và *nhãn hiệu*. Tuy nhiên hai khái niệm không thể hiểu là một mà phải coi như hai phần bên trong và bên ngoài của một vật thể. Nếu *nhãn hiệu* được sử dụng trong môi trường pháp lý (nhãn hiệu đã đăng ký sẽ được Nhà nước bảo hộ) thì *thương hiệu* lại được sử dụng trong môi trường kinh doanh (uy tín, tên tuổi của thương hiệu sẽ thu hút khách hàng). Nếu *nhãn hiệu* là phần xác thì *thương hiệu* như là phần hồn của sản phẩm, vì thế giá trị của thương hiệu mang tính trừu tượng, khó định giá và do người tiêu dùng bình chọn. Giá trị rõ ràng, cụ thể của nhãn hiệu thường biểu hiện ngay trên nhãn mác. Còn giá trị vô hình của thương hiệu lại tùy thuộc vào chất lượng của sản phẩm và mang tính lâu dài. *Không nhìn thấy rõ như nhãn hiệu nhưng thương hiệu lại là yếu tố quyết định cho sự thành bại của doanh nghiệp, hay ngành, quốc gia.*

1.1.4.3. Xuất xứ hàng hóa

Tên gọi xuất xứ được hiểu là tên địa lý của nước, địa phương dùng để chỉ xuất xứ của hàng hoá từ nước hoặc địa phương đó với điều kiện là các hàng hoá này có tính chất, chất lượng đặc thù dựa trên các điều kiện địa lý độc đáo và ưu việt bao gồm yếu tố tự nhiên, con người hoặc kết hợp các yếu tố đó. Nếu nước đã nói là nước ngoài hoặc địa phương đã nói là địa phương ở nước ngoài, thì tên gọi xuất xứ hàng hoá đó sẽ được bảo hộ ở Việt Nam nếu nó được bảo hộ ở nước hoặc địa phương gốc.

Các dấu hiệu sau đây sẽ không được bảo hộ là tên gọi xuất xứ hàng hoá:

(1) Chỉ dẫn xuất xứ hàng hoá không phải là tên địa lý (bao gồm cả tên nước hoặc địa phương nơi có sản phẩm nhưng không phải tên địa lý của nước hoặc địa phương đó) và;

(2) Các tên gọi xuất xứ trở thành tên gọi chung của sản phẩm mà không còn chức năng chỉ dẫn xuất xứ của sản phẩm đó.

- Hình thức và thời hạn bảo hộ, gia hạn

Tên gọi xuất xứ hàng hoá được bảo hộ dưới dạng Giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hoá do Cục SHTT cấp. Giấy chứng nhận có hiệu lực đến hết 10 năm tính từ ngày cấp và có thể gia hạn liên tiếp nhiều lần, mỗi lần 10 năm. Để được gia hạn hiệu lực giấy chứng nhận quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hoá, đơn và phí gia hạn hiệu lực phải được nộp trong vòng 6 tháng trước ngày giấy chứng nhận hết hiệu lực. Đơn xin gia hạn hiệu lực có thể được nộp muộn hơn thời hạn qui định trên đây nhưng không quá 6 tháng tính từ ngày giấy chứng nhận hết hiệu lực với điều kiện chủ giấy chứng nhận phải nộp thêm 10% lệ phí gia hạn cho mỗi tháng nộp muộn.

- Quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hoá

Người được cấp giấy chứng nhận tên gọi xuất xứ hàng hoá có quyền (i) sử dụng tên gọi xuất xứ cho các sản phẩm của mình và (ii) yêu cầu cơ quan Nhà nước thẩm quyền buộc người sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hoá trái phép dừng việc sử dụng và đền bù thiệt hại gây ra. Xin lưu ý rằng quyền sử dụng tên gọi xuất xứ hàng hoá không được chuyển nhượng hoặc cấp li-xăng cho người khác.

- Đơn yêu cầu cấp giấy chứng nhận tên gọi xuất xứ hàng hoá và xét nghiệm đơn

Quyền nộp đơn yêu cầu cấp giấy chứng nhận tên gọi xuất xứ hàng hoá thuộc cá nhân hoặc pháp nhân có hoạt động sản xuất kinh doanh hàng hoá có tính chất đặc thù tại nước hoặc địa phương có tên địa lý đáp ứng các điều kiện nêu trên. Cá nhân hoặc pháp nhân nước ngoài được bảo hộ đối với tên gọi xuất xứ hàng hoá tại nước gốc có thể yêu cầu bảo hộ tên gọi xuất xứ hàng hoá đó để sử dụng cho các hàng hoá của mình tại Việt Nam. Quyền nộp đơn đăng ký tên gọi xuất xứ hàng hoá không được chuyển nhượng hoặc chuyển giao.

1.1.4.3. Xây dựng thương hiệu

Theo TS. Nguyễn Minh Châu, Viện trưởng Viện Nghiên cứu cây ăn quả miền Nam cho rằng: *“Thương hiệu chính là một sự cam kết của người sản xuất với người tiêu dùng. Tuy nhiên, thương hiệu đối với nông sản chỉ có giá trị khi sản xuất lớn, còn sản xuất nhỏ lẻ ... thương hiệu chẳng có ý nghĩa gì”*

Vậy những việc cần làm để xây dựng thương hiệu hoa là gì? Cần phối hợp đồng bộ các khâu của quá trình sản xuất. Kinh nghiệm của những thương hiệu nông sản(hoa) thành công là đầu tư toàn diện vào chiến lược phát triển lâu dài với sự kết hợp chặt chẽ giữa các nhà (khoa học, trồng trọt, phân phối, quảng bá và đặc biệt là các đơn vị hành chính nhà nước liên quan). Xây dựng thương hiệu cho nông sản cần có chiến lược phối hợp đồng bộ của tất cả các khâu, từ lựa chọn cây giống, kỹ thuật trồng trọt, chăm bón, thu hoạch và bảo quản sau thu hoạch. Để có mặt trên thị trường cần xây dựng được một hệ thống phân phối rộng rãi đến tay người tiêu dùng với những sản phẩm được lựa chọn kỹ càng và đóng gói, bao bì hấp dẫn.

Tuy vậy theo TS. Nguyễn Minh Châu, muốn có được thương hiệu nông sản mạnh, chúng ta phải quay trở lại đúng quy trình: **sản xuất đủ điều kiện, đăng ký tên gọi xuất xứ và xây dựng uy tín của thương hiệu.**

1.2. Cây hoa và ngành sản xuất hoa

1.2.1. Vai trò của hoa

Từ khi con người thoát khỏi cuộc sống hái lượm biết nuôi trồng cây con thì cây hoa cũng bắt đầu xuất hiện và gắn bó mật thiết với con người. Hoa và cây cảnh với tên gọi chung là hoa cảnh dùng để chỉ các loại cây trồng mới mục đích trang trí và thưởng thức vẻ đẹp của chúng. Chính vì vậy mà lịch sử gieo trồng hoa luôn được gắn liền với lịch sử sản xuất nông nghiệp và xây dựng(Việt Nam hương sắc, 1995)[14].

Đã từ lâu hoa trở thành nhu cầu không thể thiếu được trong đời sống nhân dân ta và nó mang truyền thống văn hóa của dân tộc Việt Nam. Hoa là bộ phận của sinh vật cảnh, là hoạt động văn hóa mang ý nghĩa đạo đức, thẩm mỹ và triết lý sâu xa. Hoa biểu tượng cho tinh thần trong cuộc sống hiện tại và những ước vọng trong

tương lai của con người. Trồng hoa có tác dụng cải tạo môi trường sống. Màu sắc hương thơm của chúng tạo cho con người thấy thư thái, tâm hồn lắng dịu và lạc quan yêu đời hơn; hoa và cây hoa là những vị thuốc chữa bệnh. Hoa mang nhiều ý nghĩa tinh thần phong phú trong cuộc sống con người³. Ngày nay sản xuất hoa là một ngành mang lại nguồn thu nhập đáng kể.

1.2.2. Các yêu cầu tổ chức sản xuất hoa

-Yêu cầu về nhiệt độ

Bảng 1.1: Ngưỡng nhiệt độ của một số cây hoa

STT	Loại cây hoa	To tối thấp	To thích hợp	To tối cao
1	Hoa Cúc	10oC	20-25oC	35oC
2	Lay ơn	10-13oC	20-25oC	30oC
3	Cẩm Chướng	5 oC	17-25oC	38oC
4	Phong Lan Ôn đới	10oC	13-21oC	

(Nguồn :KS Phạm Văn Duệ, 2005)

Mỗi loài hoa thích hợp với một nhiệt độ khác nhau:

Nhóm hoa nhiệt đới: Hoa phong lan nhiệt đới, đồng tiền, trà mi.

Nhóm hoa ôn đới: Hồng, cúc, cẩm chướng, hoa phong lan ôn đới....

Cúc và Layon thích hợp ở nhiệt độ 20-25oC, Cẩm chướng thích hợp ở nhiệt độ 17-25oC, Layon đới yêu cầu nhiệt độ ban đêm là 13oC và ban ngày 16-21oC.

-Yêu cầu về ánh sáng

Ánh sáng là nguồn năng lượng để quang hợp cho cây xanh nói chung và cây hoa nói riêng. Đồng thời ánh sáng còn ảnh hưởng đến sự ra hoa. Đặc biệt độ dài chiếu sáng trong ngày ảnh hưởng đến sự ra hoa rõ nhất; ví dụ cây hoa Tuylip ra hoa trong điều kiện ánh sáng dài, cây hoa cúc ra hoa trong điều kiện ánh sáng ngày ngắn. Ngoài ra cường độ ánh sáng cũng ảnh hưởng tới sự sinh trưởng và ra hoa. Nếu trồng trong vùng có nhiệt độ thích hợp thì cây không những sống mạnh mà hoa nở lại đạt yêu cầu từ độ lớn cũng như màu sắc.

-Yêu cầu về nước và độ ẩm

³ Xem bảng 1.1

Nước là điều kiện cần thiết để cho cây sinh trưởng và phát triển. Yêu cầu về môi trường nước của các loài hoa cũng rất khác nhau. Đa số các loài hoa yêu cầu độ ẩm đất 70-80%. Đối với hoa cúc, hoa hồng loại đất thích hợp nhất là đất mùn, đất thịt được cuốc xới tơi xốp. Hoa trồng tốt nhất là trồng trong nhà kính, để tránh các điều kiện về môi trường và sâu bệnh hại phát triển do các điều kiện tự nhiên tác động.

- Các yêu cầu về thu hoạch và bảo quản

Hoa cắt cành rất dễ hư hao sau thu hoạch. Hoa sau khi thu hoạch vẫn là những cơ thể sống, chúng tiếp tục tăng trưởng và hô hấp. Muốn bảo đảm hoa tươi ta cần nắm vững không cắt quá sớm hoặc quá muộn. Lúc phân cấp phải cắt bỏ hoa bị sâu bệnh, bao gói nhiều hay ít tùy theo nhu cầu của thị trường khoảng 5-30 bông. Một số loài hoa phải có xử lý và theo trọng lượng hoa mà gói.

Bảo quản lạnh là biện pháp có hiệu quả. Nhiệt độ giữ kho lạnh thường 1-2°C. Độ ẩm tương đối trong kho lạnh là một nhân tố quan trọng, độ ẩm cao(90-95%) có thể bảo đảm chất lượng hoa và tỷ lệ nở sau khi cắt. Muốn giữ được độ ẩm cao cần phải giảm số lần mở, mặt khác khi bao gói cần chú ý đến giữ độ ẩm cao.

Bảng 1.2. Nhiệt độ và thời gian bảo quản hoa tươi thích hợp

Tên hoa đã cắt	Nhiệt độ (°C)		Thời gian cắt trữ (ngày)	
	Cắt khô	Cắt ẩm	Cắt khô	Cắt ẩm
Hoa cúc	0	2-3	20-30	13-15
Hoa hồng	0.5-1	1-2	14-15	4-5
Hoa Layon	-	4-6	-	7-10
Hoa cẩm chướng	0-1	1-4	60-90	3-5

(Nguồn :GS.Trần Văn Mão, 2001)

Để đảm bảo hoa tươi, trước lúc cắt trữ cần dung dịch bảo quản tươi để xử lý.

Bảng 1.3. Thành phần thuốc bảo quản hoa tươi cắt cành thường dùng

Tên hoa	Thành phần thuốc bảo quản hoa tươi
Hoa cúc	Đường mía 3%+acetat thủy ngân 25mg/l+axit citric 73mg/l
Hoa hồng	Đường mía 3%+nitrat thủy ngân 2,5mg/l+muối sunphat 130mg/l+axit citric 200 mg/l

Hoa Layon	Đường mía 3-6%+muối sunphát 200 mg+600 mg/l
Hoa cẩm chướng	Đường mía 5%+muối sinphát 200 mg/l +acetat thủy ngân 50 mg/l

(Nguồn :GS.Trần văn Mão, 2001)

Hiệu quả của sản xuất hoa cắt cành phụ thuộc vào các yếu tố:

- (1) Những điều kiện tự nhiên: đủ ánh sáng, nước tưới, đất sạch, thời tiết thuận lợi;
- (2) Giống phù hợp và nguồn gốc tốt;
- (3) Vốn đầu tư;
- (4) Lao động có tay nghề;
- (5) Hiểu biết tốt về kỹ thuật;
- (6) Tổ chức, quản lý tốt;
- (7) Nông dược và các hóa chất cần thiết khác;
- (8) Cơ sở hạ tầng;
- (9) Nhận thức tốt về bảo quản chất lượng trong quá trình sản xuất cũng như sau thu hoạch.

1.3.Kinh nghiệm tổ chức sản xuất-tiêu thụ hoa của một số nước trên thế giới

Kinh nghiệm và thành công về sản xuất, xuất khẩu hoa của nhiều nước trên thế giới đã đem lại kinh tế thịnh vượng cho nhiều nước, nhất là các nước như Hà Lan, Thái Lan....Tuy vậy để có thể học tập những kinh nghiệm có thể áp dụng vào thực tế sản xuất tại TP Đà Lạt, xin nêu ra kinh nghiệm sản xuất, xuất khẩu hoa của một số nước đặc trưng như sau:

1.3.1.Ngành sản xuất hoa của một số nước trên thế giới

- Ngành công nghiệp hoa tại Ấn Độ

Những nỗ lực tự do hóa thị trường và đẩy mạnh xuất khẩu đang tạo điều kiện cho các nhà sản xuất và kinh doanh hoa của Ấn Độ gia tăng sản xuất và đa dạng hóa cơ cấu các sản phẩm hoa của mình, nhờ những hỗ trợ đáng kể về tài chính và khoa học kỹ thuật để khắc phục những hạn chế về khí hậu.

Ấn độ đang tiến hành cải tạo cả về tính chất đất, hệ thống nhà kính, nhà lưới trồng hoa, hệ thống tưới tiêu và các kho bảo quản. Với những nỗ lực đó, Ấn Độ đã

bước đầu xây dựng được các vùng trồng hoa tập trung như Maharashtra, Karnataka, Andhra Pradesh và Haryana. Với diện tích trồng hoa gần 70.000ha, sản lượng hoa hàng năm của Ấn Độ đạt không dưới 200.000 ngàn tấn hoa hay 500 triệu cành hoa cắt.

-Ngành trồng hoa tại Isarel

Isarel là một trong những nước có nền công nghiệp trồng hoa phát triển hàng đầu thế giới, với công nghệ nhà kính hiện đại bao gồm việc quản lý môi trường, điều tiết việc tưới tiêu, đo lường nhu cầu dinh dưỡng của cây hoa, hệ thống theo dõi nhiệt độ tự động, chăm sóc và bón phân qua hệ thống máy vi tính... đã đưa Isarel trở thành một nước xuất khẩu hoa lớn trên thế giới (chiếm 6% thị phần hoa thế giới)⁴

-Sản xuất hoa ở tỉnh Vân Nam Trung Quốc

Vân Nam từ lâu rất nổi tiếng với nghề trồng thuốc lá và chè; ngoài ra còn trồng rau và cây lương thực. Nhưng bây giờ thì cây hoa nổi lên như là ngành sản xuất chính trong kinh tế nông nghiệp ở cái tỉnh cao hơn mặt biển đến 2.000 mét này. Với mức lãi một vạn nhân dân tệ/mẫu Trung Quốc/năm (tương đương 300 triệu đồng Việt Nam/ha/năm), nghề trồng hoa đã làm thay đổi rõ rệt diện mạo và đời sống của 10 triệu hộ nông dân sản xuất đến 70% hoa của tỉnh.

Đến nay diện tích trồng hoa Vân Nam đã lên đến 14.000 ha, sản phẩm chủ lực là hoa lily (bách hợp), hồng, cẩm chướng, cúc... chiếm 40% thị phần cả nước. Doanh thu hàng năm 5,11 tỷ nhân dân tệ, xuất khẩu 41 triệu USD. Trong tổng số 790 doanh nghiệp sản xuất – kinh doanh hoa, có 10 % là cổ phần, còn lại là doanh nghiệp tư nhân. Hai năm gần đây các nước Hà Lan, Singapore, Hàn Quốc, Nhật... đầu tư vào sản xuất-kinh doanh-dịch vụ về hoa tại Vân Nam ngày càng nhiều Tỉnh đã dành ra 2.500 mẫu Trung Quốc để kêu gọi đầu tư nước ngoài.

Nhờ đâu mà sản xuất và kinh doanh hoa Vân Nam phát triển. Đó chính là Chính phủ Trung Quốc và chính quyền các địa phương rất quan tâm phát triển

⁴ Theo CPI

nghề trồng, kinh doanh, dịch vụ về hoa. Không chỉ đầu tư cơ sở hạ tầng mà còn trực tiếp đầu tư không hoàn lại cho các cơ sở, nhà xưởng sản xuất, kể cả bù lỗ cho doanh nghiệp làm giống và trồng hoa; giải quyết cho vay vốn ưu đãi, bù lãi suất và các chính sách hỗ trợ khác.

Tổng Hiệp hội Trung Quốc và Hiệp hội hoa các tỉnh tuy khác nhau về tổ chức và hoạt động nhưng đều làm tốt vai trò, chức năng của mình, tác động trực tiếp hoặc gián tiếp, tuyên truyền vận động, triển khai thực hiện và đề xuất chủ trương, quy hoạch và cả chính sách, biện pháp cho Nhà nước để chỉ đạo, quản lý và điều hành phát triển về hoa.

Trung Quốc có ba loại hiệp hội hoa: Hiệp hội các nhà sản xuất hoa, hiệp hội các nhà buôn bán hoa, hiệp hội các nhà bán lẻ hoa. Thượng Hải là thị trường lớn nhất Trung Quốc, có 14 chợ chuyên doanh về hoa, hơn 1.000 công ty kinh doanh sinh vật cảnh. Do đó Hiệp hội các nhà bán lẻ hoa là tổ chức rộng lớn nhất, quan trọng nhất, hoạt động trên toàn lãnh thổ Trung Quốc. Trụ sở của hiệp hội là một toà nhà bề thế, trang bị hiện đại, là trung tâm thứ 308 của tổ chức hoa trên thế giới gồm 180 quốc gia, Trung Quốc là một thành viên. Nơi đây cung cấp thông tin cho Chính phủ và các doanh nghiệp để định hướng phát triển hoa, giao dịch và thanh toán quốc tế; đào tạo và huấn luyện trồng và cắm hoa.

1.3.2.Các mô hình tổ chức liên kết sản xuất hoa

Qua nghiên cứu, tìm hiểu một số mô hình sản xuất nông nghiệp liên kết nông dân tại một số nước trong khu vực có thể thấy các hình thức hợp tác xã và nhóm liên kết nông dân là rất có hiệu quả ở các mặt chính sau: (i) tạo ra sức mạnh về vốn và quy mô; do vậy(ii) Có năng lực đầu tư và phát triển công nghệ sản xuất và tiếp thị; (3) tạo ra sức mạnh trên thị trường như:

Ở Nhật Bản: Một hợp tác xã chuyên doanh hoa cúc trắng tại tỉnh Toyohashi có quy mô 1.000 hộ nông dân. Hợp tác xã có Ban quản lý điều hành, trụ sở, xí nghiệp xử lý đóng gói và nhiều tài sản, máy móc, thiết bị chung(kho lạnh, xe vận tải lạnh,...).Hợp tác xã có thương hiệu nổi tiếng và chiếm lĩnh hầu hết thị trường hoa cúc trắng các tỉnh miền nam Nhật Bản. Đây là hợp tác xã có trình độ quản lý và

công nghệ cao, sản xuất kinh doanh mang tính công nghiệp đặc thù với hầu hết các công đoạn từ sản xuất đến xử lý sản phẩm, đóng gói bao bì, dán nhãn mác và theo dõi hạch toán được tự động hóa.

Ở Thái Lan: mô hình “nhóm nông dân”(Farmers’group) gồm nhiều nông hộ nhỏ sản xuất hoa cắt cành là rất phổ biến tại Chiang Mai và Bangkok-Thái Lan. Đây là các nhóm hợp tác sản xuất và tiếp thị một số mặt hàng hoa nhất định theo những kế hoạch và hợp đồng bao tiêu đã được thống nhất. Các thành viên cùng nhau áp dụng thống nhất các quy trình sản xuất và xử lý sau thu hoạch. Lợi nhuận được phân phối đóng góp của mỗi thành viên. Rất nhiều trong số các nhóm nông dân tham gia xuất khẩu ủy thác qua các công ty lớn hơn.

“Hợp tác xã sản xuất-phân phối hoa và cây cảnh” tại tỉnh Nontabury –Thái Lan gồm trên 100 xã viên là những người sản xuất phân phối hoa và cây cảnh trên thị trường nội địa Thái Lan. Họ cũng xuất khẩu sản phẩm của mình sang Đài Loan, Philippines và Nhật Bản. Một trong những tôn chỉ của HTX là “giải quyết sự bất bình đẳng trong giá cả thị trường hoa, cây cảnh và cải thiện tình trạng kinh tế của người sản xuất kinh doanh hoa và cây cảnh của các thành viên thông qua nhu cầu thị trường...”(Điều lệ của hợp tác xã). Nhiệm vụ của HTX được xác định rất rõ ràng và tập trung vào việc đảm bảo thị trường, kế hoạch sản xuất, vốn sản xuất và quyền lợi thiết thực của các thành viên.

Tóm tắt chương 1:

Việc phát triển sản xuất nông nghiệp hiện đại đòi hỏi một chuỗi liên hoàn và quan trọng là xây dựng được một chuỗi khép kín hiệu quả từ: liên kết sản xuất-bảo quản-tiêu thụ kết hợp quảng bá, xây dựng nhãn hiệu, thương hiệu sản phẩm.

Sản xuất hoa là một nghề mang lại lợi ích kinh tế cao cho một số Quốc gia trên thế giới. Nghiên cứu một số mô hình,kinh nghiệm sản xuất và kinh doanh hoa thành công của các nước, qua đó có thể rút ra được một số bài học ứng dụng cho ngành sản xuất hoa Đà Lạt, cụ thể là:

-Sản xuất hoa nên theo mô hình sản xuất “nhóm liên kết nông dân”, HTX, tạo vùng sản xuất hoa chuyên canh chất lượng cao có thể được xem là một mẫu hình phù hợp.

-Hỗ trợ nông dân ứng dụng và tích lũy khoa học kỹ thuật mới vào sản xuất theo hướng nông nghiệp công nghệ cao phù hợp. Chính quyền và các ban ngành thông qua các chiến lược phát triển và chương trình hành động cụ thể để hỗ trợ : xây dựng nhãn hiệu một số sản phẩm hoa đặc trưng, bảo hộ các giống hoa đặc hữu ...để tạo cho hoa của vùng có những nét riêng, độc đáo, tiến tới xây dựng thương hiệu “Hoa Đà Lạt” nhằm tăng cường khả năng cạnh tranh trong xu thế hội nhập với thế giới.

-Đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng: giao thông, thủy lợi, kho lạnh, các kỹ thuật bảo quản mới hiện đại; đẩy mạnh hoạt động của các Hiệp Hội Hoa giúp người nông dân định hướng sản xuất và nâng cao giá trị sản xuất hoa.

Việc phân tích hiện trạng ngành sản xuất hoa của nông hộ Đà Lạt giai đoạn 2001-2005; phân tích đánh giá và bằng các số liệu thực nghiệm sẽ được thực hiện ở Chương 2.

Hình 2.1. Bản đồ sử dụng đất của Đà Lạt đến 2010



(Nguồn : Dự thảo báo cáo quy hoạch, kế hoạch sử dụng đất đai thành phố Đà Lạt 2002 - 2010)

Chương II

THỰC TRẠNG SẢN XUẤT HOA CỦA NÔNG HỘ THÀNH PHỐ ĐÀ LẠT

2.1. Tổng quan về điều kiện tự nhiên kinh tế - xã hội thành phố Đà Lạt

2.1.1. Lịch sử phát triển

Bác sĩ A.Yersin khi phát hiện ra Đà Lạt(1893) đã suy nghĩ ngay đến việc xây dựng nơi đây thành một thành phố nghỉ dưỡng ở Đông Dương. Những ưu đãi của thiên nhiên khí hậu ở đây đã quyết định đến diện mạo một thành phố thừa ban đầu. Với điều kiện thổ nhưỡng tốt, phù hợp, người Pháp đã chú ý phát triển nông sản chủ yếu với các loại cây xứ lạnh như: Rau, hoa, chè, cà phê...

2.1.2. Điều kiện tự nhiên

Đà Lạt nằm trên cao nguyên Lâm Viên, về phía Đông Bắc tỉnh Lâm Đồng, với diện tích tự nhiên 39.105 ha, trong đó diện tích đất nông nghiệp 10.667 ha. Địa hình Đà Lạt thuộc dạng sơn nguyên với độ cao trung bình 1.520 m so với mực nước biển.

Nhiệt độ: Đà Lạt nằm trong vùng nhiệt đới gió mùa cận xích đạo nhưng bị chi phối bởi độ cao và địa hình tự nhiên nên **khí hậu mang tính chất đặc thù so với những vùng lân cận**. Nhiệt độ trung bình năm là 17,9oC, biên độ nhiệt độ trong ngày 11-12oC, khí hậu Đà Lạt chia làm 2 mùa rõ rệt, mùa mưa kéo dài từ tháng 4 đến tháng 10 hàng năm, mùa khô từ tháng 11 đến tháng 3 năm sau.

Đất đai: Đất ở đây chủ yếu được tạo bởi phun xuất do núi lửa, có độ dốc cao, diện tích đất bị thoái hóa không đáng kể. Tổng diện tích sản xuất nông nghiệp có khoảng 19.323 ha. Đất nông nghiệp Đà Lạt phần lớn là đất đỏ Bazan và đất Feralit vàng đỏ có nguồn gốc từ núi lửa phun trào. Đây là một loại đất có độ phì nhiêu cao, phù hợp với nhiều loại cây trồng đặc biệt là cây hoa.

Thủy văn: Lượng mưa bình quân 1800mm, độ ẩm trung bình 86,67%. Đà Lạt vào mùa mưa nắng ít, ẩm độ không khí cao, cường độ mưa lớn nên bệnh hại phát triển mạnh; gây rửa trôi phân bón, làm giảm hiệu lực phun thuốc. Hầu hết các loại hoa Đà Lạt trong mùa mưa nắng suất chỉ bằng 50-70% năng suất vào mùa khô nên việc xây dựng nhà kính và điều khiển ánh sáng(cho hoa cúc) đã thu được hiệu quả cao, phát huy lợi thế phát triển hoa trái vụ và tăng năng suất cho các loại hoa có chu kỳ kinh tế kéo dài quanh năm như: hồng, cúc, đồng tiền, salem....Hệ thống thủy lợi, suối, ao hồ, nguồn nước mạch và nước ngầm cơ bản đảm bảo nhu cầu tưới tiêu và sinh hoạt của nông hộ.

Tóm lại, có thể nói Đà Lạt là nơi được ưu đãi cho việc phát triển ngành trồng hoa các với điều kiện tự nhiên vô cùng thích hợp. Với truyền thống và kinh nghiệm sản xuất hoa lâu đời kết hợp ứng dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật, Đà Lạt có đầy đủ các yếu tố để sản xuất hoa hàng hóa với nhiều loại hoa có nguồn gốc ôn đới và á nhiệt đới, sản xuất hoa quanh năm hoặc trái vụ, hoa cao cấp, đẹp, đa dạng.

2.1.3.Đặc điểm kinh tế-xã hội và chuyển dịch cơ cấu kinh tế Đà Lạt giai đoạn 2001-2005

Dân số Đà Lạt hiện khoảng 194.920 người⁵. Giai đoạn 2001-2005, tăng trưởng kinh tế đạt 14,2%; cơ cấu kinh tế TP Đà Lạt chuyển dịch theo hướng du lịch và dịch vụ chiếm 69,6%, công nghiệp-xây dựng 17,8%, nông lâm nghiệp 12,6%. Công tác xúc tiến xây dựng thương hiệu Đà Lạt được quan tâm. Giá cả một số nông sản chủ yếu như rau, hoa cắt cành tăng so với năm 2001 đã kích thích sản xuất phát triển. Nhìn chung trình độ thâm canh trong sản xuất nông nghiệp của nông hộ thuộc mức cao so với trung bình của tỉnh Lâm Đồng và cả nước, đặc biệt tích lũy nhiều kinh nghiệm trong sản xuất rau hoa và bước đầu đã ứng dụng một số khâu trong quy trình nông nghiệp công nghệ cao về sản xuất hoa. TP Đà Lạt có nhiều cơ quan nghiên cứu, chuyển giao tiến bộ kỹ thuật và công nghệ phục vụ sản xuất nông nghiệp, đặc biệt là sản xuất hoa như : Trung tâm Nghiên cứu rau hoa thuộc Viện

⁵ Niên giám thống kê Tỉnh Lâm Đồng 2006

khoa học Kỹ Thuật Nông Nghiệp Miền nam, Trung tâm nghiên cứu ứng dụng kỹ thuật nông nghiệp Lâm Đồng, Phân viện sinh học Đà Lạt thuộc Viện Sinh Học Nhiệt Đới, 50 cơ sở tư nhân làm giống(trong đó có khoảng 15 cơ sở nuôi cấy mô), các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài sản xuất hoa công nghệ cao hàng đầu Châu Á: Công ty TNHH Dalat-Hasfarm, Bonie Farm...và Trường Đại Học Đà Lạt.Cơ sở hạ tầng của TP Đà Lạt được quan tâm đầu tư, nhất là hệ thống giao thông nội thị, hệ thống giao thông tại các khu dân cư nông thôn, khu sản xuất công nghiệp, các khu vực tham quan khu lịch tương đối đồng bộ. Khu vực sân bay, đường giao thông nối liền với Tây Nguyên và miền Đông Nam Bộ.

Tại Quyết định số 706/QĐ-UB ngày 15/02/2007 V/v “Phê duyệt kế hoạch đột phá, tăng tốc phát triển kinh tế-xã hội thành phố Đà Lạt đến 2010” đã xác định trọng tâm phát triển nông nghiệp Đà Lạt“...*theo hướng nông nghiệp công nghệ cao gắn với dịch vụ du lịch và xuất khẩu. Trọng tâm là nhanh chóng chuyển dịch cơ cấu cây trồng, phát triển mạnh hoa công nghệ cao đạt 2.000 ha, sản lượng 800 triệu cành; tập trung tăng diện tích hoa cao cấp, giảm diện tích.. hoa thông thường nhằm tăng giá trị thu nhập trên một diện tích canh tác. Đến 2010, bình quân giá trị sản xuất cây hoa đạt 400 triệu đồng/ha/năm. Triển khai các dự án phát triển hoa và giống hoa theo quy mô lớn và hiện đại nhằm tạo ra sản phẩm có chất lượng, đủ về số lượng phục vụ xuất khẩu. Xây dựng thương hiệu và bản quyền cho hoa Đà Lạt, hình thành và hỗ trợ cho các hiệp hội hoa...hoạt động, củng cố mối quan hệ hợp tác, hỗ trợ lẫn nhau giữa các doanh nghiệp, HTX, nông dân và các nghệ nhân”*

2.1.4.Ngành sản xuất hoa của TP Đà Lạt.

2.1.4.1.Ngành trồng hoa Đà Lạt:

Giai đoạn 1975-1985: vào thời điểm 1997, Đà Lạt có 6/9 phường sản xuất hoa cắt cành với tổng diện tích 9,6 ha; năm 1985, là 30 ha. Sản xuất hoa trong giai đoạn này chủ yếu sử dụng các giống trồng trọt đã có từ trước với những kỹ thuật sản xuất truyền thống phục vụ cho nhu cầu lễ tết trong nước. Nguồn giống sử dụng đã bị thoái hóa, kỹ thuật canh tác ít được đầu tư cải tiến. Trong giai đoạn này sản xuất hoa cắt cành tại Đà Lạt đã du nhập các giống hoa mới và đã thử nghiệm kỹ

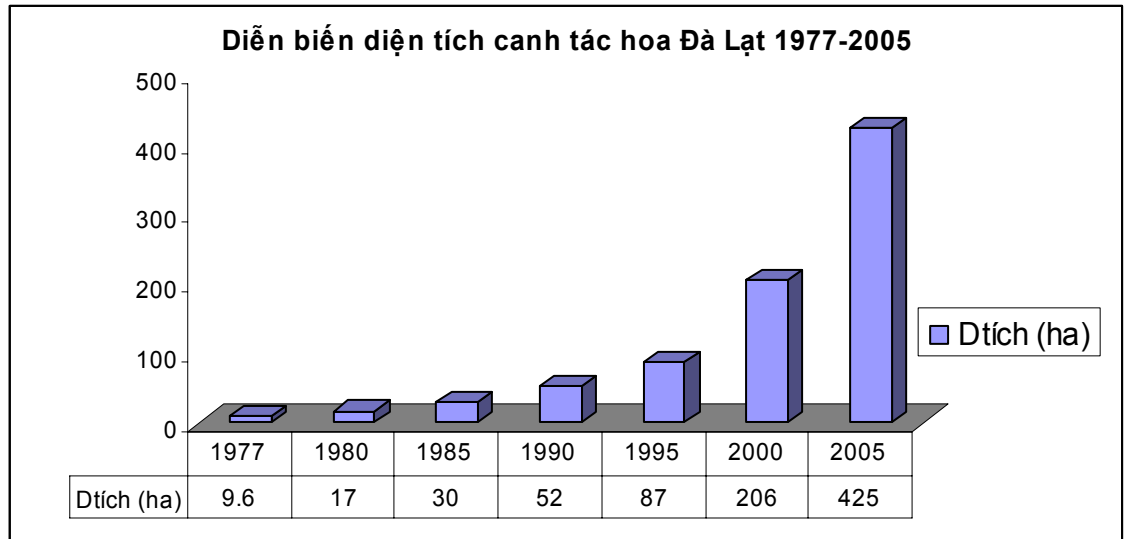
thuật nuôi cấy mô thực vật vào công tác giống cây trồng đã mở ra một giai đoạn mới cho ngành trồng hoa, trong đó đối tượng cây hoa được quan tâm nhiều nhất là hoa địa lan *Cymbidium*.

Giai đoạn 1986-1995: Có thể xem đây là giai đoạn trở mình và chuẩn bị cho bước phát triển mới của nghề trồng hoa tại Đà Lạt. Năm 1984, dự án LD-05 với chương trình khoa học cây lan và khẩu hiệu “*Nhà nhà trồng lan, người người trồng lan*” với mục tiêu sản xuất được một triệu cành lan vào năm 1990 đã làm hồi sinh ngành trồng hoa Đà Lạt trên cơ sở ứng dụng công nghệ nhân cấy mô thực vật vào công tác tạo nguồn giống sạch bệnh, đáp ứng cho nhu cầu ngày càng cao của sản xuất. Sản phẩm hoa Đà Lạt đã đi đến được các nước thuộc khối xã hội chủ nghĩa ở Đông Âu với những chủng loại chính là hoa địa lan *Cymbidium*, hoa lys trắng và hoa glayon. Diện tích canh tác hoa cắt cành tại Đà Lạt trong giai đoạn này có tăng nhưng với tốc độ rất chậm (1,6 lần trong 10 năm), sản lượng hoa trong giai đoạn này có bước phát triển đột phá từ 2,4 triệu cành năm 1984 đã đạt đến mức 26 triệu cành năm 1995. Từ năm 1979-1981 đã xuất sang Liên Xô từ 1000 lên 8000 cành *Cymbidium* nội và ngoại. Người sản xuất tại Đà Lạt đã bắt đầu ứng dụng những giống hoa mới có mật độ canh tác và năng suất cao tính trên đơn vị diện tích: cúc với 400.000 cành/ha/vụ, cẩm chướng 1,5-2 triệu cành/ha/năm. Lúc này, vấn đề thị trường và thương hiệu đã được đặt ra cho ngành nông nghiệp và ngành sản xuất hoa Đà Lạt.

Giai đoạn 1995-2005: Chính sách mở cửa của nhà nước đã thu hút nhiều nhà đầu tư vào lĩnh vực nông nghiệp của Đà Lạt. Quá trình đầu tư và phát triển của Dalat Hasfarm trên đất Đà Lạt đã làm thay đổi cách nhìn về định hướng phát triển của ngành hoa Đà Lạt. Với tinh thần cầu tiến, ham học hỏi và mạnh dạn đầu tư, nhiều nông hộ sản xuất hoa đã nghiên cứu và tiếp cận các thông tin mới trong công nghệ sản xuất hoa chất lượng cao thông qua nhiều kênh khác nhau và ứng dụng ngay vào thực tế sản xuất. Thành công nhiều, thất bại cũng không ít, nhưng qua đó người nông dân đã thực sự hiểu được vai trò của khoa học công nghệ đối với sản

xuất nông nghiệp, đặc biệt là đối với cây hoa được sản xuất theo quy trình công nghệ cao, hiểu được thị trường tiêu dùng và khả năng đáp ứng của mình.

Biểu đồ 2.1



(Nguồn :phòng công nông nghiệp Đà Lạt, 2006)

Sản lượng hoa cắt cành trong giai đoạn này đã đạt một bước nhảy kỷ lục với 26 triệu cành (năm 1995) lên 308 triệu cành (năm 2005) tăng 11,9 lần. So với 10 năm trước đó thì giai đoạn này có thể coi là một bước đột phá mạnh mẽ cả về diện tích canh tác và sản lượng thu hoạch của ngành hoa Đà Lạt.

Ngày nay Đà Lạt đã hình thành nên những vùng sản xuất hoa cắt cành với quy mô lớn và bắt đầu mang dáng dấp của vùng chuyên canh như: Khu vực chuyên canh hoa cúc tại Thái Phiên; Khu vực chuyên canh hoa hồng tại Vạn Thành, Nguyên Tử Lực; Khu vực chuyên canh hoa cẩm chướng, đồng tiền tại Hà Đông; Khu vực chuyên canh hoa lili tại Cam Ly – Tà Nung; Khu vực chuyên canh hoa Lys trắng tại Trạm Hành; Khu vực chuyên canh hoa glayon tại Xuân Thành... Hiện nay Đà Lạt có khoảng 1500 hộ gia đình tham gia sản xuất hoa các loại, với số người trực tiếp tham gia sản xuất khoảng 3.500 người.

2.1.4.2. Các loại hoa trồng chủ yếu ở Đà Lạt

-Giai đoạn trước năm 1975 : Sau khi khám phá ra Đà Lạt, người Pháp đã đưa các giống hoa ôn đới vào trồng thử thấy phát triển tốt, và nghề trồng hoa mới chính thức được bắt đầu. Giai đoạn này hoa trồng để phục vụ cho mục đích vui chơi giải trí tại chỗ là chính, một phần hoa cắt cành được tiêu thụ tại Sài Gòn. Các loại hoa chính được trồng như: (i)Hoa địa lan ngoại: Có nguồn gốc từ Pháp như: Tím nghĩa, tím Sơn hà, tím Huế, tím Việt quang, vàng Ba râu, xanh Chiều, đỏ Ba dư, đỏ Trần thiện khiêm, trắng Bến tre, trắng Bà rịa..(ii)Hoa địa lan nội: Hồng hoàng, thanh lan, mặc lan, tử cán, như ngọc, hoàng lan..(iii)Hoa phong lan nội: Hồ điệp, long tu, kim điệp, huyết nhung, hoàng y mỹ nương, tóc tiên, cẩm bao, hải các loại..(iv)Hoa hồng và một số loại khác: cúc Nhật, lys, hoa huệ, cẩm chướng...

-Giai đoạn sau năm 1975 đến nay : Đời sống nhân dân từng bước được nâng lên cho nên nhu cầu về hoa cũng tăng, kéo theo nghề trồng hoa phát triển mạnh. Hoa trồng ở các hộ dân và doanh nghiệp chủ yếu là: (1)Hoa hồng: Nổi tiếng ở Đà Lạt, hiện nay du nhập nhiều chủng loại mới được ghép trên gốc ghép là giống hồng đại tại địa phương, gồm các giống Đô, hồng nhung, đỏ, trắng, vàng...(2)Hoa cúc: Các giống cổ điển của địa phương hầu như không còn, phần lớn du nhập có trên 60 loại khác nhau như đồng tiền lớn, cúc đại đóa, cúc hạt nút, cúc tiger, vàng, tím, đỏ.. rất nhiều màu sắc đa dạng và nhiều chủng loại khác nhau.(3)Hoa lan: Hai chủng loại cơ bản là địa lan và phong lan. Trong đó có nhiều loại, đa dạng, màu sắc khác nhau rất đặc trưng của Đà Lạt .(4) Các loại hoa khác: Hoa lili, tulip, hoa loa kèn, hoa huệ, hồng môn, ngàn sao, bách đào..

Ngoài các giống hoa truyền thống của Đà Lạt như Địa lan, phong lan, layon, cẩm chướng ...các giống hoa cắt cành cung cấp cho thị trường tiêu dùng đều có nguồn gốc ngoại nhập, thông qua các công ty nước ngoài, một số nhập nội bằng nhiều con đường khác; Công ty TNHH Đà Lạt Hasfarm đã đưa vào hàng trăm bộ giống hoa mới các loại có nguồn gốc nước ngoài và Hà Lan.Trong đó hoa cúc đã có khoảng 60 giống cúc, 20 giống đồng tiền, 15 giống cẩm chướng, 10 giống hoa hồng, 4 giống ngàn sao và trên 20 chủng loại hoa khác.

Hiện nay: Cơ cấu hoa cắt cành hiện nay của Đà Lạt: hoa Cúc 35%, Glayon 20%, hoa Hồng 15%, Salem, cẩm chương 5%, đồng tiền và các loại khác 10%, Lys trắng 3%⁶ và đây là đối tượng nghiên cứu của đề tài.

Sản phẩm hoa Đà Lạt đã xuất hiện nhãn hiệu riêng của một số cơ sở sản xuất như hoa Kiết Tường của Langbiang Farm, hoa Hồng của cơ sở Minh Trung (Phường 4), hoa Đồng Tiền của cơ sở Đông Nga (Phường 7)... Trong giai đoạn này, thương hiệu hoa Đà Lạt đã trở thành một vấn đề quyết định đối với sản phẩm hoa Đà Lạt, và nó có ý nghĩa hết sức quan trọng trong việc đưa cây hoa Đà Lạt tiếp cận với thị trường quốc tế trong giai đoạn hội nhập với các nền kinh tế trong khu vực. Thương hiệu Hoa Đà Lạt vẫn còn đó nhưng để củng cố và nâng uy tín của nó lên một tầm cao mới đòi hỏi phải có nhiều nỗ lực từ các phía: chính quyền, người sản xuất, người kinh doanh, hiệp hội hoa Đà Lạt(hộp 1)

Tóm tắt: *Có thể nói hơn mười năm qua(1995-2005) là một chặng đường trải trở, hồi sinh và tạo dựng những tiền đề quan trọng cho sự phát triển của ngành hoa Đà Lạt. Đến năm 2005, Hoa Đà Lạt đã đạt diện tích trên 425 ha, sản lượng đạt trên 308 triệu cành, sản lượng hoa xuất khẩu đạt khoảng 15%, Hoa Đà Lạt đã tạo dựng cho mình một thương hiệu. Nói đến hoa là nói đến Đà Lạt, và đến nghĩ đến Đà Lạt là nghĩ đến du lịch và hoa. Trong giai đoạn hội nhập Quốc tế sắp tới với những chính sách, giải pháp phù hợp sẽ tạo những bước phát triển mạnh mẽ cho ngành hoa Đà Lạt.*

2.2.Phân tích kết quả điều tra các nông hộ sản xuất hoa cắt cành

Đây là đối tượng hiện đang nắm giữ diện tích hoa khá lớn và là đối tượng cần được tổ chức lại sản xuất-kinh doanh hình thành vùng chuyên canh hoa theo hướng công nghiệp⁷.

2.2.1-Tình hình tổ chức sản xuất

(i).Về quy mô tổ chức sản xuất

⁶ Nguồn : Phòng Công Nông Nghiệp TP Đà Lạt.

⁷ Theo điều tra năm 2005 của Trung tâm nông nghiệp Đà Lạt, tổng số hộ tham gia trồng hoa cắt cành là 1.417 hộ, chiếm 10,9% số hộ sản xuất nông nghiệp

Bảng 2.1: Quy mô tổ chức sản xuất hoa của các nông hộ

Các chỉ tiêu	Diện tích bình quân (m ²)	Diện tích Max (m ²)	Diện tích Min (m ²)
Diện tích đất SXNN. Tr.đó:	4.253	30.000	1.000
-Diện tích đất sản xuất hoa	3017	20.000	1.000
+Tr.đó:DT SX hoa trong nhà kính	2.882	20.000	200

(Nguồn: điều tra, năm 2006)

Kết quả bảng 2.1 cho thấy diện tích bình quân sản xuất hoa cắt cành của các nông hộ là 3.017 m², trong đó sản xuất hoa trong nhà kính là 2.882 m², rất ít nông hộ có diện tích từ 5.000 m² trở lên; kết hợp với báo cáo của Trung tâm nông nghiệp Đà Lạt đã đánh giá diện tích trồng hoa bình quân của nông hộ Đà Lạt là 3000 m², **chứng tỏ sản xuất hoa cắt cành ở nông hộ có quy mô nhỏ**. Việc phân tích quy mô hiệu quả sẽ thực hiện ở phần 2.3.

(ii).Đánh giá về điều kiện đất đai vùng sản xuất

Bảng 2.2: Đánh giá khái quát vùng trồng hoa

Đơn vị	Các điều kiện		Diện tích tưới	Đánh giá chung
	Đất đai	Địa hình		
P5	Ít thuận lợi	Thuận lợi	Ít thuận lợi	Ít thuận lợi
P8	Rất thuận lợi	Rất thuận lợi	Rất thuận lợi	Rất thuận lợi
P9	Thuận lợi	Thuận lợi	Ít thuận lợi	Thuận lợi
P11	Thuận lợi	Ít thuận lợi	Ít thuận lợi	Ít thuận lợi

(Nguồn: Khảo sát, năm 2006)

Qua bảng 2.2, nhận thấy mức độ thuận lợi giữa các vùng không đồng đều: Phường 8, phường 9 khá thuận lợi, trong khi đó phường 11,9 ít thuận lợi hơn. Mức độ thuận lợi không đồng đều giữa các vùng đã làm cho hiệu quả của nhiều công tác

hỗ trợ chưa phát huy. Vị trí thuận lợi cũng đã góp phần làm giảm chi phí đầu tư cho nông hộ. Ví dụ: Vị trí sản xuất gần đường giao thông, đường vận chuyển sẽ thuận lợi vận chuyển phân bón, cây; đóng gói sản phẩm...; công tác chuyển giao công nghệ chỉ thích hợp với vùng này mà chưa thực sự phù hợp với vùng khác, ngoài ra

Hình 2.2. Trồng hoa trong nhà kính khung tre



Hình 2.3. Trồng hoa trong nhà kính khung sắt



sự chưa thích hợp còn do trình độ sản xuất không đồng đều giữa các nông hộ ở các vùng khác nhau. Sự không đồng bộ về các khâu của quy trình canh tác giữa các vùng đã làm cho sản lượng và chất lượng hoa không đồng nhất, từ đó làm giảm hiệu quả ngành sản xuất hoa. Tuy một số phường đã hình thành vùng sản xuất hoa tập trung như hoa hồng ở Phường 5, hoa cúc ở Phường 8,9,11...; **nhưng do không thống nhất về công nghệ, thời gian trồng, kỹ thuật canh tác và chế độ chăm sóc và liên kết tiêu thụ nên các vùng này không đáp ứng các hợp đồng xuất khẩu hoa với yêu cầu về số lượng và chất lượng.** (*Hiệp hội hoa Đà Lạt, 2006*)

(iii) Công nghệ nhà kính và hệ thống tưới tiêu

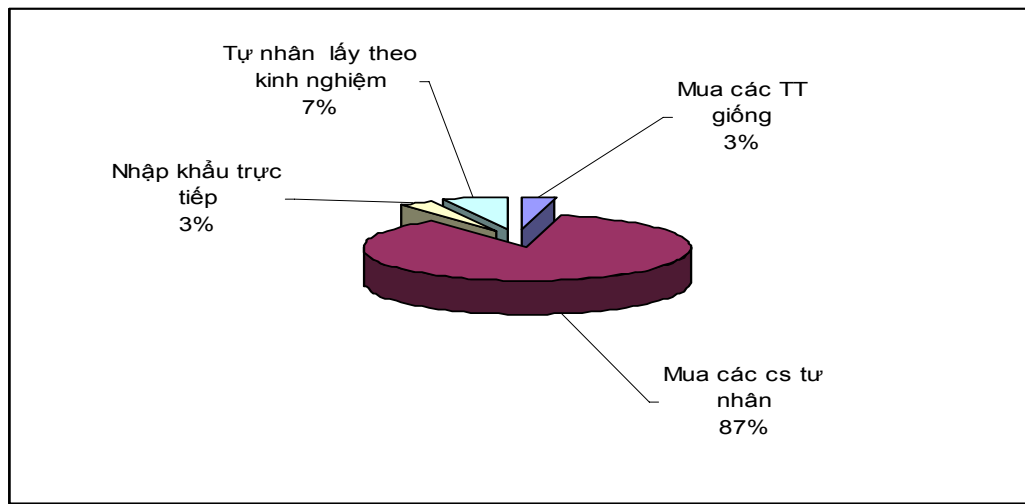
Qua phân tích bảng 2.2 cho thấy 95,52%⁸ diện tích trồng hoa đã được nông hộ tổ chức sản xuất trong nhà kính; (trừ hoa lay ơn) nhưng ở mức độ còn đơn giản. Nhà kính ở các nông hộ có thể chia thành ba loại: nhà khung tre, tầm vong (20-25 triệu đồng/1.000 m²); nhà khung sắt trên chân đế bê tông (60-70 triệu đồng/1.000 m²); nhà kính kết hợp giữa cột sắt và khung tầm vong (khoảng 40-50 triệu đồng/1.000 m²), trong đó nhà kính khung tầm vong và nhà kính kết hợp giữa cột sắt và khung tầm vong trong các nông hộ chiếm 48,33%, nhà kính khung sắt trên chân đế bê tông chiếm 51,67%. Về hệ thống tưới chủ yếu là tưới phun tầng trên và tưới thấm thấu phần dưới, với vốn đầu tư khoảng 20-25 triệu đồng/1.000 m². Qua phỏng vấn có 78,33% nông hộ cho biết việc làm nhà kính do yêu cầu sản xuất hoa (do tính chất mùa mưa thường kéo dài như phân tích tại phần 2.1.2); ngoài ra 76,67% nông hộ cho rằng việc làm nhà kính theo kinh nghiệm và học hỏi, 21,67% có chuyên gia hướng dẫn và 1,67% học tập từ công nghệ công ty nước ngoài. Kỹ thuật trồng hoa trong nhà kính có rất nhiều lợi ích như giảm được công tưới tiêu nhờ hệ thống phun tự động, ít hao thuốc BVTV và phân bón do không bị rửa trôi như trồng ngoài trời,

⁸ $X_{tb} = 2.882 \text{ m}^2 / 3.017 \text{ m}^2 \times 100$

ngăn chặn được côn trùng phá hoại; các nhà kính của các nông hộ đã được hoàn thiện về các chỉ tiêu kỹ thuật như: chiều cao mái, độ thông thoáng, độ che phủ ánh sáng, kích thước lỗ của lưới rào xung quanh.

(iv) Công tác giống

Biểu đồ 2.2 : Tình hình sử dụng giống của các nông hộ



(Nguồn : điều tra, năm 2006)

Theo biểu đồ 2.2, ta nhận thấy nguồn gốc sử dụng giống trong các nông hộ chủ yếu từ các cơ sở sản xuất tư nhân, các nông hộ tự tổ chức ươm và cung ứng cho các nông hộ khác. Đa số, nông dân thường dựa vào uy tín của các cơ sở cung cấp giống để quyết định mua giống. Việc nhân giống trước đây chủ yếu dựa vào phương pháp nhân giống truyền thống bao gồm gieo hạt, giâm cành, chiết cành, ghép cành... thì hiện nay đã ứng dụng một số kỹ thuật mới trong nhân giống của các viện nghiên cứu như: vi thủy canh (micro phonics), nhân giống invitro....

Theo tài liệu điều tra của Trung tâm nghiên cứu Khoai tây-rau-hoa Đà Lạt, 75% nông hộ ở Đà Lạt cho biết họ thích dùng giống mới nhập nội, 25% có khuynh hướng dè dặt khi đưa giống mới vào sản xuất khi chưa chắc chắn am hiểu kỹ thuật trồng trọt cũng như chưa xác định được đầu ra cho giống mới; 63,5% nông hộ tại Đà Lạt cho biết họ sẽ sẵn sàng mua giống khi nhận định rằng sẽ gặp giá cao khi thu

hoạch. Nguồn giống sạch bệnh được sản xuất từ các Trung tâm sản xuất giống còn ít và đôi khi chưa đáp ứng nhu cầu của nông hộ.

(v).Phân tích khả năng áp dụng kỹ thuật của nông hộ

-Về kiến thức sản xuất hoa của các nông hộ

Bảng 2.3: Đánh giá kiến thức chung

STT	Hoạt động	Tỷ lệ tham gia
1	Tham gia Câu Lạc Bộ IPM	68.33
2	Tham gia tập huấn sản xuất	48.33
3	Tiếp xúc với khuyến nông(trên 2 lần/năm)	46.67
4	Tham gia hội thảo khuyến nông và hội thảo đầu bờ	20,00
5	Thường xuyên đọc báo liên quan hoa	33,33
6	Theo dõi các chương trình truyền bá kỹ thuật sản xuất hoa trên truyền hình và đài phát thanh	53,33

(Nguồn: điều tra, năm 2006)

Nông hộ tăng cường kiến thức sản xuất hoa chủ yếu qua kênh tham gia Câu lạc bộ khuyến nông và kênh truyền hình-đài phát thanh; còn các hoạt động mang tính chất hỗ trợ trực tiếp cho nông dân như tham gia tập huấn, tiếp xúc thường xuyên với khuyến nông, tham gia hội thảo khuyến nông và hội thảo đầu bờ để trực tiếp nắm bắt kỹ thuật sản xuất, các kinh nghiệm, các khoa học kỹ thuật mới tỷ lệ được tham gia còn thấp; tỷ lệ này là 48,33%/46,67% /20%.

-Áp dụng khoa học kỹ thuật⁹

Hiện nay các nông hộ chưa có một quy trình sản xuất hoa theo hướng chuyên môn hóa phù hợp, đa số sản xuất theo kinh nghiệm và quan sát, học hỏi lẫn nhau. Mức độ cơ giới hóa trong sản xuất hoa đã có bước phát triển: 66,67% nông hộ thực hiện tưới phun mưa tự động cho hoa, nghiên cứu và thực hiện các biện pháp kỹ

⁹ Phụ lục 4

thuật giữ ẩm cho cây hoa phù hợp với điều kiện tự nhiên của Đà Lạt. 95% nông hộ sử dụng bình bơm cao áp và bình động cơ trong bón phân và hóa chất tăng trưởng cho hoa. Việc bón phân chủ yếu vẫn còn dựa vào kinh nghiệm là chính, xu hướng coi trọng phân hóa học và lạm dụng phân đạm vì vậy tỷ lệ NPK mất cân đối ảnh hưởng đến chất lượng hoa và đất ngày càng bị thoái hóa. Theo điều tra có 98,33% nông hộ ý thức được việc sử dụng phân bón đúng cách và quy định nhằm phòng trừ sâu bệnh trong quá trình sản xuất, tuy vậy do giá cả phân bón tăng cao nên việc phòng chống bệnh cho hoa bằng các loại phân vi sinh còn nhiều hạn chế. Kỹ năng phòng trừ sâu bệnh của các nông hộ thường là do học hỏi, quan sát lẫn nhau. Do việc trồng hoa kéo dài cả năm, dẫn đến tình trạng sâu bệnh phát triển quanh năm ở các vườn trồng hoa của nông hộ nên áp lực sâu bệnh lớn và ít thay đổi theo thời vụ vì vậy chi phí thuốc bảo vệ thực vật trên hoa cắt cành ở Đà Lạt có thể lên đến 20%. Để tăng năng suất, chất lượng các loại hoa, nông hộ đã thực hiện điều chỉnh nhiệt độ phù hợp bằng cách thấp bóng đèn ban đêm. Điều đó cho phép sản xuất một số loại hoa quanh năm như: hoa cúc, hoa hồng... ; sản xuất các loại hoa trái mùa, hoa phục vụ cho các dịp lễ hội, ngày có giá cao...

(vi).Phân tích thực trạng thu hoạch và bảo quản hoa sau thu hoạch

Bảng 2.4: Công tác thu hoạch và bảo quản hoa

STT	Hoạt động	Tỷ lệ thực hiện
3	Thu hái hoa vào buổi sáng	100
4	Đóng gói hoa ngay sau khi thu hái	91,67
5	Sử dụng hóa chất bảo quản hoa	20
6	Quan tâm điều chỉnh nhiệt độ giữ hoa	36,67
7	Hoa được vận chuyển trong thùng	41,67

(Nguồn: điều tra, năm 2006)

Hình 2.2.Đóng gói hoa thủ công ở Đà Lạt



Do đặc tính của hoa thời gian có thể sử dụng sau thu hoạch rất ngắn nên khâu bảo quản và xử lý sau thu hoạch là rất quan trọng. Việc hoa đến tay người tiêu dùng còn tươi và giữ được màu sắc như ban đầu phụ thuộc nhiều vào giai đoạn này. Kết quả xử lý qua điều tra tại bảng 2.4, cho thấy việc cắt hoa được các nông

hộ quan tâm, tiến hành đóng gói từng bó lớn hay nhỏ tùy đặc tính các loại hoa (tỷ lệ hoa cắt vào ban sáng và đóng gói sau khi thu hái đều đạt tỷ lệ trên 90%), nhưng bắt đầu từ công đoạn sử dụng hóa chất bảo quản hoa đến việc để hoa trong thùng khi vận chuyển và dùng hóa chất để bảo quản hoa thì tỷ lệ nông hộ quan tâm đến đặc tính này giảm hẳn, tỷ lệ nông hộ quan tâm việc sử dụng hóa chất bảo quản hoa trong quá trình sau thu hoạch và thời gian vận chuyển để đưa đến tay người tiêu dùng giảm còn 20% hộ quan tâm, hoa được xếp thành từng bó để vào thùng để tránh bị dập trong quá trình lưu thông chỉ đạt 41,67% và quan tâm giữ nhiệt độ cho hoa dưới 50oC và độ ẩm từ 80-95% chỉ chiếm 36,67%. Ngoài ra, một điều cũng cần được quan tâm đó là phương tiện dùng để vận chuyển hoa. Hoa sau khi thu hoạch, nông hộ đều bó thành từng bó lớn hay nhỏ từ 5-10 cành tùy loại hoa, có loại bỏ vào nilon, có loại bỏ vào thùng, sau đó được chất lên xe, xe chở hoa là các xe tải, xe khách, không có xe chuyên dụng (xe lạnh). Đó cũng là nguyên nhân giải thích vì sao hoa của nông hộ sản xuất đến tay người tiêu dùng thường bị đánh giá chất lượng kém hơn nhiều so với hoa của Đà Lạt-Hasfarm.

Tóm lại : Theo phân tích nêu trên cho thấy hoa Đà Lạt đã được sản xuất trong nhà kính, việc ứng dụng một số khâu sản xuất hoa theo hướng công nghệ cao tại Đà Lạt đã tỏ ra hiệu quả, trước hết là ngăn chặn côn trùng phá hoại, giảm lượng thuốc bảo vệ thực vật, phân bón sử dụng do bị rửa trôi do đặc tính

số giờ mưa trong năm của Đà Lạt rất cao; góp phần tăng sản lượng, chất lượng, hiệu quả sản xuất hoa.

2.2.2-Tình hình tổ chức tiêu thụ hoa của nông hộ

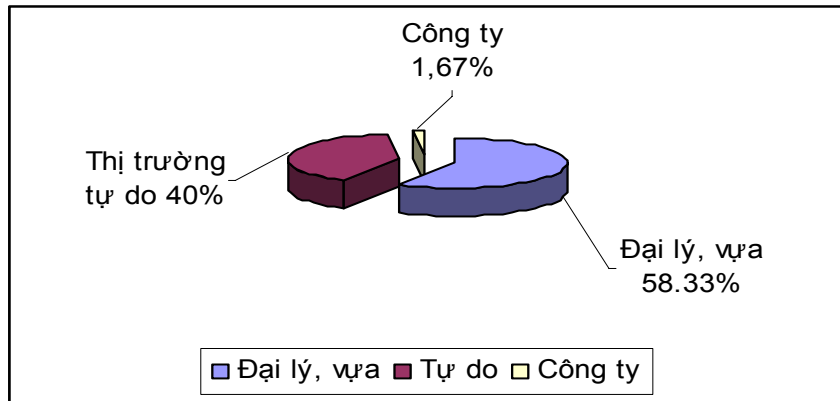
(i)-Tổ chức tiêu thụ hoa

Qua phỏng vấn trực tiếp các nông hộ cho thấy thị trường tiêu thụ hiện nay của các nông hộ chủ yếu là thị trường nội địa như : TP HCM, Hà Nội, miền tây, miền trung...; rất ít(1-2 hộ) bán sản phẩm cho Công ty để xử lý và xuất khẩu.

Bảng 2.5, cho thấy kiến thức marketing của nông hộ rất yếu; trong 4P¹⁰, nông hộ chỉ thực hiện được 2P và đạt dưới ngưỡng trung bình; trong đó nông hộ chỉ thực hiện định giá cho sản phẩm sản xuất ra 15%, lựa chọn địa điểm phân phối hoa 6,67%. Công tác tìm hiểu và xúc tiến cung ứng hoa theo mùa vụ/đối tượng với mức 35%/16,67% và chưa thực hiện các hình thức cung ứng hoa hiện đại như giao lưu trực tuyến với khách hàng trên mạng hoặc tham gia vào các trung tâm đấu xảo hoa. Ngoài ra, tham gia thị trường mới cung ứng được cho các đại lý bán buôn 21,67%, tham gia hình thức bán lẻ hiện đại như cung ứng cho các siêu thị, đại siêu thị, trung tâm thương mại chỉ có 3,33% hộ tham gia; các nông hộ chưa tham gia HTX. **Từ các phân tích cho thấy do đặc tính sản xuất mang tính nhỏ lẻ, tự phát nên nông hộ không chủ động được về thị trường.** Phần lớn các nông hộ kết thúc quá trình sản xuất-tiêu thụ sản phẩm hoa của mình qua trung gian là các đại lý, vừa thu mua hoặc thị trường tự do. Do đó khả năng định giá sản phẩm của mình rất yếu, chủ yếu do chủ vừa hoặc thị trường tự do định giá. 100% sản phẩm bán ra không có thương hiệu hoặc nhãn hiệu riêng để phân biệt sản phẩm. Gây nhầm lẫn giữa sản phẩm của Đà Lạt và các tỉnh khác, tự đánh mất “thương hiệu” tạo dựng gần 30 năm qua.

Biểu đồ 2.3: Thị trường đầu ra của các nông hộ

¹⁰ 4P: là các kiến thức cơ bản về marketing, P1: Product(định ra sản phẩm); P2=Price(Định ra giá cả); P3=Promotion(Định ra các chương trình tiếp thị); P4=Place(Định ra nơi bán)



(Nguồn : điều tra, 2006)

Biểu số 2.5:Đánh giá tình hình tham gia thị trường các nông hộ

STT	Hoạt động tham gia thị trường	Tỉ lệ tham gia(%)
1	Kiến thức marketing	
	Thiết kế hoạch định sản phẩm hoa	0
	Lựa chọn địa điểm phân phối hoa	6.67
	Định giá sản phẩm	15
	Chương trình xúc tiến bán hàng	0
2	Hoạt động tìm kiếm thị trường	
	Tìm hiểu và xúc tiến cung ứng hoa theo mùa vụ	35
	Tìm hiểu và xúc tiến cung ứng hoa theo đối tượng	16.67
	Giao lưu mạng trực tuyến	0
	Tham gia các chương trình đấu xảo hoa	0
3	Các hình thức tham gia thị trường	
	Tham gia theo hình thức đại lý bán buôn	21.67
	Tham gia theo hình thức bán lẻ hiện đại:siêu thị, đại siêu thị...	3.33
	Tham gia theo hình thức HTX	0

(Nguồn: điều tra, 2006)

(ii)Các kênh tiêu thụ hoa Đà Lạt

Hiện nay chưa có các nghiên cứu, đánh giá chi tiết về thị trường tiêu dùng hoa cắt cành trong nước. Một số nhà nghiên cứu cho rằng thị trường hoa trong nước là một thị trường chưa trưởng thành. Mức tiêu thụ hoa cắt cành có liên quan mật thiết đến các dịp lễ hội, lễ, tết, các ngày cúng kỵ theo phong tục, tâm linh của người

Việt Nam. Việc sản xuất hoa của các nông hộ cũng thường theo lịch và tính thời vụ này để sản xuất nhằm mang lại hiệu quả cao hơn.

Hoa Đà Lạt phân phối thông qua kênh phân phối nội địa như sau:

-Kênh phân phối hoa nội địa

Sản phẩm hoa Đà Lạt để đến người tiêu dùng cần phải có vai trò của người phân phối. Theo nghiên cứu, sản phẩm hoa Đà Lạt được phân phối thông qua các kênh chủ yếu sau :

Biểu đồ 2.4 : Phương thức bán sản phẩm hoa cắt cành của các nông hộ

Kênh	Quá trình phân phối	Thời gian lưu thông	Chi phí lưu thông	Tỷ trọng cung ứng
1	Nông hộ =>Người tiêu dùng	Rất ngắn	Rất thấp	Rất ít
2	Nông hộ=>người bán lẻ=>Người tiêu dùng	Ngắn	Thấp	Ít
3	Nông hộ =>Vựa=>Người bán lẻ=>Người tiêu dùng	Trung bình	Trung bình	Trung bình
4	Nông hộ =>Người thu gom=>Vựa=>Người bán lẻ=>Người tiêu dùng	Dài	Cao	Rất Nhiều
5	Nông hộ =>Hợp tác xã=>người thu gom=>Người bán lẻ=>người tiêu dùng	Dài	Cao	Nhiều

(Nguồn : Điều tra, 2006)

Với đánh giá trên, kênh phân phối tối ưu cho người sản xuất hoa Đà Lạt là kênh 1, kênh 2. Tuy nhiên để phân phối qua kênh thứ 1 và thứ 2 thì phải có một lực mạnh cả về tài chính, hiểu biết về thị trường và số lượng hoa phải lớn. Do đó theo thực tế điều tra thì chủ yếu nông hộ sản xuất hoa bán qua kênh 4(nông hộ->người

thu gom->chủ vựa->người bán lẻ->người tiêu dùng). Do đó nông hộ chỉ thu được 20% tổng lợi nhuận, người thu gom và người bán sỉ 20% còn lại người bán lẻ 60%¹¹. Khoảng 40% lượng hoa Đà Lạt phân phối qua kênh 3(Nhà sản xuất=>vựa=>người bán lẻ=>người tiêu dùng). Còn lại phân phối qua các kênh khác. Kênh 1,2 chỉ có những công ty lớn, có mạng lưới phân phối và xuất khẩu như Dalat-Hasfarm, Bonie farm mới có thể làm được. Còn kênh thứ 5 thì chiếm tỉ lệ nhỏ.

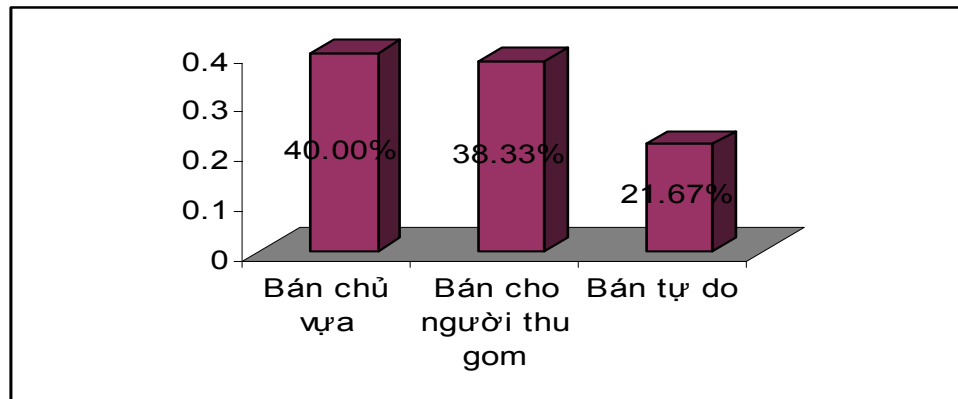
Bảng 2.6:So sánh giá thành SX, giá mua bán của một số loại hoa chủ yếu của Đà Lạt

STT	Loại hoa	Giá thành sản xuất(1)	Giá bán của nông dân(2)	Giá bán sỉ(3)	Giá bán lẻ(4)	SO SÁNH TUYỆT ĐỐI			
						(2-1)	(3-2)	(4-3)	(4-2)
1	Cẩm chướng(đ/c)	300	400	700	2,500	100	300	1,800	2,100
2	Cúc(đ/c)	250	500	900	2,000	250	400	1,100	1,500
3	Đồng Tiền (đ/c)	100	400	1,000	2,500	300	600	1,500	2,100
4	Layon(đ/c)	310	840	1,000	1,600	530	160	600	1,100
5	Sao Tím(đ/kg)	5,700	17,800	50,000	100,000	12,100	32,200	50,000	94,000
6	Babi(đ/kg)	2,500	4,700	30,000	60,000	2,200	25,300	30,000	57,000
7	Lily (đ/c)	9,000	11,000	15,000	20,000	2,000	4,000	5,000	11,000
8	Kiết tường(đ/c)	200	1,600	3,000	5,000	1,400	1,400	2,000	4,000
9	Địa lan(đ/c)	15,000	22,500	40,000	100,000	7,500	17,500	60,000	85,000
10	Salem(đ/kg)	2,300	7,200	10,000	20,000	4,900	2,800	10,000	17,000
11	Hồng Grandiflo(đ/c)	400	600	2,000	2,500	200	1,400	500	2,100
12	Hồng Hyrib.tea(đ/c)	250	500	800	2,000	250	300	1,200	1,500
13	Hồng tỷ muối(đ/c)	500	1,500	3,000	4,000	1,000	1,500	1,000	3,000

¹¹ Nguồn: N/M.Poulisg&cộng tác viên, 2003, Investigating the supply chain for cut flowers in Viet Nam

Nguồn: Tính toán của tác giả và Đề tài chọn lọc và thử nghiệm mô hình sản xuất hoa theo hướng công nghiệp tại Đà Lạt, 2004

Biểu đồ 2.5 : Cơ cấu bán sản phẩm hoa của các nông hộ



(Nguồn : điều tra, 2006)

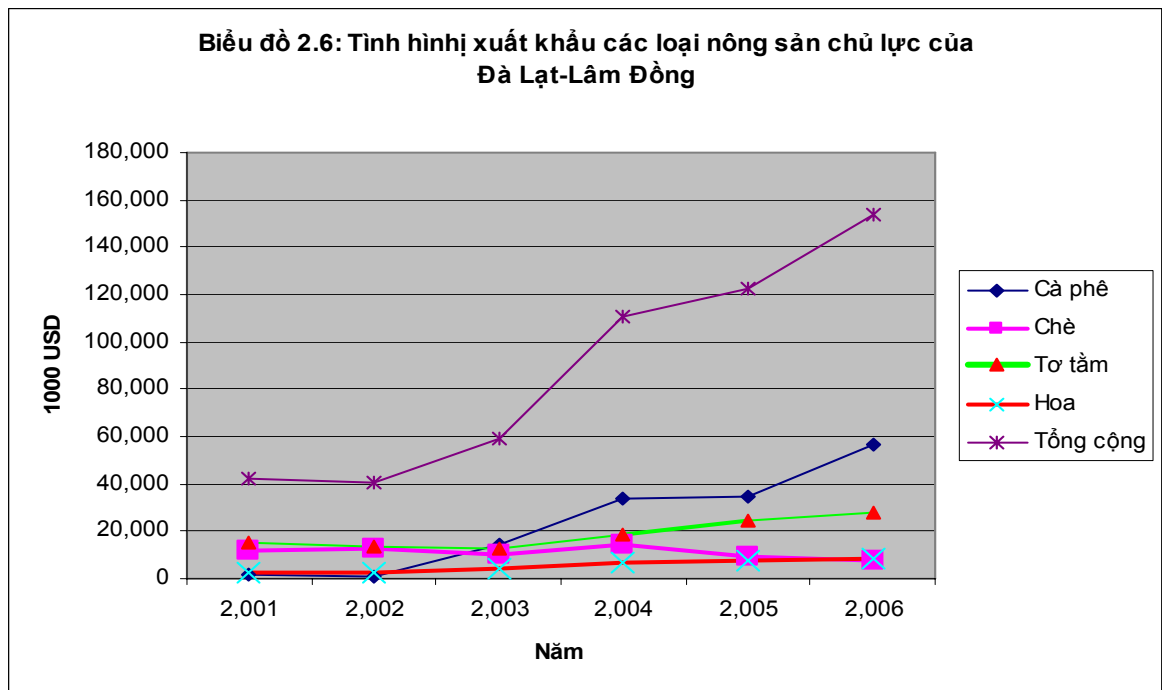
-Giá các loại hoa tiêu thụ nội địa

Từ bảng 2.6, ta thấy giá từ người nông dân bán ra đến bán lẻ tăng gấp nhiều lần, có loại tăng đến 16 lần, đặc biệt các loại hoa chủ lực của Đà Lạt như Cúc, Hồng giá tăng đến 4 lần. Giá bán sỉ và giá bán lẻ cũng tăng đến 2 lần.

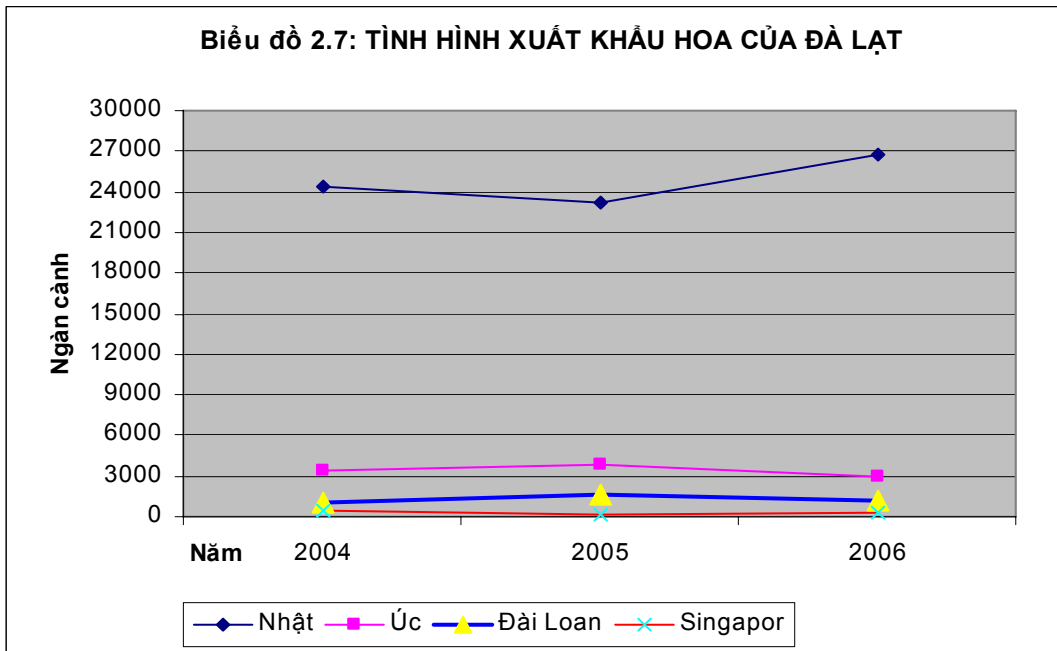
Theo nghiên cứu của :N.M.Poulisg thì tỉ lệ phân chia lợi nhuận là 20/20/60 cho người trồng hoa/người bán sỉ/người bán lẻ, thì nghiên cứu của Trung Tâm nghiên cứu khoai tây, rau, hoa thì tỉ lệ này còn cao hơn nhiều. Có loại hoa người

bán sỉ tăng giá gấp mấy lần rồi sau đó người bán lẻ cũng tăng giá gần gấp đôi như : sao tím, Babi, Địa lan...¹² Đó là một thực tế của giá hoa Đà Lạt : người tiêu dùng phải mua giá cao mà nông hộ lại bán với giá rất thấp, không thu lại được đúng với công sức của mình.

Có rất nhiều nguyên nhân dẫn đến tình trạng trên, nhưng nguyên nhân lớn nhất vẫn là do tình trạng sản xuất nhỏ lẻ, phân tán không liên kết của các nông hộ cộng với thiếu thông tin thị trường, hiểu biết về thị trường nên họ tỏ ra yếu thế đối với áp lực trả giá của người mua(người trung gian).



¹² Ở đây chưa đề cập đến tỉ lệ hao hụt khi chuyển qua từ người sản xuất->người tiêu dùng cuối cùng.



-Thị hiếu hoa cắt cành thị trường nội địa

Bảng 2.7 : Tầm quan trọng của một số chỉ tiêu chất lượng kỹ thuật đối với quyết định mua hoa của người tiêu dùng tại TPHCM

STT	Chỉ tiêu	Kỳ Vọng	Phương sai
1	Màu sắc	4.29	1.06
2	Độ tươi	4.52	1.01
3	Giá	3.36	1.34
4	Hương thơm	3.29	1.31
5	Độ bền trong bình	3.35	1.39
6	Độ dài cành hoa	2.31	1.26
7	Độ cứng cành hoa	2.93	1.44

(Nguồn: Trung tâm nông nghiệp, 2005)

Ở thị trường TPHCM¹³, màu sắc và độ tươi của hoa là hai chỉ tiêu quan trọng nhất ảnh hưởng đến quyết định của người tiêu dùng, ngoài ra các chỉ tiêu khác như: giá, hương thơm, độ bền trong bình, độ dài cành hoa, độ cứng cành hoa cũng ảnh hưởng nhưng mức độ thấp hơn.

-Kênh phân phối hoa xuất khẩu của Đà Lạt-Lâm Đồng.

Đến nay hoa Đà Lạt đã tham gia vào thị trường thế giới. Trên cơ sở biểu đồ 2.6, 2.7, cho thấy hoa là một trong năm mặt hàng tham gia vào thị trường xuất khẩu hàng đầu của Đà Lạt-Lâm Đồng. Trong đó hoa có tốc độ tăng trưởng tăng đều đặn hàng năm khoảng 20% ; thị trường ổn định và tăng cao hàng năm của hoa Đà Lạt-Lâm Đồng là Nhật, Úc, Singapor, Đài Loan ; các thị trường tiềm năng là EU, Mỹ...Đối với thị trường xuất khẩu các nông hộ chưa thể thực hiện được do sản lượng ít, chưa liên kết để tạo nguồn hàng hóa lớn, sản phẩm không đồng đều về chất lượng nên chưa thể tham gia thị trường xuất khẩu. Tuy vậy xu theo đánh giá trên thì thị trường xuất khẩu hoa còn rất nhiều tiềm năng nếu việc tổ chức sản xuất hợp lý, chuyên môn hóa và tạo ra được một lượng sản phẩm lớn, chất lượng cao.

2.2.3-Đánh giá hiệu quả sản xuất hoa

Biểu 2.8.Cơ cấu chi phí trong sản xuất hoa của nông hộ

ĐVT : 1.000 đ

Chi phí	HOA CÚC		HOA HỒNG		CÁC LOẠI HOA KHÁC ¹⁴	
	Giá trị BQ	Tỉ lệ((%)	Giá trị BQ	Tỉ lệ(%)	Giá trị BQ	Tỉ lệ(%)
Giống	8.970	21.30	4.667	12.80	9.063	23.00
Phân bón	6.498	15.40	7.378	20.30	4.663	11.90
Thuốc BVTV	4.545	10.80	6.389	17.60	3.438	8.70
Khấu hao ¹⁵	5.009	11.90	5.244	14.40	6.888	17.50
Làm đất	1.181	2.80	0.333	0.90	0.525	1.30

¹³ Đây là thị trường tiêu thụ đến 50-70% sản lượng hoa Đà Lạt sản xuất ra.

¹⁴ Các giống hoa khác: lyly, cẩm chướng, ngân sao, salem...

¹⁵ Máy móc thiết bị, nhà kính, dàn tưới...

Nhân công	8.323	19.70	7.478	20.60	10.613	27.00
-LĐ gia đình	5.530	13.10	3.289	9.00	7.175	18.20
-LĐ thuê mướn	2.747	6.50	4.189	11.50	3.313	8.40
Bao bì, vận chuyển	4.860	11.50	1.744	4.80	2.200	5.60
Chi phí khác ¹⁶	2.823	6.70	3.128	8.60	1.950	5.50
TỔNG CỘNG	42.210	100	36.361	100	39.338	100

(Nguồn : điều tra, 2006)

Từ bảng 2.8, ta thấy chi phí giống hoa hồng là thấp nhất(chỉ có 12,8%) do đặc tính trồng bằng giâm cành cho cả năm, hoặc 03 năm. Trong khi đó hoa cúc và các loại hoa khác đòi hỏi thay đổi giống cả 3 vụ nên chi phí khá cao. Các giống như Cát Tường, Ly ly còn khá khan hiếm, giống hoa Cát tường đòi hỏi nhập khẩu là chính. Chi phí phân bón, thuốc BVTV cho hoa hồng lại khá cao, chiếm 17,6-20,3% chi phí sản xuất, các loại hoa khác tỉ lệ này chỉ chiếm từ 8,7-15,4%. Hiện nay do yêu cầu sản xuất theo mô hình sạch sạch đòi hỏi cần giảm tỉ trọng sử dụng thuốc BVTV trong chăm sóc hoa, tăng cường các loại phân bón vi sinh. Tiến hành xem xét hi phí nhân công sản xuất cả 03 chủng loại hoa, ta thấy chi phí nhân công gia đình chiếm tỉ lệ cao, nguyên nhân đa số các nông hộ sử dụng lao động gia đình để sản xuất, ít thuê mướn. Nguyên nhân này cũng góp phần giải thích việc hạn chế thay đổi phương pháp canh tác và áp dụng khoa học kỹ thuật mới vào sản xuất hoa của nông hộ cũng như định hướng mở rộng quy mô sản xuất¹⁷.

(i) Hiệu quả sản xuất qua phân tích theo các chủng loại hoa chính

Biểu 2.9 : Tổng hợp phân tích hiệu quả kinh tế sản xuất hoa theo cơ cấu sản xuất

ĐVT : Ngàn đồng/1000 m²

STT	Chủng loại hoa sản xuất	Tỉ lệ cơ cấu sản	Tổng chi	Doanh thu	Lợi nhuận
-----	-------------------------	------------------	----------	-----------	-----------

¹⁶ Chi phí điện, nước, các chi phí khác...

¹⁷ lao động bình quân của hộ 2 người/hộ.

		xuất(%)	phí		
1	Hoa cúc	71,67	42.210	60.744	18.534
2	Hoa hồng	15,00	36.361	48.889	12.528
3	Các loại hoa khác : layon, cát tường, salem...	13.33	39.338	62.375	23.038
	Sản xuất hoa	100	40.950	59.183	18.233

(Nguồn: điều tra, 2006)

Biểu 2.9, cho thấy nông hộ Đà Lạt thực hiện trồng hoa trong nhà kính chủ yếu là hoa cúc và hoa hồng. Hoa cúc chiếm 71,66% diện tích, hoa hồng chiếm 15 %, các loại hoa còn lại như: lay on, salem, cát tường. Theo báo cáo diện tích hoa cắt cành của Đà Lạt tăng bình quân mỗi năm từ 15-20%, với các chủng loại hoa cúc và hoa hồng phong phú, đa dạng đã đáp ứng yêu cầu thị trường. Doanh thu sản xuất hoa đạt trên 50 triệu đồng/1.000 m² cho một năm sản xuất hoa, lợi nhuận đạt khoảng 18 triệu đồng/1.000 m². Như vậy bình quân 1 ha canh tác nông hộ thu nhập trên 500 triệu đ/ha ; cao gấp 3-5 lần sản xuất rau hoặc các loại nông sản khác. **So sánh giữa sản xuất hoa và các ngành sản xuất khác, thì sản xuất hoa cho thu nhập cao hơn tính trên cùng một đơn vị diện tích.** Điều này cũng minh chứng cho việc diện tích hoa ngày càng được canh tác thâm canh và mở rộng. Tuy vậy, trong đó ta thấy hoa cúc chi phí sản xuất cao nhất nhưng lợi nhuận lại thấp nhất ; các loại hoa layon, cát tường, sa lem cho lợi nhuận cao hơn, nhưng thị trường các loại hoa này khá khó tính, nguồn giống hạn chế do vậy khả năng mở rộng thị trường là rất khó.

Hộp 2: Triệu phú hoa. Mới bước sang năm 2007, du khách và người dân Đà Lạt đã thấy trên đường 3 Tháng 4 (cửa ngõ vào TP Đà Lạt) xuất hiện một điểm bán địa lan của vườn lan Cao Nguyên khá hoành tráng, với băng-rôn chào mời bắt mắt. Anh Chu Văn Doanh, chủ vườn cho hay, anh là nhân viên của Công ty giấy Tân Mai, cách đây 5 năm vì mê hoa nên anh đã bỏ nghề giấy chạy theo địa lan. Tuy mới vào nghề nhưng Cao Nguyên có tới 3 địa điểm ươm trồng. Du khách bắt đầu biết đến Cao Nguyên tại Festival hoa Đà Lạt 2005. Là một trang trại nổi tiếng bấy lâu, nhưng mỗi dịp xuân về trở lại trang trại LangBiang (thôn Măng Linh, P.7, Đà Lạt) chúng tôi đều có những cảm nhận mới lạ. Trang trại phát triển không ngừng. Diện tích nhà kính, nhà lưới của trang trại ban đầu từ 0,7 ha đến nay phát triển lên gần 5 ha. Đây là trang trại nổi tiếng với các giống hoa địa lan, đồng tiền, lili và cát tường. Chị Văn Thị Tâm, chủ trang trại cho hay: "Do thời tiết năm nay không mấy thuận lợi, lại thêm tháng nhuận nên số lượng hoa lili, cát tường của trang trại "ăn tết" sớm chiếm gần phân nửa". Thế nhưng trang trại vẫn đáp ứng cho thị trường tết trên 100 ngàn cành lili, cát tường, địa lan và khoảng 5.000 chậu hoa các loại. Năm 2006 trang trại xây dựng nhà xưởng sản xuất giá thể trồng địa lan để chống dịch bệnh, khu sản xuất phân bón vi sinh, nhà đóng gói sản phẩm. Đây là trang trại hoa tư nhân đầu tiên ở Đà Lạt xây dựng trang web để giới thiệu sản phẩm và bán hoa qua mạng.

Nguồn: Trung tâm nông nghiệp Đà Lạt, 2007

(ii) Phân tích hiệu quả sản xuất hoa thông qua số năm tham gia sản xuất hoa

Biểu 2.10 : Phân tích hiệu quả kinh tế theo số năm tham gia sản xuất

STT	Số năm sản xuất	Tỉ lệ cơ cấu	Tổng chi phí	Doanh thu	Lợi nhuận
1	Tham gia trên 6,5 năm	43,33	46.256	67.019	20.763
2	Tham gia 6,5 năm		40.950	59.183	18.233
3	Tham gia dưới 6,5 năm	56,66	36.893	53.191	16.299

(Nguồn: điều tra, 2006)

Như trên đã phân tích và qua số liệu bảng 2.10, cho thấy nghề trồng hoa đã gắn bó khá lâu đời và có truyền thống đối với nông hộ sản xuất nông nghiệp, với số năm tham gia sản xuất hoa là 6,5 năm. Số năm tham gia sản xuất càng cao, nông hộ thu lợi nhuận càng cao. Tuy vậy, trình độ văn hóa của lao động trực tiếp sản xuất hoa là 9/12, số lao động tốt nghiệp đại học, Cao Đẳng, Trung cấp chuyên ngành sản xuất nông nghiệp ít và hầu như không có. Lao động bình quân là 2 người/1.000-2.000 m².

Biểu 2.11 : Phân tích hiệu quả kinh tế theo cơ cấu diện tích sản xuất¹⁸

¹⁸ Một số diện tích không có mẫu

ĐVT : Ngàn đồng/1000 m²

STT	Diện tích sản xuất	Số mẫu	Tổng chi phí	Doanh thu	Lợi nhuận
1	< 1.000	1	37.100	48.000	10.900
2	1000-1400	8	36.562	55.812	19.250
3	1500	6	54.591	81.000	26.408
4	1600-2000	16	44.506	64.500	19.994
5	2100-2900	4	37.500	55.375	17.875
6	3000	11	38.691	54.000	15.389
8	4000	8	36.094	50.025	14.031
9	>4.000	6	37.233	53.667	16.433
	Tổng cộng	60	40.950	59.183	18.233

(Nguồn : điều tra, 2006)

Từ biểu 2.11 , cho thấy quy mô canh tác hoa tối ưu quy mô hộ là 2.000 m² ; với quy mô này chi phí đầu tư ở mức hợp lý nhưng doanh thu và lợi nhuận mang lại khá cao. Tuy vậy

2.2.4-Phân tích định lượng

Để kiểm chứng các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất .Tác giả tiến hành khảo sát mô hình kinh tế lượng tương quan giữa doanh thu(lợi nhuận) và diện tích, trình độ, kinh nghiệm, vị trí đất, liên kết sản xuất của 60 hộ sản xuất hoa tại thành phố Đà Lạt

Số liệu đưa vào mô hình là số liệu điều tra năm 2006

Có 02 mô hình khảo sát dưới dạng như sau :

a-Mô hình Tổng doanh thu :

$$\ln(\text{TDT}) = \ln a + \alpha_1 \ln(\text{DT}) + \alpha_2 \ln(\text{TRD}) + \alpha_3 \ln(\text{KN}) + \alpha_4 * \text{LK} + e \quad (1)$$

Kết quả phân tích hồi quy mô hình đầy đủ có một biến không có ý nghĩa thống kê do đó tác giả phải tiến hành bỏ bớt theo phương pháp KITCHEN SINK và Mô hình được chọn cuối cùng là Mô hình 2(MH2)

$$\text{Ln(TDT)} = 3.790 + 1.017 * \text{Ln(DT)} + 0.113 * \text{Ln(KN)} + 0.222 * \text{LK} \quad (\text{MH2})$$

$$\text{(t-Start)} \quad (41,21) \quad (22,29) \quad (2,22) \quad (3,00)$$

$$\text{(p-value)} \quad (0,000) \quad (0,000) \quad (0,030) \quad (0,004)$$

R^2 : 0,907531, tương đối cao, chứng tỏ có sự tương quan mạnh giữa Tổng doanh thu(TDT), diện tích(DT), số năm kinh nghiệm(KN) và tham gia liên kết(LK).

Mô hình có mức ý nghĩa $< 0,05$ nên các biến có ý nghĩa về mặt thống kê.

Qua mô hình kinh tế lượng ta thấy 03 nhân tố tác động mạnh đến doanh thu hộ, đặc biệt là : KN(Kinh nghiệm), LK(Liên kết sản xuất-kinh doanh), điều này phản ánh đúng về lý thuyết và trên thực tế canh tác hoa.

Thể hiện qua ý nghĩa của mô hình : trong điều kiện các yếu tố khác không đổi :

-Khi diện tích tăng 100%(1.000 m²) doanh thu trung bình/năm của nông hộ tăng 101,7%.

-Khi số năm kinh nghiệm sản xuất của nông hộ tăng 100%(tăng 1 năm), thì doanh thu trung bình/năm của nông hộ tăng 11,3%.

-Khi tăng thêm 1hộ tham gia liên kết sản xuất-tiêu thụ, thì doanh thu trung bình/năm của nông hộ tăng 22,2%.

b-Mô hình Tổng lợi nhuận(TLN):

$$\text{Ln(TLN)} = \text{Lna} + \alpha_1 \ln(\text{DT}) + \alpha_2 \ln(\text{TRD}) + \alpha_3 \ln(\text{KN}) + \alpha_4 * \text{LK} + e \quad (2)$$

Kết quả phân tích hồi quy và mô hình được chọn cuối cùng là Mô hình 4 (MH 4) :

$$\text{Ln(TLN)} = 2,297 + 0,939 * \text{Ln(DT)} + 0,278 * \text{Ln(KN)} + 0,320 * \text{LK} \quad (\text{MH4})$$

$$\text{(t-Start)} \quad (13,41) \quad (11,04) \quad (2,92) \quad (2,32)$$

(p-value) (0,000) (0,000) (0,005) (0,023)

R^2 :0,73722, chứng tỏ có sự tương quan giữa Tổng lợi nhuận(TLN), diện tích(DT), số năm kinh nghiệm(KN) và tham gia liên kết(LK).

Mô hình có mức ý nghĩa $<0,05$ nên các biến có ý nghĩa về mặt thống kê.

Qua mô hình kinh tế lượng ta thấy các nhân tố chính tác động mạnh đến lợi nhuận ngoài diện tích(DT) còn có biến KN(Kinh nghiệm), LK(Liên kết sản xuất-kinh doanh).

Thể hiện qua ý nghĩa của mô hình : trong điều kiện các yếu tố khác không đổi :

-Khi diện tích tăng 100%(tăng 1.000 m²) lợi nhuận trung bình /năm của nông hộ tăng 93,9%

-Khi số năm kinh nghiệm sản xuất của nông hộ tăng 100%(tăng 1 năm), thì lợi nhuận trung bình/năm của nông hộ tăng 27,8%

-Khi thêm 1hộ tham gia liên kết sản xuất-tiêu thụ, thì doanh thu trung bình/năm của nông hộ tăng 32%

Biến DT có nghĩa thống kê nhất 99,99%(1-0,0000=0,9999), tức tăng diện tích thì càng tăng thu nhập, tuy vậy kết hợp phần biểu 2.12 ta thấy quy mô hiệu quả đối với nông hộ sản xuất hoa chỉ ở một mức độ thích hợp; việc mở rộng diện tích là rất khó do tốc độ đô thị hóa ngày càng cao tại Đà Lạt, diện tích trồng hoa nguy cơ bị thu hẹp rất lớn ; ngoài ra những khu vực có quy mô lớn thường ở vị trí xa và không thuận lợi cho vận chuyển, bảo quản và cung ứng hoa. Qua mô hình, ở quy mô hộ, khi diện tích tăng thêm 1.000 m² thì lợi nhuận trung bình/năm của nông hộ giảm 7,8 % (101,7%-93,9%) so với doanh thu trung bình/năm. Các biến KN(1-0,005=0,995), biến LK(1-0,023=0,967) cũng có ý nghĩa thống kê khá cao, do đó việc các nông hộ có tích lũy kinh nghiệm sản xuất, liên kết thành một chuỗi từ sản xuất-bảo quản-đóng gói-tổ chức tiêu thụ sẽ mang lại hiệu quả và phù hợp với điều kiện, quy mô sản xuất hiện nay của nông hộ trồng hoa Đà Lạt.

Hộp 3: Sản xuất hoa trong các HTX và doanh nghiệp

Trên địa bàn vùng hoa toàn tỉnh và trên phạm vi Đà Lạt nói riêng đã có nhiều doanh nghiệp kinh doanh hoa (Khánh Cát, Chế Quang Đệ, Hà Toàn-MQ, Kim Bằng, Đào Vĩnh Tiến, Khôi Nguyên, Quỳnh Anh, LangBian-Tâm Đường, Ngọc Tiến...) đa phần cũng đã thu được kết quả khá khả quan

(i) Trường hợp Doanh Nghiệp tư nhân Khánh Cát

Năm thành lập: năm 2000, nhưng đã hoạt động xuất khẩu từ năm 1993. Đăng ký kinh doanh: sản xuất và xuất khẩu rau hoa.

Quy mô : có 01 ha nhà kính, trồng hoa giống và thương phẩm bao gồm cúc, cẩm chương, chủ yếu cho xuất khẩu. Có 01 xưởng chế biến rau, 01 kho lạnh, 02 ô tô vận tải nhẹ.

Xuất khẩu hoa: năm 2004 đã xuất được 4 đợt, mỗi đợt 7.000-10.000 cành, tổng số 28.000-40.000 cành, có thể xuất khẩu khoảng 80.000-100.000 cành trong năm 2004. Thị trường xuất khẩu là Nhật, triển vọng mở rộng là rất tốt, hạn chế chính là không thu mua kịp khối lượng với chất lượng đảm bảo. Chưa ký hợp đồng với dân vì sợ giá biến động, khi giá thị trường cao hơn thì khó mua, khi giá thị trường thấp hơn thì bị lỗ. Nên chủ yếu hiện nay chỉ xuất khẩu với quy mô nhỏ, có thể mở rộng thị trường xuất khẩu lên khoảng 10 triệu cành/năm. Nhưng doanh nghiệp chưa mạnh dạn đầu tư.

TP Đà Lạt đã chú trọng xây dựng mô hình HTX trong phát triển hoa, nhất là trong lĩnh vực tiêu thụ sản phẩm. Đến nay có 9 HTX ở Đà Lạt (Xuân Hương-P9, Phước Thành-P7, Tự Phước P11, Hiệp Nguyên P6, Lạc Thành-P6, Trung Tín-P7, Tân Thành-P12, Hiệp Lực -P12, Đa Thiện -P8). Quy mô phát triển và trình độ phát triển còn rất khác nhau giữa các HTX như: quy mô đất đai lớn nhất là HTX Tự Phước P11 có diện tích 100 ha, nhỏ nhất HTX Xuân Hương P9 có diện tích 5 ha; làm tiêu thụ tốt có HTX Hiệp Nguyên...

(ii) Mô hình HTX Xuân Hương P9 :

Quy mô : 21 hộ, diện tích 5 ha, bình quân 1 hộ : 2.380 m²

Mô hình sản xuất: sản xuất theo hướng NNCNC: Nhà plastic: 2,5 ha, ngoài trời 2,5 ha.

Loại sản phẩm: rau cao cấp, hoa cúc. Đã có thương hiệu, xây dựng lôgô.

Thành công: đã liên kết với nhiều Công ty ở các thị trường tiêu thụ lớn để tiêu thụ sản phẩm với giá cao, ổn định nên có hiệu quả kinh tế.

Hiệu quả một số sản phẩm : Do đạt năng suất, chất lượng sản phẩm cao và tìm được thị trường tiêu thụ cao cấp, giá bán cao hơn nhiều so với bình quân chung của vùng nên đã đạt được hiệu quả cao vượt trội và khá ổn định, nhất là về sản xuất rau, hoa cao cấp trong nhà kính. Ví dụ như : Xà lách : 15 tấn/ha, GTSP: 90-150 triệu đồng/ha/vụ quy theo năm khoảng 720-1.200 triệu đồng/ha/năm, hoa

Nguồn: điều tra, 2006

Hộp 4: Hiệp hội hoa Đà Lạt và đánh giá vấn đề hợp tác trong

sản xuất và kinh doanh sản phẩm hoa

Hiệp hội Hoa Đà Lạt ra đời vào năm 2006 cũng nhằm mục tiêu chung là phát huy hết tiềm năng, đẩy mạnh mối quan hệ hợp tác để cùng phát triển giữa sản xuất và thị trường, giữa khoa học và thực tiễn, giữa cơ chế chính sách của nhà nước với thực tế sản xuất... Bước đầu thành lập Hiệp Hội Hoa Đà Lạt, Ban đại diện đã vận động các nhà kinh doanh, các trang trại, các doanh nghiệp, nhà quản lý và người nông dân tham gia. Kết quả, đã có trên 50 nông dân, 21 công ty, tổ chức và 10 đơn vị tham gia Hiệp Hội. Ông Nguyễn Trung Trực, hội nông dân phường 7 tin tưởng rằng: “Thành lập Hiệp Hội Hoa để tạo điều kiện cho nông dân tiếp cận được những thông tin quốc tế và trong nước. Theo tôi nghĩ Hiệp Hội sẽ trợ giúp cho nông dân những kiến thức khoa học mới nhất để tạo ra nhiều sản phẩm có chất lượng đồng đều và nhập về nhiều giống hoa mới thì nông dân mới có được những kết quả mong muốn”

Nghề trồng hoa của nông dân Đà Lạt vẫn còn nhiều lạc hậu, kinh doanh theo dạng “chợ phiên” và chưa có hoặc rất ít điều kiện, khả năng để tiếp cận tham gia thị trường hoa của thế giới trong lúc nhu cầu hoa tươi của thị trường trong và ngoài nước ngày càng cao.

Một trong nhiều nguyên nhân làm cho ngành hoa Đà Lạt chậm phát triển theo hướng công nghiệp là tính chất sản xuất manh mún, nhỏ lẻ, thời vụ và hoàn toàn thiếu tính liên kết trong tổ chức sản xuất và tiêu thụ sản phẩm hoa.

Mối liên kết giữa “4 Nhà” theo Quyết định 80/2002/QĐ-TTg ngày 26/4/2002 của Thủ tướng Chính phủ chưa được thực hiện một cách đầy đủ. Điều này thể hiện rất rõ trong mối liên kết giữa khoa học công nghệ và thực tế sản xuất; giữa sản xuất và thị trường; giữa sản xuất, thị trường và chính sách của nhà nước.... và thậm chí là mối liên kết ngay trong từng “nhóm nhà” cũng rất rời rạc, lỏng lẻo, đặc biệt là không tin tưởng lẫn nhau.

Một số đơn vị HTX dịch vụ nông nghiệp tổng hợp ngành hoa đã được hình thành tại các địa phương nhưng hoạt động cũng chưa mấy hiệu quả. Điều này là do hầu hết các HTX được thành lập trên cơ sở xã viên là hộ sản xuất, chưa chú trọng đến việc lôi kéo, vận động xã viên là hộ kinh doanh cùng tham gia vào HTX. (Nguồn: Trung tâm nông nghiệp Đà Lạt)

2.3-Phân tích SWOT sản xuất hoa của nông hộ

MA TRẬN SWOT VÀ CÁC GIẢI PHÁP CHIẾN LƯỢC CỦA SẢN XUẤT HOA ĐÀ LẠT

SWOT	Các điểm mạnh(S):	Các điểm yếu(W):
	<p>S1:Nông dân có truyền thống trồng hoa lâu đời. Ham học hỏi, đổi mới, cần cù</p> <p>S2:Nông dân mạnh dạn đầu tư sản xuất</p> <p>S3:Đất đai nông nghiệp trong nông hộ chiếm tỉ trọng lớn</p> <p>S4:Nhiều nông hộ nhanh chóng áp dụng công nghệ mới trong sản xuất giống, giảm chi phí giá thành sản xuất giống, cung ứng cho các nông hộ.</p> <p>S5:Nông dân lưu giữ các nguồn gen lan quý giá, đặc chủng</p> <p>S6:Khả năng tiếp cận khao học công nghệ của các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài nhanh</p> <p>S7:Sẵn sàng tham gia Hiệp hội hoa</p> <p>S8: sẵn sàng nghiên cứu thị trường thị hiếu để gia tăng sản phẩm và nâng cao chất lượng</p> <p>S9:Đã hình thành vùng sản xuất hoa tập trung ở một số phường chuyên trồng hoa</p> <p>O1: Có Công ty sản xuất và xuất khẩu hoa ứng dụng Công nghệ cao trong sản xuất nên có thể lan tỏa công nghệ và liên kết tiêu thụ hoa</p> <p>O2:Việc tổ chức các mô hình sản xuất nông nghiệp</p>	<p>W1:Diện tích trồng hoa của các nông hộ không liền vùng, liền khoảnh; địa hình đất đai không bằng phẳng nên khó khăn cho việc tổ chức sản xuất theo quy mô lớn, chuyên môn hóa</p> <p>W2: Nông hộ còn sử dụng giống địa phương đã thoái hóa năng suất chất lượng kém</p> <p>W3:Nông hộ sử dụng giống mới nhập nội chưa thuần hóa nên nhiễm sâu bệnh nhiều giảm sản lượng, chất lượng sản phẩm</p> <p>W4:Xa các trung tâm mua bán lớn nên phải trả chi phí vận chuyển hoa cao</p> <p>W5:Đại đa số nông dân không đủ vốn sản xuất theo hướng áp dụng Nông nghiệp công nghệ cao</p> <p>W6:Trình độ sản xuất giữa các nông hộ không đồng đều, khả năng liên kết sản xuất kém nên làm uy tín sản xuất giảm.</p> <p>W7:Nông hộ thiếu thông tin thị trường, kiến thức thị trường</p> <p>W8:Chưa áp dụng công nghệ sau thu hoạch và bảo quản hoa hiện đại</p> <p>W9:Mẫu mã chưa đáp ứng yêu cầu tiêu dùng nội địa và xuất khẩu, nhãn hiệu hàng hóa chưa nhiều gây nhầm</p>

	<p>công nghệ cao thành công là mô hình mẫu cho nông hộ học tập, nhân rộng</p> <p>O3:Đề án phát triển sản xuất rau hoa quả tươi của Việt Nam được phê duyệt, phát triển Trung tâm giao dịch rau hoa quả, Trung tâm kiểm định chất lượng nông sản</p> <p>O4: Đường hàng không (Sân bay Liên Khương) mở rộng, đường bộ(Cao tốc Dầu dây-Đà Lạt) tạo điều kiện vận chuyển hàng hóa nhanh chóng, thuận lợi tiêu thụ và xuất khẩu</p> <p>O5:Giống hoa lạ ngày càng nhiều</p> <p>O6:Nghiên cứu thành công các giống hoa mới</p> <p>O7:Nhu cầu các sản phẩm đặc trưng, thị trường cao cấp mở rộng</p>	<p>lấn mất thương hiệu hoa Đà Lạt</p> <p>W10:Tổ chức sản xuất tự phát, chưa theo các hợp đồng sản xuất theo nhu cầu</p> <p>W11:Số lượng nông hộ tham gia Hiệp hội hoa còn ít</p> <p>W12:Sản phẩm hoa sản xuất chưa theo tiêu chuẩn GAP, an toàn vệ sinh, môi trường...</p> <p>W12:Thiếu chủ động sản xuất giống</p>
<p>Cơ hội (O):</p> <p>O1: Có Công ty sản xuất và xuất khẩu hoa ứng dụng Công nghệ cao trong sản xuất nên có thể lan tỏa công nghệ và liên kết tiêu thụ hoa</p> <p>O2:Việc tổ chức các mô hình sản xuất nông nghiệp công nghệ cao thành công là mô hình mẫu cho nông hộ học tập, nhân rộng</p> <p>O3:Đề án phát triển sản xuất rau hoa quả tươi của Việt Nam được phê duyệt, phát triển Trung tâm giao dịch rau hoa quả, Trung tâm kiểm định chất lượng nông sản</p> <p>O4: Đường hàng không (Sân bay Liên Khương) mở rộng, đường bộ(Cao tốc Dầu dây-Đà Lạt) tạo điều kiện vận chuyển hàng hóa</p>	<p>Kết hợp S-O:</p> <p>-Mở rộng sản xuất theo hướng liên kết để tăng sản lượng sản xuất, chất lượng sản phẩm ngày càng cao để gia tăng giá trị sản phẩm→Tổ chức các HTX, tổ hợp tác kiểu mới</p> <p>-Xây dựng nhãn hiệu hàng hóa để tránh gây nhầm lẫn => Xây dựng thương hiệu hoa Đà Lạt, marketing địa phương Đà Lạt</p> <p>Giải pháp chiến lược:</p> <p>-Hình thành HTX kiểu mới</p> <p>-Quy hoạch chi tiết các vùng chuyên canh từng loại hoa chất lượng cao.</p> <p>-Đổi mới phương thức sản xuất, nhất là khâu bảo quản sản phẩm sau thu hoạch, tạo</p>	<p>Kết hợp O-W:</p> <p>-Đẩy mạnh hoạt động các HTX, doanh nghiệp có điều kiện</p> <p>-Đa dạng hóa sản phẩm, chú ý mở rộng thị phần thị trường trong nước</p> <p>-Đẩy mạnh hoạt động chuyển giao khoa học kỹ thuật, công nghệ bảo quản, đóng gói sản phẩm và xúc tiến thị trường cho sản phẩm hoa theo hướng công nghiệp</p> <p>-Tổ chức xúc tiến thương mại thâm nhập thị trường cao cấp, trước mắt là thị trường cao cấp trong nước; phát triển thương hiệu hoa</p> <p>-Hợp tác quốc tế, xúc tiến thành lập các Trung tâm cung ứng hoa tại Lâm Đồng</p>

<p>nhANH chóng, thuận lợi tiêu thụ và xuất khẩu</p> <p>O5:Giống hoa lạ ngày càng nhiều</p> <p>O6:Nghiên cứu thành công các giống hoa mới</p> <p>O7:Nhu cầu các sản phẩm đặc trưng, thị trường cao cấp mở rộng</p>	<p>mẫu mã sản phẩm riêng biệt, ấn tượng</p> <p>-Tăng sản lượng hoa cao cấp thông qua áp dụng nông nghiệp công nghệ cao</p>	<p>như Trung tâm đầu vào...</p>
<p>Đe dọa (T):</p> <p>T1:Các yêu cầu khắc khe về chất lượng sản phẩm hoa</p> <p>T2:Yêu cầu về nguồn gốc , xuất xứ các giống hoa theo tiêu chuẩn GAP</p> <p>T3:Tham gia WTO, thị trường vật tư, phân bón tăng trong khi giá sản phẩm giảm</p> <p>T4:Thị hiếu thay đổi hàng ngày đòi hỏi phải nhanh nhạy đổi mới</p> <p>T5:Ô nhiễm môi trường, thu hẹp môi trường sống do sản xuất mở rộng</p> <p>T6:Cạnh tranh với các tỉnh lân cận về hoa và thị trường Trung quốc trong thị trường trong nước; Thái lan đối với thị trường nước ngoài</p> <p>T7:Sản phẩm thay thế hoa là socola, hàng mỹ nghệ.</p> <p>T8:Đô thị hóa và xu hướng nông hộ bán đất sản xuất hoa</p>	<p>Kết hợp S-T:</p> <p>-Tập trung sản xuất những sản phẩm hoa Đà Lạt có thể mạnh</p> <p>-Chuẩn bị ứng phó kịp thời với những cạnh tranh về sản phẩm, giá cả</p> <p>-Tập trung thực hiện các tiêu chuẩn sản xuất hoa theo chuẩn mực quốc tế</p> <p>Giải pháp chiến lược:</p> <p>-Xây dựng thương hiệu hoa Đà Lạt</p> <p>-Xây dựng vùng sản xuất hoa NNCNC theo yêu cầu thị trường, trước mắt là hình thành phát triển các vùng chuyên canh sản phẩm chất lượng cao.</p> <p>...</p>	<p>Kết hợp W-T:</p> <p>-Tổ chức sản xuất ngành hoa theo hướng công nghiệp phù hợp.</p> <p>-Marketing sản phẩm hoa</p> <p>Giải pháp chiến lược</p> <p>-Tăng cường công tác khuyến nông</p> <p>-Xây dựng quy trình sản xuất đồng bộ cho từng chủng loại hoa</p> <p>-Thành lập trung tâm thông tin thị trường</p> <p>-Các nông hộ liên kết sản xuất.</p>

Tóm tắt Chương 2:

Qua phân tích cho thấy ngành sản xuất hoa là một ngành tiềm năng trong tương lai của TP Đà Lạt, bên cạnh việc tạo ra thu nhập cao cho nông hộ so với canh tác các sản phẩm nông nghiệp khác, sản xuất hoa còn mang lại hiệu quả cho môi trường thu hút khách du lịch đến với Đà Lạt, phát triển ngành du lịch-dịch vụ. Thực hiện phân tích đánh giá, nhằm cải thiện tình hình sản xuất hoa trong giai đoạn 2007-2010 và định hướng 2015, Đà Lạt cần tập trung chú trọng:

-Xây dựng các mối liên hệ hợp tác sản xuất trên cơ sở hình thành HTX kiểu mới.

-Hướng dẫn và hỗ trợ cho nông hộ áp dụng các kỹ thuật sản xuất hoa tiên tiến theo hướng công nghiệp, công nghệ cao phù hợp với điều kiện kinh tế, văn hóa, xã hội của Đà Lạt.

-Phát triển mở rộng thị trường hoa cao cấp phục vụ thị trường trong nước và xuất khẩu, hình thành Trung tâm giao dịch rau hoa quả Đà Lạt, chuẩn bị cho việc tiến tới thành lập Trung tâm đấu xảo hoa Quốc Tế.

Với những chiến lược và giải pháp phù hợp, ngành hoa sẽ phát triển cùng với sự hội nhập của kinh tế Việt Nam.

Chương III

GỢI Ý MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN SẢN XUẤT HOA CỦA NÔNG HỘ THEO HƯỚNG CÔNG NGHIỆP ĐẾN 2015

3.1. Điều kiện và xu hướng phát triển

3.1.1. Các điều kiện để phát triển ngành sản xuất hoa

- Canh tác hoa hiện nay được xem là thế mạnh của lao động nông nghiệp, tạo ra những cơ sở vững chắc để nâng cao mức sống cho hộ nông nghiệp.

- Sản xuất hoa Đà Lạt có những điều kiện thuận lợi: Phát huy tiềm năng, thế mạnh về điều kiện khí hậu, thổ nhưỡng, kỹ thuật canh tác, trình độ ứng dụng khoa học công nghệ của hộ nông nghiệp trong sản xuất các sản phẩm hoa có lợi thế so sánh của địa phương.

- Phát triển ngành sản xuất hoa theo hướng công nghiệp đáp ứng cho nhu cầu của thị trường tiêu dùng, làm đẹp cảnh quan đô thị.

- Sản xuất hoa theo hướng công nghiệp phù hợp với chủ trương xây dựng TP Đà Lạt xứng đáng là trung tâm du lịch nghỉ dưỡng, trung tâm sản xuất hoa công nghệ cao của cả nước.

- Thu hút đầu tư trong lĩnh vực sản xuất hoa công nghệ cao đối với Đà Lạt-Lâm Đồng có xu hướng phát triển tốt.

3.1.2. Xu hướng phát triển của ngành hoa

- Hoa hiện đang được lựa chọn nhiều để biểu trưng của động lực và cảm xúc.

- Dự báo về thị trường hoa thế giới ngày càng chuộng những sản phẩm hoa bản địa và hoa truyền thống chất lượng cao. Trong đó “hoa Đà Lạt đáp ứng thị hiếu của Châu Âu”.

- Thị trường tiêu dùng hoa cắt cành chất lượng cao tăng.

- Người tiêu dùng quan tâm đến xuất xứ các loài hoa, vấn đề môi trường.

- Xu hướng tiêu thụ hoa luôn luôn thay đổi và thậm chí không thể dự đoán trước, chủ yếu liên quan đến màu sắc và chủng loại.

-Xu hướng giảm lượng hoa sản xuất từ các nước Trung âu và Bắc âu sang các nước ngoại vi Châu Âu.

Hộp 5: Cơ cấu hoa cắt cành Việt Nam phù hợp với thị hiếu của Tây âu và Nhật Bản

Theo các chuyên gia ngành hoa Nhật Bản và Tây Âu, với cơ cấu 35-40% tổng diện tích trồng hoa hồng và 30% tổng diện tích trồng hoa cúc, Việt Nam hiện đang có cơ cấu hoa phù hợp với thị hiếu nhập khẩu hoa của các nước này.

Hiện nay cả nước ta có khoảng trên 15 ngàn ha diện tích trồng hoa, cây cảnh. Những năm gần đây, do nhu cầu tiêu thụ tại thị trường trong nước và xuất khẩu tăng nên sản xuất hoa đã mang lại thu nhập khá cao cho nhiều hộ trồng hoa trên cả nước. Nhiều địa phương thu nhập từ trồng hoa đã đạt tới 70-130 triệu đồng/ha/năm, thúc đẩy nhiều vùng miền trên cả nước chuyển từ trồng các loại rau màu cho thu nhập thấp sang trồng các loại hoa cao cấp, hoa trang trí và hoa xuất khẩu. Trên cả nước cũng đã hình thành những vùng trồng hoa tập trung như vùng hoa Tây Tựu - Từ Liêm - Hà Nội với diện tích trồng hoa đạt 330 ha; Vùng trồng hoa tập trung TP. Hồ Chí Minh với diện tích 700 ha, vùng hoa Lâm Đồng với diện tích 2027 ha, chủ yếu tập trung tại TP. Đà Lạt, các xã Hiệp Thành, Hiệp An...; vùng trồng hoa hàng hóa Trung du miền núi phía Bắc với diện tích gần 136 ha, vùng trồng hoa Lao Cai; vùng trồng hoa Hoàn Bồ Quảng Ninh... Tại các vùng trồng hoa tập trung này, hoa hồng và hoa cúc vẫn là hai loại hoa cắt chủ đạo, với đa dạng chủng loại và phẩm cấp, từ hoa phục vụ trang trí hàng ngày, tặng trong dịp lễ tết, hoa cúng, hoa khuôn viên cho đến các loại hoa xuất khẩu cao cấp. Tại vùng trồng hoa Tây Tựu - Từ Liêm - Hà Nội, hoa hồng và hoa cúc là hai loại hoa có diện tích trồng và sản lượng cao nhất. Hoa hồng cho thu hoạch quanh năm và tạo thu nhập thường xuyên. Hoa cúc đứng hàng thứ hai với chu kỳ 3 tháng một lần cho thu hoạch. Hoa cúc của vùng không chỉ được tiêu thụ tại các thị trường phía Bắc mà đang được đưa dần vào thị trường phía Nam và xuất khẩu sang Trung Quốc.

Vùng hoa công nghệ cao Đà Lạt, thiên đường hoa của Việt Nam, hoa hồng và hoa cúc cũng là hai loại hoa chủ đạo. Hoa cúc có tới 40 loại khác nhau, chia thành 3 nhóm lớn và cúc đại đóa màu vàng anh, tím, cúc giống nhỏ và cúc có nhóm tia có muống. Hoa hồng cũng có tới trên 15 loại với chất lượng nổi trội. Hồng Đà Lạt không chỉ được đánh giá cao bởi người tiêu dùng Việt Nam mà còn bởi cả các bạn hàng thế giới với ưu điểm hoa to, cành thẳng, bền, thơm, sinh trưởng và phát triển tốt, khả năng kháng bệnh cao... Trong diện tích gần 136 ha trồng hoa của vùng Trung du và miền núi phía Bắc, diện tích trồng hoa hồng đã chiếm tới trên 55,27% với sản lượng 26,53 triệu bông/năm. Diện tích trồng hoa cúc lớn thứ hai với 14,5 ha, sản lượng 5 triệu cành/năm.

Với tỷ lệ hoa hồng và hoa cúc khá cao, cơ cấu ngành hoa Việt Nam tương đối phù hợp với thị hiếu của các thị trường cao cấp trên thế giới như Nhật Bản, Trung Quốc và Tây Âu. Tuy nhiên, đây đều là những thị trường khó tính với những yêu cầu về chất lượng, mẫu mã và an toàn thực vật rất cao. Các tiêu chuẩn về hàm lượng thuốc trừ sâu, thuốc bảo vệ, bảo quản thực vật được đặt lên hàng đầu. Bên cạnh đó, để có thể thâm nhập các thị trường này, hoa Việt Nam còn phải cạnh tranh về hình thức, giá cả và độ tươi lâu. (Tham khảo Đề án Phát triển sản xuất, xuất khẩu rau, quả và hoa tươi Việt Nam)

3.2-Một số giải pháp phát triển sản xuất hoa theo hướng công nghiệp tại Đà Lạt

Trên cơ sở phân tích các điểm mạnh, điểm yếu, thách thức và cơ hội của nông hộ, tác giả đề xuất gợi ý chính sách để phát triển ngành sản xuất hoa theo hướng công nghiệp trong thời gian đến.

3.2.1. Giải pháp cấp bách đối với nông hộ

3.2.1.1. Liên kết các nông hộ sản xuất hoa thông qua việc tham gia các HTX kiểu mới

(i). Vai trò của HTX kiểu mới.

Thông qua việc liên kết các nhóm nông hộ tham gia sản xuất hoa theo hướng công nghiệp, chuyên môn hóa; tạo điều kiện tích tụ nguồn vốn, tăng thêm sức lao động sản xuất, sản xuất ra khối lượng hàng hóa lớn, đồng nhất; nâng cao kỹ năng công nghệ, xây dựng quan hệ sản xuất mới, tạo điều kiện tốt để tiêu thụ sản phẩm.

Việc hình thành, tổ chức cho các nông hộ tham gia HTX kiểu mới nhằm giải quyết các vấn đề bức xúc hiện nay như sau:

- Tổ chức một số các nông hộ có trình độ và quy mô sản xuất khá theo hình thức một nhóm nông hộ hợp tác sản xuất và tiêu thụ hoa theo hướng công nghiệp.

- Giải quyết được tình trạng bị ép giá, giá cả bấp bênh, ứ đọng hàng và khả năng tiếp cận thị trường xuất khẩu.

- Nâng cao năng lực đầu tư, ứng dụng công nghệ mới và trình độ sản xuất còn chênh lệch giữa các nông hộ. Tạo ra khối lượng lớn sản phẩm hoa hàng hóa, có phẩm cấp và đồng đều. Tổ chức tốt hoạt động xử lý hoa sau thu hoạch để tăng độ bền, chất lượng và giá cả hoa cung ứng.

(ii). Nguyên tắc tổ chức và hoạt động của hợp tác xã

Luật HTX năm 2003 quy định 4 nguyên tắc tổ chức tổ chức và hoạt động của HTX như sau: (1) Nguyên tắc tự nguyện, (2) Nguyên tắc dân chủ, bình đẳng và công khai; (3) Nguyên tắc tự chủ, tự chịu trách nhiệm và cùng có lợi; (4) Nguyên tắc hợp tác và phát triển cộng đồng.

Tôn chỉ của HTX phải là ‘Giải quyết sự bất bình đẳng trong giá cả thị trường hoa, cải thiện tình hình kinh tế của người sản xuất và kinh doanh hoa thông qua nhu cầu thị trường’

(iii). Nâng cao chất lượng hoạt động của HTX kiểu mới

- Việc liên kết các xã viên phải cùng có một mục tiêu, hoạt động trên lĩnh vực sản xuất và kinh doanh hoa, không phụ thuộc vào địa bàn dân cư, cùng có nguyện

vọng xây dựng một tổ chức nghề nghiệp cùng nhau làm ăn và phát triển kinh tế gia đình. Hiện nay qua điều tra khảo sát cho thấy rằng các nông hộ sẵn sàng gia nhập HTX nếu HTX có một cơ chế quản lý rõ ràng công khai và minh bạch.

-Người quản lý HTX(chủ nhiệm HTX) phải là người có trình độ chuyên môn, kinh nghiệm quản lý, biết phân tích, đánh giá thị trường và có nhiều mối quan hệ xã hội. Chủ nhiệm HTX có thể là người các xã viên chọn lựa hoặc thuê mướn. HTX cũng cần phải có chính sách đào tạo cán bộ và chính sách lương thỏa đáng để thu hút nhân tài.

-HTX kiểu mới cần thực hiện:

Hợp tác xã đứng ra nhận nợ với ngân hàng cho xã viên đầu tư phục vụ sản xuất như: đầu tư nhà kính, hệ thống tưới tự động, nhập khẩu giống, kho lạnh, mua các dụng cụ phương tiện để bảo quản hoa...; lãnh đạo HTX cần chủ động tìm kiếm và ký kết các hợp đồng nguyên tắc bao tiêu sản xuất hoa theo hướng chuyên môn hóa.

Các xã viên cần hiểu biết rõ hơn về trách nhiệm và quyền lợi của xã viên, vì vậy HTX, nhà nước cần hỗ trợ mở thêm nhiều lớp học về luật HTX cho mọi xã viên để nắm đầy đủ hơn về quyền lợi và trách nhiệm khi tham gia HTX.

Các HTX cần liên kết lại với nhau, hoặc liên kết giữa doanh nghiệp với HTX, đặc biệt là các doanh nghiệp có khả năng làm đầu mối tiêu thụ và xuất khẩu hoa để tăng khả năng ngã giá sản phẩm sản xuất của các nông hộ, tăng tích lũy và đầu tư nâng cao sản xuất. Các HTX có thể tham gia xuất khẩu ủy thác thông qua các công ty lớn hơn.

Ngoài việc các xã viên và Chủ nhiệm HTX có trình độ chuyên môn, kinh nghiệm trong lĩnh vực sản xuất hoa. HTX cũng nên thường xuyên tham gia hoặc tổ chức các buổi hội thảo giải pháp đẩy mạnh hoạt động của HTX với các nhà chuyên môn, nhà khoa học, cử xã viên tham gia các lớp học tập ngắn ngày về công tác khuyến nông, khoa học kỹ thuật mới về sản xuất hoa. Có thể mời các chuyên gia có kinh nghiệm làm tư vấn cho quá trình sản xuất-cung ứng-tiêu thụ hoa của HTX để

những chuyên gia này có thể đóng góp những giải pháp sản xuất, kinh doanh mới phù hợp.

Khi tổ chức sản xuất theo các đơn hàng, ban chủ nhiệm HTX cần có phân công trách nhiệm cụ thể các xã viên để đảm bảo cho quá trình sản xuất sản phẩm, cung ứng đảm bảo áp dụng thống nhất quy trình sản xuất và xử lý sau thu hoạch. Lợi nhuận được phân phối theo đóng góp của mỗi xã viên.

Xây dựng hoặc gửi các sản phẩm hàng hóa của HTX đến các cửa hàng, hội chợ để thực hiện công tác xúc tiến thương mại đối với các đối tác trong và ngoài nước. Xây dựng trang Web hoặc tham gia cùng với các trang web có uy tín của địa phương, hoặc doanh nghiệp để giới thiệu sản phẩm.

3.2.2.1. Chuyển giao tiến bộ khoa học kỹ thuật đến các nông hộ

3.2.2.1.1. Công tác giống

- Tuyển chọn, nhân giống và cung ứng các loại giống chất lượng cao

Nhập giống: Nhà nước cần đóng vai trò chủ động và thường xuyên trong kế hoạch nhập giống hoa phục vụ cho chương trình sản xuất hoa của thành phố. Cung cấp các thông tin cần thiết như: nguồn gốc giống, đặc điểm giống... thị trường liên quan đến lĩnh vực này để giúp người trồng hoa lựa chọn các định hướng đúng đắn phù hợp với sản xuất hoa. Các giống hoa nhập về cần phải xác định đặc điểm sinh học của giống phù hợp với điều kiện tự nhiên tại Đà Lạt và quản lý giống nghiêm túc, phải có sự bắt buộc khảo nghiệm khi đưa ra sản xuất đại trà. Trước mắt để đảm bảo yêu cầu chất lượng giống, khuyến khích nông hộ nên mua giống tại Trung tâm nghiên cứu ứng dụng kỹ thuật nông nghiệp, Trung tâm nghiên cứu giống rau, hoa, dâu tây thuộc Viện khoa học kỹ thuật nông nghiệp Miền Nam và những cơ sở sản xuất giống có uy tín được Sở Nông Nghiệp & PTNT cấp giấy phép hoạt động.

Sản xuất giống: Các giống hoa mới được tạo ra từ các đơn vị nghiên cứu trong nước còn rất ít và hiệu quả của giống không cao. Do đó nhà nước cần đẩy mạnh công tác nhân giống mới tại các cơ quan chủ chốt như: các viện nghiên cứu, các trung tâm nhân giống. Đồng thời khuyến khích, hỗ trợ các nhà cây mô tu nhân phát triển. Hình thành mạng lưới nuôi cấy, sản xuất cây giống sạch bệnh, chất lượng cao

cung cấp cho các nông hộ. Sử dụng các kỹ thuật test ELIZA và PCR để kiểm tra giống sạch bệnh, đạt tiêu . Có chính sách đãi ngộ xứng đáng cho các nhà nghiên cứu, nghệ nhân tìm hoặc nhân tạo ra các giống hoa mới có xuất xứ từ Đà Lạt. Hỗ trợ kinh phí để bảo hộ nhãn hiệu cho loại giống mới.

Theo nhận định của các nhà chuyên môn, hoa lan Đà Lạt không thể chỉ dừng lại ở các giống thông thường mà cần phải chú trọng phát triển các giống hoa đặc sản của vùng. Hiện nay, với công nghệ nuôi cấy mô kết hợp với nuôi cấy bằng dung dịch bioreactor - công nghệ tiên tiến nhất hiện nay, thì việc lai tạo các giống mới từ các giống lan hài quý của Đà Lạt là việc làm không còn quá khó khăn. Điều quan trọng nhất là cần đầu tư phát triển sản xuất, nâng cao năng lực cạnh tranh với lan ngoại, hoa lan cần phải được hỗ trợ đăng ký bản quyền, đăng ký thương hiệu qua các hiệp hội, các công ty kinh doanh quốc tế.

3.2.2.2.Áp dụng khoa học kỹ thuật

(i) Lựa chọn mô hình nhà kính

Gợi ý cho mô hình nhà kính phù hợp địa bàn Đà Lạt:

* Loại nhà cho nhóm hoa cao cấp phù hợp với điều kiện tự nhiên ở Đà Lạt: Đế bê tông, khung sắt tròn hoặc vuông mạ kẽm, mái Plastic, mách lưới, cao khoảng 5- 6 m, mái vòm hoặc mái nghiêng nhưng 2 mái phải lệch nhau, có mương thoát nước và lối đi kiên cố. Vốn đầu tư từ 600 triệu đồng/ha trở lên.

* Khuyến cáo sử dụng loại plastic chất lượng cao để tăng lượng chiếu sáng qua mái nhất là trong mùa mưa, góp phần nâng cao năng suất cây trồng trong mùa mưa do Đà Lạt trong mùa vụ thiếu nắng, thừa mưa

* Cơ quan quản lý nhà nước cần ban hành quy định mẫu về hệ thống nhà kính sử dụng phù hợp địa bàn Đà Lạt .

(ii) Công nghệ tưới nước:

Thực hiện chế độ tưới khoa học để đem lại hiệu quả cao về tăng năng suất, tiết kiệm năng lượng bơm. Đảm bảo tưới đúng lúc, đúng lượng, chất lượng nước đảm bảo, với công nghệ tưới phù hợp cho từng loại cây trồng. Hướng tới, từng bước thay thế dần kiểu tưới vòi sen cầm tay sang tưới tự động với các công nghệ: Tưới

phun mưa, tưới phun sương, tưới thấm, tưới dí. Lựa chọn thiết bị tưới cần căn cứ vào quy mô diện tích, mức độ hiện đại của nhà kính, yêu cầu cơ giới hoá các khâu trong canh tác và thu hoạch để tạo sự hợp lý trong giữa lắp đặt với vận hành và đồng bộ trong đầu tư.

(iii) Bón phân

Công nghệ và kỹ thuật bón phân trong thời gian tới cần đáp ứng yêu cầu sau: tăng năng suất, chất lượng và độ bền sản phẩm, nhất là đối với hoa cắt cành. Tiết kiệm chi phí bón phân (hiện đang chiếm tỷ lệ lớn trong chi phí sản xuất). Tăng sức đề kháng sâu bệnh cho cây trồng, góp phần bảo vệ và cải tiến độ phì nhiêu đất đai, giảm thiểu gây ô nhiễm môi trường đất do chất lượng phân không đảm bảo và bón thừa phân.

Cần hoàn thiện công thức bón phân và công nghệ bón phân cho từng loại cây trồng. Ban hành kịp thời quy trình bón phân với từng loại sản phẩm để giúp người dân bón đúng lúc, đúng lượng, đúng chủng loại. Tăng cường sử dụng các tiến bộ kỹ thuật về kết hợp giữa tưới nước và bón phân. Tăng cường sử dụng phân hữu cơ vi sinh (tăng lượng bón với chủng loại thích hợp). Hướng dẫn các hộ tự chế biến phân hữu cơ vi sinh từ các nguyên liệu tại chỗ (chất thải hữu cơ, phân chuồng, phân gà...).

(iv) Ứng dụng các công nghệ xử lý hoa sau thu hoạch

Giải pháp trước mắt là tăng cường công tác tuyên truyền để người dân (người trồng hoa và cửa hiệu bán hoa) thấy lợi ích của việc ứng dụng công nghệ này, khuyến khích các nhà đầu tư, các nhà xuất khẩu xây dựng các cơ sở chế biến, kho lạnh; các cơ quan nghiên cứu tập trung cho đề tài công nghệ sau thu hoạch tối ưu cho từng nhóm sản phẩm. Đặt hàng cho các cơ sở nghiên cứu để hoàn thiện công nghệ kéo dài tuổi thọ các loại hoa cắt cành, ban hành quy trình công nghệ sau thu hoạch với từng nhóm và từng loại sản phẩm theo các yêu cầu của thị trường.

Cần hướng dẫn nông hộ tuân thủ một số kỹ thuật cơ bản như kỹ thuật cắt, sử dụng các dung dịch bảo quản hoa trong thời gian lưu kho, tồn trữ, vận chuyển trong điều kiện mát, đủ thoáng cho đến tay người tiêu dùng trong thời gian ngắn

nhất. Quan tâm đến kỹ thuật cung cấp nước và dinh dưỡng cho hoa sao cho thời gian sử dụng hoa được lâu, các búp hoa nở hoàn toàn.

Kỹ thuật bao bì cho từng cành hoa hoặc cho từng lô (3 cành, 10 cành...) phải được nghiên cứu trình bày thế nào để tăng giá trị thẩm mỹ cho hoa, hấp dẫn được thị hiếu của khách hàng. Thay đổi nhiều kiểu chế biến để làm phong phú mặt hàng như trình bày từng hoa rời kèm với các loại cây lá khác, hoặc kết hợp với một số phong lan hoang dại của nước ta...

Công nghệ bảo quản, gia công, bao bì và trình bày mỹ thuật cho hoa Cymbidium trước khi xuất khẩu là một vấn đề hết sức quan trọng cần được đặc biệt đầu tư nghiên cứu để làm tăng giá trị sản phẩm. Trên cơ sở đó, chúng ta mới có thể xác định từng bước cho hoa Cymbidium Đà Lạt nói riêng, cho Lan Việt Nam nói chung, một vị trí xứng đáng trên thị trường hoa lan quốc tế.

Về lâu dài để xây dựng ngành trồng hoa theo hướng công nghiệp cần:

Du nhập kịp thời những công nghệ sản xuất theo hướng công nghệ cao, liên kết ứng dụng các kết quả nghiên cứu trong nước (qua các cơ quan nghiên cứu, các chuyên gia, các khu nông nghiệp công nghệ cao...). Tinh tiến hành hoàn chỉnh và trình Trung ương hỗ trợ triển khai dự án “Xây dựng mô hình ứng dụng tiến bộ KHCN trong sản xuất hoa tại Đà Lạt, Lâm Đồng”.

Đầu tư, nghiên cứu sản xuất các loại máy móc, thiết bị phục vụ bảo quản, đóng gói hoa Đà Lạt mang tính đặc trưng.

Chuyển giao quy trình công nghệ sản xuất thông qua các mô hình khảo nghiệm, trình diễn. Mô hình trình diễn về nông nghiệp công nghệ cao đồng bộ bao gồm nhà kính, giống tốt, điều khiển mật độ, công nghệ tưới, bón phân, phòng trừ sâu bệnh, điều khiển các yếu tố môi trường (nhiệt độ, ánh sáng, thông gió...) công nghệ xử lý sau thu hoạch... trên cơ sở đó nhân rộng ra toàn vùng. Cụ thể ở Đà Lạt cần có mô hình cho hoa cúc, hoa hồng, glayon, và các loại hoa mới.

Chính quyền và các ban ngành liên quan tổ chức lớp tập huấn áp dụng kỹ thuật mới; tổ chức các chương trình hội thảo gắn liền với thực tế; chương trình tham quan học hỏi kinh nghiệm từ các nước có nền công nghiệp hoa phát triển như Hà Lan, Trung

Quốc...; đào tạo và cung cấp các chuyên gia, khuyến nông viên trong lĩnh vực này để trực tiếp hướng dẫn, giúp đỡ người trồng hoa.

3.2.1.3. Liên kết xây dựng nhãn hiệu hoa hàng hóa và Thương hiệu hoa

Đà Lạt

-Thực hiện các điều kiện để được cấp giấy chứng nhận đăng ký chỉ dẫn địa lý cho hoa Đà Lạt: Việc bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp này có ý nghĩa đối với vùng hoa Đà Lạt, giúp khẳng định được nguồn gốc xuất xứ của sản phẩm hoa Đà Lạt, chỉ rõ tiêu chuẩn và chất lượng đặc thù của hoa. Đây cũng là cơ sở để làm tăng giá trị kinh tế cho nông hộ trồng hoa.

-Giao cho Hiệp hội hoa phối hợp với các HTX xây dựng logo và các điều kiện để được cấp giấy chứng nhận tập thể cho từng loại hoa. Trước mắt cho 03 loại hoa chủ lực của tỉnh là hoa cúc, hoa hồng và địa lan, và chỉ nên chọn lựa các loài hoa Đà Lạt có thể mạnh như : hồng nhung, Địa lan Cymbidium...

-Xây dựng hoặc nâng cấp trang web về hoa Đà Lạt

-Tổ chức quản lý sản xuất ở các vùng chuyên canh để nâng cao chất lượng hoa, cung ứng sản lượng lớn để đáp ứng những đòi hỏi về mẫu mã, chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm khắc khe.

-Giấy chứng nhận còn như một điều kiện, một giấy thông hành để các sản phẩm hoa đáp ứng được yêu cầu hội nhập vào thị trường thế giới ngày một gặt gao trong điều kiện nước ta đã gia nhập WTO.

-Tăng cường hoạt động của chương trình xúc tiến thương mại, quảng bá nhãn hiệu hàng hóa, nhãn hiệu tập thể, chỉ dẫn địa lý, tổ chức tốt hoạt động sở hữu công nghiệp ở địa phương.

3.2.1.4.Hình thành vùng sản xuất hoa chuyên canh và quy hoạch nông nghiệp công nghệ cao

Một số công việc tập trung thực hiện hình thành vùng sản xuất hoa chuyên canh:

(i)Đẩy nhanh việc thực hiện quy hoạch vùng hoa chuyên canh trên cơ sở triển khai xây dựng quy hoạch chi tiết, hướng dẫn các tiêu chí xây dựng mô hình nhà

kính, quy trình sản xuất, công nghệ phù hợp cho từng vùng chuyên canh và các loại có ưu thế. Động viên cho các nông hộ tổ chức thành từng nhóm liên kết sản xuất từng loại hoa theo đúng quy trình sản xuất, thời gian canh tác, chủng loại hoa...tạo thành sản lượng hoa hàng hóa đáp ứng thị trường với quy mô lớn, đồng nhất.

(ii)Thực hiện đồng bộ các giải pháp để hỗ trợ nông hộ, HTX vay vốn đầu tư theo mức đầu tư công nghệ cao để đầu tư cơ bản về nhà kính, hệ thống tưới, dây chuyền vận chuyển và bảo quản hoa sau thu hoạch.

(iii)Tổ chức xây dựng các quan hệ gắn kết giữa nông hộ sản xuất hoa với các doanh nghiệp hoặc HTX chế biến, tiêu thụ hoa hiện đóng trên vùng chuyên canh trở thành mối quan hệ hữu cơ chặt chẽ với nhau,Hiệp hội hoa Đà Lạt là đầu mối tổ chức gắn kết.Tiếp tục thu hút các doanh nghiệp, nhà đầu tư vào phát triển sản xuất, chế biến, tiêu thụ hoa ở các vùng quy hoạch chuyên canh hoa chất lượng cao.

(iv)Tăng cường công tác quản lý nhà nước về việc triển khai các quy hoạch hoa.... Tăng cường nhân rộng các mô hình canh tác hoa có hiệu quả từ khâu sản xuất đến tiêu thụ, xuất khẩu hoa để các nông hộ học tập.

(v)Đối với dự án có chủ trương đầu tư lập dự án UBND TP cần chỉ đạo các phòng ban chuyên môn cung cấp các tư liệu ban đầu giúp các nhà đầu tư thuận lợi trong việc lập dự án đầu tư.

(vi)Thực hiện rà soát và điều chỉnh quy hoạch hoa NNCNC theo hướng:

Quy hoạch phải dựa trên cơ sở đánh giá đầy đủ các nhân tố tác động như vốn, đất đai, thị trường, nguồn nhân lực, khoa học và công nghệ...Quy hoạch cần căn cứ vào những chiến lược phát triển kinh tế xã hội của thành phố Đà Lạt, phù hợp và hỗ trợ nhiều ngành kinh tế khác, cụ thể ở đây là ngành dịch vụ.

Quy hoạch vùng đất phải gắn với quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông nghiệp theo hướng công nghiệp hoá hiện đại hoá, phù hợp với hợp với xu thế hội nhập kinh tế quốc tế. Xác định những vùng trồng hoa chuyên xuất khẩu, những vùng phát triển kết hợp với du lịch, vùng có các khu nông nghiệp công nghệ cao.

Qui hoạch vùng trồng hoa phải gắn liền với công nghệ thu hoạch và bảo quản sau thu hoạch, các dịch vụ hỗ trợ, cơ sở hạ tầng và các điều kiện thị trường cần thiết khác (kho lạnh dự trữ, xe lạnh chuyên chở hoa, bến bãi....)

Việc qui hoạch vùng trồng hoa một cách khoa học, chính xác là cơ sở để phát triển bền vững ngành sản xuất hoa tại Đà Lạt. Thực hiện tốt công tác qui hoạch, Đà Lạt mới có thể phát huy được lợi thế so sánh của mình, không còn tình trạng sản xuất nhỏ lẻ tự phát.

3.2.2. Giải pháp lâu dài đối với chính quyền TP Đà Lạt và tỉnh Lâm Đồng

3.2.2.1. Tổ chức kinh doanh du lịch với quảng bá ngành hoa Đà Lạt

Đối với Đà Lạt, tiếp thị địa phương thông qua tăng trưởng ngành du lịch, ngành du lịch phát triển sẽ kéo theo ngành sản xuất hoa phát triển, và tác động trở lại ngành hoa phát triển, hoa và du lịch là hai nhân tố không tách rời. Du khách đến Đà Lạt để ngắm hoa, du lịch là cơ hội quảng bá cho thương hiệu “Hoa Đà Lạt”.

Một số hoạt động tổ chức kinh doanh với quảng bá ngành trồng hoa

(i) Tổ chức trang trí hoa tại các điểm tham quan du lịch

Tại các nơi, điểm du lịch đặc trưng cần bố trí những chủng loại hoa đặc trưng, theo chủ đề để du khách đến đây cảm nhận được những nét đẹp riêng có của hoa và du lịch Đà Lạt. Với các điểm dừng chân thương mại: Hồ Tuyền Lâm, Đồi Mộng Mơ, Hồ Xuân Hương, Hồ Than Thở, Thác Prenn...nơi đâu du khách cũng có thể thấy một sự kết hợp tuyệt vời giữa hoa và thơ, hoa và nét truyền thống, hoa và nét hiện đại, hoa và con người Đà Lạt. Đây cũng là một kênh mở rộng thị trường tiêu thụ và xuất khẩu.

(ii) Tổ chức các tour du lịch tham quan nơi sản xuất hoa công nghệ cao

Các nhà vườn sẽ là những điểm tham quan cho du khách. Đến các nơi này ngoài việc ngắm nhìn, mua sắm các loại hoa yêu thích. Du khách còn được chiêm ngưỡng những bước phát triển mới trong ngành sản xuất hoa. Đây là một xu thế du lịch mới “Du khách đăng ký tham quan việc sản xuất hoa công nghệ cao của các nông hộ” du khách khi đi đến Đà Lạt rất muốn hòa mình trong không gian lãng

mạng, bình yên và về với thiên nhiên, cây cỏ và qua đó các doanh nhân có thể nảy ra các ý tưởng liên doanh, đầu tư tại vùng đất Đà Lạt.

-Tổ chức Festival hoa

Ngành sản xuất hoa Đà Lạt có những bước phát triển vượt bậc sau hai lễ hội hoa năm 2003, 2004. Lễ hội hoa năm 2007 cũng mang màu sắc của hoa với chủ đề “**Hoa Đà Lạt, tôi yêu bạn**”. Đà Lạt trở thành “Thành phố ngàn hoa”, tạo nên nét thay đổi xuyên suốt từ cảnh sắc tới mỗi con người Đà Lạt. Trước những tiền đề thuận lợi, việc Đà Lạt xây dựng kế hoạch là thành phố Festival hoa duy nhất ở Việt Nam là điều tất yếu.

3.2.2.2 Phát triển thị trường hoa cao cấp trong nước và thâm nhập thị trường thế giới:

Mục tiêu cuối cùng của tất cả các ngành sản xuất là làm sao thoã mãn được nhu cầu của khách hàng để đạt được mục tiêu lợi nhuận. Những giải pháp trên là cơ hội và là tiền đề cho đầu ra của hoa Đà Lạt dễ dàng hơn, đáp ứng nhu cầu của khách hàng và mang lợi nhuận cao hơn. Tuy nhiên nếu không có những giải pháp cụ thể để tận dụng triệt để những tiền đề trên thì sẽ không phát huy được hiệu quả mong muốn.

- Giải pháp phát triển thị trường nội địa

(i)Lựa chọn kênh phân phối phù hợp ¹⁹

Các kênh phân phối hoa Đà Lạt hiện nay trên thị trường nội địa đa số đang tỏ ra không hiệu quả với chi phí và thời gian lưu thông quá lớn, các nhà trồng hoa Đà Lạt cần phải “thiết kế” lại kênh phân phối của mình để tăng thêm lợi nhuận.

Chính việc xây dựng hiệu quả, thành công HTX kiểu mới sẽ góp phần nâng cao vị thế của người trồng hoa trên địa bàn đàm phán, hạn chế sức mạnh trả giá của người mua.

Kênh phân phối hoa nội địa được thay đổi như sau:

Thứ 1: Giảm bớt vai trò của người thu gom, bởi lẽ theo nghiên cứu nếu hoa qua giai đoạn này sẽ làm giá thành của hoa tăng lên do việc phân loại lại của người

¹⁹ Hình 3.1

thu gom và chi phí lưu trữ hoa trong phòng lạnh làm ảnh hưởng đến giá bán của người nông dân. Theo nghiên cứu của trung tâm nghiên cứu khoai tây, rau và hoa, đối với người thu gom thì chi phí cho công đoạn này phân loại lại sẽ làm tăng 2-2.5% giá thành của hoa và chi phí cho việc lưu trữ kho lạnh sẽ làm gia thành tăng từ 1.2-2.2%

Thứ 2: Nâng cao vai trò của HTX, với việc xây dựng HTX kiểu mới thì sẽ giải quyết sự bất bình đẳng trong giá cả thị trường của hoa và cải thiện tình hình kinh tế, tránh một thực tế đáng buồn của người trồng hoa là thường xuyên bị ép giá.

Thứ 3: Thành lập và sử dụng hiệu quả trung tâm dự báo thị trường hoa cắt cành để khắc phục tình trạng được mùa thì mất giá ở cây hoa.

(ii) Nắm bắt xu hướng nhu cầu tiêu dùng nội địa

Như đã nói ở trên, sản xuất phải đi theo và nắm bắt xu hướng nhu cầu của người tiêu dùng. Mà để biết được điều đó, cần phải tìm hiểu, nghiên cứu thị trường (survey market).

-Giải pháp thâm nhập thị trường thế giới²⁰

(i) Giải pháp phát triển xuất khẩu hoa

-Xác định thị trường mục tiêu

Để thu được lợi nhuận cao và gia tăng sản xuất hoa thì Đà Lạt phải tính đến việc tập trung phát triển xuất khẩu, thâm nhập thị trường thế giới. Thị trường xuất khẩu hoa của Đà Lạt hiện nay là : Nhật Bản, Đài Loan, Singapore, Úc... Đó là những thị trường mà hoa Đà Lạt đã bắt đầu thâm nhập, nhưng đó chưa phải là những thị trường lớn nhất mà EU mới là thị trường lớn nhất (chiếm 50% lượng hoa tiêu thụ trên toàn thế giới).

Do đó để mở rộng thị trường xuất khẩu hiện có và thâm nhập thị trường EU, Đà Lạt cần phải xây dựng những điều kiện cần thiết cho việc xuất khẩu đồng bộ từ cơ sở hạ tầng đến nguồn nhân lực.

- Những điều kiện cần thiết cho xuất khẩu

²⁰ Hình 3.2

Để xuất khẩu thì trước tiên những người trồng hoa phải đặt cho mình mục tiêu là trồng hoa để xuất khẩu. Phải bỏ suy nghĩ cứ trồng nếu đạt thì xuất khẩu còn nếu không thì tiêu thụ nội địa.

Hiệp hội, HTX, Doanh nghiệp cần nắm rõ những thủ tục, luật pháp, tiêu chuẩn xuất khẩu, thông tin thị trường, thông tin đối tác để tránh rủi ro trong quá trình xuất khẩu. Đó là lý do tại sao cần phải có nhà tiêu thụ trong Hiệp hội và HTX kiểu mới.

Những đòi hỏi của thị trường thế giới thường rất khắt khe đặc biệt là độ sạch bệnh. Do đó để đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng, Người trồng hoa cần phải tuân theo những qui định kỹ thuật trong tất cả các khâu: giống, chăm bón, vận chuyển, bao bì đóng gói, bảo quản sau thu hoạch.

Những tiêu chuẩn đó cần thực hiện một cách nghiêm túc bởi lẽ khi xuất khẩu có thể đối tác buộc chúng ta ký quỹ xuất khẩu để bảo đảm chất lượng hoa và thời gian giao hàng, nếu chúng ta không đáp ứng thì coi như mất tiền quỹ. Hay như nếu hoa được xuất khẩu thông qua trung tâm đấu giá (Auction) mà hoa chúng ta không đảm bảo chất lượng, bị nhiễm bệnh không những hoa sẽ bị tiêu huỷ mà chúng còn phải chịu mọi chi phí.

Các thị trường mục tiêu mà hoa Đà Lạt đang nhắm đến cần được nghiên cứu đầy đủ, chính xác và kịp thời như thông tin về thị hiếu tiêu dùng, xu hướng tiêu dùng; xu hướng giá cả, cung cầu trên từng thị trường....

Các thông tin này thường được cung cấp qua các trung tâm xúc tiến thương mại, qua các hội chợ hoa, qua các lễ hội hoa, Festival hoa...

Xây dựng giá xuất khẩu sẽ quyết định đến lợi nhuận. Để xác định mức giá phù hợp cần căn cứ vào thông tin trên thị trường, thông tin từ các đối thủ cạnh tranh, các chi phí như sản xuất, đóng gói, vận chuyển, xúc tiến thương mại và chi phí bán hàng. Điều quan trọng nhất trong thị trường hoa là nhu cầu về sản phẩm và mức giá cao nhất mà người tiêu dùng sẵn sàng chi trả.

Cũng giống như kênh phân phối trong nội địa, nhóm nghiên cứu cũng muốn nhấn mạnh vai trò của HTX kiểu mới trong việc xuất khẩu hàng hoá, loại bỏ yếu tố trung gian để giảm chi phí.

Trong phân phối việc tiếp cận thị trường càng sát sao càng tốt. Nhưng đối với thị trường EU thì con đường đi tốt nhất là qua trung tâm đầu xảo Hà Lan, còn với thị trường Nhật Bản thì nên sử dụng những nhà phân phối Nhật Bản bởi vì những người tiêu dùng Nhật Bản thích vậy hơn.

Cơ sở hạ tầng phục vụ xuất khẩu bao gồm hệ thống đường bộ từ nơi trồng cho đến sân bay, bến cảng, các kho bãi. hệ thống đường bộ tốt mới đảm bảo cho chất lượng hoa trong quá trình vận chuyển. để giảm chi phí phải có các sân bay gần nơi sản xuất, có máy bay chuyên dụng chở hoa.

Trong xuất khẩu không thể có chỗ đứng cho một người không chuyên nghiệp “ bất cứ ngành sản xuất nào vai trò của con người cũng rất quan trọng, đặc biệt trong xuất khẩu, để xuất khẩu hoa không những cần những nhà sản xuất giỏi mà còn phải cần những nhà kinh doanh giỏi, những nhà kinh doanh am hiểu thị trường quốc tế. thủ tục hải quan xuất khẩu, lựa chọn những điều kiện thương mại đàm phán, hợp đồng xuất khẩu... tất cả đều có sự chuyên nghiệp để thành công.

Những yêu cầu về chất lượng, mẫu mã và an toàn thực vật rất cao. Các tiêu chuẩn về hàm lượng thuốc trừ sâu, thuốc bảo vệ, bảo quản thực vật được đặt lên hàng đầu. Bên cạnh đó, để có thể thâm nhập các thị trường này, hoa Việt Nam còn phải cạnh tranh về hình thức, giá cả và độ tươi lâu.

-Những lưu ý khi thâm nhập thị trường mục tiêu

Như đã nêu ở trên, thị trường xuất khẩu mục tiêu của hoa đà lạt rất đa dạng nhưng trong khuôn khổ giới hạn, nghiên cứu xin tập trung phân tích hai thị trường lớn nhất là Nhật Bản, và EU - thị trường tiêu thụ lớn nhất thế giới và là thị trường đầy tiềm năng của hoa Đà Lạt. Theo các chuyên gia ngành hoa Nhật Bản và Tây Âu, với cơ cấu 35-40% tổng diện tích trồng hoa hồng và 30% tổng diện tích trồng hoa cúc. Việt Nam hiện đang có cơ cấu hoa phù hợp với thị hiếu nhập khẩu hoa của các nước này.

(ii) Một số thị trường tiềm năng:***Thị trường Nhật Bản**

Do điều kiện thiên nhiên ưu đãi, Nhật Bản có thể tự trồng và cung cấp hầu hết nhu cầu hoa trong nước. Tuy nhiên, do nhu cầu trong nước về các loài hoa khá phong phú và chi phí nhân công tại Nhật Bản khá đắt đỏ, không thể cạnh tranh với các nước khác, kim ngạch nhập khẩu hoa của Nhật Bản ngày càng tăng trong những năm gần đây.

Biểu 3.1. Số liệu thống kê một số loài hoa nhập khẩu của Nhật Bản*Đơn vị tính: 1000 USD*

Mã HS	Miêu tả	10 tháng 2005		Tổng nhập khẩu của Nhật Bản	Nhập khẩu từ Việt Nam	Tổng nhập khẩu của Nhật Bản	Nhập khẩu từ Việt Nam
		Tổng nhập khẩu của Nhật Bản	Nhập khẩu từ Việt Nam				
060210	Cành giâm không có rễ, cành ghép	10.035	445	10.385	378	8.976	467
060290	Các loại cây sống khác	77.674	89	75.283	88	64.498	75
060310	Hoa tươi gồm: hoa phong lan và các loại hoa khác	170.843	3.524	204.183	5.570	171.061	5.158
0604	Tán lá, cành không có hoa, các loại cỏ dùng làm trang trí, hoa tươi, khô	46.510	152	46.575	129	38.767	169
Tổng cộng:	305,062	4.209	336.425	6.166	283.302	5.868	
Tỷ lệ XK của Việt Nam (%)			1,4%		1,8%		2,1%
Tăng trưởng			10,3%	46,5%			

(Nguồn: Thương vụ Nhật Bản tại Việt Nam)

Hàng năm, nhu cầu nhập khẩu hoa của Nhật Bản khoảng 453 triệu USD. Thị trường nhập khẩu hoa của Nhật Bản là Hà Lan (chiếm 27%), Trung Quốc (chiếm 9,7%), Đài Loan (9%), Malaysia (8,8%), Thái Lan (7,3%) và Colombia (6,3%). Do

nhu cầu hoa trong nước năm nay khá cao, kim ngạch nhập khẩu hoa của Nhật Bản năm 2005 đạt khoảng 500 triệu USD.

Xu hướng nhập khẩu:

Trong nhập khẩu hoa cắt cành chủng loại chính bao gồm (phong lan, địa lan) cúc vàng, hồng, lily. Ngoài ra còn có cẩm chướng, loa kèn, glayon, và một số loại hoa khác với tỷ lệ nhỏ hơn, và các loại hoa này không có sự cố định trong sản lượng nhập khẩu qua các năm. Nhật Bản nhập khẩu những loại hoa mà đầu tư sản xuất trong nước chi phí cao; những loại hoa không trồng được; những loại hoa trái mùa; những loại hoa có nhu cầu sử dụng nhiều.

*Thị trường Châu Âu (EU)

Kim ngạch xuất khẩu hoa của EU đạt khoảng 2,6-3 tỷ Euro mỗi năm, riêng giá trị xuất khẩu và tái xuất hoa cắt của Hà Lan đã đạt khoảng 2,3 tỷ Euro/năm.

Các nhà sản xuất và bán lẻ hoa của EU thường thông qua cho các nhà phân phối lớn và các tổ chức bán đấu giá. Do đó, các tổ chức đấu giá hoa của Hà Lan giữ vai trò trung tâm trong hệ thống phân phối hoa của EU. Hoa và các sản phẩm từ hoa được giao cho các đại lý và các nhà nhập khẩu lớn trước khi đi sâu vào kênh phân phối hoa của khu vực. Các nhà xuất khẩu của Hà Lan sẽ tái xuất hoa tới các thị trường khác trong khu vực, tại đó hoa cắt sẽ được phân phối bởi các nhà bán buôn và bán lẻ tùy theo vùng địa lý.

Người châu Âu mua hoa với rất nhiều mục đích trong đó mục đích chính là làm quà tặng. Hoa tặng chiếm tới 50-60% tổng tiêu thụ hoa của châu Âu. 10%-20% khác được sử dụng cho các dịp lễ tết và 20% còn lại phục vụ nhu cầu trang trí nhà ở, văn phòng và nhà hàng.

Trong số các loại hoa được ưa chuộng của EU, hoa hồng chiếm tới khoảng 30% tổng doanh thu từ hoa hàng năm, đạt khoảng 760 triệu Euro. Tiếp theo là các loại hoa cúc chiếm khoảng 12%, hoa Tuylip 8% và hoa Ly 7%....

Những thông tin cần thiết

Khi xuất khẩu hoa rau quả vào thị trường EU, các nhà xuất khẩu cần phải nắm rõ những vấn đề sau đây: (1) Sản phẩm xuất khẩu của doanh nghiệp phải đáp

ứng các tiêu chuẩn (2) Doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu cần áp dụng hệ thống quản lý chất lượng : ISO, HACCP hay EurepGap;(3) Mức độ yêu cầu về an toàn sức khỏe và bảo vệ cây trồng đối với sản phẩm xuất khẩu của doanh nghiệp; (4) Tầm quan trọng của việc bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất sản phẩm, yêu cầu về nhãn sinh thái; (5) Các quy định về thuế quan đối với việc phân phối sản phẩm; (6) Chi phí gia nhập hệ thống phân phối của sản phẩm.

3.2.2.3. Thành lập Trung tâm giao dịch rau, hoa, quả tại Đà Lạt tiến tới nâng cấp thành Trung tâm đầu xỏ hoa Đà Lạt

-Trung tâm giao dịch rau, hoa, quả

Trung tâm này đặt gần Sân bay quốc tế Liên Khương với chức năng tập kết, bảo quản, trung chuyên các loại rau, hoa, quả xuất khẩu từ Lâm Đồng, Đà Lạt và các địa phương Nam Trung Bộ ra nước ngoài qua đường sân bay quốc tế Liên Khương. Thực hiện Chương trình kết nối kinh tế Việt Nam-Singapore, Singapore muốn có quan hệ lâu dài, cần thuê máy bay sang lấy hàng thường xuyên từ Đà Lạt.(xem bảng)

-Xây dựng Trung tâm đầu xỏ hoa Đà Lạt

-Trung tâm đầu xỏ là gì?

Trung tâm đầu xỏ là trung tâm được thành lập với mục đích trao đổi buôn bán, tổ chức giao dịch, tìm kiếm đối tác hợp tác phát triển kinh doanh hoa. Qua đó đáp ứng được nhu cầu trong nước và xuất khẩu với chất lượng cao nhất.

Hình thức đầu xỏ giúp người sản xuất không bị ép giá, đồng thời biết được nhu cầu và thị hiếu của người tiêu dùng và có kế hoạch sản xuất phù hợp

-Điều kiện để xây dựng thành công trung tâm đầu xỏ

Cần chuẩn bị các điều kiện cần và đủ để phát huy lợi ích tối đa mà trung tâm mang lại như sau:

-Cơ sở hạ tầng: Đây là phần quan trọng nhất để một dự án có thể được thực hiện hay không, trong đó quan trọng nhất là hệ thống thông tin. Hệ thống thông tin hiện đại để kinh doanh đầu xỏ sẽ giúp cho quá trình đầu giá được diễn ra liên tục,

cho phép gia tăng tiện ích và phân luồng thông tin. Các quyết định đặt mua, đặt bán sẽ chính xác, nhanh chóng.

-Vai trò trung tâm của người bán và người mua: Trung tâm đấu xảo là điểm gặp gỡ giữa người bán, người mua và người trung gian với mục tiêu giành lấy lợi nhuận. Do đó các cơ quan chức năng Đà Lạt-Lâm Đồng nên tập hợp nông dân, HTX, doanh nghiệp và hiệp hội hoa cùng thảo luận để soạn thảo ra điều kiện gia nhập, quy chế hoạt động của Trung tâm đấu xảo đảm bảo chủng loại, quy cách và số lượng hoa được mua bán tại đây. Sự thiếu hụt một số lượng lớn về người bán lẫn người mua sẽ khởi đầu nuôi dưỡng một hình thức sản xuất và kinh doanh mới cho ngành hoa Đà Lạt-Lâm Đồng.

-Khả năng tổ chức: Bởi vì đây là một lĩnh vực phức tạp và mới mẻ tại Việt Nam và Đà Lạt do đó đòi hỏi một khả năng tổ chức để điều hành Trung tâm hoạt động một cách suôn sẻ và hiệu quả. Tổ chức chủ yếu là kết hợp các nguồn lực khác nhau thành một khối thống nhất.

-Lợi ích mang lại từ việc thành lập Trung tâm đấu xảo

Đây sẽ là Trung tâm đấu giá hoa tươi đầu tiên ở Việt Nam giúp nông dân được tham gia trực tiếp hoạt động thương mại hiện đại, tiếp cận thông tin, tự tìm đầu ra cũng như các cơ hội bán hoa với giá cao. Đó cũng là cách xây dựng thương hiệu hoa Đà Lạt. Vừa qua có 5 tập đoàn chuyên sản xuất hoa của Nhật Bản, Đài Loan, Hà Lan, Đức, Trung Quốc đề nghị hợp tác xây dựng trung tâm này. Chính quyền thành phố cần dành nhiều chính sách ưu đãi để thu hút các nhà đầu tư này như miễn tiền thuê đất, miễn tiền thuế thu nhập và được chuyển lợi tức ra nước ngoài. Bên cạnh đó, chính quyền TP. Đà Lạt cũng cần tập hợp nông dân, hợp tác xã, doanh nghiệp... ngồi lại cùng thảo luận hướng phát triển Đà Lạt thành vùng sản xuất hoa công nghệ cao, đảm bảo chủng loại, quy chuẩn và số lượng để xuất khẩu.

Tóm tắt Chương 3:

Cải thiện phương thức sản xuất truyền thống của nông hộ, ngay từ đầu luận văn khẳng định là một công việc cấp bách nhằm nâng cao giá trị sản xuất hoa Đà

Lạt. Với có ưu thế tạo thu nhập vượt trội trong ngành nông nghiệp đô thị, thì phát triển sản xuất hoa theo hướng công nghiệp công nghệ cao được ưu tiên lựa chọn. Những điểm cần lưu ý khi tổ chức sản xuất: tổ chức liên kết cho các hộ tham gia mô hình HTX kiểu mới với một quy trình sản xuất và tiêu thụ thống nhất, hình thành các vùng sản xuất hoa công nghệ cao để đáp ứng thị trường cao cấp và xuất khẩu. Thứ hai: tổ chức nghiên cứu ứng dụng kỹ thuật trong chọn tạo, khảo nghiệm, nhập nội và nhân giống để tạo ra các giống hoa mới. Thứ ba: Để đạt được mục tiêu này, thành phố cần sớm hoàn chỉnh các vùng quy hoạch chi tiết cho sản xuất hoa, có chính sách đầu tư đúng hướng, trong đó ưu tiên các giải pháp kỹ thuật nhập giống mới, khuyến khích mọi thành phần kinh tế mở rộng nghiên cứu lai tạo ra các giống hoa mới. Thứ tư: Xây dựng mô hình liên kết giữa doanh nghiệp và nông dân, trong đó doanh nghiệp vừa có vai trò sản xuất vừa có vai trò tiên phong trong đầu tư chiều sâu về giống, khoa học kỹ thuật, vật tư và tiêu thụ sản phẩm cho nông dân. Thứ năm : Phát triển mạnh hiệp hội ngành nghề mạnh để bảo vệ quyền lợi cũng như cung cấp thông tin cho ngành thương mại sản xuất. Với chương trình, dự án cụ thể như vậy thường tạo động lực phát triển cho ngành sản xuất hoa Đà Lạt.

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Canh tác hoa hiện nay được xem là thế mạnh của kinh tế nông nghiệp Đà Lạt, tạo những cơ sở vững chắc để nâng cao mức sống cho hộ nông nghiệp. Sản xuất hoa tại Đà Lạt có những cơ sở thuận lợi để phát triển, trong đó điều kiện thiên nhiên ưu đãi và trình độ kỹ thuật của người sản xuất là những lợi thế hết sức to lớn. Việc phát triển ngành sản xuất hoa Đà Lạt theo hướng công nghiệp, đáp ứng cho nhu cầu của thị trường tiêu dùng, làm đẹp cảnh quan đô thị là hoàn toàn phù hợp với chủ trương nhằm xây dựng thành phố Đà Lạt xứng đáng là trung tâm du lịch nghỉ dưỡng, trung tâm sản xuất hoa công nghệ cao của cả nước.

Theo đánh giá hiện nay, sản xuất và xuất khẩu hoa là chưa xứng đáng với tiềm năng và thế mạnh. Với mục tiêu phát triển sản xuất hoa phục vụ cho cải thiện cảnh quan đô thị, tạo điểm nhấn đặc biệt cho thành phố du lịch – nghỉ dưỡng, từng bước thực hiện cải tạo chuyển đổi các khu vực sản xuất rau trong nội thành và các trọng điểm du lịch thành các khu vực trồng hoa chuyên dụng, đáp ứng được yêu cầu mỹ quan đô thị thì vai trò của chính quyền địa phương và các nhà khoa học, các nhà đầu tư là rất quan trọng. Đã có rất nhiều đối tác đến thăm nhập thị trường hoa Đà Lạt và ngỏ ý đặt vấn đề xuất khẩu hoặc cung ứng lượng lớn các sản phẩm hoa cao cấp nhưng Đà Lạt không thể đáp ứng.

Nguyên nhân, hạn chế thì nhiều nhưng những giải pháp cốt lõi để giải quyết cần phải được những người cùng tham gia trong “dây chuyền” quan tâm và tập trung tháo gỡ. Với đặc điểm sản xuất hoa theo mô hình nông hộ “nhà nhà trồng hoa, người người trồng hoa” nhỏ lẻ, phân tán và với tốc độ đô thị hóa cao như hiện nay, nếu không kịp thời có các giải pháp hữu hiệu thì đặc trưng độc đáo “Thành phố hoa” của Đà Lạt sẽ “biến mất” trong tương lai không xa như các làng hoa ở Hà Nội và một số địa phương khác. Lúc này vai trò của chính quyền trở nên rất quan trọng để có những định hướng giải pháp lâu dài cho ngành hoa phát triển mạnh và bền vững.

Cần phải giải quyết tốt những vấn đề sau:

Một là, đẩy mạnh hơn nữa việc ứng dụng các kỹ thuật tiên bộ trong sản xuất hoa (kể cả trong trồng trọt, thu hoạch, công nghệ bảo quản, đóng gói...) để nâng cao

năng suất, chất lượng, hạ giá thành, đem lại hiệu quả cho người lao động. Phát triển các giống hoa truyền thống của địa phương đã có thị trường ổn định. loài hoa cắt cành ôn đới truyền thống như hồng, cúc, địa lan... Sản xuất được quanh năm là điều kiện không dễ có để tiếp cận các thị trường có nhu cầu trái vụ. Gắn sản xuất với xây dựng và quảng bá thương hiệu hoa Đà Lạt.

Hai là, Hoàn thiện và hướng dẫn nông hộ canh tác hoa theo hướng công nghiệp, ứng dụng và thử nghiệm các kỹ thuật chăm sóc, thu hoạch, bảo quản hiện đại với mục tiêu nâng cao chất lượng và đa dạng hóa sản phẩm.

Ba là, Đẩy mạnh việc xây dựng các mô hình sản xuất liên kết (hợp tác xã, doanh nghiệp cổ phần...) để phát huy khả năng huy động vốn đầu tư cho phát triển công nghệ, có đủ năng lực tổ chức sản xuất theo kế hoạch và yêu cầu thị trường xuất khẩu về khối lượng, chủng loại, chất lượng, thời hạn hợp đồng, tạo sức mạnh trên thị trường.

Bốn là, Tạo hành lang pháp lý thích ứng với các quy định quốc tế về bảo hộ quyền tác giả đối với việc sử dụng các giống hoa nhập nội. Đẩy mạnh nghiên cứu, phát triển chọn tạo giống trong nước để có giống hoa của Việt Nam đáp ứng được nhu cầu của thị trường.

Năm là, Trên cơ sở điều kiện sinh thái, quy hoạch vùng sản xuất các chủng loại hoa với định hướng nhu cầu thị trường và quy mô sản xuất phù hợp. Đặc biệt, cần chú trọng đẩy mạnh đầu tư vùng trồng hoa Đà Lạt trở thành vùng sản xuất hoa cắt cành xuất khẩu chủ lực, bởi vùng này có điều kiện khí hậu thuận lợi cho phép sản xuất .

Về lâu dài để hoa Đà Lạt có thể vươn xa hơn ra thị trường các nước đòi hỏi chính quyền địa phương và các ngành chức năng cần thiết lập một chợ hoa(Trung tâm đầu vào hoa) ngay tại Đà Lạt – Lâm Đồng, để ngay tại địa chỉ này bất kỳ một đối tác nào đến cũng có thể giao dịch, đặt vấn đề xuất khẩu ... Có như thế Hoa Đà Lạt – điểm mạnh kinh tế sẽ có cơ hội vươn xa hơn, góp phần nâng cao thu nhập của người nông dân ./-

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Thủ Tướng Chính Phủ(1999), *Quyết định 182/1999/QĐ-TTg về Chương trình phát triển rau quả và hoa-cây cảnh thời kỳ 1999-2010.*
2. Luật HTX và các Nghị định Chính Phủ về kinh tế hợp tác và HTX.
3. Lễ Hội Hoa(2004), Festival hoa Đà Lạt(2005), UBND tỉnh Lâm Đồng.
4. Chương trình hành động số 32-CN/Tr.TU(04/11/2002) , *Chương trình hành động đẩy nhanh công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp nông thôn TP Đà Lạt.*
5. Báo cáo 468/BC-UBND(13/02/2006), *Báo cáo tình hình thực hiện kinh tế xã hội giai đoạn 2001-2005 và phương hướng biện pháp giai đoạn 2006-2010.*
6. Quyết định 706/QĐ-UBND (15/02/2007), *Quyết định phê duyệt kế hoạch đột phá, tăng tốc phát triển kinh tế-xã hội thành phố Đà Lạt đến năm 2010.*
7. Quyết định 242/2004/QĐ-UB(31/12/2004), *Quyết định phê duyệt các vùng sản xuất rau, hoa, dâu tây công nghệ cao tỉnh Lâm Đồng đến 2010.*
8. Đinh Phi Hổ, Lê Ngọc Uyển, Lê Thị Thanh Tùng(2006), *Kinh tế phát triển*, NXB: Thống Kê
9. Đinh Phi Hổ(2003), *Kinh tế nông nghiệp-Lý thuyết và thực tiễn*, NXB: Thống Kê
10. Trương Phúc Ân(2000), *Bí mật thành phố hoa Đà Lạt*, NXB: Văn Nghệ TPHCM-Công ty phát hành sách Lâm Đồng, TP HCM.
11. Nguyễn Tấn Khuyên(2000), *Chuyển dịch cơ cấu kinh tế Ômôn-Cần Thơ*, Đại học Kinh tế TP HCM
12. Nguyễn Thị Song An(2001), *Quản trị nông trại*, NXB: Đại học Quốc Gia TP HCM.
13. Lê Cao Thanh(2000), *Mô hình sản xuất nông nghiệp trên địa bàn tỉnh Long An: hiện trạng và giải pháp*, đề tài cấp bộ Trường Đại Học Kinh Tế TP HCM
14. Lê Cao Thanh(2004), *Mô hình chuyển giao khoa học công nghệ cho nông dân trên địa bàn tỉnh Cần Thơ*, đề tài cấp bộ Trường Đại Học Kinh tế TP HCM.

15. Phạm Xuân Tùng(2004), *Chọn lọc và thử nghiệm mô hình sản xuất hoa theo hướng công nghiệp tại Đà Lạt*, Trung tâm nghiên cứu khoai tây, rau & hoa thuộc Viện khoa học kỹ thuật nông nghiệp miền nam
16. Nguyễn Trọng Hoài(2004), *Multicollinearity(đa cộng tuyến)*, Chương trình giảng dạy kinh tế Fulbright.
17. Nguyễn Đình Thọ(1998), *Nghiên cứu marketing*, NXB : Giáo dục
18. Lê Văn Duy(1998), *Điều tra chọn mẫu, lý luận và ứng dụng trong công tác dân số và kế hoạch hóa gia đình*, NXB: Thống Kê.
19. Chương trình giảng dạy kinh tế Fulbright(2004-2005), *Marketing Places(Marketing địa phương)*, TPHCM, Việt Nam
20. Nguyễn Huỳnh Phước(2005),*Một số giải pháp nhằm đẩy mạnh sản xuất lúa gạo của tỉnh Hậu Giang*, Luận án thạc sĩ kinh tế, trường Đại học kinh tế TPHCM, TP HCM.
21. Đặng Thị Tố Nga(1999), *Điều tra tình hình sản xuất hoa và nghiên cứu một số biện pháp kỹ thuật sản xuất hoa ở Thành Phố Thái Nguyên*, Trường Đại Học Thái Nguyên, Tỉnh Thái Nguyên.
22. Phạm Đình Dũng(2006), *Nghiên cứu công nghệ xử lý, bảo quản và đóng gói thích hợp cho một số loại hoa cắt cành tại Đà Lạt phục vụ nội tiêu và xuất khẩu*, đề tài nghiên cứu-phát triển, Phân viện Cơ Điện Nông Nghiệp và Công Nghệ Sau Thu hoạch, TP HCM.
23. Phan Phúc Huân(1991), *Một số vấn đề kinh tế sản xuất kinh doanh, xuất khẩu hoa, lan, cây cảnh Việt nam*, Luận án PTS khoa học kinh tế.
24. Phạm Văn Duệ(2005), *Giáo trình kỹ thuật trồng hoa cây cảnh*, NXN: Hà Nội.
25. Phan Thúc Huân, *Hoa Lan nuôi trồng và kinh doanh*, NXB: Phương Đông.
26. Việt Chương, Lâm Thị Mỹ Hương, *Phương pháp trồng hoa*, NXB: TPHCM
27. Nguyễn Xuân Linh, Nguyễn Thị Kim Lý(2005), *Ứng dụng công nghệ trong sản xuất hoa*, NXB: Lao động.
28. Việt Chương, Lâm Thị Mỹ Hương, *Kỹ thuật trồng chiết ghép giâm cành hoa hồng*, NXB: TP HCM.
29. Jiang Qing Hai(Trần Văn Mão dịch, 2001), *Hỏi đáp về kỹ thuật nuôi trồng hoa và cây cảnh*, NXB: Nông nghiệp.
30. Báo cáo 2006, *Báo cáo sơ bộ kết quả tổng điều tra nông thôn, nông nghiệp và thủy sản năm 2006*, Ban chỉ đạo Tổng điều tra nông thôn, nông nghiệp và thủy sản Lâm Đồng .

31. Phùng Thị Vân Kiều(2000), *Các giải pháp đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam vào thị trường EU giai đoạn 2000 – 2010.*
32. Nguyễn Văn Nam, *Chính sách và giải pháp phát triển thị trường hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam thời kỳ 2001-2010, tầm nhìn đến 2020*
33. Trần Nguyễn Tuyên(2002), *Thị trường EU và khả năng mở rộng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam vào thị trường này*, Tạp chí Nghiên cứu kinh tế
34. Đinh Công Tuấn(2003), *Hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang thị trường EU - Những rào cản thương mại và bài toán được đặt ra*, Tạp chí Chứng khoán Việt Nam.

Tiếng Anh

35. Kotler, P., M.A. Hamlin, I. Rein, & D.H. Haider(2002), *Marketing Asean Place, Attracting investment, industry, and tourism to cities, states, and nations, Singapore: John Wiley & Sons(Asia).*
36. Aileen R. and K. Seaton(1998), *Storage condition for ornamental crops Department of Agriculture, South Perth Western Australia.*
37. Jetro(2004), *Bulbs and Cut Flowers.*

Địa chỉ một số trang web

38. www.lamdong.gov.vn Trang website của tỉnh Lâm Đồng
39. www.viettrade.gov.vn Cơ quan xúc tiến thương mại Việt Nam
40. www.gso.gov.vn Tổng Cục thống kê Việt Nam
41. www.dalathoa.com
42. www.dfa.dalat.gov.vn Trang web của Hiệp hội hoa Đà Lạt
43. www.rauhoaquavietnam
44. www.dalattourist
45. www.kinhtenongthon.com
46. www.hoinongdan.org.vn
47. www.vietnam.gateway.org.vn

PHỤ LỤC

Phụ lục 1: Tình hình sản xuất hoa tại Đà Lạt

Phụ lục 2: Bảng tổng hợp số liệu điều tra tình hình sản xuất hoa cắt cành của nông hộ TP Đà Lạt

Phụ lục 3: Phân tích mô hình chạy hồi quy

Phụ lục 4: Bảng tổng hợp kết quả điều tra

Phụ lục 5: Mẫu điều tra

Phụ lục 7: Quy trình trồng hoa cúc

Phụ lục 8: Kỹ thuật trồng hoa hồng pháp

Phụ lục 9 :Kỹ thuật trồng hoa hoa cẩm chương

Phụ lục 10. Trung tâm giao dịch rau hoa quả xuất khẩu

Phụ lục 11: Đất và sử dụng đất trong sản xuất nông nghiệp của Đà L ạt

Phụ biểu 1: TÌNH HÌNH SẢN XUẤT HOA TẠI ĐÀ LẠT

Stt	Hạng mục	Đvt	1997	1999	2001	2003	2005
A. HOA CẮT CÀNH							
1	Diện tích canh tác	ha	110	130	203	315	425
	<i>Diện tích gieo trồng</i>	<i>ha</i>	242	286	508	788	1063
3	Hoa CC trong nhà kính	ha	34	57	123	237	319
4	Hoa CC ngoài trời	ha	76	73	80	78	106
5	Các loại hoa hàng đầu						
	<i>Hoa Cúc</i>	<i>ha</i>	22	39	102	178	240
	<i>Hoa Hồng</i>	<i>ha</i>	41	42	51	50	68
	<i>Hoa Glayon</i>	<i>ha</i>	36	35	30	53	72
	<i>Hoa khác</i>	<i>ha</i>	8	9	10	19	25
	<i>Hoa Địa lan</i>	<i>ha</i>	3	5	10	15	20
6	Tổng số hoa cắt cành	Tr.cành	54	71	162	246	331
	<i>Hệ số rủi ro +XDCB</i>	<i>%</i>	30.00	18.31	9.26	7.32	6.95
	Thực thu	Tr.cành	38	58	147	228	308
7	Tổng số hộ trồng hoa	hộ	275	433	677	1050	1417
	<i>Hộ trồng hoa/hộ NN</i>	<i>%</i>	3.0	3.7	6.0	8.6	10.9
	Tổng số người trồng hoa	người	671	958	1552	2472	3328

CÁC LOẠI CÂY CẢNH

B							
1	Cây trồng trong nhà kính	ha	0	0	0	0	0
2	Cây trồng ngoài trời	ha	2.21	3.09	4.42	6.18	8.83
3	Các loại cây hàng đầu						
	Nhóm Thông Tùng	cây	5000	7000	10000	14000	20000
	Nhóm cây cảnh có hoa	cây	15000	21000	30000	42000	60000
	Nhóm Đa, Sanh, Si	cây	7500	10500	15000	21000	30000
	Nhóm lá khảm thân mộc	cây	1250	1750	2500	3500	5000
	Các loại còn lại	cây	37500	52500	75000	105000	150000
	Tổng số cây cảnh	cây	66250	92750	132500	185500	265000
4	Hộ trồng cây cảnh KD	Hộ	43	60	85	119	170

Chủ đề: THỊ TRƯỜNG

Stt	Khảo mục	Đvt	1997	1999	2001	2003	2005
A. HOA CẮT CÀNH							
1	Giá hoa cắt cành trồng tại Đà Lạt						
	Hoa địa lan	VND/cành	15000	18000	24000	27000	30000
	Hoa Cúc	VND/cành	1800	1400	1000	750	600
	Hoa Hồng	VND/cành	2100	1800	1500	1100	900
2	Giá hoa cắt cành nhập vào Đà Lạt						
3	Giá hoa cắt cành xuất khẩu						
	Hoa địa lan	VND/cành	Không rõ				
	Hoa Cúc	VND/cành	Không rõ				

	Hoa Hồng	VND/cành	Không rõ				
B. CÂY CÀNH							
1	Giá cây cành tại chỗ (trung bình)						
	Cây cao cấp (> 20 năm)	VND/cây	Không rõ				> 2000000
	Cây trung bình (4-8 năm)	VND/cây	Không rõ				300000-1000000
	Cây thông thường(1-2 năm)	VND/cây	Không rõ				50000-150000
2	Giá xuất khẩu	VND/cây	Không rõ				
3	Giá nhập khẩu	VND/cây	Nhập từ Trung quốc và Đài Loan, không rõ đơn giá				
C. BÁN SĨ							
1	Số người bán sỉ cây cành	người	8	12	18	25	30
2	Số người bán sỉ hoa CC	người	43	51	75	93	126
3	Số lượng nhà xuất khẩu		Công ty Hasfarm và Boniefarm				
4	Số người SX trực tiếp XK hoặc bán sỉ		Công ty Hasfarm và Boniefarm				

Phụ lục 2: kèm theo File

PHỤ BIỂU 2: BẢNG TỔNG HỢP SỐ LIỆU ĐIỀU TRA TÌNH SẢN XUẤT HOA TẠI TP ĐÀ LẠT NĂM 2006

STT	HỌ VÀ TÊN	Kinh nghiệm	Tham gia hệ thống TT thị trường	Tổng chi phí (1000 m ²)		Doanh thu (1000m ²)	Lợi nhuận (1.000 m ²)
				Tổng chi phí	Chi phí khác		
1	Hồ Thành Công	15		37.1	3.6	48	10.9
2	Phan Trường Khả	15		37.5	3.6	60	22.5
3	Ngô Bá Lâu	14		33.3	2.6	52	18.7
4	Lê Văn Hoành	12		50.4	2.6	75	24.6
5	Nguyễn Liêm	11		49.5	2.6	75	25.5
6	Đặng Thoại	10		25.9	4.5	37.5	11.6
7	Đặng Duy Cường	10		22.7	0.5	42	19.3
8	Lương Văn Thùy	10		38.5	1.5	60	21.5
9	Nguyễn Thiết	10		34.7	1.5	45	10.3
10	Đặng Đình Phúc	10		51	6	75	24
11	Phạm Bá Quý	10		56.7	3	96	39.3
12	Trần Ngọc Khanh	10		55.5	1.5	75	19.5
13	Nguyễn Xuân Sơn	10		47.25	3.9	60	12.75
14	Dương Cường	10		63.2	3.7	90	26.8
15	Nguyễn Đức khiêm	10		53.9	4.5	90	36.1
16	Chung Hải Tân	10		48.8	1.2	60	11.2
17	Lê Văn Tý	10		60.7	4.2	72	11.3
18	Võ Thọ	8		51.5	4.5	75	23.5
19	Phan Đình Quang	8		58.8	7.5	90	31.2
20	Lê Ngọc Thục	8		28.5	0	42	13.5
21	Trần Ngọc Nghị	7		59	2	86	27
22	Nguyễn Đức Khanh	7		50.4	5	66	15.6
23	Nguyễn Quang Tuấn	7		41.8	4	75	33.2
24	Nguyễn Hữu Cương	7		47	0	64	17
25	Lê Thị Ngọc Năm	7		50	4.5	75	25
26	Lê Đức Dũng	7		49	0	57	8
	Bình quân trên 6,5 năm			46.25576923	3.019230769	67.01923077	20.7634615
27	Nguyễn văn Khuyên	6		51	2	60	9
28	Vũ Huy Hiệp	6		42	0.5	50	8
28	Nguyễn Hoàng Tuấn	6		23.3	1.5	50	26.7
29	Tạ Văn Mẫn	6		26.5	0	50	23.5
29	Phạm Văn Chí	6		23.8	0	60	36.2
30	Trần Anh Hoàng	5		48.9	9	60	11.1
30	Nguyễn Văn Tư	5		35.8	1.1	67.5	31.7
31	Võ Văn Dỵ	5		36.5	3	50	13.5
31	Bùi Gia Hậu	5		28.8	0.9	44	15.2
32	Tạ văn Minh	5		40.6	4.5	60	19.4
32	Võ Đình May	5		41.9	4.5	54	12.1
33	Võ Thị Hành	5		52.6	5	90	37.4
33	Đình văn Tân	5		41.3	0	50	8.7
34	Bùi Đức Lan	5		47.2	1.8	60	12.8

34	Cao Văn Tấn	5	37.8	3.2	50	12.2
35	Nguyễn Đình Minh	5	50.7	7	70	19.3
35	Lê Sáu	4	22.4	3	40	17.6
36	Trần Văn Thiện	4	39.3	4	50	10.7
36	Trần Đức Quang	4	26.3	2.4	35	8.7
37	Tạ Văn Miên	4	25.5	3	35	9.5
37	Nguyễn Đức Dương	3	27.05	1.75	40	12.95
38	Hà Văn Hùng	3	33	0.8	40	7
38	Lê Đình	3	28.9	0.8	60	31.1
39	Lê Phúc	3	48.1	2.5	60	11.9
39	Lê Văn Trung	3	41.5	3	60	18.5
40	Phan Quốc Bảo	3	37	2.4	45	8
40	Lê Quang Hồng	3	39	0	54	15
41	Mai Trọng Hợp	3	34.2	0	42	7.8
41	Lê Văn Phước	3	36.6	2	50	13.4
42	Lê Na	2	26.7	1	45	18.3
42	Lê Văn Long	2	48.7	5	57	8.3
43	Nguyễn Thanh Trì	2	39.1	5	60	20.9
43	Phạm Công Lộc	1	43.3	5	70	26.7
44	Phạm thị Mỹ Tâm	1	29	1	40	11
	Bình quân dưới 6,5 năm		36.89264706	2.548529412	53.19117647	16.2985294

Phụ lục 3: Phân tích mô hình chạy hồi quy

I-Giá trị của các biến trong mô hình

STT	HỌ TÊN	TDT	TLN	DT	TRD	KN	VT	LK
1	Nguyễn văn Khuyên	144	32.7	3	12	6	1	0
2	Võ Thọ	60	22.5	1	9	8	1	0
3	Nguyễn Đức Dương	104	37.4	2	10	3	1	0
4	Đặng Thoại	150	49.2	2	6	10	0	0
5	Đặng Duy Cường	225	76.5	3	10	10	0	0
6	Trần Anh Hoàng	7.5	2.32	0.2	10	5	1	0
7	Hà Văn Hùng	84	38.6	2	10	3	1	0
8	Phạm Công Lộc	120	43	2	9	1	0	0
9	Phạm thị Mỹ Tâm	45	10.3	1	9	1	0	0
10	Phan Đình Quang	75	24	1	12	8	0	1
11	Ngô Bá Lâu	288	117.9	3	10	14	0	1
12	Nguyễn Văn Tư	150	39	2	9	5	0	0
13	Lê Na	90	19.125	1.5	9	2	1	0
14	Lương Văn Thùy	720	214.4	8	12	10	0	0
15	Lê Văn Hoàn	180	72.2	2	12	12	0	0
16	Lê Sáu	150	28	2.5	11	4	0	0
17	Lê Đình	360	56.5	5	11	3	0	0
18	Lê Phúc	150	47	2	12	3	0	1
19	Vũ Huy Hiệp	360	124.8	4	12	6	0	1
20	Võ Văn Dy	189	60.75	4.5	10	5	1	0
21	Nguyễn Thiết	129	40.5	1.5	9	10	0	1
22	Lê Văn Long	66	15.6	1	12	2	0	0
23	Đặng Đình Phúc	112.5	49.8	1.5	12	10	1	0
24	Nguyễn Hoàng Tuấn	128	34	2	12	6	0	1
25	Phạm Bá Quý	187.5	62.5	2.5	10	10	0	1
26	Bùi Gia Hậu	85.5	12	1.5	9	5	0	0
27	Trần Văn Thiện	300	45	5	11	4	0	0
28	Tạ Văn Mẫn	100	16	2	12	6	0	0
29	Tạ văn Minh	150	80.1	3	10	5	0	0
30	Võ Đình May	100	47	2	9	5	0	0
31	Võ Thị Hành	120	72.4	2	12	5	0	0
32	Nguyễn Thanh Trì	120	22.2	2	9	2	0	0
33	Trần Ngọc Nghị	101.25	47.55	1.5	12	7	0	0
34	Lê Văn Trung	100	27	2	11	3	0	0
35	Đình văn Tân	44	15.2	1	12	5	0	0
36	Hồ Thành Công	120	38.8	2	12	15	0	0
37	Trần Ngọc Khanh	162	36.3	3	9	10	0	0
38	Nguyễn Xuân Sơn	270	112.2	3	12	10	0	1
39	Trần Đức Quang	200	34.8	4	10	4	0	0
40	Dương Cường	180	38.4	3	12	10	1	0
41	Nguyễn Đức Khanh	125	30.5	2.5	12	7	1	0
42	Nguyễn Đức khiêm	140	38.6	2	12	10	0	1
43	Nguyễn Quang Tuấn	120	52.8	3	12	7	0	0

44	Lê Ngọc Thục	200	42.8	4	9	8	0	0
45	Nguyễn Hữu Cường	210	52.2	6	10	7	0	0
46	Bùi Đức Lan	35	9.5	1	9	5	1	0
47	Lê Thị Ngọc Năm	160	51.8	4	12	7	0	0
48	Tạ Văn Miên	120	21	3	12	4	0	1
49	Chung Hải Tân	240	124.4	4	10	10	0	1
50	Phạm Văn Chí	240	47.6	4	12	6	0	0
51	Nguyễn Liêm	180	55.5	3	12	11	0	0
52	Phan Quốc Bảo	121.5	21.6	2.7	10	3	0	0
53	Cao Văn Tấn	216	60	4	12	5	1	1
54	Lê Quang Hồng	42	7.8	1	9	3	1	0
55	Mai Trọng Hợp	1000	268	20	9	3	0	0
56	Lê Văn Phước	45	18.3	1	10	3	1	0
57	Lê Đức Dũng	85.5	12.45	1.5	10	7	0	0
58	Lê Văn Tỳ	180	62.7	3	12	10	0	0
59	Phan Trường Khá	140	53.4	2	12	15	0	1
60	Nguyễn Đình Minh	160	44	4	12	5	0	0

(Nguồn: điều tra, tính toán, năm 2006)

II-Các mô hình kinh tế lượng:

1-Mô hình tổng doanh thu

$$\ln(\text{TDT}) = \ln a + \alpha_1 \ln(\text{DT}) + \alpha_2 \ln(\text{TRD}) + \alpha_3 \ln(\text{KN}) + \alpha_4 * \text{LK} + e(1)$$

1.1-Ma trận tương quan giữa các 4 biến nhân tố

	DT	TRD	LK	KN
DT	1	0.0242021704043085	-0.0535347982630752	-0.0382954378837207
TRD	-0.0242021704043085	1	0.243162361248779	0.222307858097517
LK	-0.0535347982630752	0.243162361248779	1	0.318957584615847
KN	-0.0382954378837207	0.222307858097517	0.318957584615847	1

Kiểm tra hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến, tác giả lo ngại khi chỉ số này cao đồng thời các chỉ số khác cũng sẽ cao, nhưng qua ma trận tương quan trên ta có thể thấy mức độ tương quan cao giữa các biến là không nhiều.

1.2-Các mô hình kinh tế lượng :

Tiến hành bỏ bớt theo phương pháp KITCHEN SINK và mô hình được chọn là (Mô hình 2):

a-Mô hình 1:

Dependent Variable: LOG(TDT)

Method: Least Squares

Date: 12/31/07 Time: 10:24

Sample: 1 60

Included observations: 60

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.027340	0.508729	7.916481	0.0000
LOG(DT)	1.020126	0.046201	22.08021	0.0000
LOG(TRD)	-0.104895	0.221533	-0.473498	0.6377
LOG(KN)	0.117890	0.052292	2.254452	0.0282
LK	0.228774	0.075758	3.019809	0.0038
R-squared	0.907907	Mean dependent var	4.888540	
Adjusted R-squared	0.901209	S.D. dependent var	0.723188	
S.E. of regression	0.227306	Akaike info criterion	-0.045388	
Sum squared resid	2.841730	Schwarz criterion	0.129141	
Log likelihood	6.361629	F-statistic	135.5551	
Durbin-Watson stat	0.894383	Prob(F-statistic)	0.000000	

$R^2=0,907907$, tuy nhiên biến TRD có dấu kỳ vọng âm và p-value>0.05
c-Mô hình 2:

Dependent Variable: LOG(TDT)
Method: Least Squares
Date: 12/31/07 Time: 10:29
Sample: 1 60
Included observations: 60

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.790482	0.091959	41.21937	0.0000
LOG(DT)	1.017981	0.045659	22.29540	0.0000
LOG(KN)	0.113639	0.051157	2.221354	0.0304
LK	0.222320	0.074004	3.004183	0.0040
R-squared	0.907531	Mean dependent var	4.888540	
Adjusted R-squared	0.902578	S.D. dependent var	0.723188	
S.E. of regression	0.225726	Akaike info criterion	-0.074653	
Sum squared resid	2.853314	Schwarz criterion	0.064970	
Log likelihood	6.239587	F-statistic	183.2034	
Durbin-Watson stat	0.901261	Prob(F-statistic)	0.000000	

Estimation Command:

=====
LS LOG(TDT) C LOG(DT) LOG(KN) LK

Estimation Equation:

=====
LOG(TDT) = C(1) + C(2)*LOG(DT) + C(3)*LOG(KN) + C(4)*LK

Substituted Coefficients:

=====

$\text{LOG}(\text{TDT}) = 3.790482246 + 1.01798124 \cdot \text{LOG}(\text{DT}) + 0.11363867 \cdot \text{LOG}(\text{KN}) + 0.2223204779 \cdot \text{LK}$

$R^2 = 0,907531$ và các biến đều có ý nghĩa thống kê ở mức 95%.

1.3-Tiến hành kiểm định:

-Kiểm định Wald để bỏ bớt các biến TRD và chọn mô hình

$$\begin{cases} H_0 : c(3)=0 \\ H_1 : c(3) \neq 0 \end{cases}$$

Kết quả bằng Eview

Wald Test:

Equation: Untitled

Test Statistic	Value	df	Probability
F-statistic	0.224200	(1, 55)	0.6377
Chi-square	0.224200	1	0.6359

Null Hypothesis Summary:

Normalized Restriction (= 0)	Value	Std. Err.
C(3)	-0.104895	0.221533

Restrictions are linear in coefficients.

Với p-value của F-Statistic = 0.6377 > 0.05. Như vậy, không bác bỏ H_0 nghĩa là chọn mô hình 2.

-Kiểm định White

Kiểm tra có hiện tượng HET (phương sai sai số thay đổi) theo phương pháp

White: $\sigma_i^2 = \alpha_1 + \alpha_2 X_{2i} + \alpha_3 X_{3i} + \dots + \alpha_p Z_{pi} + v_i$.

$$\begin{cases} - H_0: \alpha_2 = \alpha_3 = \dots = \alpha_p = 0 \Rightarrow \text{Không có HET} \\ - H_1: \text{tồn tại 1 } \alpha \text{ khác } 0 \Rightarrow \text{Có HET} \end{cases}$$

Kết quả bằng Eview

White Heteroskedasticity Test:

F-statistic	0.399526	Prob. F(5,54)	0.847022
Obs*R-squared	2.140408	Prob. Chi-Square(5)	0.829396

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 12/31/07 Time: 10:32

Sample: 1 60

Included observations: 60

Collinear test regressors dropped from specification

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.036298	0.037894	0.957883	0.3424
LOG(DT)	-0.004592	0.017628	-0.260523	0.7955
(LOG(DT))^2	0.009152	0.008349	1.096218	0.2778
LOG(KN)	0.009957	0.049969	0.199272	0.8428
(LOG(KN))^2	-0.003723	0.016133	-0.230785	0.8184
LK	0.000241	0.020145	0.011970	0.9905
R-squared	0.035673	Mean dependent var		0.047555
Adjusted R-squared	-0.053616	S.D. dependent var		0.059213
S.E. of regression	0.060780	Akaike info criterion		-2.668473
Sum squared resid	0.199487	Schwarz criterion		-2.459039
Log likelihood	86.05419	F-statistic		0.399526
Durbin-Watson stat	1.258186	Prob(F-statistic)		0.847022

P-value của Obs*R-squared là 0,847022 $\alpha=5\%$. Như vậy là chấp nhận H_0 , không có hiện tượng phương sai sai số thay đổi trong mô hình.

2-Mô hình tổng lợi nhuận:

$$\ln(TLN)=\ln a + \alpha_1 \ln(DT) + \alpha_2 \ln(TRD) + \alpha_3 \ln(KN) + \alpha_4 * LK + e(2)$$

2.1-Ma trận tương quan giữa các 4 biến nhân tố

	DT	TRD	KN	LK
DT	1	0.0242021704043085	0.0382954378837207	0.0535347982630752
TRD	-0.0242021704043085	1	0.222307858097517	0.243162361248779
KN	-0.0382954378837207	0.222307858097517	1	0.318957584615847
LK	-0.0535347982630752	0.243162361248779	0.318957584615847	1

Tương tự kiểm tra hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến độc lập, qua ma trận tương quan trên ta có thể thấy mức độ tương quan cao giữa các biến là không nhiều.

2.2-Các mô hình kinh tế lượng :

Tiến hành bỏ bớt theo phương pháp KITCHEN SINK và mô hình được chọn là(Mô hình 4):

a-Mô hình 3:

Dependent Variable: LOG(TLN)

Method: Least Squares

Date: 12/31/07 Time: 10:41

Sample: 1 60

Included observations: 60

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.412830	0.949491	2.541182	0.0139
LOG(DT)	0.940277	0.086229	10.90437	0.0000
LOG(TRD)	-0.051147	0.413469	-0.123701	0.9020
LOG(KN)	0.280862	0.097598	2.877753	0.0057
LK	0.323763	0.141395	2.289785	0.0259
R-squared	0.737293	Mean dependent var		3.633083
Adjusted R-squared	0.718188	S.D. dependent var		0.799162
S.E. of regression	0.424243	Akaike info criterion		1.202636
Sum squared resid	9.899028	Schwarz criterion		1.377164
Log likelihood	-31.07907	F-statistic		38.58977
Durbin-Watson stat	1.639731	Prob(F-statistic)		0.000000

$R^2=0,737293$, tuy nhiên biến TRD có P-value>0.05 và trái dấu kỳ vọng →ta không chọn mô hình 3.

b-Mô hình 4:

Dependent Variable: LOG(TLN)

Method: Least Squares

Date: 12/31/07 Time: 10:43

Sample: 1 60

Included observations: 60

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.297339	0.171307	13.41066	0.0000
LOG(DT)	0.939232	0.085056	11.04247	0.0000
LOG(KN)	0.278789	0.095299	2.925404	0.0050
LK	0.320616	0.137859	2.325684	0.0237
R-squared	0.737220	Mean dependent var		3.633083
Adjusted R-squared	0.723143	S.D. dependent var		0.799162

S.E. of regression	0.420497	Akaike info criterion	1.169581
Sum squared resid	9.901782	Schwarz criterion	1.309204
Log likelihood	-31.08742	F-statistic	52.36878
Durbin-Watson stat	1.631086	Prob(F-statistic)	0.000000

Estimation Command:

=====
LS LOG(TLN) C LOG(DT) LOG(KN) LK

Estimation Equation:

=====
LOG(TLN) = C(1) + C(2)*LOG(DT) + C(3)*LOG(KN) + C(4)*LK

Substituted Coefficients:

=====
LOG(TLN) = 2.297338977 + 0.9392315944*LOG(DT) + 0.2787893042*LOG(KN) +
0.320616371*LK

$R^2=0,737220$ và các biến đều có ý nghĩa thống kê ở mức 95%.

2.3-Tiến hành kiểm định:

-Kiểm định Wald bỏ bớt biến TRD để chọn mô hình

$$\begin{cases} H_0 : c(3)=0 \\ H_1: c(3)\neq 0 \end{cases}$$

Kết quả bằng Eview

Wald Test:

Equation: Untitled

Test Statistic	Value	df	Probability
F-statistic	0.015302	(1, 55)	0.9020
Chi-square	0.015302	1	0.9016

Null Hypothesis Summary:

Normalized Restriction (= 0)	Value	Std. Err.
C(3)	-0.051147	0.413469

Restrictions are linear in coefficients.

Với p-value của F-Statistic = 0.902 > 0.05. Như vậy, không bác bỏ Ho nghĩa là chọn mô hình 4.

-Kiểm định White

Kiểm tra có hiện tượng HET (phương sai sai số thay đổi) theo phương pháp

White: $\sigma_i^2 = \alpha_1 + \alpha_2 X_{2i} + \alpha_3 X_{3i} + \dots + \alpha_p Z_{pi} + v_i$.

$$\begin{cases} - H_0: \alpha_2 = \alpha_3 = \dots = \alpha_p = 0 \Rightarrow \text{Không có HET} \\ - H_1: \text{tồn tại 1 } \alpha \text{ khác } 0 \Rightarrow \text{Có HET} \end{cases}$$

Kết quả bằng Eview

White Heteroskedasticity Test:

F-statistic	0.353565	Prob. F(5,54)	0.877738
Obs*R-squared	1.901982	Prob. Chi-Square(5)	0.862535

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 12/31/07 Time: 10:48

Sample: 1 60

Included observations: 60

Collinear test regressors dropped from specification

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.174866	0.128284	1.363120	0.1785
LOG(DT)	0.026225	0.059675	0.439471	0.6621
(LOG(DT))^2	-0.025275	0.028264	-0.894239	0.3752
LOG(KN)	0.061638	0.169162	0.364371	0.7170
(LOG(KN))^2	-0.031848	0.054615	-0.583133	0.5622
LK	-0.019246	0.068197	-0.282205	0.7789

R-squared	0.031700	Mean dependent var	0.165030
Adjusted R-squared	-0.057958	S.D. dependent var	0.200043
S.E. of regression	0.205759	Akaike info criterion	-0.229585
Sum squared resid	2.286181	Schwarz criterion	-0.020150
Log likelihood	12.88754	F-statistic	0.353565
Durbin-Watson stat	2.282907	Prob(F-statistic)	0.877738

P-value của Obs*R-squared là 0,877738 > $\alpha=5\%$. Như vậy là chấp nhận H_0 , không có hiện tượng phương sai sai số thay đổi trong mô hình

**Phụ biểu 4. Bảng tổng hợp kết quả điều tra
nông hộ**

Tổng số phiếu hợp lệ : 60 phiếu

STT	Các chỉ tiêu	Chỉ tiêu phụ	Số mẫu	Tỉ lệ
1	Vị trí	Xa nhà	46	73,67%
		Gần nhà	14	23,33%
2	Làm nhà kính	Theo kinh nghiệm	46	76.67%
		Nhà chuyên môn	13	21.67%
		Cty nước ngoài	1	1.67%
3	Kiểu nhà kính	Khung sắt	31	51.67%
		Khung tre	29	48.33%
4	Quyết định làm	Do nhu cầu sx	47	78.33%
		Phong trào	12	20.00%
		Có hướng dẫn	1	1.67%
5	Sử dụng máy tưới	Tự động	40	66.67%
		Thủ công	20	33.33%
6	Bình bơm thuốc	Bình cao áp	28	46.67%
		Bình động cơ	29	48.33%
		Bình bơm tay	3	5.00%
7	Khử trùng đất	Có	35	58.33%
		Không	25	41.67%
8	Nguồn giống	Mua các TT giống	2	3.33%
		Mua các cs tư nhân	52	86.67%
		Nhập khẩu	2	3.33%
		Tự làm lấy	4	6.67%
9	Vốn đầu tư	Đủ	8	13.33%
		Thừa	2	3.33%
		Thiếu	50	83.33%
10	Nếu thiếu	Vay gia đình	4	6.67%
		Vay Bạn bè	3	5.00%
		vay ngân hàng	43	71.67%
11	Kiến thức chung của nông hộ			
	Tham gia CLB IPM	có	41	68.33%
		không	19	31.67%
12	Tham gia tập huấn sx hoa	có	29	48.33%
		không	31	51.67%

13	Số lần tiếp xúc KN/năm	Trên 2 lần Dưới 2 lần/năm	28 32	46.67% 53.33%
14	Số lần tham gia hội thảo	Trên 2 lần Dưới 2 lần/năm	12 48	20.00% 80.00%
15	Thường xuyên đọc sách báo nông nghiệp	có không	20 40	0.00% 33.33% 66.67%
16	Thường xuyên theo dõi các chương trình truyền bá kỹ thuật nông nghiệp trên tivi và đài phát thanh	có không	20 40	33.33% 66.67%
17	Tham gia mô hình SX	có không	3 57	5.00% 95.00%
18	Tham gia các hiệp hội	có không	1 59	1.67% 98.33%
19	Theo ông bà khó khăn nhất hiện nay cho việc sản xuất hoa là gì	đầu tư giống chăm sóc phòng bệnh giá cả không ổn định	48 34 16 16 51	80.00% 56.67% 26.67% 26.67% 85.00%
	Trình độ kiến thức kỹ thuật			
20	Ông bà sử dụng phân bón	Phân vi sinh có không phân bón lá có không	60 0 59 1	100.00% 0.00% 98.33% 1.67%
21	Sử dụng thuốc BVTV	Đúng liều Cao hơn	60 0	100.00% 0.00%
22	Kỹ thuật thu hái	Thu hái vào buổi sáng Thu hái vào buổi chiều	60 0	100.00% 0.00%
23	Đóng gói sản phẩm			

		Phân loại, bó ngay	55	91.67%
		Không phân loại, chất đông	5	8.33%
24	Sử dụng hóa chất bảo quản hoa	Có ngâm vào dung dịch bảo dưỡng cho hoa	12	20.00%
		Không ngâm vào dung dịch bảo dưỡng cho hoa	48	80.00%
25	Có quan tâm điều chỉnh nhiệt độ cho hoa	Nhiệt độ dưới 50 oC, ẩm độ 80-95%	22	36.67%
		Không quan tâm	38	63.33%
26	Xếp hoa vận chuyển	Bỏ vào thùng	25	41.67%
		Đóng thành bó	35	58.33%
27	Có quan tâm tính thẩm mỹ khi đóng gói	Hoa đóng gói tạo thẩm mỹ	5	8.33%
		Hoa đóng gói kèm các phụ liệu cây cảnh đẹp mắt	0	0.00%
		Hoa đóng gói thành bó	55	91.67%
28	Phương tiện vận chuyển	Xe lạnh	0	0.00%
		Xe tải	42	70.00%
		Phương tiện khác	18	30.00%
29	Bán sản phẩm	Đại lý, vừa	35	58.33%
		Tự do	24	40.00%
		Công ty	1	1.67%
30	SP có thương hiệu	có	0	0.00%
		không	60	100.00%
31	Vốn đầu tư	Vay	51	85.00%
		Tự có	9	15.00%

Tổng hợp về tình hình thị trường			
1	Kiến thức marketing		
	Thiết kế hoạch định sản phẩm sẽ marketing	0	0.00%
	Lựa chọn địa điểm phân phối hoa	4	6.67%
	Định giá sản phẩm	9	15.00%
	Chương trình xúc tiến bán hoa	0	0.00%
2	Khả năng mở rộng, tìm kiếm thị trường		

	Tìm hiểu và xúc tiến cung ứng hoa theo mùa vụ	21	35.00%
	Tìm hiểu và xúc tiến cung ứng hoa theo đối tượng	10	16.67%
	Thường xuyên giao lưu mạng trực tuyến	0	0.00%
	Tham gia các chương trình đấu xảo hoa	0	0.00%
3	Kỹ thuật tham gia thị trường		
	Tham gia theo hình thức HTX	0	0.00%
	Tham gia theo hình thức đại lý bán buôn	13	21.67%
	Tham gia theo hình thức bán kê hiện đại: siêu thị, đại siêu thị, trung tâm thương mại...	2	3.33%
	Tham gia hệ thống thông tin thị trường	1	1.67%

Phụ lục 5: Mẫu điều tra

**PHIẾU PHÒNG VẤN NÔNG DÂN(DOANH NGHIỆP)
VỀ SẢN XUẤT HOA TRONG NHÀ KÍNH**

A. Thông tin chung

1. Họ và tên chủ hộ (doanh nghiệp): Số

ĐT:

2. Địa

chỉ:

3. DT đất nông nghiệp:ha, DT đất trồng hoa:ha; nhà kính:

4. Số lao động: Người; trong đó tham gia sản xuất hoa:

Bao gồm: -Người thứ nhất: trình độ học vấn:, số năm SX hoa:

-Người thứ hai: trình độ học vấn: số năm SX hoa:

-Người thứ ba: trình độ học vấn :; số năm SX hoa:

B. Sản xuất hoa: loại hoa:

I. Cơ sở vật chất đầu tư cho việc trồng hoa trong nhà kính

1. Đất trồng hoa trong nhà kính:

-Chọn đất làm nhà kính: đất tốt gần nhà gần đường đi

2. Nhà kính

-Làm nhà kính theo : tập quán ; nhà chuyên môn ; công ty nước ngoài

-Kiểu nhà kính: kiên cố, khung sắt ; khung tre

3. Máy tưới:

Tự động : ; tưới thủ công:

4. Bảo vệ thực vật

-Bình bơm thuốc: Bình cao áp ; Động cơ thường ; bình bơm tay

- Khử trùng đất trong nhà kính: Có ; Không

5. Nguồn giống: nhập từ nước ngoài ; mua của nông dân khác

Mua của công ty nước ngoài; ; Tự lai tạo

6. Vốn đầu tư sản xuất

-Khả năng vốn đầu tư trồng hoa trong nhà kính: thừa ; vừa đủ: thiếu

-Nếu thiếu vốn đầu tư Ông(bà) thường vay Từ: bạn bè gia đình

Ngân hàng:.....; và số vốn vay thêm chiếm....% tổng vốn đầu tư cho việc trồng hoa trong nhà kính

II.Kinh nghiệm sản xuất-trình độ kỹ thuật

1.Đã học lớp IPM: có không

2.Đã tham gia lớp tập huấn trồng hoa : Có ;không

3.Quyết định làm nhà kính trồng hoa:

Tự quyết định ; thống nhất trong gia đình
Tham khảo ý kiến các hộ xung quanh ; làm theo phong trào

4.Kinh nghiệm sản xuất hoa trong nhà kính: Tự kinh nghiệm bản thân
Từ khuyến nông từ nông dân khác Từ sách báo, tài liệu
Các chương trình truyền thanh truyền hình

5.Số lần tiếp xúc với nhà khoa học, cán bộ khuyến nông năm 2005:....lần

6.Số lần tham gia hội thảo về sản xuất hoa:lần

7.Tham gia thực hiện mô hình SX hoa: có không

8.Có tham gia: Hiệp hội sản xuất hoa ; tổ hợp sản xuất hoa
Hợp đồng liên kết tiêu thụ

9.Khó khăn lớn nhất của việc sản xuất hoa trong nhà kính

Đầu tư cao ; nguồn giống ; chăm sóc khó
Phòng trừ sâu bệnh ; giá cả không ổn định

10.Sử dụng phân bón

-Có sử dụng phân vi sinh : có không

-Có sử dụng phân bón lá : có không

11.Sử dụng thuốc BVTV

-Pha thuốc theo nồng độ khuyến cáo: đúng cao hơn:

-Hỗn hợp thuốc : có không

-Đảm bảo thời gian cách ly: có không

12.Thu hoạch và bảo quản

Thu hoạch đúng thời điểm²¹ ; kiểm tra nhiệt độ trong quá trình vận chuyển;²²

Độ ẩm cần thiết là 95% để trong môi trường sạch²³

Có vận chuyển ở thời tiết lạnh hay trong thùng lạnh²⁴

²¹ Thu hái vào buổi sáng; ²² Quan tâm điều chỉnh nhiệt độ cho hoa, ²³ Đóng gói ngay sau khi thu hái, ²⁴ Quan tâm điều chỉnh nhiệt độ cho hoa, ²⁵ Hoa được vận chuyển trong thùng.

Chất lượng dịch vụ vận chuyển ; cần có đóng gói bao bì đúng cách²⁵
C. Chi phí sản xuất và lợi nhuận

1. Chi phí làm nhà kính:.....

2. Chi phí và doanh thu của toàn bộ diện tích trồng hoa trong nhà kính/năm 2005(hoặc một vụ bất kỳ)

STT	Danh mục	Số tiền(đồng)
I	Doanh thu	
II	Chi phí(1-9)	
1	Giống	
2	Phân	
3	Thuốc BVTV	
4	Máy móc thiết bị khác	
5	Dàn phun tự động	
6	Làm đất	
7	Lao động gia đình	
8	Lao động thuê mướn	
9	Bao bì vận chuyển	
10	Chi phí khác	

D. Tiêu thụ sản phẩm và kỹ năng tham gia thị trường

1. Sản phẩm bán cho ai :.....

2. Sản phẩm hoa có thương hiệu:.....

3. Kiến thức về thị trường:.....

3.1-Kiến thức về marketing

Ông(bà) đã từng: nếu có thì đánh dấu(x)

-Thiết kế kế hoạch marketing cho việc cung ứng hoa:.....

-Tự định giá cho sản phẩm hoa của mình:.....

-Thực hiện chương trình khuyến mãi để tiếp thị cho hoa của mình:.....

-Thực hiện chương trình phân phối hoa của mình:.....

3.2-Khả năng giao lưu, tìm kiếm thị trường:.....

-Thường xuyên giao lưu mạng trực tuyến:.....

-Tham gia các chương trình đấu xảo hoa:.....

-Tìm hiểu nhu cầu hoa theo mùa vụ:.....

-Tìm hiểu nhu cầu hoa của các đối tượng xã hội:.....

3.3-Kỹ thuật tham gia thị trường

- Tham gia các hình thức HTX:.....
- Tham gia các đại lý bán buôn:.....
- Tham gia các hình thức bán lẻ hiện đại: siêu thị, cửa hàng chiết khấu, hiệp hội:.....

3.4-Tham gia hệ thống thông tin thị trường:.....

3.5-Tổng chi phí bình quân/năm của công tác tiếp thị, tìm kiếm thị trường:.....đồng

Xin cảm ơn Ông(bà) đã tham gia Chương trình thăm dò để xây dựng Đề án hỗ trợ tiêu thụ nông sản chủ lực của tỉnh Lâm Đồng. Những thông tin Ông(bà) đóng góp sẽ là những tham khảo quan trọng để Ngành nông nghiệp định hướng các chương trình hỗ trợ cho nông dân trong thời gian đến.

Đà lạt, ngày tháng năm

2006

Người được phỏng vấn

Người phỏng vấn

Phụ lục 6
Một phiếu điều tra mẫu

Phụ lục 7

Quy trình trồng hoa cúc

1. Chọn đất trồng và làm đất.

Chọn đất trồng Cúc có bộ rễ chùm ăn ngang, chủ yếu tầng đất nông, từ 5-20cm, có rất nhiều rễ phụ. Bộ rễ phát triển mạnh nên đất thích hợp cho Cúc là đất thịt nhẹ, tơi xốp, đặc biệt là đất phù sa mới, bề mặt bằng phẳng, thoát nước tốt, có nguồn nước tưới không bị ô nhiễm. Độ pH phù hợp trên đất trồng Cúc từ 6 -6,5.

Nếu trồng Cúc trên đất trũng, ẩm thấp, bí, đất chua, dẫn tới thiếu oxy và ảnh hưởng tới hoạt động của các vi sinh vật trong đất, quá trình phân giải chất hữu cơ chậm thì bộ rễ kém phát triển. Điều này ảnh hưởng tới việc hút dinh dưỡng của cây, dẫn đến hiện tượng cây còi cọc, lá úa vàng, sinh trưởng phát triển kém.

Để quy hoạch phát triển vùng trồng Cúc chuyên canh lớn, cần lựa chọn những cánh đồng rộng >50 ha, cao ráo, gần trục đường giao thông chính, hoặc gần điểm tiêu thụ (đô thị, sân bay, bến cảng...). Có nguồn đất và nguồn nước không bị ô nhiễm, tiện cho việc đầu tư cơ sở hạ tầng (thủy lợi, giao thông nội đồng, kho lạnh xử lý, bảo quản, đóng gói). Mỗi một hộ gia đình phải có được ít nhất 2.000 m² để tiện lợi cho công tác áp dụng cơ giới và các biện pháp kỹ thuật tiên tiến. Nếu trồng ở quy mô nhỏ, mang tính tự cung tự cấp cho địa phương cần chọn thửa ruộng có đầy đủ ánh sáng, thông thoáng và có thể luân canh với lúa nước hàng năm để diệt trừ mầm mống sâu bệnh.

2. Chuẩn bị đất trước khi trồng

Đất cho trồng Cúc cần phải được cày sâu bừa kỹ, phơi ải để tăng cường sự hoạt động của vi sinh vật háo khí, tăng cường sự lưu thông khí trong đất, giúp đất giữ nước giữ phân tốt. Tùy theo cấu tạo đất, mà mức độ cày bừa khác nhau. Với đất phù sa chỉ cần cày, bừa qua rồi lên luống. Với đất thịt trung bình và thịt nặng phải phay đất nhiều lần. Tuy nhiên, không làm đất quá nhỏ, phá vỡ cấu tạo của đất. Vì đất nhỏ dễ bị đóng váng khi mưa hoặc khi tưới đẫm, mất đi độ tơi xốp cần có.

Trước khi trồng 10-12 ngày lên luống cao 20-0cm, bón phân. Vì Cúc trồng với mật độ dày nên không bón phân theo hốc, theo hàng mà bón đều trên mặt luống. Phân bón lót gồm:

Phân chuồng hoai mục 0 tấn /ha.

Đạm urê 25-0 kg /ha.

Supe lân 70-80 kg/ha.

Kali clorua 50-60 kg/ha.

(1 tấn phân chuồng + 1 kg đạm urê + 2,5- kg supe lân + 1,8-2, 2 kg clorua kali cho 1

sào Bắc Bộ).

Các loại phân trên trộn đều với đất sau đó dùng nilông che lại để tránh mưa rửa trôi và cỏ mọc, đợi đến khi trồng mới bỏ ra.

3. Kỹ thuật trồng

Sau khi đã chuẩn bị tốt đất, phân bón lót và cây con đủ tiêu chuẩn trồng ta tiến hành đem trồng cây.

Mật độ, khoảng cách

Tùy thuộc vào đặc điểm của giống, mục đích sử dụng (để một hoa hay để chùm hoa) loại đất, mức độ phân bón, kỹ thuật thâm canh chăm sóc mà quyết định trồng với các mật độ khác nhau:

- Đối với loại hoa to: Khoảng cách trồng là 12x15cm cho các giống cây cao, thân mập, cứng, không cần cọc đỡ và chỉ để 1 bông /1 cây (như các giống vàng Đài Loan, vàng Tàu, CN9, CN98, CN97 - đường kính bông 8-12cm). Với khoảng cách này mật độ đạt 480.000 cây /ha (918.000 cây /1 sào Bắc Bộ).

- Đối với giống hoa trung bình: Trồng với khoảng cách 15x20cm với các giống thân bụi cành cong mềm, chơi hoa cả chùm như các loại Cúc chi trắng, chi vàng, tím nôi, vàng nhị nâu, ánh vàng, ánh bạc, rau muống v.v... (một thân có -5 cánh hoa - đường kính bông từ 4-7cm). Mật độ đạt 00.000 cây /ha (12.000 cây /1 sào Bắc Bộ).

- Với các giống hoa nhỏ: Trồng với khoảng cách 0x40cm với các loại Cúc mâm xôi, đồ án Độ... (đường kính bông từ 2-5cm). Cần phải bấm ngọn nhiều lần để tạo dáng cây hình cầu, chơi cả cây, trồng cây trong chậu. Mật độ trồng đạt 80.000 cây /ha (.000 cây /1 sào Bắc Bộ). Chú ý là trong điều kiện trồng với khoảng cách lớn thì nên trồng so le nhau để tiết kiệm không gian, giúp các cây không phải cạnh tranh ánh sáng với nhau.

Tiêu chuẩn trồng

Các cây được chọn đem trồng ngoài sản xuất phải là những cây xanh tốt, khỏe mạnh, có bộ rễ phát triển. Loại bỏ những cây yếu ớt, bị sâu bệnh. Nếu đi mua cây con về trồng cần phải phân loại cây. Các cây có hình dáng, kích thước, bộ rễ, sức sống như nhau trồng thành 1 luống. Các cây yếu hơn trồng luống khác. Có như vậy mới tiện cho việc chăm sóc và thu hoạch sau này.

4. Cách trồng

Chọn ngày râm mát, hoặc trồng vào buổi chiều mát, tưới nhẹ luống đất đã được

chuẩn bị sau đó dùng dầm nhỏ trồng. Khi trồng xong lấy tay ấn chặt gốc. Dùng rơm mềm hoặc mùn rác che phủ gốc và dùng bình ô-doa hoặc vòi phun nhẹ tưới ẩm luống. Mùn rơm vừa có tác dụng giữ ẩm cho cây vừa có tác dụng hạn chế sự đóng váng lớp đất mặt, làm cho nước tưới có thể xuống rễ một cách dễ dàng. Những ngày đầu, tưới nước cần hết sức nhẹ nhàng tránh lay gốc, trôi cây. Không để các lá ở dưới dính vào đất hoặc bùn đất bắn lên các lá non làm bít các khí khổng, ảnh hưởng đến sự quang hợp, hô hấp và sự bốc hơi nước của bộ lá khi cây chưa hồi xanh trở lại.

Hồng Hạnh (Theo *KHKTNN*)

Phụ lục 8

Kỹ thuật trồng hoa hồng Pháp



Hoa hồng Pháp là loại hoa thông dụng, bình dân, cỡ hoa to, màu đỏ tươi, lâu tàn. Trồng hoa hồng Pháp cho thu nhập cao, 1 sào Bắc bộ (360 m²) có thể thu nhập 5-6 triệu đồng/năm.

1. Nhân giống và thời vụ

Hoa hồng Pháp được nhân giống chủ yếu bằng phương pháp ghép mắt nhỏ có gỗ hoặc ghép nêm, ghép đoạn cành trên gốc ghép là cây tâm xuân (hoa hồng dây, hoa hồng đại).

Vào tháng 2-3, chọn ngày ẩm (nhiệt độ >20⁰C), cắt cành tâm xuân bánh tẻ có đường kính từ 0,5-1,5cm, dài 10-15cm bằng kéo sắc chuyên dùng. Nhúng hom tâm xuân trong dung dịch thuốc kích thích Atonic 1% hoặc Orgamin 1% trong 5 giây, sau đó giâm trên luống cát nhỏ đã chuẩn bị, có mái che nắng phía trên, với mật độ 5x5cm, tưới ẩm liên tục đảm bảo độ ẩm 75-80% độ ẩm đất, độ ẩm không khí đạt trên 90% ít nhất trong 20 ngày đầu. Sau khi giâm khoảng 45-60 ngày, các hom tâm xuân ra rễ dài 4-5cm thì tiến hành giâm vào bầu nilon có đường kính 7-10cm, cao 20-25cm, có đục lỗ thoát nước ở đáy. Giá thể làm bằng đất phù sa, bùn ải hoặc đất thịt nhẹ giàu dinh dưỡng 60-70% + phân chuồng hoai được ủ mục trong 2 tháng với 2% super lân Lâm Thao. Đặt bầu ươm hom giống vào vườn ươm được bố trí nơi cao, thoát nước, có giàn che bớt 60-70% ánh sáng trực xạ. Mật độ ươm với khoảng cách 15 x20 cm/bầu. Mỗi hom chỉ để 1 mầm sát mặt đất, tưới đạm + lân pha loãng với nước sạch, khi mầm có đường kính 0,3-0,5cm, cao 20-30 cm thì tiến hành ghép.

Cách ghép mắt nhỏ có gỗ như sau: Trên gốc ghép, ở độ cao cách mặt đất 10 - 15cm, chọn vị trí không có nhánh hoặc mầm ngủ, tiến hành mở gốc ghép có dạng hình lưỡi ở gốc ghép. Trên cành ghép, chọn vị trí có mầm ngủ, cắt lấy mắt ghép dạng hình lưỡi có một phần gỗ tương tự như trên gốc ghép. Đặt mắt ghép vào gốc ghép và dùng dây nilon cuốn lại, lưu ý cuốn kín dây từ dưới lên trên một lượt để tránh nước mưa thấm vào và cố định dây ghép. Sau ghép 15-25 ngày tiến hành cời dây ghép, nếu mắt ghép còn sống thì sau 2-3 ngày tiến hành cắt ngọn gốc ghép, áp dụng các biện pháp kỹ thuật chăm sóc cây con sau khi ghép như tưới đủ ẩm, tưới phân đạm, kali pha loãng, phòng trừ sâu, bệnh kịp thời. Khi mầm ghép mọc cao 7-10 cm thì tiến hành đưa cây giống trồng ra ruộng sản xuất.

Thời vụ trồng: Vụ thu trồng tháng 9-10. Vụ xuân trong tháng 2-3.

2. Trồng và chăm sóc

Chọn ruộng đất cát pha, thịt nhẹ, đất phù sa chủ động tưới tiêu. Hoa hồng yêu cầu độ pH: 6-7, nếu đất chua (độ pH dưới 5,5) cần bón 20-25 kg vôi bột/sào, vãi trước khi làm đất. Cày bừa kỹ, nhặt sạch cỏ dại, lên luống ruộng 70-80 cm, cao 25-30cm, trồng hàng đôi. Hai hàng đơn cách nhau 35-40cm, cây cách cây 30 cm.

Lượng phân bón cho 1 sào hoa hồng như sau: Phân chuồng hoai mục 7-10 tạ, phân lân super 20-25kg, đạm urê 10-15kg, kali clorua 3-5kg (năm đầu bón ít đạm và kali, năm thứ 2-3 bón nhiều hơn).

Cách bón

Bón lót lúc trồng toàn bộ phân chuồng, phân lân vào chính giữa luống. Bón thúc bằng cách tưới đạm và kali loãng lần thứ nhất sau trồng 15-20 ngày. Sau đó khoảng 15-20 ngày bón thúc 1 lần bằng đạm và kali cách gốc 15cm. Hoa hồng sau khi trồng được 3-4 tháng thì bói hoa. Kỹ thuật điều khiển ra hoa rộ vào những ngày có nhu cầu lớn như ngày lễ, tết, ngày rằm, mùng 1 (âm lịch) bán được giá cho thu nhập cao thuộc về kinh nghiệm riêng của từng nông dân.

Đốn tỉa thân cành: Sau khi mầm chính lên cao 20-25cm, thì tiến hành bấm ngọn, chỉ để 4-5 cành cấp 1 toả đều xung quanh tạo thành bộ khung chính của cây. Thường xuyên tỉa bỏ các lá già, cành tăm hương để tán cây được thông thoáng, giảm sâu, bệnh hại.

Theo kinh nghiệm của bà con nông dân, để chăm sóc hoa hồng có nhiều bông với chất lượng cao cần thao tác một số biện pháp kỹ thuật sau:

- Nên bón nhiều phân chuồng hoai mục, phân vi sinh, bùn ao phơi ải và phân tổng hợp NPK (loại 12:5:10) của hãng Apatit Lào Cai, lân Lâm Thao cho hoa hồng thay phân đơn đạm, lân, kali cây sẽ tốt bền hơn.
- Thường xuyên phun một trong số các loại phân bón qua lá các loại như: A-H 502; Kích phát tố hoa trái Thiên nông, Atonic định kỳ khoảng 10-15 ngày/lần, cây sinh trưởng tốt, hoa nở số lượng nhiều, tập trung, kích thước hoa to, màu sắc sặc sỡ, khi sử dụng lâu tàn được người tiêu dùng tin nhiệm.

Nếu cây sinh trưởng quá tốt, chậm ra hoa bà con cần: Tỉa bớt cành la, cành tăm, cành vóng cho tán thông thoáng, ngừng bón đạm, ngừng tưới nước, bón lượng lớn kali (7-10kg/sào), để khô đất 10-15ngày, sau đó chăm sóc bình thường, cây sẽ nhanh phát hoa.

- Sau khi bấm ngọn cành tơ (cành non) khoảng 35-45 ngày (tùy vụ, tùy nhiệt độ, độ ẩm đất, lượng phân bón thúc cho cây và kinh nghiệm của người trồng cây) thì cây phát hoa. Như vậy muốn có hoa hồng phục vụ tết Nguyên đán, và những ngày sau tết, đầu tháng giêng thì cần bấm ngọn cành non vào khoảng đầu tháng 11 âm lịch hàng năm.

Về năng suất hoa, sau trồng 1 năm tuổi cho thu 4-5 nghìn bông/sào/năm. Hoa hồng 2 năm có thể cho 10-15 nghìn bông/năm. Năm thứ 3 sản lượng hoa giảm dần còn khoảng 7-10 nghìn bông. Năm thứ 4 cây hoa tàn sinh trưởng kém nên tiến hành trồng mới.

Kỹ thuật bao hoa

Nếu không bao hoa, để tự nhiên thì hoa nở không đều, thu bán không đồng loạt. Dùng giấy chuyên dùng màu trắng không ngấm nước (của Trung Quốc sản xuất), quấn chặt vừa kín bông hoa chuẩn bị nở theo hình chóp nón (khi bỏ giấy ra, sau 1-2 giờ bông hoa sẽ được nở bung ra).

Kinh nghiệm phòng trừ một số sâu, bệnh hại chủ yếu như: Các loại rầy, rệp dùng thuốc Aciara 25EC; Sutin 5EC. Nhện đỏ dùng Sokupi 0,36AS; Ortus 5EC; Pegasus 500EC. Bệnh thán thư, bệnh sương mai, lở cổ rễ hại thân, cành lá, hoa dùng thuốc Alpine 80WP + Cavil 50WP hoặc Ridomin 72% + Carbenzim 50WP.

(Theo hoinongdan.org.vn)

Phụ lục 9

Kỹ thuật trồng hoa cẩm chương

Người ta quen gọi cẩm chương bởi vì hoa có nhiều màu sắc đẹp, giống như bức tranh bằng gấm nhiều màu sắc.

Hoa có nguồn gốc từ Địa Trung Hải và chuyển vào Việt Nam từ nửa đầu thế kỷ 20. Hoa trồng trong bồn, trong công viên, thông thường là sản xuất hoa cắt và thích hợp ở nhiều vùng sinh thái khác nhau.

Hoa cẩm chương thơm thuộc họ Caryophyllaceae, đặc điểm thân mảnh, có các đốt ngắn mang lá kép, bé, thân gãy khúc nhiều, thân bò là chính, trên mặt lá có ít phần trắng, hoa nhiều màu sắc, hoa đơn nhiều hơn hoa kép, lông nhỏ, ít bị sâu bệnh. Thân phân nhánh nhiều, có đốt dễ gãy giòn, lá cẩm chương mọc đối phiến lá nhỏ dày, dài, không có răng cưa, mặt lá thường nhẵn.

Hoa mọc đơn từng chiếc một ở nách lá hoa kép có nhiều màu sắc ngay trên cùng một bông, quang mang nhiều hạt, có từ 330 – 550 hạt.

Yêu cầu ngoại cảnh

Nhiệt độ thích hợp cho hoa cẩm chương là 18°C – 20°C, hoa ưa đất thịt nhẹ, tơi xốp, có nhiều mùn, giàu dinh dưỡng, đất thoát khí, giữ ẩm tốt, đạt yêu cầu sau cơn mưa nước rút nhanh, trời nắng hạn đất không chóng khô. Độ chua đất thích hợp là 6 – 7, mùa hè thích hợp những nơi dãi nắng, mát, độ ẩm 60 – 70%, mùa hè yêu cầu mát mẻ.

Kỹ thuật trồng

Cây hoa thường được trồng bằng chồi (vô tính) ngọn, nhưng ít người làm mà thường gieo hạt. Chọn những cây khỏe, có hoa đẹp, không sâu bệnh, màu hoa tươi, sắc sỡ, hoa to và cây dễ lấy hạt làm giống không nên cắt hoa, chỉ để giống ở cây chính vụ. Hạt hoa khó nảy mầm, phải bảo quản tốt hạt giống.

Đất phải làm kỹ, nhỏ mịn, lên luống phẳng, thông thường luống rộng 80cm, mặt luống 60cm, đất phải xử lý Foocmalin (hay Fooc mol) 40%; pha 5 cc foocmalin 40% vào 3 – 5 lít nước phun ướt đất, đậy nilon ủ 7 – 10 ngày.

Phân bón: 10kg phân chuồng mục, 1kg Tecmo phốt phát, 1kg vôi bột, 0,5kg kali sunphát, trộn đều rải trên đất, xới nhẹ để trộn. Có thể rạch hàng nông hay gieo trên mặt luống, nếu rạch hàng cách nhau 5 – 10cm, hạt trước khi gieo trộn với tro hay cát rắc cho đều. Hạt rắc xong phủ 1 lớp đất bột mỏng, phủ một lớp rơm rạ mỏng, sau khi gieo 4 – 6 ngày, hạt sẽ mọc, tưới nhẹ đủ ẩm 2 lần trong 1 ngày.

- Khi cây gieo cao 2- 3cm, nhổ tỉa trồng thưa trên các luống vườn ươm với khoảng cách 5 x 5cm, cây được 10 – 12 cm thì đưa trồng nơi cố định ngoài ruộng SX.

- Hoa trồng mùa hè cũng được, nhưng hoa xấu, thời vụ chủ yếu là đông xuân, muốn trồng để cho hoa ngày tết thường gieo hạt khoảng tháng 8 – 9 như các giống hoa khác.

- Cây non ở tại vườn ươm khoảng 25 – 27 ngày rồi mới trồng ra ruộng mật độ 25 x 30cm.

Nhân giống vô tính bằng ngọn

Thường nhân giống bằng hạt nhưng vì nhập hạt quá đắt nên người ta phải giâm bằng chồi và ngọn. Bằng phương pháp này chúng ta chủ động thời vụ, lượng cây giống, nhanh ra hoa, sử dụng cây mẹ lấy giống là F1. Ta tách ngọn từ nách lá cây mẹ, tiến hành giâm từ tháng 8, ta chọn cây mẹ F1 sinh trưởng khỏe, ngắt ngọn, vặt bớt lá già lá bánh tẻ, xử lý qua aNAA cắm vào cát ẩm trong nhà giâm cành. Nên xây dựng nhà giâm cành kiểu làm tạm.

Cách làm: Đóng cọc xung quanh luống, đổ đất phù sa lên, sau đó đổ 10cm cát sạch đáy sông, phải làm sao luống cao 20 – 30cm, xử lý foocmalin nồng độ 2 – 3% 10 ngày trước khi giâm cành. Cắm cách 2 – 3cm cho 1 cây, hàng ngày phun ẩm. Khoảng 10 – 15 ngày sau thì ra rễ. Khi nào kiểm tra có tới 90% số cây ra rễ thì mở giàn che, giàn che có thể mở từ từ, sau khi mở giàn che phải phun thuốc trừ nấm ngay. Thời kỳ đầu tuyệt đối không tưới nước phân, mà dùng phương pháp phun

N:D.K tỷ lệ 1:1:1 phun 5 ngày một lần, lần thứ 3 là 3%.

- Chọn đất trồng cắm chướng phải cao ráo, đất tốt, nhiều mùn luống cao tránh nắng, luống rộng 1,2 – 1,5m, cao 20 – 25cm.

- Mật độ khoảng cách bằng trồng với khoảng 30 x 30cm, sau khi trồng, ở mỗi gốc cây cắm 1 que nhỏ, rồi buộc nhẹ cây vào que để bảo vệ. Sau khi trồng ta tưới nước phân chuồng loãng tỷ lệ 1/200; lượng N:P:K = 1:1:1, tưới thường xuyên 20 ngày/lần cho tới khi cây ra nụ.

- Khi cây ra nụ, bón N:P:K = 1:2:3 dạng phân là urê, tecmôphotphat, K₂SO₄. Nếu cần ngắt ngọn thường xuyên để nhân giống thì N:P:K = 1:3:2. Cắm chướng trồng bằng ngọn sau 70 – 85 ngày thì bắt đầu ra hoa.

- Cắm chướng thom hay bị bệnh đốm và lở cổ rễ do vi khuẩn gây nên, nên phải xử lý đất bằng Falizan... và phun Bactoude khi phát bệnh.

Hồng Hạnh (Theo *vietnamgateway.org*)

Phụ biểu 10:
Mô hình Trung tâm giao dịch rau, hoa, quả xuất khẩu

Mục tiêu: Trung tâm giao dịch, lưu trữ, trung chuyển rau, hoa, quả trước khi xuất khẩu ra nước ngoài

Diện tích : bước đầu từ 5-10 ha

Kết cấu tổ chức:

- Nhà khung thép tiền chế
- Nhà Ban quản lý-kiốt cho khách hàng thuê
- Kho lạnh khoảng 1.000 m²(có thể tăng lên về sau)
- Sân bãi đỗ, tập kết xe
- Đoàn xe: bảo ôn, xe vận tải
- Nhà làm việc cho đội bốc xếp, đoàn xe
- Nhà nghỉ cho khách vắng lại
- Nhà hàng phục vụ ăn uống hàng ngày
- Các tiện ích khác chi sinh hoạt và giao dịch

Quản lý : Chính quyền địa phương tổ chức đấu thầu tìm người quản lý khai thác Trung tâm này

Nguồn kinh phí : tài trợ từ Chương trình quốc gia về phát triển sản xuất và xuất khẩu rau, hoa, quả tươi của Việt nam

Phụ lục 11

Đất và sử dụng đất trong sản xuất nông nghiệp của Đà Lạt

1. Phân loại và sử dụng đất đai:

Trước 1975, các nghiên cứu về đất đai tại Đà Lạt đã nhận xét thổ nhưỡng ở đây không thuận lợi cho sản xuất nông nghiệp, muốn canh tác có hiệu quả phải thực hiện các biện pháp cải tạo đất.

Theo các nghiên cứu trước 1975, Đà Lạt có 4 nhóm đất chính:

- Loại đất podzolic vàng đỏ.
- Loại đất podzolic phức tạp trên phù sa cổ.
- Loại đất núi phức tạp, phần lớn là đất podzolic vàng đỏ.
- Loại đất latosol nâu đỏ trên đá huyền vũ.

Các nghiên cứu chuyên sâu phân loại đất đai Đà Lạt thành 3 nhóm:

- Nhóm podzolic vàng đỏ và tụ thổ :

Đất podzolic vàng đỏ phát sinh từ các loại đá hoa cương chứa nhiều Al, K, ít Fe, Ca, Mg, Na nên kém phì nhiêu, độ chua cao (pH=4,8-:5,7)

Đất tụ thổ có ba loại: vàng, đỏ, nâu. Đây là loại đất có giá trị cao trong nông học do giàu N,P,K. Cơ cấu sét pha phù sa và giàu mùn nên thích hợp cho trồng trọt.

- Nhóm đất Fimnom: Có màu đỏ hay đỏ sẫm, càng xuống sâu càng nhiều sét hơn, ít cát, độ chua thấp pH=5,5. Đất tốt, chứa nhiều Fe.
- Nhóm đất phù sa: Kết cấu có nhiều đất và cát mịn, pH=6,0, chiếm diện tích nhỏ tại Đà Lạt.

Các nghiên cứu này nhận định phần lớn đất sản xuất nông nghiệp tại Đà Lạt đều thuộc loại podzolic vàng đỏ. Do kém dinh dưỡng khoáng tự nhiên nên trong quá trình canh tác nông dân phải sử dụng một lượng phân bón rất lớn. Người sản xuất thích sử dụng loại đất podzolic hơn đất latosol do khả năng giữ nước của đất podzolic tốt và độ thông thoáng cao hơn nên cây trồng dễ phát triển. *(xem phụ lục kết quả phân tích trước 1975 và bản đồ đất đai Đà Lạt)*

Sau 1975, các nghiên cứu về đất đai tại Đà Lạt được thực hiện một cách cụ thể hơn.

Kết quả nghiên cứu năm 1978, Đà Lạt có 5 nhóm đất chính là đất phù sa, đất đỏ vàng, đất dốc tụ, đất lầy và đất mùn vàng đỏ trên núi *(đánh giá của Viện Quy hoạch Thiết kế Nông nghiệp và Trường Đại học Tổng hợp xây dựng trên bản đồ 1/25.000 năm 1978)*. Trong đó, nhóm đất đỏ vàng, đất phù sa và đất dốc tụ được sử

dụng để sản xuất nông nghiệp chiếm tỷ lệ chủ yếu. Trong thời gian này chưa có tài liệu nào công bố kết quả phân tích các chỉ tiêu hoá tính của đất đai ở Đà Lạt.

Một số đặc điểm lý tính của các loại đất tại Đà Lạt

Loại đất	Thành phần cơ giới	Tầng dày (cm)	Gley	Màu sắc chủ đạo
Đất phù sa suối	Cát pha thịt, nhẹ	>100	Yếu	Xám, nâu
Nâu đỏ trên bazan	Thịt trung bình, nặng	>100	Vệt	Nâu đỏ
Nâu đỏ trên đaxit	Thịt trung bình	70-100		Nâu đỏ, đỏ nâu
Nâu vàng trên đaxit	Thịt trung bình	50-100		Nâu vàng
Đỏ vàng trên phiến sa	Thịt trung bình, nhẹ	50-100		Đỏ vàng, vàng đỏ
Đỏ vàng trên phiến sét	Thịt trung bình, nặng	30-100		Vàng đỏ
Vàng đỏ trên granit	Thịt trung bình, nhẹ	>70	TB	Vàng đỏ
Dốc tụ	Thịt trung bình, nhẹ	>100	Nặng	Xám nâu, nâu đen

Trên cơ sở các nghiên cứu vào năm 1987 về đặc điểm lý tính của đất đai tại Đà Lạt cho thấy đất có khả năng canh tác nông nghiệp chiếm 10.998 ha. Trong đó đất đã sử dụng là 3.767 ha (năm 1987), đất có khả năng phát triển nông nghiệp là 7.231 ha. (xem phụ lục)

Đánh giá về mức độ thích nghi của cây trồng trên các loại đất phục vụ cho sản xuất nông nghiệp tại Đà Lạt:

Đất phù sa thuận lợi cho sản xuất các loại rau cải, lúa, ngô.

Đất nâu đỏ thuận lợi cho cây công nghiệp (cà phê), cây ngắn ngày (khoai tây).

Đất nâu vàng thuận lợi cho sản xuất hoa cắt cành và dược liệu artichaud.

Đất đỏ vàng thuận lợi cho sản xuất hoa, artichaud, rau cải, chè, cây ăn quả.

Đất vàng đỏ thuận lợi cho cây rau, cây ăn quả và cây lương thực.

Năm 2000, thành phố Đà Lạt đã thực hiện phân tích 250 mẫu đất đại diện cho các vùng sản xuất nông nghiệp của địa phương.

Kết quả phân tích cho thấy đất Đà Lạt có những đặc điểm sau:

Về độ pH: Đất Đà Lạt ở tầng đất mặt (0-30 cm) có pH=5.07, ở tầng trung (30-60cm) có pH=4.98. Theo các tư liệu so sánh về độ pH, đất Đà Lạt thuộc loại đất chua vừa.

Về độ mùn: Độ mùn của đất Đà Lạt ở tầng đất mặt có chỉ số bình quân là

0,59%, ở tầng trung có chỉ số bình quân là 0.19%. So với giá trị phân loại giàu – nghèo của độ mùn trong đất thì Đà Lạt thuộc vào đất nghèo mùn (nhỏ hơn 1%).

Về hàm lượng đạm (N): Hàm lượng đạm tổng số trong đất Đà Lạt rất thấp với tầng mặt đạt 0,09%, tầng trung đạt 0,07%, theo chỉ tiêu đánh giá thuộc loại trung bình-nghèo. Hàm lượng đạm dễ tiêu (dạng NH_4 và NO_3) trong đất Đà Lạt cũng thuộc dạng nghèo với tầng mặt 3,4 mg/100g (34 ppm) và tầng trung là 3,2 mg/100g (32 ppm).

Về hàm lượng lân (P_2O_5): Hàm lượng lân tổng số trong đất Đà Lạt ở tầng mặt là 0.07 %, thuộc loại đất trung bình và tầng trung là 0.04%, thuộc loại đất nghèo lân. Hàm lượng lân dễ tiêu trong đất Đà Lạt cũng thuộc dạng nghèo với tầng mặt bình quân là 3,1 mg/100g (31ppm), ở tầng trung là 1,8 mg/100g (18 ppm).

Về hàm lượng kali (K_2O): Hàm lượng kali tổng số trong đất Đà Lạt bình quân ở tầng mặt là 0,74 % và ở tầng trung là 0,18%, đạt mức trung bình so với thành đánh giá chung. Hàm lượng kali dễ tiêu trong đất Đà Lạt ở tầng mặt là 12,9 mg/100g (129 ppm), thuộc loại đất giàu kali dễ tiêu. Ở tầng trung là 4,3 mg/100g (43 ppm), thuộc loại đất nghèo kali.

Về hàm lượng canxi (CaO) và magiê (MgO) tổng số: Hàm lượng CaO trong đất Đà Lạt nằm ở khoảng thấp với chỉ số phân tích tầng mặt là $0,40 \pm 0,67$ %, tầng trung là $0,22 \pm 0,07$ %. Hàm lượng MgO trong đất Đà Lạt nằm trong khoảng trung bình với chỉ số phân tích ở tầng mặt là $1,11 \pm 0,08$ %, tầng trung là $0,84 \pm 0,14$ %. Về hàm lượng mangan (Mn): Giá trị trung bình về hàm lượng Mn của đất Đà Lạt ở tầng mặt là 434 ± 1479 ppm, ở tầng trung là 436 ± 871 ppm, thuộc loại nghèo. Tuy nhiên có một số nơi hàm lượng Mn rất lớn như đất tầng mặt tại Tà Nung là 2990 ± 4778 ppm, đất tầng trung ở phường 12 là 1973 ± 3224 ppm.

Các nguyên tố vi lượng khác như đồng (Cu), kẽm (Zn), molipden (Mo) nằm trong dãy trung bình yếu so với một số loại đất khác.

Nhìn chung, đất Đà Lạt có độ mùn thấp, độ pH nằm ở mức trung bình thấp (chua), các nguyên tố khoáng đa lượng, trung lượng và vi lượng đều ở mức thấp. Do đó để tổ chức sản xuất rau hoa có hiệu quả kinh tế thì phải sử dụng một lượng lớn phân bón bổ sung, trong đó bổ sung các loại phân hữu cơ là một biện pháp cấp thiết nhằm duy trì các tính chất cơ học và độ keo của đất. (xem phụ lục chi tiết).

Báo cáo dự thảo quy hoạch kế hoạch sử dụng đất đai thành phố Đà Lạt năm 2002, theo bản đồ đất thành phố Đà Lạt tỉ lệ 1/25.000 được lập trên cơ sở kế thừa tài liệu và bản đồ đất đai tỷ lệ 1/100.000 của Viện Quy hoạch và Thiết kế Nông nghiệp và có bổ sung, toàn thành phố Đà Lạt được xác định có 5 nhóm đất chính với 12 đơn vị phân loại đất sau:

- Nhóm đất phù sa: Gồm có đất phù sa chua; đất phù sa gley (diện tích 423,64 ha)
- Nhóm đất gley: Gồm đất gley chua (diện tích 353,45 ha)
- Nhóm đất đỏ: Gồm đất đỏ chua tầng mặt nhiều mùn; đất đỏ chua giàu mùn; đất đỏ chua nghèo bazơ (diện tích 1.358,75 ha).
- Nhóm đất xám: Gồm đất xám rất chua sỏi sạn; đất xám đỏ vàng; đất xám giàu mùn tích nhôm; đất xám tầng mặt giàu mùn rất chua và đất xám (diện tích 35.213,08 ha).
- Nhóm đất đen: Gồm đất đen giàu mùn (diện tích 557,94 ha).

Phần còn lại là đất khác và sông suối ao hồ.

So sánh các đặc điểm các loại đất ở Đà Lạt với đặc điểm đất đai của Lâm Đồng cũng như tiêu chuẩn đánh giá chung của Việt nam, báo cáo đã đánh giá đất đai của Đà Lạt như sau:

- Độ phì nhiêu của đất đai ở Đà Lạt tương đối khá, diện tích đất bị thoái hoá chiếm tỷ lệ rất nhỏ.
- Các loại đất thích hợp cho phát triển nông nghiệp về đại thể là phân bố khá tập trung, thuận lợi chyo tổ chức khai thác và bảo vệ. Tầng dày đất khá sâu.
- Độ dốc lớn cùng với lượng mưa và cường độ mưa lớn nên đất dễ bị rửa trôi và xói mòn, tiềm ẩn nguy cơ thoái hoá nếu không được bảo vệ tốt và sử dụng hợp lý.
- Khả năng giữ nước và dinh dưỡng của đất không cao, cần đặc biệt chú trọng biện pháp bảo vệ và nâng cao hàm lượng hữu cơ trong đất.

2. Phân bố các vùng sản xuất:

Từ khi phát triển nghề trồng rau hoa, diện tích canh tác rau cải tại Đà Lạt phát triển khá nhanh với 12,3 ha năm 1938 đã tăng lên 814,63 ha năm 1968. Các vùng canh tác cũng được mở rộng đến nhiều khu vực trong thị xã Đà Lạt. Hầu hết các vùng đều sản xuất các loại rau cải như cải bắp, cải thảo, cải bông, xà lách, cà rốt, khoai tây. Sản lượng của các sản phẩm này chiếm tỷ trọng lớn trong tổng cơ cấu rau cải tại Đà Lạt (khoảng 90%) các loại rau khác như củ cải trắng, hành tỏi, đậu tây, các loại rau khác chỉ chiếm một tỷ trọng nhỏ. Trong thời gian này, sản xuất nông nghiệp tại Đà Lạt chưa có sự phân vùng một cách rõ rệt. Tuy vậy cũng đã bắt đầu hình thành một số khu vực sản xuất theo dạng chuyên môn hoá như:

- Khu vực Hà Đông, Nghệ Tĩnh, Đa Thiện, Đa Cát: sản phẩm chủ yếu là rau cải các loại.
- Khu vực Thái phiên, Nam hồ: sản phẩm ưu thế là Artichaud, hoa glayon, lys, marguerite.
- Khu vực Xuân Thọ, Trại mát: Sản phẩm ưu thế là cà rốt, một ít các loại rau cải khác
- Khu vực Xuân trường: Sản phẩm ưu thế là chè, cây ăn trái, hoa glayon.
- Khu vực An Bình, Quảng Thù: Sản phẩm ưu thế là rau cải, cây ăn trái.

Giai đoạn từ 1975-1985: sản xuất nông nghiệp Đà Lạt đã bắt đầu có sự phân vùng sản xuất theo kế hoạch tập trung. Trong thời gian đầu, hầu hết diện tích sản xuất nông nghiệp Đà Lạt tập trung vào sản xuất cây lương thực, chỉ còn một số vùng có ưu thế là vẫn tiếp tục sản xuất rau cải. Do vậy sản lượng rau cải Đà Lạt trong những năm này thấp hơn những năm trước 1975.

Quy hoạch sản xuất nông nghiệp Đà Lạt năm 1987 đã xây dựng các tiểu vùng sản xuất nông nghiệp của Đà Lạt một cách cụ thể dựa trên điều kiện khí hậu, phân tích các tính chất cơ học của đất đai, tập quán canh tác của nhân dân địa phương và phương hướng mục tiêu của kế hoạch phát triển sản xuất. Từ các căn cứ trên, nông nghiệp thành phố Đà Lạt được phân chia làm 3 tiểu vùng:

- **Tiểu vùng 1:** Xã Tà Nung: Loại đất chủ yếu là nâu đỏ trên bazan và vàng đỏ trên đaxit, có tầng dày trên 100cm, độ dốc 5-20⁰, cây trồng chính là cà phê và cây lương thực.
- **Tiểu vùng 2:** Gồm 12 phường (từ phường 1-phường 12): Loại đất chủ yếu là đỏ vàng trên phiến sa, vàng đỏ trên granite và đất phù sa sông suối, có tầng dày 70-100cm, độ dốc 3-20⁰, cây trồng chính là rau cải, cây dược liệu, hoa cắt cành.
- **Tiểu vùng 3:** Gồm 2 xã Xuân Thọ và Xuân Trường: Loại đất chủ yếu là đỏ vàng trên phiến sa, nâu đỏ trên đaxit, có tầng dày trên 100cm, độ dốc 5-25⁰, cây trồng chính là cà phê, chè, cây ăn quả, cây rau.

Quy hoạch ngành nông lâm nghiệp thành phố Đà Lạt năm 1997 xác định lại các tiểu vùng sản xuất nông nghiệp trên cơ sở đặc điểm tự nhiên của khu vực, không tác động quá mức vào hệ sinh thái nông nghiệp bằng các biện pháp canh tác để đạt mục đích cao trong sản xuất.

- Ưu tiên đầu tư vào những vùng đất có độ phì cao, tầng đất canh tác dày và có độ dốc dưới 20⁰, có hệ thống giao thông nội vùng tương đối thuận lợi hoặc có khả năng phát triển trong tương lai để phát triển diện tích cây trồng có giá trị kinh tế cao.
- Thực hiện chuyển dần diện tích canh tác rau thương phẩm trong nội ô sang canh tác hoa, vườn cây đặc sản và chỉ trồng trọt các loại rau cao cấp có lợi tức cao. Chuyển dịch một phần diện tích sang làm hạt giống rau các loại, đáp ứng cho thị trường giống của địa phương nói riêng và của khu vực miền Nam nói chung; chuẩn bị đầy đủ các điều kiện về cơ sở vật chất, nguồn vốn, con người để tiếp cận với kỹ thuật mới trong sản xuất giống rau.
- Vùng sản xuất rau thương phẩm, rau nguyên liệu phục vụ cho chế biến, cây dược liệu được mở rộng sang các phường nông nghiệp vùng ven và các xã nông nghiệp. Ứng dụng các tiến bộ kỹ thuật mới trong sản xuất để nâng cao hiệu quả kinh tế sản xuất nông nghiệp.

Thực hiện phát triển nông nghiệp theo các định hướng trên, đến năm 2000,

vùng nông nghiệp Đà Lạt đã dần dần hình thành các vùng sản xuất như sau:

- Phường 3 -10: Cây trồng chủ yếu là cà phê và cây ăn trái đặc sản.
- Phường 4 – 5 – 6: Cây trồng chủ yếu là rau cải, hoa cắt cành, cây có củ.
- Phường 7- 8 – 9 –11 – 12: Cây trồng chủ yếu là rau cải, hoa cắt cành, dâu tây.
- Xuân Thọ, Xuân Trường: Cây trồng chủ yếu là cây có củ, cà phê, chè.
- Tà Nung: cây trồng chủ yếu là cà phê, cây lương thực.

Diện tích sản xuất nông nghiệp thuộc các phường nội ô (phường 1 – 2) không còn nhiều và đã chuyển sang làm cây giống rau, hoa để cung cấp cho các địa phương có sản xuất nông nghiệp khác của thành phố.

(Nguồn : Phòng công nông nghiệp Đà Lạt)