

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ TP.HỒ CHÍ MINH

---

VŨ THỊ HƯƠNG LỆ

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM  
ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU CÀ PHÊ  
TỈNH ĐỒNG NAI

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

TP.Hồ Chí Minh – 2007

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ TP.HỒ CHÍ MINH

---

VŨ THỊ HƯƠNG LỆ

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM ĐẨY MẠNH  
XUẤT KHẨU CÀ PHÊ TỈNH ĐỒNG NAI

*Chuyên ngành: Quản Trị Kinh Doanh*  
*Mã số: 60.34.05*

**LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ**

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:  
PGS.TS. PHƯƠNG NGỌC THẠCH

**TP.HỒ Chí Minh – 2007**

## MỤC LỤC

*Trang*

Trang phụ bìa	
Mục lục	
Danh mục các bảng biểu	
LỜI MỞ ĐẦU .....	1
1. Lý do nghiên cứu .....	1
2. Đối tượng nghiên cứu .....	2
3. Mục đích nghiên cứu .....	2
4. Phương pháp nghiên cứu .....	3
5. Phạm vi nghiên cứu .....	3
6. Nội dung đề tài .....	4
CHƯƠNG 1:	
TỔNG QUAN VỀ TÌNH HÌNH CÀ PHÊ THẾ GIỚI VÀ VIỆT NAM .....	5
1.1 TỔNG QUAN VỀ TÌNH HÌNH CÀ PHÊ THẾ GIỚI .....	5
1.1.1 Tình hình sản xuất cà phê ở một số nước .....	5
1.1.2. Tình hình xuất nhập khẩu cà phê trên thế giới .....	7
1.1.3. Kinh nghiệm xuất khẩu cà phê ở một số nước .....	8
1.2 TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VIỆT NAM .....	9
1.2.1 Sự hình thành và phát triển ngành cà phê Việt Nam .....	9
1.2.2 Thực trạng phát triển cà phê Việt Nam .....	11
1.2.2.1 Tình hình sản xuất cà phê Việt Nam .....	11
❖ Diện tích gieo trồng và sản lượng .....	11
❖ Giống, năng suất .....	11
❖ Trồng trọt, thu hoạch.....	12
❖ Chế biến và bảo quản cà phê .....	12
1.2.2.2. Tình hình xuất khẩu cà phê VN .....	14
❖ Sản lượng, kim ngạch cà phê xuất khẩu .....	14
❖ Chất lượng cà phê xuất khẩu .....	15

❖ Giá cà phê xuất khẩu .....	16
❖ Thị trường tiêu thụ – khách hàng .....	18
❖ Mối quan hệ hợp tác trong sản xuất, xuất khẩu cà phê .....	20
❖ Chính sách nhà nước đối với phát triển ngành cà phê .....	21
CHƯƠNG 2:	
THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU CÀ PHÊ TỈNH ĐỒNG NAI .....	24
2.1 Thực trạng sản xuất cà phê Đồng Nai .....	24
2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển ngành cà phê Đồng Nai .....	24
2.1.2 Diện tích năng suất và sản lượng .....	25
❖ Về diện tích .....	25
❖ Về năng suất .....	25
❖ Về sản lượng .....	25
2.1.3 Thực trạng trồng trọt, thu hoạch, chế biến và bảo quản cà phê .....	26
❖ Về trồng trọt .....	26
❖ Về thu hoạch .....	26
❖ Về chế biến .....	26
❖ Về khâu bảo quản cà phê .....	27
❖ Trình độ kỹ thuật sản xuất cà phê .....	28
2.2. Tình hình tiêu thụ và xuất khẩu cà phê Đồng Nai .....	28
2.2.1 Sản lượng cà phê xuất khẩu và kim ngạch xuất khẩu cà phê của tỉnh Đồng Nai .....	28
2.2.2. Chất lượng cà phê xuất khẩu .....	31
2.2.3. Thị trường xuất khẩu .....	32
2.2.4. Giá xuất khẩu .....	33
2.2.5 Các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê Tỉnh Đồng Nai .....	36
2.2.6. Mạng lưới cung ứng và lưu thông cà phê xuất khẩu .....	38
2.2.7 Cơ sở hạ tầng và dịch vụ hỗ trợ cho hoạt động xuất khẩu cà phê tại Tỉnh Đồng Nai .....	39
❖ ICD Biên Hòa .....	39

❖ Hệ thống đường bộ, đường thủy .....	39	
❖ Các cơ sở dịch vụ liên quan đến xuất khẩu cà phê .....	40	
2.2.8. Quản lý và điều hành hoạt động xuất khẩu cà phê .....	41	
❖ Về việc quản lý các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê .....	41	
❖ Về quản lý giá cả, chính sách thu mua tạm trữ và hỗ trợ lãi suất vay tạm trữ .....	42	
2.3. Tóm tắt những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức đối với hoạt động xuất khẩu cà phê của tỉnh Đồng Nai .....	43	
2.3.1. Điểm mạnh, điểm yếu .....	43	
❖ Điểm mạnh .....	43	
❖ Điểm yếu .....	44	
2.3.2. Cơ hội, thách thức .....	44	
❖ Cơ hội .....	44	
❖ Thách thức .....	45	
CHƯƠNG 3:		
MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU CÀ PHÊ TỈNH ĐỒNG NAI .....		46
3.1 QUAN ĐIỂM ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP .....	46	
3.1.1 Quan điểm 1: Xác định ngành cà phê là ngành kinh tế quan trọng, xuất khẩu cà phê là một trong 12 chương trình kinh tế trọng điểm của tỉnh Đồng Nai đến 2010 và tầm nhìn 2020 .....	46	
3.1.2 Quan điểm 2: Chất lượng là yếu tố quyết định sự duy trì và phát triển thị trường xuất khẩu .....	46	
3.1.3 Quan điểm 3: Nâng cao vai trò quản lý Nhà nước trong việc duy trì và phát triển thị trường xuất khẩu .....	47	
3.2 MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA TỈNH ĐỒNG NAI .....	47	
3.2.1 Mục tiêu tổng quát .....	47	
3.2.2 Mục tiêu cụ thể .....	48	

3.3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU CÀ PHÊ TỈNH ĐỒNG NAI .....	48
3.3.1 Nhóm giải pháp nâng cao chất lượng cà phê xuất khẩu .....	48
3.3.1.1 Đẩy mạnh công tác khuyến nông gồm cả công tác giống, hướng dẫn hỗ trợ kỹ thuật chăm sóc cây trồng, phòng trừ sâu bệnh và phương cách thu hái, bảo quản sản phẩm .....	48
3.3.1.2 Ban hành quy định thực hiện nghiêm các tiêu chuẩn đối với cà phê xuất khẩu .....	52
3.3.2 Nhóm giải pháp hoàn thiện phương thức kinh doanh xuất khẩu cà phê ..	54
❖ Hợp đồng mua bán giá cố định hay còn gọi là giá giao ngay (giá outright) .....	55
❖ Hợp đồng mua bán giá trừ lùi (giá differential) .....	55
3.3.2.1 Hoàn thiện mạng lưới lưu thông phân phối cà phê .....	56
3.3.2.2 Đẩy mạnh công tác xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường xuất khẩu .....	58
3.3.2.3 Giảm thiểu các rủi ro trong kinh doanh xuất khẩu cà phê .....	61
3.3.2.4 Sử dụng tốt các phương thức bảo hiểm rủi ro trong hợp đồng kỳ hạn cà phê .....	63
3.3.2.5 Nâng cao năng lực kinh doanh xuất khẩu của các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê .....	64
3.3.2.6 Quy định tiêu chuẩn hoạt động đối với các nhà xuất khẩu cà phê ..	65
3.3.2.7 Đảm bảo ổn định đầu ra cho sản xuất cà phê (tăng cường vai trò của Nhà nước) .....	67
3.3.3 Nhóm giải pháp hỗ trợ xuất khẩu .....	68
3.3.3.1 Đảm bảo cung cấp vốn kinh doanh cho các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê .....	68
3.3.3.2 Tăng cường các dịch vụ hỗ trợ cho xuất khẩu cà phê .....	68
3.3.3.3 Hỗ trợ chi phí tiếp thị xuất khẩu cà phê .....	69
3.3.4. Nhóm giải pháp đầu tư phát triển .....	70

3.3.4.1. Về đầu tư cho phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ sản xuất nông nghiệp và phát triển nông thôn .....	70
3.3.4.2. Về đầu tư trực tiếp vốn sản xuất .....	71
3.4 MỘT SỐ KIẾN NGHỊ .....	72
3.4.1 Kiến nghị đối với Nhà nước .....	72
3.4.2 Kiến nghị đối với Hiệp hội cà phê cao và các doanh nghiệp .....	73
KẾT LUẬN .....	74
TÀI LIỆU THAM KHẢO	

## DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU

	<i>Trang</i>
<u>BẢNG 1.1</u> : SẢN LƯỢNG CÀ PHÊ THẾ GIỚI .....	5
<u>BẢNG 1.2</u> : SẢN LƯỢNG CÀ PHÊ THẾ GIỚI CỦA 3 NƯỚC ĐÚNG ĐẦU .....	5
<u>BẢNG 1.3</u> : SẢN LƯỢNG CÀ PHÊ ROBUSTA TRÊN THẾ GIỚI .....	6
<u>BẢNG 1.4</u> : TIÊU THỤ CÀ PHÊ TRÊN THẾ GIỚI .....	7
<u>BẢNG 1.5</u> : LƯỢNG NHẬP KHẨU CÀ PHÊ CỦA MỘT SỐ NƯỚC .....	7
<u>BẢNG 1.6</u> : DIỆN TÍCH, SẢN LƯỢNG CÀ PHÊ TẠI VIỆT NAM .....	11
<u>BẢNG 1.7</u> : KIM NGẠCH XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA VIỆT NAM THEO NĂM .....	14
<u>BẢNG 1.8</u> : KIM NGẠCH XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VIỆT NAM THEO NIÊN VỤ .....	14
<u>BẢNG 1.9</u> : THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA VIỆT NAM .....	18
<u>BẢNG 1.10</u> : THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA VIỆT NAM NIÊN VỤ 2005/2006 .....	19
<u>BẢNG 2.1</u> : DIỆN TÍCH, SẢN LƯỢNG VÀ NĂNG SUẤT CÀ PHÊ TỈNH ĐỒNG NAI .....	25
<u>BẢNG 2.2</u> : KIM NGẠCH XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP THUỘC TỈNH ĐỒNG NAI .....	29
<u>BẢNG 2.3</u> : SẢN LƯỢNG CÀ PHÊ XUẤT KHẨU CỦA CÁC DOANH NGHIỆP THUỘC TỈNH ĐỒNG NAI .....	30
<u>BẢNG 2.4</u> : THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU QUA CÁC NIÊN VỤ .....	32
<u>BẢNG 2.5</u> : CƠ CẤU SẢN LƯỢNG CÀ PHÊ XUẤT KHẨU .....	37



## LỜI MỞ ĐẦU

### 1. Lý do nghiên cứu:

Trong những năm gần đây, Việt Nam đã đạt được những thành tựu to lớn và quan trọng trong phát triển kinh tế - xã hội, nền kinh tế luôn tăng trưởng ở mức tương đối cao và ổn định, đời sống nhân dân ngày càng được cải thiện tốt hơn. Đặc biệt, Việt Nam là một nước đi lên từ nông nghiệp, với tỷ lệ khoảng 80% dân số sống trong khu vực nông thôn và sản xuất nông nghiệp, với những đặc thù về địa lý, điều kiện tự nhiên, thổ nhưỡng, Việt Nam đã tạo ra số lượng nông sản lớn, không chỉ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước mà còn có giá trị xuất khẩu cao mang lại nguồn ngoại tệ lớn cho quốc gia. Với nền tảng sẵn có cùng với sự phát triển nhanh của ngành nông nghiệp đã nâng vị thế của Việt Nam trên thị trường quốc tế về xuất khẩu nông sản, góp phần đẩy nhanh tiến độ công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Năm 2006 là một năm có ý nghĩa hết sức đặc biệt đối với ngành cà phê Việt Nam. Bên cạnh sự kiện to lớn là Việt Nam chính thức trở thành thành viên thứ 150 của Tổ chức thương mại thế giới WTO, ngành cà phê Việt Nam còn được đánh dấu bởi một sự kiện quan trọng, đó là đã đạt được mục tiêu gia nhập Câu lạc bộ xuất khẩu 1 tỷ đô la. Sau những năm tháng vất vả vì tác động của thời kỳ khủng hoảng kéo dài dẫn đến giá cà phê trên thị trường thế giới xuống thấp liên tục và đạt tới mức kỷ lục, ngày nay ngành cà phê đang trong thời kỳ phục hồi. Trong năm 2006, Việt Nam đã xuất khẩu được 912 nghìn tấn cà phê với kim ngạch đạt khoảng 1,12 tỷ USD, tăng 9,92% về lượng và tăng 65,49% về trị giá so với năm 2005.

Và như thế, ngành cà phê Việt Nam bước vào năm 2007 với những cơ hội và thách thức mới. Thành tích xuất khẩu 1 tỷ đô la là rất đáng mừng, song nó còn chứa nhiều yếu tố chưa bền vững. Xây dựng một ngành cà phê phát triển bền vững trên cả ba mặt: sản xuất, chế biến, thương mại là một chương trình hành động chung của toàn ngành. Tuy nhiên, thực tế việc chạy theo số lượng và yếu kém về chất lượng là nghịch lý rõ ràng của sự phát triển được coi là “nhảy vọt” của cà phê Việt Nam trong vòng hơn một thập niên qua. Chính vì vậy, nhiệm vụ trước mắt và sống còn

của ngành cà phê Việt Nam là nâng cao chất lượng sản phẩm, xây dựng thương hiệu mạnh, tạo ra một thị trường xuất khẩu truyền thống ổn định và khai thác tối đa thị trường nội địa.

Cùng với sự phát triển của đất nước, Đồng Nai là tỉnh thuộc vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, hội đủ các thế mạnh về điều kiện tự nhiên và nguồn lực dồi dào, ngoài các khu công nghiệp lớn góp phần mang lại kim ngạch xuất khẩu từ các mặt hàng công nghiệp, sản phẩm nông nghiệp cũng mang lại giá trị xuất khẩu cao, trong đó có mặt hàng cà phê. Một thời cây cà phê là cây công nghiệp tham gia xóa đói, giảm nghèo và rồi trở thành cây làm giàu cho hàng ngàn nông dân ở Đồng Nai và các tỉnh khác. Điều đó chứng tỏ cây cà phê có một tầm quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế xã hội của Tỉnh Đồng Nai.

Tuy nhiên, trong thời gian qua, cùng với tình trạng chung của cả nước, việc phát triển sản xuất và xuất khẩu cà phê của Tỉnh Đồng Nai còn mang nhiều tính tự phát, không ổn định, sản phẩm thiếu tính cạnh tranh mạnh trên thị trường quốc tế vì chất lượng thấp, chủ yếu là xuất khẩu sản phẩm thô, chưa qua công nghệ chế biến chuyên sâu ra sản phẩm cuối cùng. Làm thế nào để phát triển ngành cà phê ổn định và bền vững, người sản xuất không phải canh cánh lo âu với điệp khúc “được mùa, mất mùa”, nâng cao được chất lượng và giá cả trên thị trường thế giới? Đó là vấn đề thiết yếu cần giải quyết trong tình hình sản xuất, xuất khẩu cà phê hiện nay .

## **2. Đối tượng nghiên cứu:**

Nghiên cứu các vấn đề có liên quan đến hoạt động xuất khẩu cà phê nhân thành phẩm của Việt nam, và tập trung chủ yếu ở các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Đồng Nai.

## **3. Mục đích nghiên cứu:**

Cây cà phê ở Việt nam ngày càng phát triển với tốc độ nhanh, sản lượng thu hoạch gia tăng nhanh từ 70.000 tấn vào những năm đầu thập niên 1990, nhưng đến năm 1995 sản lượng khoảng 300.000-400.000 tấn, và tăng dần qua các năm, đến vụ mùa 1999-2000 sản lượng khoảng 750.000 tấn, vụ mùa 2000-2001 trên 950.000 tấn, chỉ từ năm 2001 đến nay có giảm dần từ 65.000 – 80.000 tấn/năm và hiện nay giữ ở

mức khoảng 750.000 tấn, đứng hàng thứ hai trên thế giới sau Braxin, và đứng đầu thế giới về sản lượng cà phê Robusta. Kim ngạch xuất khẩu mặt hàng cà phê chiếm một vị trí cao trong tổng kim ngạch xuất khẩu, là một trong những nguồn đem lại ngoại tệ cho quốc gia. Song cây cà phê hiện nay đang đứng trước tình trạng khó khăn, do việc mở rộng diện tích sản xuất tràn lan, tự phát quá nhanh chóng và không có định hướng chiến lược rõ ràng cả về diện tích, sản lượng cũng như chất lượng, một mặt đã góp phần đẩy ngành cà phê thế giới rơi vào cuộc khủng hoảng thừa làm cho giá cà phê giảm liên tục trong những năm 1999-2002, mặt khác dẫn tới tình trạng chất lượng cà phê Việt Nam không đáp ứng yêu cầu, bị loại tại cảng nhập khẩu với tỷ lệ lớn, bị ép giá. Hơn nữa trên thị trường thế giới, giá cà phê xuất khẩu của ta luôn thấp hơn rất nhiều (từ 40-50 USD/tấn) so với các nước khác (Braxin, Indonesia), điều này làm ảnh hưởng đến kim ngạch xuất khẩu, giảm hiệu quả chung của nền kinh tế. Để giải quyết vấn đề này cần phải có chiến lược phát triển bền vững cho ngành cà phê trên cơ sở một chính sách nông nghiệp cụ thể phù hợp với điều kiện hiện nay của nước ta nói chung và của tỉnh Đồng Nai nói riêng.

Với lý do như vậy, trong khía cạnh hẹp, đề tài sẽ đi sâu nghiên cứu, đánh giá thực trạng sản xuất – thu hoạch – tiêu thụ (chủ yếu xuất khẩu) cà phê của các doanh nghiệp trên địa bàn Tỉnh Đồng Nai đặt trong bối cảnh chung của tình hình sản xuất và tiêu thụ cà phê của Việt Nam và thế giới. Từ đó tìm ra những giải pháp tích cực nhằm hoàn thiện hoạt động xuất khẩu cà phê của các doanh nghiệp thuộc tỉnh Đồng Nai để góp phần tăng hiệu quả kinh tế của Tỉnh.

#### **4. Phương pháp nghiên cứu:**

Áp dụng phương pháp duy vật biện chứng, duy vật lịch sử, phương pháp thống kê, phương pháp đối chiếu so sánh, phương pháp hệ thống.

Vận dụng các đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước trong công tác đẩy mạnh hoạt động sản xuất và xuất khẩu cà phê của Việt Nam đến 2010 và tầm nhìn đến 2020.

#### **5. Phạm vi nghiên cứu:**

- Phạm vi về không gian :

Dựa trên các số liệu phản ánh về tình hình xuất khẩu cà phê nhân thành phẩm của tỉnh Đồng Nai sang các thị trường.

- Phạm vi về thời gian:

Các số liệu phân tích về tình hình xuất khẩu cà phê nhân thành phẩm và thị trường từ năm 2001 đến năm 2006 và định hướng đến năm 2010 và tầm nhìn đến 2020

## **6. Nội dung đề tài:**

Lời mở đầu

Chương 1: Tổng quan về tình hình cà phê thế giới và Việt Nam

Chương 2: Thực trạng hoạt động xuất khẩu cà phê tỉnh Đồng Nai

Chương 3: Một số giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu cà phê tỉnh Đồng Nai

## **CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ TÌNH HÌNH CÀ PHÊ THẾ GIỚI VÀ VIỆT NAM**

### **1.1 TỔNG QUAN VỀ TÌNH HÌNH CÀ PHÊ THẾ GIỚI:**

#### **1.1.1 Tình hình sản xuất cà phê ở một số nước:**

Cây cà phê được biết đến vào cuối thế kỷ thứ 15, có nguồn gốc ở Bắc Phi. Trồng cà phê trở thành một ngành sản xuất và ngày càng phát triển mạnh. Trên thế giới hiện nay có khoảng 75 nước trồng cà phê, tổng diện tích trên 13 triệu ha, sản lượng hàng năm biến động từ 5,5-6 triệu tấn cà phê nhân.

Sản lượng cà phê đã gia tăng nhanh chóng trong các năm qua, kể từ niên vụ 1999/2000 sản lượng cà phê thế giới đã đột biến tăng nhanh lên 115 triệu bao, tạo nên sự tăng trưởng rộng khắp trên thị trường cà phê thế giới.

#### **BẢNG 1.1: SẢN LƯỢNG CÀ PHÊ THẾ GIỚI**

ĐVT: 1.000 bao cà phê nhân (60 kg/bao)

<b>Vụ mùa</b>	<b>2001/02</b>	<b>2002/03</b>	<b>2003/04</b>	<b>2004/05</b>	<b>2005/06</b>	<b>Ước 06/07</b>
<b>Sản xuất</b>	112.144	124.800	108.950	119.670	108.940	123.610

(Nguồn: Commodity Expert 2003 + NKG Stastical Unit 22/9/04 + NKG Stastical Unit 03 Feb 2006 và NKG Stastical Unit Sep 2006)

#### **BẢNG 1.2: SẢN LƯỢNG CÀ PHÊ THẾ GIỚI CỦA 3 NƯỚC ĐỨNG ĐẦU**

ĐVT: 1.000 bao cà phê nhân (60kg/bao)

<b>Vụ mùa</b>	<b>2001/02</b>	<b>2002/03</b>	<b>2003/04</b>	<b>2004/05</b>	<b>2005/06</b>	<b>Ước 06/07</b>
Braxin	33.000	53.630	33.640	43.250	35.820	43.930
Việt Nam	12.600	11.300	14.700	14.350	11.730	15.350
Colombia	12.000	11.700	11.300	11.890	11.200	12.200
Ba nước đứng đầu	57.600	76.630	59.640	69.490	58.750	71.480
Các nước khác (châu Phi, Trung Mỹ,...)	54.544	48.170	49.310	50.180	50.190	52.130
<b>Tổng cộng</b>	<b>112.144</b>	<b>124.800</b>	<b>108.950</b>	<b>119.670</b>	<b>108.940</b>	<b>123.610</b>

(Nguồn: Commodity Expert 2003 + NKG Statical Unit 22/9/04 + NKG Statical Unit 03 Feb 2006 và NKG Statical Unit Sep 2006)

Braxin là nước đứng đầu thế giới về sản xuất cà phê. Trước đây, Colombia - một nước Nam Mỹ đứng thứ hai, sau đó Việt Nam đã nhảy lên vị trí thứ hai thay thế Colombia.

Có 2 loại cà phê có giá trị thương mại là cà phê vối (Robusta) và cà phê chè (Abrica). Việt Nam, nước sản xuất cà phê Robusta lớn nhất thế giới, dự kiến đạt khoảng 14,5 triệu bao năm 2006-2007.

### **BẢNG 1.3: SẢN LƯỢNG CÀ PHÊ ROBUSTA TRÊN THẾ GIỚI**

DVT: 1.000 bao cà phê nhân (60 kg/bao)

<b>Sản xuất</b>	<b>2001/02</b>	<b>2002/03</b>	<b>2003/04</b>	<b>2004/05</b>	<b>2005/06</b>
Việt nam	12.600	11.120	14.500	14.050	11.310
Braxin	10.000	11.840	10.700	8.900	12.340
Indonesia	5.400	4.920	5.580	6.250	6.950
Bờ biển Ngà	4.666	2.520	2.300	2.200	2.600
Ấn Độ	3.166,67	2.890	2.810	2.920	3.000
Uganda	2.890	2.450	2.170	2.300	1.700
Cameroon	1.000	780	920	850	620
Thái Lan	870	910	990	920	1.040
Tám nước hàng đầu	<b>40.592,67</b>	<b>37.430</b>	<b>39.970</b>	<b>38.390</b>	<b>39.560</b>
Các nước khác	4.577,5	2.780	2.760	2.930	3.120
<b>Tổng cộng</b>	<b>45.170,17</b>	<b>40.210</b>	<b>42.730</b>	<b>41.320</b>	<b>42.680</b>
<b>%Viet R./World R.</b>	<b>27,89%</b>	<b>27,65%</b>	<b>33,93%</b>	<b>34,00%</b>	<b>26,50%</b>

(Nguồn: F.O. Licht 2001-2005 và NKF Statical Unit 22/9/04 và NKG Statical Unit 03 Feb 2006 và NKG Statical Unit Sep 2006)

Vị thế của cà phê Robusta dần dần chiếm ưu thế trên thị trường, đặc biệt là cà phê Robusta Việt Nam có hương vị đặc trưng rất được châu Âu ưa chuộng.

### 1.1.2. Tình hình xuất nhập khẩu cà phê trên thế giới

Nhu cầu tiêu thụ cà phê của thế giới ngày càng gia tăng, hoạt động mua bán rất nhộn nhịp trên các thị trường

#### **BẢNG 1.4: TIÊU THỤ CÀ PHÊ TRÊN THẾ GIỚI**

ĐVT: 1.000 bao cà phê nhân (60 kg/bao)

<b>Nước tiêu thụ</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
Tây Âu	36.409	36.132	35.981	36.308	36.052	36.137
Đông Âu	8.241	8.760	9.256	9.659	10.035	10.734
Bắc/Trung Mỹ	25.197	25.467	26.108	27.177	27.340	27.653
Nam Mỹ	16.993	17.144	17.333	18.339	19.369	20.061
Châu Phi	2.745	2.841	2.917	2.914	2.952	3.048
Trung Đông	6.616	6.900	7.222	7.679	7.906	8.104
Châu Á TBD	14.266	14.868	15.485	16.331	17.031	17.679
<b>Tổng cộng</b>	<b>110.467</b>	<b>112.112</b>	<b>114.302</b>	<b>118.407</b>	<b>120.685</b>	<b>123.416</b>

(Nguồn: NKG Stastical Unit 03 Feb 2006)

Với số liệu trên, rõ ràng nhu cầu tiêu thụ cà phê thế giới ngày càng tăng

#### **BẢNG 1.5: LƯỢNG NHẬP KHẨU CÀ PHÊ CỦA MỘT SỐ NƯỚC**

ĐVT: 1000 bao cà phê nhân (60 kg/bao)

<b>Nước nhập</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
U.S.A.	23.822	21.469	21.695	22.908	23.305	23.191
Đức	14.382	15.112	15.733	15.987	17.632	17.013
Nhật Bản	6.908	6.996	7.307	6.923	7.254	7.507
Italy	6.344	6.569	6.556	6.956	7.064	7.308
Pháp	6.643	6.877	7.055	6.816	6.135	6.013
Tây Ban Nha	3.820	4.126	4.088	4.212	4.249	4.433
Bỉ	3.759	3.365	4.030	3.981	4.123	4.424
Anh	3.096	3.105	3.023	3.081	3.434	3.490
Hà Lan	3.044	2.874	2.864	3.298	3.310	3.076
Ba Lan	2.593	2.732	2.661	2.778	2.872	2.916
Thụy Điển	1.359	1.447	1.481	1.450	1.513	1.699

Úc	1.301	1.495	1.497	1.405	1.616	1.674
Thụy Sĩ	1.171	1.258	1.228	1.334	1.248	1.641
Cộng hoà Séc	798	938	919	1.013	1.029	1.200
Phần Lan	1.068	1.089	1.080	1.111	1.159	1.160
Đan Mạch	1.024	1.107	1.083	1.010	1.135	1.035
Các nước khác	4.453	4.820	4.776	4.995	5.245	5.298
<b>Tổng cộng</b>	<b>85.585</b>	<b>85.378</b>	<b>87.077</b>	<b>89.259</b>	<b>92.325</b>	<b>93.077</b>

(Nguồn: ICO Statistics 2006)

### 1.1.3. Kinh nghiệm xuất khẩu cà phê ở một số nước

**Braxin** là một nước sản xuất cà phê lớn nhất thế giới, cung cấp một lượng cà phê lớn cho thị trường thế giới với hai chủng loại chính, đó là: Cà phê Arabica và cà phê Robusta. Đây là một nước thực sự đóng một vai trò quan trọng trên thị trường cà phê thế giới về sản lượng, chất lượng và có khả năng hạn chế sự giảm giá trên thị trường. Chất lượng cà phê Arabica của Braxin có hương vị đặc trưng, được rất nhiều người tiêu dùng ưa chuộng, đặc biệt là khu vực Bắc Mỹ như Mỹ, Canada rất thích uống loại cà phê này. Ngoài hương vị ngon, chất lượng cà phê nhân xuất khẩu rất ổn định do công nghệ thu hoạch và bảo quản rất tốt. Bên cạnh đó Nhà nước cũng có những chính sách rất tích cực trong việc giữ vững được giá cả trên thị trường, bằng chứng cho thấy giá cà phê trên thế giới giảm, nhưng tốc độ giảm giá ở thị trường London rất mạnh và nhanh, trong khi đó giá cà phê trên thị trường New York giảm ở mức độ thấp hơn. Braxin có những chính sách hỗ trợ giá cho nông dân bằng cách Nhà nước có những kế hoạch dự trữ hợp lý, tổ chức những cuộc đấu thầu mua cà phê với mức giá sàn, hạn chế được những rủi ro về sự giảm giá cho người nông dân vào thời điểm thu hoạch rộ.

**Colombia** là một nước sản xuất và xuất khẩu cà phê đứng thứ ba trên thế giới (sau Braxin và Việt Nam), cũng có những chính sách xuất khẩu rất hiệu quả, cà phê nhân cung cấp ra thị trường có chất lượng cao. Do công nghệ thu hoạch và chế biến tốt. Hầu hết sản lượng cà phê nhân xuất khẩu đều được chế biến bằng công nghệ chế biến ướt nên sản phẩm có giá trị cao, chất lượng ổn định tạo được nhiều trị giá gia tăng trong sản phẩm



## **1.2 TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VIỆT NAM:**

### **1.2.1 Sự hình thành và phát triển ngành cà phê Việt Nam:**

Có thể phân chia quá trình hình thành và phát triển của ngành cà phê Việt Nam thành các giai đoạn chính sau đây:

#### **❖ *Giai đoạn trước năm 1975***

Ngành cà phê Việt Nam có lịch sử muộn hơn rất nhiều so với ngành gạo vốn là cây nông nghiệp truyền thống lâu đời của Việt Nam. Cây cà phê theo chân người Pháp vào năm 1870 (có tài liệu cho rằng cây cà phê được nhà truyền đạo công giáo đưa vào Việt Nam từ năm 1857). Thời gian đầu, cây cà phê được phát triển ở các đồn điền của Pháp với diện tích rất nhỏ. Đến năm 1930, cả nước có khoảng 5.900 ha cà phê. Năm 1966, miền Bắc có khoảng 13.000 ha tập trung ở các nông trường quốc doanh nhưng từ đó cho đến trước năm 1975, các nông trường cà phê ở miền Bắc bị chặt phá và hầu như không phát triển.

#### **❖ *Giai đoạn sau năm 1975***

Từ sau năm 1975, đất nước thống nhất, dựa vào nguồn vốn tự có và sự viện trợ của các nước Đông Âu, diện tích cà phê tăng mạnh và tập trung ở các tỉnh Tây Nguyên. Năm 1980, cả nước có 10.800 ha sản xuất cà phê (diện tích trồng cà phê là 22.500 ha, trong đó có những diện tích trồng thực nhưng không cho năng suất), năm 1984 là 19.100 ha, năm 1986 là 26.500 ha, đến năm 1990 đạt 92.300 ha. Tính trung bình từ năm 1980 đến năm 1990, tốc độ tăng trưởng diện tích sản xuất cà phê là khoảng 28%/năm. Trong giai đoạn này, năng suất cà phê đạt trung bình 0,81 tấn/ha, tốc độ tăng trung bình khoảng 6,5%/năm.

Giai đoạn này đánh dấu bởi sự phát triển mạnh của kinh tế hộ gia đình do chính sách đổi mới kinh tế thực hiện từ năm 1986, Nhà nước hỗ trợ tiền thuê đất, tiền giống và hỗ trợ tín dụng đã làm cho diện tích cà phê tăng mạnh ở các vùng Đắc Lắc, Lâm Đồng và các khu vực khác mới được khai hoang, mở đất. Người dân đến các “vùng kinh tế mới” thực chất là đến các vùng dân tộc thiểu số, tự khai hoang mở đất không có giới hạn hoặc được chia đất và được Nhà nước thừa nhận. Thêm vào đó, giai đoạn này, giá cà phê trên thế giới tăng mạnh đã khiến cho người dân

tập trung hơn vào chăm sóc, phát triển thêm diện tích cà phê nhằm tăng thu nhập, nâng cao đời sống của mình. Nhà nước cũng đạt được nhiều lợi ích từ hoạt động sản xuất cà phê của nông dân thông qua các lợi ích mà các doanh nghiệp Nhà nước xuất khẩu cà phê đem lại.

*Thời kỳ 1990-1999:* diện tích sản xuất, năng suất, sản lượng và số lượng xuất khẩu đều tăng mạnh do nhu cầu cà phê trên thế giới tăng, trong khi nguồn cung bị hạn chế đã đẩy giá cà phê trên thị trường thế giới tăng cao. Điều đó khiến cho diện tích sản xuất cà phê tăng mạnh, trung bình mỗi năm tăng 19%. Diện tích sản xuất cà phê năm 1999 tăng gấp 4 lần so với năm 1991 và gấp 49 lần so với năm 1980. Năng suất giai đoạn này cũng tăng trung bình 8,3%/năm và đạt trung bình khoảng 1,65 tấn/ha, tăng gấp đôi so với giai đoạn từ 1980 đến 1990. Năm 1995 được xem là thời hoàng kim của cà phê Việt Nam, nông dân trồng cà phê chỉ cần bán 1 kg cà phê là đã đủ tiền mua lại được hơn một yến gạo, và cà phê được ví là “vàng đen”.

*Thời kỳ 2000-2003:* ngành cà phê thế giới rơi vào giai đoạn khủng hoảng thừa. Giá cà phê thế giới giảm xuống mức kỷ lục vào năm 2001, thấp nhất trong vòng 40 năm trở lại đây. Giá cà phê giảm đã đẩy cuộc sống của người dân đối mặt với cảnh nghèo, nợ nần. Người dân buộc phải chặt cây cà phê để thay thế bằng cây khác hoặc bỏ mặc diện tích cà phê không chăm sóc, dẫn đến diện tích sản xuất cà phê giảm đến 65.000 ha từ năm 2001 đến năm 2003, sản lượng giảm khoảng 80.000 tấn. Trước những tác động tiêu cực của cuộc khủng hoảng, Nhà nước áp dụng chính sách trợ cấp xuất khẩu tối đa 2% giá trị tăng trưởng xuất khẩu của năm trước. Khi giá cà phê giảm xuống, đời sống nhân dân bị ảnh hưởng, Ủy ban nhân dân địa phương có cây cà phê đã chỉ đạo hạn chế cung cấp các dịch vụ khuyến nông dành riêng cho cây cà phê và đa dạng hóa các sản phẩm nông sản khác, đa dạng sản phẩm ngay trong chính ngành cà phê với mục tiêu tăng diện tích, sản lượng cà phê chè.

*Thời kỳ phục hồi:* Giá cà phê năm 2004 vẫn ở mức thấp nhưng đã tăng lên nhiều so với năm 2001. Chỉ đến năm 2005, 2006, giá cà phê đã tăng trở lại và ở mức cao nhất trong vòng hơn 10 năm trở lại đây. Giá cà phê trung bình năm 2006 là từ 1.183 - 1.228 USD/tấn.

## 1.2.2 Thực trạng phát triển cà phê Việt Nam

### 1.2.2.1 Tình hình sản xuất cà phê Việt Nam

#### ❖ *Diện tích gieo trồng và sản lượng:*

Ngành cà phê đã có những bước phát triển vượt bậc nhanh chóng, khoảng nửa triệu ha cà phê được trồng trong 15 năm và cho sản lượng hàng năm trên 700.000 tấn kể từ niên vụ 1999/2000, Việt Nam đã trở thành nước sản xuất cà phê thứ hai trên thế giới và đứng nhất về xuất khẩu cà phê Robusta. Điều kiện khí hậu và địa lý Việt Nam rất thích hợp với việc phát triển cà phê. Phía Nam thuộc khí hậu nhiệt đới nóng ẩm thích hợp với cà phê Robusta. Khí hậu phía Bắc có mùa đông lạnh và có mưa phùn thích hợp với cà phê Arabica.

**BẢNG 1.6: DIỆN TÍCH, SẢN LƯỢNG CÀ PHÊ TẠI VIỆT NAM**

Niên vụ	Diện tích (ha)	Tổng sản lượng (tấn)
2000/2001	533.000	900.000
2001/2002	485.000	700.000
2002/2003	450.000	680.000
2003/2004	470.000	948.000
2004/2005	465.000	831.000
2005/2006	489.000	780.000

(Nguồn: VICOFA năm 2005, 2006)

Từ bảng số liệu số 1.6, ta thấy những năm từ 2001-2003, diện tích gieo trồng, sản lượng giảm. Niên vụ 2001/2002 diện tích trồng giảm 9% so với niên vụ 2000/2001, niên vụ 2002/2003 tiếp tục giảm 15,5% so với niên vụ 2000/2001, niên vụ 2003/2004 diện tích sản lượng tăng so với niên vụ 2002/2003. Sự tăng giảm diện tích sản lượng liên tục trong các năm qua cũng là vấn đề tất yếu giữa mối quan hệ cung - cầu và giá cả. Đến vụ mùa 2005/2006, do ảnh hưởng của thời tiết xấu nên sản lượng chỉ đạt 780.000 tấn, giảm hơn 6% so với vụ mùa trước.

#### ❖ *Giống, năng suất*

Việt Nam trồng hai loại cà phê chính là cà phê vối (Robusta) và cà phê chè (Arabica) nhưng chủ yếu là cà phê vối. với 90% sản lượng và tỷ lệ xuất khẩu lên đến 97%.

Cà phê vối (Robusta) Việt Nam có nguồn gốc từ châu Phi, được trồng ở Việt Nam chủ yếu là vùng Tây Nguyên (Daklak, Gia Lai, Lâm Đồng) và Đồng Nai. Chất lượng cà phê Robusta có hương vị riêng so với các nước khác trên thế giới.

Diện tích cà phê chè (Arabica) tăng lên do giá của cà phê chè tăng có sản lượng rất thấp (xấp xỉ 5%), được trồng tập trung ở các khu vực từ miền Bắc Trung bộ (Cao Bằng, Lạng Sơn) có khí hậu và ở độ cao thích hợp cho năng suất và chất lượng tốt. Hiện nay, ở khu vực Tỉnh Bình Phước và Lâm Đồng đã trồng được Arabica nhưng số lượng còn rất ít.

Năng suất thu hoạch dao động khoảng 1,5-2,0 tấn/ha. Tuy nhiên, có sự chênh lệch năng suất giữa các vùng tương đối lớn: vùng cho năng suất cao đạt đến mức 4 tấn/ha, trong khi có vùng cho năng suất thấp khoảng 1-1,5 tấn/ha.

❖ ***Trồng trọt, thu hoạch***

Trồng trọt, thu hoạch chỉ dựa vào thủ công và bằng công sức của người lao động. Thu hái là khâu đầu tiên của công đoạn sau thu hoạch, đòi hỏi nhiều lao động, tình trạng thu hoạch kiểu tuốt cành là phổ biến. Đến công đoạn phơi, phơi cả quả nhưng không đủ diện tích, phơi dày, ủ đống, không phơi ngay, phơi trên sân đất làm cho cà phê khô không đều, dễ bị mốc, nhiều tạp chất. Hầu hết cà phê Robusta đều được áp dụng theo phương pháp cổ truyền: phơi khô, xát vỏ nên màu sắc không đẹp, nhiều hạt bị dập, vỡ... nên chất lượng cà phê đã kém lại càng kém.

Ngành cà phê Việt Nam có tốc độ phát triển nhanh chóng vượt bậc, trong khi đó công nghệ sau thu hoạch không đáp ứng kịp, gây nên những tổn thất rất nặng nề.

❖ ***Chế biến và bảo quản cà phê:***

Hiện nay ngành cà phê đang sử dụng hai phương pháp chính để chế biến cà phê nhân là “phương pháp chế biến khô” và “phương pháp chế biến ướt”.

- *Chế biến theo phương pháp khô:* là làm khô cả quả cà phê cho đến khi nhân cà phê bên trong cũng khô và có thể dùng máy xay xát loại bỏ tất cả các loại vỏ ra. Phương pháp này thường dùng đối với cà phê Robusta (tỷ lệ vỏ, thịt quả khoảng 45% trọng lượng quả) trồng nhiều ở Tây Nguyên và Đông Nam Bộ.

- *Chế biến theo phương pháp ướt*: gồm các công đoạn: xát bỏ vỏ thịt của quả; lên men loại bỏ nhớt; rửa sạch; phơi hoặc sấy khô thành cà phê “thóc”; xát (loại vỏ trấu); đánh bóng (loại bỏ vỏ lụa); phân loại; nhân cà phê khô.

Ngoài ra còn có *phương pháp chế biến nửa ướt* (bán ướt) là phương pháp chế biến ướt nhưng sử dụng biện pháp cơ học để loại bỏ lớp nhớt chứ không dùng cách lên men. Phương pháp chế biến ướt và bán ướt thường dùng đối với cà phê Arabica (tỷ lệ vỏ, thịt quả chiếm tới 62-63% trọng lượng quả) trồng thích hợp ở khu vực phía bắc, từ đèo Hải Vân trở ra.

Ở Việt Nam hiện nay chủ yếu vẫn chế biến cà phê nhân theo phương pháp khô. Các doanh nghiệp, nông trường đã đầu tư vào các dây chuyền chế biến cà phê nhập từ Braxin, hoặc mua của các doanh nghiệp cơ khí lắp ráp theo công nghệ của các nước. Tuy nhiên, chưa có mức độ thống kê về trình độ công nghệ của các loại thiết bị này. Mặc dù vậy, chất lượng chế biến của các nông trường tập trung và các doanh nghiệp đã khá đều so với thời gian trước, giảm dần khoảng cách so với yêu cầu thực tế sản xuất như trước kia. Hiện nay, theo ước lượng, khả năng chế biến công nghiệp đáp ứng được từ 300.000 đến 350.000 tấn cà phê xuất khẩu, còn lại là các cơ sở chế biến lẻ, nông dân tự chế biến bằng các phương pháp thủ công.

Khu vực cà phê hộ gia đình (chiếm 80%) hầu hết sử dụng các máy xát nhỏ lẻ, chấp vá, không đồng bộ, cũng là một trong những nguyên nhân dẫn đến tình trạng chất lượng không ổn định của cà phê Việt nam.

Trên thực tế, khâu bảo quản cà phê còn nhiều hạn chế, nguyên nhân thứ nhất là do nguồn lực tài chính eo hẹp nên các hộ sản xuất không thể đầu tư xây dựng kho đủ điều kiện lưu trữ đảm bảo chất lượng hàng và chưa đủ năng lực đáp ứng hết nhu cầu cần thiết cho sản lượng dồi dào, nguyên nhân nữa là người dân cũng chưa ý thức được tầm quan trọng của quá trình bảo quản ảnh hưởng đến chất lượng hàng xuất khẩu.

Công nghệ sau thu hái, thiết bị chế biến và kho tàng bảo quản sản phẩm chưa đáp ứng được sự gia tăng về sản lượng, nên chất lượng cà phê Việt Nam không ổn định.

### 1.2.2.2. Tình hình xuất khẩu cà phê VN

❖ Sản lượng, kim ngạch cà phê xuất khẩu:

**BẢNG 1.7: KIM NGẠCH XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA VIỆT NAM THEO NĂM**

Năm	Khối lượng (tấn)		Kim ngạch (USD)	
	Theo Hải quan	Theo C/O	Theo Hải quan	Theo C/O
2000	733.935	694.860	501.000.000	459.124.717
2001	931.198	844.791	391.000.000	338.139.680
2002	718.575	702.141	322.310.320	300.391.476
2003	749.240	695.459	504.000.000	447.618.696
2004	974.000	889.705	641.000.000	576.087.360
2005	892.363	803.647	735.000.000	634.230.772
2006	912.553	748.594	1.121.131.797	873.180.044

(Nguồn: Tổng cục thống kê Việt Nam, 2006)

**BẢNG 1.8: KIM NGẠCH XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VIỆT NAM THEO NIÊN VỤ**

Niên vụ	Sản lượng (Tấn)	Kim ngạch (1.000 USD)	Đơn giá bình quân (USD/Tấn)
2000/2001	670.381	381.907	436,8
2001/2002	713.753	263.269	368,8
2002/2003	691.421	428.633	619,9
2003/2004	867.987	562.022	647,5
2004/2005	837.118	611.933	731
2005/2006	785.146	837.771	1.067

(Nguồn: VICOFA, 2007)

So sánh kim ngạch xuất khẩu cà phê những niên vụ qua, cho thấy niên vụ 2001/2002 sản lượng có tăng so với niên vụ trước, song kim ngạch giảm nghiêm trọng do ảnh hưởng trực tiếp của cuộc khủng hoảng về giá cà phê. Đến niên vụ 2002/2003, giá cả có dấu hiệu phục hồi nhưng vẫn ở mức thấp. Đến niên vụ

2003/2004, sản lượng xuất khẩu đã tăng trở lại đến 867.987 tấn, tăng 25,5% so với niên vụ trước, nhưng do giá vẫn chưa tăng cao nên kim ngạch chỉ đạt 562.022 USD. Chỉ đến niên vụ 2005/2006, mặc dù sản lượng xuất khẩu có giảm khoảng 6,2% do mất mùa nhưng do giá tăng đã làm tăng đáng kể kim ngạch xuất khẩu. Nếu tính trọn cả năm 2006, chúng ta xuất khẩu được 912 nghìn tấn, kim ngạch đạt 1,12 triệu USD, giá bình quân lên đến 1.228 USD/Tấn.

Theo dự báo thì giá cà phê sẽ tiếp tục duy trì ở mức cao trong thời gian tới. Do đó, sản lượng xuất khẩu cà phê Việt Nam năm 2007 sẽ đạt trên 910.000 tấn với kim ngạch dự kiến đạt 1,2 triệu USD.

❖ ***Chất lượng cà phê xuất khẩu :***

Tuy hương vị đặc biệt nhưng chất lượng cà phê không ổn định do khâu thu hái, chế biến và bảo quản còn nhiều hạn chế nên chưa đáp ứng được nhu cầu của sản xuất và xuất khẩu.

Cũng do chạy theo số lượng, bán hàng thô là chính, cà phê Robusta xuất khẩu của Việt Nam đứng thứ 2 thế giới về số lượng, nhưng lại đứng thứ 5 về kim ngạch. Năm 2006, tăng trưởng về kim ngạch chủ yếu nhờ giá cà phê thế giới tăng cao, còn sự gia tăng về chất lượng mang lại rất ít, thậm chí ngược lại Hàng năm, lượng cà phê kém chất lượng (dưới loại 3, 4) của nước ta bị loại bỏ ở thị trường LIFFE chiếm tỷ trọng cao trên thế giới. Cụ thể, trong niên vụ cà phê 2005-2006 vừa qua, tại cảng Antwerp, Vương quốc Bỉ, đã có hơn 600.000 bao cà phê Việt Nam bị loại thải, chiếm 72% lô hàng xuất khẩu của Việt Nam và chiếm trên một nửa tổng số cà phê bị loại. Cùng lúc đó, ở 10 cảng khác của châu Âu cũng đã có tới trên 1 triệu bao trong số 1,4 triệu bao cà phê xuất khẩu của Việt Nam cũng bị loại. Hình ảnh hạt cà phê Việt Nam đang bị xấu đi trong con mắt nhìn nhận của thế giới.

Theo các chuyên gia, có nhiều nguyên nhân của tình trạng trên nhưng nguyên nhân trực tiếp là do giá cả tăng cao, nhiều hộ nông dân thu hoạch sớm, thậm chí cả cà phê xanh, đồng thời trong niên vụ 2005/2006, bệnh rỉ sắt, ve sầu xâm hại kèm theo bão lũ đã khiến cho chất lượng cà phê bị giảm sút.

Mặc dù Việt Nam đã ban hành tiêu chuẩn TCVN 4193:2005 nhưng hiện nay, các nhà xuất khẩu cà phê vẫn thực hiện phân loại và mua bán cà phê theo tiêu chuẩn cũ TCVN 4193: 93. Tiêu chuẩn này không xếp hạng theo số lỗi trong cà phê mà chỉ đánh giá theo ba chỉ tiêu sơ đẳng là hàm lượng ẩm, tỉ lệ hạt vỡ và tạp chất. Tiêu chuẩn mới TCVN 4193:2005 vẫn chưa được áp dụng, và do đó tới nay cà phê vẫn là loại hàng hoá chưa bị bắt buộc kiểm tra chất lượng trước khi thông quan, và thực tế cũng không có bất cứ sự giám sát nào về chất lượng của cà phê xuất khẩu. Điều này rất khác so với các nước xuất khẩu cà phê lớn như Braxin, họ có một cơ quan chuyên môn trong việc giám sát chất lượng cà phê.

Tiêu chuẩn cà phê Việt Nam xuất khẩu khác biệt rất lớn với tiêu chuẩn cà phê quốc tế, nhất là về tiêu chuẩn thử nếm do có nhiều mùi lạ như mùi đất, mùi vỏ quả, mùi khói... còn lẫn trong cà phê và các nhà xuất khẩu Việt Nam thường không chú trọng đảm bảo độ đồng nhất về quy cách chất lượng ngay trong từng lô cà phê xuất khẩu. Hơn nữa, việc đầu tư cơ sở hạ tầng nông thôn chưa tương xứng, điều kiện sản xuất, chế biến của ta còn phụ thuộc nhiều vào yếu tố thời tiết; sự phát triển mất cân đối giữa sản xuất và chế biến cùng sự kém hiểu biết của nông dân khi thu hoạch, chế biến và bảo quản cà phê trong điều kiện hiện nay hơn 80% diện tích cà phê do các hộ gia đình nông dân quản lý. Điều này càng làm cho chất lượng cà phê xuất khẩu của ta bị đánh giá là thấp.

Ngoài ra, hệ thống kiểm tra, giám sát tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm còn yếu kém và lạc hậu. Các nước có mức tiêu thụ lớn rất coi trọng vấn đề kiểm tra và giám sát chất lượng, xuất xứ và thương hiệu của hàng hoá, trong khi ở Việt Nam nói chung hoạt động này chưa được chú trọng đối với ngành cà phê từ khâu sản xuất đến xuất khẩu. Điều này cũng là một trong những nguyên nhân làm cho chất lượng cà phê của Việt Nam không được đánh giá cao trên thị trường thế giới.

❖ ***Giá cà phê xuất khẩu:***

Giá cà phê mà doanh nghiệp Việt Nam ký hợp đồng bán cho nhà nhập khẩu luôn thấp hơn giá giao dịch tại thị trường kỳ hạn London khoảng 100 USD/tấn, thậm chí có thời điểm mức chênh lệch lên đến 300 USD/tấn. Nhà nhập khẩu nước



ngoài lấy giá giao dịch trên thị trường kỳ hạn London trừ đi mức chênh lệch này hình thành nên giá xuất khẩu của cà phê Việt Nam (gọi là “trừ lùi”). Trước đây, mức trừ lùi này khá lớn, nhưng dần dần đã được thu hẹp, thậm chí có thời điểm mức trừ lùi bằng 0, tức là giá xuất khẩu của Việt Nam bằng với giá trên thị trường London do tình hình khan hiếm cà phê Robusta của Việt Nam cung cấp ra thị trường thế giới nên các nhà nhập khẩu đổ xô đi mua, đẩy giá cà phê của Việt Nam bán theo giá FOB tại cảng Tp Hồ Chí Minh lên bằng với giá trên thị trường LIFFE. Mức trừ lùi hiện nay các nhà xuất khẩu Việt Nam đang bán là khoảng 50-60USD/tấn.

Từ bảng 1.8, ta thấy giá cà phê đã giảm mạnh từ năm 2000 đến năm 2002 là do nguyên nhân khách quan giá cà phê thế giới giảm thấp do lượng cà phê cung lớn hơn cầu. Tại thời điểm tháng 6 năm 2001 chỉ còn bằng 39% so với giá của năm 1999, 67% giá trung bình năm 2000 và tiếp tục giảm trong năm 2002 chỉ còn gần 370 USD một tấn cà phê xuất khẩu, xuống thấp nhất trong vòng 10 niên vụ trở lại đây. Điều này đã làm cho các hộ nông dân, doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu cà phê của nước ta bị ảnh hưởng nặng nề và kinh doanh thua lỗ lớn. Giá cà phê giảm mạnh và liên tục trong những năm đó đã làm cho kim ngạch xuất khẩu của ngành cà phê giảm sút nghiêm trọng, không chỉ ảnh hưởng đến nguồn thu ngoại tệ quốc gia, mà nó còn mang đến những khó khăn cho người lao động trong ngành cà phê. Hàng nghìn hộ nông dân phải phá huỷ hàng trăm hecta cà phê đang thu hoạch để trồng cây khác có lợi hơn. Năm 2001, với chi phí chăm sóc lớn gấp đôi số tiền bán sản phẩm, bình quân mỗi hecta cà phê, người nông dân lỗ từ 5 - 7 triệu đồng.

Giá cà phê chỉ được coi là thật sự phục hồi vào niên vụ 2005/2006. Bước sang những tháng đầu năm 2006, giá cà phê xuất khẩu liên tục tăng cao từ 1.169 USD/tấn lên 1.570USD/tấn, giá cà phê xuất khẩu bình quân trong 6 tháng đầu năm 2006 đạt 1.142 USD/tấn. Cá biệt vào những tháng 9, tháng 10 năm 2006 giá cà phê Robusta trên thị trường London tăng đột biến, mức giá cao nhất trên thị trường London vượt qua mức 2.067 USD/tấn. Mức giá xuất khẩu bình quân trong nước những tháng cuối vụ 2005/2006 là khoảng 1.286 USD/tấn. Với mức giá xuất khẩu

này, người trồng cà phê có thể bán được với giá từ 20.000-21.000đồng/kg. Điều này đã giúp cho nhiều hộ nông dân có thu nhập khá trở lại sau nhiều năm cầm cự tiếp tục duy trì vườn cà phê.

❖ **Thị trường tiêu thụ – khách hàng:**

So với các nước sản xuất khác thì thị trường tiêu thụ của Việt Nam khá đặc biệt, lượng tiêu thụ nội địa rất thấp chưa đến 5 % sản lượng thu hoạch được, chủ yếu dành cho xuất khẩu hơn 90%, trong khi ở các nước lượng tiêu thụ nội địa khá lớn chiếm hơn 15%. Các thị trường xuất khẩu lớn cho cà phê Việt Nam: Đức, Mỹ, Italia, Anh, Tây Ban Nha, Bỉ, Nhật Bản và Thụy Sĩ.

**BẢNG 1.9: THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA VIỆT NAM**

<b>TT</b>	<b>Tên nước</b>	<b>Vụ 2000/01</b>	<b>Vụ 2001/02</b>	<b>Vụ 2002/03</b>	<b>Vụ 2003/04</b>	<b>Vụ 2004/05</b>
1	Đức	134.321	112.739	106.059	164.625	112.416
2	Hoa Kỳ	137.501	89.288	83.991	108.069	123.448
3	Tây Ban Nha	73.852	59.777	59.794	81.876	63.803
4	Bỉ	138.603	51.170	60.161	78.624	35.639
5	Ý	62.559	56.263	51.641	61.916	70.416
6	Ba Lan	38.155	47.500	57.179	60.377	12.399
7	Anh	30.153	25.799	23.890	39.961	50.700
8	Pháp	45.998	33.956	38.754	36.197	30.699
9	Hàn Quốc	26.288	26.162	35.310	34.023	24.572
10	Nhật Bản	26.905	29.517	19.640	25.164	31.712
11	Úc	14.940	16.594	16.878	15.493	16.201
12	Hà Lan	15.040	18.805	12.022	14.973	18.799
<b>Cộng (tấn)</b>		<b>744.315</b>	<b>567.570</b>	<b>565.319</b>	<b>721.298</b>	<b>590.803</b>
% so với tổng lượng xuất khẩu		85,1	79,5	81,8	83,1	70,6

(Nguồn: VICOFA năm 2007)

Cà phê Việt Nam có hương vị riêng rất được thế giới ưa chuộng. Việt Nam xuất khẩu cà phê sang rất nhiều nước trên thế giới, trong đó, một số thị trường lớn và gần như là truyền thống qua nhiều năm với sản lượng tiêu thụ lớn, luôn chiếm khoảng 70-80% thị phần xuất khẩu của Việt Nam (thể hiện trong bảng 7).

Trong niên vụ 2005/2006, cà phê Việt Nam đã được xuất khẩu sang 71 quốc gia và vùng lãnh thổ.

**BẢNG 1.10: THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA VIỆT NAM NIÊN VỤ 2005/2006**

STT	THỊ TRƯỜNG	VỤ 2005/2006		
		Lượng (tấn)	Trị giá (ngàn USD)	Thị phần (%)
1	Đức	114.383	123.556	14,57
2	Tây Ban Nha	88.527	95.979	11,28
3	Hoa Kỳ	87.932	86.830	11,20
4	Ý	56.123	62.641	7,15
5	Ba Lan	40.496	45.027	5,16
6	Hàn Quốc	38.491	41.282	4,90
7	Nhật Bản	31.133	36.638	3,97
8	Anh	25.866	26.627	3,29
9	Bỉ	21.668	24.141	2,76
10	Pháp	18.720	20.249	2,38
	<b>10 nước đứng đầu</b>	<b>523.339</b>	<b>562.970</b>	<b>66,65</b>
	Các nước khác	261.807	274.801	33,35
	<b>Tổng</b>	<b>785.146</b>	<b>837.771</b>	<b>100</b>

(Nguồn: VICOFA năm 2007)

Thị trường xuất khẩu cà phê của Việt Nam ngày càng được mở rộng. Đặc biệt là một số nước sản xuất cà phê ở châu Mỹ la tinh cũng mua cà phê của Việt

Nam như: Ecuador: 18.492 tấn, Mexico: 15.566 tấn, Nicaragua: 2.323 tấn... Nước nhập khẩu lớn nhất là Đức: 114.383 tấn, sau đó đến Tây Ban Nha: 88.527 tấn, Mỹ: 87.932 tấn. Tiếp theo là Ý, Ba Lan, Hàn Quốc, Nhật Bản, Anh, Bỉ và Pháp. Đó là 10 nước hàng đầu nhập khẩu cà phê của nước ta trong vụ 2005/2006..

❖ *Mối quan hệ hợp tác trong sản xuất, xuất khẩu cà phê*

Hơn mười năm qua, tham gia vào thị trường cà phê thế giới, các doanh nghiệp của Việt Nam mặc dù chưa có nhiều kinh nghiệm, nhưng đã nỗ lực rất nhiều và đã mở rộng được thị trường xuất khẩu cà phê. Chất lượng cà phê Việt Nam chưa thực sự ổn định nhưng các nhà sản xuất chế biến đã có nhiều cố gắng để nâng cao chất lượng hàng hóa và dần tạo được sự tin nhiệm của các nhà buôn, nhà rang xay cà phê nước ngoài. Hiệp hội Cà phê cacao Việt Nam (VICOFA) đã được thành lập cùng với sự phát triển của ngành hàng đã tạo những diễn đàn cho các doanh nghiệp cùng ngồi lại với nhau trao đổi thông tin, nhận định tình hình thị trường và kinh nghiệm trong kinh doanh. Đồng thời VICOFA trong vai trò đại diện cho các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu cà phê Việt Nam đã có nhiều đóng góp tích cực cho Chính phủ trong công tác xây dựng và phát triển ngành cà phê.

Ngoài ra, các nhà nhập khẩu cà phê hay còn gọi là các nhà buôn trung gian có vai trò rất quan trọng trên thị trường cà phê thế giới, họ là cầu kết nối giữa nhà xuất khẩu cà phê nội địa và các hãng rang xay. Hầu hết các hãng rang xay cà phê trên thế giới không thực hiện hợp đồng trực tiếp với các nhà xuất khẩu ở các nước sản xuất bởi vì họ cần mua hàng với số lượng lớn và dài hạn cho kế hoạch sản xuất ổn định ở các nhà máy, thường mỗi hợp đồng có thời hạn giao hàng suốt năm. Các nhà xuất khẩu cà phê Việt Nam không có đủ năng lực để thực hiện, một phần do hạn chế về tài chính, một phần là do giá cả cà phê giao động rất mạnh, các nhà xuất khẩu cà phê Việt Nam không thể quản lý được tất cả các rủi ro khi thực hiện các hợp đồng lớn. Chính các nhà buôn nước ngoài đã thực hiện tốt vai trò cầu nối trung gian của họ trong thị trường cà phê thế giới.

Bên cạnh đó, thực hiện quan hệ của Việt Nam với các nước trong khu vực để xây dựng một ngành cà phê Việt Nam phát triển bền vững. Trong 10 nước thuộc

Hiệp hội các nước Đông Nam Á (ASEAN), Việt Nam là nước đứng đầu về sản lượng cà phê, kế đó là Indonesia là nước sản xuất cà phê được thế giới biết đến và đánh giá cao. Trong các nước ASEAN có quy định về sự hợp tác với một số mặt hàng quan trọng trong đó có cà phê. Hàng năm người ta tổ chức các cuộc họp National Focal Point Working Group on Coffee và Việt Nam được cử làm Lead Country. Qua các cuộc họp này, các nước thoả thuận về việc chia sẻ kinh nghiệm, phối hợp với nhau trong sản xuất, xuất khẩu. Ở đây ngành cà phê Việt Nam cũng đã cố gắng đóng góp vào sự phát triển chung của ngành cà phê khu vực. Tổ chức này đã tiến hành 4 Hội nghị vào các năm 1998, 2000, 2003 và 2004 tại Việt Nam.

Ngoài ra Việt Nam cũng đã có thoả thuận với Indonesia trong một chương trình hợp tác về cà phê ký giữa Bộ trưởng Bộ Thương Mại hai nước. Hai bên sẽ đi đến thành lập một Ủy ban phối hợp để nghiên cứu việc điều hành sản xuất cà phê...

Ngành cà phê Việt Nam rất coi trọng việc đi tham quan học tập ở các nước sản xuất cà phê trong khu vực và thế giới như Indonesia, India, Ivory Cost, Kenya, Peru, Colombia và Brazil để tiếp thu được những bài học kinh nghiệm từ các nước, bổ sung cho những điểm còn yếu kém của mình để tiến bộ nhiều hơn.

#### ❖ *Chính sách nhà nước đối với phát triển ngành cà phê*

Cà phê là một mặt hàng nông sản có vai trò quan trọng mang lại kim ngạch xuất khẩu lớn cho Việt Nam, Chính Phủ vạch ra hướng đi và chiến lược phát triển ổn định cho ngành cà phê về sản lượng cũng như chất lượng sản phẩm.

#### *Trong quản lý các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê:*

Phải thừa nhận thời gian qua Nhà nước đã có nhiều biện pháp hỗ trợ tích cực cho ngành cà phê phát triển, đặc biệt là trong và sau giai đoạn khủng hoảng về giá. Tuy nhiên vẫn có một số mặt hạn chế, đặc biệt là chưa có một cơ chế quản lý các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê hiệu quả. Cả nước có khoảng 130 doanh nghiệp xuất khẩu cà phê, nhưng chỉ có khoảng 20 doanh nghiệp xuất khẩu hàng đầu chiếm sản lượng xuất khẩu hơn 80% mới thực sự có đủ năng lực công tác xuất khẩu cà phê, với quá nhiều doanh nghiệp xuất khẩu nhưng cơ chế quản lý chưa chặt chẽ đã tạo nên tình trạng tranh mua, tranh bán thiếu sự liên kết với nhau. giữa các doanh

nghiệp để rồi người được hưởng lợi là các khách hàng nước ngoài. Điều này làm cho hiệu quả kinh tế của xuất khẩu cà phê của cả nước bị giảm thấp. Vấn đề ở đây là cần thiết phải có sự chỉ đạo thống nhất, phải có sự quản lý và điều hành chặt chẽ để kết nối được các doanh nghiệp với nhau trong hoạt động xuất khẩu cà phê nhằm hạn chế tối đa sự cạnh tranh không cần thiết, tạo nên một sức mạnh tổng lực để phát triển ngành cà phê bền vững.

Từ năm 2001, Chính Phủ Việt Nam đã đưa ra nhiều biện pháp kể cả biện pháp tài chính huy động ngân sách nhà nước để giúp đỡ nông dân qua khỏi khó khăn như mua cà phê tạm trữ để nâng giá cho nông dân, miễn thuế nông nghiệp cho đất trồng cà phê, hoãn nợ và tiếp tục cho nông dân vay tiền để chăm sóc vườn cây hoặc trồng cây khác. Tuy nhiên, khả năng tài chính của đất nước có hạn nên cũng còn nhiều khó khăn.

***Trong quản lý giá cả, chính sách thu mua tạm trữ và hỗ trợ lãi suất vay tạm trữ:***

Nhà Nước đã có những nỗ lực đáng kể nhằm tác động cải thiện tình hình giá cà phê trong thời gian qua bằng cách hỗ trợ lãi suất, giãn nợ, khoan nợ, bù lỗ kinh doanh... để các doanh nghiệp thu mua cà phê tạm trữ, góp phần tiêu thụ hàng hoá trong dân. Nhưng xem ra trên thực tế chính sách này không phát huy tác dụng và còn nhiều bất cập nên sau khi hết thời gian tạm trữ và hỗ trợ vay, giá cà phê trên thị trường thế giới không lên mà còn thấp hơn nữa, nhưng các doanh nghiệp buộc lòng phải bán hàng ra, gây nên tổn thất nghiêm trọng trong kinh doanh, Nhà nước và các cơ quan quản lý chức năng chỉ mới xem xét hỗ trợ 70% số lỗ cho doanh nghiệp, làm cho nhiều doanh nghiệp gặp khó khăn khi thực thi nghiêm chỉnh chính sách này. Bên cạnh đó, việc khoan nợ, giãn nợ cho các hộ nông dân và doanh nghiệp kinh doanh cà phê trong thời hạn 3 năm từ năm 2001 đến năm 2004, trong khi giá cà phê năm 2004 chỉ mới nhích lên một chút và chỉ thực sự bắt đầu phục hồi vào cuối năm 2005, do đó, dư nợ ngân hàng trở thành mối lo lớn và nhiều doanh nghiệp đứng trước nguy cơ phá sản.

Ngoài ra, đôi khi chỉ vì một sự chậm trễ hay sự phối hợp không chặt chẽ giữa Chính phủ, các ban ngành và Hiệp hội ngành hàng mà chúng ta bỏ lỡ cơ hội lớn. Ví dụ như trong hội nghị cà phê toàn quốc tháng 6/2004, Hiệp hội cà phê cao Việt Nam (VICOFA) và Bộ Thương Mại đã nhất trí sáng kiến là sẽ đưa ra chương trình hỗ trợ: doanh nghiệp kinh doanh cà phê sẽ phối hợp với ngân hàng cho nông dân vay tiền để trữ cà phê tại kho của doanh nghiệp, đợi khi giá cao sẽ bán; thế nhưng cơ chế cho vay như thế nào chưa được các cơ quan quản lý quy định cụ thể nên trong niên vụ 2004/2005 chúng ta chưa thực hiện được. Chính vì thế mà chúng ta đã bỏ lỡ cơ hội để lại món lợi khá lớn cho người nông dân cũng như doanh nghiệp khi giá cà phê tăng mạnh vào niên vụ 2005/2006

## **CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU CÀ PHÊ TỈNH ĐỒNG NAI**

### **2.1 Thực trạng sản xuất cà phê Đồng Nai**

#### **2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển ngành cà phê Đồng Nai**

Đồng Nai là tỉnh nằm trong vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, không chỉ phát triển mạnh về công nghiệp và có nhiều khu công nghiệp trên địa bàn tỉnh mà ở vùng đất này còn phát triển về mặt nông nghiệp với những cây công nghiệp có giá trị kinh tế cao như tiêu đen, cao su và cà phê. Các sản phẩm nông nghiệp này đã mang đến một nguồn ngoại tệ tương đối cho nền kinh tế của tỉnh, đặc biệt là cây cà phê.

Cây cà phê bắt đầu phát triển mạnh ở Đồng Nai kể từ năm 1975. Do đặc điểm thổ nhưỡng và khí hậu nên Đồng Nai chỉ trồng được duy nhất chủng loại cà phê Robusta (cà phê vối) có những hương vị đặc trưng riêng của vùng miền Đông Nam Bộ. Ban đầu chỉ là những vườn cà phê nhỏ với diện tích khoảng vài ngàn mét vuông và tổng diện tích trồng cà phê cả tỉnh chưa đến 10 ha, nhưng kể từ năm 1990 giá cà phê thế giới tăng cao, cây cà phê đã trở thành cây “làm giàu“ cho người nông dân của Đồng Nai cũng như của các tỉnh Tây Nguyên và miền Đông Nam Bộ khác. Người nông dân ở Đồng Nai đã bắt đầu gia tăng diện tích gieo trồng cà phê và đầu tư chăm sóc cho vườn cây một cách tự phát, theo phong trào. Cùng với cả nước, đỉnh cao về sản xuất cà phê của Đồng Nai là ở thời điểm năm 2000, diện tích trồng cà phê khoảng 60.000 ha và sản lượng khoảng 100.000 tấn cà phê nhân. Từ năm 2000 giá cà phê trên thế giới giảm thê thảm, năm 2001 giá chỉ còn dưới 400 USD/T, có lúc chỉ còn 300 USD/T, kéo theo giá trong nước chỉ còn khoảng 3.500 - 3.800 đồng/kg (đầu vụ thu hoạch 2000/2001). Đồng Nai đã bỏ phế và chặt bỏ cả chục ngàn hecta. Đến năm 2003, Đồng Nai chỉ còn lại khoảng 30.000 ha cà phê, sản lượng còn lại dưới 50.000 tấn cà phê nhân. Hiện nay, diện tích cà phê toàn tỉnh chỉ còn khoảng 20.000 ha, với sản lượng khoảng 30.000 tấn.



**BẢNG 2.1: DIỆN TÍCH, SẢN LƯỢNG VÀ NĂNG SUẤT CÀ PHÊ TỈNH ĐỒNG NAI**

NĂM	DIỆN TÍCH		SẢN LƯỢNG		NĂNG SUẤT BQ	
	Số lượng (ha)	So với năm trước (%)	Số lượng (tấn)	So với năm trước (%)	Số lượng (tấn/ha)	So với năm trước (%)
<b>2001</b>	40.252	-	59.600	-	1,48	-
<b>2002</b>	31.069	77,09	34.820	58,42	1,12	75,69
<b>2003</b>	29.059	93,53	32.028	91,98	1,10	98,34
<b>2004</b>	25.471	87,65	28.517	89,04	1,12	101,58
<b>2005</b>	22.277	87,46	27.400	96,08	1,23	109,86
<b>2006</b>	20.816	93,04	27.959	102,04	1,34	109,20

(Nguồn: Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Tỉnh Đồng Nai, năm 2007)

### **2.1.2 Diện tích năng suất và sản lượng:**

#### **❖ Về diện tích:**

Năm 2000 diện tích trồng cà phê khoảng 60.000 ha, sau đó diện tích giảm dần, năm 2006 diện tích đạt 20.816 ha

#### **❖ Về năng suất:**

Năng suất dao động 1,34-1,48 tấn/ha, hầu như không gia tăng qua các năm, trong khi năng suất thu hoạch trung bình cả nước khoảng 2,1 tấn/ha.

#### **❖ Về sản lượng:**

Sản lượng tăng hay giảm phụ thuộc phần lớn vào diện tích gieo trồng. Cùng với sự tăng giảm diện tích cà phê, sản lượng cà phê của Tỉnh Đồng Nai qua các năm cũng có sự thay đổi. Năm 2001, Đồng Nai đạt gần 60.000 tấn cà phê với diện tích 40.252 hecta, nhưng qua các năm sau, sản lượng giảm dần cho đến năm 2006 vừa qua, sản lượng cà phê toàn tỉnh chỉ đạt 27.959 tấn, giảm một nửa so với sản lượng năm 2001. Sản lượng sụt giảm không chỉ vì giảm diện tích gieo trồng, mà còn do năng suất giảm

### **2.1.3 Thực trạng trồng trọt, thu hoạch, chế biến và bảo quản cà phê:**

#### **❖ Về trồng trọt:**

Chủ yếu là thủ công và bằng công sức của người lao động. Đến nay, còn khoảng trên 40% diện tích chưa được trang bị đầy đủ hệ thống tưới tiêu. Vào những mùa khô, cây cà phê có nguy cơ bị thiếu nước và người nông dân bị mất mùa, khả năng chặt bỏ cao.

#### **❖ Về thu hoạch:**

Giống như những vùng chuyên canh trồng cà phê ở các tỉnh khác trong cả nước, thực trạng thu hoạch, chế biến và bảo quản cà phê ở Đồng Nai cũng còn rất nhiều hạn chế, vẫn là:

Thu hái là khâu đầu tiên của công đoạn sau thu hoạch, tình trạng thu hoạch kiểu tuốt cành là phổ biến. Việc nông dân thu hái theo kiểu “tuốt sạch một lượt” hay còn gọi là thu hoạch xanh, vơ vặt một lúc cả quả xanh lẫn quả chín, quả nẫu lẫn quả khô làm ảnh hưởng trực tiếp đến khâu bảo quản, chế biến và làm giảm chất lượng cà phê, đã dẫn đến tình trạng có không dưới 15% quả xanh non lẫn vào. Chính vì có quá nhiều quả non nên khi đưa vào sơ chế thường có tỉ lệ sản phẩm thu hồi thấp. Cà phê hạt non chứa nhiều tanin dễ tạo nên vị chát đắng làm ảnh hưởng đến toàn bộ chất lượng sản phẩm.

Quả cà phê tươi sau khi được thu hái về chủ yếu được xử lý phân tán ở từng hộ nông dân qua con đường phơi khô trên cả sân xi măng lẫn sân đất., phơi cả quả nhưng phơi dày, ủ đống, không phơi ngay, phơi trên sân đất làm cho cà phê khô không đều, dễ bị mốc, nhiều tạp chất.

Sau khi phơi sấy xong, cà phê quả khô được đưa vào sơ chế tách vỏ hạt, tách tạp chất, phân loại kích cỡ hạt và đấu trộn theo các tiêu chuẩn của hợp đồng xuất khẩu.

#### **❖ Về chế biến**

Có hai phương pháp chủ yếu đó là: Chế biến theo phương pháp khô và chế biến theo phương pháp ướt

Do đặc điểm ở khu vực Đồng Nai các vườn cà phê đa số có diện tích nhỏ với sản lượng thu hoạch không lớn và thu hoạch không đồng bộ của các hộ nông dân nên không thể đáp ứng được yêu cầu của “công nghệ chế biến ướt”, đó là: cà phê phải thu hái quả chín trên 85% và được đưa vào ủ lên men chế biến trong vòng 36 giờ sau khi thu hái, và cần có số lượng quả tương đối lớn cho hệ thống dây chuyền hoạt động đạt hiệu quả sản xuất, cần có sự đầu tư lớn. Vì vậy, 100% lượng cà phê ở khu vực Đồng Nai đều được chế biến theo công nghệ “chế biến khô”. Đây có thể là một mặt hạn chế ảnh hưởng đến giá trị kinh tế và chất lượng sản phẩm của cà phê Đồng Nai. Vì thực tế sản phẩm cà phê theo công nghệ chế biến ướt được nhiều sự ưa chuộng của khách hàng hơn và thường có giá thành sản phẩm cao hơn 60-70 USD/Tấn so với cà phê được chế biến khô.

Phần lớn chỉ dùng các máy xát nhỏ để xay cà phê quả khô ra cà phê nhân rồi bán lại cho những đại lý thu gom cà phê, sau đó các đại lý này bán lại cho các nhà xuất khẩu. Lượng cà phê quả khô được đưa trực tiếp vào các nhà máy chế biến xuất khẩu có qui mô lớn rất ít. Với tình hình chế biến như vậy đã dẫn đến kết quả là sản phẩm chất lượng không đều cho từng lô hàng xuất khẩu.

❖ *Về khâu bảo quản cà phê :*

Đối với nông dân ở Đồng Nai cũng như các nơi khác, họ thực sự chưa ý thức được tầm quan trọng của khâu bảo quản đối với chất lượng cà phê, hơn nữa những hộ nông dân nhỏ không đủ cơ sở vật chất, kho tàng cho việc lưu giữ cà phê trong thời gian dài. Thông thường nông dân thu hái quả xong, đưa vào phơi sấy, xát ra cà phê nhân với độ ẩm 16%, rồi họ cho vào trong bao chất vào trong nhà, trong kho, khi nào có nhu cầu sẽ mang ra bán. Với cách giữ, trữ như vậy cà phê thường bị giảm chất lượng do độ ẩm còn quá cao (cà phê nhân chỉ còn khoảng 12,5% ẩm mới đảm bảo cho việc lưu trữ lâu), dễ phát sinh nấm, mốc và tỷ lệ hạt chuyển sang màu đen cao.

Đối với các đại lý thu mua và các doanh nghiệp xuất khẩu thì hệ thống kho bãi tốt hơn, có đầy đủ điều kiện cho việc lưu giữ hàng hoá. Nhưng là vì làm kinh doanh nên các doanh nghiệp chú trọng nhiều đến hiệu quả kinh doanh, hàng hóa chỉ

có số lượng nhất định, cần thiết cho việc luân chuyển mua bán và xoay vòng vốn nhanh. Do đó, chỉ có lượng cà phê trong kho của các doanh nghiệp mới được bảo quản tốt.

❖ ***Trình độ kỹ thuật sản xuất cà phê***

Thực tế, trong mấy năm qua điều kiện sản xuất cà phê ở tỉnh không ngừng được cải thiện, cùng với việc chọn những giống thuộc chủng cà phê Robusta phù hợp với thổ nhưỡng của Đồng Nai, các biện pháp gieo trồng, kỹ thuật canh tác tiên bộ và phương pháp kháng trừ sâu bệnh được áp dụng đồng bộ. Các cơ quan Nông nghiệp địa phương đã có sự quan tâm hướng dẫn và phổ biến rộng đến người nông dân trong khâu sản xuất.

Tuy nhiên, sản xuất cà phê ở tỉnh Đồng Nai hầu hết là các vườn cà phê tư nhân với diện tích chỉ vài hecta, từng hộ sản xuất đơn lẻ theo khả năng tài chính của cá nhân, nên không có điều kiện nhiều để áp dụng những tiến bộ khoa học kỹ thuật đồng bộ, chưa chủ động hoàn toàn trong việc tưới tiêu và xử lý sản phẩm sau thu hoạch nên sản xuất còn phụ thuộc nhiều vào điều kiện thiên nhiên, chi phí lao động tương đối cao hơn các vùng khác, tạo nên giá thành sản phẩm cao.

Việc đầu tư phát triển hệ thống thủy lợi phục vụ công tác tưới tiêu cho cây cà phê vẫn chưa được thực hiện đồng bộ, vào mùa khô, cây cà phê có nguy cơ thiếu nước, người nông dân bị mất mùa

Là khu vực mà việc trồng cà phê theo quy mô hộ gia đình chiếm hơn 85% nên hầu hết các hộ không có đủ năng lực đầu tư hệ thống sân bãi, máy móc để phơi, sấy kịp thời. Điều này ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm rất lớn.

So sánh với với hệ thống kho bảo quản và xưởng chế biến cà phê của các doanh nghiệp Đồng Nai với các vùng khác, theo bình diện chung thì hệ thống cơ sở vật chất ở đây khá tốt, đủ năng lực cho hoạt động kinh doanh xuất khẩu cà phê

## **2.2. Tình hình tiêu thụ và xuất khẩu cà phê Đồng Nai**

### **2.2.1 Sản lượng cà phê xuất khẩu và kim ngạch xuất khẩu cà phê của tỉnh Đồng Nai:**

**BẢNG 2.2: KIM NGẠCH XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP THUỘC TỈNH ĐỒNG NAI**

<b>NĂM</b>	<b>Lượng cà phê xuất khẩu (tấn)</b>	<b>Kim ngạch (USD)</b>	<b>Đơn giá bình quân (USD/tấn)</b>	<b>Đơn giá xuất khẩu bình quân cả nước (USD/tấn)</b>
<b>2001</b>	40.200	16.523.000	411,02	419,89
<b>2002</b>	38.640	16.950.000	438,66	448,54
<b>2003</b>	42.621	28.226.000	662,26	672,68
<b>2004</b>	50.408	32.765.000	650,00	658,11
<b>2005</b>	54.217	44.311.000	817,29	823,66
<b>2006</b>	59.500	72.697.000	1.221,80	1.228,57

(Nguồn: Sở Nông Nghiệp và Phát Triển Nông Thôn Đồng Nai, năm 2007)

Xuất khẩu cà phê hàng năm đã đem về cho tỉnh Đồng Nai một lượng ngoại tệ đáng kể. Tuy nhiên, do giá cà phê xuất khẩu liên tục giảm mạnh hơn bốn năm liền từ năm 1999 đến năm 2002, nên sản lượng cà phê xuất khẩu dù có sụt giảm so với các năm trước đó nhưng điều đáng nói là kim ngạch sụt giảm nghiêm trọng hơn. Những năm 2001, 2002, kim ngạch xuất khẩu cà phê của cả tỉnh chỉ đạt khoảng 16 triệu USD, thấp hơn rất nhiều so với thời hoàng kim của những năm trước khi khủng hoảng. Điều này đã ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả kinh tế của tỉnh Đồng Nai.

Đến năm 2006, điều này mới thực sự được cải thiện, giá cà phê thế giới tăng trở lại, đơn giá xuất khẩu bình quân năm 2006 lên đến 1.221,80 USD/tấn, với sản lượng 59.500 tấn cà phê xuất khẩu đã đem về kim ngạch khá lớn cho tỉnh 72.697.000 USD, góp phần đáng kể cho ngân sách và nâng cao hiệu quả kinh tế của toàn tỉnh.

**BẢNG 2.3: SẢN LƯỢNG CÀ PHÊ XUẤT KHẨU CỦA CÁC DOANH NGHIỆP THUỘC TỈNH ĐỒNG NAI**

<b>NĂM</b>	<b>Lượng cà phê xuất khẩu của Đồng Nai (tấn)</b>	<b>Tỷ lệ % so với vụ trước</b>	<b>Lượng cà phê xuất khẩu của cả nước (tấn)</b>	<b>Tỷ trọng của Đồng Nai so với cả nước (%)</b>
<b>2001</b>	40.200	-	931.198	4,32
<b>2002</b>	38.640	96,12	718.575	5,38
<b>2003</b>	42.621	110,30	749.240	5,69
<b>2004</b>	50.408	118,27	974.000	5,18
<b>2005</b>	54.217	107,56	892.363	6,08
<b>2006</b>	59.500	109,74	912.553	6,52

(Nguồn: Sở Nông Nghiệp và Phát Triển Nông Thôn Đồng Nai, năm 2007)

Cùng với tình trạng chung của cả nước, sản lượng xuất khẩu của tỉnh Đồng Nai cũng giảm sút hẳn trong những năm từ 2000 đến 2003. Riêng năm 2002, cả tỉnh chỉ xuất khẩu được 38.640 tấn cà phê, có thể nói đây là mức xuất khẩu thấp nhất của tỉnh trong vòng 10 năm trở lại đây. Tuy nhiên, mặc dù diện tích và sản lượng cà phê của cả tỉnh đều suy giảm do tác động của việc giảm giá, thế nhưng các doanh nghiệp xuất khẩu trong tỉnh đều đã cố gắng duy trì mức xuất khẩu hàng năm. Và mặc dù cũng có những doanh nghiệp rút lui khỏi ngành nhưng cũng có những doanh nghiệp mạnh dạn tham gia vào thị trường ngay khi cà phê có những dấu hiệu hồi phục trở lại, đưa sản lượng xuất khẩu cà phê cả tỉnh năm 2006 đạt 59.500 tấn.

Nhìn chung, tỷ trọng xuất khẩu cà phê của Đồng Nai so với cả nước chưa cao chỉ vào khoảng 5-7%, nhất là năm 2001, tỷ trọng cà phê xuất khẩu của Đồng Nai giảm nhiều, chỉ còn lại 4,32% tương ứng 40.200 tấn. Nếu chỉ xét các số tuyệt đối thì lượng hàng xuất khẩu ba năm qua của các doanh nghiệp tỉnh Đồng Nai tương đối ổn định biến thiên trong khoảng 50.000 –60.000 tấn.

Xuất khẩu cà phê đã mang về cho Tỉnh đồng Nai một lượng ngoại tệ lớn và có thể nói đã tiêu thụ được gần hết số lượng cà phê sản xuất của Tỉnh. Bởi vì dù diện tích và sản lượng có giảm nhưng các doanh nghiệp vẫn duy trì sản lượng xuất khẩu cao hơn sản lượng sản xuất, bằng việc đã biết thu mua cà phê từ một số tỉnh

lân cận như Lâm Đồng, Đắk Lắk... Mặt khác, so với năng lực chế biến và các dịch vụ hạ tầng phục vụ cho hoạt động xuất khẩu của toàn Tỉnh thì sản lượng cà phê xuất khẩu của các doanh nghiệp trên địa bàn Tỉnh còn rất thấp, chưa phát huy hết khả năng hiện có.

Xét trong mối tương quan giữa sản lượng cà phê xuất khẩu và kim ngạch thì hiệu quả xuất khẩu cà phê của Tỉnh Đồng Nai nói riêng và cả nước nói chung trong thời kỳ này chưa cao. Nhịp độ tăng của kim ngạch không tương ứng với nhịp độ tăng của sản lượng xuất khẩu.

### **2.2.2. Chất lượng cà phê xuất khẩu**

Như đã trình bày ở phần trên, Đồng Nai chưa có một dây chuyền công nghệ chế biến ướt và do đặc thù sản xuất nên 100% cà phê nhân thành phẩm của Đồng Nai đều được chế biến theo công nghệ *chế biến khô*. Điều này đã hạn chế phần nào chất lượng cà phê ở Đồng Nai. Mặc dù giống cà phê được trồng ở Đồng Nai có hương vị rất dịu đặc trưng thơm ngon, được người tiêu dùng ở thị trường Nhật Bản và một số nước Châu Âu ưa chuộng, nhưng do thổ nhưỡng nên kích cỡ hạt cà phê ở Đồng Nai nhỏ hơn kích cỡ hạt cà phê ở các vùng Daklak, Lâm Đồng. Điều này ảnh hưởng đến phân loại phẩm cấp hàng hoá về tiêu chuẩn cơ lý. Cà phê ở các vùng khác có tỷ lệ hạt trên sàng 16 (đường kính sàng 6,3mm) khoảng 25-30%, hạt trên sàng 18 (đường kính sàng 7,1mm) khoảng 10-15%; trong khi đó cà phê ở Đồng Nai loại hạt trên sàng 13 (đường kính sàng 5,0 mm) lại chiếm khoảng 70%, hai loại trên chỉ đạt đến 30%. Kích cỡ hạt nhỏ không chỉ ảnh hưởng đến sản lượng thấp mà về tiêu chuẩn cơ lý phẩm chất phân loại cũng thấp hơn. Chính vì những nguyên nhân trên mà hiện nhiên giá cà phê xuất khẩu bình quân ở Đồng Nai luôn thấp hơn so với các vùng khác trong cả nước .

Nhìn chung, chất lượng cà phê xuất khẩu của Đồng Nai có cải thiện tốt hơn trong các năm qua. Tuy nhiên hệ thống kiểm tra giám sát theo tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm của Đồng nai còn chưa có.

### 2.2.3.Thị trường xuất khẩu :

Thị trường xuất khẩu cà phê truyền thống của các doanh nghiệp Đồng Nai là Mỹ, các nước Tây Âu: Đức, Bỉ, Anh, Pháp, Hà Lan, Tây Ban Nha, Italia... Trong năm 2006, tỷ trọng cà phê xuất khẩu của các doanh nghiệp tỉnh Đồng Nai đến thị trường Đông Âu và châu Á gia tăng đáng kể, trong khi đó lượng hàng đến thị trường Mỹ và Đức giảm so với các năm trước đây, cơ cấu thị trường xuất khẩu chi tiết được thể hiện ở bảng sau:

**BẢNG 2.4: THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU QUA CÁC NIÊN VỤ**

THỊ TRƯỜNG	2004		2005		2006	
	Lượng (tấn)	Tỷ lệ %	Lượng (tấn)	Tỷ lệ %	Lượng (tấn)	Tỷ lệ %
Đức	8.266,91	16,4	8.620,50	15,9	8.151,50	13,7
Mỹ	6.754,67	13,4	6.939,78	12,8	6.604,50	11,1
Italia	2.822,85	5,6	2.873,50	5,3	3.391,50	5,7
Anh	3.629,38	7,2	4.120,49	7,6	4.105,50	6,9
Tây Ban Nha	3.427,74	6,8	3.740,97	6,9	3.748,50	6,3
Bỉ	3.377,34	6,7	2.927,72	5,4	3.451,00	5,8
Thụy Sĩ	2.469,99	4,9	3.361,45	6,2	2.856,00	4,8
Hà Lan	2.570,81	5,1	2.927,72	5,4	3.153,50	5,3
Pháp	2.117,14	4,2	3.469,89	6,4	3.510,50	5,9
Châu Á	5.192,02	10,3	6.777,13	12,5	8.806,00	14,8
Canada	453,67	0,9	433,74	0,8	654,50	1,1
Đông Âu	201,63	0,4	650,60	1,2	1.904,00	3,2
Các nước khác	9.123,85	18,1	7.373,51	13,6	9.163,00	15,4
<b>TỔNG CỘNG</b>	<b>50.408,00</b>	<b>100</b>	<b>54.217,00</b>	<b>100</b>	<b>59.500,00</b>	<b>100</b>

(Nguồn: Tổng hợp từ các doanh nghiệp tỉnh Đồng Nai, năm 2007)



Nhìn chung cơ cấu thị trường cà phê xuất khẩu của các doanh nghiệp đa dạng, hàng hoá đến được tất cả các thị trường trên thế giới. Mỹ và Đức vẫn là các khách hàng lớn.

Qua hoạt động xuất khẩu cà phê, có thể đánh giá chung là các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê của Đồng Nai chưa thực sự chủ động trong khâu tiếp thị và còn nhiều mặt hạn chế trong việc nghiên cứu phát triển thị trường. Một thực trạng phổ biến là phần lớn các quan hệ giao dịch diễn ra do khách hàng tự tìm đến hoặc qua môi giới trung gian (các nhà buôn nước ngoài có văn phòng đại diện tại Việt Nam), giao dịch đàm phán chủ yếu thông qua các phương tiện truyền thông, rất ít khi các doanh nghiệp chủ động ra nước ngoài nghiên cứu thị trường, tìm kiếm khách hàng để giao dịch bán hàng, lại càng không có điều kiện tham gia đấu thầu giành hợp đồng bán hàng trực tiếp cho các nhà nhập khẩu, các hãng rang xay. Cũng có một số doanh nghiệp giao dịch bán trực tiếp cho các nhà rang xay ở các thị trường, nhưng số lượng rất ít và thường không ổn định, còn lại thì hầu như tuyệt đại bộ phận các hợp đồng cà phê xuất khẩu là ký bán cho các nhà buôn trung gian của châu Âu (mạnh nhất là các nhà buôn Thụy Sĩ), Singapore, Nhật Bản và nhà buôn Mỹ để rồi sau đó các công ty này bán lại cho các nhà nhập khẩu, các nhà rang xay tất nhiên là với mức giá cao hơn, điều này làm hạn chế phần nào đến hiệu quả xuất khẩu của các doanh nghiệp. Các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê phải chấp nhận mất đi một phần lợi nhuận và nền kinh tế chịu thiệt một khoản thu nhập không nhỏ. Đó là chưa kể bán qua trung gian nên rất ít khi đàm phán được hợp đồng theo điều kiện CIF hoặc C&F, mà chủ yếu là xuất theo điều kiện FOB. Điều này cũng có nghĩa là nền kinh tế của ta mất đi những lợi ích đáng kể từ các dịch vụ vận chuyển và bảo hiểm.

Tóm lại, ta chưa chủ động được trong việc tổ chức mạng lưới thị trường xuất khẩu cà phê ổn định, mà còn phụ thuộc nhiều vào quan hệ cung cầu tự phát và các yếu tố kỹ thuật trên thị trường cà phê.

#### **2.2.4. Giá xuất khẩu**

So với đơn giá xuất khẩu cà phê bình quân của cả nước thì nhìn chung giá xuất khẩu bình quân của Đồng Nai thấp hơn, nhưng khoảng cách chênh lệch đã thu

hẹp dần và hiện nay chỉ còn 6,77 USD/T. Điều này cho thấy hiệu quả xuất khẩu cà phê của các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê trên địa bàn tỉnh Đồng Nai có chiều hướng tăng so với cả nước.

Rõ ràng ở đây yếu tố giá cả là quyết định. Nếu như cả nước ta bị thiệt hại trong xuất khẩu cà phê do giá cả thường thấp cách biệt so với giá cà phê Robusta của Indonesia, cà phê Robusta của Braxin, thì Đồng Nai bị thiệt nhiều hơn, bởi giá cà phê xuất khẩu của Đồng Nai thấp hơn giá bình quân của cả nước trong các năm qua khoảng 8-10 USD/tấn. Tình hình này do tác động của nhiều yếu tố mà trong đó các vấn đề về chất lượng, trình độ quản lý kinh doanh và kinh nghiệm thương trường của các doanh nghiệp; tổ chức và điều hành hoạt động kinh doanh xuất khẩu cà phê trên địa bàn, điều kiện cơ sở hạ tầng và dịch vụ là những nguyên nhân chính.

Mặc dù thời gian gần đây tình hình được cải thiện, chênh lệch giá cả của ta với Indonesia và Braxin đã được rút ngắn, nhưng nhìn chung giá cà phê Robusta xuất khẩu của nước ta nói chung và của tỉnh Đồng Nai nói riêng vẫn còn thấp hơn so với mặt bằng giá cà phê quốc tế. Sở dĩ có sự chênh lệch như vậy, ngoài nguyên nhân chính là chất lượng thấp, không đồng đều, không ổn định, còn một số nguyên nhân khác nữa như uy tín của ta trên thị trường quốc tế chưa cao, ngành cà phê Việt Nam còn nhiều mới mẻ trên thương trường thế giới, năng lực xếp dỡ giao nhận hàng thấp mà chi phí lại cao, chất lượng của một số dịch vụ liên quan như dịch vụ giám định chất lượng, số lượng hàng, dịch vụ xông trùng, kiểm dịch thực vật... chưa có độ tin cậy cao để trở thành một trọng tài trung gian giải quyết các tranh chấp về chất lượng hay trọng lượng hàng giữa các bên; sự lo ngại của khách hàng nước ngoài đối với khả năng thực hiện hợp đồng của các doanh nghiệp Việt Nam (vì thời gian vừa qua do giá cà phê giảm mạnh đã xảy ra tình trạng một số nhà xuất khẩu cà phê Việt Nam do thua lỗ quá lớn nên không thể thực hiện các hợp đồng đã ký kết, và thậm chí đến lúc giá tăng, do không dự kiến được mức tăng nên một số nhà xuất khẩu đã ký hợp đồng bán cà phê với giá thấp, khi đến hạn giao hàng lại không thể mua được hàng để giao và một số đã không thể thực hiện đơn hàng), sự e ngại về cơ chế điều hành xuất nhập khẩu và môi trường pháp luật của Việt Nam

chưa rõ ràng và ổn định. Một số khách hàng cho rằng khi mua cà phê của Việt Nam họ phải trừ hao mức giá để gọi là dự phòng rủi ro (Risk of Origin). Tất cả những yếu tố đó góp phần làm cho sản phẩm cà phê xuất khẩu của Việt Nam nói chung và của tỉnh Đồng Nai nói riêng thiếu tính cạnh tranh và luôn phải chịu mức giá thấp hơn so với mức giá của thế giới.

Giá cà phê trong nước cũng thường xuyên biến động tùy thuộc vào tình hình xuất khẩu, vào thời vụ, vào diễn biến thị trường và hiện tượng đầu cơ trong nước. Trước năm 1998 giá cà phê diễn biến theo chiều hướng rất có lợi cho nhà sản xuất, nên cây cà phê đã không ngừng được gia tăng diện tích gieo trồng. Tình trạng sản xuất của ngành cà phê Việt Nam trong mười năm qua không được định hướng, qui hoạch theo mục tiêu rõ ràng, còn mang nhiều tính tự phát đã góp phần tạo nên sự khủng hoảng thừa về cà phê trên thế giới. Điều này đã làm cho giá cà phê thế giảm liên tục trong những năm 1999-2002. Chính vì vậy, nông dân Việt Nam trong lĩnh vực sản xuất cà phê gặp rất nhiều khó khăn khi giá bán thấp hơn giá thành sản xuất.

Trước tình trạng khó khăn của ngành cà phê, thời gian qua Nhà nước ta đã có nhiều biện pháp hỗ trợ nông dân và các doanh nghiệp để nâng đỡ giá cà phê, hạn chế phần nào thua lỗ cho người người nông dân và các nông trường sản xuất, nhưng thực tế giá cả chịu ảnh hưởng rất nhiều vào giá cà phê trên thị trường kỳ hạn London, Việt Nam ta không thể kiểm soát được sự biến động giá. Giá cà phê đã diễn biến rất thất thường, không ổn định, trong thời gian dài giá xuống quá thấp ảnh hưởng nghiêm trọng đến lợi ích của người sản xuất và cả doanh nghiệp khi có lượng tồn kho lớn với mức giá cao hơn thị trường tại thời điểm. Ngược lại, có thời điểm giá lại vọt lên quá cao ảnh hưởng đến nhiều doanh nghiệp xuất khẩu nếu bán hàng trước nhưng chưa thu mua kịp thời, dẫn đến tình trạng thua lỗ lớn. Đây là một thực trạng đầy khó khăn và phổ biến đối với ngành cà phê Việt Nam. Tuy nhiên, cũng có thể lạc quan tin tưởng thời gian tới tình hình giá cả sẽ diễn biến thuận lợi hơn cho người sản xuất khi các nguồn tin gần đây nhất của một số nhà phân tích đánh giá nguồn cung cà phê Robusta của Braxin, Việt Nam và thế giới sẽ giảm và duy trì ở

mức ổn định, trong khi nhu cầu cà phê sẽ tiếp tục tăng, và do đó giá cà phê có thể sẽ ổn định ở mức cao.

### **2.2.5 Các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê Tỉnh Đồng Nai**

Công ty Tín Nghĩa là doanh nghiệp nhà nước, đã nỗ lực duy trì hoạt động xuất khẩu cà phê và ngày càng tăng về số lượng xuất khẩu tuyệt đối cũng như tỷ trọng xuất khẩu trong cả tỉnh. Qua bảng số liệu trên ta thấy trong các doanh nghiệp thì Công ty Tín Nghĩa đã khẳng định được vị trí của mình trong thị trường cà phê có tỷ trọng xuất khẩu khoảng 60-70% sản lượng xuất khẩu toàn tỉnh. Riêng năm 2006, với sản lượng xuất khẩu của công ty đạt 43.500 tấn, tương ứng với tỷ trọng 73,11% đóng quan trọng trong cơ cấu xuất khẩu của các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Đồng Nai. Kể từ năm 1997, Công ty Tín Nghĩa chính thức tham gia vào thị trường xuất khẩu cà phê, công ty đã tạo được nhiều uy tín trên thị trường thế giới. Công ty trở thành nhà xuất khẩu cà phê lớn và uy tín nhất trong tỉnh và đã trở thành một trong mười nhà xuất khẩu cà phê hàng đầu của Việt Nam trong nhiều năm liền và liên tục được Bộ Thương Mại thưởng thành tích xuất khẩu. Riêng trong hai năm 2005 và 2006, công ty luôn đứng ở vị trí thứ 4 trong 10 doanh nghiệp xuất khẩu cà phê hàng đầu cả nước.

Song, các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê tại Tỉnh Đồng Nai có điểm nổi bật so với các tỉnh khác là các doanh nghiệp tư nhân ở đây hoạt động khá mạnh, có năng lực tài chính vững mạnh và có nhiều kinh nghiệm lâu năm trong kinh doanh cà phê. Trong khi ở các tỉnh khác thì các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê lớn đều là doanh nghiệp nhà nước, doanh nghiệp tư nhân trực tiếp xuất khẩu cà phê rất ít.

**BẢNG 2.5: CƠ CẤU SẢN LƯỢNG CÀ PHÊ XUẤT KHẨU**

	2003		2004		2005		2006	
	Lượng (Tấn)	Tỷ lệ (%)	Lượng (Tấn)	Tỷ lệ (%)	Lượng (Tấn)	Tỷ lệ (%)	Lượng (Tấn)	Tỷ lệ (%)
Công ty Tín Nghĩa	23.556	55,27	33.700	66,85	35.200	64,92	43.500	73,11
Công ty An Hưng	3.310	7,77	1.920	3,81	-	-	-	-
Công ty Minh Huy	2.564	6,02	2.232	4,43	1.602	2,95	903	1,52
Công ty Trung Thành	786	1,84	1.750	3,47	3.160	5,83	5.260	8,84
Công ty Hương Bạt	420	0,99	630	1,25	1.460	2,69	3.764	6,33
Công ty XNK Đồng Nai	1.260	2,96	-	-	-	-	-	-
Các công ty khác	10.725	25,16	10.176	20,19	12.795	23,60	6.073	10,21
<b>Tổng cộng</b>	<b>42.621</b>	<b>100</b>	<b>50.408</b>	<b>100</b>	<b>54.217</b>	<b>100</b>	<b>59.500</b>	<b>100</b>

(Nguồn: Tổng hợp từ các doanh nghiệp tỉnh Đồng Nai, năm 2001-2006)

Cơ cấu doanh nghiệp xuất khẩu những năm gần đây không ổn định. Một số công ty trước đây xuất khẩu với số lượng tương đối cao nhưng qua giai đoạn khủng hoảng đã không còn xuất khẩu cà phê hoặc chỉ xuất khẩu cầm chừng với số lượng rất ít. Điển hình trong số đó là Công ty An Hưng - một doanh nghiệp tư nhân với kinh nghiệm kinh doanh cà phê hơn 20 năm đã tạo dựng được rất nhiều uy tín với bạn hàng quốc tế ngay từ những năm đầu ngành cà phê Việt Nam tham gia xuất khẩu ra thị trường thế giới. Thế nhưng sau thời gian cà phê sụt giá liên tục, đến năm 2005, công ty đã không tiếp tục tham gia xuất khẩu cà phê. Một số doanh nghiệp nhà nước như Công ty Xuất Nhập Khẩu Đồng Nai, Công ty Thương Mại Đồng Nai (DOGECO) và Công ty Thương mại Biên Hòa (BIHIMEX), DOCAM... trước đây cũng tham gia đáng kể vào cơ cấu xuất khẩu cà phê của tỉnh nhưng hiện nay đã thu hẹp dần lĩnh vực kinh doanh do quá nhiều rủi ro và ảnh hưởng từ việc giảm giá những năm 2000-2002.

Trong khi đó, có những doanh nghiệp trước đây chỉ bán cà phê trong thị trường nội địa hoặc xuất khẩu nhỏ lẻ với số lượng rất ít, nhưng đến năm 2005, khi giá cà phê bắt đầu phục hồi trở lại, các doanh nghiệp này đã biết nắm bắt thời cơ, tìm kiếm thị trường xuất khẩu và đã đạt thành công khá tốt. Hai doanh nghiệp tiêu biểu có thể kể đến là Trung Thành và Hương Bạ. Sản lượng xuất khẩu cà phê năm 2006 của Trung Thành là 5.260 tấn, chiếm tỷ trọng 8,84%, của Hương Bạ là 3.764 tấn chiếm tỷ trọng 6,33%. Còn lại rất ít các doanh nghiệp xuất khẩu với số lượng nhỏ. Hầu hết các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh hiện nay chỉ tham gia mua bán cà phê trên thị trường nội địa.

Nhìn chung, số lượng doanh nghiệp tham gia xuất khẩu cà phê trên địa bàn tỉnh Đồng Nai hiện nay khá ít so với giai đoạn trước khủng hoảng (những năm 1995-1998).

#### **2.2.6 Mạng lưới cung ứng và lưu thông cà phê xuất khẩu**

Trong qui trình xuất khẩu cà phê có rất nhiều thành phần tham gia như: các nhà xuất khẩu (phần lớn là các doanh nghiệp Nhà nước và một số công ty tư nhân), các đại lý thu mua trung gian, các cơ sở kinh doanh nông sản nội địa, các bạn hàng nhỏ, các vệ tinh thu mua hàng trực tiếp từ nông dân... cung cấp cà phê nguyên liệu (cà phê xô) hoặc cà phê nhân thành phẩm xuất khẩu. Tất cả tạo thành một mạng lưới lưu thông cà phê rộng khắp và đan xen với nhau, có khả năng cung cấp cà phê không chỉ cho nhu cầu xuất khẩu trong Tỉnh mà còn cho các tỉnh khác trong khu vực phía Nam.

Cũng như tình trạng chung của cả nước, một thực tế khách quan cần được ghi nhận là trong toàn bộ quá trình lưu thông cà phê đến các nhà xuất khẩu của Tỉnh Đồng Nai thì thành phần các cơ sở kinh doanh tư nhân, các đại lý tư nhân nhỏ, các nhà kho cung cấp trung gian có một vai trò cần thiết nhất định và đã đóng góp không nhỏ cho xuất khẩu cà phê của Tỉnh. Các nhà xuất khẩu không cần thiết phải ký hợp đồng thu mua cà phê trực tiếp từ nông dân và cũng không thể đảm đương hết vai trò từ gốc đến ngọn bởi vì việc phân công lao động hợp lý trong nền kinh tế nhiều thành phần là điều cần thiết để tăng cường hiệu quả kinh tế – xã hội. Tuy

nhiên, trong công tác tổ chức thu mua nguồn cà phê xuất khẩu trên thực tế có quá nhiều thành phần tham gia đã dẫn đến tình trạng tranh mua làm cho giá thị trường đôi khi đột biến tăng cao hơn giá xuất khẩu, ngoài ra chất lượng cà phê xuất khẩu đôi khi không đảm bảo.

### **2.2.7 Cơ sở hạ tầng và dịch vụ hỗ trợ cho hoạt động xuất khẩu cà phê tại Tỉnh Đồng Nai**

#### **❖ ICD Biên Hòa**

Là điểm thông quan hàng hoá ngoài cửa khẩu có vị trí nằm trên quốc lộ 51, cách các cảng lớn của TP. HCM khoảng 30 km, cách cảng quốc tế Thị Vải 40 km thuận lợi cho việc vận chuyển hàng hoá xuất nhập khẩu từ ICD Biên Hòa bằng đường bộ và đường thủy đến các cảng lớn ở TP.HCM, cảng Vũng Tàu... và ngược lại. Tổng diện tích toàn khu vực ICD khoảng 15 ha, chưa kể phần hệ thống cầu cảng của tuyến đường sông khoảng 3 ha, trong đó diện tích kho trên 80.000 m<sup>2</sup> và 50.000 m<sup>2</sup> diện tích bãi. ICD Biên Hòa có đầy đủ các công trình tiện ích và máy móc thiết bị phục vụ cho nhu cầu xuất nhập hàng. Với diện tích kho lớn, ICD Biên Hòa không chỉ phục vụ cho việc lưu giữ cà phê xuất khẩu trên địa bàn tỉnh Đồng Nai mà còn cung cấp dịch vụ kho, thủ tục xuất khẩu cà phê cho nhiều doanh nghiệp ở các tỉnh khác. Lượng cà phê xuất khẩu qua ICD Biên Hòa hàng năm đạt trên 150.000 tấn (bao gồm cả lượng xuất khẩu của các doanh nghiệp trong tỉnh, các doanh nghiệp ngoài tỉnh và của các nhà buôn nước ngoài) .

#### **❖ Hệ thống đường bộ, đường thủy**

Đồng Nai có mạng lưới giao thông đường bộ và đường thủy khá thuận lợi nối liền các trục lộ giao thông chính đi các tỉnh Bình Dương, Lâm Đồng, Vũng Tàu, thành phố Hồ Chí Minh. Đây là lợi thế rất cơ bản thuận tiện cho việc vận chuyển hàng nông sản, đặc biệt là hàng cà phê từ các tỉnh Lâm Đồng, Bình Phước, Tây Nguyên..., giúp mở rộng giao lưu hàng hóa trong nước và quốc tế. Với hệ thống giao thông đường sông vận chuyển hàng xuất khẩu từ cảng Đồng Nai, bến sông ICD Biên Hòa về các cảng lớn TP. HCM thời gian qua có ý nghĩa rất quan trọng, nó đã giải quyết được vấn đề hạn chế số lượng lớn xe tải chở container bằng đường

bộ vào các cảng ở thành phố Hồ Chí Minh, tránh được nạn ách tắc giao thông vào thời gian cao điểm và nhất là tiết kiệm được chi phí vận chuyển. Tuy nhiên, giao thông đường thủy thực sự chưa được phát triển mạnh bởi có một số nhược điểm như luồng lạch, đường đi trên sông Đồng Nai quanh co, có chỗ nông, chỗ sâu; thời gian vận chuyển kéo dài, giao thông còn bị ảnh hưởng của thủy triều. Do đó, cũng cần có sự đầu tư phát triển hơn nữa hệ thống giao thông đường thủy từ Đồng Nai đến TP.HCM, Vũng Tàu.

❖ ***Các cơ sở dịch vụ liên quan đến xuất khẩu cà phê:***

Cách đây khoảng 10 năm trước có những dịch vụ ở Đồng Nai không có mà phải nhờ đến thành phố Hồ Chí Minh nên mất nhiều thời gian và chi phí đi lại. Hiện tại, trên địa bàn tỉnh Đồng Nai đã có đầy đủ các tổ chức đơn vị cung ứng và dịch vụ phục vụ tốt cho hoạt động kinh doanh xuất khẩu cà phê.

- Hệ thống ngân hàng có các chi nhánh ngân hàng thương mại lớn với khả năng cung cấp tín dụng dồi dào và kinh nghiệm nhiều năm trong giao dịch và thanh toán quốc tế.

- Có ba chi nhánh của các tổ chức giám định hàng hóa xuất nhập khẩu lớn là Vinacontrol, Cafecontrol, FCC.

- Có ICD Biên Hòa thực hiện dịch vụ xuất nhập khẩu “door to door”, cho thuê kho bãi và dịch vụ vận chuyển nội địa và quốc tế. Có đại lý của các hãng tàu lớn như American Line, China Shipping, Cosi,...

- Chi nhánh hai công ty khử trùng chuyên thực hiện dịch vụ xông khử trùng cà phê và nông sản khác trước khi xuất khẩu.

- Chi nhánh Phòng Thương Mại và Công Nghiệp Việt Nam tại Đồng Nai cấp chứng thư xuất xứ cho hàng hóa xuất khẩu và chứng nhận các trường hợp bất khả kháng khi cần thiết.

Tóm lại, Đồng Nai có cơ sở hạ tầng và dịch vụ liên quan rất thuận lợi cho hoạt động kinh doanh xuất khẩu cà phê. Ngày nay các nhà xuất khẩu không phải mất thời gian chạy lên chạy xuống giữa Đồng Nai và TP. HCM để lo thủ tục xuất khẩu hoặc đưa đón nhân viên của các đơn vị dịch vụ với những phí tổn lớn, mà mọi



cái đã có sẵn ở Đồng Nai. Những điều kiện này ngày càng được hoàn thiện sẽ là yếu tố quan trọng góp phần làm gia tăng số lượng xuất khẩu cà phê, giảm thấp chi phí xuất khẩu, tăng hiệu quả kinh doanh.

#### **2.2.8. Quản lý và điều hành hoạt động xuất khẩu cà phê:**

Việc quản lý và điều hành sản xuất và xuất khẩu cà phê của tỉnh Đồng Nai ngày càng chặt chẽ và hiệu quả hơn. Lãnh đạo tỉnh đã có những chính sách hỗ trợ và giải quyết kịp thời những khó khăn cho nông dân sản xuất, và các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê trong thời gian qua. Năm 2000 và 2001 Tỉnh đã chỉ đạo cho các doanh nghiệp thực hiện chỉ tiêu tạm trữ cà phê theo quyết định của Chính phủ phần nào đã giải quyết được những khó khăn cho nông dân trong tình trạng giá cà phê xuống quá thấp. Năm 2001, Ủy Ban Nhân Dân tỉnh Đồng Nai đã có quyết định cho các doanh nghiệp được thành lập kho ngoại quan ở nước ngoài để lưu giữ và kinh doanh cà phê trên thị trường kỳ hạn quốc tế, nhưng do điều kiện khách quan trong ngắn hạn dự án chưa triển khai thực hiện.

Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu đạt được, trong điều hành tỉnh chưa có sự phối hợp hành động giữa các doanh nghiệp để có một phương hướng đối sách chung đối với khách hàng nhằm giành lấy thế chủ động trong mua bán, ngược lại đôi khi còn mang tính cục bộ, thậm chí cạnh tranh không cần thiết giữa các doanh nghiệp trong tỉnh, tạo kẽ hở cho khách hàng nước ngoài lợi dụng, ép giá, làm giảm hiệu quả xuất khẩu cà phê, gây ảnh hưởng đến lợi ích chung, đặc biệt là mặt thông tin thị trường nhà sản xuất và các doanh nghiệp còn rất nhiều hạn chế, nhưng các ngành chức năng của Tỉnh chưa hỗ trợ được. Đây là mặt hạn chế không chỉ riêng có của tỉnh Đồng Nai, mà là tình trạng chung của cả nước, cần phải có những chính sách quản lý chung đồng bộ và hiệu quả.

#### **➤ Về việc quản lý các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê:**

Phải thừa nhận rằng kết quả xuất khẩu cà phê của các doanh nghiệp trên địa bàn Tỉnh đã mang lại cho Đồng Nai một nguồn ngoại tệ tương đối lớn. Tuy nhiên vẫn có một số mặt hạn chế, nổi cộm nhất là sự cạnh tranh không cần thiết giữa các doanh nghiệp. Sau thời gian khủng hoảng, trong tỉnh chỉ còn khoảng hơn 15 doanh

nghiệp xuất khẩu cà phê, nhưng thực chất chưa đến 10 các doanh nghiệp có đủ trình độ và năng lực xuất khẩu trên 5.000 tấn cà phê mỗi năm. Hầu hết các doanh nghiệp chỉ thực sự thực hiện các giao dịch kinh tế quốc tế trong khoảng hơn 10 năm trở lại đây. Do đó, nhiều doanh nghiệp thiếu những kỹ năng cơ bản trong việc khai thác, xử lý tin tức và đàm phán thương mại. Mặc dù vậy, cơ chế quản lý lại chưa chặt chẽ, đôi khi đã tạo nên tình trạng tranh mua, tranh bán giữa các doanh nghiệp để rồi người được hưởng lợi là các khách hàng nước ngoài (đây cũng là tình trạng chung của cả nước). Điều này làm cho hiệu quả kinh tế của xuất khẩu cà phê xét trên toàn cục đã ít nhiều bị giảm thấp. Vấn đề ở đây là cần thiết phải có sự chỉ đạo thống nhất, phải có sự quản lý và điều hành chặt chẽ để kết nối được các doanh nghiệp với nhau trong hoạt động xuất khẩu cà phê nhằm hạn chế tối đa sự cạnh tranh không cần thiết, tạo nên một sức mạnh tổng lực trong các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê của Tỉnh.

➤ ***Về quản lý giá cả, chính sách thu mua tạm trữ và hỗ trợ lãi suất vay tạm trữ:***

Nhà Nước đã có những nỗ lực đáng kể nhằm tác động cải thiện tình hình giá cà phê trong thời gian khủng hoảng bằng cách hỗ trợ lãi suất để các doanh nghiệp thu mua cà phê tạm trữ, góp phần tiêu thụ hàng hoá trong dân. Nhưng xem ra trên thực tế chính sách này không phát huy tác dụng và còn nhiều bất cập nên sau khi hết thời gian tạm trữ và hỗ trợ lãi vay ngân hàng, giá cà phê trên thị trường thế giới không lên mà còn thấp hơn nữa, nhưng các doanh nghiệp buộc lòng phải bán hàng ra gây tổn thất nghiêm trọng trong kinh doanh, Nhà nước và các cơ quan quản lý chức năng chỉ mới xem xét hỗ trợ 70% số lỗ cho doanh nghiệp và nhiều doanh nghiệp đã gặp nhiều khó khăn khi thực thi nghiêm chỉnh chính sách thu mua tạm trữ của Chính phủ.

Nhà nước chưa thực sự tham gia vào việc điều tiết giá cả. Khi giá có xu hướng lên cao, nông dân thường ào ạt bán ra, trong khi các doanh nghiệp “vốn ngắn” không thể mua trữ với số lượng lớn, nếu Nhà nước can thiệp bằng cách mua vào dự trữ để tránh tình trạng thừa cung trên thị trường sẽ giúp điều tiết được giá cả

theo hướng có lợi cho nông dân, doanh nghiệp và cả nhà nước. Tuy nhiên, thời gian qua chúng ta vẫn chưa thực hiện tốt điều này.

Thêm vào đó, các chính sách do các cơ quan chức năng ban hành còn thiếu tính linh hoạt. Mặc dù có nhiều điều khoản ưu đãi đối với tất cả các tác nhân tham gia kênh sản xuất, chế biến và tiêu thụ cà phê như lãi suất thấp, khoan nợ, giãn nợ... nhưng tất cả các yếu tố để tiếp cận với chính sách này chưa tốt. Đầu tiên là những quy định về vốn vay hiện nay chủ yếu quan tâm đến giá trị tài sản thế chấp hơn là khả năng sinh lời của dự án vay. Việc quy định lượng tiền vay không vượt quá một tỷ lệ % nhất định của giá trị tài sản cũng gây nhiều khó khăn cho người có nhu cầu vay vốn. Thiếu tài sản thế chấp là cản trở lớn nhất đối với người trồng cà phê nghèo và các doanh nghiệp quy mô nhỏ. Tiếp theo là các thủ tục ngân hàng chưa thông thoáng, gây nhiều khó khăn cho người vay.

### **2.3 Tóm tắt những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức đối với hoạt động xuất khẩu cà phê của tỉnh Đồng Nai:**

#### **2.3.1 Điểm mạnh, điểm yếu:**

##### **❖ Điểm mạnh**

- Tỉnh có tiềm năng sản xuất cà phê, Đồng Nai có những điều kiện thiên nhiên thuận lợi cho trồng cà phê, khí hậu và đất trồng thích hợp, chất lượng cà phê được thị trường ưa chuộng

- Đồng Nai là tỉnh có diện tích và sản lượng cà phê đứng đầu trong các tỉnh Đông Nam Bộ. Năng suất cà phê của tỉnh thuộc loại cao.

- Tỉnh đã chủ động được nguồn sản xuất cà phê cung ứng cho xuất khẩu

- Đội ngũ lao động dồi dào và có nhiều kinh nghiệm trong trồng và chăm sóc vườn cây, giá lao động lại rẻ.

- Có mạng lưới lưu thông cà phê rộng khắp đáp ứng tốt cho nhu cầu xuất khẩu cà phê của tỉnh

- Cơ sở hạ tầng phục vụ cho hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp khá đầy đủ và thuận lợi.

- Lợi thế về giá luôn rẻ hơn so với mức bình quân của cả nước cũng giúp cho việc xuất khẩu cà phê của các doanh nghiệp trong tỉnh thuận lợi hơn. Tỉnh có lợi thế xuất khẩu cà phê vì chi phí sản xuất (chi phí nguyên liệu) thấp do giá nhân công và giá đất không cao.

- Chính quyền địa phương quan tâm đến phát triển cây cà phê của tỉnh. Sự quan tâm hỗ trợ của chính quyền địa phương là một trong những yếu tố giúp ổn định hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp trên địa bàn.

- Các doanh nghiệp của tỉnh bước đầu có kinh nghiệm trong tiêu thụ và xuất khẩu cà phê

❖ **Điểm yếu**

- Chất lượng sản phẩm còn thấp, chi phí sản xuất còn cao

- Thiếu vốn, kỹ thuật và thông tin thị trường, khả năng phân tích thông tin còn yếu.

- Cơ sở vật chất kỹ thuật yếu kém, công nghệ sau thu hoạch chưa cao, tỷ lệ hao hụt nhiều

- Các hộ trồng còn manh mún, diện tích trồng nhỏ lẻ theo từng hộ gia đình nên năng suất không cao thiếu sự liên kết. Trồng trọt, thu hoạch, chế biến và bảo quản còn theo phương pháp thủ công truyền thống là chính, chưa có sự đầu tư đúng mức để đảm bảo chất lượng cà phê.

- Chưa có hệ thống cung cấp giống tốt đồng nhất. Giống cây có chất lượng và năng suất thấp

- Thiếu kỹ năng quản lý sản xuất kinh doanh, đặc biệt là kinh doanh quốc tế.

**2.3.2 Cơ hội, thách thức:**

❖ **Cơ hội:**

- Đời sống người dân ngày càng cao làm cho nhu cầu tăng, nhu cầu về sản phẩm cà phê cũng tăng theo.

- Thị trường tiêu thụ rộng lớn. Nhật bản, EU, Mỹ... là những thị trường đầy tiềm năng đối với cà phê VN, trong đó có cà phê của tỉnh Đồng Nai.

- Hội nhập mở ra khả năng tiếp cận công nghệ kỹ thuật tiên tiến và thị trường xuất khẩu ngày càng mở rộng.

- Chính sách nhà nước đang tích cực đáp ứng những yêu cầu của WTO: chính sách thông thoáng, chính quyền địa phương quan tâm đến phát triển cây cà phê của tỉnh.

- Phát triển khoa học công nghệ đang được tỉnh coi trọng.

❖ **Thách thức:**

- Cạnh tranh gay gắt với các tỉnh xung quanh và các nước trong khu vực. Áp lực từ đối thủ cạnh tranh với những lợi thế về cơ sở vật chất kỹ thuật, về năng lực cạnh tranh, tích lũy nhiều kinh nghiệm trong xuất khẩu cà phê

- Chính phủ các nước nhập khẩu, nhất là những nước phát triển đưa ra những tiêu chuẩn quá khắt khe đối với những hàng xuất khẩu; chưa ứng dụng chu trình nông nghiệp an toàn để thỏa mãn nhu cầu đòi hỏi nghiêm khắc về chế độ nuôi trồng và tiêu chuẩn cao của giới tiêu thụ nên gặp khó khăn lớn trong việc xuất khẩu

- Xuất khẩu cà phê tăng trưởng cao nhưng chưa bền vững.

- Môi trường còn bị ô nhiễm

- Chi phí đầu vào và đầu ra ngày càng tăng

- Giá thành cà phê còn cao do phải chịu nhiều loại phí cho vận chuyển, phí cầu cảng, phí sân bay...

- Sản xuất phụ thuộc nhiều vào tự nhiên, cơ sở vật chất kỹ thuật yếu kém.

- Công nghiệp chế biến còn yếu kém, chưa được đầu tư đúng mức.

- Các hoạt động xúc tiến thương mại chưa được coi trọng, chưa chủ động trong việc nghiên cứu tiếp cận thị trường.

- Chính sách vay tín dụng đối với hộ nông dân, các doanh nghiệp tham gia sản xuất kinh doanh cà phê hầu như chưa có hoặc còn rất hạn chế.

## **CHƯƠNG 3:**

### **MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU CÀ PHÊ TỈNH ĐỒNG NAI**

#### **3.1 QUAN ĐIỂM ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP :**

**3.1.1 Quan điểm 1:** Xác định ngành cà phê là ngành kinh tế quan trọng, xuất khẩu cà phê là một trong 12 chương trình kinh tế trọng điểm của tỉnh Đồng Nai đến 2010 và tầm nhìn 2020

Như đã phân tích và trình bày ở phần trên, ngành cà phê có một vai trò quan trọng đối với hoạt động nông nghiệp nói riêng và đối với sự phát triển kinh tế nói chung. Ngành cà phê là một trong 10 ngành mang lại kim ngạch ngoại tệ lớn nhất Việt Nam, ngành thu hút được nhiều lao động trực tiếp và gián tiếp. Việt Nam là nhà sản xuất cà phê lớn thứ hai trên thế giới và nhiều nước trên thế giới biết đến Việt Nam qua thành tựu xuất khẩu cà phê 10 năm qua. Cần có chiến lược phát triển và đầu tư toàn diện cho ngành, ở tất cả các khâu tạo tiền đề cho việc đẩy mạnh và nâng cao hiệu quả xuất khẩu cà phê: khâu giống, kỹ thuật canh tác, đầu tư công nghệ thu hái, chế biến, bảo quản và các cơ sở hạ tầng phục vụ cho hoạt động thương mại để ngành cà phê Việt Nam và Đồng Nai ngày càng nâng cao uy tín trên thị trường thế giới

**3.1.2 Quan điểm 2:** Chất lượng là yếu tố quyết định sự duy trì và phát triển thị trường xuất khẩu

Thật vậy, một yếu tố quan trọng luôn gắn liền với tình hình sản xuất, chế biến và xuất khẩu đó là chất lượng. Bởi vì, cũng như các sản phẩm khác, chất lượng là nhu cầu của người tiêu thụ; là hiệu quả, là sự sống còn của người sản xuất. Sản phẩm cà phê lại là thức uống cao cấp nên người tiêu thụ đòi hỏi chất lượng ngày càng cao. Tuy nhiên, đến nay Việt Nam đã xuất khẩu hơn 700.000 tấn cà phê mỗi năm; nhưng về mặt chất lượng chưa thật sự thuyết phục được khách hàng do công nghệ thu hoạch, chế biến và bảo quản kém nên chất lượng chưa có sự ổn định cao,

nhất là về tiêu chuẩn thử nếm, qui cách hàng hoá không thống nhất với tiêu chuẩn của người tiêu thụ, trong quá trình lưu thông sản phẩm dễ hư hỏng, không sử dụng được như phát sinh mốc, tăng tỷ lệ hạt đen, hạt lên men,...Do đó, sản phẩm xuất khẩu lớn mà chất lượng không cao thì thiệt hại lớn và khó có thể duy trì và phát triển được thị trường. Nếu cà phê Việt Nam có chất lượng cao và ổn định thì không những bán được với giá cao thu được lợi nhuận cao mà còn thu hút được nhiều khách hàng trên toàn thế giới. Braxin là một thí dụ điển hình – tiêu chuẩn cà phê xuất khẩu của Braxin tính theo lõi và có yêu cầu về thử nếm do đó chất lượng, hương vị cà phê luôn được ổn định, đáp ứng được nhu cầu chọn lựa của các nhà rang xay và tất nhiên giá xuất khẩu cũng rất cao.

**3.1.3 Quan điểm 3:** Nâng cao vai trò quản lý Nhà nước trong việc duy trì và phát triển thị trường xuất khẩu

Ở những nước có nền kinh tế đang phát triển như Việt Nam thì sự phát triển nông nghiệp, nhất là việc phát triển những loại cây trồng có hiệu quả kinh tế cao như cà phê mang nhiều yếu tố tự phát, thiếu ổn định, chứa nhiều yếu tố rủi ro. Để hướng ngành cà phê tiếp cận và phát triển trên thị trường thế giới có hiệu quả và ngày một nâng cao uy tín thì vai trò của Nhà Nước rất quan trọng: Chẳng những nhà nước đóng vai trò “Nhạc trưởng” điều tiết ngành cà phê phát triển đúng hướng mà còn đóng vai trò là “Nhà thương thuyết” để tạo môi trường xuất khẩu cà phê thuận lợi. Trên thực tế, kinh nghiệm ở nhiều nước xuất khẩu cà phê thành công như Braxin, Colombia... thì vai trò của Nhà nước rất quan trọng trong định hướng chiến lược phát triển ngành cà phê, sử dụng những đòn bẩy và kỹ thuật: thuế, hỗ trợ cho vay sản xuất, tổ chức các cuộc đấu giá sàn để mua lại sản phẩm cà phê hàng hoá nhằm nâng cao giá trên thị trường thế giới; tổ chức thương thuyết với các nhà nhập khẩu để duy trì và mở rộng thị trường; sử dụng các cơ quan của Chính phủ hỗ trợ doanh nghiệp tiếp thị ở tầm vĩ mô, hỗ trợ tín dụng đầu tư công nghệ sản xuất, chế biến để nâng cao chất lượng....

## **3.2 MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA ĐỒNG NAI:**

### **3.2.1 Mục tiêu tổng quát:**

- Quy hoạch và củng cố ngành cà phê tỉnh phát triển bền vững.
- Duy trì và phát triển xuất khẩu cà phê trên các thị trường truyền thống ổn định.
- Nâng cao tính cạnh tranh của cà phê xuất khẩu trên thị trường thế giới.

### **3.2.2 Mục tiêu cụ thể:**

- Duy trì diện tích trồng cà phê cả tỉnh ổn định khoảng 20.000 ha, sản lượng thu hoạch hàng năm đạt trên 32.000 tấn.
- Đẩy mạnh số lượng cũng như kim ngạch xuất khẩu cà phê của tỉnh, đảm bảo sản lượng xuất khẩu trên 60.000 tấn/năm.
- Nâng cao chất lượng cà phê, đảm bảo chất lượng ổn định từ khâu sản xuất đến tiêu thụ.
- Xây dựng mạng lưu thông cà phê, đảm bảo cho công tác xuất khẩu.
- Đẩy mạnh hoạt động tiếp thị cà phê tỉnh.
- Nâng cao hiệu quả xuất khẩu cà phê của các doanh nghiệp tỉnh.
- Hoàn thiện cơ chế chính sách quản lý ở tầm vĩ mô tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê thâm nhập và phát triển thị trường thế giới.

## **3.3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU CÀ PHÊ TỈNH ĐỒNG NAI**

### **3.3.1 Nhóm giải pháp nâng cao chất lượng cà phê xuất khẩu**

*3.3.1.1. Đẩy mạnh công tác khuyến nông gồm cả công tác giống, hướng dẫn hỗ trợ kỹ thuật chăm sóc cây trồng, phòng trừ sâu bệnh và phương cách thu hái, bảo quản sản phẩm:*

+ *Cải thiện chất lượng cây giống:* hiện tại đa số vườn cà phê có chất lượng giống không cao. Trên 80% diện tích trồng bằng hạt do nông dân tự chọn lọc, năng suất không cao, kích thước hạt nhỏ, nhiều cây bị bệnh gỉ sắt. Để khắc phục tình trạng trên, các nhà khoa học đã nghiên cứu, chọn tạo được nhiều dòng vô tính chín tầm trung bình đến muộn, thu hoạch vào mùa khô, có nhiều thuận lợi cho việc chế biến.



Biện pháp ghép chồi thay thế các cây giống xấu đã được thực hiện thành công và bước đầu mang lại hiệu quả kinh tế cao. Sau khi ghép cải tạo 2 năm, mỗi cây ghép cho thu 2 – 5 kg quả tươi và năng suất ổn định 20 – 30 kg. Cần phổ biến và hướng dẫn kỹ thuật để nhân dân áp dụng, nhanh chóng thay đổi giống cũ tại những vườn cà phê chất lượng kém.

+ *Đa dạng hoá cây trồng*: các vườn cà phê hiện nay thường được thâm canh cao độ, với lượng phân bón và nước tưới rất cao lại hầu như không có cây che bóng, đã khiến cây bị kiệt sức sau vài vụ bội thu. Cây che bóng có tác dụng phòng hộ cho vườn cà phê với tác dụng điều hoà khí hậu trong vườn, giảm thiểu lượng nước tưới trong mùa khô, cung cấp dinh dưỡng thông qua cành lá phải tĩa hàng năm, tái lập sự cân bằng tự nhiên và điều tiết được năng suất cây trồng chính. Ngoài ra, cây che bóng còn có tác dụng nâng cao chất lượng sản phẩm cà phê, vì cà phê thích hợp với ánh sáng tán xạ, yêu cầu được che bóng nhất định. Ánh sáng tán xạ làm kéo dài thời gian chín của quả, tạo điều kiện để hạt tích lũy đầy đủ các hợp chất thơm cần thiết của hương vị cà phê. Chính tác dụng điều tiết năng suất của cây che bóng nên người dân muốn đạt năng suất cao nên đã chặt bỏ cây che bóng. Biến động về thời tiết những năm gần đây cho thấy tình trạng độc canh cây cà phê với mức thâm canh cao đã gây nên hậu quả nghiêm trọng. Chi phí sản xuất cà phê cao, giá cà phê xuống thấp, đời sống của người dân bị giảm sút.

Giải pháp mang tính khả thi là chọn lựa các cây che bóng đa tác dụng, vừa có sản phẩm thu hoạch, vừa có tác dụng che bóng. Biện pháp trồng xen cho phép khai thác hợp lý đất đai và không gian (nhiều tầng sinh thái), ngoài ra còn có tác dụng rải vụ thu hoạch. Theo các chuyên gia, mô hình trồng xen tiêu vào vườn cà phê bằng cách cho tiêu bám vào cây keo đậu hoặc xen sàu riêng vào có thể cho kết quả tốt. Điều này đặc biệt có ý nghĩa với nông dân trồng cà phê của tỉnh Đồng Nai vì Đồng Nai cũng là tỉnh có thể mạnh về tiêu và một số loại cây ăn trái nhiệt đới.

+ *Tăng cường sản xuất và sử dụng phân bón hữu cơ*: mặc dù chi phí lao động thấp nhưng giá thành cà phê Việt nam vẫn còn khá cao và chưa mang tính cạnh tranh, nguyên nhân chủ yếu là do nông dân mong muốn đạt năng suất cao nhất

đã tăng đầu tư phân bón, nước tưới lên mức rất cao đã làm giảm hiệu quả của đầu tư và nâng cao giá thành sản xuất.

Việc cần phải làm là tìm công thức đầu tư cho hiệu quả kinh tế cao nhất trong đó giảm thiểu đầu tư vào phân hoá học, thuốc trừ sâu, lượng nước tưới, tăng cường ủ gốc, phủ đất giữ ẩm trong mùa khô... để đạt một năng suất không phải là cao nhất nhưng có mức lợi nhuận tốt nhất. Ngành cà phê Việt nam cũng quan tâm khuyến cáo các nhà sản xuất sử dụng nhiều phân hữu cơ thay cho việc dùng nhiều phân hoá học lâu nay coi đó là một phương hướng tiến bộ trong kỹ thuật. Ngoài ra, cần quan tâm kết hợp chăn nuôi với trồng trọt, nơi có điều kiện có thể kết hợp nuôi bò với trồng cà phê.

+ *Chú trọng công tác thu hoạch và xử lý sau thu hoạch*: gồm các bước công việc: thu hái quả, vận chuyển, phơi sấy, sơ chế, làm sạch – phân loại, tồn trữ và bảo quản. Cần thiết phải xử lý tốt các khâu trong và sau thu hoạch để không những giảm được mức hao hụt và tăng sản lượng thu hoạch, mà còn giảm thiểu các thiệt hại kinh tế do cà phê bị biến chất, lên men, mốc, giảm phẩm cấp, giảm giá trị thương phẩm. Hầu hết việc thu hoạch cà phê chỉ thực hiện bằng phương pháp thủ công, cộng thêm thời tiết luôn mưa bão vào thời điểm thu hoạch rộ. Trong khi đó quá trình phơi sấy, tách vỏ hạt và làm sạch chủ yếu thực hiện theo kinh nghiệm của từng địa phương và phụ thuộc vào tình trạng trang thiết bị của từng hộ gia đình. Do đó, chưa có phương pháp khoa học để nâng cao hiệu quả chất lượng. Cần đầu tư áp dụng khoa học, công nghệ đồng bộ trong khâu thu hái, sơ chế và bảo quản.

Vấn đề đặc biệt cần quan tâm và kiên quyết thực hiện là không thu hoạch khi quả còn xanh. Việc thu hoạch khi quả còn xanh không chỉ làm giảm chất lượng cà phê mà còn gây thất thu nghiêm trọng về sản lượng. Kết quả nghiên cứu cho thấy thu hoạch toàn bộ quả xanh thì sẽ bị hao hụt trên 20%. Nếu liên tục thu hoạch quả xanh nhiều năm liền thì thời vụ thu hoạch dần dần sẽ chuyển dịch vào cuối mùa mưa, gây bất lợi cho công tác chế biến và chi phí tưới tăng (tưới nhiều lần hơn). Nếu thu hoạch kết thúc sớm, cây sẽ phân hoá mầm hoa sớm nên phải tưới nhiều nước vào dịp trước Tết Nguyên đán. Ngoài ra, để làm được việc này cũng cần có sự

quyết tâm của các doanh nghiệp. Các doanh nghiệp mua cà phê xuất khẩu phải xây dựng và thống nhất được một bộ tiêu chuẩn khi mua, kiên quyết không mua cà phê không đạt tiêu chuẩn, dù giá rẻ. Các doanh nghiệp nên và cần dùng biện pháp kinh tế nâng cao chất lượng cà phê bằng cách ký hợp đồng tiêu thụ sản phẩm với giá mua phù hợp để kích thích nông dân "hái chín".

Thêm vào đó, phải đầu tư đầy đủ công đoạn chế biến phơi sấy: có nhiều lý do khác nhau để chọn lựa phương pháp chế biến thích hợp. Cà phê với chế biến ướt có giá trị xuất khẩu cao hơn so với chế biến khô từ 50 – 70 USD/tấn, nhưng yêu cầu đầu tư trang thiết bị, chi phí vận hành cao, xử lý sự ô nhiễm môi trường phức tạp nên khó áp dụng ở quy mô lớn. Với điều kiện hiện nay, hầu hết cà phê vẫn được xử lý bằng phương pháp chế biến khô. Cần tăng cường đầu tư cho hạ tầng sản xuất, chế biến và bảo quản hàng hóa: xây dựng hệ thống sân phơi sấy, kho lưu trữ bảo quản đủ điều kiện và hiện đại hóa công nghệ chế biến cà phê xuất khẩu như: đầu tư máy sấy, máy phân loại, máy sàng trọng lực... để loại tạp chất, máy chọn màu để sản xuất cà phê chất lượng không hạt đen, máy đánh bóng để làm hàng chất lượng cao cung cấp cho các thị trường Itali, Bỉ...

Tóm lại, đã đến lúc chất lượng sản phẩm cà phê phải đặt lên hàng đầu thì mới cạnh tranh được trên thị trường quốc tế. Việc áp dụng đồng bộ các biện pháp nêu trên cần được nhà vườn, các cấp chính quyền và doanh nghiệp quan tâm để tạo ra sản phẩm cà phê có chất lượng cao và có lợi cho các nhà.

Tuy nhiên, để bắt đầu, cái khó nhất chính là thay đổi tập quán canh tác của người trồng cà phê. Việc hướng dẫn, theo dõi thường xuyên để nông dân tuân thủ nghiêm ngặt những kỹ thuật sản xuất mới cũng đòi hỏi nhiều thời gian công sức.

Vấn đề đặt ra là phải tuyên truyền, vận động nâng cao nhận thức cho người làm cà phê, giúp họ thấy được việc sản xuất cà phê sạch có ý nghĩa quan trọng khi mục tiêu chúng ta đang hướng đến là thực hành canh tác cà phê có trách nhiệm với môi trường, xã hội và đảm bảo được chất lượng sản phẩm. Đây cũng là xu hướng tất yếu của ngành cà phê nước ta khi tham gia vào thị trường quốc tế.

### **3.3.1.2 Ban hành quy định thực hiện nghiêm các tiêu chuẩn đối với cà phê xuất khẩu:**

Hiện nay, cà phê Việt Nam xuất khẩu theo tiêu chuẩn TCVN 4193:93, cụ thể, chất lượng cà phê xuất khẩu được xét trên hai tiêu chuẩn sau :

- *Về cơ lý*: được đánh giá theo hình dạng, màu sắc cảm quan bên ngoài như: chỉ tiêu độ ẩm, tạp chất , tỷ lệ hạt đen bẻ, kích cỡ hạt.

Màu sắc: Cà phê Robusta có màu xanh tự nhiên (không bị sẫm màu hay bạc trắng xóp do để quá lâu)

- *Về thử nếm*: nước cất của cà phê có hương vị đặc trưng, không có mùi lạ, mùi chua hay nấm mốc.

+ Loại 1- Sàng 18: ẩm độ tối đa 12,5%, tạp chất tối đa 0,5%, hạt đen và bẻ tối đa 3%, tối thiểu 90 % hạt trên sàng 18 (7,1 mm)

+ Loại 1- Sàng 16: ẩm độ tối đa 12,5%, tạp chất tối đa 0,5%, hạt đen và bẻ tối đa 3%, tối thiểu 90 % hạt trên sàng 16 (6,3 mm)

+ Loại 2- Sàng 13: ẩm độ tối đa 13%, tạp chất tối đa 1%, hạt đen và bẻ tối đa 5%, tối thiểu 90 % hạt trên sàng 13 (5,0 mm)

+ Theo tiêu chuẩn của Nestle: ngoài các chỉ tiêu khác qui định thêm cà phê nhân có độ ẩm tối đa 12,5%

+ Theo tiêu chuẩn của Nhật:

Hạt lỗi: tối đa 8% (2% hạt đen, 1% tạp chất, còn lại gồm hạt nâu, hạt sâu, hạt bẻ,...), ẩm độ tối đa 13%, tối thiểu 90% hạt trên sàng 13.

Giá cà phê xuất khẩu có cùng chủng loại Robusta của Việt Nam nói chung hay của tỉnh Đồng Nai nói riêng thường xuyên thấp hơn giá cà phê xuất khẩu của Indonesia, Braxin, Columbia mà nguyên nhân chủ yếu là do chất lượng cà phê Việt Nam kém hơn và thường không ổn định, mặc dù hương vị cà phê tự nhiên của Việt Nam thơm ngon hơn. Do vậy, để giảm sự chênh lệch về giá so với các nước nhằm nâng cao hiệu quả xuất khẩu cà phê và duy trì, phát triển thị trường cà phê xuất khẩu, một yêu cầu đặt ra hết sức bức thiết là phải nâng cao chất lượng cà phê xuất

khẩu như đã đề cập ở trên, đồng thời cũng phải thực hiện kinh doanh xuất khẩu cà phê theo tiêu chuẩn quốc tế.

Như đã đề cập, hiện nay cà phê xuất khẩu của Việt Nam được phân phẩm cấp loại 1 và loại 2 theo tiêu chuẩn tỷ lệ hạt đen bẻ, tạp chất, với cách phân loại này khác xa với tiêu chuẩn tính lỗi cho cà phê xuất khẩu của thế giới và thường cho ra chất lượng thấp, không ổn định vì trong khâu phơi sấy, chế biến hàng có tỷ lệ tạp chất rất cao. Muốn nâng cao được chất lượng cà phê xuất khẩu của Việt Nam tốt hơn, có chất lượng ổn định thì nhất thiết là cà phê xuất khẩu của Việt Nam phải được tiêu chuẩn hóa theo cách tính lỗi như các nước khác trên thế giới.

Xây dựng và ban hành các tiêu chuẩn cấp Nhà nước về cà phê là một vấn đề được nhiều người quan tâm, nó là một cơ sở đảm bảo cho việc nâng cao chất lượng cà phê Việt nam. Hiện nay, Nhà nước đã xây dựng xong bộ tiêu chuẩn cà phê xuất khẩu mới TCVN 4193:2005, nhưng chưa được áp dụng vào thực tế bởi vì người nông dân lẫn nhà chế biến, nhà xuất khẩu vẫn còn theo thói quen cũ chưa muốn thay đổi cách chế biến theo tiêu chuẩn mới, một phần vì trình độ hiểu biết còn hạn chế, và cũng chưa đủ năng lực đầu tư máy móc mới để có thể chế biến sản phẩm theo tiêu chuẩn mới có hiệu quả nên giá thành thường chênh lệch cao hơn khoảng 5-10 USD/T so mức giá mà người mua chấp nhận được dù chất lượng theo tiêu chuẩn mới tốt hơn.

Do đó, giải pháp đưa ra là Nhà nước cần quy định rõ ràng việc mặt hàng cà phê phải được ghi vào danh mục bắt buộc kiểm tra chất lượng sản phẩm trước khi thông quan và cà phê xuất khẩu phải có chứng nhận kiểm tra chất lượng theo tiêu chuẩn Việt Nam TCVN 4193:2005. Mặt khác cần kiểm tra hoạt động chế biến của các doanh nghiệp, yêu cầu nghiêm ngặt trong việc phân loại cà phê khi xuất xưởng. Cần giúp nông dân thực hiện đúng kỹ thuật trong các khâu chăm sóc, thu hái, sơ chế cà phê. Cần tăng cường kiểm tra, phân loại bằng văn bản chất lượng cà phê tại các xưởng chế biến. Có như thế mới đảm bảo được chất lượng cà phê theo đúng tiêu chuẩn đưa ra.

Theo thông tin mới nhất, hiện nay Bộ Thương Mại đã ra thông báo cho các bộ ngành liên quan và Hiệp hội cà phê cao phối hợp tuyên truyền để chuẩn bị áp dụng việc bắt buộc kiểm tra chất lượng mặt hàng cà phê theo tiêu chuẩn chất lượng trước khi thông quan kể từ ngày 01/10/2007, ban hành quyết định và xây dựng lộ trình áp dụng tiêu chuẩn TCVN 4193:2005. Tuy nhiên, vấn đề áp dụng theo tiêu chuẩn mới cho cà phê xuất khẩu cần phải có thời gian để thích nghi dần, đặc biệt là cần có sự hỗ trợ của Nhà nước và Hiệp hội ngành hàng (VICOFA).

Nhìn chung, có thể nói việc nâng cao chất lượng cà phê xuất khẩu chỉ có thể được thực hiện và như là một hệ quả tất nhiên khi đã thực hiện tốt các giải pháp cơ bản khác như vấn đề giống, vấn đề kỹ thuật, công nghệ chế biến, bảo quản, sự quan tâm hỗ trợ từ Nhà nước... Trên thực tế, đây là những vấn đề khó, đòi hỏi phải tập trung nhiều nguồn lực để giải quyết một cách đồng bộ và triệt để.

### **3.3.2 Nhóm giải pháp hoàn thiện phương thức kinh doanh xuất khẩu cà phê**

Cà phê là một loại hàng hóa được mua bán giao dịch nhộn nhịp nhất nhì trên thế giới, lượng mua bán trong mỗi ngày giao dịch trên các thị trường kỳ hạn quốc tế như London, New York đạt ở mức từ 3.000 - 30.000 lô (tương đương 15.000 đến 180.000 tấn cà phê), nên phương thức mua bán cũng rất linh động. Có rất nhiều thành phần tham gia vào thị trường như: các quỹ đầu cơ lớn (funds), các nhà đầu cơ nhỏ (speculators), giới công nghiệp rang xay (Industries/ Roasters), các nhà buôn (traders), nhà nhập khẩu, nhà xuất khẩu, và các quốc gia sản xuất - nông dân (origin)...

Có hai dạng thị trường: thị trường giao cà phê thực khi đến hạn và thị trường mua bán cà phê trên giấy, đến thời hạn hợp đồng chỉ thanh lý lượng mua và bán trên giấy, chứ không giao cà phê. Do đó, cà phê có thể thực hiện mua bán theo phương thức giá cố định (giá outright), hoặc là giá trừ lùi (giá differential) một khoảng chênh lệch so với các tháng giao hàng trên thị trường kỳ hạn. Các thành viên tham gia thị trường mua bán có thể mua trước hay bán trước một lượng hàng nào đó, theo một phương thức định giá tùy theo nhận định cá nhân về khuynh hướng của thị trường.

Ngành cà phê Việt Nam tuy đã có những bước phát triển vượt bậc trong hơn mười năm qua, nhưng thực tế kinh nghiệm mua bán cà phê trên thị trường quốc tế hiện nay còn rất hạn chế. Do ảnh hưởng ít nhiều những đặc điểm của kinh doanh cà phê trên các thị trường kỳ hạn quốc tế nên việc kinh doanh xuất khẩu cà phê Việt Nam cũng có hai phương thức mua bán qui định giá như sau:

❖ ***Hợp đồng mua bán giá cố định hay còn gọi là giá giao ngay (giá outright)***

Cà phê được người mua và người bán thỏa thuận tại một mức giá cố định, với số lượng và thời hạn giao hàng cụ thể. Ví dụ: hợp đồng ngoại thương ngày 10/12/2006 có số lượng mua bán là 108 tấn (6 containers) cà phê Robusta R2, giá: 1.500 USD/ tấn – FOB/ HCMC port, thời hạn giao hàng tháng 01/2007. Giá đã được cố định ở mức 1.500 USD/T không thay đổi dù giá thị trường kỳ hạn có tăng hay giảm, người mua và người bán đều phải thực hiện. Sau khi giao hàng xong, người bán sẽ được nhận khoản thanh toán tiền hàng 100% trị giá.

❖ ***Hợp đồng mua bán giá trừ lùi (giá differential):***

Dạng hợp đồng này còn được gọi là hợp đồng kỳ hạn (dù thuật ngữ này chưa thể hiện đầy đủ bản chất của nó ở thị trường cà phê xuất khẩu của Việt Nam). Phương thức định giá này dựa vào giá trên thị trường kỳ hạn London (LIFFE) để nhà xuất khẩu và nhập khẩu thực hiện việc gút giá hợp đồng. Trên thị trường kỳ hạn London có giá các tháng giao hàng như sau: giá tháng một, giá tháng ba, giá tháng năm, giá tháng bảy, giá tháng chín, giá tháng mười một hàng năm.

Ví dụ: Ngày 10/12/2006 người mua và người bán đồng ý thực hiện hợp đồng với số lượng 108 tấn cà phê Robusta R2, thời hạn giao hàng tháng 01/2007, giá hợp đồng là giá thị trường London tháng 03/2007 (LIFFE 03/2007) trừ đi một khoảng chênh lệch là 100USD/T - FOB/HCMC, người bán có quyền gút giá chính thức kể ngày ký hợp đồng cho đến 28/02/2007 tùy theo nhận định về khuynh hướng giá. Nếu đã giao hàng xong, mà người bán chưa gút giá chính thức thì người bán chỉ được nhận khoản thanh toán 70% trị giá tiền hàng dựa vào giá tại thời điểm giao hàng. Khi người bán tiến hành gút giá xong thì hai bên sẽ quyết toán toàn bộ giá trị hợp đồng.

Những qui định về thời hạn giao hàng và thời hạn gút giá:

Những hợp đồng mua bán theo giá trừ lùi sẽ phải thực hiện theo một số qui định sau:

- Hợp đồng có thời hạn giao hàng tháng 01, tháng 02, thì giá mua bán là giá tháng 03 trên thị trường thời hạn London trừ đi một khoảng chênh lệch do hai bên thỏa thuận, thời hạn gút giá kể từ lúc ký hợp đồng đến ngày cuối tháng 02.

- Hợp đồng có thời hạn giao hàng tháng 03, tháng 04, thì giá mua bán là giá tháng 05 trên thị trường thời hạn London trừ đi một khoảng chênh lệch do hai bên thỏa thuận, thời hạn gút giá kể từ lúc ký hợp đồng đến ngày cuối tháng 04.

- Hợp đồng có thời hạn giao hàng tháng 05, tháng 06, thì giá mua bán là giá tháng 07, thời hạn gút giá kể từ lúc ký hợp đồng đến ngày cuối tháng 06.

- Hợp đồng có thời hạn giao hàng tháng 07, tháng 08, lấy giá tháng 09 và thời hạn gút giá đến cuối tháng 08.

- Tương tự như vậy, thời hạn giao hàng tháng 09, tháng 10 thì lấy giá tháng 11 và thời hạn gút giá hết hết ngày 30/10. Hợp đồng có thời hạn giao hàng tháng 11 và 12, thì lấy giá tháng 01 năm sau, thời hạn gút giá đến cuối tháng 12.

**3.3.2.1 Hoàn thiện mạng lưới lưu thông phân phối cà phê**

Cà phê từ nông dân được mua bán qua nhiều trung gian trước khi đến tay nhà xuất khẩu. Trên thực tế, trong điều kiện hiện nay và nhiều năm tiếp nữa, việc tồn tại hệ thống các cơ sở nhỏ, các đại lý, các nhà kho và các công ty tư nhân kinh doanh cà phê là khách quan và cần thiết. Tuy nhiên vì sự tham gia thị trường của lực lượng này khá lớn nên thường xảy ra tình trạng đầu cơ ép giá, cạnh tranh không lành mạnh... làm thiệt hại lợi ích của cả người nông dân lẫn doanh nghiệp xuất khẩu cà phê..

Do vậy, để nâng cao hiệu quả cho xuất khẩu cà phê, đồng thời đảm bảo lợi ích cho nông dân, cần thiết phải điều chỉnh lại hệ thống này và tổ chức tốt hơn nữa mạng lưới lưu thông cà phê trong tỉnh Đồng Nai. Theo đó, các nhà xuất khẩu, đặc biệt là các doanh nghiệp nhà nước phải đặt thêm hệ thống điểm thu mua, kho trung chuyển đến các địa bàn chuyên canh để mua cà phê nguyên liệu trực tiếp từ nông



dân hoặc các cơ sở sơ chế nhỏ, các đại lý vệ tinh của doanh nghiệp, sau đó chuyển về kho tập trung để chế biến, phân loại xuất khẩu. Về lâu dài, các doanh nghiệp xuất khẩu cần thực hiện mô hình hợp đồng tiêu thụ sản phẩm với nông dân. Làm được như vậy hiệu quả xuất khẩu cà phê sẽ tốt hơn, vai trò của các doanh nghiệp xuất khẩu sẽ ngày càng được tăng cường, giảm đi sự chi phối thị trường của lực lượng trung gian, quan trọng hơn nữa là việc kiểm soát và nâng cao được chất lượng cà phê xuất khẩu ngày càng ổn định

Ngoài ra, cần phải thực hiện được sự liên kết, phối hợp chặt chẽ giữa các thành phần trong hoạt động xuất khẩu cà phê.

Sự phối hợp liên kết này cần được thực hiện theo hai mối liên hệ sau:

**Thứ nhất** là giữa các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê trực tiếp với nhau. Ở Đồng Nai hiện nay có khoảng chưa đến 20 doanh nghiệp xuất khẩu cà phê, tất cả là thành viên của Hiệp hội cà phê cacao Việt Nam (VICOFA) và đều hoạt động kinh doanh theo những điều kiện quản lý, chủ trương chung của Tỉnh Đồng Nai. Mặc dù vậy, thời gian qua hoạt động của các doanh nghiệp rất rời rạc thiếu sự liên kết phối hợp với nhau, thậm chí đôi lúc còn cạnh tranh không cần thiết với nhau tạo khe hở để khách hàng nước ngoài ép giá. Đây là điểm thực sự yếu kém của các doanh nghiệp Tỉnh Đồng Nai, các doanh nghiệp nước ngoài tuy trong kinh doanh có sự cạnh tranh với nhau, nhưng luôn luôn có sự phối hợp chặt chẽ để tạo ưu thế trên thị trường, các doanh nghiệp Việt Nam và Tỉnh Đồng Nai cần phải học tập và khắc phục tình trạng yếu kém này. Muốn vậy, các doanh nghiệp phải thường xuyên giữ mối liên hệ để thông tin với nhau về giá cả, thị trường, về khách hàng, cần thiết thì tổ chức cuộc họp chung để nhận định, đánh giá tình hình và thống nhất với nhau về giá cả giao dịch. Tất nhiên, ở đây cần có sự đồng tâm hiệp lực của các doanh nghiệp xuất khẩu và cần có vai trò chỉ đạo, điều phối của lãnh đạo tỉnh Đồng Nai.

**Thứ hai** là giữa các nhà xuất khẩu với các đại lý, các nhà kho, nhà chế biến cung ứng cà phê. Hiện tại mối quan hệ này chưa thực sự được gắn bó và thiếu tính ổn định lâu dài. Như đã trình bày ở trên, ngoài các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê trực tiếp, tỉnh Đồng Nai còn có một lực lượng đông đảo các cơ sở, các doanh

nghiệp tham gia thu mua, chế biến và cung ứng cà phê cho các doanh nghiệp xuất khẩu cả trong và ngoài tỉnh, hoạt động của họ hoàn toàn phụ thuộc vào tình hình đầu ra của xuất khẩu cà phê. Do chưa thực sự liên kết chặt chẽ giữa các nhà xuất khẩu với các nhà cung ứng nên nguồn cung cho các nhà xuất khẩu không ổn định, giá cả thất thường và nhiều lúc thiếu hàng trầm trọng khi đến hạn giao hàng. Ngược lại, hoạt động của các nhà cung ứng đôi khi cũng bấp bênh lúc thì quá tải, lúc thì thừa công suất. Để khắc phục tình trạng này, mỗi nhà xuất khẩu cần có sự liên kết, hợp tác chặt chẽ với một số nhà cung ứng nhất định, hình thành hệ thống vệ tinh từ khâu thu mua hàng từ nông dân, tồn trữ cho đến chế biến, cung ứng và xuất khẩu, làm cho hoạt động kinh doanh xuất khẩu cà phê của Tỉnh trở nên ổn định và hiệu quả hơn.

### ***3.3.2.2 Đẩy mạnh công tác xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường xuất khẩu***

Vấn đề tiêu thụ hàng hóa rất quan trọng, đặc biệt là ở thị trường nước ngoài bởi vì lượng tiêu thụ trên thị trường nội địa rất thấp, chủ yếu là xuất khẩu chiếm tỷ lệ trên 90%. Tuy nhiên, như đã đánh giá ở trên hoạt động xuất khẩu cà phê của tỉnh cũng như của cả nước còn rất bị động trong vấn đề tìm thị trường cho đầu ra của sản phẩm, đa phần là các nhà buôn nước ngoài tìm đến ta mua hàng là chủ yếu. Công tác tiếp thị - xúc tiến thương mại, nghiên cứu thị trường còn rất hạn chế. Đối với các doanh nghiệp Đồng Nai, hoạt động này cũng nằm trong tình trạng chung của cả nước. Để khắc phục tình trạng này và có thể nâng cao uy tín, thị phần của tỉnh trên thị trường thế giới, cần thực hiện tốt các vấn đề sau :

- Thiết lập mạng lưới thông tin hiện đại để kịp thời nắm bắt thông tin thị trường thế giới đồng thời cập nhật thường xuyên giá chào bán cà phê của Việt Nam trên thị trường. Cần có một bộ phận phân tích và xử lý thông tin chuyên nghiệp của ngành cà phê, bộ phận này có thể là một tổ chức được thành lập từ Nhà nước nhằm hỗ trợ thông tin cho nhà sản xuất và các doanh nghiệp xuất khẩu đồng thời giúp cho Nhà nước có những quyết định quản lý vĩ mô tốt hơn và kịp thời hơn, bộ phận này cũng có thể được thành lập từ Hiệp hội ngành hàng (VICOFA).

- Tổ chức nghiên cứu tiếp cận thị trường cà phê thế giới một cách tích cực hơn, hướng dẫn các doanh nghiệp trực tiếp đi khảo sát, nghiên cứu thị trường, và đặc biệt là tham gia vào thị trường cà phê thế giới chủ động hơn bằng cách “*Tham gia trực tiếp trên sàn giao dịch của thị trường kỳ hạn London–LIFFE (The London International Financial Futures and Options Exchange)*”. Việc tham gia trực tiếp trên sàn giao dịch kỳ hạn London tạo được một đầu ra có hiệu quả cho ngành cà phê Việt Nam và Đồng Nai phát triển vững bền, nhưng là một giải pháp rất khó thực hiện đối với từng doanh nghiệp kinh doanh cà phê. Tham gia vào thị trường kỳ hạn London đòi hỏi phải có một nguồn tài chính lớn, đặc biệt là vấn đề nhân sự - con người rất quan trọng: một trader hay một broker phải có nhiều kiến thức sâu rộng, nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực kinh doanh và khả năng phân tích, dự đoán thông tin thị trường nhạy bén để tư vấn việc ra các quyết định kinh doanh hiệu quả.

*Về mặt tài chính:* để ký quỹ tham gia trên thị trường kỳ hạn thì một doanh nghiệp xuất khẩu riêng lẻ thực sự khó có đủ năng lực để thực hiện, cần phải phối hợp một số doanh nghiệp và có sự hỗ trợ một phần từ các nguồn tài chính của Nhà nước hay của Tỉnh, sau đó phân bổ định mức cho các doanh nghiệp được tham gia giao dịch. Hoặc VICOFA có thể đứng ra tổ chức cho các doanh nghiệp cùng huy động và góp vốn tham gia vào thị trường kỳ hạn, nguồn quỹ này sẽ được quản lý và theo dõi chặt chẽ theo sự biến động của giá cả và lượng giao dịch của các doanh nghiệp trên thị trường.

*Về nhân sự:* trước mắt các doanh nghiệp chưa thực sự có người đủ năng lực để đảm trách việc giao dịch kinh doanh, các doanh nghiệp có thể thuê chuyên gia nước ngoài có năng lực và kinh nghiệm kinh doanh trên thị trường cà phê kỳ hạn ở London làm đại diện giao dịch kinh doanh và cung cấp thông tin thị trường kỳ hạn cho các doanh nghiệp cà phê tỉnh

Có như thế các doanh nghiệp cà phê của tỉnh mới có nhiều chủ động trong việc phát triển thị trường, phát triển ngành cà phê hiệu quả và bền vững

Phương thức kinh doanh này đã mang lại một số thành công nhất định cho các doanh nghiệp lớn, có năng lực tài chính và kinh nghiệm kinh doanh trên thị

trường nhưng Nhà nước cần đưa ra những điều kiện cụ thể tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp có đủ điều kiện tham gia để sử dụng hợp đồng kỳ hạn như là công cụ phòng chống rủi ro về giá cho thị trường hàng thật. Đồng thời cũng nhằm hạn chế các doanh nghiệp nhỏ, chưa đủ năng lực tham gia giao dịch trên thị trường có khả năng gây ra những tiêu cực, làm mất lòng tin của các đối tác nước ngoài với các doanh nghiệp Việt Nam.

- Bên cạnh đó, ngoài những vấn đề kinh tế - xã hội cần quan tâm trong môi trường hoạt động của một doanh nghiệp, thì lợi nhuận và hiệu quả kinh doanh là mục tiêu cuối cùng cần đạt được quyết định sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Việc *“Thành lập kho ngoại quan tại các cảng ở châu Âu để lưu giữ cà phê cho các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê Việt Nam kinh doanh”* là một biện pháp mang lại hiệu quả tốt hơn cho các doanh nghiệp, cụ thể như sau :

+ Khi có sẵn cà phê tại cảng châu Âu, các nhà xuất khẩu Việt Nam cũng như của tỉnh có thể có được cơ hội bán và giao hàng ngay kịp thời để thu được một khoản lợi nhuận chênh lệch, bởi vì hàng hóa nếu đi từ các cảng Việt Nam sẽ mất một khoảng thời gian từ 20-40 ngày mới đến châu Âu trong khi khách hàng có nhu cầu giao hàng ngay.

+ Có sẵn cà phê tại cảng châu Âu, các nhà xuất khẩu Việt Nam dễ dàng thực hiện giao dịch trên thị trường kỳ hạn London cho những hợp đồng giao ngay, giao hàng cho những hợp đồng đã đến hạn thanh lý...

+ Một điểm lợi nữa là có thêm khoảng chênh lệch từ những dịch vụ vận chuyên, bảo hiểm khi thực hiện hợp đồng theo điều khoản CIF thay vì điều khoản FOB nhưng các nhà xuất khẩu phải chịu trách nhiệm về số lượng và chất lượng tại cảng đến theo qui định của hợp đồng chung châu Âu, cụ thể :

*Nếu bán tại Việt Nam:* nhà xuất khẩu bán cho các nhà buôn nước ngoài với mức giá luôn thấp hơn giá trên thị trường London là 120 USD/tấn, theo điều khoản FOB, nhưng nhà xuất khẩu phải chịu trách nhiệm về số lượng và chất lượng hàng hóa tại cảng đến.

*Nếu có sẵn hàng trong kho ngoại quan để bán tại châu Âu:* các nhà xuất khẩu Việt Nam thứ nhất là có thể an tâm về việc hạn chế được việc khiếu nại về chất lượng và số lượng hàng hoá tại cảng đến, hạn chế được việc trừ tiền vô lý từ các nhà buôn nước ngoài, thứ hai là được hưởng thêm một khoản chênh lệch từ việc tiết kiệm chi phí mang hàng đến cảng châu Âu.

Việc chọn địa điểm thành lập kho ngoại quan tại châu Âu là do :

- Sản lượng cà phê Việt Nam đến châu Âu chiếm tỷ lệ hơn 60%.
- Thị trường giao dịch cà phê Robusta là thị trường kỳ hạn London.

### ***3.3.2.3 Giảm thiểu các rủi ro trong kinh doanh xuất khẩu cà phê***

Bất cứ ngành kinh doanh nào, mặt hàng nào cũng có những rủi ro, các doanh nghiệp muốn thành công đều phải tiên đoán, đo lường và kiểm soát được các yếu tố rủi ro có thể xảy ra cho doanh nghiệp mình. Cà phê là một mặt hàng kinh doanh rất nhiều rủi ro, nhất là kinh doanh xuất khẩu cà phê bởi vì các nhà xuất khẩu không chỉ chịu tác động bởi những yếu tố rủi ro của thị trường nội địa, mà yếu tố rủi ro trên thị trường thế giới cũng rất nhiều và quan trọng nhất là yếu tố giá cả rất nhạy cảm với tất cả mọi diễn biến về thời tiết, tình hình kinh tế- chính trị của các nước sản xuất, sự tham gia của các quỹ đầu cơ, của các nhà rang xay và của cả việc bán hàng từ những người nông dân tại các nước sản xuất...

Để giảm thiểu được các rủi ro trong kinh doanh cà phê, cần thực hiện tốt một số vấn đề sau:

- Thu thập, đánh giá và xử lý tốt các thông tin về tình hình sản xuất, nguồn cung của thế giới, dự báo nhu cầu tiêu thụ và hành động của các thành phần tham gia vào thị trường như các quỹ đầu cơ lớn, các nhà đầu cơ nhỏ, các nhà rang xay, các nhà buôn trung gian, các nhà sản xuất trên thế giới để tiên liệu được khuynh hướng của thị trường nhằm có những quyết định kinh doanh kịp thời và hiệu quả.

- Theo dõi thông tin diễn biến giá hàng ngày trên thị trường kỳ hạn London, những tác nhân ảnh hưởng đến giá cả như lượng giao dịch mua bán trên thị trường, thời tiết và tình hình đầu tư sản xuất của các nước ra sao...

- Để giảm thiểu rủi ro trong yếu tố đầu vào, các nhà xuất khẩu phải thường xuyên nắm bắt các thông tin về thị trường nội địa, đánh giá sự uy tín, độ tin cậy của các nhà cung cấp nhằm hạn chế rủi ro về tài chính do việc ký hợp đồng ứng tiền trước hoặc việc thực hiện hợp đồng khi giá biến động tăng và cả uy tín về chất lượng hàng, đây cũng là một vấn đề rất quan trọng trong việc đảm bảo uy tín của nhà xuất khẩu đối với khách hàng nước ngoài.

Tuy nhiên, vấn đề quan trọng để có thể thực hiện được các biện pháp trên là phải tăng cường khả năng dự báo thị trường. Việc tiếp thu và xử lý thông tin kinh doanh cà phê- hiện là một khâu còn yếu. Chúng ta đã tiếp cận được với các nguồn thông tin để có được giá đóng cửa, mở cửa, lượng giao dịch, lượng tồn kho, diễn biến giá cả thu mua của các mặt hàng cà phê tại các thị trường trọng điểm trong nước... Tuy nhiên, quan trọng hơn nữa là khả năng dự đoán thị trường. Chúng ta cần tiếp cận với những thông tin về dự báo thời tiết tại các quốc gia sản xuất cà phê lớn trên thế giới, hiện tượng sương muối, mưa bão, lũ lụt, hạn hán... và từ đó đưa ra những dự báo chính xác cho thị trường cà phê. Để phân tích và xử lý những thông tin này một cách chính xác thật không dễ chút nào. Do đó, như đã đề cập ở phần 3.3.2.2, rất cần có một tổ chức mang tầm quốc gia, tập hợp những người có kinh nghiệm trong lĩnh vực phân tích và dự báo thị trường để cung cấp những thông tin mới nhất cho người sản xuất cũng như doanh nghiệp nhằm định hướng sản xuất và xuất khẩu cho ngành cà phê tỉnh

Ngoài ra, một rủi ro lớn nhất đối với các nhà xuất khẩu cà phê Việt Nam là sự biến động giá cả trên thị trường và biện pháp tốt ưu nhất nhằm hạn chế sự rủi ro này là Nhà nước cần phải tổ chức sàn giao dịch cà phê để thực hiện các hợp đồng đấu thầu tham gia quyền chọn mua hay quyền chọn bán cho cả người sản xuất và nhà kinh doanh cùng tham gia. Với việc thực hiện hợp đồng quyền chọn mua hay quyền chọn bán cà phê vào một thời điểm nhất định đều giúp cho nhà kinh doanh kiểm soát và giảm thiểu được các rủi ro trong kinh doanh cà phê một cách hữu hiệu.

#### ***3.3.2.4 Sử dụng tốt các phương thức bảo hiểm rủi ro trong hợp đồng kỳ hạn cà phê***

Như đã trình bày ở phần trên, các nhà xuất khẩu cà phê tỉnh đã tham gia mua bán cà phê theo các hợp đồng kỳ hạn mặc dù chưa thể hiện đầy đủ ý nghĩa của nó nhưng vẫn chịu đầy đủ các yếu tố rủi ro khi thị trường London biến động giá. Chi phí mà các doanh nghiệp bỏ ra là khá lớn do hầu hết các doanh nghiệp đều chưa có kinh nghiệm trong hình thức mua bán này. Ngoài các nguyên nhân như thiếu năng lực, thiếu kinh nghiệm, thiếu kỹ năng phân tích xử lý thông tin, còn có một nguyên nhân là do các hợp đồng kỳ hạn của các nhà xuất khẩu cà phê tỉnh và Việt Nam chưa có các công cụ bảo hiểm các rủi ro. Do đó cần phải có công cụ cơ bản để bảo hiểm rủi ro do biến động giá là:

+ **Đối với đầu ra:** thực hiện mua một quyền chọn bán với một mức giá sàn nhất định, ví dụ: mua một hợp đồng quyền chọn bán 500 tấn cà phê với mức giá tối thiểu là 1.200 USD/T với thời hạn giao hàng nhất định, chi phí cho hợp đồng này là 20 USD/T. Nếu trong bối cảnh giá giảm nhiều và liên tục mà lượng hàng trữ lớn, người mua hợp đồng này (nhà kinh doanh) không cần hành động gì cả, chỉ chờ đến hết hạn ấn định, mức giá tối thiểu tự động thực thi. Dù cho giá thị trường tại thời điểm đó có thể giảm xuống 900 USD/T, nhưng nhà kinh doanh đó vẫn bán được 500 tấn hàng với mức giá 1.200 USD/T, và chỉ chịu chi phí 20 USD/T. Trường hợp giá tăng, ngược với dự đoán và phòng ngừa, lúc này mức giá tối thiểu không còn tác dụng nữa, nhà kinh doanh sẽ theo dõi mức giá tốt nhất để ấn định với khách hàng, khoản phí chọn giá tối thiểu sẽ được bù đắp bởi mức lời do chênh lệch giá trên mỗi tấn hàng.

+ **Đối với đầu vào:** nhà kinh doanh nghĩ rằng vào thời điểm cần hàng giá sẽ lên, họ có thể mua một hợp đồng quyền chọn mua 500 tấn cà phê với mức giá tối đa 1.200 USD/T và chịu chi phí 20 USD/T. Tới thời điểm cần hàng mà giá thị trường vượt trên 1.300 USD/T, thì nhà kinh doanh vẫn có quyền mua được 500 tấn cà phê với mức giá 1.200 USD/T và chỉ trả thêm 20 USD chi phí cho mỗi tấn. Ngược lại,

giá giảm liên tục dưới 900 USD/T nhà kinh doanh mua được hàng với mức giá rẻ hơn và chỉ thanh toán 20 USD/T.

Như vậy về sự biến động giá cả đối với đầu vào và đầu ra nhà kinh doanh đều đo lường và kiểm soát được mức độ rủi ro và cũng có cơ hội để kinh doanh tốt hơn.

Tóm lại, các chiến thuật hợp đồng quyền tự chọn rất hữu hiệu để phòng vệ, bảo hiểm cho các thành viên tham gia kinh doanh trên thị trường cà phê. Do đó, nếu nước ta thành lập được sàn giao dịch kỳ hạn và tùy chọn thì người sản xuất, cung cấp, bao tiêu và xuất khẩu cà phê đều đo lường và giảm thiểu được các rủi ro một cách an toàn và hiệu quả. Như vậy sẽ tránh được tình trạng các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê thua lỗ hàng trăm tỷ đồng và đi đến phá sản do giá cà phê thế giới giảm như các năm qua và dẫn đến việc không còn khả năng thực hiện hợp đồng với các nhà buôn nước ngoài, làm ảnh hưởng nghiêm trọng đến uy tín của cả ngành cà phê Việt Nam.

### ***3.3.2.5 Nâng cao năng lực kinh doanh xuất khẩu của các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê***

Qua hơn 10 năm tham gia vào thị trường cà phê thế giới, nhìn chung thì các nhà xuất khẩu cà phê Việt Nam nói chung, cũng như các nhà xuất khẩu cà phê tỉnh Đồng Nai nói riêng đã đạt ít nhiều kinh nghiệm và có thực lực trong lĩnh vực kinh doanh cà phê. Nhưng nếu xét từng khía cạnh cụ thể thì các doanh nghiệp này đều có những mặt hạn chế nhất định mà rõ nét nhất là sự yếu kém về khả năng tiếp thị và kinh nghiệm trong giao thương quốc tế, ví dụ như thiếu những kỹ năng cơ bản khai thác, xử lý tin tức và đàm phán thương mại. Hơn nữa, sự phát triển rầm rộ của các doanh nghiệp tham gia chế biến và xuất khẩu cà phê chủ yếu trong giai đoạn giá cà phê thế giới cao nên những kỹ năng này chưa được chú trọng đúng mức. Một yêu cầu đặt ra rất cần thiết cho việc đẩy mạnh xuất khẩu cà phê, nâng cao hiệu quả trong kinh doanh hiện nay là tăng cường năng lực kinh doanh xuất khẩu cho các doanh nghiệp trong tỉnh, nâng dần vị thế cạnh tranh của các doanh nghiệp này trên thương trường quốc tế. Muốn vậy, cần thực hiện tốt các vấn đề sau:



- Lãnh đạo Tỉnh có chính sách thu hút nhân tài về làm việc tại tỉnh Đồng Nai, tăng cường nguồn nhân lực cả về trình độ, năng lực trong kinh doanh và phẩm chất đạo đức. Điều này đòi hỏi phải làm tốt công tác qui hoạch cán bộ, thực hiện đúng qui trình tuyển chọn, sắp xếp và bố trí cán bộ, quan tâm đặc biệt đến công tác đào tạo và đào tạo lại nhân sự nhằm đáp ứng tốt nhất yêu cầu, nhiệm vụ trong môi trường kinh doanh quốc tế, nhất là trong xu hướng hội nhập khu vực và quốc tế đang diễn ra ngày một mạnh mẽ như hiện nay.

- Tăng cường tổ chức, đào tạo, phổ biến, trang bị các kỹ năng tiếp thị, đàm phán, xử lý thông tin... trong kinh doanh quốc tế cho các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu cà phê và cả những hộ nông dân sản xuất cũng như các cơ sở thu mua chế biến cà phê. Lãnh đạo tỉnh có thể chủ động mời chuyên gia nước ngoài có kinh nghiệm, am hiểu thị trường cà phê thế giới để tổ chức các hội nghị, mở các lớp bồi dưỡng cho các đối tượng có liên quan tham gia.

- Phải đảm bảo vận dụng các biện pháp quản lý khoa học, các phương thức kinh doanh tiên tiến sao cho đồng bộ với hệ thống môi trường hoạt động kinh doanh đã được đổi mới nhờ vào việc thực hiện các giải pháp từ khâu sản xuất, chế biến, lưu thông cà phê đến các vấn đề quản lý và điều hành xuất khẩu cà phê như đã trình bày ở trên.

- Cần chú trọng việc giữ uy tín chất lượng cà phê xuất khẩu cho các khách hàng, đảm bảo thực hiện hợp đồng cũng như về việc tổ chức giao hàng. Đây là những vấn đề rất quan trọng nhằm giữ mối quan hệ kinh doanh lâu dài đồng thời nâng cao được vị thế cạnh tranh của các doanh nghiệp.

### ***3.3.2.6 Qui định tiêu chuẩn hoạt động đối với các nhà xuất khẩu cà phê***

Phải thừa nhận rằng với nhiều nhà xuất khẩu cà phê sẽ có sự tích cực trong việc tiêu thụ hàng hóa tốt hơn cho nông dân, nông dân có nhiều nơi để lựa chọn bán hàng với mức giá tốt hơn. Tuy nhiên, cũng cần phải soát xét lại vấn đề nếu quá nhiều nhà xuất khẩu như Việt Nam ta nói chung (hơn 140 nhà xuất khẩu trong khi chỉ có khoảng 20 nhà xuất khẩu có đủ năng lực chiếm sản lượng xuất khẩu hơn 85 %), và của tỉnh Đồng Nai nói riêng (có khoảng 5 nhà xuất khẩu đạt tiêu chuẩn) đã

tạo ra một sự cạnh tranh không cần thiết dẫn đến tình trạng các nhà buôn nước ngoài lợi dụng ra sức ép giá các nhà xuất khẩu vì các nhà xuất khẩu đều muốn tranh thủ bán cho được cà phê.

Vấn đề đặt ra ở đây không phải là nhiều hay ít nhà xuất khẩu, mà vấn đề là cần thiết phải có sự chỉ đạo quản lý chặt chẽ các nhà xuất khẩu có đủ năng lực thực hiện xuất khẩu cà phê, để trong mọi tình huống ta có thể giữ được lợi thế trên thương trường, tránh được những thua thiệt không đáng có và quan trọng là giữ được uy tín của ngành cà phê Việt Nam trên thị trường thế giới. Điều này đòi hỏi phải có sự chỉ đạo thống nhất và điều hành nghiêm ngặt của các cơ quan quản lý chức năng, cùng với sự phối hợp chặt chẽ của các nhà xuất khẩu cà phê trong toàn tỉnh, tất cả tạo thành một sức mạnh tổng hợp vì hiệu quả kinh tế chung trên góc độ toàn cục chứ không nên vì lợi ích riêng của từng doanh nghiệp. Trên thực tế, vấn đề này hết sức khó khăn và phức tạp, cần có những qui chế và biện pháp thích hợp cũng như môi trường tương thích trong phạm vi cả nước, đó là việc thực hiện tiêu chuẩn hóa các nhà xuất khẩu cà phê Việt Nam, có thể dựa trên một số tiêu chí sau:

- Năng lực tài chính của doanh nghiệp, năng lực sản xuất, cung ứng cà phê.
- Uy tín của doanh nghiệp trên thương trường.
- Máy móc thiết bị sản xuất nhằm đảm bảo chất lượng cà phê xuất khẩu.
- Chất lượng thực hiện giao dịch ngoại thương và xuất khẩu cà phê - trình độ của chuyên viên nghiệp vụ thực hiện.
- Và có thể xét thêm tiêu chí hiệu quả kinh doanh xuất khẩu cà phê của doanh nghiệp qua các năm.

Nếu các doanh nghiệp nào không đạt được các tiêu chuẩn trên thì có thể là nhà cung ứng nội địa cho các nhà xuất khẩu cà phê.

Việc đánh giá các tiêu chuẩn của doanh nghiệp có thể thực hiện hàng năm nhằm khuyến khích và phát huy năng lực của các doanh nghiệp.

Chắc chắn rằng ngành cà phê Việt Nam sẽ có hiệu quả hơn khi các nhà xuất khẩu cà phê Việt Nam có năng lực mạnh và nhiều kinh nghiệm trên thương trường.

### ***3.3.2.7 Đảm bảo ổn định đầu ra cho sản xuất cà phê (tăng cường vai trò của Nhà nước)***

Cà phê Việt Nam thu hoạch rộ trong khoảng thời gian từ tháng 11 đến tháng 1, đúng ngay thời điểm nông dân và các nông trường cần vốn để chăm sóc cây lần thứ nhất trong vụ mùa, lại thêm áp lực cần tiền cho các khoản chi tiêu vào cuối năm, vào các dịp lễ tết truyền thống. Chính vì vậy, các khách hàng nước ngoài thường ép giá xuống thấp trước áp lực buộc phải bán hàng của nông dân Việt Nam, điều này làm cho người sản xuất chịu nhiều thiệt thòi, bị giảm thu nhập từ thành quả lao động. Do đó nhà nước cần phải có biện pháp hỗ trợ tài chính để thu mua cà phê tạm trữ vào thời điểm thu hoạch rộ nhằm hạn chế việc giảm giá, hoặc thực hiện các hợp đồng tiêu thụ nông sản giữa người sản xuất và các doanh nghiệp dưới sự hỗ trợ và quản lý chặt chẽ của chính quyền địa phương để nâng cao hiệu quả kinh tế chung. Có như thế thì người sản xuất cà phê mới an tâm tiếp tục đầu tư và ngành cà phê mới có thể phát triển bền vững.

Ngoài biện pháp trên, ta có thể thành lập một nguồn quỹ (có thể tạm gọi là Quỹ bình ổn giá) để thực hiện một chương trình mua đấu giá cà phê trên cơ sở ấn định mức giá sàn để người sản xuất có thể mua một quyền chọn bán trước khi vụ thu hoạch rộ. Thông qua việc đấu giá, người sản xuất có thể bán cà phê trước, giao hàng sau với mức giá tốt hơn, đồng thời thị trường luôn được ổn định và hạn chế được việc giảm giá liên tục khi vụ mùa thu hoạch rộ, sau đó cà phê sẽ được tổ chức này đưa vào thị trường với một số lượng phù hợp nhằm kiểm soát được thị trường. Nếu thị trường thuận lợi giá lên cao hơn mức giá đã chọn bán cho tổ chức và bù đắp được chi phí đã mua quyền chọn bán, người sản xuất có thể không giao lượng cà phê này mà chỉ trả chi phí cho việc thực hiện quyền chọn bán. Đồng thời họ có thể đưa cà phê bán vào thị trường với mức giá cao hơn để tăng thêm lợi nhuận.

Tóm lại, để làm tốt các giải pháp trên cần có các điều kiện sau :

- Nhà nước cần phải đầu tư chi phí hợp lý cho việc nghiên cứu và qui hoạch lại các vùng trồng cà phê trọng điểm, cung cấp kinh phí cho nghiên cứu khoa học và ứng dụng kỹ thuật thu hoạch, chế biến. Các cơ quan nông nghiệp cần làm tốt vai trò

của mình trong khâu tuyên truyền, hướng dẫn nông dân quan tâm hơn về chất lượng cà phê, thực hiện tốt khâu xử lý, chống thất thu sau thu hoạch, vai trò của nông dân phải thực sự được nâng cao trong toàn bộ qui trình sản xuất: kỹ thuật ươm trồng, chăm sóc, kháng trừ sâu bệnh - thu hoạch - chế biến và bảo quản hàng hóa.

- Chính quyền Tỉnh cùng các ban ngành hữu quan cần có chính sách hỗ trợ vốn (cho vay ưu đãi) để người sản xuất cũng như các doanh nghiệp có đủ điều kiện đầu tư máy móc thiết bị chế biến nâng cao chất lượng, sân phơi sấy và kho bảo quản hàng hóa.

- Ngoài ra, Nhà nước cũng cần đầu tư hệ thống phơi sấy, các kho trung chuyển, kho dự trữ hàng hóa có qui mô lớn hiện đại, phân bố mạng lưới hợp lý, phục vụ tốt cho công tác xử lý sau thu hoạch ở các địa bàn trọng điểm.

- Nhà nước hỗ trợ cho một khoản tín dụng để thực hiện chương trình đấu giá sàn và mua quyền chọn bán.

### **3.3.3 Nhóm giải pháp hỗ trợ xuất khẩu**

#### ***3.3.3.1 Đảm bảo cung cấp vốn kinh doanh cho các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê***

Đây là yêu cầu hết sức quan trọng và bức thiết bởi vì trên thực tế hầu hết các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê của tỉnh đều rất hạn chế về vốn kinh doanh, thậm chí có những doanh nghiệp vốn chỉ có vài tỷ đồng trong khi kinh doanh cà phê cần một lượng vốn rất lớn, nên gần như toàn bộ vốn kinh doanh phải vay ở ngân hàng. Do không có nhiều vốn nên thường xảy ra tình trạng khi đến vụ thu hoạch rộ các doanh nghiệp không có đủ tiền mua nhiều cà phê tạm trữ cho nông dân, điều này ít nhiều cũng làm cho giá cà phê giảm vào chính vụ. Mặt khác, do hạn chế về vốn nên các doanh nghiệp rất bị động trong kinh doanh, không có đủ lượng hàng dự trữ trước nên phải chờ đến thời hạn giao hàng mới mua vào xuất khẩu và các doanh nghiệp phải chấp nhận mua giá cao cho kịp lúc, vì vậy hiệu quả kinh doanh thường thấp kém..

Để giải quyết cơ bản tình trạng này, cần phải có chính sách tích cực hơn trong việc đảm bảo đầy đủ vốn kinh doanh cho các doanh nghiệp. Nhà nước, Ủy

ban nhân dân Tỉnh cần mạnh dạn đầu tư vốn cho các doanh nghiệp, giúp các doanh nghiệp chủ động trong thu mua, dự trữ và hoạt động sản xuất kinh doanh thông qua việc cho vay kịp thời từ các ngân hàng thương mại ở địa phương. Tất nhiên là việc hỗ trợ cung cấp vốn chỉ nên nhằm vào các doanh nghiệp uy tín, kinh doanh thực sự có hiệu quả và cần có những biện pháp kiểm tra, giám sát chặt chẽ tình hình sử dụng vốn của các doanh nghiệp.

### ***3.3.3.2 Tăng cường các dịch vụ hỗ trợ cho xuất khẩu cà phê***

Để hoạt động xuất khẩu cà phê đạt hiệu quả tốt hơn cần phải có các dịch vụ hỗ trợ phối hợp đồng bộ và đạt chất lượng cao như: dịch vụ vận chuyển, dịch vụ giám định chất lượng hàng hóa, dịch vụ kiểm dịch thực vật, dịch vụ xông trùng, dịch vụ thủ tục hải quan....

Hiện nay với tốc độ phát triển nhanh của nền kinh tế Việt Nam, hệ thống giao thông đường bộ chưa thực sự phát triển kịp thời đáp ứng nhu cầu vận chuyển hàng hóa đến các cảng xuất khẩu, nhất là vào những thời gian cao điểm trong ngày thường có sự ách tắc giao thông làm cho hàng hóa không kịp đưa xuống tàu theo lịch trình. Do đó ta cần xây dựng được một hệ thống giao thông đường thủy từ các cảng, bến sông ở Đồng Nai đến các cảng xuất khẩu lớn của thành phố Hồ Chí Minh, thực hiện được biện pháp này sẽ mang đến nhiều hiệu quả cho xuất khẩu cà phê ở Đồng Nai bởi vì các doanh nghiệp sẽ tiết kiệm được thời gian và chi phí vận chuyển thông qua đường sông thấp hơn đường bộ.

Bên cạnh đó các dịch vụ khác cũng cần được cải tiến và nâng cao chất lượng phục vụ, đảm bảo cho công tác xuất khẩu 24/24 giờ mỗi ngày.

### ***3.3.3.3 Hỗ trợ chi phí tiếp thị xuất khẩu cà phê***

Như đã trình bày ở trên, một trong những hoạt động còn yếu kém của hầu hết các doanh nghiệp Việt Nam là công tác tiếp thị. Ta có thể thấy rõ là do các nguyên nhân sau:

- Trước tiên là nền kinh tế thị trường của Việt Nam còn chưa phát triển đầy đủ nên các doanh nghiệp Việt Nam còn yếu trong vấn đề cạnh tranh và có thể nói các doanh nghiệp chưa thực sự hiểu được hết tầm quan trọng của hoạt động tiếp thị.

- Thứ hai là nhân lực, các nhà xuất khẩu cà phê Việt Nam cũng như các nhà xuất khẩu cà phê ở Đồng Nai thực sự chưa có những nhân viên chuyên nghiệp có kinh nghiệm để thực hiện tốt công tác tiếp thị như các doanh nghiệp nước ngoài.

- Tiếp đến, điều quan trọng nhất là doanh nghiệp không có đủ nguồn tài chính mạnh để thực hiện công tác tiếp thị có hiệu quả, hầu như tất cả các nhà xuất khẩu cà phê đều phải cân nhắc, đắn đo khi phải bỏ ra các chi phí tiếp thị lớn cho việc đầu tư dài hạn trong hoạt động tiếp thị như đi nước ngoài nghiên cứu thị trường, xúc tiến thương mại, tham dự các hội thảo chuyên ngành về cà phê, thành lập phòng thu thập và phân tích thông tin thị trường cà phê... Vấn đề ở đây thực sự rất cần thiết có sự hỗ trợ từ Nhà nước về nguồn kinh phí cho công tác tiếp thị.

Thông qua Cục xúc tiến thương mại của Bộ thương mại, Nhà nước cần có những chương trình xúc tiến thương mại cho ngành cà phê ở thị trường nước ngoài và hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp có điều kiện tham gia các cuộc nghiên cứu thị trường này. Đặc biệt là việc cung cấp kinh phí đầy đủ cho các Tham tán Thương mại của Việt Nam ở các nước hoạt động tiếp thị hiệu quả nhằm hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong nước nguồn thông tin và cơ hội kinh doanh xuất khẩu tốt hơn.

### **3.3.4 Nhóm giải pháp đầu tư phát triển**

Việc đầu tư cho sản xuất cà phê phải bao gồm đầu tư gián tiếp cho phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ sản xuất nông nghiệp và đầu tư vốn trực tiếp cho nông dân sản xuất cà phê.

#### ***3.3.4.1 Về đầu tư cho phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ sản xuất nông nghiệp và phát triển nông thôn:***

Cần tập trung cho các nhu cầu phát triển thủy lợi, khai hoang phục vụ diện tích canh tác cung cấp điện phục vụ sản xuất nông nghiệp và phát triển giao thông nông thôn. Trên thực tế, nơi nào làm tốt các yêu cầu này thì nơi đó sản xuất phát triển, đời sống nhân dân tốt hơn rõ rệt. Đặc biệt cần lưu ý là trong ngành cà phê của tỉnh Đồng Nai, đa số các hộ trồng cà phê là ở những vùng huyện xa như Long Khánh, Xuân Lộc, Tân Phú... đời sống của các hộ dân còn tương đối thấp, ở những

vùng sâu còn đa số là dân thuộc dân tộc thiểu số, trình độ dân trí còn thấp và đời sống còn rất khó khăn nên rất cần phải được quan tâm hỗ trợ .

#### ***3.3.4.2 Về đầu tư trực tiếp vốn sản xuất:***

Mấy năm gần đây Nhà nước đã có nhiều nỗ lực trong việc thực hiện chính sách cho nông dân vay vốn sản xuất. Tuy nhiên, mức đầu tư còn thấp và chủ yếu chỉ giải quyết nhu cầu về vốn để sản xuất theo vụ mùa. Thời gian tới, cần mở rộng đầu tư hơn nhu cầu mua sắm máy móc và các phương tiện tồn trữ, xử lý sau thu hoạch như cho nông dân vay vốn xây dựng sân phơi, máy xấy, máy chế biến, xây kho chứa để bảo quản hàng hoá tốt hơn... Làm được điều này sẽ góp phần nâng cao năng suất, sản lượng cà phê, nhất là đảm bảo chất lượng cà phê xuất khẩu tốt và ổn định hơn trước.

Tuy nhiên, để làm được điều này cần thiết phải tiến hành quá trình hợp tác hoá. Ngành cà phê Việt Nam muốn có sản phẩm chất lượng cao không thể chỉ dựa vào cái sân phơi nhỏ với cái máy xát tươi quay tay hay đập chân ở từng hộ nông dân. Phải đưa các thiết bị tiên tiến vào cho khâu chế biến. Nhưng thiết bị tiên tiến đòi hỏi quy mô lớn hơn hộ gia đình. Những chủ vườn nhỏ dưới mức tư bản hoá và không được tổ chức thì không thể gặt hái được những cơ hội trong quan hệ với thị trường. Vấn đề hợp tác hoá nông dân trồng cà phê nhằm tạo cho nông dân có khả năng tiếp cận thị trường, tiêu thụ sản phẩm của mình có hiệu quả. Đây là các hợp tác xã chuyên ngành cà phê gắn những người cùng sản xuất ra sản phẩm cà phê nhằm giúp đỡ các hộ nông dân các dịch vụ đầu vào, đầu ra... xây dựng và điều phối quy trình sản xuất tập thể trong sản xuất và không lấy lãi từ các dịch vụ đó mà thu lợi ích từ các hoạt động tập thể mang lại. Hợp tác xã kiểu mới giúp nông dân tiếp cận và tham gia thị trường, xâm nhập hoạt động ở các chợ đầu mối cà phê, các sàn giao dịch cà phê, giúp nông dân chuyên nghiệp hoá, thực hiện công nghiệp hoá, hiện đại hoá ngành sản xuất của mình.

Tất nhiên để xây dựng các hợp tác xã như thế nhà nước cần có quỹ hỗ trợ và phải có các chương trình gắn việc đưa công nghệ sản xuất mới với việc xây dựng các hợp tác xã chuyên ngành.

Như thế ngành cà phê có thể khắc phục được những yếu kém của từng hộ nông dân, liên kết tổ chức nông dân lại để tham gia thị trường nâng cao khả năng cạnh tranh của các nhà sản xuất cà phê ở Việt Nam.

### **3.4 MỘT SỐ KIẾN NGHỊ:**

#### **3.4.1 Kiến nghị đối với Nhà nước:**

- Nhà nước cần phải thực sự quan tâm đến sự phát triển bền vững của ngành cà phê, vì đây là một trong những mặt hàng nông sản mang lại nguồn ngoại tệ lớn cho quốc gia. Do đó, sự quản lý và quan tâm của Nhà nước và Tỉnh Đồng Nai phải xuyên suốt trong toàn bộ quá trình định hướng phát triển: qui hoạch diện tích gieo trồng, lai tạo giống, hướng dẫn kỹ thuật canh tác - khuyến nông; đầu tư cho công nghệ thu hoạch, phơi sấy, chế biến và bảo quản hàng hóa; hỗ trợ doanh nghiệp trong khâu tiêu thụ tìm thị trường xuất khẩu...

- Có sự linh động và kiểm soát chặt chẽ trong việc cho phép chuyển nguồn ngoại tệ ra nước ngoài để các nhà xuất khẩu cà phê Việt nam có cơ hội và đủ điều kiện tham gia kinh doanh trên thị trường kỳ hạn London.

- Ngoài sự quản lý và điều hành từ Nhà nước, lãnh đạo Tỉnh cần quan tâm hỗ trợ cho các doanh nghiệp ở địa phương có đủ nguồn vốn để kinh doanh. Đặc biệt là trong tổ chức hệ thống kinh doanh cà phê tại tỉnh Đồng Nai theo hướng liên kết, phối hợp chặt chẽ giữa các doanh nghiệp từ khâu thu mua, chế biến, cung ứng và xuất khẩu. Ở đây cần có một tổ chức trung gian đặt dưới dự chi đạo của Ủy Ban nhân dân tỉnh. Có thể nghiên cứu để hình thành một trung tâm mua bán, giao dịch xuất khẩu cà phê theo những hợp đồng quyền chọn mua, hợp đồng quyền chọn bán tại tỉnh Đồng Nai, ban đầu có thể chỉ trong phạm vi Tỉnh, sau đó mở rộng hoạt động trên phạm vi rộng hơn.



- Nhà nước, lãnh đạo Tỉnh cần thiết lập, xây dựng cơ chế liên kết giữa doanh nghiệp - ngân hàng và người dân, theo đó, doanh nghiệp vay vốn đầu tư xây dựng kho bảo quản cà phê. Người dân gửi vào kho sẽ được vay vốn ngân hàng. Nguồn cà phê gửi kho xem như nguồn thế chấp để giúp người dân không phải bán cà phê khi giá thấp. Đồng thời, xây dựng chương trình cho vay ưu đãi để các hộ gia đình trồng cà phê đầu tư sản phẩm xi măng, hạn chế việc phơi cà phê trên nền đất, đầu tư xây dựng kho bãi bảo quản cà phê đảm bảo chất lượng cung ứng cho xuất khẩu.

### **3.4.2 Kiến nghị đối với Hiệp hội cà phê ca cao và các doanh nghiệp**

- Thời gian qua, VICOFA đã có những đóng góp quan trọng trong sự phát triển của ngành cà phê Việt Nam. Tuy nhiên vai trò của Hiệp hội cần phải nâng cao hơn nữa trong sự liên kết sức mạnh của các thành viên trong hiệp hội, đồng thời cung cấp thông tin kịp thời hơn cho các doanh nghiệp nhằm giúp các doanh nghiệp có những quyết định kịp thời hạn chế được những rủi ro và nắm bắt được các cơ hội trong kinh doanh. Tổ chức các hội thảo chuyên ngành để hướng dẫn cho các doanh nghiệp tham gia tìm hiểu thêm kinh nghiệm kinh doanh.

- Các doanh nghiệp kinh doanh cà phê, đặc biệt là các nhà xuất khẩu cần phải tránh sự cạnh tranh không cần thiết để có sự liên kết, phối hợp chặt chẽ hơn trong kinh doanh, và nên thống nhất đưa ra mức chào bán cà phê với mức chênh lệch không quá cao giữa các doanh nghiệp nhằm hạn chế sự ép giá của các nhà buôn nước ngoài. Có như vậy các nhà xuất khẩu Việt Nam mới phát huy được sức mạnh và ít nhiều kiểm soát được giá cà phê trên thị trường.

## KẾT LUẬN

Với vị trí thuận lợi nằm trong vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, Đồng Nai có những thế mạnh và tiềm lực kinh tế rất lớn để phát triển hoạt động xuất khẩu cà phê. Về thổ nhưỡng và điều kiện cơ sở hạ tầng cho sản xuất và tiêu thụ cà phê, có thể nói Đồng Nai sẽ thuận lợi khi thực hiện một trong những chương trình kinh tế trọng điểm của tỉnh: “Thực hiện đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu cà phê” và xuất khẩu cà phê đã đóng góp một vai trò lớn trong phát triển kinh tế tỉnh nhà. Cùng với cả nước, Đồng Nai đang trên bước đường công nghiệp hóa - hiện đại hóa, xuất khẩu cà phê đã tạo nguồn thu ngoại tệ và tích lũy ban đầu từ nội bộ nền kinh tế để thực hiện nhiệm vụ chung về kinh tế - xã hội.

Thực tế trong thời gian qua sản lượng xuất khẩu cà phê của tỉnh Đồng Nai tương đối ổn định, bên cạnh hiệu quả kinh tế có được từ nguồn thu kim ngạch xuất khẩu. Về mặt xã hội, hoạt động sản xuất - xuất khẩu cà phê đã tạo được nhiều việc làm cho lao động trực tiếp và gián tiếp trong ngành cà phê của tỉnh, đời sống vật chất và tinh thần của nông dân cũng được nâng cao. Tuy nhiên, trong từng khâu sản xuất, chế biến và kinh doanh xuất khẩu cà phê, bên cạnh những mặt mạnh, những ưu thế cơ bản vẫn còn những khiếm khuyết, những tồn tại nhất định làm ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh xuất khẩu cà phê.

Để khắc phục những tồn tại, những khiếm khuyết nhằm nâng cao hiệu quả xuất khẩu cà phê của các doanh nghiệp thuộc tỉnh Đồng Nai, trong chừng mực nhất định tôi mạnh dạn đề xuất một số giải pháp mang tính chất gợi ý. Các giải pháp được đưa ra bao gồm các vấn đề liên quan đến các yếu tố đầu vào và các yếu tố đầu ra trong hoạt động xuất khẩu cà phê. Một số giải pháp có thể được thực thi ngay, nhưng cũng có một số giải pháp cần thiết phải có thời gian và những điều kiện nhất định thì mới có thể thực hiện được. Có những giải pháp mang tính chất chung, bao quát trong phạm vi cả nước, được lãnh hội từ những ý tưởng của những người đi trước, đồng thời cũng có những giải pháp mang tính đặc thù, riêng biệt cho tỉnh Đồng Nai. Thực hiện tốt các giải pháp được nêu ra ở đây sẽ tác động tích cực đến

việc phát triển và hoàn thiện hoạt động xuất khẩu cà phê của tỉnh Đồng Nai, góp phần tiêu thụ cà phê hàng hóa trong nông dân, thúc đẩy sản xuất nông nghiệp phát triển, đẩy nhanh việc thực hiện mục tiêu công nghiệp hóa - hiện đại hóa tỉnh nhà.

---

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Việt Chương (2007), *Kỹ thuật trồng cà phê*, NXB Tổng Hợp Tp Hồ Chí Minh
2. Cục Thống Kê Tỉnh Đồng Nai (2007), *Niên giám thống kê tỉnh Đồng Nai 2006*, Đồng Nai
3. Công ty TNHH MTV Tín Nghĩa (2005, 2006), *Báo cáo kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh*, Đồng Nai.
4. Dương Lê Ngọc Hạnh (2002), *Một số giải pháp hoàn thiện hoạt động xuất khẩu cà phê của các doanh nghiệp tỉnh Đồng Nai*, Trường Đại Học Kinh Tế Tp Hồ Chí Minh
5. Dương Hữu Hạnh (2006), *Kỹ thuật nghiên cứu thị trường xuất khẩu*, NXB Thống Kê
6. Hiệp Hội cà phê cao Việt Nam (2003, 2004, 2005, 2006), *Báo cáo tổng kết ngành hàng*, Hà Nội
7. Nguyễn Cao Nhơn (2001), *Định hướng phát triển ngoại thương trên địa bàn tỉnh Đồng Nai thời kỳ 2001-2010*, Trường Đại Học Kinh Tế Tp Hồ Chí Minh
8. Ngân Hàng Ngoại Thương Việt Nam (2007), *Thông tin thị trường ngành hàng cà phê*, Hà Nội
9. Nguyễn Đông Phong, Nguyễn Văn Sơn, Nguyễn Thị Ngọc Huyền, Quách Thị Bửu Châu (2002), *Kinh doanh toàn cầu ngày nay*, NXB Thống Kê, Hà Nội
10. TS. Hoàn An Quốc (2006), *Kinh nghiệm hội nhập kinh tế quốc tế*, NXB Thống Kê
11. Sở Nông Nghiệp và Phát Triển Nông Thôn Đồng Nai (2006), *Quy hoạch phát triển cây công nghiệp lâu năm đến năm 2020*
12. Sở Thương Mại tỉnh Đồng Nai (2005), *Báo cáo tổng kết tiêu thụ cà phê giai đoạn 2000-2005*

13. Đậu Nguyễn Anh Tuấn (2004), *Một số giải pháp nhằm đổi mới và hoàn thiện hoạt động sản xuất và xuất khẩu cà phê của tỉnh Daklak đến năm 2010*, Trường Đại Học Kinh Tế Tp Hồ Chí Minh
14. TS. Nguyễn Tiên Thuận (2007), *Xúc tiến thương mại với doanh nghiệp trong điều kiện hội nhập*, NXB Tài Chính
15. *Thời báo kinh tế Sài Gòn*, các số năm 2004, 2005, 2006, 2007
16. *Tạp chí kinh tế phát triển*, các số năm 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007
17. GS.TS. Võ Tòng Xuân (2006), *Để nông dân giàu lên*, NXB Trẻ
18. Các trang web: [www.ico.org](http://www.ico.org); [www.liffe.com](http://www.liffe.com); [www.vicofa.org.vn](http://www.vicofa.org.vn); [www.vietrade.gov.vn](http://www.vietrade.gov.vn) ; [www.agroviet.gov.vn](http://www.agroviet.gov.vn); [www.vneconomy.com](http://www.vneconomy.com); [www.vnn.vn](http://www.vnn.vn); [www.agro.gov.vn](http://www.agro.gov.vn); [www.nciec.gov.vn](http://www.nciec.gov.vn); [www.gso.gov.vn](http://www.gso.gov.vn);