

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

-----

NGUYỄN HỒNG HÀ

**QUẢN TRỊ RỦI RO TRONG QUÁ TRÌNH THỰC HIỆN HỢP ĐỒNG KINH DOANH**  
**XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM**

Chuyên ngành: Thương mại – Du lịch

Mã số: 60.34.10

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:

PGS. TS. BÙI LÊ HÀ

TP. HỒ CHÍ MINH – Năm 2006

## MỤC LỤC

Trang

### LỜI MỞ ĐẦU

<i>1. Ý nghĩa của đề tài</i> .....	<i>i</i>
<i>2. Mục tiêu nghiên cứu</i> .....	<i>ii</i>
<i>3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu</i> .....	<i>ii</i>
<i>4. Phương pháp nghiên cứu</i> .....	<i>ii</i>
<i>5. Tính mới của đề tài</i> .....	<i>iii</i>
<i>6. Kết cấu đề tài</i> .....	<i>iv</i>

### **CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ QUẢN TRỊ RỦI RO TRONG QUÁ TRÌNH THỰC HIỆN HỢP ĐỒNG KINH DOANH XUẤT KHẨU**

<b>1.1 Quản trị rủi ro trong hoạt động kinh doanh xuất khẩu</b> .....	<b>1</b>
1.1.1 Rủi ro trong hoạt động kinh doanh xuất khẩu .....	1
1.1.1.1 Khái niệm .....	1
1.1.1.2 Phân loại rủi ro.....	2
1.1.2 Quản trị rủi ro trong kinh doanh xuất khẩu .....	10
1.1.2.1 Khái niệm quản trị rủi ro trong kinh doanh xuất khẩu.....	10
1.1.2.2 Nội dung quản trị rủi ro trong kinh doanh xuất khẩu.....	10
1.1.2.3 Nhận dạng - phân tích – Đo lường rủi ro .....	10
1.1.2.4 Kiểm soát – phòng ngừa rủi ro .....	12
<b>1.2 Quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu</b> .....	<b>15</b>
1.2.1 Quá trình đàm phán – ký kết hợp đồng xuất khẩu.....	15
1.2.1.1 Giai đoạn chuẩn bị.....	15
1.2.1.2 Giai đoạn đàm phán.....	16
1.2.1.3 Giai đoạn kết thúc và ký kết hợp đồng.....	16
1.2.2 Quá trình thực hiện hợp đồng xuất khẩu.....	17
1.2.2.1 Thực hiện những công việc bước đầu của khâu thanh toán.....	17
1.2.2.2 Chuẩn bị hàng hóa để xuất khẩu.....	18

1.2.2.3 Kiểm tra hàng hóa để xuất khẩu.....	18
1.2.2.4 Làm thủ tục hải quan.....	18
1.2.2.5 Thuê phương tiện vận tải .....	18
1.2.2.6 Giao hàng cho người vận tải.....	19
1.2.2.7 Mua bảo hiểm cho hàng hóa xuất khẩu.....	19
1.2.2.8 Lập bộ chứng từ thanh toán.....	19
1.2.2.9 Giải quyết khiếu nại nếu xảy ra.....	20
<b>1.3 Những đặc điểm của quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu cà phê của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay.....</b>	<b>20</b>
1.3.1 Những đặc trưng của quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu cà phê của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay .....	20
1.3.2 Sơ lược hợp đồng kỳ hạn London (LIFFE) và New York (N.Y.C)	21
1.3.3 Nhận dạng những rủi ro của quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay.....	24

#### **Kết luận chương 1:**

### **CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG VỀ NHỮNG RỦI RO TRONG QUÁ TRÌNH THỰC HIỆN HỢP ĐỒNG KINH DOANH XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM**

<b>2.1. Đánh giá chung về thực trạng xuất khẩu cà phê thế giới trong thời gian qua.....</b>	<b>27</b>
2.1.1 Tình hình biến động giá cả cà phê thế giới .....	27
2.1.2 Tình hình sản xuất cà phê thế giới .....	28
2.1.3 Tình hình xuất khẩu cà phê thế giới .....	29
2.1.4 Tình hình tiêu thụ cà phê thế giới.....	30
<b>2.2. Thực trạng xuất khẩu cà phê của các doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian qua .....</b>	<b>32</b>
2.2.1 Quá trình thu gom và sơ chế để xuất khẩu .....	32
2.2.2 Các doanh nghiệp tham gia kinh doanh xuất khẩu.....	34

2.2.3 Sản lượng, kim ngạch và giá cả xuất khẩu.....	35
2.2.4 Thị trường xuất khẩu.....	36
2.2.5 Hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp xuất khẩu.....	37
<b>2.3. Thực trạng các rủi ro trong quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu cà phê của các doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian qua .....</b>	<b>37</b>
2.3.1 Phân tích kết quả điều tra về những rủi ro và những nguyên nhân gây ra rủi ro .....	38
2.3.2 Thực trạng về những rủi ro xảy ra cho các doanh nghiệp kinh doanh xuất cà phê Việt Nam .....	40
2.3.3 Phân tích những nguyên nhân gây ra rủi ro của các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê Việt Nam.....	46
2.3.3.1 Phân tích những nguyên nhân gây ra rủi ro sự biến động giá .....	46
2.3.3.2 Những nguyên nhân gây ra rủi ro trong vấn đề thanh toán.....	49
2.3.3.3 Những nguyên nhân gây ra rủi ro việc giao hàng trễ, chậm giao hàng và giao hàng kém chất lượng từ nhà cung cấp.....	50
2.3.3.4 Nguyên nhân về sự yếu kém hệ thống thông tin thị trường, hệ thống máy móc thiết bị và hệ thống giao thông vận chuyển nội bộ .....	51
2.3.3.5 Sự yếu kém về trình độ chuyên môn nghiệp vụ, cũng như sự yếu kém trong phân tích thông tin từ ban giám đốc và cán bộ kinh doanh ngoại thương.....	52
2.3.3.6 Chưa có bộ phận quản trị chuyên nghiệp làm tốt công tác quản trị rủi ro .....	54

**Kết luận chương 2:**

**CHƯƠNG 3: QUẢN TRỊ HIỆU QUẢ NHỮNG RỦI RO TRONG QUÁ TRÌNH  
THỰC HIỆN HỢP ĐỒNG KINH DOANH XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA CÁC  
DOANH NGHIỆP VIỆT NAM**

<b>3.1 Mục tiêu đề xuất giải pháp .</b> ....	<b>55</b>
--	-----------

<b>3.2 Căn cứ đề xuất các giải pháp .....</b>	<b>54</b>
3.2.1 Căn cứ định hướng phát triển của nền kinh tế.....	55
3.2.2 Căn cứ định hướng phát triển của ngành cà phê .....	56
3.2.3 Căn cứ tình hình hoạt động kinh doanh xuất khẩu của các doanh nghiệp hiện nay.....	56
<b>3.3 Một số giải pháp quản trị hiệu quả rủi ro trong quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu cà phê của các doanh nghiệp Việt Nam. ....</b>	<b>57</b>
3.3.1 Thành lập bộ phận quản trị hiệu quả rủi ro trong các công ty kinh doanh xuất khẩu cà phê .....	57
3.3.2 Tham gia thị trường kỳ hạn, áp dụng các công cụ “ hedging “ để hạn chế rủi ro do sự biến động giá .....	62
3.3.3 Thỏa thuận với các đại diện của khách hàng tại Việt Nam nhằm hạn chế những rủi ro trong cách thức thanh toán hiện nay. ....	69
3.3.4 Xây dựng, tuyển dụng, đào tạo bộ máy tổ chức kinh doanh trong doanh nghiệp phù hợp với đặc điểm, tính chất, qui mô cũng như năng lực quản trị kinh doanh của doanh nghiệp.....	70
<b>3.4 Một số kiến nghị. ....</b>	<b>72</b>
3.4.1 Những kiến nghị với Hiệp hội Cà phê – Cacao Việt Nam.....	72
3.4.2 Những kiến nghị đối với UBND các tỉnh có trồng cà phê như Daklak, Gia Lai, Kom tum, Lâm Đồng, Đồng Nai, Quảng Trị.....	74
3.4.3 Những kiến nghị đối với Nhà nước.....	74

***Kết luận chương 3:***

***KẾT LUẬN***

***TÀI LIỆU THAM KHẢO***

***PHỤ LỤC***

## LỜI MỞ ĐẦU



### **1. Ý nghĩa của đề tài:**

Trong những năm gần đây, tình hình kinh tế xã hội nước ta đã có bước phát triển mới, toàn diện hơn và vững chắc hơn so với các thời kỳ trước đó. Kinh tế tăng trưởng với tốc độ năm sau cao hơn năm trước: năm 2003 là 7,34%, 2004 là 7,69% và 2005 là 8,4%. Trong đó có sự đóng góp không nhỏ của ngành sản xuất – xuất khẩu cà phê nước nhà. Ngành cà phê Việt Nam chủ yếu dựa vào việc xuất khẩu cà phê nhân sống là chính, tiêu thụ nội địa khoảng 5%, việc xuất khẩu cà phê qua chế biến nhằm làm tăng thêm giá trị sản phẩm chưa phát triển mạnh thị trường. Có một thực tế đáng buồn là việc phát triển sản xuất và xuất khẩu cà phê chứa đựng nhiều rủi ro và bất trắc; Có những lúc giá cà phê nhân chỉ có 4000 đồng/kg dưới giá thành sản xuất 50%, người nông dân vẫn bấm bụng phải bán, nhiều ha cà phê bị chặt phá hoặc bỏ hoang không chăm sóc. Dù vậy, các nhà kinh doanh xuất khẩu cà phê vẫn bị lỗ và không hiệu quả, rất nhiều doanh nghiệp gặp phải khó khăn về tài chính mà cho tới tận hôm nay vẫn chưa hồi phục.

Điều đó nói lên có rất nhiều rủi ro tiềm ẩn trong hoạt động kinh doanh xuất khẩu cà phê hiện nay, Do đó quản trị hiệu quả rủi ro trong kinh doanh cà phê là điều kiện tiên quyết cho sự tồn tại và phát triển bền vững của các nhà xuất khẩu Việt Nam trong xu thế hội nhập quốc tế. Chính vì vậy quản trị rủi ro trong quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu cà phê hiện nay là mối quan tâm hàng đầu về phương diện lý thuyết và thực tiễn trong các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê.

Xuất phát từ ý nghĩa đó, tác giả mạnh dạn đóng góp quan điểm của mình qua đề tài: “*Quản trị rủi ro trong quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu cà phê của các Doanh nghiệp Việt Nam*”.

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

- Hệ thống lại những vấn đề lý thuyết cơ bản về hoạt động quản trị rủi ro ngoại thương.
- Phân tích thực trạng rủi ro trong quá trình thực hiện hợp đồng xuất khẩu cà phê, thu thập dữ liệu điều tra để nhận dạng những rủi ro và xác định các nguyên nhân dẫn đến rủi ro đó. Phân tích và đánh giá các nguyên nhân gây ra rủi ro cho các doanh nghiệp.
- Đề xuất một số giải pháp và kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả công tác quản trị rủi ro của các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê hiện nay trước thềm hội nhập quốc tế.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

Đối tượng nghiên cứu: Là quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu của các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê Việt Nam hiện nay, chủ yếu là cà phê nhân sống. Đối tượng khảo sát của tác giả là các nhà lãnh đạo, các chuyên viên đang công tác tại các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê.

Phạm vi nghiên cứu:

- Về không gian: Các doanh nghiệp cà phê ở Daklak và TP. Hồ Chí Minh
- Về thời gian: từ năm 2003 đến tháng 9 năm 2006.

## **4. Phương pháp nghiên cứu**

- Phương pháp điều tra: Để nhận dạng các rủi ro và tìm ra các nguyên nhân dẫn đến rủi ro trong kinh doanh xuất khẩu cà phê, tác giả đã gửi mẫu phiếu điều tra tới các nhà lãnh đạo, các chuyên viên đang công tác tại các bộ phận có

liên quan đến quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu cà phê của những doanh nghiệp đóng trên địa bàn Daklak và TP.Hồ Chí Minh

- Phương pháp phân tích thống kê, so sánh và tổng hợp: từ kết quả điều tra cùng với quá trình tham khảo thực tế và từ những kinh nghiệm tích lũy được trong quá trình hoạt động trong ngành cà phê.

- Phương pháp tư duy: tác giả sử dụng phương pháp tư duy logic trong phân tích thực trạng hoạt động quản trị rủi ro và đề xuất các giải pháp.

## **5. Tính mới của đề tài**

Nước ta đã chính thức gia nhập WTO, những cam kết của chính phủ đối với vấn đề tự do hóa thương mại đã và đang thực hiện, những ưu đãi có tính chất hỗ trợ nông nghiệp, hỗ trợ xuất khẩu đã và đang gỡ bỏ hoàn toàn. Vấn đề cạnh tranh trong quá trình hội nhập quốc tế sẽ diễn ra khốc liệt.

Cạnh tranh trong ngành cà phê lại trở nên gay gắt hơn khi mà hoạt động chúng chứa đựng nhiều rủi ro, đã từng có tác giả nghiên cứu về những giải pháp hoàn thiện sản xuất và xuất khẩu cà phê trong giai đoạn từ nay đến 2010, chứ chưa đi sâu vào phân tích những rủi ro trong quá trình kinh doanh xuất khẩu cà phê của các doanh nghiệp hiện nay. Do đó có thể khẳng định đây là đề tài đầu tiên, có một cái nhìn tương đối thực tế về những rủi ro trong quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu cà phê của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay. Đây cũng là những cam kết của tác giả về tính mới của đề tài.

## **6. Kết cấu của đề tài:**

Ngoài lời mở đầu và kết luận, luận văn được trình bày gồm 3 chương:

**Chương 1: Cơ sở lý luận về quản trị rủi ro trong quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu.**

Chương này tập trung nghiên cứu các vấn đề lý luận cơ bản về rủi ro và quản trị rủi ro trong kinh doanh ngoại thương, quá trình thực hiện hợp đồng xuất



khẩu và đặc trưng của quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu cà phê nhân sống.

**Chương 2: Phân tích thực trạng về những rủi ro trong quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu cà phê của các Doanh nghiệp Việt nam.**

Trong chương này, tác giả đi vào phân tích thực trạng tình hình xuất khẩu cà phê thế giới; tình hình xuất khẩu cà phê của Việt Nam; cũng như thực trạng về những rủi ro và phân tích những nguyên nhân dẫn đến những rủi ro đó.

**Chương 3: Quản trị hiệu quả những rủi ro trong quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu cà phê của các Doanh nghiệp Việt nam**

Ở chương 3, với mục tiêu cần đạt được và dựa trên những căn cứ nhất định, luận văn đề xuất các giải pháp và kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả công tác quản trị rủi ro trong quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu cà phê của các doanh nghiệp trước thềm hội nhập Quốc tế.

----- o0o -----

## **CHƯƠNG I:**

### **CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ QUẢN TRỊ RỦI RO TRONG QUÁ TRÌNH THỰC HIỆN HỢP ĐỒNG KINH DOANH XUẤT KHẨU.**

#### **1.1. Quản trị rủi ro trong hoạt động kinh doanh xuất khẩu:**

##### **1.1.1. Rủi ro trong hoạt động kinh doanh xuất khẩu:**

###### *1.1.1.1. Khái niệm:*

Kinh doanh luôn gắn liền với rủi ro mạo hiểm, và chấp nhận rủi ro trong kinh doanh đã trở thành câu châm ngôn quen thuộc của các nhà kinh doanh. Các nhà kinh doanh chấp nhận rủi ro vì họ kỳ vọng sẽ thu được phần lợi nhuận, được xem như là một “sự tưởng thưởng” cho việc dám chấp nhận mạo hiểm này. Tuy nhiên, chỉ có những nhà kinh doanh biết phân tích, đánh giá và lường trước rủi ro để đưa ra những biện pháp phòng ngừa rủi ro hợp lý thì mới có nhiều cơ may nhận được “sự tưởng thưởng” đó vì việc chấp nhận rủi ro có tính toán, cân nhắc kỹ của họ.

Rủi ro có thể xảy ra bất cứ lúc nào cho các nhà doanh nghiệp, đặc biệt đối với các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu thì rủi ro càng đa dạng và phức tạp hơn. Rủi ro trong kinh doanh là điều tất yếu, không thể loại bỏ hẳn nhưng doanh nghiệp có thể phòng ngừa và hạn chế tác động của rủi ro bằng các biện pháp hợp lý.

Theo Frank Knight, một học giả Mỹ định nghĩa: “Rủi ro là những bất trắc có thể đo lường được”.

Lan Willet, một học giả Mỹ khác cho rằng: “Rủi ro là một bất trắc cụ thể liên quan đến một biến cố không mong đợi”.

Irving Perfer (Mỹ) lại cho rằng: “Rủi ro là tổng hợp những sự cố ngẫu nhiên có thể đo lường bằng xác suất”.

Marilu Hurt Mc.Carty thuộc viện khoa học kỹ thuật Geogia (Mỹ), trong tác phẩm “Managerial Econom with Applications” xuất bản năm 1986 thì cho rằng: “Rủi ro là một trạng thái trong đó các biến cố xảy ra trong tương lai có thể xác định được”.

Ngoài ra, một số học giả trong nước cho rằng:

- ◆ Rủi ro là sự bất trắc gây mất mát.
- ◆ Rủi ro là sự biến động tiềm ẩn ở kết quả.
- ◆ Rủi ro là những bất trắc ngoài ý muốn xảy ra trong quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, tác động xấu đến sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp.
- ◆ Rủi ro là sự không chắc chắn về tổn thất.

Như vậy, theo các khái niệm trên thì rủi ro có thể đo lường được, có thể xác định được, và từ đó có thể lường trước và phòng ngừa cũng như hạn chế ở mức tối đa. Từ những khái niệm trên, có thể đi đến khái niệm về rủi ro xuất khẩu như sau:

**“Rủi ro trong kinh doanh xuất khẩu là những bất trắc có thể xảy ra ngoài ý muốn trong quá trình kinh doanh xuất khẩu, gây thiệt hại cho doanh nghiệp xuất khẩu”.**

#### *1.1.1.2. Phân loại rủi ro:*

Với xu hướng toàn cầu hóa nền kinh tế thế giới, chiến lược phát triển kinh tế của nước ta hướng mạnh đến xuất khẩu, rủi ro xuất khẩu ngày càng phức tạp và đa dạng. Việc phân loại rủi ro xuất khẩu có ý nghĩa thiết thực, giúp đưa ra các giải pháp phòng ngừa rủi ro có hiệu quả. Rủi ro xuất khẩu có thể phân loại thành rủi ro thuần túy, rủi ro suy đoán, rủi ro tĩnh, rủi ro động...Tuy nhiên, việc phân loại rủi ro xuất khẩu theo yếu tố chủ quan, khách quan và theo qui trình

thực hiện hợp đồng xuất khẩu có ý nghĩa thiết thực hơn trong việc tìm ra các giải pháp phòng ngừa rủi ro cho các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu.

**Nhóm rủi ro do các yếu tố khách quan:**

◆ Rủi ro do thiên tai:

Là những rủi ro do lũ lụt, hạn hán, động đất, dịch bệnh ... tác động bất lợi đến quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Hậu quả rủi ro do thiên tai mang lại thường rất nghiêm trọng, ảnh hưởng nặng nề đến hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp. Thiệt hại do thiên tai gây ra là rất nghiêm trọng có nhiều doanh nghiệp phải phá sản vì rủi ro này.

◆ Rủi ro chính trị , pháp lý:

Đây là loại rủi ro mà các nhà kinh doanh, nhất là các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu lo ngại nhất. Bởi vì, trước khi xây dựng chiến lược kinh doanh xuất khẩu của doanh nghiệp, Hay quyết định ký một hợp đồng xuất khẩu phải dựa vào tình hình kinh tế – xã hội, dựa trên các quyết định thuế và luật thuế... một biến động mạnh về chính trị, pháp lý xảy ra có thể làm đảo lộn mọi dự đoán của doanh nghiệp và làm doanh nghiệp thất bại.

◆ Rủi ro do lạm phát:

Lạm phát là sự tăng giá bình quân của hàng hóa. Các doanh nghiệp luôn gặp các rủi ro do các biến động kinh tế. Rủi ro lạm phát là một điển hình trong các rủi ro do biến động kinh tế. Khi lạm phát xảy ra ở mức độ cao thì hợp đồng xuất khẩu sẽ không có ý nghĩa.

Trong kinh doanh xuất khẩu, thời gian kể từ khi tính toán hiệu quả của thương vụ xuất khẩu đến khi nhận tiền hàng thanh toán từ phía nước ngoài tương đối dài, trung bình 30 – 45 ngày. Do vậy xác suất xảy ra lạm phát là không phải nhỏ.

◆ Rủi ro hối đoái:

Rủi ro hối đoái là sự không chắc chắn về một khoản thu nhập hay chi trả do biến động tỷ giá gây ra, có thể làm tổn thất đến giá trị dự kiến của hợp đồng. Trong hợp đồng xuất khẩu, rủi ro xuất khẩu xảy ra khi ngoại tệ mà doanh nghiệp xuất khẩu nhận được trong tương lai giảm giá so với đồng nội tệ. Nghĩa là tiền thu về được qui đổi ra đồng nội tệ giảm so với dự kiến .

◆ Rủi ro do sự thay đổi chính sách ngoại thương:

Chính sách ngoại thương là hệ thống các nguyên tắc, biện pháp kinh tế, hành chính, luật pháp nhằm điều tiết các hoạt động mua bán quốc tế của một nhà nước trong một giai đoạn nhất định. Hầu hết các chính sách ngoại thương của các nước thay đổi theo từng giai đoạn tùy theo mục đích, định hướng của nhà nước đó trong từng thời kỳ khác nhau. Sự thay đổi thường xuyên của các định chế này là một đe dọa lớn cho các doanh nghiệp xuất khẩu vì các doanh nghiệp này không chỉ chịu rủi ro do sự thay đổi chính sách ngoại thương trong nước mà còn chịu ảnh hưởng bởi chính sách ngoại thương của các nước bạn hàng xuất khẩu. Trong rủi ro do sự thay đổi chính sách ngoại thương, doanh nghiệp xuất khẩu có thể gặp nhiều rủi ro về qui định ngành ngạch, thủ tục hải quan, thuế xuất nhập khẩu và các qui định hành chính khác.

◆ Rủi ro do sự biến động giá:

Rủi ro do biến động giá bao gồm rủi ro do biến động giá các yếu tố đầu vào và giá xuất khẩu trên thị trường trong quá trình thực hiện hợp đồng xuất khẩu của doanh nghiệp, đặt biệt đối với các hợp đồng xuất khẩu có thời gian dài.

Biến động giá cả các yếu tố đầu vào bao gồm biến động các yếu tố giá cả nguyên vật liệu, chi phí lưu thông ... các doanh nghiệp xuất khẩu đặc biệt quan tâm đến rủi ro này vì các hợp đồng xuất khẩu thường được các doanh nghiệp ký trước khi tiến hành mua hàng để xuất khẩu. Thêm vào đó, các doanh nghiệp

xuất khẩu còn phải gặp rủi ro do giá xuất khẩu giảm vì hiện nay một số doanh nghiệp xuất khẩu nông sản theo các hợp đồng bán giá chốt sau, trừ lùi.

**Nhóm rủi ro do các yếu tố chủ quan mang lại:**

◆ Rủi ro do thiếu vốn:

Để nâng cao khả năng cạnh tranh đòi hỏi các doanh nghiệp không ngừng cải tiến chất lượng sản phẩm cũng như dịch vụ. Song do thiếu vốn, doanh nghiệp không đủ khả năng đổi mới công nghệ, mở rộng qui mô sản xuất tối ưu. Từ đó, không đủ sức cạnh tranh với đối thủ dẫn tới việc mất thị phần ... Ngoài ra, trong hoạt động xuất khẩu, rủi ro do thiếu vốn còn làm cho quá trình thực hiện hợp đồng xuất khẩu không được đảm bảo, dẫn tới giao hàng chậm.

◆ Rủi ro do thiếu thông tin:

Các nhà xuất khẩu hơn ai hết phải là những người biết rõ thông tin về giá cả, sự biến động trên thị trường thế giới, đặc biệt là những thông tin về đối tác. Việc thiếu những thông tin sẽ mang lại những hậu quả khó lường cho doanh nghiệp. Doanh nghiệp phải tiến hành những hoạt động kinh doanh xuất khẩu với các “công ty ma”, đến khi không được thanh toán tiền hàng mới biết mình bị lừa.

Hơn nữa, việc không nắm bắt được những biến động giá cả trên thị trường thế giới, nhiều doanh nghiệp đã ký hợp đồng với giá thấp đến khi giá trên thị trường tăng vọt, làm cho giá trong nước của mặt hàng cũng tăng theo, khiến doanh nghiệp đó bị lỗ. Chính vì thế sự bùng nổ thông tin như hiện nay, để nhận biết và tránh những sai lệch thông tin không còn cách nào khác là doanh nghiệp cần phải coi nó như là một trong những yếu tố chủ yếu đem lại rủi ro cho mình.

◆ Rủi ro do năng lực quản lý kém:

Đây là rủi ro được xem không có phương thức hữu hiệu nào trị được. Một nhà xuất khẩu có năng lực quản lý kém sẽ liên tục gặp những rủi ro khác nhau:

Tưởng làm như vậy là kịp thời nhưng thực tế là quá trễ, tính toán như vậy tưởng là lời nhưng thực tế là lỗ to, quan hệ như vậy cứ nghĩ là khách hàng hài lòng nhưng thực tế khách hàng rất thất vọng...

◆ **Rủi ro do thiếu trình độ chuyên môn nghiệp vụ:**

Có thể nói, rất nhiều doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam hiện nay, còn thiếu nhân viên có trình độ nghiệp vụ ngoại thương, nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Sự thiếu hiểu biết về luật pháp và tập quán kinh doanh quốc tế mà biểu hiện là sự hồ giá, nhầm chất lượng, thiếu số lượng, vi phạm giao kết trong hợp đồng và L/C ... Một khi trình độ nghiệp vụ của nhân viên ngoại thương còn yếu kém thì họ dễ dàng bị mất lừa và hậu quả là rủi ro phát sinh thường xuyên và liên tục.

**Nhóm rủi ro căn cứ theo qui trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu:**

◆ **Rủi ro trong quá trình đàm phán ký kết hợp đồng:**

**Rủi ro khi chào hàng:**

Chào hàng là việc doanh nghiệp thể hiện rõ ý định bán hàng của mình. Trong mua bán quốc tế có hai loại chào hàng chính: chào hàng cố định và chào hàng tự do.

➤ Chào hàng cố định là việc chào bán một lô hàng nhất định cho người mua, có nêu rõ thời gian mà người chào hàng bị ràng buộc vào lời chào hàng của mình.

➤ Chào hàng tự do là loại chào hàng không ràng buộc trách nhiệm đối với người phát ra nó.

Những rủi ro thường gặp khi chào hàng: Không nêu rõ tên hàng, phẩm chất, giá cả, điều kiện giao hàng, thời gian hiệu lực không rõ ràng ...

### **Rủi ro khi đàm phán:**

Trong mua bán quốc tế người ta chủ yếu sử dụng phương thức đàm phán sau: đàm phán giao dịch qua thư tín, đàm phán giao dịch qua điện thoại, đàm phán giao dịch trực tiếp, tùy theo hình thức đàm phán qua giao dịch và sự thông thạo của người đàm phán mà doanh nghiệp có thể gặp những rủi ro cơ bản sau.

- Đối với hình thức giao dịch qua thư từ: Đó là sự chuẩn bị kém về nội dung, hình thức làm cho khách hàng có sự nhầm lẫn về ngôn ngữ hay nội dung mà người bán muốn chuyển tải do có sự khác biệt về ngôn ngữ, văn hóa, tập quán kinh doanh.
- Đối với hình thức giao dịch qua điện thoại: Doanh nghiệp có thể gặp rủi ro do ngôn từ sử dụng không rõ ràng, gãy gọn, kém linh hoạt, đôi khi sự không lịch thiệp trong giao tiếp có thể làm cho doanh nghiệp mất đi một hợp đồng có giá trị sinh lợi lớn.
- Đối với hình thức giao dịch trực tiếp: Đó là sự thiếu hiểu biết về đối tác, chưa chuẩn bị đầy đủ những tư liệu cần thiết có liên quan, thiếu kỹ năng, nghệ thuật đàm phán, thiếu kế hoạch đàm phán.

### **Rủi ro khi soạn thảo:**

Quá trình soạn thảo hợp đồng là một trong những khâu quan trọng, nếu chuẩn bị chu đáo doanh nghiệp có thể phòng ngừa và hạn chế những rủi ro khác nhau trong quá trình thực hiện hợp đồng. Những rủi ro thường gặp trong khâu soạn thảo là không dẫn chiếu các tập quán, văn bản pháp luật có liên quan, thiếu những điều khoản cần thiết của hợp đồng, đặc biệt là các điều khoản bảo vệ quyền lợi của doanh nghiệp như điều chỉnh giá các hợp đồng có thời gian thực hiện dài, giao hàng, thanh toán, trọng tài... không đưa vào những thỏa thuận trong đàm phán, ngôn từ sử dụng không rõ ràng.



### **Rủi ro khi ký kết:**

Quá trình ký kết thường rất ít xảy ra rủi ro đối với doanh nghiệp, ngoại trừ những nhân tố tiêu cực. Tuy nhiên các doanh nghiệp có thể mắc những rủi ro sau: Không kiểm tra lại các điều khoản trong hợp đồng, không đối chiếu các khoản đã đạt được, cũng như không kiểm tra các phụ kiện của hợp đồng.

#### **◆ Rủi ro trong quá trình chuẩn bị nguồn hàng xuất khẩu:**

Quá trình chuẩn bị nguồn hàng là khâu quan trọng trong quá trình thực hiện hợp đồng xuất khẩu. Doanh nghiệp chỉ có thể thực hiện tốt hợp đồng khi và chỉ khi đã chuẩn bị hàng hóa đủ số lượng và chất lượng tốt, đúng theo yêu cầu của hợp đồng xuất khẩu. Trước khi xuất khẩu các sản phẩm hầu hết phải trải qua một giai đoạn sản xuất, chế biến hay ít nhất cũng trải qua một giai đoạn thu gom từ nhiều nguồn. Do đó quá trình chuẩn bị nguồn hàng chịu ảnh hưởng lớn của môi trường tự nhiên, chính trị, kinh tế và xã hội... và rủi ro trong khâu này là không tránh khỏi.

Đối với doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu có lẽ là người phải chịu nhiều rủi ro trong khâu này nhất. Rủi ro nhất của doanh nghiệp trong khâu này là khi đã ký hợp đồng xuất khẩu với khách hàng nước ngoài rồi mới chuẩn bị hàng sau. Đó là các đại lý giao hàng không đủ số lượng hoặc đủ số lượng nhưng chất lượng không đủ tiêu chuẩn xuất khẩu, chưa kể những rủi ro khác như đột biến của giá mua, thiên tai... Nhưng doanh nghiệp không thể làm như vậy, nhất là các mặt hàng có tính thời vụ. Ngoài ra, doanh nghiệp cũng không thể tránh khỏi những rủi ro về bảo quản, bao bì, đóng gói, kí mã hiệu ... nếu không có biện pháp phòng ngừa.

#### **◆ Rủi ro trong quá trình vận chuyển:**

Tuỳ theo từng loại hợp đồng và những điều kiện cơ sở giao hàng mà mức độ rủi ro trong quá trình vận chuyển sẽ khác nhau. Thông thường trong quá trình vận chuyển, doanh nghiệp thường gặp những rủi ro như: Thuê phương tiện vận tải không phù hợp với tính chất hàng hóa, chèn lót, sắp đặt không đúng kỹ thuật... hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam thường được vận chuyển bằng đường biển, song các nhân viên nghiệp vụ của doanh nghiệp lại chưa thông thạo về nghiệp vụ thuê tàu. Nghiệp vụ vận tải của các nhân viên này còn yếu, chưa đáp ứng yêu cầu thực tiễn. Rủi ro trong quá trình vận chuyển hàng hóa không phải là ít.

◆ **Rủi ro trong quá trình giao nhận:**

Những rủi ro mà các doanh nghiệp thường gặp trong quá trình giao nhận hàng xuất khẩu thường do những nguyên nhân chính sau:

- Thiếu thông tin về hãng tàu, lịch trình, địa điểm, chi nhánh, chuyển tải... không chủ động trong việc chuẩn bị hàng để giao.
- Không nắm vững các khái niệm về thời gian xếp dỡ, thời gian tàu đến cảng xếp hàng, do đó không chủ động giao hàng để tránh bị phạt do chậm xếp hàng.
- Không nắm vững kỹ thuật giao hàng, bố trí sắp xếp hàng hóa trên phương tiện vận tải để đảm bảo chất lượng và số lượng được giao, không sử dụng dụng cụ sai trong hợp đồng.
- Chưa thông thạo các thủ tục hải quan, hoặc không chuẩn bị đầy đủ các chứng từ cần thiết để tiến hành kiểm hóa, ảnh hưởng đến thời gian giao hàng.
- Không thông báo giao hàng cho khách hàng biết theo qui định của hợp đồng.
- Không chủ động trong việc thuê tàu vì “bán FOB, mua CIF”, nên các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam thường gặp rủi ro trong quá trình giao nhận,

nhất là làm thế nào giao hàng phù hợp với L/C. Vì thế quá trình giao hàng được tiến hành trong thời gian ngắn và cấp rập, và điều tất yếu dẫn đến rủi ro lớn.

➤ Rủi ro trong quá trình giao nhận ảnh hưởng rất lớn đến việc thực hiện hoàn chỉnh một hợp đồng xuất khẩu của doanh nghiệp. Bởi vì, để được thanh toán đầy đủ tiền hàng, doanh nghiệp cần phải có đầy đủ những chứng từ cần thiết. Trong đó vận đơn là một trong những chứng từ cần thiết chứng minh việc giao hàng của doanh nghiệp. Vì vậy phòng ngừa rủi ro trong quá trình giao nhận là hết sức cần thiết trong kinh doanh xuất nhập khẩu.

◆ **Rủi ro trong quá trình thanh toán:**

Cùng với sự phát triển của thương mại quốc tế, các phương tiện thanh toán quốc tế ngày nay càng đa dạng và phong phú, do đó rủi ro trong thanh toán quốc tế ngày càng cao. Các phương thức thanh toán mà các doanh nghiệp Việt Nam áp dụng trong xuất khẩu chủ yếu vẫn là L/C và TT (Telegraphic Transfer) or MT và CAD.

**1.1.2. Quản trị rủi ro trong kinh doanh xuất khẩu:**

*1.1.2.1. Khái niệm quản trị rủi ro trong kinh doanh xuất khẩu:*

Có rất nhiều quan điểm về quản trị rủi ro, trong phạm vi luận văn này chúng tôi muốn đưa ra khái niệm về quản trị rủi ro trong kinh doanh xuất khẩu như sau:

“ Quản trị rủi ro trong kinh doanh xuất khẩu là một quá trình có tính chất toàn diện và có hệ thống nhằm nhận dạng, tìm ra những nguyên nhân, sau đó kiểm soát phòng ngừa nhằm giảm thiểu những tổn thất, mất mát, và những ảnh hưởng bất lợi trong quá trình kinh doanh xuất khẩu.”

*1.1.2.2. Nội dung quản trị rủi ro trong kinh doanh xuất khẩu:*

Nội dung của quản trị rủi ro bao gồm những nội dung chính sau:

- Nhận dạng – phân tích và đo lường rủi ro.
- Kiểm soát và phòng ngừa rủi ro.
- Tài trợ rủi ro khi nó xuất hiện.

**1.1.2.3. Nhận dạng - phân tích – Đo lường rủi ro:**

➤ **Nhận dạng rủi ro:**

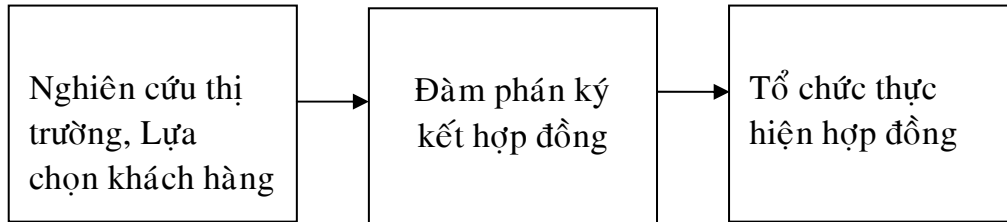
Nhận dạng rủi ro là quá trình xác nhận liên tục và có hệ thống các rủi ro trong hoạt động kinh doanh của tổ chức. Hoạt động nhận dạng rủi ro nhằm xác nhận những thông tin về nguồn gốc rủi ro, các yếu tố mạo hiểm, hiểm họa, đối tượng rủi ro và các loại tổn thất. Nhận dạng rủi ro bao gồm các công việc theo dõi, xem xét, nghiên cứu môi trường hoạt động và toàn bộ mọi hoạt động của tổ chức nhằm thống kê được tất cả các rủi ro, không chỉ những rủi ro đã và đang xảy ra, mà còn dự báo được những rủi ro của tổ chức, trên cơ sở đề xuất các giải pháp kiểm soát và tài trợ rủi ro thích hợp.

Để nhận dạng rủi ro ta có các phương pháp sau:

- Lập bảng câu hỏi nghiên cứu về rủi ro và tiến hành điều tra: Các câu hỏi có thể sắp xếp theo nguồn rủi ro hoặc môi trường tác động; các câu hỏi thường xoay quanh những vấn đề như Tổ chức đã gặp phải những loại rủi ro nào? Tổn thất là bao nhiêu? Số lần xuất hiện của loại rủi ro đó trong thời gian nhất định? Những biện pháp phòng ngừa, những ý kiến đánh giá, đề xuất công tác quản trị rủi ro.
- Phân tích các báo cáo tài chính: Đây là phương pháp thông dụng, mọi tổ chức đều được thực hiện nhưng ở mức độ và sử dụng vào những mục đích khác nhau. Trong quản trị rủi ro bằng cách phân tích các báo cáo tài chính, các báo cáo hoạt động kinh doanh, các tài liệu hỗ trợ khác. Chúng ta có thể xác định được mọi nguy cơ rủi ro của tổ chức về tài sản, nguồn nhân lực và trách nhiệm pháp lý.

- Phương pháp lưu đồ: Đây là phương pháp quan trọng để nhận dạng rủi ro, để thực hiện phương pháp này trước hết cần xây dựng lưu đồ trình bày tất cả các hoạt động của tổ chức.

Ví dụ: Để thực hiện một thương vụ xuất khẩu cần trải qua 3 bước như sơ đồ sau



**Hình 1.1. Quá trình đàm phán, ký kết và tổ chức thực hiện hợp đồng**

➤ **Phân tích rủi ro:**

Nhận dạng được rủi ro và lập bảng liệt kê tất cả rủi ro có thể đến với tổ chức tuy là công việc quan trọng, không thể thiếu nhưng mới chỉ là bước khởi đầu của công tác quản trị rủi ro. Bước tiếp theo là phải tiến hành phân tích những rủi ro, phải xác định được những nguyên nhân gây ra rủi ro trên cơ sở mới tìm ra các biện pháp phòng ngừa.

➤ **Đo lường rủi ro:**

Nhận dạng rủi ro là bước khởi đầu của quản trị rủi ro, nhưng rủi ro có rất nhiều loại. Một tổ chức không thể cùng một lúc kiểm soát và phòng ngừa tất cả mọi rủi ro được, nên cần phân loại rủi ro. Cần biết được với tổ chức thì rủi ro nào xuất hiện nhiều, rủi ro nào xuất hiện ít, loại nào gây hậu quả nghiêm trọng, loại nào ít quan trọng hơn để từ đó có những biện pháp thích hợp.

Đo lường rủi ro cần thu thập số liệu và phân tích đánh giá

- Tần suất xuất hiện rủi ro là số lần xảy ra tổn thất trong một khoảng thời gian nhất định.
- Mức độ nghiêm trọng của rủi ro tổn thất mất mát.

#### 1.1.2.4. Kiểm soát – phòng ngừa rủi ro:

Kiểm soát rủi ro bao gồm các kỹ thuật, công cụ, chiến lược và những chương trình nhằm đến mục tiêu né tránh, đề phòng và hạn chế hay nói cách khác là kiểm soát tần suất và độ lớn của các tổn thất và các ảnh hưởng bất lợi khác của rủi ro. Kiểm soát rủi ro còn bao gồm những phương pháp hoàn thiện các kiến thức và sự hiểu biết trong hành vi của tổ chức có tác động đến rủi ro.

Kiểm soát rủi ro thường được sử dụng trong những trường hợp sau:

- Chi phí tài trợ rủi ro thường lớn hơn chi phí tổn thất. Điều này làm chúng ta phải cân nhắc tự tài trợ là có lợi hơn nhờ đơn vị khác tài trợ.
- Tổn thất phát sinh gián tiếp hay những chi phí ẩn không được phát hiện trong thời gian dài (những tổn thất về mặt thời gian hay do áp lực xã hội).
- Tổn thất gây nên những tác động bên ngoài ảnh hưởng không tốt đến tổ chức làm tăng chi phí kiểm soát rủi ro.

Các chương trình kiểm soát rủi ro khác nhau ở mỗi tổ chức, tuy nhiên các tổ chức có thể sử dụng công cụ và kỹ thuật được sắp xếp theo các nhóm sau:

##### ➤ Né tránh rủi ro:

Né tránh rủi ro là phương pháp kiểm soát rủi ro bằng cách né tránh những hoạt động, con người, tài sản có khả năng làm phát sinh các tổn thất. Trước hết là chủ động né tránh trước khi rủi ro xảy ra và sau đó loại bỏ những nguyên nhân gây ra rủi ro.

##### ➤ Ngăn ngừa tổn thất:

Ngăn ngừa tổn thất là nhóm các biện pháp làm giảm bớt số tổn thất; giảm tần suất tổn thất xảy ra hoặc giảm mức thiệt hại khi tổn thất xảy ra. Hoạt động ngăn ngừa rủi ro là tìm cách can thiệp và ba mức xích đầu tiên của chuỗi rủi ro: mối nguy hiểm, môi trường rủi ro và sự tương tác giữa mối nguy hiểm và môi trường. Vì thế các hoạt động ngăn ngừa rủi ro tập trung vào:

- Thay thế hoặc sửa đổi mối hiểm họa.
- Thay thế hoặc sửa đổi môi trường nơi mối hiểm họa đang tồn tại.
- Can thiệp vào qui trình tác động lẫn nhau giữa mối hiểm họa và môi trường rủi ro.

➤ Giảm thiểu rủi ro:

Nhóm các biện pháp này sử dụng khi rủi ro đã xảy ra, tấn công vào các rủi ro nhằm làm giảm nhẹ sự nghiêm trọng của tổn thất, giảm bớt sự thiệt hại do rủi ro gây ra. Mặc dù sử dụng sau khi tổn thất đã xảy ra nhưng các biện pháp này phải lập kế hoạch trước khi tổn thất xảy ra thì công việc mới có hiệu quả. Một số công việc cụ thể có thể sử dụng làm giảm thiểu rủi ro:

Cứu lấy những tài sản còn sử dụng được: Thông thường một tổn thất xảy ra không gây thiệt hại hoàn toàn, chúng ta phải thu hồi những tài sản còn sử dụng được như thu hồi phế liệu từ sản phẩm hỏng trên dây chuyền sản xuất vậ.

Chuyển nợ: Một số thí dụ về sự chuyển nợ như Công ty bảo hiểm sau khi đền bù thiệt hại cho khách hàng có thể truy cứu trách nhiệm vật chất đối với bên thứ ba gây ra thiệt hại để có thể thu hồi một phần làm giảm khoản chi phí bồi thường đã trả cho khách hàng hay công ty bồi thường tai nạn lao động cho công nhân sẽ đòi lại một phần từ bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế hoặc đòi bồi thường từ bên gây tai nạn đó.

Lập kế hoạch giải quyết các hiểm họa: Xác định những khủng hoảng hoặc rủi ro có thể xảy ra (như phần trên đã đề cập) và lập kế hoạch phòng ngừa những bất trắc, kế hoạch đối phó với các biến cố này.

Dự phòng: Sự dự phòng sử dụng làm giảm các tổn thất gián tiếp, khi các rủi ro xảy ra ảnh hưởng trực tiếp làm tài sản không sử dụng được, tài sản dự phòng được đưa vào hoạt động như bánh xe dự phòng trong ô tô vậy.

Phân chia rủi ro: Là kỹ thuật cắt rời cho các rủi ro độc lập nhau để nếu xảy ra tổn thất chúng không xảy ra hiện tượng dây chuyền. Một sự kiện đơn lẻ sẽ ít khi gây tổn thất nặng nề hoặc làm ảnh hưởng lớn đối với hoạt động của tổ chức. Thí dụ người ta ngăn rừng thành thửa, mỗi thửa vài dặm vuông tách rời nhau để phòng khi có hỏa hoạn sẽ chỉ cháy hết thửa đó thôi không cháy lan sang các thửa rừng khác hoặc khi đóng tàu thủy đáy tàu được đóng hai lớp, ở giữa ngăn từng ô nhỏ để nhờ khi va phải đá ngầm thì nước chỉ tràn vào đầy ô đó thôi mà không làm chìm tàu.

Quản trị thông tin: Thông tin rất quan trọng làm giảm thiểu hay giải quyết sự bất định. Sự bất định có thể phát sinh từ những kiến thức không hoàn hảo, thiếu thông tin làm cho những người có quyền lợi gắn liền với tổ chức không an tâm về chương trình hoạt động của tổ chức có ảnh hưởng trực tiếp đến lợi ích của họ. Hoặc sự bất định có thể làm tăng chi phí cho sự an toàn của hàng hóa. Thông tin của nhà quản trị rủi ro có thể cung cấp cho các nhà quản trị khác để họ an tâm hơn và ra quyết định đúng đắn hơn. Nhà quản trị phải biết cách thu thập, phân loại, sắp xếp, lưu trữ một cách khoa học kết hợp với những phương pháp phân tích thông tin thì nó mới hữu ích cho công tác quản trị.

Chuyển giao rủi ro: Chuyển giao rủi ro là tạo ra nhiều thực thể thay vì phải một mình gánh chịu rủi ro. Muốn vậy nhiều khi phải chịu một khoản phí nhất định, vì vậy phải cân nhắc hiệu quả của hoạt động này cũng như hậu quả của các rủi ro tiềm tàng. Chuyển giao rủi ro có thể thực hiện bằng hai cách:



- Chuyển tài sản và hoạt động mang theo rủi ro đến một cá nhân hay tổ chức khác, điều này còn có ý nghĩa là loại bỏ được cả nguyên nhân gây rủi ro.
- Chuyển giao bằng hợp đồng, chỉ chuyển giao rủi ro, không chuyển giao tài sản và hoạt động của nó đến người nhận rủi ro như người thuê ô tô phải chịu trách nhiệm nếu có tai nạn xảy ra.

## **1.2. Quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu:**

### **1.2.1. Quá trình đàm phán – ký kết hợp đồng xuất khẩu:**

#### **1.2.1.1. Giai đoạn chuẩn bị:**

Trong giai đoạn này nhìn chung để hợp đồng đạt hiệu quả cao chúng ta cần phải chuẩn bị những vấn đề như: Ngôn ngữ, thông tin, năng lực của người đàm phán và thời gian đàm phán. Tuy nhiên ở đây chúng tôi chỉ đề cập vào khâu chuẩn bị thông tin. Nội dung của những thông tin thì rất phong phú ở đây chỉ tập trung vào những thông tin cơ bản như sau.

#### **Thông tin về hàng hóa:**

Người đàm phán cần phải nắm vững về những thông tin liên quan đến hàng hóa như chất lượng hàng hóa như thế nào bao gồm các tiêu chuẩn cơ lý hóa, khả năng cung cấp hàng của doanh nghiệp, ngoài ra còn có những yếu tố khác như thời vụ, vị thế lúc bán hàng, các qui định về qui cách, phẩm chất, bao bì.

#### **Thông tin về thị trường, giá cả:**

Người đàm phán cần phải nắm những thông tin dự đoán xu hướng biến động giá cả trên cơ sở phân tích tình hình cung cầu, sự khủng hoảng, số lượng trữ kho và sự tham gia đầu cơ của các yếu tố thị trường.

#### **Tìm hiểu đối tác:**

Như lịch sử công ty, ảnh hưởng của công ty trong xã hội, uy tín, tình hình tài chính, mức độ trang bị kỹ thuật, số lượng, chất lượng, chủng loại sản phẩm, định hướng phát triển trong tương lai...

### **1.2.1.2. Giai đoạn đàm phán:**

Trong giai đoạn này cần lưu ý những vấn đề sau.

- Cần diễn đạt chính xác ý kiến của mình, cố gắng làm cho lời nói có tính thuyết phục, nên dùng cách diễn giải chậm rãi, rõ ràng thân thiện đôi chỗ có pha chút hài hước để tạo bầu không khí thân thiện.
- Cần chú ý lắng nghe ý kiến của đối tác, đừng cướp lời họ, đừng vội vàng đưa ra nhận xét.

### **1.2.1.3. Giai đoạn kết thúc và ký kết hợp đồng:**

Trong giai đoạn này cần chú ý những điểm sau.

- Cần thỏa thuận với nhau tất cả những điều khoản cần thiết trước khi ký kết hợp đồng.
- Hợp đồng thường do một bên soạn thảo, trước khi ký kết bên kia cần kiểm tra kỹ lưỡng, đối chiếu với những thỏa thuận đã đạt được trong đàm phán.

## **1.2.2. Quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu:**

### **1.2.2.1. Thực hiện những công việc bước đầu của khâu thanh toán:**

- Nếu thanh toán bằng L/C, người bán cần:
  - Nhắc nhở người mua mở L/C theo đúng yêu cầu.
  - Kiểm tra L/C.
  - Sau khi kiểm tra L/C nếu thấy phù hợp với hợp đồng thì tiến hành giao hàng, còn không phù hợp thì thông báo ngay cho người mua và ngân hàng mở L/C, để tu chỉnh, cho đến khi phù hợp thì tiến hành giao hàng.
- Nếu thanh toán bằng CAD, người bán cần nhắc người mua mở tài khoản ký thác đúng theo yêu cầu, khi tài khoản đã mở cần liên hệ với ngân hàng để kiểm tra điều kiện thanh toán, cần chú ý tên các chứng từ cần xuất trình, người cấp, số bản ... kiểm tra xong nếu thấy phù hợp thì tiến hành giao hàng.

- Nếu thanh toán TT trả trước, nhắc nhở người mua chuyển tiền đủ và đúng hạn. Chờ ngân hàng báo có rồi mới tiến hành giao hàng.
- Còn các phương thức thanh toán khác như TT trả sau, D/A, D/P thì người bán phải giao hàng rồi mới có thể thực hiện được các công việc của khâu thanh toán.

#### **1.2.2.2. Chuẩn bị hàng hóa để xuất khẩu:**

Người xuất khẩu cần phải đi gom hàng hóa cho đủ số lượng và chất lượng như trong hợp đồng. Ngoài ra còn chuẩn bị trước các vấn đề như bao bì đóng gói, ký mã hiệu, vận chuyển hàng hóa đến kho riêng hay đến cửa khẩu.

#### **1.2.2.3. Kiểm tra hàng hóa để xuất khẩu:**

Trước khi giao hàng, người xuất khẩu có nghĩa vụ phải kiểm tra hàng về phẩm chất, số lượng và trọng lượng, nếu hàng xuất khẩu là nông sản cần phải kiểm tra khả năng lay lan (tức là kiểm dịch).

Việc kiểm nghiệm, kiểm dịch được tiến hành ở hai cấp: ở cấp cơ sở và ở cấp cửa khẩu. Trong đó việc kiểm tra cấp cơ sở đóng vai trò quyết định còn việc kiểm tra ở cấp cửa khẩu có tác dụng kiểm tra lại ở cấp cơ sở.

Việc kiểm nghiệm ở cấp cơ sở có KCS của đơn vị, còn việc kiểm dịch và kiểm định ở cấp cửa khẩu có chi cục kiểm dịch hoặc các đơn vị kiểm dịch độc lập như Cafe control, SGS, Vinacontrol hoặc FCC hay Omic...

#### **1.2.2.4. Làm thủ tục hải quan:**

Khai báo và nộp tờ khai hải quan.

Làm nghĩa vụ nộp thuế, lệ phí xuất khẩu.

#### **1.2.2.5. Thuê phương tiện vận tải:**

Nếu hợp đồng xuất khẩu quy định việc người bán thuê phương tiện để chuyên chở hàng đến địa điểm đích (điều kiện cơ sở giao hàng của hợp đồng

xuất khẩu CIF, CPT, CIP, DES, DEQ, DDU, DDP DAF) thì người xuất khẩu phải tiến hành thuê phương tiện vận tải.

Còn nếu hợp đồng qui định giao hàng tại nước người xuất thì người nhập khẩu phải thuê phương tiện chuyên chở về nước (Điều kiện cơ sở giao hàng là EXW, FCA, FAS, FOB)..

Tùy từng trường hợp cụ thể người xuất khẩu có thể thuê tàu chợ, tàu chuyển, tàu định hạn.

#### **1.2.2.6. Giao hàng cho người vận tải:**

Hàng xuất khẩu của ta chủ yếu giao nhận bằng đường biển. Trong trường hợp này chủ hàng phải làm các công việc sau:

Căn cứ vào các chi tiết hàng xuất khẩu, lập “bảng kê hàng chuyên chở” (cargo list) gồm các mục chủ yếu sau: consignee, mark, B/L number, description of cargos, number of packages, gross weight, measurement, named port of destination... trên cơ sở đó khi lưu cước hãng tàu lập S/O (shipping order) và lên sơ đồ xếp hàng lên tàu (cargo plan or stowage plan) làm căn cứ để cảng sắp xếp thứ tự gửi hàng và tính chi phí liên quan.

#### **1.2.2.7. Mua bảo hiểm cho hàng hóa xuất khẩu:**

Khi xuất khẩu theo điều kiện CIF, CIP hoặc nhóm D (Incoterms) thì người bán phải mua bảo hiểm cho hàng hóa. Để mua bảo hiểm cần làm những công việc sau.

- Chọn điều kiện mua bảo hiểm.
- Làm giấy yêu cầu bảo hiểm.
- Đóng phí bảo hiểm và lấy chứng thư bảo hiểm.

#### **1.2.2.8. Lập bộ chứng từ thanh toán:**

Sau khi giao hàng, người bán nhanh chóng lập bộ chứng từ thanh toán trình khách hàng hoặc ngân hàng để đòi tiền . Nếu là thanh toán theo L/C thì

phải làm đúng như yêu cầu của L/C; còn nếu thanh toán theo các phương thức khác thì làm làm chứng từ theo hướng dẫn giao hàng của khách hàng (shipping intrucstion). Một bộ chứng từ thanh toán thường có những chứng từ như sau:

Vận đơn đường biển; Giấy chứng nhận bảo hiểm; Hóa đơn thương mại; Giấy chứng nhận chất lượng hàng hóa; Giấy chứng nhận trọng lượng hàng hóa ; Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa; Phiếu đóng gói hàng hóa; Giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật.

**1.2.2.9. Giải quyết khiếu nại nếu xảy ra:**

Khi nhận được hồ sơ khiếu nại của người mua hoặc các bên hữu quan khác, người bán cần nghiêm túc, nhanh chóng nghiên cứu hồ sơ, tìm phương hướng giải quyết một cách thỏa đáng.

**1.3. Những đặc điểm của quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu cà phê.**

**1.3.1. Những nét đặt trưng trong hợp đồng kinh doanh xuất khẩu cà phê của các doanh nghiệp Việt Nam.**

- Hợp đồng xuất khẩu cà phê về cơ bản cũng giống như các hợp đồng ngoại thương khác.
- Mọi vấn đề được đề cập trong hợp đồng về cơ bản đều dựa trên nguyên tắc của hợp đồng cà phê Châu Âu, hoặc hợp đồng cà phê Mỹ nếu hàng xuất đến Mỹ.
- Các hợp đồng kinh doanh xuất khẩu cà phê hiện nay đều thanh toán theo phương thức CAD hoặc TT trả sau.
- Hầu hết các hợp đồng cà phê hiện nay đều chọn điều kiện cơ sở giao hàng là FOB Hochiminh city, theo Incoterm 2000.
- Cốt lõi của việc giao dịch, đàm phán ký kết hợp đồng là Số lượng, chất lượng, và giá cả.

- Giá cả có hai loại giá: hoặc là giá bán trực tiếp (Outright) hay là giá bán chốt sau (to be fixed in future).
- Hầu hết cà phê Việt Nam đều bán cho các công ty thương mại kinh doanh nông sản chứ không bán trực tiếp cho các nhà rang xay. Những công ty thương mại như là: Thụy Sĩ có các công ty sau TALOCA, NOBLES, SUCAFINA, ECOM, WALTER MATTER; Đức cũ NEUMANN, HACOFCO, FINE FOOD; Hoa kỳ AMERICAN COFFEE, MERCON, ATLANTIC, NC GOURP ;Liên Hiệp Anh có LOUIS DREYFUS, VOLCAFE & ED FMAN; AMAJARO ;Hà Lan có NEDCOFFEE, Nhật ITOCHU, MITSUI..
- Việc gom hàng chủ yếu dựa vào các doanh nghiệp cung ứng hoặc các nhà thu mua lẻ, các đại lý và thông thường phải cho ứng trước 70% giá trị tiền hàng.

### **1.3.2. Sơ lược thị trường kỳ hạn London (LIFFE) và New York (NYBOT).**

#### **1.3.2.1. Thị trường kỳ hạn (futures markets) là gì?**

Một hợp đồng kỳ hạn là một giao ước sẽ giao hoặc sẽ nhận một loại hàng hóa nào đó với một số lượng và chất lượng đã được tiêu chuẩn hóa tại một thời điểm nào đó trong tương lai. Trong hợp đồng kỳ hạn có giá mua, giá bán cụ thể.

Điều cốt lõi của thị trường kỳ hạn là việc mua bán một loại hàng hóa nào đó (hoặc là ngoại tệ, cổ phiếu, trái phiếu...) mà thời điểm giao hàng ở tương lai.

Ví dụ: Một người nông dân muốn bán một phần vụ thu hoạch cà phê trong năm tới ở mức giá hiện tại, chẳng hạn là: 20.000 đồng/ kg vì họ nghĩ rằng với mức giá này thì họ có lãi và muốn phòng tránh rủi ro do giá xuống năm sau: Họ có hai cách lựa chọn: hoặc họ có thể tìm một người nào đó đồng ý với họ mua vào vụ tới với giá được ấn định trước, cùng với số lượng và thời điểm giao

hàng năm tới. Hoặc họ có thể bán một hợp đồng kỳ hạn trên thị trường kỳ hạn ở London hay New York.

Một số điểm lợi của thị trường kỳ hạn:

- Một hợp đồng kỳ hạn đã được qui định cụ thể về số lượng, chất lượng.. cho nên người nông dân không cần thiết phải thương lượng chi tiết với người mua mà họ tìm được.
- Việc mua bán kỳ hạn được thực hiện ngay tức thì chỉ cần một cú điện thoại.
- Chi phí thực hiện mua bán hợp đồng kỳ hạn tương đối thấp.
- Người nông dân có thể thay đổi ý định mình một cách dễ dàng trong khoảng thời gian kể từ khi bán cho đến ngày giao dịch cuối cùng của hợp đồng đó (có thể xem như là trước ngày phải giao hàng).
- Hợp đồng kỳ hạn được bảo đảm bởi hai sở giao dịch là London hay New York.

#### **1.3.2.2.** Việc giao nhận (delivery) trên thị trường kỳ hạn diễn ra như thế nào?

Nếu một người bán trên một thị trường kỳ hạn (short) duy trì trạng thái bán khống này qua ngày giao dịch cuối cùng ( last trading day) thì họ bắt buộc phải giao hàng thật tương ứng với hợp đồng đã bán khống đó. Tương tự một người mua nếu duy trì trạng thái mua khống này qua ngày giao dịch cuối cùng thì họ cũng phải nhận hàng thật tương ứng với hợp đồng đã mua. Trong thị trường kỳ hạn số lượng hợp đồng bán luôn bằng với số lượng hợp đồng mua. Tuy nhiên, người ta đa phần không giao hay nhận hàng thật mà họ sẽ tiến hành thực hiện thanh toán (offset) các hợp đồng mua của họ bằng cách bán lại hợp đồng đó trên thị trường kỳ hạn đó, và ngược lại người bán sẽ mua lại hợp đồng tương ứng. Trên thực tế chỉ chưa tới 3% trên tổng số hợp đồng mở kết thúc bằng việc giao hàng thật.

#### **1.3.2.3.** Chi tiết của thị trường kỳ hạn cà phê:

Có rất nhiều loại thị trường kỳ hạn cho các loại hàng hóa, công cụ tài chính, tiền tệ khác nhau và ở nhiều nơi khác nhau. Đối với mặt hàng cà phê chúng ta có thị trường kỳ hạn New York, London, Braxin, Tokyo ... tuy nhiên hai thị trường kỳ hạn chính là London (cho cà phê robusta); New York (cho cà phê Arabica).

- Sàn giao dịch:

Sàn giao dịch London (LIFFE) dành cho cà phê robusta.

Sàn giao dịch New York (ký hiệu: NYBOT) dành cho cà phê arabica.

- Thời gian giao dịch:

**LIFFE:** 9.40 AM – 4.45 PM

**NYBOT:** 9.45 AM – 2.30 PM

- Kích cỡ hợp đồng.

**LIFFE:** 5 tấn/ hợp đồng (cà phê robusta)

**NYBOT:** 17 tấn (37.500 cân Anh)/ hợp đồng (cà phê arabica)

- Tháng giao dịch.

**LIFFE:** tháng 1 (ký hiệu F), tháng 3(H), tháng 5(K), tháng 7(N), tháng 9(U), tháng 11(X) .

**NYBOT:** tháng 3(H), tháng 5(K), tháng 7(N), tháng 9(U), tháng 12(Z) .

- Đơn vị giá:

**LIFFE:** US\$/Tấn

**NYBOT:** cent/lb (xu Mỹ/1 cân Anh)

Một đô la Mỹ = 100 xu; 1 cân anh = 0,4536 kg

- Giá biến đổi tối thiểu.

Là mức tăng hay giảm tối thiểu đối với từng thị trường

**LIFFE:** 1 đô la Mỹ (1 điểm)

**NYBOT:** 0.01 xu Mỹ (còn được gọi là một điểm – Point)



- Giá giao động tối đa trong một ngày giao dịch.

**LIFFE:** không hạn chế.

**NYBOT:** Tối đa là 4 cent. Nếu tăng giá vượt mức 4 cent so với giá đóng cửa của ngày hôm trước thì thị trường sẽ ngưng giao dịch và sẽ mở cửa lại vào ngày hôm sau.

- Ngày thông báo đầu tiên. (First Notice day)

Đây là ngày đầu tiên mà người mua có thể nhận thông báo nhận hàng từ sở giao dịch nếu người mua không muốn nhận hàng này thì họ phải thanh toán hợp đồng của họ trước ngày giao dịch cuối cùng (bằng cách bán lại một lượng tương ứng với hợp đồng đó). Khi đã nhận thông báo nhận hàng nghĩa là họ có thể phải nhận hàng thật. Đối với người bán thì không vấn đề gì vì họ chỉ buộc phải phát hành cam kết giao hàng sau ngày giao dịch cuối cùng.

**LIFFE:** ngày đầu tiên của tháng giao dịch gần nhất.

**NYBOT:** 7 ngày (trừ ngày nghỉ) trước tháng giao dịch gần nhất.

- Ngày thông báo cuối cùng ( Last trading Day):

Đây là ngày giao dịch cuối cùng mà người mua và người bán phải thanh toán hợp đồng nếu như không muốn buộc phải nhận hàng (người mua) hoặc giao hàng (người bán). Như đã đề cập trên đây đa số các hợp đồng đều được thanh toán (offset) hoặc kết sổ (liquidate) trước ngày này, nghĩa là có rất ít sự trao đổi hàng thật xảy ra.

### **1.3.3. Nhận dạng những rủi ro trong quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất cà phê của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay.**

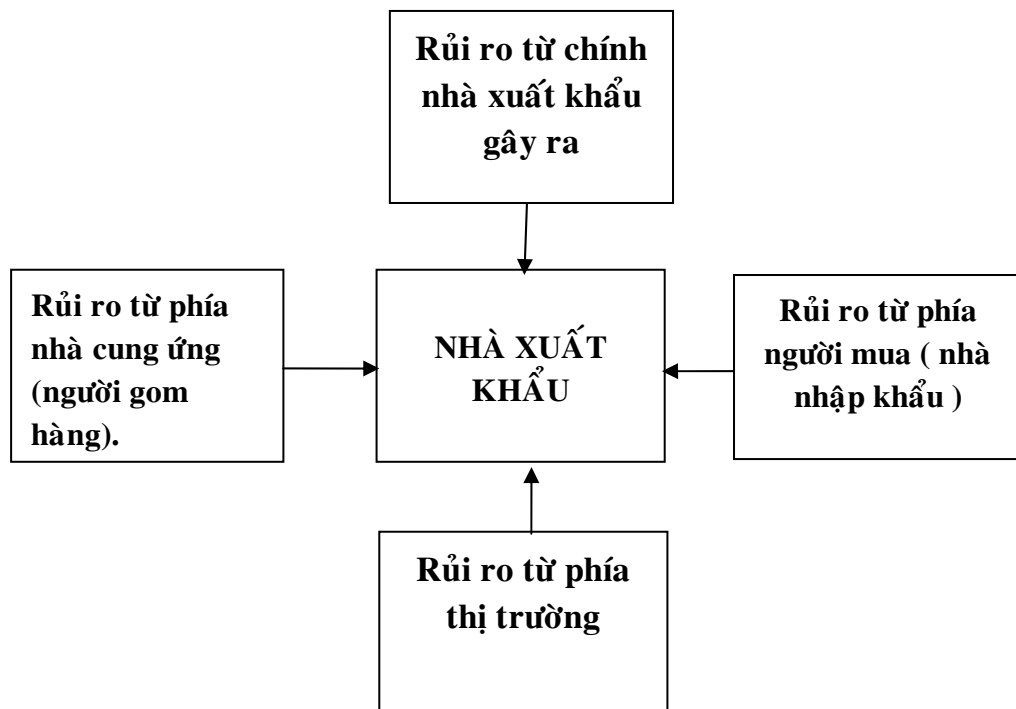
Trong quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất cà phê của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay, người bán thông thường gặp phải những rủi ro được thể hiện qua mối quan hệ sau.

➤ Nhóm rủi ro từ phía nhà cung cấp (người cung ứng; những người gom hàng) bao gồm:

- Rủi ro không giao hàng từ nhà cung ứng
- Rủi ro giao hàng trễ từ nhà cung ứng.
- Rủi ro giao hàng kém chất lượng từ nhà cung ứng.

➤ Nhóm rủi ro từ phía thị trường gồm:

Ở đây tập trung chủ yếu vào tình hình cung cầu và giá cả. Việc nhận định tình hình không chính xác sẽ gây ra sự suy luận sai do sự biến động khá lớn của giá cả.



**Hình 1.2:** Nhận dạng rủi ro trong quá trình thực hiện hợp đồng xuất khẩu cà phê.

- Nhóm rủi ro do chính yếu tố chủ quan từ nhà xuất gây ra.
- Rủi ro trong quá trình hoàn tất thủ tục hải quan.
  - Rủi ro trong quá trình giao nhận hàng hóa.
  - Rủi ro trong quá trình hoàn tất bộ chứng từ thanh toán.
- Nhóm rủi ro do người mua (Nhà nhập khẩu) gây ra:

- Rủi ro trong việc thanh toán từ phía khách hàng.
- Rủi ro gặp phải những khiếu nại chất lượng từ phía khách hàng.
- Rủi ro gặp phải việc khiếu nại trọng lượng từ phía khách hàng.

**Kết luận chương 1:** Chương 1 nêu lên một số khái niệm về rủi ro và quản trị rủi ro, quá trình tổ chức thực hiện hợp đồng xuất khẩu, những đặc trưng của hợp đồng xuất khẩu cà phê của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay ; nhận dạng những rủi ro thường gặp trong quá trình kinh doanh xuất khẩu từ đó làm tiền đề cho việc phân tích những thực trạng và những nguyên nhân gây ra rủi ro ở chương tiếp theo.

## **CHƯƠNG II:**

### **PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG VỀ NHỮNG RỦI RO TRONG QUÁ TRÌNH THỰC HIỆN HỢP ĐỒNG KINH DOANH XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM HIỆN NAY.**

#### **2.1. Đánh giá chung về thực trạng xuất khẩu cà phê thế giới:**

##### **2.1.1. Tình hình biến động giá cả cà phê thế giới:**

Các quốc gia xuất khẩu cà phê sau nhiều năm phải đối mặt với việc khủng hoảng giá trầm trọng, cho đến thời điểm hiện nay giá đã được phục hồi và đang đứng ở mức chấp nhận được. Theo như (Bảng 2.1) thì mức giá trung bình ICO composite của vụ 2005/06 là 91.44 US cents/lb tăng hơn 7.2 % so với vụ 2004/2005 là 85.30 US cents/lb và tăng hơn 58.39 % so với vụ 2003/04 là 57.77 US cents/lb. Có một đặt trưng nữa chúng ta cần quan tâm là giá của cà phê Robusta tăng 33.44% so với vụ 2004/05 và tăng tới 68.96% so với vụ 2003/04 và giá của thị trường London, thị trường chủ lực của mặt hàng cà phê Robusta cũng tăng ở mức tương tự (tăng 30.99 % so với vụ 2004/05 và tăng 68.76% so với vụ 2005/06).

Từ việc phân tích các chỉ số giá cho chúng ta thấy nguyên nhân của sự phục hồi giá là do điều kiện khí hậu không thuận lợi, diện tích canh tác sụt giảm đã dẫn đến việc giảm sản lượng xuất khẩu của Việt Nam. Ngoài ra còn có sự giảm mạnh về số lượng cà phê Robusta ở Tây phi và cà phê bị mốc ở các kho trữ hàng ở Italy.

Một nguyên nhân khác chúng ta có thể huy vọng giá còn tiếp tục đứng vững trong những vụ tới là do sản lượng dự trữ kho ở mức thấp nhất trong thời gian qua. Và Brazil quyết định không mở rộng diện tích sản xuất trong những năm tới.

**Ico composite, group indicator and futurese prices (US cents/lb)**

**Bảng 2.1: Vụ mùa 1996/97 đến 2005/06**

<b>Vụ mùa</b>	<b>ICO composite</b>	<b>Colombian Milds</b>	<b>Other Milds</b>	<b>Brazilian Naturals</b>	<b>Robustas</b>	<b>New York</b>	<b>London</b>
1996/97	126.94	188.05	177.38	153.55	76.50	151.95	71.75
1997/98	115.23	155.61	148.72	137.15	81.72	136.38	76.00
1998/99	88.53	115.61	104.85	88.97	72.21	105.32	68.58
1999/00	72.86	112.66	96.88	86.61	48.83	103.81	46.63
2000/01	47.85	77.05	65.82	57.53	29.88	66.24	27.27
2001/02	45.46	63.75	59.22	43.73	26.85	52.36	21.83
2002/03	52.17	65.89	64.89	48.94	37.23	65.89	34.56
2003/04	57.77	74.41	73.51	62.07	36.37	73.24	33.16
2004/05	85.30	112.29	111.22	98.22	46.05	108.03	42.72
2005/06	91.44	113.04	110.84	100.86	61.45	109.93	55.96
SS % Vụ 5/6	<b>7.20</b>	<b>0.67</b>	<b>-0.35</b>	<b>2.69</b>	<b>33.44</b>	<b>1.76</b>	<b>30.99</b>
SS% Vụ 4/6	<b>58.28</b>	<b>51.92</b>	<b>50.78</b>	<b>62.50</b>	<b>68.96</b>	<b>50.10</b>	<b>68.76</b>

**Nguồn : Tổng hợp ICO.**

**Tình hình sản xuất cà phê thế giới:**

Sản lượng vụ 2005/06 khoảng 106.6 triệu bao giảm 6.35% so với vụ 2004/05. Sản lượng cà phê thế giới giảm do sự sụt giảm sản lượng ở những quốc gia dẫn đầu trong việc sản xuất cà phê như Brazil, Colombia, và Việt Nam. Thật vậy so với vụ 2004/05 sản lượng ở những quốc gia Nam Mỹ giảm đi 14.2% đạt mức sản lượng là 48.474 triệu bao so với vụ trước là 56.496 triệu bao; những quốc gia ở Châu Á có sản lượng cũng giảm so với vụ trước như Việt Nam giảm 20.54% sản lượng và đạt mức 11 triệu bao so với 13.844 triệu bao của vụ trước, Thái Lan 764 nghìn bao so với vụ trước là 884 nghìn giảm 13.57%. Tuy nhiên trong vụ mùa này sản lượng ở Mexico và trung Mỹ lại tăng 10.35% đạt mức sản lượng 17 triệu bao so với vụ trước là 15.406 Triệu. Một vấn đề cần đề cập nữa là sản lượng cà phê Arabica giảm tới 11.81% trong khi đó sản lượng cà phê

Robusta tăng 5.57 % tuy nhiên so với vụ 2003/04 thì mức sản lượng này vẫn còn giảm và ở mức thấp hơn (vụ 2003/04 là 38.97 triệu bao trong khi vụ 2005/06 chỉ 37.767 triệu bao

**Bảng 2.2: Tổng sản lượng theo nhóm cà phê Vụ mùa 2001/02 đến 2005/06**

**Đơn vị tính: 1000 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>% So sánh 04/05 &amp; 05/06</b>
<b>Tổng cộng</b>	<b>106 536</b>	<b>121 748</b>	<b>104 090</b>	<b>113 862</b>	<b>106 630</b>	<b>-6.35</b>
Colombian Milds	13 399	13 330	12 352	13 292	12 480	-6.11
Other Milds	26 962	26 485	26 793	25 731	26 562	3.23
Brazilians Naturals	28 706	42 657	25 975	39 064	29 821	-23.66
Robustas	37 469	39 276	38 970	35 775	37 767	5.57
<b>Arabica</b>	<b>52.17</b>	<b>82 472</b>	<b>65 120</b>	<b>78 087</b>	<b>68 863</b>	<b>-11.81</b>
<b>Robustas</b>	<b>57.77</b>	<b>39 276</b>	<b>38 970</b>	<b>35 775</b>	<b>37 767</b>	<b>5.57</b>
<b>Tổng cộng</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>
Colombian Milds	12.58	10.95	11.87	11.67	11.70	
Other Milds	25.31	21.75	25.74	22.60	24.91	
Brazilians Naturals	26.94	35.04	24.95	34.31	27.97	
Robustas	35.17	32.26	37.44	31.42	35.42	
<b>Arabica</b>	<b>64.83</b>	<b>67.74</b>	<b>62.56</b>	<b>68.58</b>	<b>64.58</b>	
<b>Robustas</b>	<b>35.17</b>	<b>32.26</b>	<b>37.44</b>	<b>31.42</b>	<b>35.42</b>	

**Nguồn : Tổng hợp ICO.**

### 2.1.2. Tình hình xuất khẩu cà phê thế giới:

**Bảng 2.3: Tổng sản lượng xuất khẩu:**

**Đơn vị tính: 1.000.000 bao**

Vụ mùa	2003/04	2004/05	2005/06	(%) So sánh 2004/05 & 2005/06
<b>Tổng cộng</b>	<b>88.74</b>	<b>88.95</b>	<b>87.21</b>	<b>- 1.96</b>
Colombian Milds	11.43	12.20	11.83	- 3.03
Other Milds	20.95	19.71	20.29	2.94
Brazilians Naturals	25.24	27.06	26.33	- 2.70
Robustas	31.11	29.98	28.75	- 4.10
<b>Arabica</b>	<b>57.62</b>	<b>58.97</b>	<b>67.94</b>	<b>15.21</b>
<b>Robustas</b>	<b>31.11</b>	<b>29.98</b>	<b>19.27</b>	<b>- 35.72</b>

**Nguồn : Tổng hợp ICO.**

Theo như thống kê của tổ chức cà phê thế giới thì tổng sản lượng xuất khẩu trên toàn thế giới của niên vụ 2005/06 giảm đi 1.96% so với niên vụ 2004/05 và với số lượng xuất khẩu là 87.21 triệu bao so với vụ trước là 88.95 triệu bao. Trong đó sản lượng của nhóm cà phê dậu Colombia giảm 3.03% đạt mức xuất khẩu là 11.83 triệu bao, sản lượng nhóm cà phê arabica tự nhiên giảm 2.7% đạt mức sản lượng xuất khẩu là 26.33 triệu bao, và sản lượng của nhóm cà phê robusta cũng giảm đi 4.1% và đạt mức 28.75 triệu bao. Trong khi đó nhóm cà phê dậu khác lại tăng 2.94 % và đạt 20.29 triệu bao.

Nếu phân tích theo hai nhóm cà phê chủ lực là Arabica và Robusta thì sản lượng xuất khẩu của cà phê Arabica tăng lên 15.21% so với vụ trước và đạt mức sản lượng là 67.94 triệu bao trong khi cà phê Robusta lại giảm tới 35.72% so với vụ trước và chỉ đạt mức sản lượng xuất khẩu là 19.27 triệu bao.

**Bảng 2.4: Tổng giá trị xuất khẩu:**

**Đơn vị tính: Tỷ usd**

<b>Vụ mùa</b>	<b>2003/04</b>	<b>2004/05</b>	<b>2005/06</b>	<b>(% )So sánh 2004/05 &amp; 2005/06</b>
<b>Tổng cộng</b>	<b>6.44</b>	<b>8.88</b>	<b>8.01</b>	<b>- 9.80</b>
Colombian				
Milds	1.13	1.64	1.34	- 18.29
Other Milds	1.99	2.63	2.25	- 14.45
Brazilians				
Naturals	1.85	2.88	2.65	- 7.99
Robustas	1.46	1.73	1.77	2.31
<b>Arabica</b>	<b>4.98</b>	<b>7.15</b>	<b>6.24</b>	<b>- 12.73</b>
<b>Robustas</b>	<b>1.46</b>	<b>1.73</b>	<b>1.77</b>	<b>2.31</b>

**Nguồn : Tổng hợp ICO.**

Theo số liệu tổng hợp được ở bảng trên chúng ta thấy, tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu của vụ 2005/06 giảm đi 9.8% so với vụ 2004/05 đạt mức 8.01 Tỷ đô la; việc giảm kim ngạch xuất khẩu do sản lượng vụ sau giảm so với vụ trước. Tuy nhiên, trong 4 nhóm cà phê thì chỉ có nhóm cà phê robusta tăng kim ngạch xuất khẩu lên 2.31% và đạt mức 1.77 tỷ đô la còn các nhóm còn lại đều giảm như nhóm cà phê dậu colombia giảm 18.29%; nhóm cà phê dậu khác giảm 14.45% và nhóm cà phê Arabica tự nhiên giảm 7.99 %.

### **2.1.3. Tình hình tiêu dùng cà phê thế giới:**

**Bảng 2.5: Lượng tiêu dùng của những quốc gia nhập khẩu cà phê**



**Đơn vị tính: 1000 bao**

Vụ mùa	2001	2002	2003	2004	2005	% So sánh 04/05 & 05/06
<b>Tổng cộng</b>	<b>65 570</b>	<b>65 451</b>	<b>66 734</b>	<b>68 642</b>	<b>66 626</b>	<b>- 2.94</b>
<b>Châu Âu</b>	37 762	38 189	38 364	39 327	<b>36 796</b>	<b>- 6.44</b>
Áo	1 049	952	757	1 033	810	- 21.59
Bi	921	1 527	1 623	1 334	1 211	- 9.22
Cyprus	53	52	54	64	70	9.38
Cộng hòa Czech	659	648	556	546	534	- 2.20
Đan Mạch	863	806	725	849	814	- 4.12
Estonia	110	112	118	133	150	12.78
Phần Lan	952	975	971	1 041	1 112	6.82
Pháp	5 241	5 492	5 429	5 001	5 053	1.04
Đức	9 475	9 064	9 076	10 177	8 052	- 20.88
Hylạp	578	864	1003	928	911	- 1.83
Hungary	740	709	611	561	392	- 30.12
Ai Len	147	137	151	217	226	4.15
Y	5 252	5 180	5 503	5 405	5 460	1.02
Latvia	156	151	169	167	166	- 0.60
Lithuania	214	212	189	234	251	7.26
Luxembourg	66	108	96	124	96	- 22.58
Malta	15	26	34	26	23	- 11.54
Hà lan	1 732	1 641	1 827	1 599	1 454	- 9.07
Balan	1 958	1 952	2 096	2 180	2 178	- 0.09
Bồ Đào Nha	768	738	679	771	749	- 2.85
Sloviakia	308	298	318	319	368	15.36
Slovenia	193	201	182	195	200	2.56
Tây Ban Nha	2 869	2 907	2 826	2 791	2 959	6.02
Thụy Điển	1 259	1 235	1 181	1 242	1 162	- 6.44
Anh	2 185	2 201	2 189	2 391	2 396	0.21
<b>Nước khác</b>	27 808	27 261	28 370	29 316	<b>29 831</b>	<b>1.76</b>
Nhật	6 936	6 875	6 770	7 117	7 224	1.50
Na-uy	711	692	683	709	743	4.80
Thụy Sy	819	824	845	712	1 105	55.20
Mỹ	19 343	18 871	20 072	20 778	<b>20 759</b>	-0.09

**Nguồn : Tổng hợp ICO.**

Theo như bảng thống kê lượng tiêu dùng của những quốc gia nhập khẩu thì chúng ta thấy Mỹ là quốc gia tiêu thụ cà phê với sản lượng lớn nhất chiếm

hơn 30% tổng tiêu dùng của những quốc gia nhập khẩu, tổng tiêu dùng năm 2005 là 20 triệu 759 ngàn bao; kể đến là Đức tiêu dùng hàng năm là khoảng 9 triệu bao. Nhìn chung tiêu dùng của các quốc gia lớn ít thay đổi qua các năm và tổng tiêu dùng của những quốc gia nhập khẩu cũng ít thay đổi. Tiêu dùng của những quốc gia này trong vụ 2005/06 có giảm 2.6% so với năm 2004/05. Trong các quốc gia trên có Thụy sĩ. vụ 2005/06 tăng đột biến so với năm 2004/05.

## **2.2. Thực trạng xuất khẩu cà phê của các doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian qua:**

### **2.2.1. Quá trình thu gom và sơ chế cà phê nhân sống xuất khẩu:**

#### **– Các tác nhân thực hiện việc thu gom cà phê:**

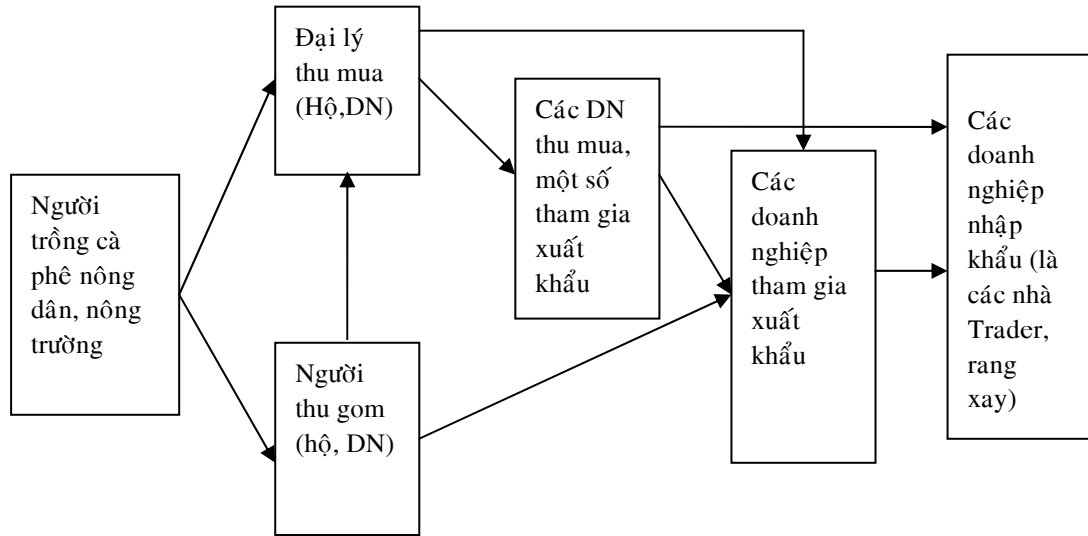
Các doanh nghiệp trong đó có các doanh nghiệp nhà nước và các doanh nghiệp của các hình thức sở hữu khác là các đầu mối tham gia vào quá trình thu gom, chế biến và xuất khẩu cà phê. Các cơ sở đại lý là hình thức mới hình thành trong thu gom cà phê ở những vùng sản xuất hiện nay, bao gồm các hộ cá thể và các cơ sở đại lý của các doanh nghiệp chế biến đặt tại các vùng nguyên liệu cà phê.

#### **– Các loại hình sản phẩm cà phê nhân sống được buôn bán ở Việt Nam hiện nay:**

Hiện nay có 3 loại sản phẩm cà phê nhân sống được buôn bán trên thị trường Việt Nam đó là cà phê quả tươi; cà phê quả khô; và cà phê nhân xô (bóc, xát vỏ và phơi sấy khô) đây là sản phẩm ở giai đoạn đầu của những người thu gom chứ chưa thể là sản phẩm xuất khẩu được.

Sơ đồ khái quát quá trình thu gom và sơ chế cà phê.

**Error!**



**Hình 2.1** Mô hình về quá trình thu gom sơ chế cà phê nhân xuất khẩu

Hiện nay cà phê nhân sống, ngoài những tiêu chuẩn xuất khẩu truyền thống có chất lượng như R2, 5%; R1, sàng 16, 3% hoặc R1 sàng 18, 3% thì càng ngày người mua càng yêu cầu sơ chế thành nhiều loại hàng chất lượng cao nhằm đáp ứng với yêu cầu ngày càng cao của người mua cuối cùng như hàng đánh bóng; hàng chế biến ước, hàng không hạt đen, hàng rất thấp hạt vỡ... Chính vì những điều đó đặt ra cho những nhà xuất khẩu ngày càng không ngừng nâng cấp và đầu tư hệ thống dây chuyền sản xuất hàng chất lượng cao đáp ứng cho yêu cầu từ phía khách hàng.

– **Qui trình thu gom và sơ chế được diễn giải như sau:**

**Thứ nhất:** Cà phê được sản xuất bởi nông dân hoặc các nông trường cà phê; Sau đó nếu là hộ nông dân thì bán cho các đại lý hoặc các hộ thu gom nhỏ; Còn nếu là nông trường thì bán trực tiếp cho các doanh nghiệp chuyên xuất khẩu.

**Thứ hai:** Sau khi thu mua cà phê xô, hoặc cà phê khô còn vỏ các đại lý hoặc những người thu gom nhỏ có khi bán lại các doanh nghiệp thu mua đóng trên các

địa bàn sản xuất hoặc bán thẳng cho các doanh nghiệp xuất khẩu và các doanh nghiệp xuất khẩu sẽ cử người xuống trực tiếp tại các đại lý hoặc các nhà thu gom nhỏ để nhận hàng.

**Thứ ba:** Sau khi mua hàng xong các doanh nghiệp thu mua có thể sơ chế hoặc làm hàng chất lượng cao đúng như yêu cầu từ nhà nhập khẩu, có thể bán lại cho các doanh nghiệp chuyên xuất khẩu hoặc ký hợp đồng xuất khẩu trực tiếp với các công ty nước ngoài; Các doanh nghiệp xuất khẩu thu gom hàng từ nhiều nguồn như: từ các đại lý của công ty đặc ở những vùng sản xuất; từ các nhà thu gom nhỏ; từ các nông trường hoặc các doanh nghiệp thu mua, nếu hàng hóa nhận được từ các đối tác trên đủ tiêu chuẩn xuất khẩu thì chở thẳng ra cảng xuất luôn cho các nhà nhập khẩu; còn nếu cà phê được nhận dưới dạng cà phê xô thì sẽ làm lại tùy theo từng hợp đồng mà sơ chế để lọc bớt hạt đen, hạt sâu, hạt vỡ, tạp chất ...nhằm đảm bảo chất lượng theo đúng hợp đồng đã ký.

### **2.2.2. Các doanh nghiệp tham gia kinh doanh xuất khẩu:**

Theo như tổng hợp từ Vicofa hiện nay cả nước có khoảng 150 doanh nghiệp tham gia xuất khẩu cà phê, trong đó có khoảng 90 doanh nghiệp hội viên xuất khẩu cà phê nhân sống, chủ yếu là cà phê Robusta và 9 doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài là hội viên liên kết như Dakman, Neumann, Vinacof, Olam, Armajaro... Chỉ riêng các doanh nghiệp hội viên Hiệp hội cà phê Việt Nam đã xuất khẩu tới 93,35 % trong sản lượng cả nước (Phụ lục 15). Điều đó nói lên tính đại diện cho Hiệp hội cà phê Việt Nam trong quá trình kinh doanh xuất cà phê hiện nay.

Có thể dẫn ra dưới đây một số doanh nghiệp hàng đầu tham gia xuất khẩu cà phê Việt Nam thuộc Hiệp hội như sau: Công ty cổ phần đầu tư và xuất nhập khẩu cà phê Tây Nguyên; Công ty Intimex; Công ty TNHH một thành viên 2/9; Công ty thực phẩm Miền Bắc; Công ty xuất nhập khẩu Tổng hợp I; Công ty

Inexim Daklak; Công ty Tín nghĩa; Mascopex; Cty thương mại kỹ thuật và đầu tư PETEC; Công ty Xuất nhập khẩu Đà Nẵng...

Ngoài ra cũng có một số công ty có vốn đầu tư nước ngoài tham gia xuất khẩu (Phụ lục 16) như: Công ty liên doanh DAKMAN; Công ty TNHH Olam Việt Nam; Công ty TNHH Neumann Groupe Việt Nam; Công ty Vĩnh An(Vinacof); Công ty TNHH Armajaro Việt Nam. Các công ty này là những đối thủ cạnh tranh rất khó khăn cho các doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian tới. Vì họ có đầu ra trong quá trình xuất khẩu rất dồi dào và ổn định.

### **2.2.3. Sản lượng kim ngạch và giá cả xuất khẩu:**

Nhìn vào Phụ lục 11,12 về sản lượng, giá cả và giá trị kim ngạch xuất khẩu chúng ta có những nhận định sau.

Qua 3 vụ liên tiếp 2003/04; 2004/05 và 2005/06 sản lượng xuất khẩu liên tiếp sụt giảm như: vụ 2003/04 đạt (867,616 Tấn); vụ 2004/05 đạt (837,118 Tấn ) bước sang vụ 2005/06 sản lượng xuất khẩu lại tiếp tục sụt giảm chỉ còn 795.246 (tấn). Nguyên nhân của việc giảm sản lượng xuất khẩu của 2 vụ trên là do hạn hán trong vụ 2004/05 đã làm cho sản lượng liên tiếp 2 vụ sụt giảm và ảnh hưởng đến việc xuất khẩu; Mặc dầu sản lượng xuất khẩu giảm nhưng giá trị kim ngạch xuất khẩu của các vụ lại tăng lên chẳng hạn vụ 2003/04 kim ngạch đạt 564,680 triệu USD sang niên vụ 2004/05 kim ngạch đạt 614,822 triệu USD sang đến vụ 2005/06 kim ngạch tiếp tục tăng và đạt mức ước tính là 857,080 triệu. Việc tăng kim ngạch xuất khẩu do giá tăng dần qua các vụ và đang đứng ở mức cao, giá cả trong nước cũng tăng lên từ chỗ dao động khoảng 9.000 đồng/kg sau đó đã tăng lên 17.000 đồng/kgs và hiện nay đang giao động ở mức giá từ 20.000 đến 22.000 đồng/ kg và như vậy giá cà phê xuất khẩu Việt Nam cũng tăng song song với giá cà phê thế giới như đã được phân tích ở phần thực trạng về giá cà phê thế giới.

### **2.2.4. Thị trường xuất khẩu:**

- Vụ mùa cà phê 2003/2004 chúng ta đã xuất khẩu 867.616 Tấn sang 70 quốc gia và vùng lãnh thổ;
- Vụ mùa cà phê 2004/2005 chúng ta đã xuất khẩu 834.079 Tấn sang 67 quốc gia và vùng lãnh thổ.
- Vụ mùa cà phê 2005/2006 chúng ta đã xuất khẩu 795.246 Tấn sang 69 quốc gia và vùng lãnh thổ.

Nhưng nhìn chung có một số đặc trưng về thị trường tiêu thụ cà phê Việt Nam như sau.

- Một số thị trường truyền thống vẫn tiếp tục duy trì như Đức, Mỹ, Anh, Pháp, Tây Ban Nha, Hàn Quốc, Bỉ, Nhật Bản..
- Ba Lan nổi lên là một thị trường lớn đáng được quan tâm ở Trung Âu.
- Có một số thị trường mới rất đáng quan tâm như Canada; Mexico; Ecuador...
- Một số nước sản xuất cà phê cũng trở thành khách hàng lớn tiêu thụ cà phê ở Việt Nam như Ấn Độ; Philippines, Mexico và Ecuador..
- Có khách hàng như Thụy Sĩ tuy theo thống kê thì là một khách hàng tiêu thụ lớn cà phê Việt Nam nhưng trực tiếp mua của các nhà xuất khẩu Việt Nam lại không nhiều.

Theo số liệu thống kê từ Vicofa có thể thấy ở Phụ lục 13, Phụ lục 14 như sau:

- Có 12 nước đã tiêu thụ cà phê của Việt Nam trên 20.000 tấn với khối lượng 616.993 chiếm 74% tổng xuất khẩu của cả nước.
- Có 20 nước tiêu thụ trên 10.000 Tấn cà phê của nước ta với khối lượng 724.523 Tấn chiếm 87% tổng lượng xuất khẩu.

#### **2.2.5. Hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp xuất khẩu:**

Hoạt động sản kinh doanh xuất khẩu của ngành cà phê Việt Nam hiện nay chứa đựng nhiều yếu tố khó khăn:

Người trồng cà phê Việt Nam hiện nay hoàn toàn phụ thuộc vào những yếu tố bên ngoài họ không thể kiểm soát nổi như điều kiện thời tiết, tình hình sản xuất của những quốc gia trồng cà phê khác trên thế giới. Thông thường nếu năm nào vụ mùa tốt. Sản lượng cao thì đồng nghĩa với năm đó giá sẽ giảm. Điều này được xem là nghịch lý của những người trồng cà phê.

Về phía những người thu gom thì họ cũng gặp nhiều rủi ro khi giá lên, giá xuống mạnh nông dân không giao hàng. Đôi khi họ mua nhưng chưa kịp bán trong khi giá biến động lớn hàng ngày và những rủi ro trong kinh doanh cũng đang rình rập họ.

Về phía nhà xuất khẩu thì lại chứa đựng quá nhiều rủi ro. Rủi ro từ yếu tố thị trường, rủi ro từ nhà cung ứng, và những rủi ro từ phía người mua. Chính vì gánh nhiều rủi ro và trong thời điểm hiện tại họ chưa thể khắc phục được cho nên hiệu quả kinh doanh rất thấp ở hầu hết các doanh nghiệp trong ngành. Có thể đưa ra một dẫn chứng dưới đây. Tổng công ty cà phê Việt Nam là một doanh nghiệp xuất khẩu chiếm mức sản lượng 29% tổng sản lượng xuất quốc gia và có thể nói là đơn vị xuất khẩu đứng đầu của cả nước và thế giới theo nhận định của ICO và WB. Tuy nhiên, chỉ trong năm 2005 sau đợt phục hồi giá đã giúp các đơn vị thành viên “hoàn hồn” sau đợt khủng hoảng cà phê thế giới còn những năm trước đó đều thua lỗ. Theo như báo cáo của Tổng công ty thì năm 2001 lỗ 268 tỷ đồng, năm 2002 lỗ 43 tỷ đồng, và năm 2003 lỗ 41 tỷ đồng và năm 2004 lỗ 18 tỷ đồng. Bước sang năm 2005 thì lợi nhuận gần 97 tỷ nhưng khoảng lợi nhuận này tập trung chủ yếu vào Vinacafe Biên Hòa một đơn vị sản xuất cà phê chế biến và mang lại giá trị gia tăng cao. Còn những doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu khác cũng có lợi nhuận nhưng ở mức khiêm tốn.

### **2.3. Thực trạng các rủi ro trong quá thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian qua:**

### **2.3.1. Phân tích kết quả điều tra về những rủi ro và nguyên nhân gây ra rủi ro.**

Để nhận dạng các rủi ro và các nguyên nhân chủ yếu gây ra rủi ro trong quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu cà phê của các doanh nghiệp Việt Nam, tác giả đã gửi mẫu phiếu điều tra tới các nhà lãnh đạo, các cán bộ và cả nhân viên đang làm các công việc liên quan đến quá trình kinh doanh và xuất khẩu cà phê. Ngoài ra tác giả cũng đã vào thực tế một vài doanh nghiệp để tìm kiếm những rủi ro đã xảy ra để lại tổn thất và được dẫn chứng ra dưới đây để chúng ta cùng tham khảo.

#### *Bảng câu hỏi điều tra:*

Mẫu câu hỏi điều tra (Phụ lục 1) được thiết kế theo dạng câu hỏi trắc nghiệm có hoặc không, để người được khảo sát dễ chọn lựa phương án trả lời. Có cả thấy là 10 câu hỏi liệt kê những rủi ro thường gặp phải trong kinh doanh xuất khẩu cà phê. Và ứng với mọi câu hỏi tác giả đã liệt kê ra rất nhiều nguyên nhân tùy theo quan điểm của từng người được khảo sát mà có thể đánh dấu vào từng nguyên nhân không hạn chế; có những rủi ro doanh nghiệp chưa từng gặp nhưng sẽ xảy ra trong tương lai thì doanh nghiệp cũng điền vào nguyên nhân cho mẫu điều tra.

#### *Quy mô điều tra*

Thực hiện việc khảo sát, tác giả đã gửi 51 mẫu bảng câu hỏi đến tất cả các lãnh đạo các cán bộ và các nhân viên của khoảng 20 doanh nghiệp đang kinh doanh xuất khẩu với sản lượng lớn chiếm khoảng 90 % tổng sản lượng xuất khẩu của quốc gia

#### *Kết quả điều tra*



Số lượng phiếu khảo sát tác giả thu về là 51 phiếu, trong đó có 2 phiếu các ý kiến không điền đầy đủ đã bị loại bỏ. Số phiếu hợp lệ là 49 phiếu được tổng hợp bằng phần mềm Excel.

**Kết quả khảo sát có những đặt trưng sau đây.**

Theo như các phụ lục 2, phụ lục 3, phụ lục 4, phụ lục 5 ta có những nhận định sau.

Về câu hỏi số Q.9 liên quan đến bộ phận nghiệp vụ rủi ro thì hầu như chưa doanh nghiệp nào thực sự có bộ phận phân tích và đánh giá rủi ro một cách nghiêm túc chiếm tỷ lệ có tham gia chỉ có 2.04%. Thật vậy chỉ có một doanh nghiệp đã và đang làm nhưng chỉ ở mức độ phòng ngừa rủi ro về giá chứ chưa có làm một cách toàn diện về quản trị rủi ro.

Về rủi ro không thanh toán từ khách ngoại thì chỉ có khoảng 10 phiếu có và còn lại nói không ứng với tỷ lệ 20.41% tuy nhiên với phương thức thanh toán như hiện nay các doanh nghiệp rất lo sợ rủi ro sẽ xảy ra vì hầu như hoàn toàn bất lợi từ phía người bán và đã điền bổ sung vào những nguyên nhân gây ra.

Về những nguyên nhân gây ra rủi ro sau khi thống kê những ý kiến của các nhà xuất khẩu về cơ bản ý kiến của các doanh nghiệp cũng đúng như những nhận định ban đầu theo mẫu điều tra của tác giả và có thể xếp theo tầm quan trọng của những nguyên nhân gây ra rủi ro như sau:

1. Do chưa có bộ phận chuyên nghiệp để quản trị hiệu quả những rủi ro
2. Do cách thức mua bán đặt thù của ngành cà phê là mua trước bán sau, hoặc bán trước mua sau nhưng chưa sử dụng các công cụ phòng ngừa rủi ro trước sự biến động khá lớn về giá cả do các yếu tố của thị trường.
3. Do năng lực quản trị, trình độ chuyên môn, ngoại ngữ của ban giám đốc và các nhân viên ngoại thương còn hạn chế.

4. Do những đặt thù của các doanh nghiệp kinh doanh cà phê Việt Nam hiện nay là không đoàn kết hay tranh mua và cà phê lại được sản xuất ở những vùng miền núi có nhiều dân tộc thiểu số lại là những vùng có nhiều bất ổn về an ninh và chính trị của Đất nước.
5. Do thế đứng của các doanh nghiệp kinh doanh cà phê hiện nay, cũng như của toàn ngành cà phê Việt Nam, mặc dù là quốc gia xuất khẩu cà phê Robusta đứng thứ nhì thế giới về sản lượng tuy nhiên lại không có đủ lực mạnh trong quá trình đàm phán ký kết hợp đồng mọi vấn đề đều bị áp đặt từ phía khách ngoại, hợp đồng ký kết lại chiếu theo hợp đồng cà phê châu Âu trong khi hợp đồng cà phê châu Âu lại được soạn thảo bởi các quốc gia chủ yếu nhập khẩu cà phê chứ không phải những quốc gia sản xuất và xuất khẩu cà phê.
6. Hầu hết các hợp đồng đều đưa ra phương thức thanh toán CAD tuy nhiên trong thực tế cách thức thanh toán lại không thực hiện đúng như phương thức thanh toán này.
7. Do cơ sở hạ tầng như hệ thống thu thập thông tin, hệ thống nhà xưởng máy móc thiết bị sơ chế cà phê, hệ thống đường xá còn nhiều hạn chế.
8. Do hầu hết các nhà xuất khẩu cà phê Việt Nam bán hàng theo tiêu chuẩn chất lượng Việt Nam trong khi đó khi hàng hóa xuất đi và bán cho người mua thứ ba họ lại có cách kiểm tra chất lượng theo tiêu chuẩn khác, kết quả là có sự bất đồng và không thống nhất về chất lượng cũng xảy ra nhiều tổn thất do bị khiếu nại từ khách hàng trong khi doanh nghiệp xuất khẩu lại muốn giữ chữ tín.

### **2.3.2. Thực trạng về những rủi ro xảy ra cho các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê Việt Nam**

Để hiểu rõ hơn về thực trạng những rủi ro trong kinh doanh xuất khẩu hiện nay tác giả sẽ đưa ra một số ví dụ điển hình dưới đây đã xảy ra và để lại những tổn thất rất lớn cho doanh nghiệp sau khi đi khảo sát thực tế.

**Rủi ro về sự biến động giá:**

**Về vấn đề bán trước mua sau:**

Vào tháng 7/2006 công ty N có trụ sở đóng trên địa bàn Daklak là một trong những doanh nghiệp xuất khẩu hàng đầu của cà phê Việt Nam hiện nay, theo nhận định của Tổng giám đốc lượng cà phê hiện vẫn còn tồn kho trong dân chúng và trong các doanh nghiệp thu gom, cũng như việc tính toán không kỹ vấn đề tồn kho của doanh nghiệp (Mặc dù tồn kho như thế nhưng hàng đã được làm hàng chất lượng cao, còn tồn những hàng kém phẩm chất không đủ tiêu chuẩn cho những hợp đồng sắp ký). Dù vậy Ông ta vẫn ký bán cho Taloca với sản lượng là 5000 Tấn cà phê R2, 5% giao hàng trong tháng 8, tháng 9 với huy vọng giá tháng 9 sẽ xuống và Ông ta đã bán giá bình quân là 1250 USD/Tấn. Tuy nhiên đến thời điểm giao hàng nhất là cuối tháng 8 và đầu tháng 9 thì không thể thu mua được hàng, giá cả trong nước và thế giới cứ tăng lên rất nhanh và để giữ uy tín với nhiều khách hàng Tổng giám đốc đã mua lại từ kho ngoại quan của Louis Dreyfus và mua giá chốt sau nhưng quyền chốt thuộc người mua, và hàng chỉ được giao khi giá được chốt xong và bắt buộc phải nhận hàng trong tháng 9. Trong khoảng thời gian này giá cứ tăng lên và không thể hạ xuống được theo như dự báo của nhiều nguồn. Và cuối cùng Tổng giám đốc ra lệnh cho chốt hàng loạt với mức giá trung bình là 1510 USD/ tấn như vậy tính ra tổng tổn thất thiệt hại ước tính là  $(1510 \times 5000) - (1250 \times 5000) = 1.300.000$  USD. (Một triệu ba Đô la) như vậy chỉ trong vòng chưa tới hai tháng, chỉ cần một quyết định không chính xác của vị Tổng giám đốc đã mang lại một tổn thất khá lớn cho doanh nghiệp. Có một điều là doanh nghiệp này đã gặp may mắn trong kinh doanh lúc đầu vụ cho nên khoản tổn thất này có thể bù đắp được từ khoản lợi nhuận trước đó. Nếu không doanh nghiệp sẽ gặp phải khó khăn về tình hình tài chính.

**Về vấn đề mua trước bán sau:**

Vào khoảng tháng 9 vụ 2001/2002 công ty T có bán chốt sau, sau khi hàng đã giao hết vào các tháng 7, 8 và cho đến tháng 9 tổng lượng hàng còn tồn chưa fix giá là khoảng 9000 Tấn dù vậy vào thời điểm đầu tháng 9 giá còn đứng ở mức mà doanh nghiệp huy vọng có thể chấp nhận được không bị lỗ là 430 - 450 USD /Tấn. Tuy nhiên vào thời điểm giữa tháng 9 vị Giám đốc đã đi công tác nước ngoài không kịp thời chỉ đạo và thu thập thông tin, trong khi đó cà phê mọi đêm giao dịch thường biến động giá rất lớn có thể từ 60 USD – 100 USD Cho đến thời điểm vị Giám đốc về là giá đã giảm xuống rất thấp có một số hợp đồng bị mức giá “Stop loss” ở mức giá là 280 USD/Tấn và cũng vào thời thời điểm này rất nhiều hợp đồng phải chốt giá vì hết hạn. Trong thời điểm này công ty đã bị tổn thất ước tính khoảng 9 tỷ đồng.

**Rủi ro về việc không giao hàng, chậm giao hàng, hay giao hàng kém chất lượng từ nhà cung ứng.**

Vào thời điểm cuối vụ 2003/04 và sắp bước sang vụ mới là 2004/05 công ty S đóng tại Daklak đã cho đại lý K đóng tại một xã thuộc thị xã Gia Nghĩa Tỉnh DakNông ứng một khoản tiền là 4,2 tỷ đồng theo lời của đại lý K là để cho nông dân tạm ứng tiền giải quyết những sinh hoạt gia đình rồi sau này vào vụ thu hoạch nông dân sẽ thu hoạch cà phê để trả lại. Việc công ty S cho đại lý K ứng tiền xem như là một thỏa thuận sẽ mua đại lý K 500 Tấn cà phê Xô theo giá 12000 đồng/kg và cho ứng trước 70%. Tuy nhiên đến tháng 11 của vụ 2004/05 hàng lại không giao cho công ty S mặt dù công ty S đã nhiều lần cử người xuống tại đại lý trực trực cả ngày lẫn đêm để đòi hàng nhưng vẫn không lấy được hàng. Nguyên nhân của sự việc theo tìm hiểu của công ty S là mặt dù đại lý K là một nhà cung cấp uy tín trong các vụ trước, luôn cung cấp nguồn cà phê xô chất lượng và đúng hẹn như thỏa thuận, tuy nhiên vụ này đại lý K sau khi nhận tiền lại không thỏa thuận với nông dân để mua hàng ngay mà lại đợi vào vụ với huy

vọng là giá cà phê sẽ xuống khi vào thu hoạch, trong khi đó vào vụ thu hoạch giá không xuống nhưng lại tăng thêm nhiều đại lý K đã mất khả năng thu gom hàng và bị vỡ nợ .Sự việc kéo dài cho tới hiện nay vẫn chưa được giải quyết . Công ty K gặp nhiều khó khăn về thời gian để thu hồi được nợ tại vì đại lý K không có gì ngoài mảnh đất trống và một cái kho tạm bợ để chứa cà phê.

**Rủi ro về việc giao nhận hàng hóa:**

Công ty I đã ký hợp đồng số CP.3197.465 với Taloca một hợp đồng 315 Tấn cà phê R2, 5% tương đương với 15 containers với giá FOB Hochiminh city là 600 USD/Tấn giao hàng tháng 12 năm 2003, và hàng hóa đã được xếp vào ngày 4/12/2003 với số Bill là PONLHCM20034637 đi hãng tàu P&O Nedloyd. Tuy nhiên khi hàng tới cảng đích là Bremen-Hozhafen vào ngày 20/01/2004 người nhận hàng của Taloca là Kraft Food Đức đã từ chối nhận một container số. POCU 0484756 với lý do là hàng hóa bị mùi phenol nặng và Taloca đã khiếu nại công ty I. Sự việc không được giải quyết kịp thời vì đúng vào dịp nghỉ tết cổ truyền của Việt Nam. Sau khi tết vào sự việc mới đem ra giải quyết. Taloca thì khiếu nại Shipper vì hàng hóa là hàng đóng xá trong một bao lớn với trọng lượng là 21 Tấn/ container theo điều kiện FCL/FCL trách nhiệm của Shipper là phải kiểm tra container sạch tốt trước khi đóng hàng; còn công ty I thì qui trách nhiệm cho nhà vận chuyển là P&O vì cung cấp cho họ container không đảm bảo chất lượng cho việc đóng hàng nông sản. Nhưng ở phía hãng tàu thì lại cho rằng Shipper đã ký vào biên bản xác nhận container này là sạch, tốt rồi. Sự thật thì về phía Shipper cũng có phần lỗi của họ vì vào lúc cao điểm của mùa vụ, một ngày có thể đóng tới 100 container, việc các nhân viên bất cẩn và để ra những thiếu sót trong lúc đóng hàng dưới áp lực của công việc là điều khó tránh khỏi. Và sau cùng Ông giám đốc công ty I quyết định nhận container hàng bị mùi phenol về Việt Nam và thay cho khách hàng một container khác và chịu tất cả

những khoản phí phát sinh xảy ra trong quá trình tranh chấp. Và bên phía Taloca đã gửi qua một bảng kê những phí phát sinh cho khiếu nại này như sau. Tổng chi phí phát sinh của container trên đến ngày 12/03/2004 sau khi sự việc đã được giải quyết như sau.

- Terminal handing chages EUR 100
- Handing charges terminal Bremen-Holzhafen EUR 182.7  
21 Tons á EUR 8.7 per Ton.
- Handing of container for resampling, 38.17 per a sample EUR 38.17
- 3 X sampling 21 Tons á EUR 0.82 per ton EUR 51.66
- Parcel-fee for sample to Eugen Atte, Hamburg EUR 9.6
- TNT- freight for sample to taloca, zug EUR 25.3
- Warehouse rent from 09.02.2004 till 27.02.2004 EUR 92.82  
EUR 4.42 per ton/month.
- Demurrage, EUR 7.67 per day/container from 09.02.2004 EUR 199.42  
To 05.03.2004.
- Warehouse rent for march (112.31 USD)
- Total USD 958.91
- Freight form Hochiminh-Bremen USD 1575.00
- Freight from Bremen to Hochiminh city USD 1468.70
- Tổng cộng phí phát sinh cho tổn thất này là USD 4002.6
- Ngoài ra chưa kể việc phải mua 21 tấn cà phê khác để thay thế và giá thời điểm đó đã tăng lên là 700 USD/ Tấn

**Rủi ro gặp phải trong vấn đề thanh toán:**

Vào năm 2001 cả hai công ty M và P có ký hợp đồng bán cà phê với công ty JF Trading Ltd; công ty M ký với JF giá bán 567 USD/Tấn với số lượng là 108 Tấn và công ty P ký với JF giá bán chốt sau với số lượng là 57.6

Tấn theo điều kiện thanh toán là CAD xuất trình chứng từ trước. Thực sự trong kinh doanh cà phê của hầu hết các doanh nghiệp hiện nay chỉ có một số ít với tỷ lệ rất nhỏ khoảng 3% là thanh toán L/C còn lại là thanh toán CAD và TT trả sau. Vấn đề của công ty M và P với công ty JF mặt dù là thanh toán CAD tuy nhiên lại giống như TT trả sau. Vì JF đã có văn phòng đại diện ở Việt Nam, khi xuất hàng lên tàu xong, nhà xuất khẩu lập bộ chứng từ thanh toán với đầy đủ chứng từ như yêu cầu của nhà nhập khẩu sau đó mang chứng từ đến cho đại diện của JF ở Việt Nam, nếu chứng từ được hoàn hảo văn phòng đại diện sẽ viết giấy xác nhận là đã nhận chứng từ gốc sau đó mới báo cho Công ty JF có văn phòng chính ở Thái Lan chuyển tiền về. Như vậy đối với công ty M sau khi giao hàng xong, rồi lập bộ chứng từ và đưa đầy đủ chứng từ cho đại diện JF đang đợi thời hạn trong vòng 4-5 ngày tiền sẽ được chuyển từ nước ngoài về. Và cũng trong thời gian này lại nghe thông tin Bộ phận cà phê của JF tuyên bố phá sản vì lý do thua lỗ. Kết quả là công ty M bị thiệt hại rất nhiều trong vụ này, còn công ty P cũng đã giao hàng xong nhưng chỉ lấy được 70% của giá tạm tính là  $(630 - 80) \times 70\% = 22,176$  USD ; và sau đó công ty P chốt giá với giá là 577 USD/Tấn và làm final invoice thanh toán khoản tiền còn lại  $(577 \times 57.6) - 22,176 = \text{USD } 11,059.20$  thì lúc này không thể thu hồi được tiền từ nhà nhập khẩu vì họ đã tuyên bố phá sản doanh nghiệp.

**Rủi ro gặp phải từ việc khiếu nại trọng lượng và chất lượng từ phía khách hàng:**

Ngày 26/01/2006 công ty G có giao hàng cho khách hàng ROTHFOS theo hợp đồng số 01-11/05/BR với số lượng là 147 Tấn và theo chất lượng hợp đồng là

- Hạt đen vỡ 2%;

- Tạp chất 0.5%;
- Hạt ngoại lai (Excesal) 0.5% .

Tuy nhiên khi hàng đến đích người mua của Rothfos là Tchibo Đức lại khiếu nại về chất lượng, họ cho rằng sau khi lấy mẫu kiểm tra họ nhận thấy chất lượng là:

- Hạt đen vỡ 3.1%;
- Tạp chất 1%;
- Hạt ngoại lai (Excesal) 1.6% .

Mặt dù lô hàng này trước khi đóng hàng có sự giám sát và kiểm tra chất lượng hàng hóa rất chắc chắn từ 3 phía gồm cơ quan giám định độc lập Cafecontrol; đại diện của Rothfos tại Việt Nam và cả Shipper. Và vấn đề này sau khi nhận được thông tin, bên phía Rothfos có phản hồi lại với Tchibo rằng do không thống nhất trong cách bắt lỗi hàng hóa, bởi vì hợp đồng này đã được bán và bắt lỗi theo tiêu chuẩn Việt Nam; trong khi bên Tchibo lại bắt lỗi theo tiêu chuẩn Iso. Kết quả là Tchibo không chịu nhận lô hàng này, và họ đòi giảm giá 20 USD/ Tấn để bù vào chi phí họ làm lại chất lượng hàng. Vì là người mua lớn cũng như là những mối quan hệ lâu năm phía Rothfos chấp nhận khoản bồi thường này và họ đã chuyển khiếu nại này sang Shipper và cuối cùng Shipper cũng đã nhận lấy trách nhiệm này vì để giữ uy tín và giữ mối quan hệ mua bán lâu dài.

### **2.3.3. Phân tích những nguyên nhân gây ra rủi ro trong quá trình thực hiện hợp đồng xuất khẩu cà phê của các doanh nghiệp Việt Nam.**

#### **2.3.3.1. Phân tích những nguyên nhân gây ra rủi ro sự biến động giá:**

Như chúng ta đã biết cà phê được sản xuất ở Việt Nam chủ yếu là dùng để xuất khẩu, chứ tiêu thụ nội địa rất khiêm tốn, một khi nền kinh tế Việt Nam đã hội nhập vào thị trường thế giới thì mọi sự biến động về thị trường đều tác



động mạnh mẽ vào giá cả của các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam. Theo như phân tích và nhận định của các chuyên gia thì giá cả cà phê chịu sự tác động của những yếu tố sau đây.

– Điều kiện khí hậu, thời tiết không thuận lợi trong quá trình trồng trọt và thu hoạch có ảnh hưởng đến giá cà phê. Thật vậy trong quá trình trồng trọt và thu hoạch mọi trạng thái thời tiết không thuận lợi từ một số quốc gia có sản lượng cà phê thuộc hàng đầu như Brazil, Việt Nam, Colombia hay Indonesia chẳng hạn sẽ lập tức tác động rất lớn vào giá cả của thị trường cà phê thế giới. Ví dụ là vào năm 1995 khi Brazil bị sương giá lập tức giá cà phê nhảy lên đến 2393 USD/ Tấn có lúc là 3500 USD/Tấn; hay như vào niên vụ 2004/05 khi mà hạn hán kéo dài ở các tỉnh trồng cà phê của Việt Nam nó cũng là yếu tố quan trọng góp phần phục hồi lại giá cà phê cho niên vụ 2005/06 và 2006/07.

– Sản lượng từ các quốc gia sản xuất cà phê lớn như Brazil, Việt Nam, Indonesia, Colombia, Mexico, Bờ biển Ngà... một khi có những yếu tố như việc gia tăng hay cắt giảm sản lượng trữ kho của chính phủ, việc cắt giảm hay gia tăng diện tích canh tác của những quốc gia này tất cả đều ảnh hưởng rất tích cực vào sự giao động của giá.

– Mức tiêu thụ ở một số thị trường lớn ( Mỹ, Nhật, EU...); thật vậy khi các quốc gia trên có những động thái mạnh mẽ cho việc kích thích tiêu thụ cà phê thì lập tức giá cà phê trên thị trường thế giới cũng tăng lên.

– Một yếu tố khác nữa là những trạng thái đầu cơ trên thị trường; việc tham gia đầu cơ của các quỹ đầu cơ lớn trên thị trường giao dịch LIFFE hay NEW YORK (các quỹ này có nguồn vốn có khi lên cả 100 Tỷ Đô La họ hoàn toàn có thể tham gia việc mua vào hoặc bán ra). Một khi họ mua ở một thời điểm nào đó với một số lượng lớn thì lập tức vào hôm đó giá sẽ tăng lên rất cao, hoặc họ có thể bán ra một cách ồ ạt cũng là yếu tố gây áp lực đẩy giá xuống thấp. Kể đến

còn có những nhà đầu cơ trong thị trường nội địa, họ là những nhân tố tác động làm cho giá cà phê trong nước cao hơn giá thị trường thế giới sau khi đã qui đổi tỷ giá và trừ đi những chi phí xuất khẩu cần thiết;

– Ngoài ra cũng có những yếu tố khác như sự biến động tỷ giá của một số đồng tiền thanh toán trên sàn giao dịch hay các yếu tố chính trị, thuế xuất nhập khẩu tất cả đều tác động mạnh vào sự biến động của giá.

Một vấn đề đặc ra từ phía nhà xuất khẩu là nếu như họ mua giá trong nước sau đó trừ đi những khoản chi phí và lợi nhuận cần thiết rồi họ bán ra cho các nhà nhập khẩu thì vấn đề rủi ro về giá đối với họ khó có thể xảy ra; Tuy nhiên thực tế không phải vậy do có những đặc trưng riêng của những nhà kinh doanh xuất khẩu Việt Nam hiện nay mà buộc họ có những lúc bán trước – rồi mua sau hoặc mua trước -sau đó mới bán sau. Những đặt trưng đó là

- Do đặt tính về giá bán của hợp đồng cà phê, các doanh nghiệp thường dựa vào giá Robusta giao dịch trên thị trường London để thỏa thuận mua bán chủ yếu theo 2 loại giá sau.

**Giá giao ngay ( Outright):** Mức giá mua bán ngay dựa vào thỏa thuận giữa doanh nghiệp với khách hàng. Như ở trên đã nói để bán hàng theo kiểu giá này thường thì doanh nghiệp đã mua cà phê trước, sau đó cân đối những khoản chi phí và lợi nhuận sau đó mới bán cho khách hàng, giá này khá an toàn cho doanh nghiệp xuất khẩu bởi họ đã chủ động trong việc mua và bán.

**Giá kỳ hạn (Differential hay price to be fixed):** căn cứ vào giá giao kỳ hạn trên thị trường LIFFE (London International Financial Future Exchange) và giá trừ lùi tùy vào từng loại cà phê và từng thời điểm dựa vào thế đứng của người bán và người mua mà mức trừ lùi có khác nhau, mức trừ lùi này không cố định. Hiện nay để bán cà phê R2, 5% giá trừ lùi giao động từ 95 – 110 USD/Tấn cho niên vụ mới này. Nếu tính bắt đầu vụ của năm nay là tháng 10/2006 thì giá trừ

lùi căn cứ vào giá tháng 11/2006; tháng 1/2007; 3/2007; 5/2007; 7/2007 và tháng 9/2007 và giá phải được chốt hạn chốt vào ngày 30/10 (nếu là giá 11/2006) hoặc vào ngày 31/12 (nếu là giá tháng 1/2007) và hàng hóa phải được giao trước ngày cuối cùng của tháng kỳ hạn.

- Do từ đầu vụ khách hàng đã hỏi mua với số lượng lớn và hàng phải giao vào những tháng như 11, 12, ..... 9/2007 vì vậy mặt dù chưa xác định được mức giá vào thời điểm đó như thế nào nhưng hàng vẫn phải bán. Sau đó sẽ được mua và chốt giá sau.
- Hay là vào thời điểm tháng 11, 12, và tháng 1 những tháng này là cao điểm của mùa vụ và là giáp tết cổ truyền của Việt Nam, nhiều người dân cũng cần bán để lấy tiền chi tiêu trong dịp tết chính vì vậy nhiều lúc phải mua số lượng lớn mặt dù chưa bán cho khách hàng.
- Hơn thế nữa trước áp lực về vốn và lãi vay ngân hàng đôi lúc các doanh nghiệp chấp nhận chịu áp lực về rủi ro để được lợi nhuận cao.

Trên đây chúng ta phân tích toàn bộ những nguyên nhân tác động vào sự biến động của giá và mang lại rủi ro cho doanh nghiệp nhằm đưa ra những giải pháp hạn chế rủi ro, mang lại hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp.

#### **2.3.3.2. Những nguyên nhân gây ra rủi ro trong vấn đề thanh toán:**

Theo như kết quả khảo sát và tìm hiểu của tác giả về phương thức thanh toán các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê hiện nay có những đặc trưng như sau. Thật vậy, các doanh nghiệp kinh doanh cà phê hiện nay chủ yếu bán hàng cho những nhà thương mại chứ không phải là những nhà rang xay, và tất cả đều thực hiện theo mẫu hợp đồng của người mua, trong phương thức thanh toán họ đều đề cập là “Cash against document first presentation”; Điều này có nghĩa là chuyển tiền đổi chứng từ, nhưng chứng từ phải được trình trước tại văn phòng đại diện. Tất cả người mua đều có văn phòng đại diện ở Việt Nam ngoài việc

theo dõi đơn đốc quá trình đóng hàng, quá trình chốt giá họ còn chịu trách nhiệm trong việc nhận chứng từ gốc, kiểm tra rồi gửi chứng từ qua văn phòng chính của họ. Như vậy một hợp đồng khi hàng đóng vào container xong rồi kéo ra cầu cảng và xếp lên tàu. Nhà xuất khẩu sớm hoàn tất bộ chứng từ hoàn hảo và chuyển cho văn phòng đại diện, văn phòng đại diện sẽ thông báo hoặc gửi chứng từ gốc đến văn phòng chính của họ, sau khi họ nhận được thông báo với đầy đủ bộ chứng từ gửi qua bằng fax hay email hoặc chứng từ gốc lúc đó họ mới yêu cầu yêu cầu ngân hàng của họ chuyển tiền về tài khoản các nhà nhập khẩu tại các ngân hàng trong nước; Việc thanh toán này tựa như là điện chuyển tiền trả sau chứ không phải là chuyển tiền đối chứng từ như phương thức thanh toán CAD như thường lệ. Và điều này sẽ mang lại rất nhiều rủi ro cho nhà xuất khẩu vì việc chuyển tiền hoàn toàn phụ thuộc vào thiện chí của nhà nhập khẩu, nếu như nhà nhập khẩu gặp khó khăn về tài chính hay phá sản thì nhà xuất khẩu sẽ không được thanh toán vì phụ thuộc vào thiện chí của người mua ( hàng đã giao lên tàu rồi, chứng từ gốc cũng đã giao cho họ rồi, không có gì để kiểm soát nhà nhập khẩu cả.)

Trong số những nhà nhập khẩu cà phê hiện nay chỉ có tập đoàn Neumann Gruppe là thực hiện việc thanh toán tương đối an toàn cho các shipper vì sau khi hàng được đóng vào container mặt dù tàu chưa chạy họ đã ký quỹ một khoản tiền tương ứng với giá trị hợp đồng tại ngân hàng thương mại xuất nhập khẩu Việt Nam Eximbank, và khi tàu chạy Shipper hoàn tất bộ chứng từ gốc mang đến cho họ thì họ sẽ làm lệnh chuyển tiền và ghi có vào tài khoản của ngân hàng Việt Nam cho nhà xuất khẩu chứ không phải chuyển tiền từ nước ngoài về. Điều này rất có lợi cho nhà nhập khẩu về tính an toàn trong khâu thanh toán, cũng như tiền về mau thu hồi vốn nhanh đẩy nhanh tốc độ vòng vay vốn.

Còn những khách hàng khác như Taloca thì chuyển tiền sau khi nhận chứng từ gốc ở Singapore, Nedcofee thì nhận chứng từ gốc ở Hà lan mới chuyển tiền, hay Mitsui, Marubeni và Itcho thì nhận chứng từ gốc tại Nhật rồi mới chuyển tiền.

Còn một khách hàng khác như Noble, Armajaro, Volcafe ED & Fman, Walter matter, Louis Dreyfus, Sucafina, Hacofco, hay Icona thì nhận chứng gốc tại văn phòng đại diện của họ ở Việt Nam sau đó văn phòng đại diện yêu cầu văn phòng chính của họ trả tiền.

### *2.3.3.3. Những nguyên nhân gây ra rủi ro việc giao hàng trễ, chậm giao hàng và giao hàng kém chất lượng từ nhà cung cấp:*

Do tính chất của việc tranh mua, tranh bán, do những đặt thù trong vấn đề thu gom hàng hóa hiện nay, các nhà xuất khẩu lại chịu rất nhiều rủi ro phát sinh từ những nhà cung ứng nguồn hàng.

Thật vậy, hiện nay các nhà xuất khẩu để mua được hàng. Họ thường cho các nhà cung ứng là các đại lý, các nhà thu gom và các doanh nghiệp ứng trước khoảng tiền từ 70 – 80% cho những hợp đồng đặt mua của họ ;Tuy nhiên, do những yếu tố chủ quan từ những nhà cung ứng trong kinh doanh mà vấn đề tiêu cực lại xảy ra ở đây. Không phải lúc nào hay thời điểm nào các nhà cung ứng cũng có quan điểm rõ ràng là đi thu gom giá thấp từ hộ nông dân trồng cà phê sau đó bán lại giá cao hơn cho nhà xuất khẩu để hưởng chênh lệch. Đôi lúc họ nghĩ đến vấn đề đầu cơ hay vì những lợi nhuận tức thời mà họ sẵn sàng không giao hàng hoặc giao hàng trễ vấn đề này thể hiện như sau : chẳng hạn vào đầu vụ họ ký bán cho các nhà xuất khẩu với giá 15,000đồng/ Kg. Tuy nhiên khi vào vụ thị trường lên 20,000 đồng /kg. Mặc dù họ đã mua hàng từ cửa dân và đã nhận hàng rồi nhưng vì những lợi nhuận tức thời họ lấy hàng bán cho người khác với mức giá là 20,000 đồng/kg và sau đó họ chậm giao hàng cho người mua

trước đó với huy vọng vào những ngày cao điểm của vụ thì giá sẽ hạ xuống họ sẽ mua lại để bù vào hợp đồng mà họ đã bán trước đó; hoặc do vấn đề đầu cơ trong mua bán mà đôi lúc họ họ bị vỡ nợ và không giao hàng cho nhà nhập khẩu.

Ngoài ra có những nguyên nhân khác quan như là họ nhận định rằng vào đầu vụ cà phê sẽ được mùa với sản lượng cao, và chất lượng tốt; Tuy nhiên đến vào vụ thì thời tiết lại mưa kéo dài gây cản trở cho việc thu hoạch và phơi sấy đều này cũng gây nên việc giao hàng trễ như đã hứa hoặc giao hàng kém chất lượng vì nhân dân chưa có đủ điều kiện để đầu tư hệ thống phơi sấy; mà cà phê sau khi thu hoạch không sấy khô hoặc bị mưa thường hay bị nhiều hạt đen, lên men hoặc nấm mốc.

**2.3.3.4. Nguyên nhân về sự yếu kém hệ thống thông tin thị trường, hệ thống máy móc thiết bị và hệ thống giao thông vận chuyển nội bộ:**

Như chúng ta đã biết hiện nay từ phía chính phủ, cũng như hiệp hội Vicofa chưa thể khai thác được những thông tin mang tính chiến lược lâu dài nhằm hỗ trợ cho các công ty kinh doanh xuất khẩu cà phê có định hướng tốt trong vấn đề giao dịch mua bán; Về phía doanh nghiệp thì những nhận định về thị trường giá cả chủ yếu họ dựa vào hai nguồn tin chính thức từ Reuters (Anh) và Dow Jones (Mỹ). Tuy nhiên các nguồn tin này chủ yếu là các nguồn tin mang tính thời vụ, “Bình luận” ngay những diễn biến trên thị trường chứ không cung cấp và phân tích những vấn đề mang tính nền tảng và có tính chất lâu dài trong tương lai, chính vì vậy mà giá bán ngày hôm nay không biết một tháng sau sẽ diễn biến như thế nào; về phía những người trồng cà phê cũng như những người thu gom, hoặc các đại lý chủ yếu nhận tin từ các những nhà xuất khẩu thông qua lan truyền miệng cho nhau. Nhiều lúc những thông tin này trở nên lệch lạc và sai sự thật, làm khó khăn trong vấn đề mua bán. Trong khi đó các nhà nhập khẩu thì họ có những thông tin dài hạn

tốt hơn, chính xác hơn. Nhưng vì vấn đề lợi ích của họ những thông tin mà họ cung cấp trên thị trường thường không chính xác và bị lệch lạc.

Vụ mùa cà phê của Việt Nam thường lên đỉnh điểm vào những tháng 11,12 hoặc tháng 1 dương lịch. Những tháng này trùng vào những tháng giáp tết cổ truyền của Việt Nam, và cũng là những tháng còn mưa ở các tỉnh trồng cà phê như Daklak, Gialai, Lâm Đồng và Đồng Nai. Chính vì lẽ đó nếu bị vướng vào lúc mưa thì việc thu hoạch của nông dân sẽ rất khó khăn do không thể vận chuyển từ những vùng thu hoạch về các nhà máy của các doanh nghiệp, trong khi nông dân hay các đại lý thì chưa đầu tư tốt hệ thống chế biến cà phê sau thu hoạch ngay tại nơi canh tác; Chính vì lẽ đó mà những dự báo về chất lượng sản phẩm cũng như thời hạn giao hàng sẽ gặp nhiều khó khăn. Hơn thế nữa vào những tháng giáp tết lưu lượng vận chuyển hàng hóa lưu thông giữa TP. Hồ Chí Minh và các tỉnh Tây nguyên rất lớn; và cũng trùng với những tháng vận chuyển cà phê xuống Thành phố để xuất đi, vì những lý do an toàn giao thông mà các vận chuyển cũng gặp nhiều khó khăn từ phía các nhà chức trách. Điều đó cũng gây nên rủi ro trong vấn đề giao nhận.

*2.3.3.5. Sự yếu kém về trình độ chuyên môn nghiệp vụ, cũng như sự yếu kém trong phân tích thông tin từ ban giám đốc và cán bộ kinh doanh ngoại thương:*

Như chúng ta đã biết sự thiếu kiến thức, năng lực, trình độ chuyên môn về quản trị kinh doanh ngoại thương là một đặc trưng trong thời kỳ quá độ từ nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung sang nền kinh tế thị trường. Những đặt tính trên được hình thành trên 3 cơ sở cơ bản là.

Thứ nhất: Quá trình học tập – đào tạo trên ghế nhà trường, được biết theo yêu cầu của quá trình kinh doanh thì giáo dục và đào tạo phải đi trước nhằm mở đường và trợ giúp cho việc hình thành nhân cách và năng lực của những nhà quản trị tương lai; Tuy nhiên ở nước ta trong một thời gian dài đào tạo về kinh tế luôn chịu ảnh hưởng bởi tư duy kinh tế tập trung chứ không phải kinh tế thị trường và vấn đề kinh

doanh ngoại thương. Chính vì vậy mà những nhà quản trị ngoại thương ít có được đào tạo bài bản về kiến thức ngoại thương trong kinh doanh.

Thứ hai: Quá trình bám sát thực tế sản xuất kinh doanh - vấn đề thực tiễn sản xuất kinh doanh ngoại thương của Việt nam chưa đủ dài, chưa đủ phức tạp, qui mô kinh doanh chưa đủ lớn để tạo lập phẩm chất, năng lực của nhà quản trị thông qua thương trường quốc tế . Sự rèn luyện, tích lũy của những nhà quản trị kinh doanh luôn thiếu những điều kiện về môi trường, những cơ hội cọ sát.

Thứ ba: Năng lực của nhà quản trị kinh doanh còn được hình thành trên cơ sở năng khiếu, sở trường, lòng ham mê, nhiệt huyết. Năng khiếu phải được phát hiện, bồi dưỡng và sử dụng mới phát huy để phục vụ cho các hoạt động của nhà quản trị. Đối với Việt nam doanh nghiệp nhà nước luôn đóng vai trò chủ đạo đối với nền kinh tế quốc dân. Bao gồm các Tổng công ty hàng đầu trong nhiều lĩnh vực khác nhau. Những công tác phát hiện, tuyển dụng và bổ nhiệm các nhà quản trị kinh doanh của Việt nam còn nhiều bất hợp lý, chưa tạo dựng một cơ chế tuyển dụng khách quan, còn mang nặng tính chủ quan áp đặt .Việc bổ nhiệm cán bộ thiếu năng lực, phẩm chất hoặc giao trọng trách vượt quá khả năng là nguy cơ ảnh hưởng đến sự thành bại của doanh nghiệp.

Thật vậy sự thiếu hụt ba đặc tính cơ bản đối với một nhà quản trị kinh doanh ngoại thương là sự hạn chế về vấn đề con người đối với ngoại thương Việt Nam nói chung và ngành cà phê Việt nam nói riêng, một vấn đề nữa là hầu như các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê chiếm tỷ trọng lớn trong tổng sản phẩm xuất khẩu đều là những doanh nghiệp nhà nước.

Một vấn đề khác về con người trong các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê hiện nay là rất ít cán bộ làm trong công ty xuất khẩu cà phê được đào tạo bài bản từ các trường ngoại thương, công tác tuyển dụng chủ yếu do những mối quan hệ quen biết của các vị lãnh đạo trong ngành hoặc các cơ quan hữu quan có liên



quan tuyển vào. Cho nên những cán bộ làm công tác xuất nhập khẩu cũng rất yếu về ngoại ngữ và trình độ chuyên môn.

**2.3.3.6. Chưa có bộ phận quản trị chuyên nghiệp làm tốt công tác quản trị rủi ro:**

Theo như quá trình khảo sát thực tế ở những doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê hiện nay, thì hầu hết các doanh nghiệp chưa lập bộ phận chuyên trách về quản trị rủi ro, nếu có đi chăng nữa thì chỉ có một vài doanh nghiệp có tham gia vào thị trường kỳ hạn để phòng ngừa rủi ro về giá mà người điều hành trực tiếp vẫn là giám đốc công ty như Inexim Daklak, Semexco. Còn hầu hết chưa có doanh nghiệp nào xây dựng cho mình những chiến lược dài hạn để phòng tránh rủi ro. Sở dĩ như vậy vì hầu hết các doanh nghiệp này đều là những doanh nghiệp nhà nước, chưa thích ứng với những cung cách hoạt động theo cơ chế thị trường từ khâu tổ chức cho đến cách thức hoạt động. Thông thường họ không lường trước hết những hậu quả của tổn thất, mà hoạt động kinh doanh của họ được thực hiện theo những thói quen, những kinh nghiệm và cả sự cầu may. Họ cứ hoạt động nếu rủi ro xảy ra và để lại tổn thất thì họ giải quyết và tiếp tục hoạt động tiếp. Chứ họ không đúc kết và tổng hợp lại để loại bỏ những sai lầm về sau. Điều này cho thấy có một thực trạng chung có quá nhiều doanh nghiệp kinh doanh cà phê hiện nay chịu nhiều rủi ro nhưng họ lại không tìm ra giải pháp để khắc phục và phòng ngừa.

**Kết luận chương 2:** Trọng tâm của chương 2 là việc phân tích tình hình kinh doanh xuất khẩu cà phê thế giới, vùng như trong nước ; đi sâu vào phân tích những thực trạng do rủi ro gây ra bằng các ví dụ thực tế mà các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu gặp phải. Ở đây tác giả cũng phân tích những nguyên nhân gây ra cho những rủi ro đó. Để có cơ sở cho việc đề ra những giải pháp trong chương 3.

### **CHƯƠNG III:**

## **QUẢN TRỊ HIỆU QUẢ NHỮNG RỦI RO TRONG QUÁ TRÌNH THỰC HIỆN HỢP ĐỒNG KINH DOANH XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM**

### **3.1. Mục tiêu đề ra giải pháp:**

- Giảm thiểu những rủi ro có khả năng xảy ra nhằm đảm bảo an toàn trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.
- Nâng cao hiệu quả việc sử dụng đồng vốn để tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp trên nguyên tắc “an toàn, hiệu quả, phát triển bền vững”.
- Xử lý và phòng ngừa những rủi ro xảy ra gây hậu quả xấu cho doanh nghiệp.
- Nâng cao chất lượng kinh doanh của doanh nghiệp để tăng khả năng cạnh tranh trong xu hướng hội nhập quốc tế.

### **3.2. Căn cứ đề ra các giải pháp:**

#### **3.2.1. Căn cứ định hướng phát triển của nền kinh tế:**

Theo như đề cập trong phần mở đầu, Việt Nam đang trong quá trình hội nhập, những cơ hội mang đến nhiều tuy nhiên những thách thức cũng không phải là ít. Trong khi đó lĩnh vực kinh doanh ngoại thương nói chung và ngành kinh doanh xuất khẩu cà phê nói riêng còn nhiều bất cập. Do đó các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê phải tự cứu lấy mình bằng cách nâng cao hiệu quả kinh doanh thông qua công tác quản trị rủi ro.

Hơn thế nữa để đẩy mạnh tốc độ tăng trưởng kinh tế theo kế hoạch của chính phủ vấn đề quan trọng là cần đẩy mạnh công tác xuất khẩu. Xuất khẩu mang lại sự tăng trưởng bền vững kinh tế cũng như đảm bảo vai trò cán cân

ngoại thương, cán cân thanh toán. Chính vì lẽ đó gia tăng phòng ngừa rủi ro trong xuất khẩu sẽ góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh trong lĩnh vực này.

### **3.2.2. Căn cứ định hướng phát triển của ngành cà phê Việt Nam**

Trong thời gian tới ngành cà phê cần làm tốt những việc sau:

- Sản phẩm nông dân giao cho doanh nghiệp phải đảm bảo chất lượng thời hạn và số lượng.
- Doanh nghiệp giúp nông dân tiêu thụ được giá tốt tránh tình trạng giá tốt thì nông dân đứng ngoài cuộc chơi.
- Giá bán tại cửa trang trại phải là giá hợp lý, có tính đến lợi ích của hai bên người mua và người bán.
- Doanh nghiệp giúp chuyển giao kỹ thuật cho nông dân và cùng với nông dân thực hiện tốt các vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm, giảm dư lượng các chất hóa học bảo vệ thực vật trong sản phẩm cà phê dưới định mức cho phép.
- Tăng cường công tác xúc tiến thương mại và đào tạo nghiệp vụ, làm tốt hơn công tác thông tin, việc tham gia thị trường kỳ hạn cần chuyên nghiệp hơn nhằm giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả kinh doanh.

### **3.2.3. Căn cứ tình hình hoạt động kinh doanh xuất khẩu của các doanh nghiệp hiện nay .**

Hiện tại sản lượng cà phê nhân sản xuất ra hằng năm của Việt Nam rất lớn, trong khi nhu cầu tiêu thụ trong nước chỉ chiếm một phần nhỏ. Chính vì vậy định hướng đẩy mạnh tốc độ xuất khẩu của các doanh nghiệp kinh doanh cà phê là đúng. Tuy nhiên vấn đề đặt ra là phải xuất khẩu như thế nào để người dân vẫn có lãi và doanh nghiệp vẫn hiệu quả, không bị thu thiệt so với các nhà nhập khẩu và các nhà rang xay nước ngoài.

Hơn nữa trước thực trạng có nhiều rủi ro của hoạt động kinh doanh cà phê trong thời gian qua, đòi hỏi mọi doanh nghiệp phải bình tâm nhìn lại những

hoạt động của mình. Xem xét lại những bất cập để từ đó khắc phục những hoạt động kinh doanh mang lại hiệu quả cao cho doanh nghiệp. Những vấn đề trên chỉ có thể giải quyết thông qua quản trị tốt những bất trắc, rủi ro trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

### **3.3. Một số giải pháp quản trị hiệu quả rủi ro trong quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu cà phê của các doanh nghiệp Việt Nam.**

#### **3.3.1. Thành lập bộ phận quản trị hiệu quả rủi ro trong các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê.**

##### *3.3.1.1. Sự cần thiết phải xây dựng bộ phận chuyên trách về quản trị rủi ro.*

Không thể kiểm soát được toàn bộ rủi ro, tổn thất nếu không có bộ phận chuyên trách về quản trị rủi ro trong một doanh nghiệp, sẽ dĩ xây dựng bộ phận chuyên trách về quản trị rủi ro là xuất phát từ những lý do sau.

– Mỗi một bộ phận trong một cơ cấu tổ chức được hình thành trên cơ sở chức năng được phân công để hoàn thành một mảng công việc, một lĩnh vực kinh doanh, chức năng quản trị rủi ro ở doanh nghiệp kinh doanh ngoại thương một khi được hình thành thì cần có bộ phận chuyên trách.

– Sự hình thành bộ phận chuyên trách là nhằm quản trị có hiệu quả, nhằm đối phó với những nguy cơ rủi ro ngày càng tăng trong kinh doanh xuất khẩu cà phê.

– Rủi ro là những sự kiện bất lợi không thể tách rời của mọi hoạt động kinh doanh, đặc biệt là trong kinh doanh xuất khẩu cà phê, vì vậy nó là đối tượng quan tâm, điều chỉnh của mọi tổ chức nếu muốn hạn chế rủi ro, tổn thất.

– Sự tồn tại của rủi ro là hết sức đa dạng, phức tạp, bất ngờ đối với cá nhân và tổ chức. Tự bản thân mọi người không đủ khả năng chống đỡ, né tránh mọi rủi ro, nhất là những rủi ro chung của tổ chức nếu thiếu một đầu mối thống nhất thực hiện chức năng quản trị rủi ro.

Như vậy, sự ra đời của bộ phận quản trị rủi ro là do sự tồn tại khách quan của rủi ro và vì lợi ích của doanh nghiệp, tùy theo mức độ đa dạng của rủi ro, do lợi ích của tổ chức và do sự tồn tại bền vững của doanh nghiệp quyết định. Có nghĩa là không phải mọi doanh nghiệp đều áp dụng một tổ chức quản trị rủi ro như nhau mà phải căn cứ vào:

+ Đặc điểm, tính chất hoạt động của các doanh nghiệp, mỗi doanh nghiệp thường có những điều kiện hình thành, nguồn lực, quan hệ và khả năng quản lý khác nhau, điều này ảnh hưởng đến nguồn rủi ro tiềm ẩn của doanh nghiệp, nếu nguy cơ rủi ro doanh nghiệp cao, buộc doanh nghiệp phải quan tâm những chi phí và phòng chống cho hạn chế rủi ro cao hơn. Đương nhiên mọi doanh nghiệp phải lựa chọn sao cho hợp lý với sự đa dạng của nguy cơ rủi ro đối với doanh nghiệp mình.

+ Quy mô hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp cũng ảnh hưởng đến qui mô rủi ro, tổn thất, số lượng các thương vụ cũng như kim ngạch buôn bán của các doanh nghiệp cũng làm cho lượng rủi ro tổn thất của doanh nghiệp tăng lên. Như vậy bộ máy quản trị rủi ro cũng thay đổi cho phù hợp.

+ Chi phí về tổ chức bộ máy quản trị rủi ro và lợi ích của các biện pháp rủi ro mang lại. Vấn đề quan trọng giúp cho các doanh nghiệp lựa chọn mô hình quản trị rủi ro là những chi phí bỏ ra và những lợi ích kỳ vọng cho việc thực hành quản trị rủi ro mang lại. Nếu như chi phí cho bộ máy quản trị rủi ro nhỏ hơn hay bằng lợi ích mang lại thì doanh nghiệp chọn mô hình đó còn ngược lại thì tổ chức lại bằng cách giảm bớt nhân sự, ít quan tâm đến những rủi ro mang lại tổn thất thấp...

Việc xây dựng bộ máy quản trị rủi ro là rất cần thiết cho các doanh nghiệp kinh doanh cả phê hiện nay, tuy nhiên việc lựa chọn mô hình như thế nào

là tùy vào tính chất, đặc điểm và qui mô của từng doanh nghiệp mà lựa chọn mô hình cho phù hợp.

### **3.3.1.2. Quá trình hình thành bộ phận chuyên trách quản trị rủi ro của các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê hiện nay.**

Tùy theo từng đặc thù và qui mô kinh doanh của từng doanh nghiệp kinh doanh cà phê mà bộ phận quản lý rủi ro sẽ khác nhau. Nếu là doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu nhiều mặt hàng, trong đó có cà phê thì bộ phận quản trị rủi ro của cà phê sẽ nằm chung trong bộ phận quản trị rủi ro của doanh nghiệp; Còn nếu các doanh nghiệp chuyên doanh xuất khẩu cà phê nói chung thì quá trình hình thành bộ phận quản trị rủi ro được thực hiện theo qui trình sau.

**Thứ nhất:** Vấn đề nhận dạng rủi ro;

Theo như xuyên suốt bài viết này, tác giả đã dựa trên mô hình về những rủi ro có thể tác động thường xuyên đến các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê thông qua thực tiễn hoạt động của các doanh nghiệp bao gồm:

+ Ở phía những người cung cấp (bao gồm nông dân, các đại lý, các nhà thu gom lẻ, các doanh nghiệp thu gom cà phê...) sẽ gây ra những rủi ro cho các nhà kinh doanh xuất khẩu như việc không giao hàng khi đã ứng tiền hoặc việc giao hàng trễ không đúng hẹn, không kịp thời; giao hàng không đúng phẩm chất, chất lượng như trong thỏa thuận mua bán hợp đồng nội. Tất cả những điều trên sẽ làm cho nhà xuất khẩu mất uy tín với khách hàng ngoại do không có hàng để giao, không giao hàng kịp thời và bị phạt hợp đồng do giao hàng trễ, hay bị từ chối nhận hàng do hàng không đúng chất lượng mặt dù hàng đã đưa đến cầu cảng...

+ Rủi ro từ phía thị trường như do sự tác động của cung cầu hay của các nhà đầu cơ làm cho giá biến động mạnh gây ra rủi ro về giá khi mà nhà xuất

khẩu tham gia mua trước bán sau; hoặc bán trước mua sau khi không có những thông tin nhận định chính xác về tình hình thị trường.

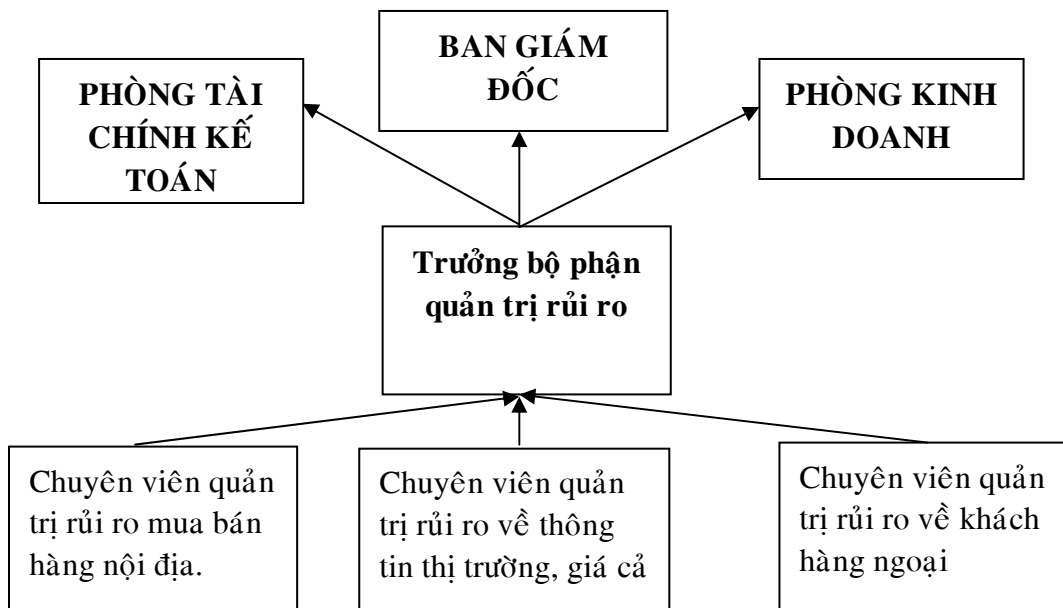
+ Rủi ro từ phía người mua như tình hình hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp nước ngoài không hiệu quả dẫn đến mất khả năng thanh toán; hay từ chối nhận hàng; đưa ra những khiếu nại không hợp lý về chất lượng, số lượng hay những vấn đề trong yêu cầu giao hàng để ép giảm giá ...

+ Những rủi ro từ chính nội tại của doanh nghiệp như trình độ quản trị của Ban giám đốc, hay những yếu kém về nghiệp vụ ngoại thương, ngoại ngữ ....của cán bộ công ty. Những vấn đề này có thể khắc phục được từ khâu tổ chức của doanh nghiệp và không đưa vào bộ phận quản trị rủi ro.

**Thứ hai:** Tổ chức bộ máy quản trị rủi ro;

Nếu như tính theo mức giá vụ mùa vừa rồi và theo mức giá hiện tại, thì doanh thu hàng vụ của các doanh nghiệp không phải nhỏ từ 100 tỷ đồng cho đến 3000 tỷ đồng; và các rủi ro đã xảy ra, ở mức độ nhỏ cũng đã là 1000 đô là Mỹ và ở mức độ lớn lên cả triệu đô la Mỹ; Vì vậy việc hình thành bộ máy quản trị hiệu quả các rủi ro là vấn đề sống còn của các doanh nghiệp kinh doanh cà phê hiện nay. Theo như quá trình nhận dạng rủi ro ở trên thì mô hình bộ máy quản trị rủi ro như sau.

Hình 3.1: Mô hình xây dựng bộ máy quản trị rủi ro.



**Nhiệm vụ và trách nhiệm của từng chuyên viên:**

➤ **Chuyên viên quản trị rủi ro cho việc mua hàng nội địa:** Chuyên viên này phải có trách nhiệm thu thập các thông tin như số điện thoại, địa chỉ, tình hình tài sản hiện có, khả năng cung ứng sản lượng từng vụ, mức độ chung thủy, sự uy tín, chất lượng nguồn hàng ... của tất cả các nhà cung ứng nội địa như các đại lý, các nhà thu gom lẻ, các doanh nghiệp từ tỉnh xuống tới, huyện xã của những vùng cung cấp cà phê trên địa bàn các tỉnh như Lâm đồng, Daklak, Gia lai, Kom Tum hay Đồng Nai; Tình hình sản lượng và chất lượng của sản phẩm trong vụ; tình hình giá cả thu mua của các doanh nghiệp xuất khẩu khác cũng như khả năng thọc sâu vào vấn đề thu mua của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

Các thông tin này phải được thu thập ngay từ đầu vụ khoảng trong tháng 09 và đầu tháng 10 sau đó được cập nhật thường xuyên để tránh những thay đổi có tính chất đột biến.

➤ **Chuyên viên quản trị rủi ro về thông tin giá cả của thị trường cà phê thế giới.** Chuyên viên này phải khai thác được về tình hình cung cầu cà phê thế giới, sản lượng của các quốc gia sản xuất cà phê, tình hình thời tiết, những biến động do đầu cơ của các nhà đầu cơ quốc tế, cũng như thật sự hiểu biết về sự hoạt động của thị trường LIFFE và NYBOT thông qua các nguồn tin Reuters, Dowjones hay các thông tin từ bộ Thương mại; các webside ICO hay của các ngân hàng thương mại trên thế giới. Các thông tin này phải được tổng hợp và nhận định từng ngày. Tùy theo đặc thù của từng doanh nghiệp mà chuyên viên này có thể kiêm luôn chức năng là trưởng bộ quản trị rủi ro doanh nghiệp. Anh ta có thể tổng hợp thông tin từ 3 nguồn; sau đó báo cáo lên các phòng tài chính, kinh doanh cũng như ban giám đốc để có những quyết định hợp lý.



➤ **Chuyên viên về nhận định tình hình của khách hàng ngoại:** Chuyên viên này phải khai thác những thông tin như tình hình mua hàng, số lượng, chất lượng cũng như tình nhận hàng và thanh toán cho từng hợp đồng, thời gian thanh toán, cũng như phải nắm bắt tình hình hoạt động kinh doanh và khả năng tài chính của khách hàng ngoại thông qua các kênh là ngân hàng quốc tế và những đại diện ở Việt Nam. Các thông tin này phải cập nhật và tổng hợp thường xuyên nhằm cung cấp lại cho trưởng bộ phận quản trị rủi ro.

**Thứ ba: Lựa chọn nhân sự quản trị rủi ro:**

Nhân sự được coi là nhân tố quan trọng bậc nhất trong tổ chức quản trị rủi ro. Nhân sự làm công tác rủi ro đòi hỏi phải có trình độ khá toàn diện, cả những hoạt động kỹ thuật, qui phạm an toàn, các hoạt động tài chính, nghiệp vụ kinh doanh. Đáp ứng được yêu cầu về chuyên môn, chịu áp lực công việc và đức tính cẩn trọng, chu đáo là phẩm chất cơ bản của người quản trị rủi ro. Nhân viên làm công tác ở những mảng và lĩnh vực trên phải được tuyển dụng một cách khách quan, và nghiên cứu kỹ phẩm chất của từng người và kể cả việc bố trí để đào tạo thêm ở nước ngoài.

**Cụ thể:**

Nếu là làm lĩnh vực theo dõi thông tin khách hàng nội địa thì yêu cầu cần: Có sức khỏe tốt, tốt nghiệp chuyên ngành quản trị kinh doanh của những trường có uy tín, có học lực khá, chịu mọi áp lực công việc trong mọi tình huống, có cả năng quan hệ tốt với mọi thành phần từ nông dân cho đến những nhà buôn bán sỉ ,lẻ, các đại lý, các nông trường và các doanh nghiệp thu gom.

Nếu là nhân viên phụ trách mảng thông tin giá cả thị trường thế giới thì phải tốt nghiệp ngoại thương, hoặc tài chính có khả năng ngoại ngữ lưu loát, luôn có đức tính chung thủy gắn bó lâu dài với công ty, chịu áp lực về thời gian

và phải được đào tạo bài bản ở những thị trường kỳ hạn ở nước ngoài như thị trường LIFFE và NYBOT.

Nếu là nhân viên phụ trách mãng thông tin về khách hàng ngoại thì phải tốt nghiệp ngoại thương, có khả năng ngoại ngữ tốt, có khả năng ngoại giao tốt nhằm khai thác hiệu quả những thông tin từ phía đối tác trong quá trình giao dịch và quan hệ thương mại.

### **3.3.2. Tham gia thị trường kỳ hạn, áp dụng các công cụ “hedging” để hạn chế rủi ro do sự biến động giá.**

#### *3.3.2.1. Cơ sở và sự cần thiết việc tham gia thị trường kỳ hạn để hạn chế rủi ro.*

Luật thương mại Việt Nam đã được thông qua ngày 14/06/2005 cho phép “ **mua bán hàng hóa qua sổ giao dịch hàng hóa**” bao gồm hợp đồng kỳ hạn và hợp đồng quyền chọn. Trong đó “thương nhân Việt Nam được quyền mua bán hàng hóa qua sổ giao dịch hàng hóa ở nước ngoài theo qui định của chính phủ”. Đây được xem như là hành lang pháp lý cho phép các doanh nghiệp tham gia.

Hiện tại ngân hàng nhà nước đã cho phép 4 ngân hàng thương mại là Techcombank, Vietcombank, BIDV, và VIBank chính thức hoạt động xem như là những nhà làm dịch vụ cho các doanh nghiệp Việt Nam tham gia giao trên thị trường kỳ hạn cà phê quốc tế LIFFE( London International Financial & Options Exchange) ,và sổ giao dịch New York (New York Board of trade) thông qua sàn giao dịch cà phê Arabica (NYBOT).

Sau nhiều năm tham gia thị trường cà phê thế giới các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê Việt Nam nói chung do nhiều nguyên nhân vẫn chỉ thực hiện phương thức kinh doanh đơn điệu là hằng ngày nhận tin qua mạng Reuters sau đó tính toán trừ chi phí qui ra tiền Việt Nam theo tỷ giá hối đoái và đưa ra giá mua bán tại địa phương, Đây là phương thức kinh doanh còn nhiều rủi ro về giá khi mà nó biến động từng ngày. Thực sự thế giới đã hình thành hai thị

trường cà phê lớn ở London và New York trong khi chúng ta vẫn cứ quanh quẩn mua bán ở bên ngoài “chợ” cà phê thế giới. hệt vậy để khắc phục tình trạng trên việc tham gia vào thị trường cà phê thế giới mà chủ yếu là tham gia thị trường kỳ hạn để hạn chế rủi ro là điều cấp bách.

➤ **Công cụ hạn chế rủi ro “hedging”**: Trong kinh doanh cà phê việc mua hoặc bán sản phẩm tại một thời điểm trong tương lai với một mức giá không xác định trước là điều thường xảy ra. Việc này tiềm ẩn nhiều rủi ro do sự biến động của giá. Việc sử dụng các công cụ của thị trường, nhằm bảo vệ lợi nhuận và hạn chế rủi ro của mình trước sự biến động của giá được gọi là “hedging”.

Các công cụ được sử dụng để hedging là hợp đồng kỳ hạn, hợp đồng quyền chọn (Forward, Futures, options). Trong đó việc sử dụng hợp đồng Futures để hạn chế rủi ro trong giao dịch mua bán trên sàn cà phê là phổ biến nhất.

➤ **Cơ sở của “hedging” được dựa trên các yếu tố sau:**

+ Thị trường Futures và thị trường hàng thật Physical thường diễn biến cùng chiều. Futures market và Physical Market có hệ số tương quan dương.

+ Mục tiêu của Hedging là triệt tiêu những biến động ngược chiều bất lợi của thị trường.

+ Nhà xuất khẩu có được lợi nhuận trong kinh doanh cà phê dựa trên những khoản chênh lệch trừ lùi hoặc phí thuê kho khác nhau ở Việt Nam và nước ngoài mang lại.

3.3.2.2. *Ví dụ về việc ứng dụng thị trường kỳ hạn để phòng ngừa rủi ro.*

➤ **Phòng ngừa rủi ro bằng cách sử dụng thị trường kỳ hạn trong mua bán trừ lùi (differential contract)**: Sở dĩ các công ty thương mại chuyên nhập khẩu cà phê hiện nay được tồn tại hơn 10 năm qua là vì họ sử dụng nhuần nhuyễn một cách linh hoạt nghiệp vụ bảo hiểm rủi ro trong mua bán cà phê. Khi sử dụng

ng nghiệp vụ này họ luôn đảm bảo lợi nhuận chênh lệch giá trừ lùi giữa hai hợp đồng mua và bán. Bất kể giá có biến động như thế nào.

**Ví dụ:** Itochu mua của Vinacafe BMT, 100 tấn R2 giá tháng 11 -90 \$; đồng thời Itochu bán cho Nestle Japan ,100 tấn R2 giá tháng 11 -80 \$. Công ty.Vậy Itochu kiếm được  $90 - 80 = 10\$/\text{tấn}$  từ hợp đồng trừ lùi này, bất kể giá có biến động lên xuống như thế nào.

Giả sử ngày 10/10 :Vinacafe Buon Ma Thuot gọi fix giá ở mức giá là 1400 \$.Khi đó Itochu sẽ gọi cho nhà môi giới của mình ở trên thị trường kỳ hạn London, và thực hiện lệnh bán trên thị trường kỳ hạn 20 lô giá tháng 11 ở mức giá là 1400\$ (a).

Sau khi giao dịch xong trên thị trường kỳ hạn Itochu thông báo cho Vinacafe Buon ma thuot hợp đồng được chốt ở mức giá là 1400\$.Vậy giá cuối cùng hợp đồng Itochu với vinacafe Buon Ma thuật là :  $1400 - 90 = 1310 \$/\text{tấn}$ . (1)

Sau đó vào ngày 30/10, Nestle Japan gọi cho Itochu và yêu cầu chốt ở mức giá 1360 \$; khi đó Itochu sẽ gọi cho nhà môi giới của mình trên thị trường LIFFE và yêu cầu mua 20 lô với mức giá tháng 11 là 1360 \$.(b).

Sau khi giao dịch xong Itochu thông báo cho Nestle Japan và tính giá cuối cùng của hợp đồng này là  $1360 - 80 = 1280 \$/\text{Tấn}$  (2).

Như vậy kết quả của việc giao dịch trên là:

- Itochu đã lỗ trên việc giao hàng thật: so sánh (1) & (2) Mua Vinacafe Buon ma thuot giá 1310 \$/Tấn – Bán cho Nestle Japan giá 1280 \$/Tấn = 30 \$ (lỗ).Nhưng ngược lại lời trên thị trường kỳ hạn là, so sánh (a) và (b) bán Liffe mức giá là 1400 – mua Liffe ở mức giá là 1360 = lời 40 \$/Tấn.

- Vậy Itochu lời gộp là  $40 - 30 = 10 \$/\text{Tấn}$ . Khoản này đúng bằng trừ lùi.

- Đây cũng là cơ sở cho các nhà xuất khẩu Việt Nam vận dụng linh hoạt vào kinh doanh xuất khẩu để hạn chế rủi ro.

➤ **Phòng ngừa rủi ro cho việc mua hàng nội địa của các nhà xuất khẩu:**

Thông thường các nhà xuất khẩu khi mua hàng nội địa thì trước hết họ phải có hợp đồng bán, sau đó cân đối giá bán thì họ sẽ mua vào. Tuy nhiên trong trường hợp chưa có hợp đồng bán, mà nhà xuất khẩu muốn mua hàng vào từ nội địa thì họ gặp phải rủi ro khi giá xuống.

Nếu tham gia thị trường kỳ hạn, nhà xuất khẩu có thể biến giá mua nội địa bằng tiền đồng thành giá trừ lùi. Sau đó nhà xuất khẩu sẽ chọn thời điểm thích hợp cho việc ký bán các nhà nhập khẩu nước ngoài với mức trừ lùi tốt hơn.

**Ví dụ:** ngày 24/11/2006 nhà xuất khẩu mua hàng trong nước với giá là 20,300,000 đồng/ Tấn = 1268 \$/ tấn, (Qui đổi theo tỷ giá) và mức giá trên thị trường kỳ hạn là 1413 \$/ Tấn.

Để phòng ngừa rủi ro nhà xuất khẩu sẽ bán trên thị trường kỳ hạn một lượng hợp đồng tương đương với số lượng đã mua vào với mức giá là 1413 \$/Tấn: Như vậy giá mua nội địa được chuyển thành tương đương mua trừ lùi là:

$\$ 1413 - 1268 \$ = (-) 145 \$$ . Trong khi mức giá trừ lùi hiện tại nhà nhập khẩu có thể chấp nhận mua được là trừ lùi 90 đến 95 \$/ tấn. Như vậy sau đó tùy lúc chúng ta có thể lựa chọn bán cho các nhà nhập khẩu với mức giá trừ lùi là 95 \$ và ta đã hưởng được chênh lệch trừ lùi là 50 \$ mức giá này hoàn toàn có thể trang trải tất cả chi phí và có lãi. Và không phải lo sợ giá lên hay giá xuống.

➤ **Phòng ngừa rủi ro cho việc bán trước mua sau:**

Doanh nghiệp ký bán 100 tấn cà phê R2, 5% với mức giá là 1268 \$/tấn giao hàng tháng 1/2006. nhưng sợ rằng giá sẽ biến động theo chiều hướng tăng, doanh nghiệp quyết định đặt mua trên thị trường kỳ hạn là 20 lot( 100 Tấn) với cùng mức giá (Thực tế 2 mức giá này khác nhau do còn có các chi phí liên quan đến hoạt động vận chuyển giao, lãi suất và lợi nhuận ...). Đến thời điểm giao hàng giá tăng lên 1350 \$/Tấn.

<b>Physical( Hàng thực)</b>	<b>Futures(kỳ hạn)</b>
Bán: \$ 1268	Mua \$ 1268
Mua: \$ 1350	Bán: \$ 1350
- \$ 82	+ \$ 82
Lãi: $-82 \times 20 \times 5$	Lãi: $82 \times 20 \times 5$
= - \$ 82,000	= + \$ 82,000

Chênh lệch \$ 0 rõ ràng doanh nghiệp đã hạn chế rủi ro trong trường hợp này

➤ **Chủ động phòng ngừa rủi ro và nâng cao hiệu quả kinh doanh khi thực hiện chốt giá trước khi có hợp đồng, hay chốt giá cho những hợp đồng xa.**

- Thông thường nhà xuất khẩu muốn chốt giá thì họ phải có một hợp đồng ký bán trước, sau đó mới gọi cho người mua nước ngoài và yêu cầu chốt giá. Tuy nhiên khi tham gia thị trường kỳ hạn, họ có thể chốt giá trước trên thị trường kỳ hạn sau đó mới ký hợp đồng bán theo giá trừ lùi.
- Thông thường các người mua nước ngoài chỉ cho các nhà xuất khẩu chốt giá ở những tháng gần, chẳng hạn hôm nay là tháng 11 thì họ cho chốt giá tới tháng 3 năm 2007. Nếu tham gia thị trường kỳ hạn thì có thể chốt giá tới tháng 11/2007.

3.3.2.3. *Nghiệp vụ tham gia thị trường kỳ hạn của các doanh nghiệp.*

**Mở tài khoản:**

- + Hồ sơ pháp nhân của tổ chức: Quyết định thành lập, quyết định bổ nhiệm giám đốc hay tổng giám đốc, kế toán trưởng doanh nghiệp.
- + Báo cáo kinh doanh hai năm gần nhất.
- + Đề nghị giao dịch hợp đồng tương lai.
- + Hợp đồng nguyên tắc.

+ Nhận biết các rủi ro liên quan đến các giao dịch hợp đồng tương lai trên thị trường hàng hóa.

+ Danh sách các giao dịch viên được ủy quyền.

**Tiền ký quỹ:**

+ Ký quỹ ban đầu: là số tiền đặt cọc cho nhà môi giới trước mọi lần thực hiện giao dịch hợp đồng tương lai trên sàn giao dịch. Mức ký quỹ ban đầu được qui định bởi sàn giao dịch.

+ Ký quỹ duy trì: Là số tiền tối thiểu phải có trên tài khoản ký quỹ để duy trì trạng thái giao dịch. Mức ký quỹ duy trì cũng được qui định bởi sàn giao dịch. Mức ký quỹ ban đầu và ký quỹ duy trì có thể giống nhau hoặc khác nhau tùy vào qui định của từng sàn giao dịch.

+ Mức ký quỹ bổ sung: là số tiền chuyển bổ sung để đảm bảo mức ký quỹ duy trì. Mức ký quỹ bổ sung được yêu cầu dựa theo đánh giá trạng thái giao dịch hàng ngày bằng mức giá ấn định của trung tâm thanh toán bù trừ tại sàn giao dịch. Nếu giao dịch bị lỗ thì mức ký quỹ bổ sung sẽ đúng mức tạm tính của trung tâm thanh toán bù trừ tại sàn giao dịch. Mức ký quỹ bổ sung yêu cầu phải được chuyển vào tài khoản ký quỹ chậm nhất là trong vòng 48 giờ kể từ thời điểm thông báo.

+ Mức ký quỹ thường tương đương khoản 6 – 10% giá trị giao dịch.

+ Mức ký quỹ có thể được thay đổi bởi sàn giao dịch mà không cần báo trước.

+ Ký quỹ bằng ngoại tệ.

+ Mức ký quỹ hiện thời trên hai sàn giao dịch LIFFE áp dụng cho hợp đồng cà phê Robusta và NYBOT áp dụng cho hợp đồng cà phê Arabica là.

Sàn giao dịch	Ký quỹ ban đầu	Ký quỹ duy trì
LIFFE	595	595
NYBOT	3080	2500

Mức ký quỹ tính trên USD/Hợp đồng.

**Phí giao dịch :** Phí giao dịch sẽ được thu ngay khi lệnh giao dịch được thực hiện (được khớp lệnh). Phí thu theo từng lần và từng chiều giao dịch. Mức phí tính trên một lô (contract).

**Phương thức đặt lệnh:** Điện thoại

+ Nội dung đặt lệnh :chiều giao dịch(mua/bán), số lượng(lot), thị trường LIFFE/NYBOT), tháng gia dịch, hàng hóa, giá.

+ Lệnh được thực hiện:

- Cơ chế hoạt động của thị trường có tổ chức là khớp lệnh:mua/ bán cùng số lượng, cùng hàng hóa và giá.
- Giao dịch viên thông báo bằng điện thoại cho khách hàng và xác nhận bằng Email.
- Giao dịch được chuyển qua bộ phận B/O để theo dõi và làm xác nhận với khách hàng.
- Thu phí giao dịch.

**Theo dõi hàng ngày:** căn cứ đánh giá của phiên gia dịch, sàn giao dịch sẽ đánh giá các trạng thái đang mở của khách hàng và gửi báo cáo hàng ngày bao gồm

+ Đánh giá trạng thái mở của khách hàng.

+ Báo cáo tình trạng nợ/có và tài khoản ký quỹ.

+ Ký quỹ bổ sung được yêu cầu khi khi mức tài khoản ký quỹ không đủ mức duy trì.

**Tất toán giao dịch:**

+ Ngày thông báo đầu tiên: trước ít nhất 03 ngày Ngân hàng sẽ thông báo cho khách hàng đề nghị tất toán hoặc gia hạn( đối với các giao dịch mua).

+ Ngày giao dịch cuối cùng: trước ít nhất 03 ngày ngân hàng thông báo để khách hàng gia hạn hay tất toán (đối với các giao dịch bán).



+ Tất toán giao dịch ưu tiên trạng thái trong cùng ngày giao dịch, và FIFO(First in First out).

+ Sau khi giao dịch tất toán, ngân hàng sẽ giải tỏa tiền ký quỹ cho khách hàng .Tiền ký quỹ vượt hơn mức ký quỹ ban đầu đối với các trạng thái mở sẽ được tính lãi không kỳ hạn như trên tài khoản vãng lai.

### **3.3.3. Thỏa thuận với các đại diện của khách hàng tại Việt Nam nhằm hạn chế những rủi ro trong cách thức thanh toán hiện nay.**

Theo như phân tích ở chương hai thì thực trạng của cách thức thanh toán hiện nay của các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê chứa đựng quá nhiều rủi ro.Trong thời điểm hiện tại một khi tiến nói của từng nhà xuất khẩu chưa đủ mạnh để khắc phục trong vấn đề thanh toán này thì chúng ta cần có những cách thức tế nhị và mềm dẻo hơn, chẳng hạn chúng ta mời các nhà xuất khẩu lại để đưa ra giải pháp hoặc là bắt buộc họ phải thanh toán theo đúng bản chất của phương thức thanh toán CAD hoặc là phải thỏa thuận được với các trưởng văn phòng đại diện ở Việt nam và ràng buộc với họ bằng một văn bản có tính chất pháp lý là chỉ khi nào công ty của họ chuyển tiền đủ vào tài khoản cho các doanh nghiệp xuất khẩu. Thì lúc đó chứng từ gốc mới được chuyển tới cho nhà nhập khẩu, có như vậy mới hạn chế được rủi ro. Hơn thế nữa các doanh nghiệp cần phải tính toán thật kỹ một khi hàng đã giao thì nên chốt giá trước để tránh tình trạng khi hàng đã lên tàu mà giá chưa chốt và buộc các doanh nghiệp phải làm hóa đơn tạm tính. Vấn đề làm thanh toán tạm tính chứa đựng rất nhiều rủi ro cho doanh nghiệp vì hàng đã lên tàu và mọi chứng từ cũng đã giao hàng trong khi đó trong thời buổi hiện nay kinh doanh cà phê cũng có rất nhiều công ty nước ngoài lâm vào cảnh phá sản và lúc đó doanh nghiệp không thể thu hồi được tiền sau khi hàng đã chốt giá

**3.3.4. Xây dựng, tuyển dụng và đào tạo bộ máy tổ chức kinh doanh trong doanh nghiệp phù hợp với đặc điểm, tính chất, qui mô cũng như năng lực quản trị kinh doanh của doanh nghiệp.**

Theo như tìm hiểu của tác giả trong quá trình khảo sát thì đa phần các doanh nghiệp kinh doanh cà phê hiện nay của Việt Nam đều là những doanh nghiệp Nhà nước, do ảnh hưởng nhiều bởi những tư duy cũ, những ràng buộc có tính chất chuyển tiếp của thời kỳ quá độ trong cung cách kinh doanh theo cơ chế thị trường mà hầu hết cơ cấu tổ chức, sự tuyển dụng và cách thức đào tạo không thật sự chuyên nghiệp và khoa học; và đã nảy sinh những tổn thất không đáng có trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp. Nhằm giảm thiểu nguồn phát sinh rủi ro có nguyên nhân chủ quan, vấn đề ưu tiên số một là xây dựng tổ chức bộ máy, để có đủ khả năng quản trị tốt mọi hoạt động kinh doanh trong đó có quản trị rủi ro, doanh nghiệp cần thực hiện một số biện pháp sau.

- Xây dựng mô hình tổ chức bộ máy phải phù hợp với đặc điểm, tính chất, nội dung, qui mô, phạm vi của hoạt động sản xuất kinh doanh doanh nghiệp. Nên đổi mới và biết học hỏi từ những cơ cấu tổ chức và quản lý của các doanh nghiệp nước ngoài. Biết cập nhật những ứng dụng tốt từ họ nhằm làm cho cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp và cách thức vận hành có tính chuyên nghiệp, tránh sự chồng chéo không đáng có.
- Đảm bảo nguyên tắc hiệu quả tức là qui mô của tổ chức, bộ máy sản xuất kinh doanh phải phù hợp với chức năng, nhiệm vụ phân công, phân nhiệm rõ ràng dựa trên năng lực của từng cá nhân nhằm phát huy tối đa khả năng, sở trường của mọi thành viên trong tổ chức. Mọi thành viên trong công ty đều có bảng mô tả công việc. Qui định rõ ràng tính chất công việc cũng như trách nhiệm của từng thành viên nhằm hoàn thành tốt mọi công việc hoạt động hằng ngày của doanh nghiệp.

- Năng lực quản lý điều hành của các nhà quản trị phải phù hợp với quyền hạn và trách nhiệm được giao. Nên tránh sự lạm quyền độc đoán trong công ty; Nếu điều này xảy ra sẽ làm có những quyết sách trong công ty gặp phải những sai lầm, để lại những tổn thất nặng nề cho doanh nghiệp trong quá trình kinh doanh.
- Thực hiện cơ chế tuyển dụng khách quan khoa học nhằm lựa chọn người đủ năng lực chuyên môn phẩm chất đạo đức; kiên quyết từ chối tuyển dụng những thành viên không đủ năng lực vào làm việc chỉ vì những mối quan hệ với công ty.
- Thực hiện thường xuyên đổi mới công tác nhân sự thông qua một cơ chế cạnh tranh có đào thải; sẵn sàng đào thải những cá nhân nói nhiều làm ít, có đức tính không trung thực trong cơ quan.
- Thực hiện cơ chế giám sát lẫn nhau của mọi thành viên trong doanh nghiệp.
- Thường xuyên hoàn thiện tổ chức bộ máy, đổi mới cơ chế quản lý kinh doanh của doanh nghiệp nhằm thích nghi cạnh tranh quốc tế.

Ngoài ra còn có vấn đề đào tạo. Để tăng cường công tác quản trị rủi ro có hiệu quả công tác đào tạo của doanh nghiệp không kém phần quan trọng, cần phải mạnh dạng qui hoạch đội ngũ cán bộ trẻ có năng lực, phẩm chất đạo đức tốt, nghiệp vụ chuyên môn vững cử đi đào tạo học hỏi kinh nghiệm ở trong nước hoặc ở nước ngoài. Những người có năng lực quản trị rủi ro hay quản trị ngoại thương giỏi cần phải được đào tạo để lĩnh hội những vấn đề sau.

- Đào tạo bồi dưỡng về chuyên môn nghiệp vụ. Đây là tiêu chuẩn cơ bản đánh giá năng lực của nhà quản trị kinh doanh ngoại thương. Chuyên môn nghiệp vụ ngoại thương có độ khó, phức tạp cao, bởi tính đa dạng phong phú của yếu tố quốc tế tác động. Ngoài ra cần phải đào tạo họ lĩnh hội được những kiến thức từ hoạt động kinh doanh cà phê; từ việc biết được những vùng nào của Việt nam có

cà phê cho đến biết được cà phê được thu hoạch và sơ chế như thế nào, cho ra những chất lượng gì để đảm bảo tiêu chuẩn xuất khẩu theo hợp đồng.

– Đào tạo, bồi dưỡng về trình độ ngoại ngữ, ngoại ngữ là cầu nối cơ bản quan trọng nhất trong giao tiếp, cũng là nguyên nhân gây ra sự bất đồng, những rủi ro đáng tiếc trong kinh doanh. Nâng cao trình độ ngoại ngữ là điều kiện bắt buộc cho các nhà quản trị để xâm nhập thị trường quốc tế.

– Đào tạo bồi dưỡng về trình độ tin học. Tin học là trợ thủ đắc lực, là phương tiện để các nhà quản trị tiếp cận với thị trường quốc tế. Bản thân tin học giúp các nhà doanh nghiệp xử lý nhanh chóng những thông tin phức tạp trước khi có quyết định chính thức về phương án kinh doanh.

– Đào tạo bồi dưỡng kiến thức về luật pháp, tập quán thương mại trong nước và quốc tế. Môi trường pháp lý thường khá phức tạp và không rõ ràng. Để tránh những qui phạm pháp luật ngoài chủ định xảy ra, cần có sự am hiểu nhất định về những công ước và điều ước quốc tế, luật pháp trong và ngoài nước.

– Đào tạo bồi dưỡng kiến thức về văn hóa, xã hội, phong tục, tập quán, sở thích ... của các nước là các đối tác quan hệ ngoại thương. Vi phạm những điều cấm kỵ quốc gia là nguyên nhân rủi ro không thể cứu vãn được trong quan hệ buôn bán quốc tế, sự hiểu biết về văn hóa, xã hội các quốc gia đối tác là một cơ sở vững chắc cho sự tồn tại và phát triển kinh doanh ngoại thương.

– Giáo dục về phẩm chất, đạo đức, bồi dưỡng về nghệ thuật kinh doanh. Phẩm chất của các nhà quản trị là lòng quả cảm, chấp nhận mạo hiểm, kiên trì mục tiêu, nhiệt tình, làm việc quên mình vì lợi ích chung và gia đình. Đạo đức là sự coi trọng pháp luật trong mọi hoàn cảnh. Nghệ thuật kinh doanh là sự vận dụng khéo léo các thuật kinh doanh của các nhà quản trị vào từng hoàn cảnh cụ thể nhằm đạt mục tiêu.

#### **3.4. Một số kiến nghị:**

Bên cạnh những nỗ lực của các doanh nghiệp để giảm thiểu những rủi ro trong quá trình hoạt động kinh doanh xuất khẩu cà phê cũng cần có sự hỗ trợ của hiệp hội, chính phủ và các cơ quan chức năng cùng phối hợp thực hiện nhằm giảm thiểu những rủi ro trong quá trình hoạt động kinh doanh.

#### **3.4.1. Những kiến nghị với hiệp hội cà phê – cacao Việt Nam:**

Theo như chức năng của hiệp hội thì hiệp hội Cà phê – Ca cao Việt Nam là tổ chức phi chính phủ, phi lợi nhuận, tập hợp và đại diện cho các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế và thể nhân sản xuất, chế biến, kinh doanh dịch vụ cung ứng xuất khẩu, nghiên cứu khoa học công nghệ và đào tạo thuộc ngành cà phê được thành lập trên cơ sở tự nguyện nhằm phối hợp có hiệu quả các hoạt động sản xuất kinh doanh trên thị trường trong nước và ngoài nước; thống nhất nhận chức và hành động, tránh việc tranh mua, tranh bán, đầu cơ gây tổn hại đến lợi ích chung, bảo vệ lẫn nhau tránh hành vi độc quyền, xâm phạm lợi ích doanh nghiệp; giúp đỡ nhau trong các vấn đề vốn, đào tạo, môi giới, tư vấn, kỹ năng quản lý doanh nghiệp và áp dụng công nghệ mới... Hiệp hội là cầu nối giữa các doanh nghiệp các hội viên và nhà nước, phản ánh tâm tư nguyện vọng của hội viên cùng tham gia với cơ quan nhà nước trong việc đưa ra các chủ trương chính sách, các văn bản pháp vi mà hội viên là đối tượng thi hành. Hội viên hiệp hội cùng giúp nhau quán triệt đường lối chủ trương chính sách của Đảng và nhà nước. Với những chức năng như vậy tuy nhiên vấn đề thực hiện hiệp hội chưa đủ mạnh để xứng đáng là một tổ chức đại diện những nhà sản xuất và xuất khẩu cà phê hiện nay.

– Hiện nay việc tranh mua, tranh bán của các hội viên xảy ra hàng ngày, không có sự đoàn kết cao đối với các nhà xuất khẩu Việt nam ,vấn đề thiếu hụt thông tin, cũng như sự chèn ép của các doanh nghiệp nước ngoài trong vấn đề chất lượng, thanh toán và nhận hàng ... Tuy nhiên hiệp hội chưa là một tổ chức đủ

manh để đứng ra hỗ trợ hội viên trong việc giải quyết các vấn đề trên. Chính vì vậy, trong thời gian tới đề nghị hiệp hội hàng tháng, hàng quý nên lấy ý kiến và những tâm tư nguyện vọng của các hội viên sau đó đứng ra tổ chức hội nghị mời các nhà nhập khẩu lại để kiến nghị họ thực hiện những điều mà hội viên đề nghị, giảm bớt đi những thiệt thòi trong quan hệ ngoại thương của các doanh nghiệp xuất khẩu, Hiệp hội nên tiến hành thảo luận ra một hợp đồng cà phê Việt Nam dựa trên những nguyên tắc thương mại quốc tế và luật pháp Việt Nam, cũng như những tiêu chuẩn về chất lượng Việt Nam nhằm làm cho các công ty xuất khẩu có nhiều thuận lợi hơn khi mà hợp đồng cà phê hiện nay chỉ áp dụng theo hợp đồng cà phê châu Âu có lợi cho nhà nhập khẩu.

– Dựa trên những kinh nghiệm của những quốc gia sản xuất cà phê khác, Hiệp hội nên lập nên những đề án hướng cho những nhà sản xuất cà phê việc phát triển sản xuất theo kiểu hiệp hội, hợp tác xã, nông trang, nông trại ... để được dễ dàng trong vấn đề phổ biến những thông tin, kiến thức về sản xuất, thị trường, cũng như dễ dàng cho vấn đề vay vốn, chế biến và thu hoạch sau này.

#### **3.4.2. Những kiến nghị đối với UBND các tỉnh có trồng cà phê như Daklak, Gia Lai- Kom tum, Lâm Đồng, Đồng Nai, Quảng trị.**

– UBND các tỉnh nên hỗ trợ các nhà sản xuất và xuất khẩu bằng cách đầu tư vào hệ thống giao thông công cộng; những tuyến đường quốc lộ chính để vận chuyển cà phê từ các tỉnh Tây Nguyên về Tp.Hồ Chí Minh bởi vì trong vụ mùa cao điểm thì vấn đề vận chuyển cà phê rất khó khăn lắm lúc làm phát sinh thêm chi phí xuất khẩu.

– Phối hợp với Vicofa trong việc định hướng phát triển sản xuất cho nông dân trồng cà phê theo kiểu hiệp hội, hợp tác xã, nông trang, nông trại.

– UBND tỉnh Đắk Lắk tạo điều kiện cho sở Thương mại nên sớm đưa chợ cà phê Buôn Ma Thuột vào hoạt động, vì một khi chợ cà phê đi vào hoạt động nó sẽ minh bạch trong vấn đề mua bán thu gom cà phê, hạn chế được những thiệt

thời của nông dân tránh tình trạng tranh mua, tranh bán của các tổ chức xuất khẩu cũng như các công ty nước ngoài.

### **3.4.3. Những kiến nghị đối với nhà nước:**

Thứ nhất: Hiện nay, cả nước có một số ít doanh nghiệp tham gia vào thị trường kỳ hạn thế giới thông qua dịch vụ của các ngân hàng Techcombank, BIDV và Công ty cổ phần môi giới thương mại Á châu thuộc Vietcombank. Bước đầu phương thức giao dịch này mang lại một số thành công cho các doanh nghiệp lớn, có năng lực tài chính và có kinh nghiệm kinh doanh trên thị trường nói chung. Tuy nhiên thời gian qua Nhà nước chưa quản lý lĩnh vực này nên nhiều doanh nghiệp chưa đủ năng lực, chưa đủ kinh nghiệm và sự hiểu biết nhất định về thị trường kỳ hạn vẫn “bon chen” tham gia vào và thậm chí còn tham gia vào cả thị trường NYBOT, thị trường cà phê Arabica trong khi Việt Nam chưa có đủ hàng thật Arabica. Kết quả là rất nhiều doanh nghiệp, đại lý và cả người dân thua lỗ nặng và thậm chí bị phá sản. Chính vì vậy nhà nước nên đưa ra những điều kiện cụ thể tạo điều kiện cho các doanh nghiệp có đủ điều kiện tham gia nhằm giảm thiểu những rủi ro trong kinh doanh hàng thật cũng đồng thời hạn chế những người tham gia khi không đủ tài lực và kiến thức cần thiết tham gia vào thị trường có những tiêu cực nhất định này.

Thứ hai: Vấn đề thông tin - Có thể nói vấn đề thông tin của ngành cà phê chúng ta hiện nay là rất yếu. Hiện tại thông tin về giá cả cà phê chúng ta cũng đã tiếp cận được các nguồn thông tin như Reuters, Coffee Network, TRX, và City Group ... để có được giá đóng cửa, giá mở cửa, số lượng giao dịch, số lượng tồn kho, và giá các phiên giao dịch hôm trước... Đồng thời cũng đã cung cấp thông tin về giá cả thu mua của một số mặt hàng cà phê giao dịch trên các thị trường chính như Đắk Lắk, Lâm Đồng, Gialai, Đắk Nông và TP. Hồ Chí Minh ...

Tuy nhiên những thông tin trên chưa quan trọng bằng việc khả năng dự báo thị trường, ngoài những thông tin trên chúng ta phải tiếp cận những thông tin về dự báo thời tiết tại những quốc gia sản xuất cà phê lớn trên thế giới như hiện

tượng sương muối, mưa bão, lũ lụt và hạn hán.. từ đó đưa ra những dự báo chính xác về thị trường cà phê. Thực tế cho thấy tại những vùng sản xuất cà phê trọng yếu chỉ cần có những nhận định bất lợi hay thuận lợi về tình hình thời tiết thì lập tức trong ngày hôm đó sẽ tác động mạnh đến giá cả của thị trường cà phê.

Do vậy để phân tích và xử lý những thông tin này một cách chính xác thì không dễ chút nào mà cần có một tổ chức mang tầm cỡ quốc, tập hợp những chuyên gia có kinh nghiệm trong lĩnh vực phân tích và dự báo thị trường để cung cấp những thông tin mới nhất cho những người dân và các doanh nghiệp xuất khẩu nhằm có những định hướng tốt cho việc sản xuất và xuất khẩu của ngành cà phê.

**Kết luận chương 3:** Chương ba là phần quan trọng nhất của đề tài nghiên cứu này, từ những mục tiêu cần đạt tới, dựa trên những định hướng phát triển của nền kinh tế, của Ngành cà phê, thực trạng rủi ro và các nguyên nhân rủi ro của các doanh nghiệp trong thời gian qua, tác giả đề xuất những giải pháp theo hướng ứng dụng những kinh nghiệm hoạt động của những doanh nghiệp kinh doanh quốc tế trong lĩnh vực cà phê; trong số những giải pháp trên có những giải pháp cực kỳ quan trọng như sự tham gia thị trường kỳ hạn để phòng ngừa rủi ro về giá, hay muốn phòng ngừa rủi ro một cách toàn diện trong lĩnh vực kinh doanh xuất khẩu hiện nay sớm phải làm tốt công tác tuyển dụng và đào tạo, lập bộ phận quản lý rủi ro để quản trị một cách toàn diện những rủi ro trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Bên cạnh đó tác giả cũng đưa ra một số kiến nghị đối với hiệp hội Vicofa trong việc giành lấy những thiệt thòi cho doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu; Đối với UBND các tỉnh trong việc định hướng cho nhân dân trong vấn đề sản xuất cũng như đầu tư tốt hệ thống hạ tầng giao thông nhằm giảm chi phí vận chuyển; ngoài ra cũng kiến nghị Nhà nước đưa ra hành lang pháp lý cho vấn đề kinh doanh thị trường kỳ hạn và cung cấp thông tin dự báo.



## KẾT LUẬN

Ngành cà phê Việt Nam đã mang lại gần 900 triệu USD nhờ hoạt động xuất khẩu, góp phần cho mục tiêu tăng trưởng kinh tế của quốc gia, góp phần quan trọng cho sự phát triển kinh tế xã hội của đất nước. Hiện nay, trong nền kinh tế thị trường theo hướng hội nhập quốc tế, các quy luật kinh tế khách quan của hội nhập chắc chắn sẽ tác động đến hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp; sẽ có nhiều cơ hội tốt hơn nhưng cũng không thể tránh khỏi những tổn thất có thể xảy ra trong hoạt động kinh doanh ngoại thương. Vì vậy, nâng cao hiệu quả hoạt động quản trị rủi ro trong kinh doanh xuất khẩu cà phê là vấn đề cấp thiết nhất hiện nay của các doanh nghiệp kinh doanh mặt hàng này.

Chính từ yêu cầu thực tiễn đó, luận văn đã hệ thống những vấn đề lý thuyết cơ bản về hoạt động quản trị rủi ro trong kinh doanh xuất khẩu và những đặt trưng của hoạt động kinh doanh xuất khẩu cà phê. Trên cơ sở phân tích thực trạng rủi ro trong kinh doanh của doanh nghiệp và với kết quả khảo sát điều tra, luận văn đã xác định được những nguyên nhân cơ bản dẫn đến rủi ro trong quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu cà phê của các doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian qua. Với các mục tiêu cần đạt được, dựa trên những căn cứ nhất định, luận văn đã đề nghị bốn giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả công tác quản trị rủi ro cho các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê trong thời gian tới.

Trên cơ sở lý luận và thực tiễn tại các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê, luận văn cũng đề xuất một số kiến nghị với mong muốn góp phần hỗ trợ cho những giải pháp trên phát huy được hiệu quả tối đa nhằm đảm bảo cho các doanh nghiệp hoạt động hiệu quả và phát triển bền vững.

Đây là một đề tài mang tính thực tiễn cao cho vấn đề hạn chế những rủi ro gặp phải trong hoạt động kinh doanh cà phê của các doanh nghiệp. Tuy nhiên, kinh doanh ngoại thương là một loại hình kinh doanh đặc biệt, hoạt động mang tính quốc tế bởi vậy còn rất nhiều rủi ro. Do đó, hướng tiếp theo tác giả sẽ nghiên cứu rộng hơn với tất cả các loại rủi ro trong hoạt động kinh doanh của ngành cà phê.

Do kinh nghiệm và kiến thức còn hạn chế, tác giả không thể tránh khỏi các thiếu sót khi thực hiện Luận văn này. Rất mong nhận được ý kiến đóng góp của Thầy Cô và các đồng nghiệp. Lĩnh vực nghiên cứu của tác giả cũng là vấn đề có tính thời sự cao trong ngành cà phê Việt Nam hiện nay, có thể tin chắc một điều nếu doanh nghiệp cà phê nào làm tốt công tác quản trị rủi ro chắc chắn doanh nghiệp đó sẽ thành công trong hoạt động kinh doanh xuất khẩu cà phê ở Việt nam hiện nay

Xin chân thành cảm ơn.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

### Phần 1: Tiếng Việt

- [1] TS. Ngô Thị Ngọc Huyền (2003), *Rủi ro kinh doanh*, NXB Thống kê.
- [2] TS. Nguyễn Anh Tuấn (2006), *Quản trị rủi ro trong kinh doanh ngoại thương*, NXB Lao động – xã hội.
- [3] Nguyễn Quang Thu (chủ biên) (1998), *Quản trị rủi ro*, NXB Giáo dục.
- [4] PGS. TS. Đoàn Thị Hồng Vân (2005), *Quản trị rủi ro và khủng hoảng*, NXB Thống kê.
- [5] PGS. TS. Đoàn Thị Hồng Vân (2000), *Kỹ thuật ngoại thương*, NXB Thống kê.
- [6] TS. Friender Rotzoll (2000), *Cẩm nang cà phê*, Hiệp hội cà phê Đức bản biên dịch do công ty Kraft Food Deutschland tài trợ.
- [7] Đậu Nguyễn Anh Tuấn, Luận văn thạc sĩ kinh tế (2004), đề tài: *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.*
- [8] Hiệp hội cà phê – cacao Việt Nam, báo cáo tổng kết niên vụ cà phê 2003-2004; 2004-2005; 2005-2006.
- [9] UBND tỉnh Đắk Lắk (2005) tài liệu hội thảo mua bán cà phê qua sở giao dịch quốc tế (LIFFE – NYBOT).
- [10] Sở thương mại tỉnh Đắk Lắk, báo cáo tình hình hoạt động của các doanh nghiệp tỉnh vụ 2003/04, 2004/05; 2005/06.
- [11] Một số báo cáo về tình hình khiếu nại và giải quyết khiếu nại của các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê.
- [12] Website Báo Điện tử – Thời báo kinh tế VN: [www.vneconomy.com.vn](http://www.vneconomy.com.vn)

- [13] Website Đại học Kinh tế TP HCM: [www.ueh.edu.vn](http://www.ueh.edu.vn)
- [14] Website hiệp hội cà phê – cacao Việt nam [www.vicofa.org.vn](http://www.vicofa.org.vn).
- [15] Website Tổ chức cà phê Thế giới [www.ico.org](http://www.ico.org).
- [16] Website Báo Tuổi Trẻ: [www.tuoitre.com.vn](http://www.tuoitre.com.vn)
- [17] Website Báo Thanh Niên Online: [www.thanhnien.com.vn](http://www.thanhnien.com.vn)

## **Phần 2: Tiếng nước ngoài:**

- [18] Jack D. Schwager, Complete Guide to the Futures Market (2000).
- [19] *Coffee market Annual Report (Crop 2003-04);(Crop 2004-05)*
- [20] *Coffee market Report (June,July,August,Sep 2006).*
- [21] *European coffee contract (2005) ECC.*

PHỤ LỤC 1:

*BẢNG THĂM DÒ Ý KIẾN VỀ QUẢN TRỊ RỦI RO TRONG QUÁ TRÌNH THỰC HIỆN HỢP ĐỒNG KINH DOANH XUẤT KHẨU CÀ PHÊ*

**Kính thưa quý Anh (Chị)**

Nhằm khảo sát thực tế về những rủi ro về quá trình thực hiện hợp đồng kinh doanh xuất khẩu cà phê và những nguyên nhân dẫn tới những rủi ro đó theo kinh nghiệm của các nhà lãnh đạo, các chuyên viên đang công tác tại các bộ phận và các phòng ban liên quan đến hoạt động kinh doanh xuất khẩu cà phê, tôi xin gửi tới quý Anh (Chị) bảng thăm dò ý kiến dưới đây. Rất mong quý Anh (Chị) bớt chút thời gian, vui lòng giúp tôi điền các câu trả lời vào bảng câu hỏi này.

Ý kiến của quý Anh (Chị) là những đóng góp vô cùng quý báu cho quá trình nghiên cứu của tôi. Tôi cam đoan sẽ giữ bí mật tuyệt đối những ý kiến đóng góp của quý Anh (Chị).

Xin chân thành cảm ơn quý Anh (Chị).

Người thực hiện

Nguyễn Hồng Hà

Phần 1: Thông tin về quý Anh (Chị)

Họ tên: .....

Chức vụ: .....

Nơi làm việc: .....

Phần 2: Các nhóm rủi ro và nguyên nhân gây ra rủi ro

*I. NHÓM RỦI RO TỪ PHÍA NHÀ CUNG ỨNG (NGƯỜI GOM HÀNG)*

Q1. Cơ quan của anh (chị) có gặp phải việc không giao hàng từ phía nhà cung ứng hay không?

- Có  Không

Nếu có thì theo anh (chị) nguyên nhân nào sau đây làm cho nhà cung ứng không giao hàng.

Q1.N1. Do vỡ nợ trong quá trình kinh doanh

Q1.N2. Do giá lên xuống đột biến

Xin vui lòng ghi thêm những nguyên nhân khác theo quan điểm của Anh (Chị):

.....  
.....  
.....

Q2. Cơ quan của anh(chị) có gặp phải việc giao hàng trễ từ phía nhà cung ứng hay không?

- Có  Không

Theo anh( chị) nguyên nhân nào sau đây gây ra việc giao hàng trễ từ nhà cung ứng

Q2.N1. Do thời tiết xấu – không dự đoán được.

Q2.N2. Do những điều kiện về giao thông – cơ sở hạ tầng.

Q2.N3. Do người cung cấp giao hàng cho doanh nghiệp khác.

Q2.N4. Do người cung cấp nội địa không thực hiện đúng cam kết.

\* Xin vui lòng ghi thêm những nguyên nhân khác theo quan điểm của Anh (Chị):

.....  
.....  
.....  
.....

Q3.Cơ quan anh(chị) có gặp phải việc giao hàng không đúng chất lượng từ nhà cung hay không?

Có  không

Nếu có theo anh (chị) nguyên nhân nào sau đây gây ra việc giao hàng không đúng chất lượng.

Q3.N1. Do thời tiết xấu – xảy ra đột xuất và kéo dài

Q3.N2. Do hệ thống máy móc sơ chế không tốt

Q3.N3. Do nhà cung ứng nội địa không thực hiện đúng cam kết.

\* Xin vui lòng ghi thêm những nguyên nhân khác theo quan điểm của Anh (Chị):

.....  
.....  
.....  
.....

**II. NHÓM NGUYÊN NHÂN TỪ PHÍA NGƯỜI MUA (NHÀ NHẬP KHẨU)**

Q4. Cơ quan của Anh (chị) có gặp phải rủi ro của việc không thanh toán từ phía nhà nhập hay không ?

Có  Không

Nếu có thì theo anh(chị) nguyên nhân nào sau đây họ không thanh toán

Q4.N1. Do bị phá sản

Q4.N2. Do giá xuống

Q4.N3. Do phương thức thanh toán có lợi cho người mua.

Xin vui lòng ghi thêm những nguyên nhân khác theo quan điểm của Anh (Chị):

.....  
.....  
.....

Q5. Cơ quan của anh(chị) có gặp phải rủi ro khiếu nại chất lượng từ phía khách hàng hay không?

Có  Không

Nếu có thì theo Anh (chị) nguyên nhân nào xảy ra việc khiếu nại chất lượng hàng hóa từ phía khách hàng?

Q5.N1. Do không nhất quán về phương thức giám định (việc thử nếm, việc bắt lỗi hạt đen vỡ, hạt nâu ....)

Q5.N2. Do sự giám sát không chắc chắn từ cơ quan giám định.

Xin vui lòng ghi thêm những nguyên nhân khác theo quan điểm của Anh (Chị):

.....  
.....  
.....

Q.6. Cơ quan của anh(chị) có gặp phải rủi ro khiếu nại trọng lượng từ phía khách hàng hay không?

Có  Không

Nếu có thì theo Anh (chị) nguyên nhân nào xảy ra việc khiếu nại trọng lượng hàng hóa từ phía khách hàng?



Q.6.N1. Do không nhất quán về phương thức giám định (cách thức cân hàng ở nơi đến khác với lúc xuất đi)

Q.6.N2. Do sự giám sát không chắc chắn từ cơ quan giám định.

Q.6.N3. Do sự cho phép hao hụt của quá thấp của hợp đồng cà phê Châu Âu (0.5%).

Xin vui lòng ghi thêm những nguyên nhân khác theo quan điểm của Anh (Chị):

.....  
.....  
.....  
.....

**III. NHÓM RỦI RO VÀNGUYÊN NHÂN TỪ CHÍNH NHÀ XUẤT KHẨU**

Q7. Cơ quan anh (chị) có gặp phải rủi ro trong quá trình làm thủ tục hải quan hay không?

- Có  Không

Nếu có theo anh (chị) những nguyên nhân nào sau đây gây ra rủi ro trong quá trình làm thủ tục hải quan

Q7.N1. Do sự quan liêu từ phía cán bộ hải quan

Q7.N2. Do sự chuẩn bị quá gấp từ khâu đóng hàng

Q7.N3. Do bị trục trặc trong quá trình vận chuyển từ kho hàng về cửa khẩu.

Xin vui lòng ghi thêm những nguyên nhân khác theo quan điểm của Anh (Chị):

.....  
.....  
.....

Q.8. Cơ quan anh(chị) có gặp phải rủi ro trong quá trình giao nhận hàng hóa hay không?

- Có  Không

Nếu có theo anh (chị) thì nguyên nhân nào sau đây gây ra rủi ro của việc giao nhận

Q8.N1. Do sự yếu kém trình độ chuyên môn của nhân viên giao nhận

Q8.N2. Do sự hướng dẫn không rõ ràng từ phía nhà nhập khẩu

Q8.N3. Do áp lực công việc trong quá trình đóng hàng của nhân viên

\* Xin vui lòng ghi thêm những nguyên nhân khác theo quan điểm của Anh (Chị):

.....  
.....  
.....  
.....

Q.9. Cơ quan của anh chị có bộ phận chuyên trách về quản trị rủi ro hay không?

- Có  Không

#### *IV. NHÓM NGUYÊN NHÂN THUỘC VỀ THỊ TRƯỜNG HÀNG HÓA*

Q.10. Cơ quan anh(chị)có gặp phải rủi ro tổn thất do sự biến động về giá cả hay không ?

- Có  Không

Nếu có theo anh (chị) nguyên nhân nào sau đây gây ra những rủi ro về giá cả.

Q10.N1. Do thông tin không đầy đủ, không chính xác.

Q10.N2. Do vào cao điểm của mùa vụ mà mua nhiều hàng sau đó mới bán (Mua trước – bán sau).

Q10.N3. Do yêu cầu mua hàng từ phía nhà nhập khẩu nhiều lúc

không có hàng vẫn bán và mua sau (Bán trước – mua sau) .

Q10.N4. Do sự tham gia vào thị trường cà phê của các quỹ đầu cơ lớn trên thế giới.

Q10.N5. Do sự tham gia của các nhà đầu cơ tại Việt Nam.

Q10.N6. Do sự tranh mua, tranh bán của các nhà xuất khẩu.

\* Xin vui lòng ghi thêm những nguyên nhân khác theo quan điểm của Anh

(Chị):

.....

.....

*Một lần nữa, xin trân trọng cảm ơn sự giúp đỡ và thời gian quý báu của quý Anh (Chị) đã giúp tôi hoàn thành bảng câu hỏi này ./.*

**PHỤ LỤC 02**

**DANH SÁCH DOANH NGHIỆP KINH DOANH CÀ PHÊ ĐƯỢC KHẢO SÁT**

<b>STT</b>	<b>NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI</b>	<b>Số phiếu thu nhận</b>	<b>Số phiếu không hợp lệ</b>	<b>Số phiếu hợp lệ</b>
<b>1</b>	<b>Công ty cổ phần ĐT-XNK cà phê Tây Nguyên</b>			
	- Ban Giám Đốc	1	0	1
	- Phòng kinh doanh	2	0	2
	- Chi nhánh Tại TP.Hồ Chí Minh	2	0	2
<b>2</b>	<b>Công ty TNHH một thành viên 2/9</b>			0
	- Ban Giám Đốc	1	0	1
	- Phòng kinh doanh	1	0	1
	- Chi nhánh Tại TP.Hồ Chí Minh	2	0	2
<b>3</b>	<b>Công ty Đầu tư -XNK Daklak</b>			0
	- Ban Giám Đốc	1	0	1
	- Phòng kinh doanh	1	0	1
	- Chi nhánh Tại TP.Hồ Chí Minh	2	0	2
<b>4</b>	<b>Công ty Intimex Hồ chí minh</b>			0
	- Ban Giám Đốc	1	0	1
	- Phòng kinh doanh	2	0	2
	- Bộ phận giao nhận	2	0	2
<b>5</b>	<b>Công ty thực phẩm miền Bắc</b>			0
	- Chi nhánh Tại TP.Hồ Chí Minh	2	0	2
<b>6</b>	<b>Công ty Tín nghĩa</b>			0
	- Ban Giám Đốc	1	0	1
	- Phòng kinh doanh	1	0	1
<b>7</b>	<b>Công ty XNK Tổng hợp I</b>			0
	- Ban Giám Đốc	1	1	0
	- Phòng kinh doanh	1	0	1
<b>8</b>	<b>Công ty TM và đầu tư PETEC</b>			0
	- Ban Giám Đốc	1	0	1
	- Phòng kinh doanh	1	0	1
<b>9</b>	<b>Công ty XNK Đà Nẵng</b>		0	0
	- Chi nhánh Tại TP.Hồ Chí Minh	2	0	2

<b>10</b>	<b>Công ty TNHH Neumann Gruppe Việt Nam</b>		0	0
	- Ban Giám Đốc	1	0	1
	- Bộ phận giao nhận	1	0	1
<b>11</b>	<b>Công ty Phước An</b>			0
	- Chi nhánh Tại TP.Hồ Chí Minh	2	1	1
<b>12</b>	<b>Công ty cà phê Krong Ana</b>			0
	- Chi nhánh Tại TP.Hồ Chí Minh	1	0	1
<b>13</b>	<b>Công ty TNHH Atlantic Việt Nam</b>			0
	- Ban Giám Đốc	1	0	1
	- Bộ phận giao nhận	1	0	1
<b>14</b>	<b>Công ty Mascopex</b>			0
	- Ban Giám Đốc	1	0	1
	- Chi nhánh Tại TP.Hồ Chí Minh	1	0	1
<b>15</b>	<b>Công ty Intimex Bình Dương</b>			0
	- Ban Giám Đốc	1	0	1
	- Bộ phận giao nhận	1	0	1
<b>16</b>	<b>Vinacoffexim</b>			0
	- Ban Giám Đốc	1	0	1
	- Bộ phận giao nhận	1	0	1
<b>17</b>	<b>Công ty Dak Man</b>			0
	- Ban Giám Đốc	1	0	1
	- Bộ phận giao nhận	1	0	1
<b>18</b>	<b>Pitco</b>			0
	- Ban Giám Đốc	1	0	1
	- Bộ phận giao nhận	2	0	2
<b>19</b>	<b>Olam Việt Nam</b>			0
	- Ban Giám Đốc	1	0	1
	- Bộ phận giao nhận	1	0	1
<b>20</b>	<b>Công ty xuất nhập khẩu PITCO</b>			0
	- Ban Giám Đốc	1	0	1
	- Bộ phận giao nhận	2	0	2
	<b>Tổng cộng</b>	<b>51</b>	<b>2</b>	<b>49</b>

102

2

Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả

**PHỤ LỤC 03**

<b>RỦI RO</b>	<b>CÓ</b>	<b>KHÔNG</b>	<b>TỶ LỆ (%)</b>
<b>Q10</b>	49	0	100.00
<b>Q6</b>	40	9	81.63
<b>Q2</b>	35	14	71.43
<b>Q3</b>	30	19	61.22
<b>Q8</b>	30	19	61.22
<b>Q5</b>	20	29	40.82
<b>Q1</b>	17	32	34.69
<b>Q7</b>	15	34	30.61
<b>Q4</b>	10	39	20.41
<b>Q9</b>	1	48	2.04

**Nguồn: Khảo sát  
tác giả**

**PHỤ LỤC 04**

<b>RỦI RO</b>	<b>CÓ</b>	<b>KHÔNG</b>	<b>TỶ LỆ (%)</b>
<b>Q.1</b>	<b>17</b>	32	<b>34.69</b>
Q1.N1	17	32	34.69
Q1.N2	20	29	40.82
<b>Q2</b>	<b>35</b>	14	<b>71.43</b>
Q2.N1	35	14	71.43
Q2.N2	25	24	51.02
Q2.N3	15	34	30.61
Q2.N4	20	29	40.82
<b>Q3</b>	<b>30</b>	19	<b>61.22</b>
Q3.N1	30	19	61.22
Q3.N2	25	24	51.02
Q3.N3	16	33	32.65
<b>Q4</b>	<b>10</b>	39	<b>20.41</b>
Q4.N1	10	39	20.41
Q4.N2	7	42	14.29
Q4.N3	20	29	40.82
<b>Q5</b>	<b>20</b>	29	<b>40.82</b>
Q5.N1	20	29	40.82
Q5.N2	11	38	22.45
<b>Q6</b>	<b>40</b>	9	<b>81.63</b>
Q6.N1	34	15	69.39
Q6.N2	19	30	38.78
Q6.N3	40	9	81.63
<b>Q7</b>	<b>15</b>	34	<b>30.61</b>
Q7.N1	15	34	30.61
Q7.N2	12	37	24.49
Q7.N3	13	36	26.53
<b>Q8</b>	<b>30</b>	19	<b>61.22</b>
Q8.N1	28	21	57.14
Q8.N2	10	39	20.41

**PHỤ LỤC 05**

<b>RỦI RO</b>	<b>CÓ</b>	<b>KHÔNG</b>	<b>TỶ LỆ (%)</b>
Q10.N1	49	0	100.00
Q10.N2	49	0	100.00
Q10.N3	49	0	100.00
Q10.N4	45	4	91.84
Q10.N5	42	7	85.71
Q6.N3	<b>40</b>	9	81.63
Q10.N6	40	9	81.63
Q2.N1	<b>35</b>	14	71.43
Q6.N1	<b>34</b>	15	69.39
Q3.N1	<b>30</b>	19	61.22
Q8.N1	<b>28</b>	21	57.14
Q2.N2	<b>25</b>	24	51.02
Q3.N2	<b>25</b>	24	51.02
Q1.N2	<b>20</b>	29	40.82
Q2.N4	<b>20</b>	29	40.82
Q4.N3	<b>20</b>	29	40.82
Q5.N1	<b>20</b>	29	40.82
Q6.N2	<b>19</b>	30	38.78
Q1.N1	<b>17</b>	32	34.69
Q3.N3	<b>16</b>	33	32.65
Q2.N3	<b>15</b>	34	30.61
Q7.N1	<b>15</b>	34	30.61
Q8.N3	<b>15</b>	34	30.61
Q7.N3	<b>13</b>	36	26.53
Q7.N2	<b>12</b>	37	24.49
Q5.N2	<b>11</b>	38	22.45
Q4.N1	<b>10</b>	39	20.41
Q8.N2	<b>10</b>	39	20.41
Q4.N2	<b>7</b>	42	14.29
<b>Nguồn: Khảo sát tác giả</b>			



**PHỤ LỤC:06**

**TỔNG SẢN LƯỢNG CỦA NHỮNG QUỐC GIA XUẤT KHẨU THÀNH VIÊN**

**ĐVT: Bao =  
60 Kgs**

<b>STT</b>	<b>NƯỚC</b>	<b>2003-2004</b>	<b>2004-2005</b>	<b>2005-2006</b>
1	<b>Angola</b>	38,000	15,000	20,000
2	<b>Benin</b>	-	-	1,000
3	<b>Bolivia</b>	125,000	161,000	115,000
4	<b>Brazil</b>	28,787,000	39,273,000	32,944,000
5	<b>Burundi</b>	470,000	350,000	384,000
6	<b>Cameroon</b>	900,000	727,000	1,000,000
7	<b>Central African Rep.</b>	43,000	61,000	100,000
8	<b>Colombia</b>	11,197,000	12,042,000	11,000,000
9	<b>Congo, D.R. of</b>	427,000	360,000	575,000
10	<b>Congo, Rep. of</b>	3,000	3,000	3,000
11	<b>Costa Rica</b>	1,783,000	1,887,000	1,778,000
12	<b>Cote d'Ivoire</b>	2,689,000	2,328,000	2,171,207
13	<b>Cuba</b>	224,000	242,000	229,000
14	<b>Dominican Republic</b>	361,000	481,000	471,000
15	<b>Ecuador</b>	766,000	938,000	1,125,000

16	<b>El Salvador</b>	1,477,000	1,438,000	1,371,700
17	<b>Equatorial Guinea</b>	-	-	3,000
18	<b>Ethiopia</b>	3,874,000	5,000,000	4,500,000
19	<b>Gabon</b>	-	-	2,000
20	<b>Ghana</b>	16,000	11,000	25,000
21	<b>Guatemala</b>	3,610,000	3,703,000	3,675,000
22	<b>Guinea</b>	407,000	245,000	310,000
23	<b>Haiti</b>	373,000	355,000	352,000
24	<b>Honduras</b>	2,968,000	2,575,000	2,990,000
25	<b>India</b>	4,495,000	3,844,000	4,630,000
26	<b>Indonesia</b>	6,571,000	7,536,000	8,340,000
27	<b>Jamaica</b>	36,000	26,000	35,192
28	<b>Kenya</b>	673,000	709,000	1,002,000
29	<b>Liberia</b>	5,000	6,000	10,000
30	<b>Madagascar</b>	434,000	388,000	425,000
31	<b>Malawi</b>	48,000	21,000	25,000
32	<b>Mexico</b>	4,550,000	3,407,000	4,200,000
33	<b>Nicaragua</b>	1,546,000	1,130,000	1,717,700
34	<b>Nigeria</b>	45,000	42,000	45,000

35	<b>Panama</b>	172,000	148,000	170,000
36	<b>Papua New Guinea</b>	1,155,000	997,000	1,267,000
37	<b>Paraguay</b>	52,000	26,000	51,000
38	<b>Peru</b>	2,616,000	3,355,000	2,420,000
39	<b>Philippines</b>	433,000	373,000	778,000
40	<b>Rwanda</b>	265,000	450,000	300,000
41	<b>Sierra Leone</b>	24,000	5,000	25,000
42	<b>Sri Lanka</b>	36,000	32,000	35,000
43	<b>Tanzania</b>	611,000	763,000	720,000
44	<b>Thailand</b>	827,000	884,000	763,850
45	<b>Togo</b>	144,000	166,000	168,333
46	<b>Trinidad and Tobago</b>	15,000	14,000	10,000
47	<b>Uganda</b>	2,598,000	2,593,000	2,366,190
48	<b>Venezuela</b>	786,000	701,000	820,000
49	<b>Vietnam</b>	15,230,000	13,844,000	11,000,000
50	<b>Zambia</b>	101,000	111,000	103,000
51	<b>Zimbabwe</b>	84,000	96,000	58,000
	<b>Totals</b>	<b>104,090,000</b>	<b>113,862,000</b>	<b>106,630,172</b>

Nguồn: Theo ICO

**PHỤ LỤC:07**

**TIÊU DÙNG NỘI ĐỊA CỦA NHỮNG QUỐC GIA XUẤT KHẨU THÀNH VIÊN**

**ĐVT: Bao =  
60 Kgs**

<b>STT</b>	<b>NƯỚC</b>	<b>2003-2004</b>	<b>2004-2005</b>	<b>2005-2006</b>
1	<b>Angola</b>	15,000	15,000	15,000
2	<b>Benin</b>	-	-	-
3	<b>Bolivia</b>	60,000	60,000	60,000
4	<b>Brazil</b>	14,200,000	14,900,000	15,950,000
5	<b>Burundi</b>	2,000	2,000	2,000
6	<b>Cameroon</b>	69,000	69,000	69,000
7	<b>Central African Rep.</b>	3,787	19,000	19,000
8	<b>Colombia</b>	1,400,000	1,400,000	1,400,000
9	<b>Congo, D.R. of</b>	200,000	200,000	200,000
10	<b>Congo, Rep. of</b>	3,000	3,000	3,000
11	<b>Costa Rica</b>	272,000	366,000	302,000
12	<b>Cote d'Ivoire</b>	316,667	316,667	316,667
13	<b>Cuba</b>	224,000	224,000	224,000
14	<b>Dominican Republic</b>	340,000	377,998	377,998
15	<b>Ecuador</b>	150,000	150,000	150,000

16	<b>El Salvador</b>	153,300	172,500	191,700
17	<b>Equatorial Guinea</b>	-	-	-
18	<b>Ethiopia</b>	1,833,000	1,833,000	1,833,000
19	<b>Gabon</b>	300	300	300
20	<b>Ghana</b>	1,000	1,590	1,590
21	<b>Guatemala</b>	300,000	300,000	300,000
22	<b>Guinea</b>	50,000	50,000	50,000
23	<b>Haiti</b>	340,000	340,000	340,000
24	<b>Honduras</b>	200,000	230,000	230,000
25	<b>India</b>	1,134,000	1,134,000	1,134,000
26	<b>Indonesia</b>	2,000,000	2,000,000	2,000,000
27	<b>Jamaica</b>	9,000	9,000	9,000
28	<b>Kenya</b>	50,000	50,000	50,000
29	<b>Liberia</b>	5,000	5,000	5,000
30	<b>Madagascar</b>	333,333	333,333	333,333
31	<b>Malawi</b>	1,000	1,000	1,000
32	<b>Mexico</b>	1,500,000	1,500,000	1,500,000
33	<b>Nicaragua</b>	190,225	190,225	190,225
34	<b>Nigeria</b>	40,000	40,000	40,000

35	<b>Panama</b>	67,000	67,000	67,000
36	<b>Papua New Guinea</b>	2,000	2,000	2,000
37	<b>Paraguay</b>	20,000	20,000	20,000
38	<b>Peru</b>	150,000	150,000	150,000
39	<b>Philippines</b>	917,000	917,000	917,000
40	<b>Rwanda</b>	333	1,000	1,000
41	<b>Sierra Leone</b>	5,000	5,000	5,000
42	<b>Sri Lanka</b>	30,000	30,000	30,000
43	<b>Tanzania</b>	27,000	36,667	46,667
44	<b>Thailand</b>	500,000	500,000	500,000
45	<b>Togo</b>	2,000	2,000	2,000
46	<b>Trinidad and Tobago</b>	14,000	14,000	14,000
47	<b>Uganda</b>	131,000	120,000	135,000
48	<b>Venezuela</b>	700,000	700,000	710,000
49	<b>Vietnam</b>	500,000	500,000	500,000
50	<b>Zambia</b>	600	600	600
51	<b>Zimbabwe</b>	4,000	4,000	4,000
	<b>Totals</b>	<b>28,465,545</b>	<b>29,361,880</b>	<b>30,402,080</b>

Nguồn: Theo ICO

**PHỤ LỤC:08**

**TỔNG LƯỢNG XUẤT KHẨU CỦA NHỮNG QUỐC GIA XUẤT KHẨU THÀNH VIÊN**

**ĐVT: Bao =  
60 Kgs**

<b>STT</b>	<b>NƯỚC</b>	<b>2003-2004</b>	<b>2004-2005</b>	<b>2005-2006</b>
1	Angola	13,013	4,770	4,965
2	Benin	-	-	-
3	Bolivia	64,823	100,859	55,000
4	Brazil	24,863,878	27,459,456	24,866,959
5	Burundi	323,691	476,719	366,291
6	Cameroon	831,282	658,382	619,004
7	Central African Rep.	68,276	41,715	43,000
8	Colombia	10,154,157	11,004,357	9,779,965
9	Congo, D.R. of	248,717	168,878	122,010
10	Congo, Rep. of	-	-	-
11	Costa Rica	1,505,432	1,509,842	1,145,289
12	Cote d'Ivoire	2,604,325	1,958,242	1,694,608
13	Cuba	29,507	32,984	14,583
14	Dominican Republic	77,901	40,841	92,892
15	Ecuador	627,790	761,435	1,001,548
16	El Salvador	1,346,897	1,311,973	1,202,432

17	Equatorial Guinea	-	-	-
18	Ethiopia	2,373,717	2,619,951	2,447,998
19	Gabon	-	-	391
20	Ghana	14,989	8,671	11,000
21	Guatemala	3,305,931	3,457,359	3,142,765
22	Guinea	386,710	195,263	261,000
23	Haiti	33,480	16,797	19,670
24	Honduras	2,793,760	2,395,233	2,857,358
25	India	3,826,272	2,710,150	3,286,712
26	Indonesia	4,821,076	5,822,439	6,475,906
27	Jamaica	26,623	20,957	19,076
28	Kenya	820,405	658,746	592,738
29	Liberia	80	780	-
30	Madagascar	122,254	85,444	82,583
31	Malawi	47,155	19,615	21,916
32	Mexico	2,421,719	1,907,350	2,303,576
33	Nicaragua	1,270,364	1,015,113	1,315,235
34	Nigeria	4,704	1,686	2,000
35	Panama	104,931	81,390	77,465



36	Papua New Guinea	1,152,093	1,010,907	1,252,469
37	Paraguay	37,727	10,241	29,123
38	Peru	2,479,986	3,305,154	2,273,049
39	Philippines	17,691	39,813	31,321
40	Rwanda	267,377	457,690	238,560
41	Sierra Leone	19,028	7,128	12,000
42	Sri Lanka	6,403	1,552	1,000
43	Tanzania	581,333	726,349	676,990
44	Thailand	348,600	342,100	591,417
45	Togo	151,509	149,587	105,416
46	Trinidad and Tobago	514	6	-
47	Uganda	2,523,062	2,488,819	1,843,430
48	Venezuela	185,694	101,379	104,000
49	Vietnam	14,497,173	13,994,097	12,353,462
50	Zambia	99,733	109,777	102,337
51	Zimbabwe	80,074	91,914	54,222
	Totals	<b>87,581,856</b>	<b>89,383,910</b>	<b>83,594,731</b>

Nguồn: Theo ICO

**PHU LỤC:09**

**TỔNG LƯỢNG NHẬP KHẨU CỦA NHỮNG QUỐC GIA NHẬP KHẨU  
THÀNH VIÊN**

**ĐVT: Bao =  
60 Kgs**

<b>STT</b>	<b>NƯỚC</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
1	<b>Austria</b>	651,917	584,169	864,715
2	<b>Belgium/Luxembourg</b>	2,261,788	2,665,153	3,116,043
3	<b>Cyprus</b>	5,725	6,545	9,521
4	<b>Czech Republic</b>	457,248	483,338	665,967
5	<b>Denmark</b>	285,156	286,598	221,000
6	<b>Estonia</b>	19,444	47,680	79,087
7	<b>Finland</b>	122,337	128,666	112,247
8	<b>France</b>	1,456,771	1,163,292	1,060,045
9	<b>Germany</b>	6,911,262	7,454,727	8,961,081
10	<b>Greece</b>	70,324	71,659	62,286
11	<b>Hungary</b>	342,109	524,407	579,762
12	<b>Ireland</b>	75,686	45,648	30,386
13	<b>Italy</b>	1,452,761	1,659,127	1,847,938
14	<b>Japan</b>	136,801	86,935	65,726
15	<b>Latvia</b>	27,350	38,353	54,312

16	<b>Lithuania</b>	48,908	67,447	95,130
17	<b>Malta</b>	80	66	-
18	<b>Netherlands</b>	1,471,378	1,710,921	1,622,361
19	<b>Norway</b>	7,600	5,587	9,635
20	<b>Poland</b>	682,175	670,260	782,736
21	<b>Portugal</b>	109,703	82,409	107,144
22	<b>Slovakia</b>	19,305	15,340	14,417
23	<b>Slovenia</b>	11,207	19,618	10,235
24	<b>Spain</b>	1,386,247	1,458,563	1,473,309
25	<b>Sweden</b>	268,817	271,642	536,888
26	<b>Switzerland</b>	443,546	534,654	568,467
27	<b>U.S.A.</b>	2,633,019	2,937,209	2,827,707
28	<b>United Kingdom</b>	884,845	1,011,446	1,226,193
29	<b>Totals</b>	<b>22,243,509</b>	<b>24,031,459</b>	<b>27,004,338</b>

Nguồn: Theo ICO

**PHỤ LỤC:10**

**TÁI XUẤT KHẨU CỦA NHỮNG QUỐC GIA NHẬP KHẨU THÀNH VIÊN**

**ĐVT: Bao =  
60 Kgs**

<b>STT</b>	<b>NƯỚC</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
1	Austria	1,404,528	1,616,098	1,673,922
2	Belgium/Luxembourg	3,981,081	4,123,121	4,423,534
3	Cyprus	60,108	64,014	80,099
4	Czech Republic	1,013,373	1,029,027	1,200,385
5	Denmark	1,010,494	1,135,483	1,035,314
6	Estonia	137,156	180,966	228,752
7	Finland	1,110,686	1,159,050	1,160,110
8	France	6,816,353	6,135,137	6,012,503
9	Germany	15,987,261	17,631,844	17,012,699
10	Greece	1,073,451	999,242	973,140
11	Hungary	953,408	1,084,941	971,541
12	Ireland	227,803	265,712	253,944
13	Italy	6,955,644	7,063,962	7,307,629
14	Japan	6,922,573	7,253,915	7,506,962
15	Latvia	196,739	205,510	220,403
16	Lithuania	237,655	301,836	345,992

17	Malta	33,896	25,572	23,445
18	Netherlands	3,298,451	3,309,735	3,075,885
19	Norway	689,665	715,244	752,796
20	Poland	2,778,173	2,872,135	2,916,170
21	Portugal	854,827	853,238	856,285
22	Slovakia	337,292	334,415	382,093
23	Slovenia	193,339	214,672	209,797
24	Spain	4,212,147	4,249,345	4,432,798
25	Sweden	1,450,289	1,513,358	1,698,805
26	Switzerland	1,334,217	1,248,324	1,641,049
27	U.S.A.	22,907,630	23,305,325	23,191,150
28	United Kingdom	3,080,631	3,434,098	3,489,890
29	Totals	89,258,870	92,325,319	93,077,092

Nguồn: Theo ICO

**PHU LUC 11:**

**SO SÁNH KẾT QUẢ XUẤT KHẨU CÀ PHÊ NIÊN VỤ 2003/04 -2004/05**

(Thống kê theo chứng chỉ xuất xứ- cà phê nhân sống)

Tháng	Niên vụ 2003/04			Niên vụ 2004/05			So sánh (%)		
	Số lượng (Tấn)	Trị giá (USD)	Giá b/q (USD/T)	Số lượng (Tấn)	Trị giá (USD)	Giá b/q (USD/T)	Số lượng (Tấn)	Trị giá (USD)	Giá b/q (USD/T)
10	46,029	30,001,638	651.8	65,474	40,077,916	612.1	42.2	33.6	-6.1
11	55,266	34,787,993	629.5	55,292	33,940,074	613.8	0.0	-2.4	-2.5
12	84,624	53,461,430	631.8	87,242	55,639,710	637.8	3.1	4.1	1.0
<b>Quý IV</b>	<b>185,919</b>	<b>118,251,061</b>	<b>636.0</b>	<b>208,008</b>	<b>129,657,701</b>	<b>623.3</b>	<b>11.9</b>	<b>9.6</b>	<b>-2</b>
1	68,815	44,114,705	641.1	81,807	53,897,100	658.8	18.9	22.2	2.8
2	86,570	57,439,162	663.5	63,754	42,879,100	672.6	-26.4	-25.3	1.4
3	83,000	54,509,033	656.7	81,622	59,791,187	732.5	-1.7	9.7	11.5
<b>Quý I</b>	<b>238,385</b>	<b>156,062,900</b>	<b>654.7</b>	<b>227,183</b>	<b>156,567,405</b>	<b>689.2</b>	<b>-4.7</b>	<b>0.3</b>	<b>5.3</b>
4	82,940	54,343,678	655.2	82,433	62,583,621	759.2	-0.6	15.2	15.9
5	78,582	51,933,539	660.9	71,138	58,957,890	828.8	-9.5	13.5	25.4
6	118,731	78,797,170	663.7	70,493	59,253,890	835.2	-40.2	-20.6	25.9
<b>Quý II</b>	<b>280,253</b>	<b>185,074,387</b>	<b>660.4</b>	<b>224,514</b>	<b>180,795,401</b>	<b>805.3</b>	<b>-19.9</b>	<b>-2.3</b>	<b>21.9</b>
7	55,829	36,883,303	660.6	65,106	53,957,070	828.8	16.6	46.3	25.4
8	51,144	33,022,482	645.7	57,626	48,396,333	839.8	12.7	46.6	30.1
9	56,086	35,386,587	630.9	54,681	42,768,694	782.1	-2.5	20.9	24
<b>Quý III</b>	<b>163,059</b>	<b>105,292,372</b>	<b>645.7</b>	<b>177,413</b>	<b>145,122,097</b>	<b>818.0</b>	<b>8.8</b>	<b>37.8</b>	<b>26.7</b>
<b>Tổng niên vụ</b>	<b>867,616</b>	<b>564,680,720</b>	<b>650.8</b>	<b>837,118</b>	<b>612,142,604</b>	<b>731.3</b>	<b>-3.5</b>	<b>8.4</b>	<b>12.4</b>
<b>Cả năm 2004</b>	<b>889,705</b>	<b>576,087,360</b>	<b>647.5</b>						
<b>Cả năm 2005</b>	<b>803,647</b>	<b>634,230,772</b>	<b>789.2</b>						

Nguồn: theo Vicofa

**PHU LUC 12:**

**SO SÁNH KẾT QUẢ XUẤT KHẨU CÀ PHÊ NIÊN VỤ 2003/04 -2004/05**  
(Thống kê theo chứng chỉ xuất xứ- cà phê nhân sống)

Tháng	Số lượng (Tấn)	Trị giá (USD)	Giá b/q (USD/T)	Số lượng (Tấn)	Trị giá (USD)	Giá b/q (USD/T)	Số lượng (Tấn)	Trị giá (USD)	Giá b/q (USD/T)
10	65,474	40,077,916	612.1	56,522	45,970,678	813.3	-13.7	14.7	32.9
11	55,292	33,940,074	613.8	54,977	45,790,063	832.9	-0.6	34.9	35.7
12	87,242	55,639,710	637.8	63,038	57,305,443	909.1	-27.7	3.0	42.5
<b>Quý IV</b>	<b>208,008</b>	<b>129,657,701</b>	<b>623.3</b>	<b>174,537</b>	<b>149,066,184</b>	<b>854.1</b>	<b>-16.1</b>	<b>15.0</b>	<b>37.0</b>
1	81,807	53,897,100	658.8	64,289	66,030,133	1027.1	-21.4	22.5	55.9
2	63,754	42,879,100	672.6	52,289	55,480,035	1061	-18.0	29.4	57.8
3	81,622	59,791,187	732.5	79,613	89,008,222	1118.0	-2.5	48.9	52.6
<b>Quý I</b>	<b>227,183</b>	<b>156,567,405</b>	<b>689.2</b>	<b>196,191</b>	<b>210,518,389</b>	<b>1073.0</b>	<b>-13.6</b>	<b>34.5</b>	<b>55.7</b>
4	82,433	62,583,621	759.2	73,172	81,795,192	1117.8	-11.2	30.7	47.2
5	71,138	58,957,890	828.8	81,034	92,606,346	1142.8	13.9	57.1	37.9
6	70,493	59,253,890	835.2	74,676	85,988,349	1151.5	5.3	45.1	37.9
<b>Quý II</b>	<b>224,514</b>	<b>180,795,401</b>	<b>805.3</b>	<b>228,882</b>	<b>260,389,887</b>	<b>1137.7</b>	<b>1.9</b>	<b>44.0</b>	<b>41.3</b>
7	65,106	53,957,070	828.8	58,356	68,322,621	1170.8	-10.37	26.62	41.26
8	57,626	48,396,333	839.8	83,729	100,939,495	1205.6	45.30	108.57	43.55
9	54,681	45,448,739	831.2	53,551	67,844,297	1266.9	-2.07	49.28	52.42
<b>Quý III</b>	<b>177,413</b>	<b>147,801,782</b>	<b>833.1</b>	<b>195,636</b>	<b>237,106,413</b>	<b>1214.4</b>	<b>10.27</b>	<b>60.42</b>	<b>45.77</b>
<b>Tổng niên vụ</b>	<b>837,118</b>	<b>614,822,289</b>	<b>734.5</b>	<b>795,246</b>	<b>857,080,873</b>	<b>1069.0</b>	<b>-5.00</b>	<b>39.40</b>	<b>45.54</b>
<b>Cả năm 2004</b>	<b>889,705</b>	<b>576,087,360</b>	<b>647.5</b>						
<b>Cả năm 2005</b>	<b>803,647</b>	<b>634,230,772</b>	<b>789.2</b>						

Nguồn: theo Vicofa

**PHỤ LỤC 13:**

**THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU CÀ PHÊ NHÂN NIÊN VỤ 2004/05 THEO (C/O)**

<b>TT</b>	<b>NƯỚC NHẬP KHẨU</b>	<b>SỐ LƯỢNG(Kg)</b>	<b>TRỊ GIÁ(USD)</b>	<b>GIÁ B/Q(usd/Kg)</b>	<b>THỊ PHẦN(%)</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
1	GERMANY	127,852,535	90,189,156.27	0.71	15.33
2	USA	117,519,461	85,760,701.47	0.73	14.09
3	ITALY	95,666,994	73,352,543.21	0.77	11.47
4	SPAIN	68,262,507	51,205,856.60	0.75	8.18
5	KOREA	34,511,900	23,807,901.82	0.69	4.14
6	UNITED KINGDOM	27,940,329	19,333,050.23	0.69	3.35
7	PHILIPPINES	26,864,475	19,254,920.21	0.72	3.22
8	FRANCE	26,264,944	18,574,501.03	0.71	3.15
9	JAPAN	25,800,394	21,126,027.53	0.82	3.09
10	INDIA	22,907,784	15,822,985.55	0.69	2.75
11	BELGIUM	21,807,088	16,092,494.76	0.74	2.61
12	ECUADOR	21,594,800	14,914,889.34	0.69	2.59
13	POLAND	19,847,377	13,328,659.90	0.67	2.38
14	AUSTRALIA	17,645,974	13,961,096.76	0.79	2.12
15	NETHERLANDS	12,583,482	9,751,282.18	0.77	1.51
16	CANADA	12,478,510	9,455,851.29	0.76	1.50
17	SOUTH AFRICA	12,392,488	9,209,306.57	0.74	1.49
18	MEXICO			0.73	1.48



		12,321,049	9,011,241.88		
19	MALAYSIA	10,170,559	7,659,278.81	0.75	1.22
20	ALGERIA	10,090,441	8,582,991.24	0.85	1.21
21	ISRAEL	9,349,182	6,225,201.77	0.67	1.12
22	CHINA	8,610,855	6,109,256.04	0.71	1.03
23	ROMANIA	8,092,926	5,811,725.94	0.72	0.97
24	CHILE	6,814,103	4,307,032.81	0.63	0.82
25	MOROCCO	6,694,139	5,171,194.59	0.77	0.80
26	CUBA	6,591,025	5,929,247.43	0.9	0.79
27	PORTUGAL	5,136,767	4,332,509.00	0.84	0.62
28	SINGAPORE	4,948,927	3,553,899.58	0.72	0.59
29	HUNGARY	3,872,046	2,802,341.27	0.72	0.46
30	GREECE	3,711,318	2,897,071.39	0.78	0.44
31	RUSSIA	3,574,579	2,481,625.20	0.69	0.43
32	DENMARK	3,295,439	2,420,790.74	0.73	0.40
33	GEORGIA	3,163,781	2,333,389.31	0.74	0.38
34	BULGARIA	3,160,970	2,164,147.74	0.68	0.38
35	SLOVENIA	2,957,890	2,335,409.81	0.79	0.35
36	CZECH	2,850,740	1,956,026.75	0.69	0.34
37	TAIWAN	2,201,732	1,995,298.95	0.91	0.26
38	NEW ZEA LAND	2,053,986	1,690,224.77	0.82	0.25
39	NICARAGUA			0.65	0.23

		1,881,600	1,223,268.60		
40	JORDAN	1,878,445	1,352,225.25	0.72	0.23
41	ESTONIA	1,777,642	1,206,330.41	0.68	0.21
42	SYRIA	1,574,037	1,261,945.48	0.8	0.19
43	PERU	1,435,180	1,157,939.17	0.81	0.17
44	SWEDEN	1,342,823	1,103,638.76	0.82	0.16
45	EGYPT	1,175,099	796,233.55	0.68	0.14
46	SWITZERLAND	1,166,526	864,766.79	0.74	0.14
47	CROATIA	1,155,600	1,046,577.97	0.91	0.14
48	SAUDI ARABIA	1,063,200	944,590.00	0.89	0.13
49	LEBANON	1,037,773	750,119.93	0.72	0.12
50	LAVIA	938,523	669,185.92	0.71	0.11
51	OMAN	837,415	731,603.35	0.87	0.10
52	U.A.E.	775,692	687,501.76	0.89	0.09
53	UCRAINA	706,647	603,370.80	0.85	0.08
54	AUSTRIA	790,382	505,978.46	0.64	0.09
55	COLOMBIA	641,349	556,037.31	0.87	0.08
56	SLOVAKIA	614,400	539,009.66	0.88	0.07
57	HONG KONG	440,352	352,812.65	0.8	0.05
58	TUNISIA	397,381	262,784.19	0.66	0.05
59	ARGENTINA	344,753	218,715.05	0.63	0.04
60	LIBYA			0.66	0.02

		128,841	84,777.38		
61	FINLAND	120,351	84,861.32	0.71	0.01
62	THAILAND	108,000	63,504.00	0.59	0.01
63	NORWAY	83,983	74,812.21	0.89	0.01
64	TURKEY	57,600	43,200.00	0.75	0.01
65	ARMENIA	54,000	58,050.00	1.08	0.01
66	KUWAIT	38,400	40,896.00	1.07	0.00
67	MACAU	38,100	38,838.00	1.02	0.00
		<b>834,081,660</b>	<b>612,154,614.05</b>	<b>0.73</b>	100.00

Nguồn: theo Vicofa

**PHỤ LỤC 14:**

**20 NƯỚC NHẬP KHẨU CÀ PHÊ NHÂN LỚN NHẤT NIÊN VỤ 2004/05 THEO  
(C/O)**

<b>TT</b>	<b>NƯỚC NHẬP KHẨU</b>	<b>SỐ LƯỢNG(Kg)</b>	<b>TRỊ GIÁ(USD)</b>	<b>GIÁ B/Q(usd/Kg)</b>	<b>THỊ PHẦN(%)</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
1	GERMANY	127,852,535	90,189,156.27	0.71	15.33
2	USA	117,519,461	85,760,701.47	0.73	14.09
3	ITALY	95,666,994	73,352,543.21	0.77	11.47
4	SPAIN	68,262,507	51,205,856.60	0.75	8.18
5	KOREA	34,511,900	23,807,901.82	0.69	4.14
6	UNITED KINGDOM	27,940,329	19,333,050.23	0.69	3.35
7	PHILIPPINES	26,864,475	19,254,920.21	0.72	3.22
8	FRANCE	26,264,944	18,574,501.03	0.71	3.15
9	JAPAN	25,800,394	21,126,027.53	0.82	3.09
10	INDIA	22,907,784	15,822,985.55	0.69	2.75
11	BELGIUM	21,807,088	16,092,494.76	0.74	2.61
12	ECUADOR	21,594,800	14,914,889.34	0.69	2.59
13	POLAND	19,847,377	13,328,659.90	0.67	2.38
14	AUSTRALIA	17,645,974	13,961,096.76	0.79	2.12
15	NETHERLANDS	12,583,482	9,751,282.18	0.77	1.51
16	CANADA			0.76	1.50

		12,478,510	9,455,851.29		
17	SOUTH AFRICA	12,392,488	9,209,306.57	0.74	1.49
18	MEXICO	12,321,049	9,011,241.88	0.73	1.48
19	MALAYSIA	10,170,559	7,659,278.81	0.75	1.22
20	ALGERIA	10,090,441	8,582,991.24	0.85	1.21
<b>CỘNG 20 NƯỚC</b>		<b>724,523,094</b>	<b>530,394,740.65</b>	<b>0.73</b>	<b>86.86</b>
<b>TỔNG LƯỢNG NHẬP KHẨU</b>		<b>834,081,660</b>	<b>612,154,614.05</b>	<b>0.73</b>	<b>100.00</b>

Nguồn: theo Vicofa

**PHỤ LỤC 15:**

**BÁO CÁO XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA HỘI VIÊN NIÊN VỤ 2004/05**

<b>TT</b>	<b>Tên Công ty</b>	<b>SỐ LƯỢNG (Tấn)</b>	<b>Kim ngạch (USD)</b>	<b>GIÁ B/Q (USD/Tấn)</b>	<b>THỊ PHẦN (%)</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
1	VINACAFE	<b>218,094.72</b>	<b>164,566,641</b>	<b>754.56</b>	<b>29.71</b>
	Trong đó				
2	Cty CP Đt-XNK CF Tây Nguyên	167,505.00	123,311,468	736.17	22.82
3	MASCOPEX	25,851.03	19,159,166	741.14	3.52
4	VINACOFEXIM	9,999.25	7,037,512	703.80	1.36
5	VINACAFE II NHA TRANG	5,205.00	4,985,829	957.89	0.71
6	VIET ĐỨC COFFXIM	339.00	216,114	637.50	0.05
7	Công ty 2/9	79,810.11	60,744,437	761.11	10.87
8	INEXIM DAKLAK	43,528.82	30,370,266	697.70	5.93
9	INTIMEX	124,267.37	93,904,849	755.67	16.93
10	Cty thực phẩm Miền Bắc	53,278.38	43,126,991	809.47	7.26
11	Công ty Tín Nghĩa	35,165.52	25,229,806	717.46	4.79
12	Cty XNK Đà Nẵng	15,102.10	13,228,893	875.96	2.06
13	Cty CP Dịch vụ Phú Nhuận	10,767.43	8,395,470	779.71	1.47
14	Cty cà phê Phước An	7,371.71	5,399,274	732.43	1.00

15	AGREX Sài Gòn	7,701.00	5,882,714	763.89	1.05
16	Cty SX & TM Thái Hòa	4,934.24	5,698,959	1154.98	0.67
17	Centrimex (TH3)	2,082.90	1,389,531	667.11	0.28
18	TCT Rau quả Việt Nam	4,941.18	3,109,535	629.31	0.67
19	Cty XNK NS TP TP.HCM	1,606.64	986,034	613.72	0.22
20	Cty cổ phần Nam Hà Nội	2,025.23	1,335,402	659.38	0.28
21	Cty Tmại XNK Gia Lai	1,569.54	1,165,165	742.36	0.21
22	Cty Thăng lợi Đăklăk	5,079.60	4,429,074	871.93	0.69
23	Cty cà phê Krông Ana	2,293.80	980,452	427.44	0.31
24	Cty cà phê Buôn Ma thuột	2,129.39	1,389,755	652.65	0.29
25	Cty cà phê Gia lai	1,438.28	927,502	644.87	0.20
26	Cty TNHH Ngô Gia	826.50	584,495	707.19	0.11
27	Cty cà phê thành 10	775.20			0.11
28	Cty SX KD & XNK Phú Yên	520.20	303,272	582.99	0.07
29	Cty XNK Chính Lâm	593.70			0.08
30	Gelexim	373.29			0.05
31	Cty TNHH Hưng Bình	363.20	237,627	654.26	0.05
32	Cty cà phê Sơn La	230.40	309,600	1343.75	0.03
33	Donimex	190.55	114,459	600.68	0.03

34	Cty thương mại Đồng Nai	126.00	90,090	715.00	0.02
35	Vinacafe I	127.00	119,283	939.24	0.02
36	Cty XNK Tổng hợp I	47,618.17	37,945,012	796.86	6.49
37	Cty cà phê IASAO	1,549.81	1,300,727	839.28	0.21
38	Cty TMKT và đầu tư Petec	18,083.00	14,522,558	803.11	2.46
	<b>Thành viên liên kết</b>	<b>685,369.54</b>	<b>526,790,837</b>	<b>768.62</b>	<b>93.35</b>
39	Cong ty Dak Man	32,801.00	23,269,662	709.42	4.47
40	Vinacof	15,997.00	10,949,454	684.47	2.18
	<b>TỔNG CỘNG</b>	<b>734,167.54</b>	<b>561,009,953</b>		<b>100.00</b>

Nguồn: theo Vicofa














**PHỤ LỤC 16:**  
**CÁC DOANH NGHIỆP CÓ VỐN NƯỚC NGOÀI XUẤT KHẨU NIÊN VỤ**  
**2004/05**

<b>TT</b>	<b>Tên Công ty</b>	<b>SỐ LƯỢNG (Tấn)</b>	<b>Kim ngạch (USD)</b>	<b>GIÁ B/Q (USD/Tấn)</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	Công ty liên doanh DAKMAN	32,801.00	23,269,662	709.42
2	Công ty Olam Việt Nam	34,894.00	27,559,123	789.80
3	Công ty Neumann Grouppe Việt Nam	19,937.00	16,243,965	814.76
4	Công ty Vinacof	15,997.00	10,949,454	684.47
5	Công ty Atlantic Việt Nam	29,698.00	22,709,477	764.68
<b>TỔNG CỘNG</b>		<b>133,327.00</b>	<b>100,731,681</b>	<b>755.52</b>

Nguồn: theo Vicofa

**PHỤ LỤC 17:**

	Symbol	Contract	Month	Time	Last	Chg	Open	High	Low
<b>ManFinancial</b> 									
	<a href="#">LKDF07 [15]</a>	Coffee (\$)	Jan '07	17:05:39	<b>1604</b> <sub>s</sub>	<b>13</b>	1597	1606	1587
	<a href="#">LKDH07 [15]</a>	Coffee (\$)	Mar '07	17:05:40	<b>1611</b> <sub>s</sub>	<b>6</b>	1605	1615	1598
	<a href="#">LKDK07 [15]</a>	Coffee (\$)	May '07	17:05:40	<b>1586</b> <sub>s</sub>	<b>1</b>	1590	1594	1577
	<a href="#">LKDN07 [15]</a>	Coffee (\$)	Jul '07	17:05:40	<b>1571</b> <sub>s</sub>	<b>1</b>	1570	1571	1567
	<a href="#">LKDU07 [15]</a>	Coffee (\$)	Sep '07	17:05:40	<b>1552</b> <sub>s</sub>	<b>0</b>	1556	1559	1551
	<a href="#">LKDX07 [15]</a>	Coffee (\$)	Nov '07	17:05:40	<b>1527</b> <sub>s</sub>	<b>-3</b>	1535	1535	1527
	<a href="#">LKDF08 [15]</a>	Coffee (\$)	Jan '08	17:05:40	<b>1511</b> <sub>s</sub>	<b>-3</b>	1512	1512	1511
	<a href="#">LKDH08 [15]</a>	Coffee (\$)	Mar '08	17:05:40	<b>1506</b> <sub>s</sub>	<b>-3</b>		1506	1506
	<a href="#">LKDK08 [15]</a>	Coffee (\$)	May '08	17:05:40	<b>1501</b> <sub>s</sub>	<b>-4</b>		1501	1501
	<a href="#">LKDN08 [15]</a>	Coffee (\$)	Jul '08	17:05:40	<b>1501</b> <sub>s</sub>	<b>-4</b>		1501	1501

**BẢNG GIÁ ĐÓNG CỦA NGÀY 28 THÁNG 12 NĂM 2006 CỦA THỊ**

**TRƯỜNG LIFFE**