

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

LỮ BÁ VĂN

**RỦI RO TRONG SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU
CÀ PHÊ CỦA VIỆT NAM- THỰC TRẠNG
VÀ GIẢI PHÁP**

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh
Mã số: 60.34.05

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:
TS. NGÔ QUANG HUÂN**

TP. HỒ CHÍ MINH - NĂM 2007

MỤC LỤC

Trang

LỜI MỞ ĐẦU

1. Sự cần thiết của đề tài
2. Mục tiêu nghiên cứu
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu
4. Phương pháp nghiên cứu
5. Những điểm nổi bật
6. Kết cấu của luận văn

CHƯƠNG I: NHỮNG LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ RỦI RO VÀ QUẢN TRỊ RỦI RO TRONG SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU CÀ PHÊ

1.1 NHỮNG LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ RỦI RO VÀ QUẢN TRỊ RỦI RO.....	1
1.1.1 Các khái niệm cơ bản về rủi ro và phân loại rủi ro	1
1.1.1.1 Các khái niệm về rủi ro, tổn thất	1
1.1.1.2 Phân loại rủi ro	2
1.1.2 Khái niệm về bất định và các mức độ về bất định	3
1.1.2.1 Khái niệm về sự bất định (unstable):	3
1.1.2.2 Các mức độ về bất định:	4
1.1.3 Chi phí của rủi ro và bất định:	4
1.1.4 Mối quan hệ giữa rủi ro và tổn thất; mối quan hệ giữa sự bất định, thông tin và truyền thông	6
1.1.5 Quản trị rủi ro	7
1.1.5.1 Khái niệm quản trị rủi ro	7
1.1.5.2 Các yếu tố cơ bản của quản trị rủi ro	7
1.2 CÁC VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ KINH DOANH QUỐC TẾ	11
1.2.1 Môi trường kinh doanh quốc tế	11
1.2.1.1 Các lý thuyết về mậu dịch quốc tế	11

1.2.1.2 Các rào cản mậu dịch trong kinh doanh quốc tế	14
1.2.1.3 Môi trường kinh tế-chính trị	15
1.2.2 Rủi ro, tổn thất điển hình trong kinh doanh quốc tế	18
1.2.2.1 Rủi ro, tổn thất do sự biến đổi thất thường của cung, cầu và giá cả hàng hóa trên thị trường thế giới	18
1.2.2.2 Rủi ro, tổn thất do biến động của tỷ giá hối đoái	18
1.2.2.3 Rủi ro, tổn thất trong thanh toán quốc tế	19
1.2.2.4 Rủi ro phá sản	19
1.2.2.5 Rủi ro do hạn chế trình độ chuyên môn nghiệp vụ	19
1.2.2.5 Rủi ro do tranh chấp, kiện tụng	20
1.2.2.6 Rủi ro pháp lý	20
1.3 VÀI NÉT VỀ THỊ TRƯỜNG CÀ PHÊ TRÊN THẾ GIỚI	20
1.3.1 Giới thiệu về sản giao dịch cà phê thế giới	20
1.3.1.1 Sàn giao dịch cà phê London	20
1.3.1.2 Sàn giao dịch cà phê New york	21
1.3.2 Các phương thức mua bán cà phê trên thị trường thế giới	22
1.3.2.1 Giao ngay (outright - giá cố định, thời gian giao hàng cố định)	22
1.3.2.2 Giao kỳ hạn- hợp đồng bán theo phương thức trừ lùi chốt giá sau (differential hay là price to be fixed)	23
1.3.2.3 Giao sau, quyền chọn	23
1.3.3 Nhà rang xay cà phê thế giới	24
1.3.4 Đầu cơ quốc tế	24
1.4 CÁC RỦI RO THƯỜNG GẶP TRONG SẢN XUẤT CÀ PHÊ CỦA VIỆT NAM	24
1.4.1 Rủi ro do biến động giá	24
1.4.2 Rủi ro do thiên tai	25
1.4.3 Rủi ro do sâu bệnh	26
1.4.4 Rủi ro do công nghệ	26

CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG RỦI RO VÀ QUẢN TRỊ RỦI RO TRONG SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA VIỆT NAM

2.1 VÀI NÉT VỀ SẢN XUẤT VÀ CUNG - CẦU CÀ PHÊ THẾ GIỚI TRONG GIAI ĐOẠN 2000- 2006	27
2.1.1 Tình hình sản xuất cà phê thế giới	27
2.1.1.1 Lịch sử phát triển cà phê trên thế giới	27
2.1.1.2 Các chủng loại cà phê chính trên thế giới	27
2.1.2 Nhu cầu cà phê thế giới	28
2.1.3 Sản lượng cà phê thế giới	29
2.1.4 Nguồn cung cà phê thế giới	30
2.1.5 Biểu đồ minh họa cung- cầu và sản lượng cà phê thế giới từ vụ mùa 2000/2001 đến 2005/2006	31
2.2 TÌNH HÌNH SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA VIỆT NAM TỪ NĂM 2000 ĐẾN 2006	32
2.2.1 Tình hình sản xuất	32
2.2.1.1 Lịch sử phát triển cà phê ở Việt Nam	32
2.2.1.2 Diện tích trồng cà phê	32
2.2.1.2 Sản lượng sản xuất cà phê	33
2.2.2 Tình hình xuất khẩu cà phê	34
2.2.3 Biểu đồ minh họa mức độ dao động về diện tích, sản lượng sản xuất, sản lượng xuất khẩu và kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam từ năm 2000 đến năm 2006	35
2.2.4 Đặc điểm cơ bản trong kinh doanh xuất khẩu cà phê của Việt Nam	35
2.3 NHẬN DẠNG RỦI RO	36
2.3.1 Môi trường tự nhiên	36
2.3.2 Môi trường xã hội	38
2.4 PHÂN TÍCH RỦI RO	43
2.4.1 Tổn thất trực tiếp	43
2.4.1.1 Đối với người sản xuất	43

2.4.1.2 Đối với người kinh doanh	43
2.4.2 Tồn thất gián tiếp	44
2.4.2.1 Đối với người sản xuất	44
2.4.2.2 Đối với người kinh doanh	44
2.5 ĐO LƯỜNG RỦI RO	45
2.5.1 Rủi ro do từ thiên tai	45
2.5.2 Rủi ro từ giá cả	46
2.5.3 Rủi ro thông tin.....	47
2.5.4 Rủi ro tỷ giá hối đoái	49
2.5.5 Rủi ro chính trị	50
2.5.6 Rủi ro pháp lý	50
2.5.7 Rủi ro từ yếu tố điều chỉnh của giới đầu cơ quốc tế	51
2.5.8 Rủi ro do hạn chế trình độ chuyên môn nghiệp vụ	52
2.6 THỰC TRẠNG VỀ QUẢN TRỊ RỦI RO TRONG SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU CÀ PHÊ TRONG NHỮNG NĂM GẦN ĐÂY	53
2.6.1 Đối với sản xuất cà phê	53
2.6.2 Đối với xuất khẩu cà phê	53
*KẾT LUẬN CHƯƠNG II	56
CHƯƠNG III: CÁC GIẢI PHÁP QUẢN TRỊ RỦI RO TRONG SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA VIỆT NAM	
* CÁC CĂN CỨ ĐỀ ĐỀ RA CÁC GIẢI PHÁP:	57
3.1 CÁC GIẢI PHÁP VI MÔ	57
3.1.1 CÁC GIẢI PHÁP KIỂM SOÁT RỦI RO	57
3.1.1.1 Đối với sản xuất	57
3.1.1.2 Đối với kinh doanh xuất khẩu	61
3.1.2 TÀI TRỢ RỦI RO	65
3.1.2.1 Đối với sản xuất	65
3.1.2.2 Đối với kinh doanh xuất khẩu	67
3.2 CÁC GIẢI PHÁP VĨ MÔ	70

3.2.1 Định hướng phát triển thị trường giao sau đối với mặt hàng cà phê, tiến tới việc nhanh chóng xây dựng và phát triển sàn giao dịch cà phê tại Việt Nam	70
3.2.2 Hoàn thiện khung pháp lý về thị trường giao sau đối với mặt hàng cà phê	72
3.2.3 Định hướng về qui hoạch các vùng sản xuất cà phê	73
3.2.4 Phát huy vai trò hoạt động của các trung tâm khuyến nông trong lĩnh vực sản xuất cà phê	73
3.2.5 Tuyên truyền, phổ biến rộng rãi kỹ năng cơ bản về phòng tránh rủi ro đối với mặt hàng cà phê	74
3.2.6 Khuyến khích, hỗ trợ việc đầu tư nhằm hoàn chỉnh công nghệ sau thu hoạch và chế biến	74
3.2.7 Khuyến khích quản lý chất lượng ngay từ khâu sản xuất	76
3.2.8 Thiết lập các kênh thông tin và dự báo đối với mặt hàng cà phê	77
3.2.9 Tăng cường công tác đào tạo nguồn nhân lực	78
3.2.10 Nâng cao vai trò hoạt động của Hiệp hội Cà phê Ca cao Việt Nam	78
KẾT LUẬN CHƯƠNG III	79

KẾT LUẬN

TÀI LIỆU THAM KHẢO

PHỤ LỤC

DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT

B/Q:	Bình quân.
D.TÍCH:	Diện tích..
EST:	Giờ chuẩn ở miền Đông
FOB:	Free on board (Giao hàng lên tàu).
Ha:	Héc-ta = 10.000 m ² .
ICO:	International coffee organization (Tổ chức Cà phê Thế giới)
Kg:	Ki-lô-gam
KNXK:	Kim ngạch xuất khẩu.
lb:	Pound (Cân Anh) = 0,4536 kg.
L/C:	Letter of credit (Tín dụng thư)
LIFFE:	London international financial futures and options exchange (Sàn giao dịch London).
MT:	Metric ton (Tấn = 1.000 kg).
NYBOT:	New York board of trade (Sàn giao dịch New York).
SLSX:	Sản lượng sản xuất.
SLXK:	Sản lượng xuất khẩu.
S.O.I:	Chỉ số giao động phương Nam
VICOFA:	Hiệp hội Cà phê Ca cao Việt Nam.
VND:	Đồng Việt Nam.
USD:	Đô la Mỹ.
USDA:	Bộ Nông nghiệp Mỹ.
XK:	Xuất khẩu.

DANH MỤC CÁC BẢNG, BIỂU

- 1) Bảng 2.1: Nhu cầu cà phê thế giới từ niên vụ 2000/2001- 2005/2006
Trang 28
- 2) Bảng 2.2: Sản lượng cà phê thế giới từ niên vụ 2000/2001- 2005/2006
Trang 29
- 3) Bảng 2.3: Nguồn cung cà phê thế giới từ niên vụ 2000/2001- 2005/2006
Trang 30
- 4) Bảng 2.4: Diện tích cà phê của Việt Nam từ năm 2000- 20005
Trang 32
- 5) Bảng 2.5: Sản lượng sản xuất cà phê của Việt Nam từ năm 2000- 2005
Trang 33
- 6) Bảng 2.6: Sản lượng xuất khẩu và kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam từ vụ mùa 2000/2001- 2005/2006
Trang 34

DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ

- 1) Đồ thị 2.1: Cung, cầu và sản lượng cà phê thế giới từ vụ mùa 00/01-05/06
Trang 31
- 2) Đồ thị 2.2: biến thiên diện tích, SLSX, SLXK, KNXK từ vụ mùa 00/01-05/06 của Việt Nam
Trang 35

LỜI MỞ ĐẦU

1. Sự cần thiết của đề tài:

Trong những năm gần đây, nhất là giai đoạn từ 2000-2006, diện tích và sản lượng cà phê của Việt Nam đã tăng cao hơn nhiều so với giai đoạn trước đó. Việc gia tăng sản lượng trong giai đoạn này chủ yếu được kéo theo từ gia tăng diện tích và một phần nữa là do số diện tích cà phê trồng mới từ giai đoạn trước đến giai đoạn này đã bước vào thời kỳ kinh doanh (từ năm thứ tư trở đi). Tuy diện tích và sản lượng tăng cao hơn nhiều so với trước đó nhưng mức độ rủi ro cũng gia tăng rất nhiều. Rủi ro trong sản xuất và xuất khẩu cà phê của Việt Nam xuất hiện ở nhiều khía cạnh khác nhau và ngày càng trở nên phức tạp và khó dự báo hơn. Đề tài này quan tâm đến vấn đề rủi ro trong lĩnh vực sản xuất và xuất khẩu cà phê và có thể là nguồn tài liệu tham khảo đối với các nhà sản xuất, các nhà kinh doanh xuất khẩu cà phê nhằm mục đích nhận biết, phòng ngừa rủi ro và hạn chế rủi ro với mục tiêu là tối đa hoá lợi nhuận trong bối cảnh nền kinh tế Việt Nam hội nhập với nền kinh tế quốc tế.

2. Mục tiêu nghiên cứu:

- Sản xuất và kinh doanh xuất khẩu nông sản nói chung và cà phê nói riêng là một lĩnh vực chứa đựng nhiều rủi ro. Ngay từ yếu tố sản xuất đến quá trình kinh doanh và cho đến khi sản phẩm đến tay người tiêu dùng là một quá trình rất dài nên trải qua rất nhiều sự tác động từ môi trường bên trong và môi trường bên ngoài. Ứng với một sự tác động ta có thể qui ước thành một biến số. Ở từng khía cạnh khác nhau các biến cũng có sự tác động khác nhau. Nghiên cứu đề tài này nhằm để tìm ra mức độ ảnh hưởng từ các biến tác động đến quá trình sản xuất và kinh doanh xuất khẩu cà phê của Việt Nam.

- Mặt khác, trên cơ sở kết quả nghiên cứu của đề tài này sẽ đề ra các giải pháp hợp lý nhằm hạn chế rủi ro trong sản xuất và kinh doanh xuất khẩu cà phê tại Việt Nam.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:

- Đối tượng nghiên cứu: bao gồm những nhân tố ảnh hưởng đến lĩnh vực sản xuất và xuất khẩu cà phê. Do sản phẩm cà phê có hành trình luân chuyển rất dài nên số lượng các biến tác động rất nhiều, thậm chí có cả các biến tiềm ẩn nên đối tượng nghiên cứu cũng rất đa dạng và phức tạp. Song, chúng ta có thể tập trung vào các nhóm đối tượng nghiên cứu như sau: hành vi của người sản xuất, hành vi của người tiêu dùng, hành vi của người kinh doanh, các yếu tố từ môi trường tự nhiên, môi trường xã hội v.v...

- Phạm vi nghiên cứu: xuất phát từ tính chất và đặc điểm trong quá trình sản xuất và xuất khẩu cà phê thì phạm vi nghiên cứu rất rộng và đòi hỏi cần phải có chiều sâu. Tuy nhiên, phạm vi nghiên cứu của đề tài này chỉ dừng lại ở mức độ cho phép. Đó là nghiên cứu sự tác động từ thị trường thế giới dựa trên các yếu tố từ môi trường tự nhiên, môi trường xã hội, hành vi của con người tác động đến thực trạng sản xuất và xuất khẩu cà phê của Việt Nam từ năm 2000 đến 2006.

4. Phương pháp nghiên cứu:

Các phương pháp mô tả, giải thích, phân tích thống kê, điều tra và suy đoán được sử dụng để giải quyết các mục tiêu nghiên cứu của đề tài này nhằm nhận dạng rủi ro và tổn thất từ việc xem xét mức độ ảnh hưởng của các biến tác động đến quá trình sản xuất và kinh doanh xuất khẩu cà phê để từ đó phòng tránh và hạn chế rủi ro một cách hữu hiệu nhất.

5. Những điểm nổi bật: sử dụng các công cụ phái sinh, các phương thức mua bán mới mà Việt Nam chưa áp dụng hoặc đã áp dụng nhưng chưa mang tính phổ biến.

6. Kết cấu của luận văn: **bao gồm những phần chính như sau:**

+ Chương I: Những lý luận cơ bản về rủi ro và quản trị rủi ro trong sản xuất và xuất khẩu cà phê

+ Chương II: Thực trạng rủi ro và quản trị rủi ro trong sản xuất và xuất khẩu cà phê của Việt Nam

+ Chương III: Các giải pháp quản trị rủi ro trong sản xuất và xuất khẩu cà phê của Việt Nam

CHƯƠNG I

NHỮNG LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ RỦI RO VÀ QUẢN TRỊ RỦI RO TRONG SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU CÀ PHÊ

1.1 NHỮNG LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ RỦI RO VÀ QUẢN TRỊ RỦI RO

1.1.1 Các khái niệm cơ bản về rủi ro và phân loại rủi ro

1.1.1.1 Các khái niệm về rủi ro, tổn thất

- Rủi ro (risk):

+ Theo quan điểm của Trường phái truyền thống (tiêu cực):

* Theo từ điển tiếng Việt xuất bản năm 1995: “rủi ro là điều không lành, không tốt, bất ngờ xảy đến”.

* Theo Giáo sư Nguyễn Lâm: “rủi ro (đồng nghĩa với rủi) là sự không may”.

* Theo từ điển Oxford: “rủi ro là khả năng gặp nguy hiểm hoặc bị đau đớn thiệt hại ...”.

* Trong lĩnh vực kinh doanh, tác giả Hồ Diệu định nghĩa: “rủi ro là sự tổn thất về tài sản hay giảm sút lợi nhuận thực tế so với lợi nhuận dự kiến”.

Như vậy: “rủi ro là những thiệt hại, mất mát, nguy hiểm hoặc các yếu tố liên quan đến nguy hiểm, khó khăn hoặc điều không chắc chắn có thể xảy ra cho con người”.

+ Theo quan điểm của Trường phái trung hòa:

* Theo Frank Knight (một học giả người Mỹ): “Rủi ro là sự bất trắc có thể đo lường được”.

* Theo Allan Willett (một học giả người Mỹ): “rủi ro là bất trắc có thể liên quan đến những biến cố không mong đợi”.

* Theo C.Arthur William, Jr. Micheal, L.Smith: “rủi ro là sự biến động tiềm ẩn ở những kết quả. Rủi ro có thể xuất hiện trong hầu hết các hoạt động của con người. Khi có rủi ro người ta không thể dự đoán được chính xác kết quả. Sự hiện diện của rủi ro gây nên sự bất định. Nguy cơ rủi ro phát sinh bất cứ khi nào một hành động dẫn đến khả năng được hoặc mất không thể đoán trước”.

Như vậy: “rủi ro là sự bất trắc có thể đo lường được. Rủi ro vừa mang tính tích cực vừa mang tính tiêu cực. Rủi ro có thể mang tới tổn thất, mất mát, nguy hiểm ... cho con người nhưng cũng có thể mang đến những cơ hội”.

- **Kết luận:** Rủi ro là sự biến động tiềm ẩn ở các kết quả, số lượng các kết quả có thể càng lớn, sai lệch giữa các kết quả có thể càng cao thì rủi ro càng lớn. Rủi ro là một khái niệm khách quan và có thể đo lường được.

- **Tổn thất (loss):** là những thiệt hại, mất mát về tài sản, cơ hội mất hưởng, về con người, tinh thần sức khỏe và sự nghiệp của họ do những nguyên nhân từ các rủi ro gây ra.

1.1.1.2 Phân loại rủi ro

- Rủi ro thuần túy và rủi ro suy đoán:

+ Rủi ro thuần túy: là những rủi ro dẫn đến tình huống tổn thất hay không tổn thất, trường hợp tốt nhất là tổn thất không xảy ra.

+ Rủi ro suy đoán: là những rủi ro dẫn đến tình huống tổn thất hoặc sinh lợi. Phần sinh lợi còn gọi là phần thưởng cho rủi ro.

- Rủi ro đặc trưng và rủi ro thị trường:

+ Rủi ro đặc trưng (rủi ro có thể đa dạng được hay còn gọi là rủi ro không có tính hệ thống): đây là rủi ro thường xảy ra trong phạm vi hẹp, mang tính riêng có, cá thể và có thể phân chia, giảm thiểu được bằng cách đa dạng hóa, bằng các nguồn quỹ góp chung. Các dạng của rủi ro đặc trưng:

* Rủi ro quản lý: là những rủi ro nảy sinh do trình độ yếu kém của người quản lý vì vậy quyết định của họ đưa ra có thể sai lầm gây tổn hại thậm chí phá sản doanh nghiệp.

* Rủi ro tài sản: là những rủi ro nảy sinh do tài sản và cơ cấu tài sản doanh nghiệp nắm giữ.

* Rủi ro tài trợ: là những rủi ro và trách nhiệm pháp lý nảy sinh từ cơ cấu nguồn vốn của doanh nghiệp.

+ Rủi ro thị trường (rủi ro không thể đa dạng hóa hay còn gọi là rủi ro hệ thống): đây là rủi ro nảy sinh từ tác động to lớn của thị trường nằm ngoài sự kiểm

soát của doanh nghiệp và không thể giảm thiểu được bằng cách đa dạng hóa. Rủi ro thị trường xuất phát từ các yếu tố như sau:

- * Những thay đổi trong cơ chế quản lý.
- * Những thay đổi trong thị hiếu của khách hàng.
- * Tiến bộ khoa học công nghệ.
- * Chuyển dịch trong dòng vốn đầu tư.
- * Thay đổi và dịch chuyển lực lượng lao động, dân số.

1.1.2 Khái niệm về bất định và các mức độ về bất định

1.1.2.1 Khái niệm về sự bất định (unstable):

Bất định là sự nghi ngờ về khả năng của chúng ta trong tiên đoán kết quả tương lai của một hoạt động hiện tại. Hay nói cách khác: bất định là không yên ổn, luôn thay đổi. Sự bất định xuất hiện khi một cá nhân nhận thức được rủi ro.

Bất định là phản nghĩa với sự chắc chắn. Mà sự chắc chắn là một trạng thái không có nghi ngờ.

Như vậy, rõ ràng thuật ngữ “ sự bất định ” mô tả trạng thái tư tưởng. Sự bất định xuất hiện khi một cá nhân bắt đầu ý thức rằng không thể biết chắc chắn kết quả gì. Bất định là một khái niệm chủ quan.

1.1.2.2 Các mức độ về bất định:

- Không có (tức là chắc chắn):
 - + Những kết quả có thể được tiên đoán chính xác.
 - + Những quy luật vật lý, các môn khoa học tự nhiên.
- Mức 1 (sự bất định khách quan):
 - + Những kết quả được nhận ra và xác suất được biết.
 - + Những trò chơi may rủi: bài, xúc sắc.
- Mức 2 (sự bất định chủ quan):
 - + Những kết quả được nhận ra và xác suất không được biết.
 - + Hỏa hoạn, tai nạn xe cộ, sự suy đoán kinh doanh.
- Mức 3 (bất định cao nhất):

- + Những kết quả không được nhận ra đầy đủ và xác suất không biết.
- + Thám hiểm không gian, nghiên cứu di truyền.

1.1.3 Chi phí của rủi ro và bất định:

- **Chi phí rủi ro:** là toàn bộ thiệt hại, mất mát về người và của trong việc phòng ngừa, hạn chế rủi ro, bồi thường tổn thất được qui thành tiền.

- **Chi phí tổn thất:** nghĩa là hậu quả của rủi ro và sự bất định có thể là một tổn thất như: tài sản bị phá hủy, người bị thương, tử vong, những luật lệ tòa án chống lại một tổ chức.

- **Một chi phí khác của rủi ro là chính chi phí bất định.** Ngay cả khi không có tổn thất, sự hiện diện của rủi ro và bất định vẫn tạo ra chi phí. Ở mức độ cơ bản, chi phí bất định có thể minh họa bởi “sự lo lắng”. Chi phí cho sự bất định có thể xuất hiện dưới hình thức lo lắng và sợ sệt, nhưng chi phí này được thấy rõ nhất qua bố trí không hợp lý nguồn nhân lực của tổ chức.

Có thể phân loại chi phí của rủi ro theo các tiêu thức sau đây:

+ Chi phí rủi ro tồn tại ở hai dạng hữu hình và vô hình.

* Chi phí hữu hình: là toàn bộ những chi phí phải chi ra cho việc phòng ngừa, khoan lại, bồi thường rủi ro, tổn thất và phục hồi sản xuất, thị trường.

* Chi phí vô hình: là toàn bộ những lợi nhuận mất hưởng, những thiệt hại, mất thời cơ, mất uy tín, mất bạn hàng và thị trường v.v... Đây được coi như là khoản chi phí cơ hội mà nhiều khi chúng ta không thể nhận biết được. sự tiềm ẩn của chi phí loại này đã đánh lừa cảm giác của nhiều người, mặc dù chi phí của nó có thể lớn hơn gấp nhiều lần chi phí hữu hình.

+ Chi phí rủi ro gắn liền với các biện pháp hạn chế rủi ro, tổn thất.

* Chi phí phòng ngừa rủi ro, tổn thất: là toàn bộ chi phí liên quan đến việc tập huấn, tuyên truyền, trang thiết bị kỹ thuật, những giải pháp đồng bộ trong quản trị rủi ro nhằm để ngăn chặn, phòng ngừa những rủi ro, tổn thất xảy ra. Đây là những chi phí cho dù không lớn lắm nhưng chắc chắn bị mất.

* Chi phí khoan lại rủi ro: bao gồm những chi phí trong khi xử lý sơ bộ rủi ro nhằm làm cho rủi ro, tổn thất không trầm trọng hơn, không trở thành nguyên nhân cho những tổn thất tiếp theo.

* Chi phí khắc phục rủi ro, tổn thất: là toàn bộ chi phí liên quan đến phục hồi sức khỏe của con người, giá trị sử dụng của tài sản, sản xuất-kinh doanh, thị trường, uy tín v.v... Chi phí loại này thường rất lớn và không lường hết được. Nó có thể bao gồm chi phí hữu hình và chi phí cơ hội.

* Chi phí bồi thường tổn thất: là toàn bộ chi phí phải chi trả do cam kết của nhà quản trị và thuộc trách nhiệm pháp lý của mình với người thứ ba khi gặp rủi ro, tổn thất xảy ra.

* Chi phí chia sẻ rủi ro, tổn thất: là toàn bộ chi phí phải bỏ ra (mua bảo hiểm) để đánh đổi lấy sự an toàn hơn. Nếu rủi ro, tổn thất xảy ra thì được công ty bảo hiểm bồi hoàn thiệt hại. Đây là chi phí khi tham gia bảo hiểm.

1.1.4 Mối quan hệ giữa rủi ro và tổn thất; mối quan hệ giữa sự bất định, thông tin và truyền thông

- Mối quan hệ giữa rủi ro và tổn thất:

Rủi ro không phải là nguy cơ xảy ra những bất lợi mà thực tế rủi ro là sự kiện bất lợi đã xảy ra và đã gây ra những thiệt hại về người và của. Rủi ro phản ánh mặt chất của những sự kiện không may xảy ra.

Còn tổn thất là những hậu quả xác định khi rủi ro đã xảy ra. Tổn thất phản ánh về mặt lượng của những sự kiện bất ngờ không may xảy ra, qua đó thấy được mức độ nghiêm trọng của rủi ro.

Rủi ro và tổn thất là hai phạm trù khác nhau nhưng lại có quan hệ chặt chẽ với nhau. Rủi ro là nguyên nhân, tổn thất là hậu quả; rủi ro là mặt chất, còn tổn thất là mặt lượng. Do vậy, khi nghiên cứu về tổn thất sẽ thấy được sự nguy hiểm, tác hại, mức độ nghiêm trọng của rủi ro đối với con người và cuộc sống của họ. Mặt khác, nghiên cứu về tổn thất mà không nghiên cứu về rủi ro sẽ không biết thiệt hại đó có nguyên nhân từ đâu để từ đó có biện pháp phòng chống, hạn chế một cách có hiệu quả.

- Môi quan hệ giữa sự bất định, thông tin và truyền thông:

Sự giảm bớt sự bất định có giá trị kinh tế, và thông tin có thể làm giảm sự bất định. Mức độ bất định phụ thuộc vào khối lượng, loại thông tin có được để nhận ra những kết quả có thể có và đánh giá khả năng xảy ra của chúng. Truyền thông có thể làm giảm mức độ bất định của các nhà đầu tư, của một tổ chức, của những người có quyền lợi liên quan, từ đó làm cho họ sẵn lòng gia tăng quan hệ với tổ chức trên những điều kiện thuận lợi.

1.1.5 Quản trị rủi ro

1.1.5.1 Khái niệm quản trị rủi ro

Quản trị rủi ro là quá trình tiếp cận rủi ro một cách khoa học, toàn diện và có hệ thống nhằm nhận dạng, kiểm soát, phòng ngừa và giảm thiểu những tổn thất, mất mát, những ảnh hưởng bất lợi của rủi ro.

1.1.5.2 Các yếu tố cơ bản của quản trị rủi ro

- Xác định mục tiêu, sứ mạng của quản trị rủi ro

+ Giúp tổ chức nhận dạng, phân tích, đo lường và phân loại rủi ro đã và sẽ xảy ra với tổ chức.

+ Xây dựng và tổ chức thực hiện chương trình kiểm soát rủi ro, với những điều kiện phù hợp với tổ chức đó.

+ Xây dựng và thực hiện tốt các chương trình tài trợ rủi ro:

* Thu xếp và thực hiện nhanh các hợp đồng bảo hiểm.

* Xây dựng và quản lý hiệu quả các quỹ dự phòng.

* Vận động sự ủng hộ của các chủ thể có liên quan.

* Phân tích và lựa chọn các hình thức tài trợ thích hợp khác.

- Đánh giá rủi ro

Đánh giá rủi ro đó là các hoạt động cần thiết của nhà quản trị rủi ro nhằm nhận dạng, ước lượng và đo lường rủi ro, sự bất định và những ảnh hưởng của chúng đối với tổ chức.

+ Nhận dạng rủi ro:

Đó là quá trình nhận biết các nguy cơ rủi ro tiềm năng đối với tài sản,

trách nhiệm pháp lý và nguồn nhân lực con người mà hiểm họa và mối nguy hiểm đó sẽ dẫn tới những tổn thất.

+ **Phân tích tổn thất và hiểm họa:**

Đó là quá trình mà nhà quản trị rủi ro ước lượng các điều kiện tạo nên rủi ro, mối nguy hiểm cùng với những hiểm họa này và tổn thất xuất hiện là kết quả của mối nguy hiểm.

+ **Đo lường rủi ro:**

Là quá trình xác định tổn thất từ nguy cơ và mức độ của nó. Đo lường rủi ro cần quan tâm đến các yếu tố như: tần suất xuất hiện rủi ro, mức độ nghiêm trọng của rủi ro.

- **Kiểm soát rủi ro**

Đó là những kỹ thuật, những công cụ, những chiến lược, và những quá trình nhằm biến đổi rủi ro của một tổ chức thông qua việc né tránh, ngăn ngừa, giảm thiểu bằng cách kiểm soát tần suất và (hoặc) mức độ của rủi ro và tổn thất hoặc lợi ích.

Kiểm soát rủi ro có hiệu quả sẽ hạn chế được nguy cơ rủi ro của một tổ chức. Kiểm soát rủi ro bao gồm các kỹ thuật, công cụ, chiến lược và những chương trình cố gắng né tránh, đề phòng và hạn chế hay nói một cách khác là kiểm soát tần suất và độ lớn của những tổn thất và ảnh hưởng không mong muốn khác của rủi ro. Mặt khác kiểm soát rủi ro còn bao gồm cả những phương pháp hoàn thiện các kiến thức và hiểu biết trong hành vi của tổ chức có tác động đến rủi ro.

- **Tài trợ rủi ro (funding risk):**

+ Là những kỹ thuật và công cụ được sử dụng để tài trợ cho chi phí của rủi ro và tổn thất.

Nó được biểu hiện qua các khoản nợ không có khả năng hoàn trả một phần hay toàn bộ. Có thể bao gồm một trong hai yếu tố sau:

* Các khoản thu bằng tiền không có khả năng đáp ứng các khoản chi bằng tiền đúng kế hoạch (thiếu tiền mặt để thanh toán).

* Các khoản thu bằng tiền không có khả năng đáp ứng các khoản chi bằng tiền (mất khả năng thanh toán).

+ **Phòng ngừa rủi ro thông qua các công cụ phái sinh hiện đại**

Công cụ phái sinh là các công cụ tài chính có lợi nhuận phát sinh từ lợi nhuận các công cụ khác. Nghĩa là thành quả của chúng phụ thuộc vào diễn biến của các công cụ này.

Các công cụ phái sinh hiện đại bao gồm: các hợp đồng quyền chọn (option contract), hợp đồng kỳ hạn (forward contract), hợp đồng giao sau- hợp đồng tương lai (future contract) và các giao dịch hoán đổi (swap).

* **Hợp đồng kỳ hạn (forward contract)**

Hợp đồng kỳ hạn là hợp đồng ký giữa hai bên (người mua và người bán) để mua hoặc bán tài sản vào một ngày trong tương lai với giá đã thỏa thuận ở hiện tại. Nếu vào thời điểm đáo hạn, giá thực tế cao hơn giá thực hiện, người sở hữu hợp đồng sẽ kiếm được lợi nhuận, nếu giá thấp hơn thì người sở hữu sẽ chịu một khoản lỗ.

* **Hợp đồng giao sau- hợp đồng tương lai (future contract)**

Hợp đồng giao sau là hợp đồng giữa hai bên (người mua và người bán) để mua hoặc bán tài sản vào một ngày trong tương lai với giá đã thỏa thuận ở thời điểm hiện tại. Các hợp đồng này được giao dịch trên sàn giao dịch giao sau và chịu quá trình thanh toán hàng ngày. Hợp đồng giao sau tiến triển từ hợp đồng kỳ hạn. Các hợp đồng giao sau được giao dịch trên thị trường có tổ chức, gọi là sàn giao dịch giao sau. Người mua hợp đồng giao sau là người có nghĩa vụ giao hàng hóa vào một ngày trong tương lai, có thể bán hợp đồng trên thị trường giao sau. Điều này đã làm cho họ thoát khỏi nghĩa vụ mua hàng hóa. Ngược lại, người bán hợp đồng giao sau là người có nghĩa vụ bán hàng hóa vào một ngày trong tương lai, có thể mua lại hợp đồng trong thị trường giao sau. Điều này đã làm cho họ thoát khỏi nghĩa vụ bán hàng hóa.

* **Hợp đồng quyền chọn (option contract)**

Hợp đồng quyền chọn là một hợp đồng giữa hai bên (người mua và người bán) trong đó cho người mua quyền nhưng không phải là nghĩa vụ, để mua hoặc bán một tài sản nào đó vào một ngày trong tương lai với giá đã đồng ý vào ngày hôm nay. Người mua quyền chọn trả cho người bán một khoản tiền gọi là phí quyền chọn. Người bán quyền chọn sẵn sàng bán hoặc nắm giữ tài sản theo các điều khoản của hợp đồng nếu người mua muốn thế. Một quyền chọn để mua tài sản gọi là **quyền chọn mua (call option)**. Một quyền chọn để bán tài sản gọi là **quyền chọn bán (put option)**.

*** Hợp đồng hoán đổi (swap contract)**

Hoán đổi là thỏa thuận riêng của hai nhà kinh doanh để trao đổi tiền tệ trong tương lai theo các cách thức được sắp xếp trước. Chúng có thể được coi là danh mục đầu tư của hợp đồng kỳ hạn. Do đó, nghiên cứu hoán đổi là sự mở rộng tự nhiên của vấn đề nghiên cứu hợp đồng giao sau (Future contract) và hợp đồng kỳ hạn (swap).

- Quản lý rủi ro:

Là việc quản lý chương trình để thiết lập nên những thủ tục mà những hoạt động hàng ngày của chức năng quản trị rủi ro phải tuân theo.

1.2 CÁC VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ KINH DOANH QUỐC TẾ

1.2.1 Môi trường kinh doanh quốc tế

1.2.1.1 Các lý thuyết về mậu dịch quốc tế:

- Học thuyết trọng thương:

Theo học thuyết này thì khuyến khích các nước xuất khẩu và hạn chế nhập khẩu. Để xuất khẩu nhiều hơn nhập khẩu thì thương mại được thực hiện rộng rãi bởi các tổ chức độc quyền của chính phủ. Sự hạn chế được áp đặt vào hầu hết các hoạt động nhập khẩu và nhiều hoạt động xuất khẩu được trợ cấp. Thuyết này được áp dụng phổ biến ở thế kỷ thứ 18, trong giai đoạn này thì vàng được xem là một phương tiện trong thanh toán quốc tế.

- Lý thuyết về lợi thế tuyệt đối của Adam Smith

Nội dung của thuyết này, sự giàu có của một quốc gia phụ thuộc vào số hàng hóa và dịch vụ có sẵn hơn là phụ thuộc vào vàng. Bởi vậy, các quốc gia nên chuyên môn hóa sản xuất và xuất khẩu những mặt hàng nào có lợi thế tuyệt đối. Lợi thế tuyệt đối là thời gian lao động hao phí để sản xuất ra hàng hóa là nhỏ nhất. Lý thuyết về lợi thế tuyệt đối được đề ra theo giả định chỉ có một yếu tố sản xuất duy nhất đó là lao động.

- Lý thuyết về lợi thế tương đối của David Ricardo

Thuyết này cho rằng: một quốc gia dù không có lợi thế tuyệt đối về cả hai mặt hàng so với quốc gia còn lại thì vẫn tồn tại cơ sở cho mậu dịch quốc tế, tức là cả hai quốc gia này vẫn có lợi từ mậu dịch. Cơ sở cho mậu dịch trong trường hợp này xuất phát từ lợi thế tương đối. Lợi thế tương đối của một quốc gia về một mặt hàng nào đó được lý giải một cách rõ rệt nhất nếu chúng ta dùng khái niệm về chi phí cơ hội để sản xuất ra một mặt hàng nào đó. Chi phí cơ hội để sản xuất ra một đơn vị hàng hóa nào đó được đo lường bằng số đơn vị hàng hóa còn lại mà phải hy sinh khi sử dụng nguồn lực để sản xuất mặt hàng đang xem xét.

- Học thuyết về sự cân đối giữa các yếu tố:

Theo học thuyết này, các yếu tố dư thừa rẻ hơn các nhân tố hiếm hoi có liên quan với chúng. Theo đó, các sản phẩm sản xuất ra trong nền kinh tế thế giới được phân ra thành hai loại: sản phẩm thâm dụng về lao động và sản phẩm thâm dụng về vốn. Đồng thời, các quốc gia cũng được chia thành hai nhóm: các quốc gia dồi dào về vốn và các quốc gia dồi dào về lao động. Ở các quốc gia dồi dào về lao động thì chi phí về nhân công sẽ thấp hơn nên những sản phẩm thâm dụng về lao động sẽ có giá thấp và như vậy quốc gia đó sẽ có lợi thế cạnh tranh hơn về mặt hàng này. Đối với các quốc gia dồi dào về vốn cũng vậy, họ sẽ có lợi thế cạnh tranh trong việc sản xuất mặt hàng thâm dụng về vốn.

- Lý thuyết về chu kỳ sống của sản phẩm quốc tế:

Lý thuyết này được đề ra bởi Vernon và nó đề cập đến các giai đoạn phát triển của sản phẩm mới. Lý thuyết này nhấn mạnh vào hai vấn đề: thứ nhất là, kỹ

thuật là yếu tố quyết định trong việc hình thành và phát triển sản phẩm mới; thứ hai là, qui mô và cấu trúc của thị trường quyết định chiều hướng mậu dịch.

+ **Các giai đoạn phát triển của đời sống sản phẩm quốc tế:**

* **Giai đoạn sản phẩm mới:** trong giai đoạn này nhu cầu sẽ phát sinh tại quốc gia đã sản xuất ra sản phẩm mới, độ co giãn của nhu cầu theo giá cả thì rất thấp (gần như không co giãn), lợi nhuận rất cao, và công ty sản xuất loại sản phẩm này đang trong quá trình tìm kiếm khách hàng mới. Khi sản xuất ngày càng gia tăng lên so với nhu cầu thì quá trình xuất khẩu sẽ bắt đầu.

* **Giai đoạn sản phẩm đã bão hòa:** sự gia tăng trong sản xuất được bảo đảm bằng gia tăng xuất khẩu. Đồng thời trong giai đoạn này các công ty cạnh tranh ở các quốc gia đã phát triển sẽ giới thiệu và phát triển những sản phẩm thay thế cho những sản phẩm này. Điều này sẽ làm cho cạnh tranh trên thị trường đã phát triển ngày càng gay gắt và thị trường ở những nơi này có xu hướng bão hòa.

* **Giai đoạn sản phẩm được tiêu chuẩn hóa:** khi sản phẩm được tiêu chuẩn hóa, kỹ thuật sản xuất bắt đầu phổ biến rộng rãi và dễ sử dụng. Việc sản xuất những sản phẩm này bắt đầu chuyển sang những nơi có thể sản xuất với chi phí thấp và giá rẻ. Đây là một nhân tố quan trọng quyết định lợi thế cạnh tranh.

- **Những yếu tố khác cần xem xét trong mậu dịch quốc tế:**

+ **Giá trị của tiền tệ:** khi xem xét vì sao một quốc gia tiến hành mậu dịch với một quốc gia khác chúng ta cần khảo sát tỷ giá hối đoái giữa hai quốc gia này. Sự tăng giá của đồng tiền quốc gia này một cách đáng kể so với quốc gia khác đã làm cho sản phẩm của quốc gia này kém cạnh tranh hơn sản phẩm của các quốc gia khác.

+ **Thị hiếu của người tiêu dùng:** đó là việc người tiêu dùng sẵn sàng trả giá cao hơn hoặc thấp hơn cho một loại hàng hóa khi có sự cảm nhận về sở thích hoặc tập quán quen dùng hay những yếu tố tâm lý khác.

1.2.1.2 Các rào cản mậu dịch trong kinh doanh quốc tế

- **Lý do thiết lập rào cản mậu dịch**

Bảo vệ công ăn việc làm cho lao động trong nước tránh sự cạnh tranh của nước ngoài; khuyến khích sản xuất trong nước nhằm thay thế hàng nhập khẩu; bảo vệ những ngành công nghiệp non trẻ trong nước; giảm bớt sự lệ thuộc của nhà cung cấp nước ngoài; khuyến khích các nhà đầu tư trong nước và đầu tư trực tiếp nước ngoài; giảm bớt sự thâm hụt trong cán cân thanh toán; khuyến khích các hoạt động xuất khẩu; ngăn chặn các công ty nước ngoài bán phá giá v.v...

- Các rào cản mậu dịch thông thường

+ **Rào cản thuế quan:** Nhằm hạn chế hàng hóa nước ngoài xâm nhập vào một quốc gia để bảo hộ sản xuất trong nước. Nhờ vào việc đánh thuế mà giá cả của hàng hóa nhập khẩu trở nên cao hơn, do đó các nhà sản xuất trong nước có thể gia tăng được sản lượng, thu nhiều lợi nhuận hơn so với trường hợp tự do mậu dịch. Cũng thông qua thuế nhập khẩu, Nhà nước gia tăng nguồn thu cho ngân sách. Tuy nhiên người tiêu dùng thiệt thòi hơn do phải trả mức giá cao hơn cho các hàng hóa đó so với trường hợp tự do mậu dịch.

+ **Rào cản phi thuế quan:**

* **Hạn ngạch nhập khẩu:** hạn ngạch nhập khẩu là một hình thức giới hạn về số lượng hàng hóa được nhập khẩu vào một quốc gia. Tác động của hạn ngạch có thể được xem tương tự như với trường hợp rào cản thuế quan. Nghĩa là nó cũng đẩy giá hàng hóa lên cao do nguồn cung bị hạn chế. Tuy nhiên nó phát huy tính chất rào cản mạnh hơn so với thuế quan vì không thể áp dụng giải pháp tín dụng thương mại thông qua lượng hàng hóa nhập khẩu.

* **Tự nguyện hạn chế xuất khẩu:** Quốc gia đang bị thâm hụt trong cán cân thương mại quốc tế sẽ đề nghị quốc gia đang có thặng dư trong cán cân thương mại song phương với quốc gia đó chủ động cắt giảm lượng hàng hóa xuất khẩu. Bằng cách đó quốc gia này có thể khôi phục sự mất cân đối trong cán cân mậu dịch quốc tế.

* **Các rào cản về hành chính:** là các quy định, luật lệ, thủ tục hành chính được đề ra nhằm ngăn cản, hạn chế quá trình mua hàng của nước ngoài.

* **Các giới hạn về tài chính:** một trong những hình thức giới hạn tài chính là kiểm soát ngoại hối nhằm giới hạn sự dịch chuyển của dòng ngoại tệ. Một hình thức giới hạn tài chính khác là họ sẽ kiểm soát lượng ngoại tệ được mang ra khỏi quốc gia. Một hình thức nữa là họ sẽ thiết lập tỷ giá hối đoái cố định rất thuận lợi cho nội tệ.

* **Trợ cấp cho nhà sản xuất trong nước:** chính phủ tiến hành trợ cấp cho những nhà sản xuất các loại hàng hóa thay thế hàng nhập khẩu ở trong nước. Việc trợ cấp có thể là trợ cấp trực tiếp cho các nhà sản xuất ở những ngành nghề được bảo hộ hay thông qua việc cung cấp các dịch vụ công cộng thiết yếu cho các nhà sản xuất này với giá rẻ.

1.2.1.3 Môi trường kinh tế-chính trị

- Sự thay đổi trong hệ thống chính trị ngày nay

+ **Hệ tư tưởng chính trị:** là tập hợp những giá trị như niềm tin, các lý thuyết và chủ nghĩa được hình thành và phổ biến trong xã hội đó. Nó sẽ hướng dẫn các hành động trực tiếp trong xã hội đó.

+ **Hệ thống kinh tế:** đó là thị trường tự do thuần túy; kinh tế tập trung điều tiết từ nhà nước; kinh tế hỗn hợp.

* Trong thị trường tự do thuần túy hàng hóa và dịch vụ được phân bổ dựa trên nhu cầu.

* Trong nền kinh tế tập trung, hàng hóa và dịch vụ được phân bổ dựa trên một kế hoạch được thiết lập bởi nhà nước.

* Nền kinh tế hỗn hợp là sự kết hợp những đặc điểm của nền kinh tế tập trung và kinh tế thị trường thuần túy.

- Sự hợp nhất kinh tế

+ Các mức độ của sự hội nhập kinh tế

* **Khu vực mậu dịch tự do:** là một hình thức hợp nhất kinh tế mà trong đó rào cản mậu dịch giữa các nước thành viên đã được xóa bỏ. Theo hình thức này thì mỗi quốc gia sẽ tìm kiếm lợi từ mậu dịch quốc tế bằng cách chuyên môn hóa sản xuất những mặt hàng mà nó có lợi thế cạnh tranh tương

đôi để xuất khẩu và thay thế nhập khẩu. Đồng thời, nhập khẩu những mặt hàng trong nước chưa sản xuất được hoặc không sản xuất do không có lợi thế cạnh tranh tương đối.

* **Liên hiệp thuế quan:** là một hình thức hợp nhất kinh tế trong đó hàng rào mậu dịch giữa các nước trong cùng một khối được xóa bỏ và các nước trong khối đều áp dụng một chính sách thương mại giống cho các nước bên ngoài. Chính sách đó đã dẫn đến các nước này đều áp dụng một biểu thuế quan thống nhất do đó các nước bên ngoài phải chịu cùng một mức thuế khi xuất khẩu hàng hóa tới mọi nước thành viên.

* **Thị trường chung:** là một hình thức hội nhập kinh tế với các đặc điểm như: không tồn tại rào cản mậu dịch giữa các nước; áp dụng một chính sách mậu dịch chung với các nước ngoài khối; sự dịch chuyển tự do các yếu tố sản xuất giữa các thành viên.

Hình thức hội nhập này cho phép tái phân bố lại các nguồn lực lao động, vốn, kỹ thuật một cách có hiệu quả dựa trên lý thuyết về lợi thế cạnh tranh tương đối.

* **Liên hiệp kinh tế:** là hình thức hợp nhất kinh tế cao nhất, nó đặc trưng bởi sự tự do dịch chuyển của hàng hóa, dịch vụ, các nhân tố sản xuất giữa các quốc gia và việc thiết lập những chính sách kinh tế chung cho mọi quốc gia thành viên. Hình thức hợp nhất kinh tế này, việc ra các chính sách kinh tế dựa trên sự đồng thuận và không mâu thuẫn về lợi ích toàn khối.

+ **Sự hợp nhất kinh tế**

* Một quốc gia không cần thiết theo đuổi sự hội nhập kinh tế theo thứ tự từ hình thức thấp đến hình thức cao.

* Sự hợp nhất kinh tế dẫn đến sự tự do mậu dịch luôn tạo ra lợi thế và hiệu quả cho các nước thành viên khi họ chuyên môn hóa sản xuất những mặt hàng mà họ có lợi thế cạnh tranh tương đối. Tuy nhiên, khi một nhóm quốc gia thiết lập một hàng rào thuế quan lên các quốc gia bên ngoài thì tình trạng được hay mất trong mậu dịch quốc tế sẽ xảy ra. Những quốc gia bên ngoài khối do chịu áp lực về thuế

quan sẽ mất lợi thế cạnh tranh so với những nước trong cùng một khối mậu dịch, thị phần và doanh số bị giảm sút.

* Thực hiện sự hợp nhất kinh tế sẽ dẫn đến hiệu quả kinh tế theo qui mô bên trong. Việc xóa bỏ hàng rào thuế quan và phi thuế quan sẽ dẫn đến sự mở rộng thị trường, các nhà sản xuất gia tăng sản lượng. Mặt khác, việc cho phép tự do dịch chuyển các yếu tố sản xuất sẽ dẫn đến hiệu quả kinh tế theo qui mô bên ngoài bởi vì các quốc gia có thể sử dụng các nguồn nhân lực có kỹ năng hơn, tiếp thu được những kỹ thuật hiện đại.

* Trong phạm vi ngắn hạn, một số quốc gia có thể bị những thiệt thòi bởi vì một số thành viên khác có những hiệu quả và lợi thế trong một số ngành sẽ thống trị và chiếm lĩnh một số lĩnh vực sản xuất và ngành nghề.

1.2.2 Rủi ro, tổn thất điển hình trong kinh doanh quốc tế

1.2.2.1 Rủi ro, tổn thất do sự biến đổi thất thường của cung, cầu và giá cả hàng hóa trên thị trường thế giới

Một trong những đặc trưng của kinh tế thị trường là nguy cơ phát triển theo sự điều tiết của qui luật giá trị và quan hệ cung cầu thông qua giá cả hàng hóa trên thị trường. Giá cả là thước đo giá trị phản ánh quan hệ cung, cầu hàng hóa đồng thời còn góp phần điều tiết quan hệ đó. Sự biến động của giá cả hàng hóa với những tốc độ khác nhau tùy thuộc vào từng loại hàng hóa. Nguy cơ rủi ro lớn nhất cho các nhà sản xuất kinh doanh xuất, nhập khẩu là khi giá cả xuống thấp hơn chi phí và giá thành xuất, cao hơn giá thành nhập khẩu. Còn trong trường hợp nhà xuất khẩu bán không hàng hóa thì điều đáng lo ngại nhất là giá cả tăng, trong trường hợp dự trữ hàng hóa lo ngại giá giảm.

1.2.2.2 Rủi ro, tổn thất do biến động của tỷ giá hối đoái

Tiền tệ vừa có chức năng tính toán, thanh toán trong buôn bán vừa là đối tượng của buôn bán. Mặt khác, tiền tệ của các nước trên thế giới ngày nay hầu hết là tiền giấy. Do vậy, bản thân tiền tệ chứa đựng nguy cơ biến động về giá trị và rất nhạy cảm với tình hình chính trị, kinh tế... Không lường trước được sự biến động của tỷ giá hối đoái luôn là nguy cơ rủi ro thường trực của nhà kinh doanh xuất nhập

khẩu. Chỉ cần tính toán sai lầm đôi chút là có thể gây ra hậu quả nghiêm trọng. Trong khi đó, tỷ giá hối đoái thường xuyên biến động lên, xuống thất thường, khó dự báo. Trong kinh doanh xuất nhập khẩu người ta thường sử dụng đồng tiền mạnh và có khả năng chuyển đổi để làm cơ sở cho việc tính toán và thanh toán. Mức độ rủi ro sẽ phụ thuộc vào nền kinh tế có đồng tiền được lựa chọn và sự ổn định của đồng tiền đó.

1.2.2.3 Rủi ro, tổn thất trong thanh toán quốc tế

Thanh toán quốc tế là nghiệp vụ quan trọng, phức tạp trong hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu. Một trong những lo ngại lớn nhất của các nhà kinh doanh xuất nhập khẩu là gặp rủi ro trong thanh toán. Chẳng hạn như: giao hàng nhưng không thu được tiền đầy đủ hoặc trả tiền rồi mà không nhận được hàng hóa đúng như cam kết dẫn đến tranh chấp kéo dài, gây ra thiệt hại cho nhà kinh doanh. Trên thị trường thế giới hiện nay, người ta thường áp dụng các phương thức thanh toán quốc tế như: trả tiền mặt trực tiếp, chuyển tiền, nhờ thu, hàng đổi hàng, thanh toán bằng tín dụng thư (L/C).

1.2.2.4 Rủi ro phá sản

Rủi ro phá sản được coi là toàn bộ những tác động ngoài mong muốn ảnh hưởng đến sự tồn tại, làm mất khả năng chi trả, hoạt động bình thường của nhà kinh doanh xuất nhập khẩu. Hầu hết phá sản là rủi ro vì nó là điều không mong đợi của bất kỳ nhà kinh doanh nào. Phá sản được coi là biện pháp cuối cùng để giải thoát trách nhiệm của người chủ doanh nghiệp. Nguyên nhân phá sản ở từng trường hợp có khác nhau và thường tập trung vào thời kỳ khủng hoảng kinh tế.

1.2.2.5 Rủi ro do hạn chế trình độ chuyên môn nghiệp vụ:

Đó là việc nhà kinh doanh chưa đáp ứng được các kiến thức cơ bản để thực hiện một hay nhiều nghiệp vụ kinh doanh nào đó dẫn đến gặp phải rủi ro. Trong kinh doanh quốc tế ngày nay có rất nhiều nhân tố tác động đến thị trường mà đòi hỏi những người tham gia thị trường phải am hiểu để nhận dạng và phòng ngừa rủi ro. Để có sự hiểu biết nhất định về thị trường nhằm xử lý hiệu quả các tình huống

thì cần phải có kiến thức đáp ứng với yêu cầu đặt ra, nghĩa là trình độ chuyên môn nghiệp vụ phải tương xứng với sự phát triển của thị trường.

1.2.2.5 Rủi ro do tranh chấp, kiện tụng

Khi nhà kinh doanh gặp sự tranh chấp, kiện tụng cũng có nghĩa là họ gặp phải rủi ro. Dù thắng hay thua kiện thì thiệt hại cũng gặp tình trạng như:

- Mất uy tín: việc tranh chấp sẽ làm giảm hoặc mất uy tín của nhà kinh doanh trước khách hàng.

- Tồn thất trí lực: do sa lầy vào công việc tranh kiện nên các nhà quản trị không toàn tâm, toàn lực để duy trì vào hoạt động sản xuất kinh doanh.

- Tồn thất về thời gian, tiền bạc: theo đuổi việc tranh kiện, nhà kinh doanh sẽ chịu tổn thất về thời gian và tiền bạc.

1.2.2.6 Rủi ro pháp lý

Bất kỳ hoạt động kinh doanh quốc tế nào dễ xảy ra sự cố với chính quyền nước sở tại đều là nguy cơ rủi ro. Một sai sót nhỏ đôi khi có thể là nguyên nhân dẫn đến hậu quả trầm trọng cho nhà kinh doanh. Vấn đề không rõ ràng của pháp luật, qui định dưới luật vô cùng phức tạp, rắc rối, không được phổ biến luôn đe dọa các nhà kinh doanh. Những sự yếu kém về năng lực pháp luật của giới chức trách cũng là một nguyên nhân gây ra rủi ro pháp lý. Như vậy, rủi ro pháp lý là những sự kiện xảy ra trong quá trình kinh doanh, ngoài mong muốn liên quan đến sự điều chỉnh của pháp luật hiện hành.

1.3 VÀI NÉT THỊ TRƯỜNG CÀ PHÊ TRÊN THẾ GIỚI

1.3.1 Giới thiệu về sàn giao dịch cà phê thế giới

1.3.1.1 Sàn giao dịch cà phê London

Sàn giao dịch cà phê tại thị trường chứng khoán London- LIFFE (London International Financial Futures and Options Exchange) chuyên giao dịch mua bán chủng loại cà phê Robusta.

Quy trình giao hàng cà phê trên thị trường LIFFE như sau:

Người mua hoặc bán một hợp đồng giao sau (Future contract) về cà phê Robusta là người đã mua hoặc bán số lượng 5 tấn cà phê, có nghĩa vụ phải giao số

lượng hàng đó vào tháng giao hàng nhất định và phải đáp ứng được các điều kiện của sản phẩm giao dịch. Các điều kiện đó là: điều kiện nơi sản xuất; điều kiện về kho hàng chỉ định của sản phẩm giao dịch; kết quả giám định chất lượng hàng hóa hợp lệ v.v...

Một số thông tin trên thị trường LIFFE:

- * Quy mô của hợp đồng: 5 MT (Metric ton); 1MT= 1.000 KG.
- * Giá đơn vị: USD/MT.
- * Đơn vị biến động: 1 USD/MT.
- * Các tháng giao dịch: 1,3,5,7,9,11.
- * Giờ giao dịch: 9.40- 16.55 (giờ London).
- * Giới hạn biến động: không.
- * Ngày thông báo đầu tiên: ngày giao dịch đầu tiên của tháng giao dịch.
- * Ngày giao dịch cuối cùng: ngày giao dịch cuối cùng của tháng giao dịch.

1.3.1.2 Sản phẩm giao dịch cà phê New York

Sản phẩm giao dịch cà phê tại thị trường chứng khoán New York- NYBOT (New York Board of Trade) chuyên mua bán chủng loại cà phê Arabica.

Một số thông tin về thị trường NYBOT:

- * Quy mô của hợp đồng: 37.500 lbs (17,1 MT); 1lb (pound) = 0,4536 KG.
- * Ký hiệu: KC.
- * Giá đơn vị: UScent/lb.
- * Đơn vị biến động: 0,05 UScent/lb (18,75 USD/1 hợp đồng).
- * Các tháng giao dịch: 3,5,7,9,12.
- * Giới hạn biến động trong ngày: không.
- * Ngày thông báo đầu tiên: ngày làm việc trước ngày thông báo cuối cùng.
- * Ngày giao dịch cuối cùng: 7 ngày làm việc trước ngày đầu tiên của tháng giao hàng.

* Giờ giao dịch: 9.15- 12.30 (EST).

1.3.2 Các phương thức mua bán cà phê trên thị trường thế giới

1.3.2.1 Giao ngay (outright - giá cố định, thời gian giao hàng cố định)

Phương thức này ít xảy ra rủi ro nhưng hứa hẹn lợi nhuận đem lại cũng ít do không tận dụng được những cơ hội từ sự thay đổi của thị trường. Theo phương thức này thì người bán và người mua thống nhất việc mua bán với giá cả đã được xác định trước. Thông thường việc giao hàng theo phương thức này được tiến hành ngay sau khi hợp đồng được ký kết và việc thanh toán ngay sau khi giao hàng. Đối với mua bán cà phê thì phương thức này đang bị thu hẹp dần vì tính cạnh tranh trên thị trường này ngày càng trở nên gay gắt đòi hỏi tính chuyên nghiệp ngày càng cao nên đòi hỏi kỹ thuật vận hành cũng ngày càng cao hơn.

1.3.2.2 Giao kỳ hạn- hợp đồng bán trừ lùi chốt giá sau (differential hay là price to be fixed)

Theo phương thức này thì người ta qui định giá được xác định sau một số ngày theo qui ước chung cho từng tháng giao dịch và căn cứ vào giá của sản giao dịch trừ lùi theo mức đã thỏa thuận trong hợp đồng. Đặc điểm của phương thức này là giá thực thu của doanh nghiệp trở nên độc lập vì phụ thuộc vào diễn biến của thị trường và thời điểm chốt giá (Fix) dẫn đến rủi ro cao hơn so với phương thức outright. Tuy nhiên, lợi thế của phương thức này là doanh nghiệp có thể được lợi cao hơn nếu diễn biến của thị trường thuận lợi ở thời điểm chốt giá. Theo phương thức này thì người mua và người bán thỏa thuận một mức trừ lùi cố định ở một tháng giao dịch nào đó ở thị trường cà phê LIFFE hoặc NYBOT và sau đó người bán sẽ tính toán và yêu cầu chốt giá (fix) để xác định mức giá chính thức của hợp đồng. Mức giá chính thức này bằng giá chốt trừ đi mức trừ lùi đã thỏa thuận. Còn việc giao hàng thì có thể trước hoặc sau khi chốt giá theo qui định của hợp đồng.

- **Hedging (phòng hộ giá - bảo hộ giá):** nhằm để bù đắp rủi ro đầu tư, loại bỏ khả năng kiếm lời lẫn thua lỗ trong tương lai. Người ta thường sử dụng các công cụ phái sinh như các hợp đồng giao sau (Future contract), hợp đồng quyền chọn (Option contract) v.v... Những thành viên tham gia mua bán kỳ hạn là những người tự phòng ngừa rủi ro- phòng hộ giá. Nghĩa là khi các nhà kinh doanh không muốn đối diện với rủi ro thì họ sẽ sử dụng nghiệp vụ phòng ngừa rủi ro (Hedging). Về

nguyên tắc khi nhà kinh doanh lựa chọn sử dụng thị trường kỳ hạn để phòng ngừa rủi ro với mục tiêu là chấp nhận một vị thế trung hòa càng xa càng tốt.

1.3.2.3 Giao sau, quyền chọn

Đây là phương thức mua bán bằng việc sử dụng các công cụ phái sinh như: các hợp đồng giao sau (Future contract) hoặc bằng các hợp đồng quyền chọn (Option contract). Các phương thức mua bán này diễn ra thông qua các sở giao dịch hàng hóa giao sau. Đây là những thị trường mà ngày càng trở nên quan trọng, hết sức cần thiết cho các nhà kinh doanh và đầu tư. Sự phát triển của các thị trường này đã cung cấp những công cụ quản trị rủi ro hữu hiệu cho các nhà đầu tư tài chính và các nhà kinh trên thị trường thế giới.

1.3.3 Nhà rang xay cà phê thế giới

Nhà rang xay cà phê thế giới là nhà chế biến cà phê thành phẩm để bán trên thị trường thế giới. Họ mua cà phê nhân từ nhà sản xuất và nhà kinh doanh để chế biến thông qua công nghiệp rang và xay thành bột hay hòa tan.

Hiện nay có một số nhà rang xay lớn, nổi tiếng trên thế giới như: Nestle group, Kraft, GF-Jacob 's, Taloca...

1.3.4 Đầu cơ quốc tế

Đầu cơ là quá trình đầu tư có chọn lọc với rủi ro cao hơn nhằm thu lợi nhuận từ sự biến động của giá cả được dự đoán trước.

Đầu cơ không nên coi đơn thuần là một hình thức đánh bạc bởi vì nhà đầu cơ có quyết định dựa trên những thông tin đáng tin cậy trước khi lựa chọn để có thể chấp nhận những rủi ro. Hơn nữa, đầu cơ không thể được xếp loại là đầu tư truyền thống bởi vì những rủi ro có thể có cao hơn mức bình thường. Các nhà đầu tư tinh vi hơn cũng sẽ sử dụng chiến lược Hedging kết hợp với đầu tư mang tính đầu cơ để hạn chế những thiệt hại có thể xảy ra.

1.4 CÁC RỦI RO THƯỜNG GẶP TRONG SẢN XUẤT CÀ PHÊ CỦA VIỆT NAM

1.4.1 Rủi ro do biến động giá

Đó là những rủi ro xảy ra khi giá cả cà phê giảm xuống ở mức thấp

trong khi người sản xuất chưa có kế hoạch bán hàng theo phương thức giao sau. Chính vì vậy mà khi mức biến động giá theo chiều hướng giảm xuống dưới mức giá thành sản xuất thì người sản xuất sẽ gặp phải tình trạng lỗ.

1.4.2 Rủi ro do thiên tai

+ Sương giá: đây là hiện tượng sương có mang theo hàm lượng muối. Khi xảy ra hiện tượng này thì một lượng muối sẽ bám vào lá cà phê gây ra cháy lá, rụng lá dẫn đến hạn chế sự tăng trưởng của cây hoặc gây chết cây.

+ Hiện tượng El Nino (hiện tượng gây ra hạn hán): nói đến hiện tượng El Nino thì cần đề cập đến chỉ số S.O.I (“chỉ số giao động phương nam”). Chỉ số S.O.I được tính toán dựa trên sự chênh lệch về khí áp ở Tahiti (Polynésie thuộc Pháp) ở đó khí áp tăng lên trong điều kiện bình thường và khí áp ở Darwin (Australia) tại đây áp suất thấp trong điều kiện bình thường. Chỉ số S.O.I tỷ lệ nghịch với hiện tượng El Nino. Nghĩa là khi chỉ số này càng giảm (trị số âm) thì cường độ của hiện tượng El Nino càng lớn. Hiện tượng El Nino gây ra nắng nóng, khô hạn kéo dài.

+ Hiện tượng La Nina (hiện tượng gây ra mưa nhiều): đó là hiện tượng trái ngược với hiện tượng El Nino và nó cũng được đo bằng chỉ số S.O.I. Nếu chỉ số S.O.I có trị số dương thì sẽ xuất hiện hiện tượng La Nina. Có nghĩa là nhiệt độ giảm xuống (nguội đi) ở phía đông Thái Bình Dương và nóng lên trên khí hậu bình thường ở phía tây Thái Bình Dương, những trị số gần bằng 0 thì chứng tỏ các điều kiện bình thường của luân hoàn Walker. Luân hoàn Walker là cách mô tả ngắn gọn những thay đổi sản sinh ra trong khí quyển và nó được mang tên của nhà nghiên cứu thành công hiện tượng này trong những năm 1920. Trong những điều kiện thông thường, gió Alizé thổi từ Đông sang Tây theo đường xích đạo đẩy những khối nước nóng ở phía Tây Thái Bình Dương làm bầu khí quyển nóng lên làm tăng cường sự đối lưu và lượng mưa. Khi hiện tượng La Nina xảy ra, mưa lớn sẽ kéo dài và có thể gây ngập úng. **1.4.3 Rủi ro do sâu bệnh**

Đây là hiện tượng cây cà phê bị các loài sâu, rệp, mối, ve sầu v.v... gây hại ở phần thân, lá, rễ làm hạn chế khả năng sinh trưởng hoặc hủy hoại cây. Chẳng hạn như sâu thì có dạng như sâu đục thân, loài sâu này sẽ khoét lỗ vào cành hoặc thân

cây làm cho cây bị hạn chế sinh trưởng hoặc gãy cành hay gãy ngang thân; Còn đối với rệp thì có dạng như rệp sáp bám đầy trên lá làm mất khả năng quang hợp hoặc hồng lá; Đối với mối hoặc ve sầu thì thường gây hại bằng cách phá hoại phần rễ của cây làm mất một phần bộ rễ hay hủy hoại bộ rễ v.v...

1.4.4 Rủi ro do công nghệ

Công nghệ đối với sản xuất cà phê như các phương tiện phục vụ chăm bón, cắt tỉa cành, tạo tán, phương tiện phục vụ thu hái, sấy quả, sấy nhân, xay xát, sàng lọc tạp chất, phân loại, đóng gói, bảo quản v.v... Các loại công nghệ này có thể chia thành hai nhóm là: công nghệ phục vụ sản xuất và công nghệ sau thu hoạch.

Đối với công nghệ phục vụ sản xuất có tác dụng góp phần thúc đẩy sự tăng trưởng của vườn cây nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm ngay từ khâu sản xuất, và nâng cao năng suất cây trồng.

Đối với công nghệ sau thu hoạch thì có tác dụng góp phần đảm bảo cho chất lượng cà phê không bị ảnh hưởng do tác động của các yếu tố từ môi trường bên ngoài gây ra.

CHƯƠNG II

THỰC TRẠNG RỦI RO TRONG SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA VIỆT NAM

2.1 VÀI NÉT VỀ SẢN XUẤT VÀ CUNG - CẦU CÀ PHÊ THẾ GIỚI TRONG GIAI ĐOẠN 2000- 2006

2.1.1 Tình hình sản xuất cà phê thế giới

2.1.1.1 Lịch sử phát triển cà phê trên thế giới

Trước đây, cây cà phê mọc hoang dại trong những cánh rừng ở Ethiopia và ở vùng Arabia Feli thuộc Yemen- châu Phi. Nó được phát hiện khoảng thế kỷ thứ 14 khi người chăn dê theo dõi một đàn dê ăn phải lá một loại cây đến ban đêm chúng không những không ngủ được mà còn chạy nhảy. Sau đó họ nấu nước lá, quả, hạt để uống và thấy tỉnh táo hẳn lên nên từ đó đã sử dụng nó để uống. Sau này người ta trồng cây cà phê ở vùng này và đem bán sản phẩm ở Ai Cập, dần dần trồng và bán sản phẩm khắp thế giới.

2.1.1.2 Các chủng loại cà phê chính trên thế giới

- **Cà phê Arabica:** năm 1713 Antoine de Jussieu tiến hành nghiên cứu đặc điểm thực vật của loài cà phê này và nhận thấy ở chúng có đặc điểm giống loài hoa nhài nên đã đặt tên là *Jasminum arabicum*. Cho mãi đến năm 1853 nhà nghiên cứu Liné đã dựa vào đặc tính sinh trưởng của loài cây cà phê này và xếp chúng vào chi *Coffee* trong hệ thống phân loại thực vật nhưng ông đã nhầm tưởng rằng loài cà phê này có nguồn gốc từ Ả-rập nên đặt tên là *Arabica Coffee* và cái tên đó đã được giữ mãi cho tới ngày nay.

Hiện nay, cây cà phê Arabica được trồng ở khoảng 60 nước trên thế giới nhưng chủ yếu là ở Tây bán cầu. Cây cà phê Arabica thích hợp với vùng có thời tiết mát mẻ, ánh nắng nhẹ, tán xạ, khí hậu nhiệt đới với hai mùa mưa, nắng rõ rệt, có lượng mưa hàng năm từ 1500-1800mm, nhiệt độ bình quân từ 18-22 độ C, độ cao

so với mặt biển từ 800m trở lên. Các nước có sản lượng cà phê Arabica lớn hàng đầu thế giới là Brazil, Colombia v.v...

- **Cà phê Robusta:** cây cà phê Robusta có nguồn gốc từ Trung Phi, cây được mọc rải rác dưới các tán rừng thưa, thấp thuộc châu thổ sông Congo, sau này được nhân rộng ra ở nhiều nơi. Ngày nay, cà phê Robusta được trồng ở nhiều nước trên thế giới nhưng sản lượng lớn tập trung vào các nước như: Việt Nam, Brazil, Indonexia. Loài cà phê này thích hợp ở các vùng với điều kiện môi trường có ánh sáng dồi dào hơn cà phê Arabica, chịu được với ánh sáng trực xạ, khí hậu nhiệt đới và á nhiệt đới nóng ẩm, nhiệt độ trung bình trong năm từ 20-25 độ C, biên độ nhiệt độ trong ngày không lớn quá. Lượng mưa hàng năm thích hợp nhất khoảng 1.000-2.500mm.

2.1.2 Nhu cầu cà phê thế giới

Bảng 2.1: nhu cầu cà phê thế giới từ niên vụ 2000/2001- 2005/2006

VỤ MÙA	00/01	01/02	02/03	03/04	04/05	05/06
Nhu cầu						
- Triệu bao	108,998	110,624	114,996	115,490	117,295	118,570
- Triệu tấn	6,540	6,637	6,9	6,929	7,038	7,114

Nguồn: VOLCAFE

Trong giai đoạn này, nhu cầu cà phê thế giới đã tăng dần theo thời gian. Qua khảo sát thực tế cho thấy nhu cầu tăng lên là do có một lượng người bắt đầu chuyển từ thói quen uống các thức uống khác sang uống cà phê và có một bộ phận khác đã gia tăng mức độ sử dụng. Một vài năm trở lại đây xuất hiện một bộ phận người Trung Quốc đã chuyển thói quen uống trà sang uống cà phê. Cộng vào đó có sự xuất hiện mới về tiêu thụ cà phê từ các nước đang phát triển và các nhóm nước khác. Do vậy, nhu cầu cà phê thế giới đang có sự gia tăng đáng kể. Theo dự đoán của USDA (Bộ Nông nghiệp Mỹ) và một số nhà chuyên môn danh tiếng trên thế giới thì nhu cầu vài năm kế tiếp có thể lên đến 119 đến 120 triệu bao/ năm (7,14 đến 7,2 triệu tấn/năm). Nếu tình hình thực tế diễn ra đúng như dự báo thì nhu cầu cà phê của thế giới sắp tới sẽ tăng tương đối nhanh (trong vòng hơn 5 năm đã tăng 8%).

2.1.3 Sản lượng cà phê thế giới

Bảng 2.2: sản lượng cà phê thế giới từ niên vụ 2000/2001- 2005/2006

VỤ MÙA	00/01	01/02	02/03	03/04	04/05	05/06
Sản lượng						
- Triệu bao	117,521	111,507	126,450	109,048	120,178	113,661
- Triệu tấn	7,05	6,69	7,59	6,543	7,211	6,82

Nguồn: USDA

Sản lượng cà phê thế giới tăng, giảm thất thường một phần do thời tiết, một phần do canh tác, một phần do phụ thuộc vào chu kỳ sinh trưởng của cây cà phê là hai năm một lần (nghĩa là năm nay thu hoạch cao thì năm sau sẽ giảm) v.v... Cây cà phê phụ thuộc vào nhiều yếu tố, trong đó có yếu tố thời tiết nên sự bất ổn về sản lượng là điều dễ nhận thấy. Do vậy các vấn đề như: sương giá, hạn hán là mối lo ngại rất lớn về sự mất mát sản lượng cà phê. Thực tế những năm qua khi có sương giá xảy ra ở một số nơi trên thế giới như ở Brazil chẳng hạn, tuy ở mức độ nhẹ nhưng đã gây sụt giảm sản lượng đáng kể. Vụ mùa 2002/2003 tổng sản lượng của quốc gia này khoảng 53,6 triệu bao đến vụ mùa 2003/2004 do ảnh hưởng sương giá nên sản lượng đã sụt giảm xuống còn khoảng 33,2 triệu bao; hoặc hạn hán xảy ra ở Việt Nam đã gây giảm sản lượng từ con số 13,93 triệu bao vụ mùa 2004/2005 xuống còn 12,8 triệu bao vụ mùa 2005/2006.

Những vấn đề như sương giá ở Brazil hay hạn hán ở Việt Nam trong giai đoạn này đang ở mức nhẹ mà sản lượng đã giảm sút rất đáng kể. Khi mức độ xảy ra nặng hơn thì mức độ sụt giảm là con số lớn và mức độ giảm sút còn kéo theo các năm sau nữa. Do vậy, khi đối mặt với mức độ thiên tai nặng thì rủi ro sẽ xảy ra với tổn thất rất lớn.

2.1.4 Nguồn cung cà phê thế giới

Bảng 2.3: nguồn cung cà phê thế giới từ niên vụ 2000/2001- 2005/2006

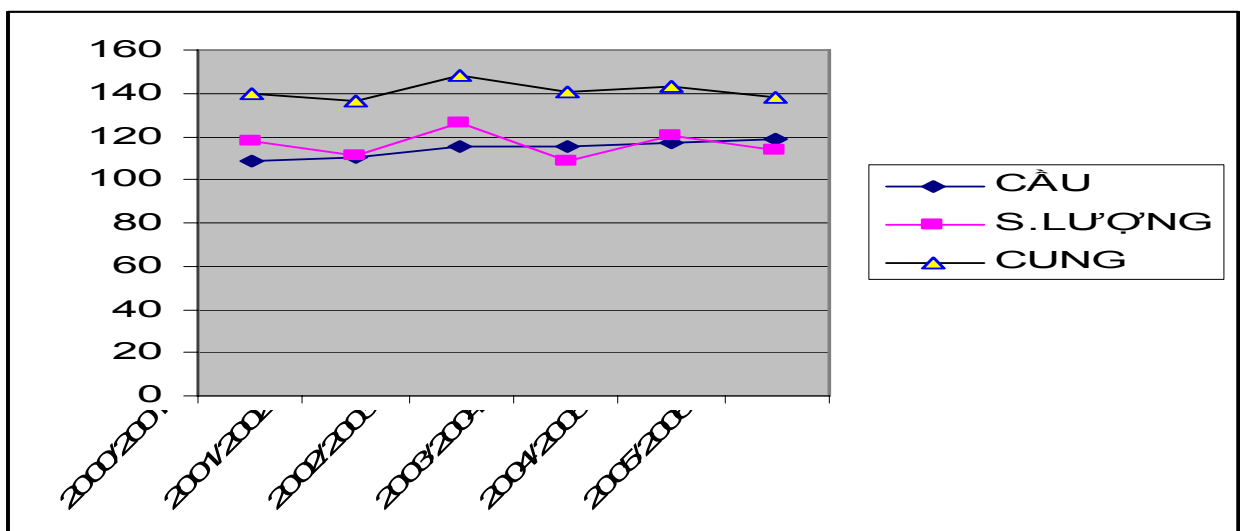
VỤ MÙA	00/01	01/02	02/03	03/04	04/05	05/06
Nguồn cung						
- Triệu bao	139,874	136,222	148,631	140,325	143,535	138,324
- Triệu tấn	8,392	8,173	8,018	8,420	8,612	8,299

Nguồn: USDA

Nguồn cung cà phê của thế giới trong giai đoạn này đang ở mức cao

hơn cả sản lượng là do nguồn dự trữ ở các quỹ đầu cơ, rang xay tồn kho được tích lũy từ các năm trước ở mức cao. Trong giai đoạn trước, mức độ phát triển sản xuất đã phát triển mạnh làm cho sản lượng cà phê thế giới tăng cao tạo ra nguồn cung quá lớn, vượt xa so với nhu cầu tiêu thụ. Đến những năm đầu của giai đoạn này, sự gia tăng của nguồn cung đã ở mức dư thừa quá nhiều so với nhu cầu nên giá đã giảm mạnh. Vào thời điểm cuối của giai đoạn này, đã có dấu hiệu về sự cân bằng giữa sức cung và sức cầu đối với mặt hàng cà phê nên giá đã tăng trở lại. Gần đây theo dự báo của USDA và một số tổ chức khác thì nguồn cung cà phê của thế giới trong thời gian tới có thể bị thiếu hụt, một phần do sản lượng giảm, một phần do lượng tồn kho cũng đang có xu hướng giảm, đồng thời do nhu cầu có xu hướng tăng lên. Khi đưa ra các thông tin dự báo sản lượng sụt giảm đó họ căn cứ vào chu kỳ sinh trưởng của cây cà phê và dự báo hiện tượng El Nino có thể xảy ra; riêng về nhu cầu tiêu thụ thì họ đã căn cứ vào kết quả khảo sát thăm dò ở các nước trên thế giới; còn đối với lượng tồn kho thì họ đã thu thập số liệu trong thực tế ở các kho hàng của các quỹ.

2.1.5 Biểu đồ minh họa cung- cầu và sản lượng cà phê thế giới từ vụ mùa 2000/2001 đến 2005/2006



Đồ thị 2.1: cung, cầu và sản lượng cà phê thế giới từ vụ mùa 00/01-05/06

Sự tương quan giữa sản lượng, nguồn cung và nhu cầu cà phê thế giới qua các năm có lúc còn có sự chênh lệch khá lớn. Điều đó đã làm cho giá cả biến động

thất thường và khó dự báo. Vì thông thường khi sản lượng giảm sẽ làm cho nguồn cung bị thắt chặt và sẽ có sự tác động làm cho giá cả tăng. Nhưng điều đó đã không xảy ra vào cuối năm 2005 do các quỹ đã đưa lượng hàng dự trữ ra để bù thiếu; hoặc khi sản lượng tăng thì dễ xảy ra xu hướng sức cung tăng và có tác động làm cho giá giảm. Tuy nhiên, có giai đoạn như cuối năm 2006, sản lượng đã tăng cao nhưng mức giá vẫn tăng là do nhu cầu đã tăng cao, các quỹ đầu cơ và các quỹ khác mua vào để bù thiếu do lo sợ sắp tới sản lượng sẽ giảm.

2.2 TÌNH HÌNH SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA VIỆT NAM TỪ NĂM 2000 ĐẾN 2006

2.2.1 Tình hình sản xuất

2.2.1.1 Lịch sử phát triển cà phê ở Việt Nam

Cà phê được các nhà truyền giáo cơ đốc đưa vào Việt Nam từ năm 1857 và được trồng đầu tiên tại hai tỉnh là Quảng Bình và Quảng Trị. Năm 1870 được người ta mang ra Hà Nam trồng thử. Đến cuối thế kỷ 19 và đầu thế kỷ 20 người ta đã lập ra các đồn điền trồng cà phê ở Tuyên Quang, Phú Thọ, Sơn Tây, Hà Nam, Hòa Bình, Thanh Hóa, Nghệ An, Hà Tĩnh v.v... Cho đến năm 1920-1925 người ta bắt đầu trồng cà phê trên vùng Tây Nguyên.

Sau năm 1975, diện tích trồng cà phê của cả nước Việt Nam mới chỉ có khoảng 20 ngàn héc-ta, với sản lượng khoảng 5-6 ngàn tấn, đến nay diện tích cà phê đã lên đến gần nửa triệu héc-ta và sản lượng xấp xỉ một triệu tấn. Diện tích và sản lượng cà phê của Việt Nam hiện nay tập trung chủ yếu ở vùng Tây nguyên.

2.2.1.2 Diện tích trồng cà phê

Bảng 2.4: diện tích cà phê của Việt Nam từ năm 2000- 2005

NĂM	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Diện tích (nghìn ha)	561,9	565,3	522,2	510,2	496,8	491,4	

Nguồn: Niên giám thống kê 2005

Diện tích trồng cà phê trong giai đoạn này có xu hướng giảm dần theo thời gian (những năm sau của giai đoạn này diện tích giảm hơn những năm đầu của giai đoạn) do ảnh hưởng từ mức giá giảm quá thấp so với giá thành sản xuất trong

những năm đầu của giai đoạn này nên đã dẫn đến việc người trồng cà phê phá bỏ vườn cây để chuyển đổi sang trồng trọt những cây khác. mặt khác, do nguồn thu không đáp ứng các khoản chi cần thiết nên nên nhiều nhà sản xuất không đủ tiền vốn để chăm sóc vì vậy mà vườn cây bị hư hại dần và đến mức phải chặt bỏ. Nếu so sánh với giai đoạn trước thì diện tích cà phê giai đoạn này có tăng lên rất nhiều so với giai đoạn trước nhưng sản xuất cà phê ở Việt Nam vẫn còn mang tính tự phát, manh ai nấy làm, sản xuất thì mang tính nhỏ lẻ, manh mún và bất ổn định .

2.2.1.2 Sản lượng sản xuất cà phê

Bảng 2.5: sản lượng sản xuất cà phê của Việt Nam từ năm 2000- 2005

NĂM	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
SLSX (Nghìn tấn)	802,5	840,6	699,5	793,7	836,0	767,7	

Nguồn: Niên giám thống kê 2005

Sản lượng cà phê của Việt Nam tăng giảm thất thường một phần do sự thay đổi diện tích, một phần do thay đổi từ tính chất mùa vụ (theo chu kỳ sinh trưởng cây cà phê thì trong hai năm sẽ có một năm được mùa và một năm mất mùa), song yếu tố không kém phần quan trọng là chế độ chăm sóc của người sản xuất. Vì khi giá cà phê có xu hướng tốt (giá cao) thì các nhà sản xuất đẩy mạnh khâu chăm sóc nên sản lượng sẽ tăng, còn ngược lại, khi giá cà phê thấp thì chế độ chăm sóc giảm thậm chí còn bỏ bê và kéo theo sản lượng cũng vì thế mà sụt giảm.

2.2.2 Tình hình xuất khẩu

Bảng 2.6: SLXK và KNXK cà phê của Việt Nam từ vụ mùa 2000/2001- 2005/2006

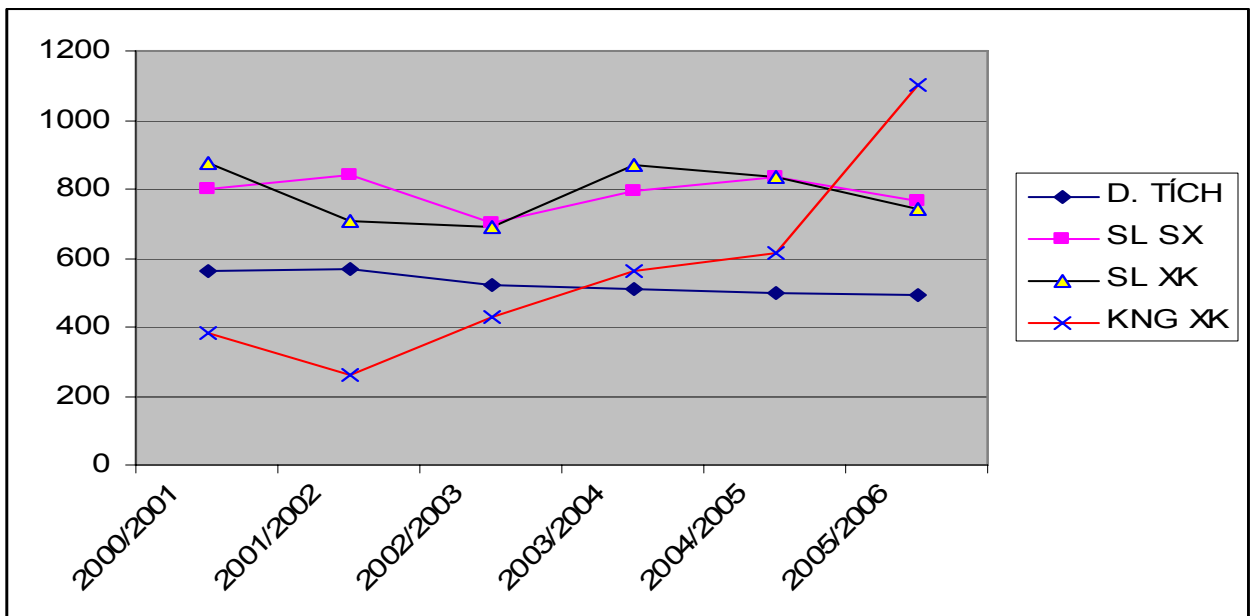
VỤ MÙA	00/01	01/02	02/03	03/04	04/2005	05/06
SLXK (MT)	874.678	710.000	691.421	867.616	834.082	740.000
KN XK (nghìn USD)	381.389	263.410	428.612	564.681	612.155	1.101.000
GIÁ B/Q (USD/MT)	436	371	620	651	734	1.488

Nguồn: VICOF A

Sản lượng xuất khẩu cà phê sẽ phụ thuộc vào nguồn cung mà nguồn cung thì phụ thuộc vào lượng cà phê tồn kho từ các năm trước và sản lượng cà phê được sản xuất ra ở hiện tại. Vì vậy, nếu xem xét riêng từng vụ mùa thì có những vụ mùa sản lượng xuất khẩu không tương ứng với sản lượng thu hoạch. Lượng tồn kho ở Việt Nam phát sinh một cách tự phát vì nhà sản xuất thường giữ hàng theo sự tính toán riêng của từng tổ chức hoặc cá nhân nhằm chờ tăng giá, trừ khi thời gian chờ tăng giá quá lâu hoặc có nhu cầu về vốn nên họ phải bán ra. Do vậy, có thời điểm hàng của vụ trước vẫn được bán ở vụ sau mặc dù các thương nhân nước ngoài luôn quy định chỉ mua hàng vụ mới mà thôi.

Như vậy trong giai đoạn vừa qua, sản lượng xuất khẩu tăng giảm thất thường, còn tổng kim ngạch xuất khẩu thì có xu hướng tăng dần vào cuối giai đoạn do giá bán tăng

2.2.3 Biểu đồ minh họa mức độ giao động về diện tích, sản lượng sản xuất, sản lượng xuất khẩu và kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam từ năm 2000 đến năm 2006:



Đồ thị 2.2: biến thiên diện tích, SLSX, SLXK, KNXK từ vụ mùa 2000/2001 đến 2005/2006 của Việt Nam

2.2.4 Đặc điểm cơ bản trong kinh doanh xuất khẩu cà phê của Việt Nam

- Từ trước đến nay, hầu hết các nhà xuất khẩu cà phê của Việt Nam thực hiện ký kết hợp đồng mua bán ngoại thương theo điều kiện cơ sở giao hàng FOB cho nên không có quyền định đoạt trong việc thuê tàu, mua bảo hiểm vận chuyển hàng hóa bằng đường biển cho nên dễ bị thiệt thòi trong việc đàm phán giá. Bởi vì có những thời điểm người mua đưa ra lý do về giá cước, phí bảo hiểm và các chi phí khác để diễn giải mức trừ từ giá thị trường chứng khoán London nhằm định giá giao ngay hoặc giá kỳ hạn.

- Giao dịch, đàm phán trong trong việc ký kết hợp đồng xuất khẩu cà phê chủ yếu thông qua đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam nên nguồn thông tin chậm và thiếu v.v...

2.3 NHẬN DẠNG RỦI RO

Việc nhận dạng rủi ro trong sản xuất và xuất khẩu cà phê của Việt Nam, tác giả đã gửi mẫu bảng câu hỏi đến các đơn vị sản xuất và xuất khẩu lớn của Việt Nam. Cụ thể như sau:

- Bảng câu hỏi: toàn bộ nội dung bảng câu hỏi được trình bày trong phụ lục 1, bao gồm 10 câu, được thiết kế gần như dưới dạng trắc nghiệm để tiện trong việc trả lời, song cũng có phần bổ sung để các đơn vị nêu ý kiến riêng của họ.

- Qui mô điều tra: quá trình khảo sát được tiến hành tại 25 đơn vị sản xuất và xuất khẩu cà phê lớn của Việt Nam.

- Kết quả khảo sát, điều tra: kết quả này đã được tổng hợp bằng phần mềm Excell trong các phụ lục 2, phụ lục 3, phụ lục 4, phụ lục 5 và cho chúng ta thấy các rủi ro thường gặp trong sản xuất và xuất khẩu cà phê của Việt Nam giai đoạn từ vụ mùa 2000/2001 đến vụ mùa 2005/2006. Các dạng rủi ro thường gặp đó xuất phát từ các yếu tố sau:

2.3.1 Môi trường tự nhiên

Môi trường tự nhiên là một trong những nhân tố tác động mang tính trực tiếp đến mặt hàng cà phê. Rủi ro nảy sinh từ môi trường này đối với nhà sản xuất và kinh doanh rất cao song cơ hội cũng nhiều nếu như nhận dạng được chúng để hạn

chế tối đa các tổn thất có thể xảy ra. Điều kiện nảy sinh rủi ro xuất phát từ những yếu tố sau:

- Mặt hàng cà phê có đặc điểm là sản xuất và thu hoạch mang tính thời vụ và cũng do nó có tính thời vụ nên rất khó khăn trong điều hòa cung cầu. Bên cạnh đó kết quả thu hoạch đối với mặt hàng này còn phụ thuộc vào đất đai, thổ nhưỡng, sâu bệnh và thiên nhiên như: thời tiết, khí hậu, mức độ phá hoại của sâu bệnh, độ màu mỡ của đất... Bởi vậy, mặt hàng cà phê luôn luôn gặp rủi ro cao. Chính vì những điều đó thường xảy ra tình trạng được mùa thì mất giá và mất mùa thì được giá. Hoặc vào mùa thu hoạch thì giá giảm và giáp vụ, khan hiếm hàng thì giá lại tăng. Tuy nhiên, cũng có những lúc giá diễn biến trái chiều hoặc tăng, giảm thất thường nên dẫn đến tình trạng khó dự báo giá cả.

- Ở Việt Nam, vụ cà phê được tính bắt đầu từ tháng 10 của năm này đến hết tháng 9 năm sau. Vụ mùa bắt đầu thu hoạch từ đầu tháng 10 và thu hoạch xong khoảng tháng 12 hàng năm. Thường thì tại các vùng trồng cà phê chính của Việt Nam có khí hậu nhiệt đới gió mùa và thời tiết được chia thành hai mùa mưa, nắng rõ rệt. Mùa mưa ở đây bắt đầu từ tháng 4 và kết thúc vào tháng 11, còn mùa nắng được tiếp nối từ tháng 11 đến tháng 4 hàng năm. Tuy nhiên, có một số năm thì mùa mưa có thể kéo dài hoặc kết thúc sớm hơn và mùa nắng cũng chịu ảnh hưởng theo đó mà xê dịch. Do vậy, khi mùa mưa kéo dài thì sẽ ảnh hưởng đến việc thu hoạch cà phê và gây ra việc hư hại dẫn đến chất lượng cà phê giảm sút do không phơi, sấy kịp thời. Phần lớn những người trồng cà phê là các hộ cá thể với năng lực sản xuất thấp, ít vốn nên việc đầu tư cho công nghệ sau thu hoạch gần như chưa có vì thế mà khi thu hoạch thời tiết tốt thì chất lượng cà phê cũng tốt, còn thời tiết xấu thì chất lượng cà phê cũng bị ảnh hưởng theo. Bên cạnh đó, cũng có thể khi thu hoạch cà phê vừa xong thì nếu gặp mưa cây cà phê ra hoa và nếu mưa kéo dài sẽ gây thối hoa, không thụ phấn được và dẫn đến sự mất mùa cho năm sau. Mặt khác, khi mùa khô đến sớm dễ xảy ra hạn hán tác động đến việc ra hoa của cà phê kém và nếu không đủ nước tưới sẽ gây chết cây hoặc khô cành dẫn đến mất mùa ở vụ mùa tiếp theo.

Các bệnh thường gặp đối với cây cà phê như: bệnh gỉ sắt do nấm gây ra chủ yếu trên lá và làm cho lá rụng; bệnh khô cành khô quả do nấm, vi khuẩn gây ra là khô cành, khô quả; bệnh hại rễ do các tuyến trùng, mối làm cho rễ cà phê bị thối và hủy hoại rễ. Ngoài ra, cây cà phê còn bị đe dọa bởi sâu hại cà phê như: các loại rệp gây hại ở phần thân, lá, quả; còn một gây hại như đục quả, đục cành; và sâu đục thân v.v...

Những nguyên nhân trên cũng đã nói lên rằng, môi trường tự nhiên cũng có tác động rất lớn, một cách trực tiếp đến sản lượng và chất lượng của cà phê. Nếu như sản lượng hoặc chất lượng cà phê sụt giảm thì rủi ro trước hết sẽ thuộc về nhà sản xuất. Tuy nhiên, khi nhà kinh doanh dự báo sản lượng và chất lượng ở mức bình thường nhưng cuối cùng chỉ đạt dưới mức bình thường thì kế hoạch và chiến lược kinh doanh của họ sẽ bị tác động làm thay đổi và như vậy rủi ro và tổn thất có thể xảy ra. Do vậy, rủi ro từ môi trường tự nhiên đối với mặt hàng cà phê là rất lớn, khó dự báo và khó có thể đo lường được.

2.3.2 Môi trường xã hội

Bên cạnh các yếu tố từ môi trường tự nhiên thì các yếu tố từ môi trường xã hội cũng tác động làm nảy sinh rủi ro tương đối cao. Cụ thể như sau:

- Giá cả cà phê là nhân tố khó dự báo chính xác và luôn đưa đến rủi ro rất cao. Giá cả do những người tham gia thị trường dựa vào các yếu tố từ môi trường tự nhiên, xã hội v.v... tạo ra. Giá cả cà phê được quyết định trực tiếp từ giá thế giới và biến động từng ngày, từng giờ và thậm chí từng phút, từng giây. Mức độ giao động của giá phụ thuộc vào ý chí của một nhóm người mà trước hết phải kể đến là giới đầu cơ từ đó có sự tác động đến tâm lý những người tham gia trực tiếp tại sàn giao dịch và giới kinh doanh ngoài sàn giao dịch. Giá niêm yết tại sàn giao dịch là nền tảng cơ bản để quyết định giá mua bán ngoài sàn. Việc xác lập mức giá tại sàn giao dịch phụ thuộc rất nhiều vào sự thao túng các giới đầu cơ quốc tế. Thường thì giới đầu cơ nắm giữ nhiều thông tin về mặt hàng cà phê và họ luôn tung ra những thông tin có lợi cho xu hướng mà họ tìm cách thao túng để đạt mục đích kiếm lời. Sự biến động của giá cả cà phê có khi đưa đến cho nhà kinh doanh những món lợi

không lồ, song cũng có khi đưa đến cho họ những rủi ro mà tổn thất có thể vượt quá sức chịu đựng. Ở Việt Nam, việc mua bán cà phê diễn ra gần như quanh năm và giá cả được hình thành chủ yếu dựa vào giá của thị trường chứng khoán London và New York. Phần lớn từ người trồng đến giới kinh doanh đều chịu sức ép từ sự điều tiết của thị trường này, cộng vào đó là còn thiếu thông tin nhiều nên các nhà kinh doanh và các nhà sản xuất luôn ở thế bất lợi. Chẳng hạn như trong năm 2000 và đầu năm 2001 ở Việt Nam, bộ Thương mại và bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã chưa nghiên cứu kỹ sản lượng cà phê thế giới nhu cầu của thế giới trong giai đoạn đó và chưa lường hết khả năng thao túng thị trường của giới đầu cơ quốc tế nên đã tham mua và đề xuất Thủ tướng Chính phủ chủ trương tạm trữ cà phê. Thời gian tạm trữ qui định là 6 tháng. Đến giữa và cuối năm 2001 các đơn vị được giao tạm trữ phải bán toàn bộ số hàng tạm trữ nói trên với mức giá thấp hơn giá mua rất nhiều. Kết quả hầu hết các doanh nghiệp tham gia tạm trữ cà phê bị thua lỗ lớn. Nguyên nhân chính là do trong giai đoạn này nguồn cung cà phê của thế giới vượt nhu cầu quá nhiều mà mức tạm trữ của Việt Nam nhỏ hơn rất nhiều so với phần vượt nên không đủ sức điều tiết nhằm giữ trạng thái hài hòa trong quan hệ cung cầu. Mặt khác, phương pháp tiến hành thiếu tính chiến lược nên đã gặp phải sự thao túng của giới đầu cơ thế giới dẫn đến cơ hội từ kế hoạch tạm trữ đã chuốc lấy rủi ro với tổn thất rất lớn. Đối với người sản xuất, đây là lần đầu tiên giá cả giảm xuống mức quá thấp so với giá thành sản xuất. Giá thế giới tại thị trường chứng khoán London tháng 03, yết giá vào ngày 25 tháng 01 năm 2002 giảm thấp nhất ở mức 366 USD/MT; giá xuất khẩu tại Việt Nam theo điều kiện FOB cảng thành phố Hồ Chí Minh 280 USD/MT; có đơn vị đã chốt giá (Fixed) theo phương thức mua bán kỳ hạn trừ lùi (Differential) ở mức 277 USD/T; giá nội địa giảm xuống mức thấp nhất là 3.800 VND/kg trong khi giá thành sản xuất khoảng 10.000 VND/kg. Trong giai đoạn này, người sản xuất bết tắc, nợ nần chồng chất, một số đã phá bỏ vườn cây để chuyển sang trồng trọt các loại cây khác. Nhiều người kinh doanh cũng lâm vào cảnh mất khả năng thanh toán, phá sản.

- Cây cà phê ở được trồng ở Việt Nam mang tính tự phát cao, thiếu tổ chức, không có qui hoạch rõ ràng nên diện tích tăng giảm tùy tiện theo ý chí của người sản xuất. Chẳng hạn khi giá xuống thấp thì người sản xuất nhận thấy trồng cây cà phê không có hiệu quả nên sẵn sàng phá bỏ vườn cây để thay thế cây trồng khác. hoặc khi giá cà phê tăng cao thì người ta lại đổ xô vào trồng cà phê một cách ào ạt. Những yếu tố đó đã gây ra bất ổn định nguồn cung về mặt hàng này đối với thị trường.

- Chất lượng cà phê còn kém do hầu hết cơ sở sản xuất nhỏ, phân tán, đầu tư cho công nghệ sau thu hoạch chưa đáng kể nên khó tiêu chuẩn hóa về chất lượng, không đảm bảo tính đồng đều, khó tập trung một lúc lượng hàng lớn để xuất khẩu.

- Các vùng trồng cà phê và các cơ sở chế biến (sơ chế) hầu hết ở xa các cảng xuất hàng, điều kiện giao thông vận tải chưa đáp ứng để đẩy nhanh tiến độ tập kết hàng xuất khẩu. Chẳng hạn như có những giai đoạn cao điểm, các phương tiện giao thông không đáp ứng kịp thời nên tiến độ giao hàng bị chậm trễ. Hoặc có những giai đoạn thời tiết xấu, mưa nhiều do vậy khi vận chuyển với tuyến đường quá xa đã xảy ra tình trạng độ ẩm hàng hóa tăng cao so hơn nhiều với mức cho phép nên phải tái chế lại mới xuất khẩu được. Chính vì điều đó đã làm gia tăng chi phí cho hàng hóa xuất khẩu.

- Hiệp hội Cà phê Ca cao Việt Nam đã được thành lập và đang hoạt động song vẫn chưa nêu cao được vai trò trong việc tìm kiếm, cung cấp thông tin về cà phê cho các hội viên một cách nhanh chóng, kịp thời, đồng thời chưa liên kết được các hội viên trong khâu tổ chức thu mua và bán hàng nên tình trạng cạnh tranh không lành mạnh trong mua, bán diễn ra rất phổ biến và kéo dài ngay các cơ sở sản xuất trong nước và thậm chí ngay cả các hội viên với nhau.

- Bộ phận khuyến nông cũng đã được hình thành có hệ thống song vai trò còn thấp nên việc trồng trọt, chăm sóc và thu hoạch cà phê đều do người sản xuất tự tìm hiểu và tự triển khai là chính. Do vậy, phần lớn các nhà sản xuất không được hướng dẫn kỹ thuật, chủ yếu dựa vào kinh nghiệm nên hiệu quả chưa cao. Bên cạnh đó, việc chăm sóc còn tùy tiện trong việc sử dụng phân bón, thuốc trừ sâu quá mức

đã dẫn đến sản phẩm chứa đựng dư lượng các chất hóa học độc hại ảnh hưởng xấu đến sức khỏe người tiêu dùng.

- Chính phủ cho phép tự do hóa thương mại nên số lượng cơ sở kinh doanh và hộ kinh doanh xuất hiện quá nhiều dẫn đến tình trạng tranh mua, tranh bán, cạnh tranh thiếu lành mạnh dẫn đến nhiều trường hợp phá sản, vỡ nợ, chạy nợ lẫn nhau v.v... Chính vì vậy đã gây ra tình trạng không sòng phẳng trong thanh toán, hủy bỏ hợp đồng làm giảm uy tín của giới kinh doanh Việt Nam cho nên đã để lại không ít khó khăn cho những người kinh doanh chân chính.

- Việt Nam là nước sản xuất cà phê đứng thứ hai trên thế giới sau Brazil, chủng loại cà phê chủ yếu là Robusta, diện tích trồng cà phê hiện nay khoảng 491,4 nghìn ha, sản lượng bình quân hàng năm (tính từ vụ mùa 2000/2001 đến vụ mùa 2005/2006) khoảng 790 nghìn tấn cà phê nhân. Phần lớn sản lượng dành để xuất khẩu (chiếm tỉ trọng khoảng 95%), tiêu thụ nội địa khoảng 5%. Phần lớn cà phê xuất khẩu chưa qua chế biến nên giá trị thu về chưa cao. Mặc dù có sản lượng cà phê của Việt Nam tương đối lớn song vẫn chưa tổ chức được sàn giao dịch trong nước nên giá cả phụ thuộc hoàn toàn vào giá của thị trường chứng khoán London và New York. Điều đó luôn đưa đến sự bất lợi cho các nhà sản xuất và kinh doanh trong nước.

- Hầu hết lượng hàng xuất khẩu của Việt Nam được bán qua các nhà kinh doanh khắp thế giới và có mặt ở tất cả các châu lục song lượng hàng bán trực tiếp cho các nhà rang xay thế giới vẫn còn rất ít. Chính vì vậy mà giá bán chưa cao và thiếu nhiều thông tin về cung, cầu thực tế. Bởi lẽ các nhà rang xay là người trực tiếp đưa sản phẩm cuối cùng đến tay người tiêu dùng nên họ nắm rất chính xác những thông tin về nhu cầu mặt hàng này.

- Các nhà kinh doanh xuất nhập khẩu của Việt Nam với qui mô hoạt động còn quá nhỏ bé so với thế giới cả về khả năng tài chính lẫn trình độ quản lý kinh doanh nên luôn phải chịu sự điều tiết của các nhà kinh doanh bên ngoài. Cụ thể là luôn luôn bị thao túng trong kinh doanh bởi các thương nhân nước ngoài. Hiện nay, có rất nhiều nhà kinh doanh nước ngoài hoặc trực tiếp mua hàng hoặc có đại diện

mua hàng tại Việt Nam. Lực lượng này nắm rất chính xác về diện tích, sản lượng, tập quán bán hàng của các nhà sản xuất, kinh doanh bản địa nên họ quyết định được giá mua từng thời điểm mà buộc nhà sản xuất, kinh doanh phải bán ra cho dù giá thấp. Chính vì thế mà họ luôn mua được hàng giá rẻ so với mua tại các quốc gia sản xuất cà phê khác trên thế giới.

Như vậy, môi trường xã hội đối với mặt hàng cà phê của Việt Nam cũng chứa đựng nhiều rủi ro, hết sức phức tạp và khó nhận biết. Chính vì vậy mà các nhà sản xuất và nhà kinh doanh xuất nhập khẩu cần phải sáng suốt nhìn nhận để tìm các biện pháp nhằm giảm thiểu rủi ro với mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận cho bản thân, doanh nghiệp mình và cả nền kinh tế.

Những rủi ro nêu trên là rủi ro đã xảy ra và thường gặp trong những năm qua. Tuy nhiên nguy cơ rủi ro có thể thay đổi và phát sinh một cách khó nhận biết nên cần phải nhận dạng thường xuyên nhằm phòng ngừa và hạn chế hữu hiệu nhất để tổn thất có thể có luôn luôn là nhỏ nhất.

2.4 PHÂN TÍCH RỦI RO

2.4.1 Tổn thất trực tiếp

2.4.1.1 Đối với người sản xuất

Tổn thất trực tiếp đối với người sản xuất là hậu quả gây ra từ thiên tai, hạn hán, sâu bệnh mà người sản xuất phải gánh chịu trong thời gian qua. Đây là yếu tố khách quan nên người sản xuất khó điều chỉnh được một cách triệt để. Trước đây vào vụ mùa 2003/2004 do ảnh hưởng từ hiện tượng La Nina nên mùa mưa kéo dài ngay thời điểm đang thu hoạch nên đã gây hư hỏng nhân cà phê và gây ra thiệt hại rất lớn cho người sản xuất. Vụ mùa 2004/2005 đã xảy ra hiện tượng El Nino nên hạn hán xảy ra trên diện rộng và kéo dài tại các vùng trồng cà phê của Việt Nam do đó đã xảy ra tình trạng cây chết hoặc khả năng ra hoa kém vì thế mà năng suất đạt thấp, sản lượng sụt giảm nhiều. Đầu vụ mùa 2005/2006 lại xảy ra trường hợp ve sâu phá hoại bộ rễ cà phê ở một số vùng sản xuất cà phê và đã gây ra hiện tượng cây chết hàng loạt và tổn thất xảy ra là không nhỏ.

2.4.1.2 Đối với người kinh doanh

Người kinh doanh gặp rủi ro dẫn đến tổn thất trực tiếp khi kỹ thuật mua bán non yếu, vận dụng các phương thức mua bán mà không hiểu bản chất, hoặc sử dụng các công cụ phái sinh sai mục đích chính nên dẫn đến thua lỗ. Chẳng hạn như trong phương thức mua bán kỳ hạn (differential) dưới dạng trừ lùi cố định chốt giá sau (fix) theo các thời điểm qui định trong hợp đồng thì vào vụ mùa 2001/2002 các nhà kinh doanh Việt Nam đã thua lỗ rất lớn. Còn trong vụ mùa 2005/2006 do vận dụng sai mục đích của các công cụ phái sinh, chẳng hạn như sử dụng riêng rẽ hình thức kinh doanh hợp đồng giao sau (Future contract) và hợp đồng quyền chọn trên thị trường LIFFE và NYBOT nên nhiều nhà kinh doanh Việt Nam đã lâm vào tình trạng mất cân đối nặng về tài chính. Cụ thể là có nhiều nhà kinh doanh đã không kết hợp các công cụ phái sinh này với thị trường hàng thật (Physical) và phương thức mua bán kỳ hạn trừ lùi chốt giá sau (Differential hay Price to be fixed) mà chỉ dùng riêng rẽ các công cụ này để kiếm lời. Bước đầu có phần gặt hái với kết quả chưa lớn, và sau đó nhiều nhà kinh doanh có cảm nhận đây là một phương thức dễ kiếm tiền và cộng vào đó là do háo thắng nên tập trung tiềm lực tài chính của mình với sự huy động tối đa để đầu tư vào lĩnh vực này rồi cuối cùng đã thất bại nặng nề.

2.4.2 Tổn thất gián tiếp

2.4.2.1 Đối với người sản xuất

Sự giảm giá trầm trọng vào vụ mùa 2000/2001 đã đẩy người sản xuất cà phê vào tình thế bế tắc. Trong khi giá bán sản phẩm thấp hơn nhiều so với giá thành sản xuất thì người sản xuất đã hết sức hoang mang và có người đã chặt bỏ vườn cây để thay thế cây trồng khác. Mặt khác, phần lớn đã bỏ mặc cho thiên nhiên nên không chăm bón nữa. Kết quả là có nhiều vườn cây bị phá bỏ hoặc bị hư hỏng do không có người chăm sóc. Như vậy, dưới tác động của giá cả tuy ở góc độ gián tiếp nhưng cũng là nhân tố quyết định trong việc hủy bỏ vườn cây dẫn đến việc hạn chế sản xuất. Điều này đã gây cho các nhà kinh doanh về mặt tâm lý mà khi nhìn nhận các nhà sản xuất cà phê của Việt Nam có cảm thấy có hàm chứa những điều không chắc chắn.

2.4.2.2 Đối với người kinh doanh

Việc người sản xuất phá bỏ vườn cây hoặc không chăm bón những vụ mùa 2001/2002 và 2002/2003 hay gặp hạn hán ở vụ mùa 2004/2005 đã gây ra mất mùa đã làm cho sản lượng sụt giảm đã ảnh hưởng đến các hợp đồng giao sau của nhiều nhà kinh doanh làm cho họ lỡ hợp đồng với khách hàng. Hoặc khi gặp thời tiết xấu như mưa nhiều và kéo dài trong khi thu hoạch ở thời điểm vụ mùa 2003/2004 thì chất lượng cà phê kém đi rất nhiều nên đã ảnh hưởng nghiêm trọng đến chất lượng và tiến độ giao hàng của các nhà kinh doanh đối với khách hàng. Cũng vì vậy đã có sự kéo theo lòng tin và sự tín nhiệm của khách hàng nước ngoài đối với các nhà xuất khẩu của Việt Nam có phần giảm sút.

2.5 ĐO LƯỜNG RỦI RO

2.5.1 Rủi ro do từ thiên tai

- Chính vì hiện tượng La Nina trong vụ mùa 2003/2004 đã gây ra mưa lớn kéo dài trong thời điểm thu hoạch cà phê làm cho việc thu hoạch, phơi sấy gặp khó khăn cho nên xảy ra tình trạng cà phê bị mốc, hạt bị đen, thối hoặc lên men v.v... Qua sự kiện này, người sản xuất bị thua thiệt nhiều do chất lượng cà phê giảm sút nghiêm trọng, phần lớn sản phẩm bị giảm giá, thậm chí còn phải hủy bỏ cả hàng hóa. Còn đối với các nhà xuất khẩu thì nhiều hợp đồng bị chậm trễ, bị khiếu nại về chất lượng hoặc bị trả lại hàng. Thiệt hại ở đây xảy ra ở đây là rất lớn, khả năng đo lường rất khó khăn vì nó vừa mang tính hữu hình và vừa mang tính vô hình.

- Hiện tượng El Nino trong vụ mùa 2004/2005 đã gây khô cháy vườn cây, có một số diện tích cà phê bị chết, số khác do không đảm bảo nước tưới nên không ra hoa được nên dẫn đến tình trạng mất mùa. Diện tích bị hư hại khoảng 99.348 ha. Đối với người sản xuất thì số sản phẩm thu hoạch không đảm bảo trang trải các chi phí đầu tư, không đảm bảo hàng để thanh toán cho các hợp đồng giao sau cho các nhà cung ứng, nhà xuất khẩu. Còn đối với các nhà xuất khẩu thì bị thiếu hụt hàng giao dẫn đến chậm trễ thời gian giao hàng hoặc hủy bỏ hợp đồng với khách hàng nước ngoài gây ảnh hưởng không nhỏ đến uy tín và thiệt hại vật chất do phải bồi thường khi vi phạm hợp đồng.

Để đo lường rủi ro và nắm bắt mức độ tổn thất một cách chính xác thì hết sức khó khăn do việc thu thập các số liệu rất khó khăn vì hầu như mọi người đều không muốn công bố mức lỗ của cá nhân hoặc đơn vị mình. Hơn nữa thiệt hại về uy tín, về tinh thần ... là thiệt hại mang tính trừu tượng khó có khả năng đo lường hết được. Do vậy, tất cả việc đánh giá ở đây chỉ dựa vào kết quả của công tác khảo sát, điều tra. Qua khảo sát, điều tra tại 25 đơn vị sản xuất và xuất khẩu cà phê đã nhận thấy có 25 đơn vị gặp rủi ro do thiên tai gây ra với mức độ và sự ảnh hưởng có khác nhau song họ đều có câu trả lời là thiệt hại rất nặng nề. Do vậy, tác động của thiên tai trong quá trình sản xuất là rất rộng và mang tính trực tiếp.

2.5.2 Rủi ro từ giá cả

Khi nói đến vấn đề rủi ro giá cả về mặt hàng cà phê thì bất cứ ai đã từng hoạt động trong ngành này chắc hẳn sẽ không bao giờ quên được những ngày “đen tối” nhất của ngành cà phê mà đặc biệt là ngành cà phê Việt Nam. Đó là những ngày mà từ người sản xuất cà phê đến một số tương đối lớn các nhà xuất khẩu cà phê tưởng chừng như đang đứng bên bờ vực của sự sụp đổ. Trong đợt khảo sát, điều tra bằng bảng câu hỏi, tác giả cũng đề cập mức độ rủi ro về giá và cũng nắm được từ 25 đơn vị với mức thiệt hại do biến động giá có những thời điểm với mức độ rất lớn. Đó là giai đoạn sau của vụ mùa 2001/2002. Kết quả điều tra mức độ thiệt hại cho thấy cả người sản xuất lẫn người kinh doanh đều gặp rủi ro cao ở giai đoạn này. Đối với các nhà sản xuất, một khi giá đã giảm đến mức chỉ còn 3.800.000 VND/MT trong khi giá thành khoảng 10.000.000 VND/MT thì họ bị lỗ 6.200.000 VND khi sản xuất ra 1 MT cà phê nhân. Như vậy, cứ 1 ha cà phê ở độ tuổi thuộc thời kỳ kinh doanh (Từ năm thứ 4 trở đi) họ đã bị lỗ khoảng 24.800.000 VND. Còn có nhiều nhà kinh doanh do dự trữ cà phê ở mức giá từ 10.000.000 VND/MT, thậm chí có nhiều đơn vị đã dự trữ ở mức giá 13.800.000 VND/MT với số lượng có những đơn vị ít thì cũng 2.000 MT, có đơn vị 5.000 MT, có đơn vị 10.000 MT. Với số liệu đó, chỉ cần một phép tính nhẩm thôi cũng đủ nhìn thấy mức độ thiệt hại là rất lớn.

Ngoài ra, theo chương trình tạm trữ cà phê theo chủ trương của Chính phủ trong hai đợt tại vụ mùa 2000/2001, bộ Tài chính thống kê như sau:

- Đối với doanh nghiệp: số lượng: 142.034 MT cà phê nhân; giá bình quân là: 6.756 VND/MT; thực hiện giá bán bình quân là: 355 USD/MT; tỷ giá bình quân là: 15.507 VND/USD; lỗ ước tính khoảng: 177,696 tỷ VND.

- Đối với Chính phủ: ngân sách nhà nước đã chi hỗ trợ cho sản xuất và xuất khẩu cà phê trong năm 2001 khoảng 170,3 tỷ VND. Đó là chưa kể phần hỗ trợ để xử lý nợ vay ngân hàng đối với người sản xuất và kinh doanh cà phê như hỗ trợ lãi vay trong 3 năm, xóa nợ cho các hộ khó khăn v.v...

2.5.3 Rủi ro thông tin

Đối với sản xuất và kinh doanh xuất khẩu cà phê thì thông tin là một khâu hết sức quan trọng, ảnh hưởng không nhỏ đến kết quả sản xuất, kinh doanh. Thông tin về cà phê là một nhân tố mang tính rộng, đa dạng và đòi hỏi cần phải cập nhật thường xuyên, nhanh chóng chính xác và kịp thời. Vì giá cả của mặt hàng này biến động thường xuyên, có lúc biên độ dao động rất lớn nên rủi ro rất cao. Rủi ro trong sản xuất và xuất khẩu cà phê phần lớn cũng xuất phát từ rủi ro thông tin mang đến. Các giới đầu cơ luôn tìm cách bùng bít thông tin nhằm thao túng thị trường để thu lợi cho chính họ. Các nhà sản xuất và xuất khẩu cà phê của Việt Nam trong vụ mùa 2000/2001 do không nắm chắc các thông tin về sản lượng cà phê thế giới và thông tin dự báo sản lượng sắp tới nên đã dự trữ hàng trong bối cảnh lượng hàng dồi dào thừa quá nhiều nên đã bị thua lỗ lớn. Đối với rủi ro thông tin thì mức độ đo lường để đưa ra một con số cụ thể thì hết sức khó khăn vì nó tác động thông qua một yếu tố khác, chẳng hạn như giá cả.

Trong giai đoạn vừa qua, các nhà sản xuất và xuất khẩu cà phê của Việt Nam chưa khai thác được nhiều thông tin về diễn biến từ các nhân tố tác động đến mặt hàng cà phê. Họ chủ yếu dựa vào một số thông tin từ Reuter và một số kênh thông tin khác để làm căn cứ nhận định xu thế của thị trường để đưa ra quyết định mua bán hàng. Một số thông tin như vậy đã được tác giả minh họa trong bảng phụ lục 6, phụ lục 7, phụ lục 8, và phụ lục 9.

Qua kết quả khảo sát điều tra tại 25 trường hợp cũng phản ánh điều đó. Qua công tác khảo sát điều tra thì hầu hết người ta đều trả lời rằng yếu tố thông tin đã tác

động đến khía cạnh này hay khía cạnh khác và cùng với các yếu tố khác gây gây ra thiệt hại ở một mức độ tương đối lớn. Ví dụ: trong một chuyến đi khảo sát thị trường tại Brazil vào năm 2003, một vị Tổng Giám đốc của một công ty đóng tại Dak Lak đã nghe nhầm rằng vị Tổng thống vừa đắc cử của đất nước sản xuất cà phê hàng đầu thế giới này sẽ có chính sách thả nổi đối với mặt hàng này thay vì trước đây họ bảo hộ dưới nhiều hình thức. Sau chuyến khảo sát thị trường về, vị Tổng Giám đốc này đã chỉ thị các thành viên đang dự trữ cà phê thuộc công ty mình phải gấp rút bán hàng, không để tồn kho nhằm phòng tránh rủi ro khi gặp sự cố giá giảm trong thời gian tới. Kết quả là phần lớn các thành viên dự trữ hàng đã bán hàng chịu lỗ khoảng 5.000.000 VND/MT, ước con số thiệt hại khoảng 7,5 tỷ VND. Song, thực chất của thông tin này là vị Tổng thống mới của Brazil này xuất thân từ ngành nông nghiệp nên rất ủng hộ ngành cà phê và sẽ có chính sách hỗ trợ nhằm nâng giá cà phê lên ở mức xứng đáng. Chính vì điều đó mà sau vài tháng giá cà phê được cải thiện hơn trước rất nhiều. Như vậy, vấn đề thông tin là một khâu hết sức quan trọng trong việc quyết định sản xuất kinh doanh cà phê. Bởi lẽ người ta luôn cân nhắc để bán hàng theo thời điểm có thông tin tốt (Selling on the good news).

2.5.4 Rủi ro tỷ giá hối đoái

Đối với các nhà sản xuất và xuất khẩu cà phê của Việt Nam trong giai đoạn từ vụ mùa 2000/2001 đến vụ mùa 2005/2006, rủi ro hối đoái chủ yếu chỉ xảy ra ở các nhà xuất khẩu. Qua công tác khảo sát điều tra thì mức độ thiệt hại không đáng kể vì mức độ biến động tăng giá VND hiếm khi xảy ra và nếu xảy ra thì mức độ dao động không lớn. Đối với lĩnh vực xuất khẩu, rủi ro hối đoái chỉ xảy ra khi đồng nội tệ tăng giá so với đồng ngoại tệ thanh toán trong hợp đồng. Ở Việt Nam hầu như các hợp đồng mua bán ngoại thương người ta đều chọn đồng tiền thanh toán là đồng USD. Trong giai đoạn này thì đồng tiền Việt Nam (VND) chủ yếu nằm trong tình trạng mất giá so với USD, chỉ có một số ít thời điểm tăng với mức độ tăng nhỏ. Do vậy, mức độ rủi ro tỷ giá hối đoái trong giai đoạn này đối với các nhà sản xuất và xuất khẩu cà phê của Việt Nam là không đáng kể.

Tuy nhiên, rủi ro hồi đoái ở một góc độ khác vẫn có sự tác động nhất định. Chẳng hạn như: đồng tiền của nước có sản lượng cà phê số một thế giới như đồng Peso của Brazil và USD của Mỹ mất giá hoặc tăng giá đột ngột vẫn tác động đến sức cung của thị trường cà phê. Ví dụ như: Peso tăng giá hay USD mất giá có tác động đến việc bán ra của Brazil dẫn đến nguồn cung tăng nên giá sẽ giảm xuống. Như vậy, rủi ro sẽ có thể xảy ra trước hết là đối với người sản xuất cà phê; còn đối với các nhà kinh doanh kinh doanh đang trong tình trạng dự trữ hàng cũng phải chịu rủi ro do giá giảm.

2.5.5 Rủi ro chính trị

Qua kết quả khảo sát điều tra ở 25 trường hợp thì tỷ lệ gặp phải rủi ro chính trị thấp (4%) và mức độ tổn thất cũng không lớn lắm. Rủi ro ở đây là việc hủy bỏ hợp đồng từ thương nhân của các nước ở khu vực Trung Đông khi quốc gia họ gặp phải chiến tranh. Do hai bên mới chỉ xác lập quan hệ hợp đồng mua bán, chưa tiến hành việc giao hàng nên tổn thất khi rủi ro xảy ra chưa phải là lớn. Việc hủy bỏ hợp đồng này buộc đơn vị xuất khẩu phải chào bán số hàng đã mua theo hợp đồng cũ với giá thấp hơn nhưng do số lượng không lớn nên mức thiệt hại chưa lớn. Ví dụ: đơn vị A bị hủy hợp đồng 36 MT cà phê nên khi bán lô hàng này cho thương nhân khác trong điều kiện giá giảm, mức giá bán được thấp hơn 1.500.000 VND/MT và đã bị thiệt hại khoảng 54.000.000 VND. Tuy nhiên, đây cũng là dấu hiệu của sự bất an mà trong hoạt động xuất khẩu thời gian tới đây cần phải xem xét để phòng tránh rủi ro, tổn thất có thể xảy ra. Rủi ro chính trị là một trong những rủi ro có thể gây ra những tổn thất bất ngờ và với mức độ có thể là rất lớn.

2.5.6 Rủi pháp lý

Qua tìm hiểu thực tế và khảo sát điều tra tại 25 trường hợp đã nêu (phụ lục 1) nhận thấy rằng tranh chấp pháp lý trong thời gian qua chủ yếu là khiếu nại đòi bồi thường về chất lượng và số lượng cà phê giao không đúng với cam kết trong hợp đồng.

- Đối với khiếu nại về chất lượng thì do tập quán canh tác, thói quen thu hoạch và điều kiện về công nghệ sản xuất, công nghệ sau thu hoạch còn lạc hậu nên

chất lượng cà phê Việt Nam kém vì vậy vấn đề tranh chấp chất lượng thường xảy ra. Thực tế có những hợp đồng tranh chấp về tỷ lệ hạt đen, vỡ cao hơn nhiều so với hợp đồng; có những hợp đồng tranh chấp bởi hàng bị mốc với tỷ lệ cao, hàng bị lên men v.v... Mức độ đòi bồi thường có những hợp đồng lên đến 73,08 USD/MT (chi tiết được minh họa vấn đề này đã được tác giả thu thập và liệt kê trong bảng phụ lục 10, phụ lục 11, phụ lục 12). Ước tính mức độ thiệt hại do tranh chấp chất lượng trong thời gian qua (giai đoạn 2001-2006) với con số không nhỏ.

- Các khiếu nại về số lượng cũng thường xảy ra nhưng mức độ vẫn còn ít hơn khiếu nại về chất lượng. Thiếu trọng lượng xuất phát từ các nguyên nhân như: hàng thiếu đồng nhất do đấu trộn giữa loại có độ ẩm cao với loại có độ ẩm thấp để có loại đạt độ ẩm theo tiêu chuẩn, mà loại có độ ẩm cao khi gặp nắng nóng trong hành trình vận chuyển nhanh chóng bay hơi nên xảy ra hao hụt; Mặt khác, do cà phê là mặt hàng thường chuyên chở bằng đường biển, có hành trình dài và qua các vùng khí hậu khắc nghiệt nên dễ xảy ra hao hụt lớn; một mặt nữa, do yêu cầu hàng phải đóng gói đồng nhất với trọng lượng tịnh là 60 kg/bao mà điều kiện ở Việt Nam thực hiện việc đóng gói mang tính thủ công nên khó đáp ứng được. Khi kiểm tra về số lượng, thông thường người ta chỉ cân đại diện khoảng 10% lô hàng nên khi gặp phải những bao thiếu thì số lượng thiếu sẽ thành 10 lần (bao thừa vẫn xem như đủ vì quy định hàng tịnh 60 kg/bao). Có những hợp đồng chỉ 18,6 tấn mà số lượng thiếu lên đến 1,927 tấn (để minh họa vấn đề này tác giả đã thu thập và liệt kê trong các phụ lục 13, phụ lục 14, phụ lục 15) .

2.5.7 Rủi ro từ yếu tố điều chỉnh của giới đầu cơ quốc tế

Có những năm đầu của giai đoạn này khi mà người ta thường than phiền sự bất bình đẳng trong quan hệ mua bán cà phê bằng những câu nói cửa miệng rằng thị trường cà phê là thị trường của người mua chứ không phải của người bán. Đó là vì tất cả các mức giá ở các thời điểm chủ yếu được định đoạt bởi người mua. Thế lực nào đã tiếp sức cho người mua làm được việc đó trong thời gian tương đối dài như vậy? Phải nói rằng vai trò của các nhà đầu cơ quốc tế trong việc thao túng giá cà phê trên thị trường thế giới là rất lớn. Họ có thể gia tăng sức ép từ phía cung hoặc từ

phía cầu để có thể nâng mức giá tăng lên hoặc đẩy mức giá giảm xuống. Qua quá trình nghiên cứu thực tế và qua kết quả khảo sát điều tra ở 25 trường hợp đã cho thấy các nhà sản xuất và xuất khẩu cà phê của Việt Nam thường gặp rủi ro do sự thao túng thị trường của giới đầu cơ quốc tế. Mức độ thiệt hại bởi yếu tố này cũng không phải là nhỏ.

2.5.8 Rủi ro do hạn chế trình độ chuyên môn nghiệp vụ

Vấn đề này dễ nhận thấy vào cuối năm 2006 khi nhiều người trong đó có cả giới kinh doanh cà phê chuyên nghiệp, những người mua bán nhỏ, những người trồng cà phê và những người chưa hề kinh doanh cà phê, thậm chí có cả những chưa hề biết đến kinh doanh cà phê là gì nữa đã đổ xô kinh doanh trên thị trường LIFFE và NYBOT bằng các hợp đồng giao sau (Future contract), hợp đồng quyền chọn (Option contract). Do chưa am hiểu về kỹ thuật vận hành của các thị trường này nên đã không dùng các công cụ phái sinh để phòng ngừa rủi ro (Hedging) mà mua bán đơn phương bằng các hợp đồng này do đó đã chuốc lấy thất bại nặng nề. Theo con số ước tính của một số nhà chuyên môn thì con số mất mát của những người Việt Nam tham gia theo dạng này bị thua thiệt trong quý 4 năm 2006 khoảng hàng trăm triệu USD. Đây là vấn đề tế nhị và mang tính bí mật trong kinh doanh nên rất khó khăn trong việc thống kê một cách chính xác về con số cụ thể. Để đo lường rủi ro mang tính ước chừng thì tác giả đã gửi mẫu phiếu khảo sát điều tra tới các doanh nghiệp, một số nhà chuyên môn và một số người tham gia thị trường này để tìm hiểu song kết quả thu được vẫn là sự phỏng đoán với con số ước tính mà thôi.

2.6 THỰC TRẠNG VỀ QUẢN TRỊ RỦI RO TRONG SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU CÀ PHÊ TRONG NHỮNG NĂM GẦN ĐÂY

2.6.1 Đối với sản xuất cà phê

Những năm trước đây, mỗi khi vào mùa thu hoạch là giá lại giảm, người sản xuất chỉ có thể bán được hàng khi thu hoạch hoặc nếu bán hàng khi chưa thu hoạch thì chỉ được mức giá rất thấp hơn nhiều so với giá hiện tại. Chính vì điều đó mà người sản xuất cà phê luôn chịu thiệt thòi về giá cả. Cộng vào đó, có những năm khi vào mùa thu hoạch cà phê gặp thời tiết xấu như mưa kéo dài liên tục, hàng hóa

không phơi sấy kịp dẫn đến mốc hoặc đen nên chất lượng kém do đó phải bán giá quá thấp và thậm chí có một số chất lượng quá kém còn hủy bỏ nữa. Ngoài ra còn có những năm hạn hán kéo dài gây ra mất mùa dẫn đến người sản xuất thất thu và như thế thì thu nhập của họ lại không ổn định, bấp bênh nên họ sẵn sàng chuyển đổi các cây trồng khác do vậy nguồn cung cà phê cũng bị ảnh hưởng theo.

Nhìn chung, rủi ro trong sản xuất cà phê rất lớn song từ trước đến nay vấn đề quản trị rủi ro đối với sản xuất mặt hàng này chưa tốt nên chưa hạn chế được. Chính vì điều đó, người sản xuất không có được định hướng chiến lược nên hiệu quả sản xuất mang lại còn thấp.

2.6.2 Đối với xuất khẩu cà phê

Đối với các nhà kinh doanh của Việt Nam trong thời gian qua đã áp dụng nhiều phương thức mua bán, sử dụng các công cụ phái sinh nhằm hạn chế rủi ro trong kinh doanh cà phê. Song phần lớn đều chưa nắm vững về bản chất nên trong quá trình vận hành còn yếu kém về mặt kỹ thuật, vận dụng sai mục đích dẫn đến kết quả đạt được còn thấp, thậm chí nhiều thương nhân thua lỗ nặng. Chẳng hạn như: trong hai năm tham gia các hợp đồng Future, Option trên thị trường LIFFE và NYBOT từ năm 2005-2006, do chưa hiểu cơ chế vận hành và dự báo sai về xu hướng biến động giá nên phần lớn những người tham gia các thị trường này đã trả giá quá đắt. Gần đây nhất là vào thời điểm tháng 9 năm 2006 do nắm được thông tin dự báo của USDA, ICO và một số tổ chức khác về sản lượng cà phê thế giới trong vụ mùa 2006/2007 sẽ đạt ở mức cao nên phần lớn các nhà kinh doanh hợp đồng Future, Option đều dự đoán giá sẽ giảm trong thời gian sắp tới. Từ suy nghĩ và nhận thức như vậy mà phần lớn những người tham gia thị trường này đã thực hiện bán khống (Selling short) và khi đó trạng thái kinh doanh của họ là Short Future. Trong một thời gian ngắn do những nhà đầu cơ trên sàn của thị trường LIFFE và NYBOT nắm rất rõ về tổng số lượng Short Future từ Việt Nam là con số tương đối lớn nên đã thao túng đẩy giá trên LIFFE từ mức 1.300 USD/MT lên đến mức 2.063 USD/MT. Với mức biến động giá quá nhanh và quá lớn như vậy thì khả năng tài chính không đáp ứng nổi để ký quỹ nhằm duy trì trạng thái nên hàng loạt lệnh chặn

lỗ liên tục xuất hiện để ngưng lỗ (Stoploss). Và như vậy, con số về vốn rất lớn và cứ lớn dần lên của các nhà đầu tư Việt Nam chảy dần vào túi của giới đầu cơ quốc tế. Chính vì điều đó mà sau sự kiện đó các nhà đầu tư Việt Nam đã thối thu và thay đổi tư duy khi đã nhận ra rằng mình đã lạm dụng các công cụ phái sinh để mưu sinh thì giống hệt như tham gia vào trò chơi đánh bạc. Không ai có thể thống kê nổi con số thiệt hại là bao nhiêu vì người thua lỗ thì có bao giờ dám nói ra sự thật song qua thăm dò thì đây là sự mất mát tương đối lớn của giới kinh doanh Việt Nam và cũng là một thiệt hại không nhỏ đối với nền kinh tế. Trước tình hình đó, các cơ quan chức năng và Hiệp hội cà phê ca cao Việt Nam đã khuyến cáo các nhà đầu tư cần phải cẩn thận khi tham gia vào lĩnh vực kinh doanh mới mẻ này. Tuy những lời khuyến cáo đó đưa ra muộn nhưng cũng đã góp phần cảnh tỉnh cho những người chưa nghiên cứu kỹ lĩnh vực này mà vẫn muốn đầu tư theo lối phiêu lưu mạo hiểm.

Điều mà các nhà kinh doanh xuất khẩu Việt Nam cần quan tâm là khi tham gia mua bán cà phê trên thị trường thế giới để đạt được hiệu quả cao thì phải thường xuyên nghiên cứu và vận dụng tốt kỹ thuật vận hành các công cụ phái sinh trên các thị trường hiện đại. Đồng thời, nắm bắt và xử lý thông tin một cách chính xác, kịp thời nhằm tận dụng cơ hội và hạn chế rủi ro. Thực tế cho thấy, các nhà kinh doanh vừa làm, vừa nghiên cứu học cách làm thông qua các kênh thông tin nhưng chủ yếu là các đại diện của thương nhân nước ngoài tại Việt Nam. Do vậy, kỹ thuật kinh doanh chưa có tính chuyên nghiệp, tâm lý kinh doanh không ổn định nên nhiều trường hợp giá tăng giữ hàng chờ tăng nữa buộc người mua phải tìm đến thị trường nước khác để mua dẫn đến mất cơ hội bán hàng. Còn giá giảm thì lại sợ rủi ro vượt quá sức chịu đựng nên tìm cách đưa hàng vào thị trường ồ ạt tạo đà cho nguồn cung tăng một cách đột biến nên đã tác động làm cho giá càng giảm.

Riêng đối với việc sử dụng các công cụ phái sinh để phòng ngừa rủi ro thì trong thời gian qua có nhiều nhà kinh doanh đã lấy việc này làm một lĩnh vực đầu tư mới nhằm tìm kiếm lợi nhuận nên đã trả giá quá đắt, có nhiều trường hợp lâm vào tình trạng phá sản. Ở Việt Nam, đã hơn hai năm nay người ta đã thực hiện giao dịch thông qua các hợp đồng Future, option hàng hóa nhưng chủ yếu là mặt hàng cà

phê. Đối tượng tham gia giao dịch các loại hợp đồng rất rộng từ các nhà chuyên kinh doanh cà phê, những người trồng cà phê đến những người chưa từng tham gia thị trường cà phê và thậm chí cả những người chưa biết bất kỳ một thông tin gì mua bán cà phê mà họ chỉ nghe giới thiệu từ đó nảy sinh ý định kiếm cơ hội đầu tư trên các thị trường này. Năm 2006 là năm đã rộ lên một làn sóng mạnh về giao dịch Future, Option tại các tỉnh thuộc khu vực Tây nguyên của Việt Nam, mọi người ở đây quen gọi là mua bán “hàng giấy” (có mua hàng, bán hàng nhưng ở trên giấy) và cũng là năm mà giới giao dịch trong lĩnh vực này trả cái giá quá đắt. Theo con số điều tra không chính thức thì mức thiệt hại có thể lên đến hàng ngàn tỉ VND, người thua lỗ nhiều nhất cũng phải đến vài chục tỉ VND.

Tuy nhiên, bước đầu cũng đã có một số thương nhân vận dụng thành công bằng cách dùng các công cụ phái sinh này để phòng hộ giá (Hedging) nhằm phòng tránh rủi ro nhưng chưa được nhân rộng để mọi người học tập.

***KẾT LUẬN CHƯƠNG II:**

Qua quá trình nghiên cứu thực trạng về rủi ro và quản trị rủi ro trong hoạt động sản xuất và xuất khẩu cà phê của Việt Nam, chúng ta có thể kết luận đây là một lĩnh vực chứa đựng nhiều rủi ro, song việc kinh doanh trong lĩnh vực này cũng dễ tìm thấy mức lợi nhuận không phải là nhỏ. Điều quan trọng đòi hỏi chúng ta phải cần có những giải pháp phù hợp với yêu cầu thực tế khách quan nhằm quản trị tốt các rủi ro nhằm tối đa hóa lợi nhuận trong sản xuất, kinh doanh. Điều đó trong giai đoạn vừa qua chúng ta chưa làm được nên đòi hỏi trong giai đoạn sắp tới cần phải quyết tâm cao thì mới thực hiện được nhằm để tồn tại và phát triển.

Việc nghiên cứu thực trạng về rủi ro và quản trị rủi ro để trên cơ sở đó đề ra các giải pháp hữu hiệu với mục tiêu là: phòng ngừa, giảm thiểu và hạn chế các rủi ro trong sản xuất và xuất khẩu cà phê nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của các nhà sản xuất và xuất khẩu cà phê của Việt Nam. Mặt khác, tạo được vị thế và động lực để ngành cà phê phát triển nhằm góp phần phát triển nền kinh tế của đất nước.

CHƯƠNG III

CÁC GIẢI PHÁP QUẢN TRỊ RỦI RO TRONG SẢN XUẤT VÀ XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA VIỆT NAM

*** CÁC CĂN CỨ ĐỀ ĐỀ RA CÁC GIẢI PHÁP:**

Để các giải pháp đề ra là thiết thực cho quản trị rủi ro đối với sản xuất và xuất khẩu cà phê của Việt Nam thì cần phải căn cứ vào các yếu tố sau đây:

- Các nhân tố tác động đến hoạt động sản xuất và xuất khẩu cà phê của Việt Nam và xuất phát từ môi trường tự nhiên và môi trường xã hội.
- Định hướng phát triển Kinh tế- Xã hội của Việt Nam đến năm 2020.
- Chiến lược phát triển ngành cà phê Việt Nam.
- Chiến lược Phát triển xuất khẩu đến 2010.

Chúng ta có thể phân chia các giải pháp quản trị rủi ro thành hai nhóm là: nhóm giải pháp vi mô và nhóm giải pháp vĩ mô. Cụ thể như sau:

3.1 CÁC GIẢI PHÁP VI MÔ

3.1.1 CÁC GIẢI PHÁP KIỂM SOÁT RỦI RO

3.1.1.1 Đối với sản xuất

- Giải pháp né tránh

+ Không trồng cây cà phê ở các vùng mà nhận thấy có khả năng phát sinh rủi ro cao. Chuyển đổi cơ cấu cây trồng một cách hợp lý, loại bỏ những vườn cây có hiệu quả kinh tế thấp sang trồng những loại cây khác. Bên cạnh đó, phát triển sản xuất cần phải đi đôi với việc đa dạng hóa cây trồng, ngành nghề, sản phẩm. Với diện tích và sản lượng cà phê như hiện nay đối với Việt Nam là một tỷ lệ khá lớn trong cơ cấu cây trồng do đó không nên phát triển thêm diện tích trồng mới. Đây là biện pháp tránh nguy cơ thừa hàng nhằm tránh tình trạng giá giảm quá mức như thời kỳ đầu của giai đoạn này.

+ Tránh những nguyên nhân gây ra rủi ro đối với cây cà phê. Cụ thể là:

* Đối với phòng sâu bệnh thì cần phải kết hợp với các chuyên gia, kỹ sư, kỹ thuật viên ngành nông nghiệp để thường xuyên theo dõi chặt chẽ nếu nhận thấy có những biểu hiện lạ thì cần phải xử lý ngay từ đầu. Có cơ chế phòng bệnh nghiêm ngặt nhằm tránh sự lây lan từ các nơi khác.

* Đối với thiên tai thì cần phải đề phòng trường hợp hạn hán có thể xảy ra bằng các biện pháp chủ động nguồn nước tưới, hệ thống tưới tiêu đảm bảo nhằm giữ độ ẩm bình thường nhằm đáp ứng cho quá trình sinh trưởng của cây cà phê. Ngoài ra, còn phải chuẩn bị tốt công nghệ sau thu hoạch nhằm chế biến đảm bảo chất lượng cà phê không bị giảm sút và phòng tránh rủi ro khi gặp thời tiết xấu như hiện tượng mưa kéo dài.

* Đưa sản phẩm ra thị trường với mức hợp lý, không đưa hàng ra một cách ồ ạt để duy trì mức cung vừa phải nhằm giữ mức giá đảm bảo thu được lợi nhuận.

- Giải pháp ngắn ngừa

+ Khắc phục tình trạng phát triển sản xuất một cách tự phát bằng cách liên kết các thành phần kinh tế với nhau nhằm tập trung nguồn lực để đầu tư có hiệu quả. Làm được điều đó sẽ khắc phục được tính manh mún trong sản xuất để có cơ hội chuyên môn hóa sản xuất. Mặt khác, khi đã có sự tập trung sản xuất thì sản phẩm cũng sẽ tập trung với số lượng lớn đảm bảo nguyên liệu cho chế biến, nắm chắc chân hàng để xuất khẩu và quản lý tốt chất lượng.

+ Hạn chế liều lượng thuốc trừ sâu, các chất hóa học khác trong bối cảnh các nhà chuyên môn đang báo động về dư lượng các chất hóa học và các độc tố khác chứa trong sản phẩm đang đe dọa đến sức khỏe người tiêu dùng.

- Các giải pháp giảm thiểu rủi ro

+ Khi gặp thiên tai, hạn hán hoặc sâu bệnh dẫn đến mất mùa thì để giảm thiểu rủi ro, người trồng cà phê phải có biện pháp nhằm tìm cách bán số sản phẩm thu được với giá cao nhất để bù đắp một phần thiệt hại. Đồng thời, khắc phục hậu quả bằng cách cải tạo và tăng cường chăm sóc vườn cây nhằm tăng năng suất cây trồng để bù đắp lại mất mát của vụ cũ.

+ Khi gặp rủi ro về giá cả giảm mạnh thì để giảm thiểu rủi ro, người trồng cà phê phải dự trữ sản phẩm nhằm giảm lượng hàng bán ra, tạo sự khan hiếm tạm thời và từ đó sẽ hỗ trợ giá phục hồi.

- Quản trị thông tin

+ Người sản xuất cà phê cần có các thông tin về tình hình sản xuất, lượng tồn kho và nhu cầu tiêu thụ cà phê không những trong nước mà còn cả trên thế giới. Những nguồn thông tin đáng tin cậy sẽ giúp họ điều tiết sản xuất nhằm giảm thiểu rủi ro trong quá trình sản xuất.

+ Những thông tin về vệ sinh an toàn thực phẩm cũng cần có đối với nhà sản xuất vì họ phải biết được sản phẩm của họ sản xuất ra có đảm bảo về tiêu chuẩn vệ sinh và an toàn thực phẩm hay không. Chẳng hạn như dư lượng thuốc bảo vệ thực vật trong sản phẩm ở mức nào và gây hại cho sức khỏe ra làm sao, hoặc sản phẩm có chứa các độc tố khác hay không, nguyên nhân từ đâu v.v.... Các thông tin đó sẽ giúp cho người sản xuất điều chỉnh hành vi trong sản xuất nhằm nâng cao chất lượng của sản phẩm để từ đó sản phẩm tìm được chỗ đứng vững chắc trên thị trường.

+ Tăng cường thu thập và xử lý tốt những thông tin dự báo thời tiết như mưa bão, hạn hán nhằm có kế hoạch phòng chống, tưới tiêu v.v... Trong những năm gần đây, công tác dự báo thời tiết phát triển mạnh mẽ và rất đa dạng với nhiều kênh và ở nhiều quốc gia khác nhau. Vấn đề quan trọng đòi hỏi các nhà sản xuất cần có bộ phận theo dõi thường xuyên nhằm cập nhật và xử lý thông tin hiệu quả nhất, chi phí tiết kiệm nhất.

- Chuyển giao kiểm soát rủi ro

+ Khi nhà sản xuất cà phê đối diện với rủi ro, họ có thể chuyển giao bằng cách bán lại vườn cây của họ cho người khác để khỏi tiếp tục gánh vác trách nhiệm khi mức độ tổn thất có thể lớn hơn. Những người nhận chuyển nhượng lại vườn cây này sẵn sàng đương đầu với rủi ro và tất nhiên là họ sẽ có các giải pháp quản trị rủi ro tốt hơn nhằm phòng tránh, giảm thiểu và hạn chế rủi ro.

+ Để tránh rủi ro khi giá giảm thì họ có thể bán sản phẩm trước thông qua các hợp đồng giao sau, hợp đồng kỳ hạn v.v...

- Giải pháp đa dạng hóa

Với giải pháp này, nhà sản xuất sẽ thâm canh nhiều chủng loại cây trồng để khi loại cây này gặp rủi ro thì có thể có sự may mắn từ các loại cây khác bù đắp. Trong vườn cà phê người ta có thể trồng các loại cây ăn quả khác, cây công nghiệp khác như cây dó bầu để tạo trầm kỳ v.v... Khi cây cà phê mất mùa hoặc gặp rủi ro do giảm giá đã có sản phẩm từ cây ăn trái, cây dó bầu hoặc các loại cây khác bù đắp.

3.1.1.2 Đối với kinh doanh xuất khẩu

- Giải pháp né tránh

+ Tạm dừng kinh doanh mặt hàng cà phê bằng cách chuyển sang kinh doanh những mặt hàng khác ít rủi ro hơn khi nhận thấy mặt hàng này chứa đựng nhiều rủi ro nhằm tìm giải pháp để xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp hơn.

+ Thực hiện hình thức mua trước (tức là giữ tồn kho) khi giá có xu thế tăng lên; không để tồn kho thậm chí còn bán khống (bán khi chưa có hàng) khi giá có xu thế giảm. Để các nghiệp vụ này thực hiện có hiệu quả cao thì đòi hỏi công tác thu thập và xử lý thông tin phải tốt nhằm phục vụ cho công tác dự báo mang tính chính xác cao.

+ Hạn chế đến mức tối đa việc bán hàng sang các khu vực thường gặp rủi ro chính trị, pháp lý, chiến tranh, đình công v.v...

- Giải pháp ngăn ngừa

+ Có kế hoạch cung ứng với mức độ hàng hóa tung ra thị trường một cách hợp lý nhằm tránh áp lực tăng cung quá mức để giữ ổn định giá.

+ Đầu tư đúng mức cho công tác dự đoán, dự báo nhằm tìm giải pháp tối ưu trong kinh doanh.

- Các giải pháp giảm thiểu rủi ro

Có nhiều dạng rủi ro mà nhà xuất khẩu phải đối diện song có một số rủi ro các nhà xuất khẩu Việt Nam thường gặp và các giải pháp giảm thiểu như:

+ Khi gặp rủi ro do giá giảm mạnh trong khi tồn kho lại rất cao thì cần phải bán một phần số lượng tồn kho nhằm tránh gặp rủi ro lớn hơn. Vì nếu giá tiếp tục giảm thì mức thiệt hại cũng đã giảm đi một phần. Nếu giá tăng lên thì có thể chờ tăng nữa để tìm cơ hội bù đắp thiệt hại từ nửa số hàng còn lại.

+ Trong trường hợp nhà xuất khẩu đã bán không một lượng hàng, chưa mua vào được mà giá cứ tăng mãi thì cần tính toán và xác định kỹ điểm giá thị trường sẽ điều chỉnh giảm để tiếp tục bán không nhằm đưa mức giá bán không bình quân đến gần mức giá hiện tại và sẽ mua vào khi giá giảm trở lại. Còn nếu có thông tin giá sẽ tiếp tục tăng chứ không giảm thì có thể tìm biện pháp mua hàng vào ngay và chịu lỗ một phần tránh khi giá tăng cao sẽ lỗ nhiều hơn. Có nhiều cách nhận định về giá như: căn cứ vào tình hình mùa vụ của các quốc gia; căn cứ vào nhu cầu thế giới; căn cứ vào lượng tồn kho thế giới; căn cứ vào sự biến đổi của thiên nhiên; căn cứ vào yếu tố kỹ thuật v.v...

Ví dụ: dựa vào yếu tố phân tích kỹ thuật: khi theo dõi sự biến động của giá trong một giai đoạn, nhà kinh doanh xuất khẩu đã phân tích thấy mức giá thấp nhất trên LIFFE là 1.493 USD/MT; mức giá cao nhất trên LIFFE là 1640 USD/MT; thị trường sẽ điều chỉnh theo ba mức giá theo các tỷ lệ như sau: 38,2%; 50%; 61,8%. Cụ thể các mức điều chỉnh là:

• Mức 1: $(1.640-1.493)USD/MT*38,2\%+ 1.493USD/MT= 1.549 USD/MT$

Nếu chạm mức 1 mà thị trường không tăng nữa, tức là không phá qua mức 1 thì thị trường sẽ có khả năng điều chỉnh giảm trở lại, nếu mức giảm dưới mức 1.493 USD/T thì thị trường sẽ có khả năng không phải là điều chỉnh nữa mà là đi xuống, lúc đó thị trường sẽ đảo chiều. Còn nếu thị trường đã chạm mức 1 mà vẫn tiếp tục tăng nữa thì thị trường sẽ thử để đạt ở mức thứ 2.

• Mức 2: $(1.640-1.493)USD/MT*50\%+ 1.493USD/MT= 1.567 USD/MT$

Khi đã chạm ở mức 2 sẽ có thể xảy ra một trong hai xu hướng hoặc quay trở lại mức 1 hoặc nếu phá mức 2 thì thị trường sẽ thử ở mức 3.

•Mức 3: $(1.640-1.493)USD/MT*38,2\%+ 1.493USD/MT= 1.584 USD/MT$

Khi thị trường chạm tới mức 3 thì cũng sẽ có thể xảy ra một trong hai xu hướng như: hoặc điều chỉnh giảm và có thể quay lại mức 2 hoặc tăng vượt qua mức 3. Nếu thị trường phá mức 3 thì các bước điều chỉnh xem như kết thúc, khi đó thị trường sẽ đi lên và thị trường sẽ thiết lập các mức tăng mới.

- Quản trị thông tin

Thông tin đối với nhà kinh doanh xuất khẩu hết sức quan trọng nên đòi hỏi các thông tin phải được cập nhật một cách thường xuyên, nhanh chóng và chính xác, kịp thời. Một trong những thông tin đó là:

+ Thông tin về tình hình sản xuất cả phê thế giới (như: diện tích, sản lượng, chất lượng sản phẩm v.v...) và nhu cầu tiêu thụ cả phê của thế giới là hết sức cần thiết để có cơ sở cân đối cung cầu và từ đó hạn chế được rủi ro.

+ Thông tin về lượng tồn kho thế giới, thông tin về các quỹ đầu cơ, thông tin về tình hình tham gia thị trường của các nhà rang xay thế giới v.v...

* Đối với lượng tồn kho thế giới: nếu tồn kho giảm sẽ tác động điều chỉnh khuynh hướng giá tăng; còn nếu tồn kho thế giới tăng sẽ tác động điều chỉnh khuynh hướng giá giảm.

* Đối với các thông tin về quỹ đầu cơ: hiện nay trên thị trường cả phê thế giới lực lượng thao túng chủ yếu và quyết định nhất vẫn là giới đầu cơ quốc tế. Đây là những người tham gia lập nên các quỹ đầu cơ. Khi các quỹ đẩy mạnh mua vào sẽ kích hoạt thị trường làm cho giá tăng do nhu cầu tăng. Khi các quỹ đầu cơ ồ ạt bán ra thì áp lực cung tăng lên nên tác động mạnh vào thị trường làm cho giá sẽ giảm. Thực chất của biến đổi cung, cầu trong những trường hợp này đã tác động tích cực đến sự biến động của giá cả song xét về bản chất thì đây có lúc có thể là dấu hiệu ảo nhưng nó cũng tác động mạnh vào thị trường hàng thật (physical).

* Đối với các thông tin về tình hình tham gia thị trường của các nhà rang xay thế giới: đây cũng là lực lượng quan trọng và cũng có vai trò tác động rất lớn đến sự biến động giá cả mặt hàng cả phê. Khi giới rang xay thực hiện mua vào đã tác động đến thị trường làm cho giá cả tăng lên do cầu tăng. Đây là lực lượng quyết định của thị trường hàng thật (physical).

- Chuyển giao kiểm soát rủi ro

+ Nhà kinh doanh muốn chuyển giao rủi ro do lo sợ gặp rủi ro và tổn thất khi giá cả biến động như trường hợp đã mua hàng thì đồng thời họ cũng phải bán ngay số hàng đó. Ví dụ: vào thời điểm tháng 5 nhà kinh doanh mua của nhà sản xuất 100 MT cà phê nhân giá 1.400 USD/MT; đồng thời họ cũng bán số hàng đó với mức giá đảm bảo có lãi cho thương vụ của họ với các thương nhân khác hay các nhà rang xay để tránh rủi ro và tổn thất trong trường hợp giá giảm.

+ Trong trường hợp nhà kinh doanh xuất khẩu ngại rủi ro có thể xảy ra trong thanh toán thì họ đã lựa chọn phương thức thanh toán bằng tín dụng thư (L/C). Khi đó trách nhiệm thu tiền từ người mua hàng đã được chuyển về phía ngân hàng.

- Giải pháp đa dạng hóa

+ Nhà kinh doanh xuất khẩu đa dạng mặt hàng xuất khẩu để khi gặp rủi ro trong kinh doanh cà phê sẽ có thể có lợi nhuận từ các mặt hàng khác bù đắp. Làm như vậy thì nhà kinh doanh mới có thể tồn tại và phát triển được.

+ Trong kinh doanh xuất khẩu cà phê cũng cần phải tìm kiếm nhiều khách hàng để so sánh và lựa chọn mức giá, yêu cầu chất lượng nhằm để đạt được mức giá cao hơn và giảm sự khắt khe trong việc yêu cầu tiêu chuẩn chất lượng cà phê.

+ Thị trường cà phê cũng rất đa dạng, tuy đưa ra các tiêu chuẩn gần như là chung nhau nhưng vẫn có sự khác nhau ở mỗi khu vực. Có nơi thì đòi hỏi chất lượng khắt khe hơn, giá cao hơn; còn có nơi vẫn chấp nhận tiêu chuẩn chất lượng bình thường với giá vừa phải. Do mặt hàng cà phê khó có thể đạt được chất lượng đồng nhất nên cũng cần phải đa dạng hóa thị trường để giảm bớt rủi ro trong kinh doanh.

3.1.2 TÀI TRỢ RỦI RO

3.1.2.1 Đối với sản xuất

- Bảo hiểm về giá theo hình thức chốt giá cố định:

Các nhà sản xuất lựa chọn những nhà kinh doanh có uy tín hoặc thông qua các sở giao dịch hàng hóa giao sau để bán hàng theo mức giá thỏa thuận và xác định mức giá cố định trong hợp đồng. Khi đến thời hạn giao hàng (thông thường được

hai bên thỏa thuận sau khi thu hoạch) bên bán thực hiện nghĩa vụ giao hàng, bên mua thực hiện nghĩa vụ thanh toán theo giá hợp đồng. Theo phương thức này, nếu vào vụ gặp rủi ro giá giảm mạnh thì phần thiệt hại của người sản xuất đã được người kinh doanh gánh chịu. Tất nhiên, trước khi quyết định ký kết hợp đồng thì người ta cũng đã dự đoán xu thế giá ở thời điểm trong tương lai để có cơ sở xác định mức giá ký kết ở thời điểm hiện tại. Đây là phương thức giành cho những nhà sản xuất ngại đối diện với rủi ro.

- Phi bảo hiểm đối với giá cả

Các nhà sản xuất không ngại đối diện với rủi ro thường phiêu lưu với mong muốn tìm kiếm cơ hội lợi nhuận tốt hơn. Theo đó, họ luôn tính toán nhằm dự báo xu thế của thị trường trong tương lai để đề ra quyết định bán hàng. Có thể bán hàng trước (bán không) khi tính toán và dự báo giá sẽ có xu hướng giảm, hoặc chưa có quyết định bán hàng (giữ tồn kho) khi cơ sở tính toán và dự báo của họ là mức giá sẽ tăng trong tương lai. Nếu vào thời điểm thu hoạch giá không những không tăng mà lại giảm thì họ phải chấp nhận rủi ro. Còn ngược lại, mức giá tăng như dự báo thì họ thu lợi nhuận cao hơn.

- Trung hòa rủi ro- phòng hộ giá (Hedging)

Các nhà sản xuất cà phê luôn lo sợ giá giảm mỗi khi sản phẩm của họ được đưa ra thị trường. Thường thì sản phẩm của các nhà sản xuất có mặt trên thị trường nhiều nhất là ngay sau khi thu hoạch. Trong những thời điểm này giá thường thấp hơn các thời điểm khác do thói quen của các nhà sản xuất thường bán ra rất mạnh ngay sau khi thu hoạch nên đã tạo nên áp lực lớn về cung (cung tăng mạnh nên đã tạo áp lực lớn đẩy giá giảm một cách gần như tương ứng). Để giảm bớt rủi ro do tác động của giá thì các nhà sản xuất cần phải áp dụng kỹ thuật phòng hộ giá (Hedging). Thí dụ: cà phê Việt Nam thường thu hoạch vào tháng 10 và kết thúc vào tháng 12 hàng năm, để đảm bảo tránh rủi ro về giá khi thu hoạch thì tại thời điểm tháng 4 khi giá đang tốt, nhà sản xuất mở tài khoản ký quỹ để giao dịch trên thị trường LIFFE nhằm bán số hàng của mình sản xuất được bằng hợp đồng giao sau (Future contract). Giả dụ tại thời điểm tháng 4 khi mức giá tháng 01 của năm sau

trên thị trường LIFFE là 1.650 USD/T, khi đó nhà sản xuất quyết định bán bằng hợp đồng Future giá 1.650; nếu giá kỳ hạn (Differential) tại thời điểm này ở mức trừ lùi 155 USD/T theo giá thị trường LIFFE tháng 01, nhà sản xuất quyết định bán kỳ hạn; và nếu so sánh thử thì giá hàng thật (Physical) tại thời điểm này sẽ là 1.650 USD/MT-155 USD/MT= 1.495 USD/MT. Lúc này xem như nhà sản xuất đã bán số sản phẩm có thể thu được bằng hợp đồng kỳ hạn và dùng công cụ phái sinh bằng hợp đồng giao sau (Future contract) để phòng ngừa rủi ro (Hedging). Khi tới thời điểm tháng 01 nếu giá trên LIFFE giảm xuống mức 1.250 USD/MT thì họ sẽ mua cho hợp đồng giao sau (Future contract) và chốt giá (Fixed) hợp đồng kỳ hạn ở mức 1.250 USD/MT. Giá hàng thật là:

$1.250 \text{ USD/MT} - 155 \text{ USD/MT} = 1.095 \text{ USD/MT}$. Ta có kết quả:

+ Lãi trên hợp đồng giao sau (Future) là:

$$1.650 \text{ USD/MT} - 1.250 \text{ USD/MT} = 400 \text{ USD/MT}$$

+ Lỗ trên hàng thật (Physical) là:

$$1.095 \text{ USD/MT} - 1.495 \text{ USD/MT} = -400 \text{ USD/MT}$$

Như vậy, cân đối chung với kết quả không lãi, không lỗ. Nghiệp vụ này nói lên rằng người sản xuất sẽ không gặp rủi ro về giá cho dù giá giảm.

Đối với trường hợp người sản xuất không muốn gánh chịu rủi ro hối đoái từ khoản tiền sẽ thu được vào thời điểm tháng 11 theo qui định của hợp đồng thì họ có thể bán số ngoại tệ sẽ thu được bằng một hợp đồng giao sau (Future contract). Đến thời điểm đó, khi nhận được tiền thanh toán bán hàng thì nhà sản xuất sẽ thực hiện việc bán ngoại tệ thu được và sẽ mua lại hợp đồng giao sau (Future contract), nghiệp vụ này cũng tiến hành tương tự như đã trình bày ở trên. Sự thiệt hại trong nghiệp vụ mua bán ngoại tệ thật nếu có sẽ được bù đắp bằng lợi nhuận của hợp đồng giao sau (Future contract).

3.1.2.2 Đối với kinh doanh xuất khẩu

- **Bảo hiểm giá cả và giá trị hàng hóa**

+ Bảo hiểm mức giá cố định bằng các hợp đồng giao sau - hợp đồng tương lai (Future contract): theo phương thức này thì nhà kinh doanh căn cứ vào nguồn

thông tin và đưa ra dự báo giá sẽ giảm trong tương lai nên họ bán khống hàng hóa nhằm phòng ngừa rủi ro khi giá giảm. Nếu tại thời điểm giao hàng và thanh toán cho dù giá có giảm bao nhiêu đi chăng nữa thì họ vẫn không bị thiệt hại vì phần thiệt hại đã có người mua hàng gánh chịu rồi.

+ Mua bảo hiểm cho hàng hóa lưu kho và hàng hóa trong hành trình vận chuyển: nhà kinh doanh sẽ lựa chọn các công ty bảo hiểm có uy tín để mua bảo hiểm cho hàng hóa nhằm chuyển giao rủi ro một khi nó có thể xảy ra cho công ty bảo hiểm. Với phương thức này thì họ phải chịu hy sinh một khoản chi phí gọi là phí bảo hiểm hàng hóa cho dù rủi ro có xảy ra hay không. Khi xảy ra rủi ro thì mức độ tổn thất đã có công ty bảo hiểm gánh chịu bằng khoản bồi thường thiệt hại theo quy định trong hợp đồng bảo hiểm đã ký kết.

- Phi bảo hiểm đối với giá cả

Trong trường hợp này, nhà kinh doanh sẽ tính toán để đưa ra dự báo về sự biến động giá trong tương lai. Khi dự báo xu thế giá trong tương lai có thể tăng thì họ sẽ quyết định mua khống. Còn khi dự báo xu thế giá trong tương lai sẽ giảm thì họ sẽ quyết định bán khống. Tại thời điểm của dự báo, xác suất để xảy ra rủi ro và cơ hội đem lại lợi nhuận là 50% và 50%. Đối với phương thức này thì nhà kinh doanh với quyết tâm sẽ chấp nhận rủi ro nếu có thể xảy ra để có cơ hội tìm kiếm lợi nhuận nếu họ không gặp rủi ro. Có nghĩa là lợi nhuận sẽ được mang lại một khi rủi ro đã được bỏ qua, hay là lợi nhuận sẽ bị bỏ qua một khi rủi ro tìm đến với họ.

- Trung hòa rủi ro (phòng hộ giá - hedging)

Phòng hộ biến động giá cà phê:

Cà phê là mặt hàng mà mức độ biến động thất thường và có những thời điểm mức độ dao động rất lớn. Do vậy, trong quá trình hoạt động kinh doanh xuất khẩu đòi hỏi nhà xuất khẩu phải kết hợp kỹ thuật phòng hộ rủi ro (hedging) nhằm phòng tránh rủi ro. Sau đây là một thí dụ về các bước phòng tránh rủi ro mà nhà kinh doanh xuất khẩu đã thực hiện:

+ Nhà kinh doanh xuất khẩu thực hiện mua bán kỳ hạn (Differential):

* Mua kỳ hạn giá tháng 5 trên LIFFE trừ lùi 155 USD/MT.

* Bán kỳ hạn giá tháng 5 trên LIFFE trừ lùi 135 USD/MT.

=> Lỗ: 20 USD/MT

+ Khi mức giá ở trên thị trường LIFFE là 1.520 USD/MT:

* Mua hàng thật (physical): $(1.520 - 155)$ USD/MT = 1.365 USD/MT.

* Bán theo hợp đồng giao sau (Future contract) : 1.520 USD/MT.

+ Trường hợp 1: nếu mức giá trên thị trường LIFFE tăng lên đến mức 1.630 USD/T thì:

* Bán hàng thật (physical): $(1.630 - 135)$ USD/MT = 1.495 USD/MT.

* Mua theo hợp đồng giao sau (Future contract): 1.630 USD/MT.

=> Cân đối chung:

• Hàng thật (physical): $(1.495 - 1.365)$ USD/MT = 130 USD/MT.

• HĐ giao sau (Future): $(1.520 - 1630)$ USD/MT = -110 USD/MT.

Lợi nhuận thu được là: 20 USD/MT.

+ Trường hợp 2: giá trên thị trường LIFFE không tăng lên đến mức 1.630 USD/T mà lại giảm xuống ở mức 1.455 USD/MT thì:

* Bán hàng thật (physical): $(1.455 - 135)$ USD/MT = 1.320 USD/MT.

* Mua theo hợp đồng giao sau (Future contract): 1.455 USD/MT.

=> Cân đối chung:

• Hàng thật (physical): $(1.320 - 1365)$ USD/MT = -45 USD/MT

• HĐ giao sau (Future): $(1520 - 1.455)$ USD/MT = 65 USD/MT

Lợi nhuận thu được: 20 USD/MT.

Trong trường hợp thực hiện kỹ thuật trung hòa rủi ro (Hedging) nghĩa là chỉ mua bán hàng thật (physical) thì:

+ Khi giá trên thị trường LIFFE tăng lên đến mức 1630 USD/MT thì:

$(1.495 - 1.365)$ USD/MT = 130 USD/MT => Lãi: 130 USD/MT.

+ Khi giá trên thị trường LIFFE giảm đến mức 1.455 USD/MT thì:

$(1.320 - 1.365)$ USD/MT = -45 USD/MT => Lỗ: 45 USD/MT.

Như vậy, thực hiện trung hòa rủi ro (Hedging) sẽ phòng tránh được rủi ro trong trường hợp giá biến động khó dự báo.

Phòng hộ trong trường hợp biến động tỷ giá hối đoái: khi lo sợ sự biến động của tỷ giá hối đoái mà có thể chiều hướng xấu (bất lợi) có thể xảy ra, nhà kinh doanh cũng có thể bán bằng hợp đồng giao sau (Future contract) đối với số ngoại tệ sẽ thu được vào thời điểm được thanh toán. Khi nhận được tiền, họ sẽ thực hiện bán số ngoại tệ đó và mua lại hợp đồng giao sau (Future contract). Như vậy, cho dù tỷ giá hối đoái dù có biến động theo chiều hướng xấu bao nhiêu đi nữa thì nhà sản xuất vẫn giữ được ổn định về giá trị thanh toán vì sự mất mát trong việc bán số ngoại tệ thu được đã có khoản bù đắp từ việc mua, bán hợp đồng giao sau (Future contract).

3.2 CÁC GIẢI PHÁP VĨ MÔ

3.2.1 Định hướng phát triển thị trường giao sau đối với mặt hàng cà phê, tiến tới việc nhanh chóng xây dựng và phát triển sàn giao dịch cà phê tại Việt Nam

Vừa qua Chính phủ đã phê duyệt phương án đầu tư xây dựng sàn giao dịch cà phê tại T.P Buôn Ma Thuột- tỉnh Dak Lak. Về mặt cơ sở vật chất như văn phòng giao dịch đã xây dựng xong nhưng máy móc thiết bị chưa trang bị, cơ chế hoạt động, nội dung hoạt động chưa có hướng cụ thể và nhân sự làm việc của sàn giao dịch chưa sắp xếp được. Cho nên, vấn đề định hướng cần phải mang tính chiến lược, các bước chuẩn bị phải kỹ càng và đồng bộ.

Việt Nam là một nước xuất khẩu cà phê đứng thứ hai trên thế giới chỉ sau Brazil, nhưng nếu tính riêng chủng loại cà phê Robusta thì lại đứng đầu thế giới. Do vậy, việc xây dựng và phát triển sàn giao dịch cà phê là phù hợp với yêu cầu thực tế khách quan đang đặt ra. Việc hình thành và phát triển sàn giao dịch tại Việt Nam vừa tạo điều kiện cho các nhà sản xuất, vừa tạo điều kiện cho các nhà kinh doanh hoạt động có hiệu quả và vừa nâng cao vị thế cà phê của mình trên thị trường thế giới. Có nghĩa là tham gia một cách tích cực trong quá trình xây dựng thương hiệu cà phê Việt Nam. Đối với các nhà sản xuất và kinh doanh thì khi có sàn giao dịch tại chỗ họ có thể chủ động phòng tránh được rủi ro thông qua việc sử dụng công cụ phái sinh trong nghiệp vụ trung hòa rủi ro (Hedging).

Địa điểm đặt sàn giao dịch là nơi tập trung nhiều nhà sản xuất cà phê, doanh nghiệp kinh doanh cà phê, các chuyên gia, viện nghiên cứu và các trường đại học.

Như vậy, ở Việt Nam có thể thành lập ba trung tâm giao dịch và thiết lập hệ thống kết nối các trung tâm này với nhau tại thủ đô Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và thành phố Buôn Ma Thuột- Dak Lak. Có được hệ thống như vậy sẽ thuận lợi trong việc thu hút sự tham gia của các nhà sản xuất, các nhà kinh doanh, các nhà trí thức, các nhà quản lý Nhà nước và những người khác có sự quan tâm đến lĩnh vực này không những trong nước mà cả ngoài nước nữa.

Lực lượng tham gia quản lý điều hành sàn giao dịch phải là những người vững về nghiệp vụ, có kinh nghiệm quản lý và có khả năng hướng dẫn nghiệp vụ để những người tham gia nhanh chóng tiếp cận các quy định, các cách thức vận hành v.v... Về bộ máy hoạt động thì bao gồm nhiều bộ phận nhưng các bộ phận chính có thể bao gồm các bộ phận như sau:

- Ban giám đốc: là những người có trình độ, nghiệp vụ, năng lực đáp ứng với yêu cầu công việc của Sở Giao dịch hàng hóa.

- Trung tâm giao dịch: hướng dẫn nghiệp vụ, nhận lệnh đặt mua bán, phát hành thông báo v.v...

- Trung tâm thanh toán bù trừ: thực hiện chức năng cung cấp dịch vụ thanh toán trong hoạt động mua bán hàng hóa qua Sở Giao dịch hàng hóa.

- trung tâm giao nhận hàng hóa: lưu giữ, bảo quản và giao nhận hàng hóa cho các hoạt động mua bán hàng hóa qua Sở Giao dịch hàng hóa.

3.2.2 Hoàn thiện khung pháp lý về thị trường giao sau đối với mặt hàng cà phê

Trong mục 3 chương II của luật thương mại nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam năm 2005 được Quốc hội khóa XI tại kỳ họp thứ 7 thông qua ngày 14 tháng 6 năm 2005, đã có qui định về mua bán hàng hóa qua sở giao dịch hàng hóa và giao cho chính phủ quy định chi tiết về hoạt động này. Ngày 28 tháng 12 năm 2006 Chính phủ đã có nghị định số 158/2006/NĐ-CP quy định chi tiết luật thương mại về hoạt động mua bán hàng hóa qua sở giao dịch hàng hóa. Tuy có phần chậm trễ nhưng việc quy định rất chi tiết, rõ ràng và chặt chẽ đã tạo được niềm tin cho các nhà đầu tư, các nhà sản xuất và các nhà kinh doanh mà đặc biệt là các nhà xuất khẩu.

Đối với ngành cà phê thì cần đề xuất xây dựng hệ thống luật pháp, các chế tài riêng cho thị trường hàng hóa giao sau đối với mặt hàng cà phê nhằm điều chỉnh hành vi mua bán có tính pháp lý vững vàng và mang tính cụ thể hơn. Có như vậy thì thị trường hàng hóa giao sau đối với mặt hàng cà phê ở Việt Nam mới phát triển mang tính bền vững và những người kinh doanh trên thị trường này mới hạn chế được rủi ro trong quá trình hoạt động và mới thu được hiệu quả cao. Điểm cần quan tâm là qui định pháp luật phải đồng bộ nghĩa là giữa luật và văn bản dưới luật phải thống nhất, không có sự mâu thuẫn với nhau.

Đối với cơ chế và nội dung hoạt động thì Chính phủ phải có định hướng nhằm xây dựng nhanh chóng, phù hợp với hoàn cảnh Việt Nam và luật pháp cũng như thông lệ quốc tế. Để hoàn thiện và thực thi trong quá trình vận hành sau này thì ở thời điểm chuẩn bị này cũng cần phải nghiên cứu, tham khảo cơ chế và nội dung hoạt động của các sở giao dịch hàng hóa như: London, New York và các sở giao dịch của các nước tiên tiến khác trên thế giới. Điều quan trọng là tránh sự rập khuôn, máy móc để mô hình hoạt động sau này phù hợp với cơ chế thị trường và hoàn cảnh của Việt Nam.

3.2.3 Định hướng về qui hoạch các vùng sản xuất cà phê

Cần phải có định hướng mang tính chiến lược trong việc quy hoạch các vùng trồng cà phê của Việt Nam. Theo đó, cần quy hoạch rõ từng vùng đất trồng từng loại cây cụ thể nhằm tránh chuyển đổi bừa bãi gây thiệt hại không những cho các nhà sản xuất và kinh doanh mà còn gây thiệt hại cho nền kinh tế. Khuyến cáo các nhà sản xuất nên thâm canh nhiều loại cây trồng nhằm đa dạng hóa sản xuất để giảm thiểu rủi ro trong sản xuất. Có thể thành lập mô hình liên minh hợp tác xã hoặc liên kết sản xuất nhằm tránh sản xuất nhỏ lẻ, manh mún và tự phát.

3.2.4 Phát huy vai trò hoạt động của các trung tâm khuyến nông trong lĩnh vực sản xuất cà phê

Các Trung tâm khuyến nông cần phát huy hơn nữa vai trò của mình trong việc hướng dẫn kỹ thuật canh tác cho các nhà sản xuất cà phê. Đội ngũ này cần phải đáp ứng về mặt chuyên môn, đáp ứng về mặt nhân sự để đáp ứng được yêu cầu

công việc. Người làm công tác khuyến nông phải thường xuyên giám sát các vườn cây để theo dõi sát tình hình diễn biến của các tác nhân gây hại và sự tăng trưởng của cây. Làm tốt khâu này là góp phần rất lớn trong việc phòng ngừa và hạn chế rủi ro đối với sản xuất cà phê.

3.2.5 Tuyên truyền, phổ biến rộng rãi kỹ năng cơ bản về phòng tránh rủi ro đối với mặt hàng cà phê

Đây là một công tác hết sức quan trọng vì khi các nhà sản xuất và các nhà kinh doanh nắm vững các kỹ thuật phòng tránh rủi ro thì việc tiêu thụ sản phẩm của họ không phải chờ đợi đến lúc nắm được hàng hóa trong tay mới có thể đề ra được quyết định. Bởi lẽ đó, họ có thể mua bán khổng số hàng sau một thời gian nữa mới sở hữu nó mà vẫn đảm bảo có lợi nhuận. Những động thái này mặc nhiên sẽ khắc phục được tình trạng trước đây là mỗi khi đến mùa thu hoạch thì giá lại giảm, giá vụ giá lại tăng. Khi được trang bị các kiến thức cơ bản có nghĩa là họ đã được làm quen với các nghiệp vụ sử dụng các công cụ phái sinh trong phòng ngừa rủi ro (Hedging). Đây là một trong những yêu cầu tối cần thiết trong sản xuất, kinh doanh hiện nay.

3.2.6 Khuyến khích, hỗ trợ việc đầu tư nhằm hoàn chỉnh công nghệ sau thu hoạch và chế biến

Công nghệ sau thu hoạch là một lĩnh vực hết sức quan trọng trong việc đảm bảo cho chất lượng cà phê không bị giảm sút trong quá trình sơ chế và chế biến. Hiện tại công nghệ sau thu hoạch đối với ngành cà phê của Việt Nam vừa thiếu lại vừa lạc hậu nên sản phẩm sau khi sơ chế thường bị giảm sút về chất lượng. Để khắc phục tình hình yếu kém về công nghệ của các khâu thuộc lĩnh vực sau thu hoạch thì đòi hỏi phải có những đột phá trong đầu tư nhằm đổi mới công nghệ. Vấn đề đầu tư được tiến hành từ việc thu hái, phơi sấy, xay xát, phân loại, chế biến, đóng gói, bảo quản, giao hàng v.v... Đây là một khâu cần lượng vốn đầu tư rất lớn nên cần phải có sự hỗ trợ vốn từ chính phủ thì mới có khả năng thực hiện được. Các khâu cần đầu tư như sau:

- Đối với khâu thu hái cần có những máy móc phân loại màu sắc, trọng lượng, kích cỡ nhằm để khi đưa vào sơ chế sau này có sự đồng nhất.

- Khâu phơi, sấy:

+ Phơi: khâu phơi là một trong những khâu có chi phí thấp hơn so với sấy rất nhiều nên giá thành hạ nhất và có thể sử dụng được mọi tầng lớp lao động trong xã hội và vốn đầu tư lại thấp hơn rất nhiều. Tuy nhiên nó phụ thuộc rất nhiều vào yếu tố thời tiết nên mang tính bị động cao. Việc xây dựng hệ thống sân phơi cần phải vừa đảm bảo vệ sinh, vừa đảm bảo rút ngắn thời gian phơi. Nghĩa là sân phơi cần có vị trí sạch sẽ, thoáng đãng, đảm bảo thu nhận ánh nắng với mức tối đa (không bị che chắn)

+ Sấy: sấy là khâu bảo đảm giữ được chất lượng cà phê hơn phơi và chủ động hoạt động trong các tình huống biến động của thời tiết. Để đảm bảo chất lượng cà phê không bị giảm sút thì cần phải đầu tư phương tiện sấy hiện đại, tránh được sự cố cháy hạt hoặc gây ra sự cố hạt cà phê sau khi sấy có mùi lạ, đảm bảo công suất nhằm tránh khô đọng hàng hóa gây ra mốc hoặc lên men hay đen, xanh mục, thối v.v...

- Khâu xay xát: đảm bảo bóc vỏ tránh được hiện tượng tróc vỏ lụa trong hạt cà phê, tránh dập vỡ hay biến dạng ở hạt nhưng cũng cần bóc vỏ với tỷ lệ bóc hạt cao nhất. Đối với loại máy xay xát bóc quả tươi trong trường hợp chế biến ướt thì cần phải tránh xát vỡ vỏ thóc vì lớp vỏ này giữ cho nhân đảm bảo được màu sắc tự nhiên và bảo đảm chất lượng tốt hơn.

- Phân loại: hệ thống máy phân loại phải lắp đặt liên hoàn từ sàng phân loại theo kích cỡ, sàng phân loại theo trọng lượng, máy phân loại theo màu sắc, máy đánh bóng, máy đảo trộn, máy phân chia số lượng vào bao bì, bao gói v.v... phải đồng bộ nhằm đảm bảo tính khép kín, đảm bảo quy cách phẩm chất và tính năng suất cao.

- Đóng gói: việc đóng gói cần phải cải tiến hành theo hướng công nghiệp và tự động hóa nhằm rút ngắn thời gian gia công chế biến và đảm bảo tính đồng nhất về trọng lượng.

- Bảo quản: do mặt hàng cà phê dễ hút ẩm nhưng cũng nhanh thoát hơi nước nên nếu để môi trường tự nhiên tác động quá mức thì chất lượng cà phê sẽ bị giảm sút nhanh chóng. Chính vì vậy, kho bảo quản cần xây dựng thoáng mát, tránh được môi trường có độ ẩm cao, song cũng tránh được sự nắng nóng, phòng tránh cháy, nổ v.v...

- Giao hàng: việc giao hàng cũng cần sắp xếp theo trình tự để thời gian lưu kho giữa các lô hàng gần như nhau tránh tình trạng tồn kho quá lâu. Nghĩa là nhập trước thì cần phải có kế hoạch xuất trước, nhập sau sẽ xuất sau trừ những lô ưu tiên. Phương tiện chuyên chở hoặc trung chuyển phải đảm bảo tiêu chuẩn nhằm bảo vệ bao bì, bao gói, số lượng, chất lượng và đáp ứng được thời gian của hành trình.

3.2.7 Khuyến khích quản lý chất lượng ngay từ khâu sản xuất

Đây là một việc làm hết sức quan trọng để nâng cao thương hiệu cà phê của Việt Nam, song là một lĩnh vực rất rộng nên đòi hỏi phải có chính sách mang tính quốc gia thì mới có hiệu quả cao. Để có cà phê đạt tiêu chuẩn chất lượng hoặc có chất lượng cao thì ngay từ khi chọn giống, ươm cây, gieo trồng, chăm sóc, thu hoạch cho đến việc bảo quản và giao hàng thì cần có hệ thống quản lý chất lượng mang tính liên hoàn và khép kín. Cụ thể như sau:

- Đối với khâu nhân giống, chọn giống phải tính đến yếu tố về khả năng chịu đựng thời tiết khí hậu và đất đai thổ nhưỡng tại các vùng trồng. Ngoài ra cũng cần phải tính đến yếu tố đề kháng cao với dịch bệnh nữa.

- Đối với các khâu ươm giống và gieo trồng cần phải đảm bảo chế độ chăm sóc để cây tăng trưởng tốt ngay từ đầu. Đây là khâu có ý nghĩa quan trọng và ảnh hưởng rất lớn đến quá trình tăng trưởng của cây sau này.

- Đối với khâu chăm sóc thì cần phải đảm bảo cho cây tăng trưởng bình thường song cũng cần đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm. Vấn đề muốn đề cập ở đây là việc chăm bón phải tính đến kết quả thu hồi sản phẩm cà phê sạch. Nghĩa là không có dư lượng thuốc bảo vệ thực vật hoặc các độc tố khác. Hiện nay, yêu cầu thị trường luôn đòi hỏi chất lượng cà phê ngày càng cao, và với tiêu chuẩn là phải

đáp ứng cả phê sạch nên công tác chăm sóc cần phải đảm bảo mặt này thì mới bán được sản phẩm.

- Giai đoạn thu hoạch và sau thu hoạch phải đảm bảo công nghệ nhằm đáp ứng yêu cầu sơ chế và chế biến sao cho chất lượng cà phê không bị giảm sút. Để làm được việc đó, cần phải đầu tư các công nghệ mà hệ thống máy móc phải tiên tiến và hiện đại. Bên cạnh đó, cần tăng cường và mở rộng khâu chế biến ướp vì đây là một phương pháp đảm bảo chất lượng tốt nhất.

- Đầu tư đúng mức cho khâu bảo quản đi đôi với việc nâng cao chất lượng hệ thống kho tàng, bến bãi, phương tiện vận chuyển v.v... Đặc biệt chú ý yếu tố bao bì đóng gói phải chắc chắn, hạn chế được các tác động từ môi trường bên ngoài.

- Đi đôi với các công tác trên cũng cần chú trọng công tác bảo vệ môi trường vì các chất thải từ việc sơ chế, chế biến cà phê thường là khói, bụi, nước thải có mùi hôi, thối v.v... gây ô nhiễm môi trường, ảnh hưởng đến sức khỏe con người.

3.2.8 Thiết lập các kênh thông tin và dự báo đối với mặt hàng cà phê

Các kênh thông tin này đòi hỏi vừa đảm bảo tính đa dạng, nhanh chóng, chính xác và kịp thời. Nghĩa là các thông tin đòi hỏi phải đáp ứng việc phản ánh tình hình ở những lĩnh vực liên quan, có tác động đến hoạt động sản xuất và xuất khẩu cà phê. Chẳng hạn như: tình hình biến động về diện tích trồng cà phê thế giới; sản lượng cà phê thế giới; tồn kho cà phê thế giới; nhu cầu tiêu thụ cà phê thế giới; các thông tin về kỹ thuật mua bán cà phê trên thế giới; thông tin về các giới đầu cơ v.v...

Từ việc nắm bắt các thông tin thì cần có các trung tâm tư vấn, nhận định và dự báo để các nhà sản xuất và xuất khẩu có thể tham khảo và từ đó đưa ra quyết định của mình mang tính khách quan nhưng vẫn có tính phán đoán riêng của mình.

3.2.9 Tăng cường công tác đào tạo nguồn nhân lực:

Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ cho công tác đào tạo nguồn nhân lực trong các lĩnh vực sau:

- Nguồn nhân lực phục vụ công tác kỹ thuật sản xuất: đào tạo đội ngũ kỹ thuật viên, kỹ sư nông nghiệp đảm bảo tiêu chuẩn nhằm hỗ trợ cho khâu trồng, chăm sóc, thu hoạch và bảo quản cà phê.

- Nguồn nhân lực phục vụ cho công tác quản trị rủi ro: lực lượng này đòi hỏi phải đảm bảo tiêu chuẩn đáp ứng được yêu cầu nắm bắt, xử lý thông tin nhanh chóng và có khả năng phục vụ cho công tác dự báo.

- Nguồn nhân lực phục vụ các sở giao dịch hàng hóa: tăng cường công tác đào tạo theo phương châm đảm bảo về số lượng và chất lượng nhằm phục vụ cho các hoạt động của sở giao dịch hàng hóa.

3.2.10 Nâng cao vai trò hoạt động của Hiệp hội Cà phê Ca cao Việt Nam

Hiệp hội Cà phê Ca cao Việt Nam (VICOFA) cần phải nghiên cứu cách thức nhằm liên kết tốt các hội viên của mình hơn, đồng thời cũng cần vận động các thành phần ngoài hiệp hội để cùng nhau lập lại trật tự trong sản xuất và kinh doanh mà đặc biệt là trong kinh doanh xuất khẩu. Cần có một sự thống nhất nhằm tránh cạnh tranh không lành mạnh, tranh mua, tranh bán gây ra thiệt hại cho các nhà sản xuất, các nhà kinh doanh và cho cả nền kinh tế.

Việt Nam đã gia nhập Tổ chức Cà phê Thế giới (ICO) từ năm 1991 và là một quốc gia có sản lượng cà phê đứng thứ 2 thế giới (đứng đầu thế giới về cà phê Robusta) nên có điều kiện rất thuận lợi trong hoạt động tại tổ chức này. Điều quan trọng là hiệp hội cà phê ca cao cần phải tận dụng tốt các cơ hội này nhằm tạo quan hệ tốt và vận động các hội viên khác tương trợ giúp đỡ lẫn nhau để cùng có lợi. Trước hết là tạo quan hệ tốt trong vấn đề thường xuyên trao đổi thông tin, trao đổi kinh nghiệm, trao đổi về kỹ thuật sản xuất, kinh doanh quốc tế trong lĩnh vực cà phê.

KẾT LUẬN CHƯƠNG III:

Các giải pháp nhằm quản trị rủi ro trong quá trình sản xuất và xuất khẩu cà phê của Việt Nam trong giai đoạn hiện nay mà tác giả đã đề cập tại chương III của luận văn này được xây dựng trên cơ sở căn cứ vào thực trạng về rủi ro và quản trị rủi ro trong sản xuất và xuất khẩu cà phê của Việt Nam trong thời gian qua mà nhất là trong giai đoạn từ năm 2001 đến năm 2006. Từ quá trình nghiên cứu và kinh nghiệm của bản thân trong hoạt động thực tế, cộng với công tác thăm dò tại các đơn vị sản xuất và xuất khẩu cà phê, đồng thời căn cứ và định hướng chiến lược phát triển kinh tế xã hội, chiến lược phát triển ngành cà phê với hy vọng xây dựng các giải pháp có ích trong việc hạn chế tối đa các rủi ro. Tuy phân chia thành hai nhóm giải pháp một là ở góc độ doanh nghiệp, một là phía nhà nước nhưng cái cốt lõi của vấn đề là thực hiện một cách đồng bộ nhằm hạn chế rủi ro cho các nhà sản xuất, nhà kinh doanh và cho nền kinh tế.

KẾT LUẬN

Trong những năm gần đây, Việt Nam đã vượt qua Indonesia, Colombia để trở một nước có sản lượng cà phê đứng hàng thứ hai trên thế giới, chỉ sau Brazil. Sản lượng bình quân hàng năm tính từ vụ mùa 2000/2001 đến vụ mùa 2005/2006 khoảng 790.000 tấn cà phê nhân/ 1 vụ mùa (1 năm), chiếm tỷ trọng trên 11,3% trong tổng sản lượng cà phê của thế giới. Còn đối với nền kinh tế của Việt Nam thì mặt hàng cà phê đóng góp một phần rất đáng kể thể hiện qua kim ngạch xuất khẩu hiện nay khoảng 1 tỷ USD trong 39,6 tỷ USD tổng kim ngạch xuất khẩu năm 2006, chiếm tỷ trọng gần 2,5%.

Tuy có lợi thế về mặt số lượng nhưng chất lượng cà phê chưa cao nên thương hiệu cà phê của Việt Nam chưa nổi tiếng trên thế giới. Hơn nữa, môi trường kinh doanh đối với mặt hàng cà phê ở Việt Nam còn nhiều rủi ro. Căn nguyên của vấn đề này chủ yếu là do công tác quản trị rủi ro của Việt Nam trong sản xuất và xuất khẩu cà phê trong thời gian qua còn nhiều hạn chế. Để khắc phục tình trạng yếu kém trong thời gian qua nhằm xây dựng thương hiệu cà phê Việt Nam trở nên nổi tiếng để ngành cà phê ngày càng đóng góp nhiều hơn cho nền kinh tế thì các giải pháp nêu ra cần có sự kết hợp để thực hiện một cách đồng bộ. Các giải pháp quản trị rủi ro mà tác giả nêu ra trong đề tài này có đề cập đến từng lĩnh vực hoạt động như các giải pháp vi mô của các nhà sản xuất, các nhà kinh doanh và các giải pháp vĩ mô thuộc phạm vi của Nhà nước nhằm xác định rõ trách nhiệm của các thành viên trong xã hội song tựu chung lại vẫn là sự cộng đồng trách nhiệm, tính nhất quán trong việc chỉ đạo, điều hành và thực hiện. Điều đó thể hiện qua việc xây dựng các chính sách, các chiến lược phát triển kinh tế, phát triển ngành cà phê của Nhà nước phải phù hợp với thực tế khách quan, đồng thời người thực hiện các chính sách, các chiến lược đó phải triển khai một cách có hiệu quả cao nhất.

Dẫu biết rằng lĩnh vực sản xuất và kinh doanh nông sản nói chung và lĩnh vực sản xuất và kinh doanh cà phê nói riêng là một môi trường đầy rủi ro mà khả

năng của các nhà sản xuất và các nhà kinh doanh khó có thể nhận dạng, phân tích và đo lường hết hết được. Chính vì vậy, các giải pháp nêu ra với hy vọng sẽ góp phần hạn chế được rủi ro trong sản xuất, kinh doanh cà phê của Việt Nam. Tuy nhiên, các giải pháp này vẫn không thể tránh khỏi sự khiếm khuyết và cũng chỉ phù hợp trong một thời gian nhất định vì công tác sản xuất, kinh doanh cà phê luôn đổi mới và trong tình trạng vận động đi lên. Cho nên các biến tác động cũng biến thiên theo hướng ngày càng đa dạng và phức tạp do đó công tác quản trị rủi ro đòi hỏi phải thay đổi cho phù hợp./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

TIẾNG VIỆT:

1. Luật gia Hoàng Anh (2005), Tìm hiểu luật Thương mại Việt Nam năm (2005), NXB Tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh.
2. Bộ Thương mại (2000), Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu thời kỳ 2001-2010.
3. Chính phủ (2006), Nghị định của Chính phủ số 158/2006/NĐ-CP ngày 28 tháng 12 năm 2006 Quy định chi tiết luật thương mại về hoạt động mua bán hàng hóa qua sở giao dịch hàng hóa.
4. Cục Thống kê Dak Lak (2005), “Báo cáo phân tích tình hình sản xuất Nông Lâm nghiệp 12 tháng năm 2005”.
5. Cục Thống kê Dak Lak (2006), “Báo cáo phân tích tình hình sản xuất Nông Lâm nghiệp 12 tháng năm 2006”.
6. John D. Daniesl- Lee H. Radebaugh, Kinh doanh quốc tế- môi trường và hoạt động, NXB Thống kê (nhóm dịch thuật: Trương Công Minh, Trần Tuấn Thạc, Trần Thị Tường Như- năm 1995)
7. Đặng Quang Gia (2001), Từ điển thị trường chứng khoán, NXB Thống kê.
8. TS. Ngô Quang Huân (2007), “Đề cương bài giảng môn Quản trị tài chính”, Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.
9. Ngô Quang Huân- Võ Thị Quý- Nguyễn Quang Thu (1998), Quản trị rủi ro, NXB Giáo dục.
10. TS. Ngô Thị Ngọc Huyền- Ths. Nguyễn Thị Hồng Thu- TS. Lê Tấn Bửu- Ths. Bùi Thanh Hùng (2001), Rủi ro trong kinh doanh, NXB Thống kê.
11. PGS.TS. Nguyễn Văn Nam (2005), Sàn giao dịch nông sản với việc giảm rủi ro về giá cả, NXB Thống kê, Hà Nội.
12. Ngân hàng Kỹ thương (2006), “các sản phẩm hàng hóa phái sinh”.
13. Ths. Đoàn Tiệp Nhận- TS. Hoàng Thanh Tiệp- TS. Phan Quốc Sùng (1999), Cây cà phê ở Việt Nam, NXB Nông nghiệp, Hà Nội.

14. Nguyễn Hùng Phong (2006), “Đề cương bài giảng môn Quản trị kinh doanh quốc tế”, Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.
15. TS. Nguyễn Anh Tuấn (2006), Quản trị rủi ro trong kinh doanh ngoại thương, NXB Lao động- Xã hội, Hà Nội.
16. Tổng cục Thống kê (2006), Niên giám thống kê 2005, NXB Thống kê.
17. TS. Trần Thị Ngọc Trang (2006), Quản trị rủi ro tài chính, NXB Thống kê.
18. Các website :
 - www.mot.gov.vn (Bộ Thương mại).
 - www.online-vis.net (Công ty TNHH VIS).
 - www.vicofa.org.vn (Hiệp hội cà phê cao Việt Nam).

TIẾNG ANH:

19. John C. Hull (2006), Options Futures and other derivatives, Pearson-Prentice Hall.
20. VOLCAFE (2006), “Supply & Demand/ Production Outlook/ Price Outlook”.
21. Các website:
 - www.usda.org (Bộ Nông nghiệp Mỹ).