

Cà phê Việt Nam: thành tựu, hạn chế và giải pháp để phát triển bền vững

VŨ TRÍ TUỆ

Dưới tác động của đường lối đổi mới của Đảng và Nhà nước, trong khoảng gần 20 năm nay, ngành cà phê đã tăng trưởng nhanh, trở thành một trong những ngành xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Tuy nhiên, bên cạnh thành công to lớn đó, ngành cà phê vẫn còn nhiều hạn chế, sự tăng trưởng chưa tương xứng với tiềm năng. Từ nhận định trên, bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy ngành cà phê phát triển bền vững.

1. Những thành tựu và hạn chế của ngành cà phê Việt Nam

1.1. Thành tựu

Cây cà phê được đưa vào trồng khoảng 153 năm nay, nhưng ngành cà phê Việt Nam trên thực tế mới hình thành và phát triển khoảng trên 20 năm trở lại đây, với những thành công đáng khích lệ:

Thứ nhất, ngành cà phê Việt Nam trở thành nhà cung cấp cà phê đứng thứ hai trên thị trường thế giới chỉ sau 20 năm đổi mới.

Nếu như năm 1990 Việt Nam có diện tích cà phê là 119,3 nghìn ha với sản lượng đạt 92 nghìn tấn một sản lượng và diện tích chẳng có ý nghĩa gì nhiều với ngành cà phê thế giới, thì chỉ sau 20 năm, năm 2010 Việt Nam có diện tích cà phê tới trên nửa triệu ha (548,2 nghìn ha) với sản lượng 1105,7 nghìn tấn, chiếm 13% nguồn cung cà phê và chiếm 21,29% lượng cà phê giao dịch trên thị trường thế giới. Sự tăng trưởng sản lượng cà phê Việt Nam mạnh đến mức vào những năm đầu của thế kỷ XXI, khi giá cà phê xuống thấp (dưới 1000 USD/tấn), nhiều nước cùng trồng cà phê đã đổ lỗi cho Việt Nam tăng nguồn cung quá lớn làm giá cà phê thế giới giảm! Việc đổ lỗi đó không hẳn đã đúng, nhưng rõ ràng ngành cà phê Việt Nam đã tạo ra sức ép ghê gớm cho nhiều nước trồng cà phê, bởi Việt Nam đã tạo được

nguồn cung lớn trên thị trường giao dịch cà phê thế giới. Các nhà rang xay, các tập đoàn chế biến cà phê đa quốc gia..., trong chiến lược sản xuất kinh doanh không thể không chú ý đến cà phê của Việt Nam.

Thứ hai, năng suất sản xuất cà phê của Việt Nam tăng nhanh.

Ngành cà phê Việt Nam không chỉ tạo ra nguồn cung lớn, mà còn có năng suất đứng đầu thế giới, gấp hơn 2 lần năng suất bình quân của thế giới và cả của Braxin nước sản xuất, xuất khẩu cà phê hàng đầu thế giới. Năng suất cà phê cao sẽ khiến giá xuất khẩu thấp, vì chi phí sản xuất thấp hơn và ngành cà phê Việt Nam có lợi thế cạnh tranh hơn hẳn ngành cà phê của một số nước trên thế giới. Giá cà phê xuất khẩu (FOB, TP. Hồ Chí Minh) của Việt Nam, nhờ vậy, luôn thấp hơn giá cà phê giao dịch trên sàn giao dịch cà phê ở London cũng như ở New York, giá thấp hơn vài trăm USD, thậm chí có năm thấp hơn đến 1.031 USD (năm 1994) và 1.371 USD (năm 1995). Điều đó cũng nói nên rằng ngành cà phê Việt Nam đã chuyển lợi thế tuyệt đối về đất đai và thời tiết khí hậu, cũng như các lợi thế tương đối về các chính sách hỗ trợ (tạm trừ cà phê, hỗ trợ lãi xuất tín dụng, hỗ trợ tài chính, giảm thuế nông nghiệp...), về hạ tầng

Vũ Trí Tuệ, Công ty Thực phẩm miền Bắc.

cơ sở (giao thông, thủy lợi, thông tin liên lạc...), về nguồn lao động dồi dào và chi phí thấp, thành lợi thế cạnh tranh của sản phẩm

và lợi thế cạnh tranh ngành cà phê.

Thứ ba, cà phê Việt Nam đang chiếm lĩnh thị trường cà phê thế giới với tốc độ nhanh.

BẢNG 1: Xuất khẩu cà phê Việt Nam giai đoạn 2006-2010

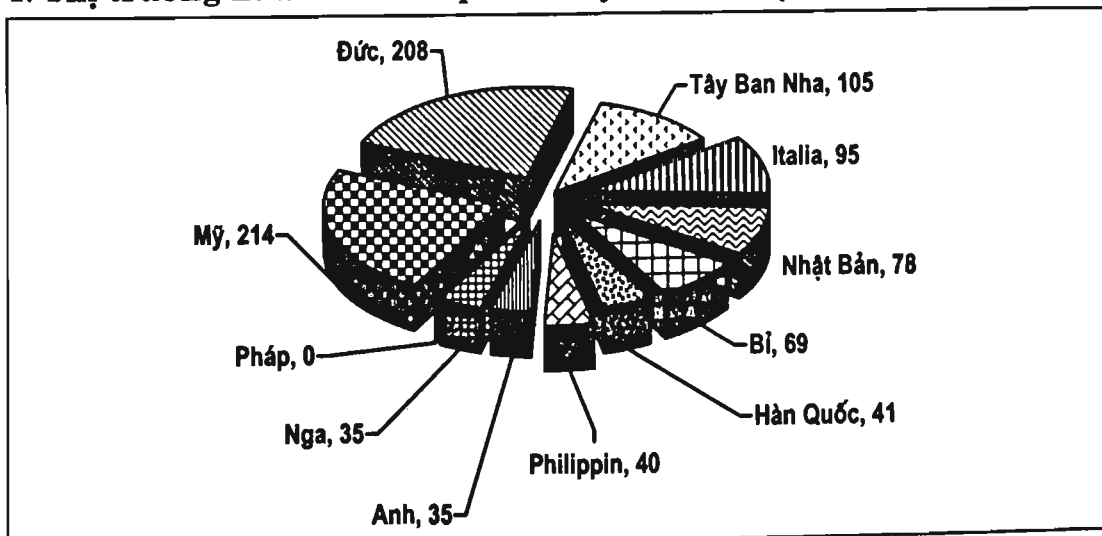
Chỉ tiêu	Đơn vị	2006	2007	2008	2009	2010
Giá xuất khẩu	USD/tấn	1.178	1.389	1.868	1.474	1.497
Lượng xuất khẩu	1000 tấn	1.010	1.354	1.133	1.168,8	1.113
Tổng kim ngạch	Triệu USD	1.189	1.881	2.116	1.710	1.666

Nguồn: Tổng cục Hải quan.

Ngành cà phê Việt Nam rất non trẻ, nhưng cà phê Việt Nam đã xuất khẩu tới 96 quốc gia, chiếm 21,29% tổng lượng cà phê mậu dịch buôn bán trên thị trường thế giới (năm 2010). Trong đó tổng kim ngạch xuất khẩu tới 10 thị trường lớn năm 2010 đạt 920 triệu USD, chiếm trên 55,22% tổng kim ngạch xuất khẩu cà phê Việt Nam. Trong 10 thị trường nhập khẩu cà phê lớn từ Việt Nam, thì có 8 thị trường đứng trong top 10 thị trường nhập khẩu cà phê lớn nhất thế giới (trừ thị trường đứng thứ 7 và 10). 10 thị trường này có tốc độ tăng trưởng nhập khẩu cà phê từ thị trường thế giới khá cao, ở mức hai con số, dao động trên dưới 20%, trừ Mỹ (9%) và Nhật Bản (6%). Nhưng tốc độ xuất khẩu cà phê Việt Nam vào các thị trường này luôn tăng và cao hơn so với tốc độ tăng nhập khẩu của họ từ thị

trường thế giới. Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cà phê Việt Nam vào Bỉ, Nhật Bản và Italia ở mức rất cao, lần lượt là 56%, 46% và 32% so với tốc độ tăng nhập khẩu từ thế giới tương ứng là 24%, 6% và 16%. Những thị trường lớn khác như Đức, Mỹ, Pháp, Hàn Quốc và Anh, tốc độ nhập khẩu cà phê từ Việt Nam cũng lớn hơn tốc độ nhập khẩu cà phê từ thị trường thế giới. So với các đối thủ cạnh tranh trên những thị trường này, cà phê Việt Nam chỉ thua kém đối thủ Braxin có thị phần lớn hơn, song tốc độ nhập khẩu từ Braxin có xu hướng giảm. Điều này có nghĩa là cà phê Việt Nam đang dần chiếm thị phần ở các quốc gia nhập khẩu cà phê lớn trên thế giới (thứ hạng từ 1-15) và chiếm tỷ trọng thị phần ngày càng lớn trên các thị trường tiêu thụ cà phê lớn của thế giới.

HÌNH 1: Thị trường xuất khẩu cà phê chủ yếu của Việt Nam (đơn vị: triệu USD)

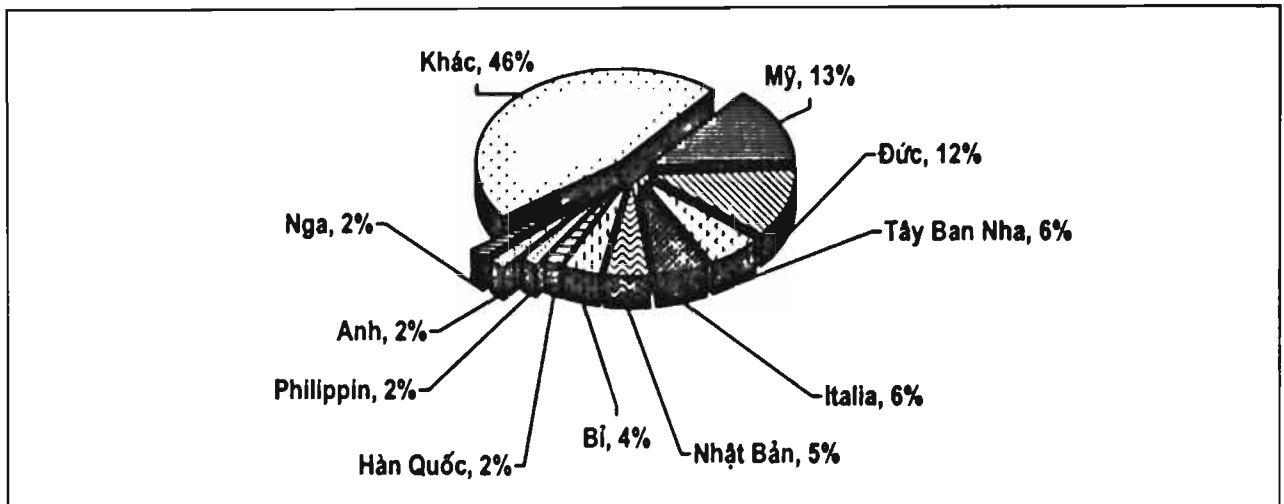


Nguồn: Tổng cục Hải quan.

Ở những thị trường mới nổi năm 2010 (những thị trường có tốc độ nhập khẩu cà phê rất cao từ Việt Nam), tuy kim ngạch nhập khẩu còn khiêm tốn, nhưng là những thị trường tiềm năng trong tương lai. Trong số những thị trường này cũng có một số thị trường có kim ngạch nhập khẩu năm 2010 lên đến hàng chục triệu USD như: Hà Lan với trị giá nhập khẩu trên 27 triệu USD, tốc

độ tăng 93% (so với năm 2009), Ba Lan 13,1 triệu USD và tốc độ tăng trưởng 81%, Thụy Sĩ và Philippin cùng có tốc độ tăng là 52% với kim ngạch nhập khẩu tương ứng là 27 triệu USD và 40 triệu USD. Đây cũng là những quốc gia nhập khẩu khá lớn trên thế giới với xếp hạng lần lượt là 10, 14, 11 và 46, đồng thời cũng từng là bạn hàng của cà phê Việt Nam.

HÌNH 2: Cơ cấu thị trường xuất khẩu cà phê năm 2010



Nguồn: Tổng cục Hải quan.

Thứ tư, thị trường nội địa tiêu thụ cà phê từng bước tăng lên, tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp kinh doanh cà phê trong nước ngày càng phát triển.

Mức tiêu thụ cà phê bình quân đầu người ở thị trường nội địa hiện đang ở xuất phát điểm khá thấp, tuy nhiên cùng với phát triển kinh tế, thu nhập tăng thì nhu cầu tiêu thụ cà phê cũng sẽ tăng, thị trường tiêu thụ cà phê Việt Nam đang được các công ty, tập đoàn đa quốc gia để ý và xâm nhập. Tuy nhiên thị hiếu tiêu dùng cà phê của người Việt luôn gắn với phong tục, tập quán và văn hóa cà phê Việt thì không công ty, tập đoàn nào của nước ngoài hiểu thấu đáo bằng các doanh nghiệp cà phê Việt. Bởi vậy thị trường tiêu thụ cà phê nội địa đang là thị trường tiềm năng lớn để các doanh nghiệp và ngành cà phê Việt khai thác và chiếm lĩnh thị trường, đây là thời cơ lợi thế cạnh tranh tiềm năng cho doanh nghiệp và ngành cà phê Việt Nam.

1.2. Một số tồn tại, hạn chế

Ngành cà phê Việt Nam chiếm 13% tổng nguồn cung cà phê thế giới, chiếm 1/5 tổng lượng cà phê đưa ra giao dịch buôn bán trên thị trường thế giới, sản xuất và xuất khẩu đứng vào hàng thứ 2 (nếu chỉ tính riêng cà phê robusta thì cà phê Việt Nam đứng thứ nhất), nhưng kim ngạch xuất khẩu thu về không tương xứng, lại chịu nhiều thua thiệt rủi ro khi tham gia giao thương trên thị trường thế giới. Đó là do ngành cà phê Việt Nam còn nhiều hạn chế:

Thứ nhất, sức cạnh tranh của sản phẩm cà phê còn thấp. Cà phê Việt Nam chất lượng thấp, không đồng đều, chưa đa dạng sản phẩm, sản phẩm chủ yếu ở dạng sơ chế, chưa có nhiều sản phẩm chế biến sâu, sản phẩm chưa có thương hiệu và chưa có nguồn gốc xuất xứ, chỉ dẫn địa lý... Hiện sản phẩm cà phê Việt Nam giao dịch trên thị trường chủ yếu là cà phê chưa rang, chưa khử cafein (090111). Giá trị xuất khẩu cà phê chưa rang, chưa khử cafein chiếm tới 98,7% tổng giá trị

xuất khẩu cà phê (năm 2009). Năm 2010, trị giá xuất khẩu cà phê chưa rang, chưa khử cafein đạt khoảng 1,65 tỷ USD, chiếm tới 99% tổng giá trị xuất khẩu cà phê. Các loại cà phê khác chiếm tỷ trọng không đáng kể. Lượng đậm, ka li, lân tồn đọng trong cà phê vượt ngưỡng cho phép. Tỷ lệ hạt đen, vỡ, độ ẩm cao... Do vậy các nhà nhập khẩu chỉ coi cà phê Việt Nam như là loại nguyên liệu phối trộn nhằm giảm chi phí.

Thứ hai, sức cạnh tranh của các chủ thể sản xuất, chế biến và kinh doanh xuất khẩu cà phê cũng còn yếu. Các chủ thể trồng cà phê là các nông trại, trang trại nhỏ và các nông hộ chiếm 85% diện tích cà phê cả nước. Các công ty nhà nước trồng cà phê trong những nông trường lớn chỉ chiếm khoảng 15%. Cà phê sản xuất ở những trang trại/nông hộ có quy mô nhỏ dưới 2 ha chiếm 85% diện tích cà phê với khoảng 561.000 nông hộ. Những trang trại, nông hộ quy mô nhỏ tỷ lệ cơ giới hóa thấp, thiếu sân phơi và máy sấy, thiếu vốn... Cà phê nhân xanh chủ yếu sơ chế theo quy trình chế biến khô quy mô nhỏ (quy mô hộ gia đình), công suất thấp, công nghệ và thiết bị lạc hậu. Số sơ chế quy mô lớn không nhiều, chủ yếu ở các công ty nhà nước với công nghệ chế biến cả khô và ướt. Các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu ít đầu tư vào khâu sơ chế, chủ yếu tái chế đánh bóng phân loại. Các doanh nghiệp chế biến sâu như rang xay, chế biến cà phê hòa tan còn rất ít, chủ yếu cung cấp cho thị trường nội địa. Hiện chỉ có vài doanh nghiệp xây dựng thương hiệu sản phẩm, quảng bá hình ảnh doanh nghiệp và sản phẩm... Các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu và các đại lý thiếu vốn không thể mua được sản phẩm của các hộ nông dân và chịu thua ngay trên sân nhà...

Thứ ba, ngành cà phê Việt Nam chưa có tổ chức đại diện có uy tín trên thị trường thế giới và thiếu cơ chế, chính sách liên kết ngành. Các tổ chức đại diện ngành cà phê Việt Nam có vị thế rất thấp, rất yếu trước độc quyền nhóm của các tập đoàn rang xay và các công ty chế biến cà phê đa quốc gia trong ngành cà phê toàn cầu. Ngành cà phê Việt Nam hiện

nay duy nhất chỉ có một tổ chức đại diện là Hiệp hội Cà phê Ca cao (VICOFA), Hiệp hội này mới đại diện cho một số doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh xuất khẩu cà phê, chứ chưa phải là toàn bộ các doanh nghiệp trong ngành, chưa nói đến đại diện cho các nông hộ/trang trại sản xuất cà phê và các hộ sơ chế, các đại lý... Ngoài hiệp hội này, không có các tổ chức hợp tác xã, các tổ liên kết, liên minh nào khác. Do thiếu tổ chức đại diện đủ mạnh và uy tín nên thiếu cơ chế liên kết ngành. Vì vậy, ngành cà phê Việt Nam chỉ là con số cộng rời rạc các chủ thể sản xuất cà phê, các hộ sơ chế, nhà thu gom, các công ty kinh doanh chế biến sâu và xuất khẩu. Các chủ thể này mạnh ai nấy làm, không có sự liên kết theo chiều ngang, liên kết sâu theo chiều dọc, không có sự phụ thuộc lẫn nhau trong chuỗi cung ứng nguyên liệu sơ chế cho xuất khẩu. Gọi là ngành, nhưng thiếu sức mạnh của sự liên kết, nên chỉ cần có sự tác động từ bên ngoài vào một khâu hay công đoạn nào đó, thì hoạt động của ngành bị rối loạn. Chẳng hạn hiện nay một số doanh nghiệp xuất khẩu cà phê có hợp đồng giao hàng nhưng không có hàng để xuất, phải mua lại của các công ty nước ngoài tại các kho hải quan với giá cao hơn giá xuất khẩu. Rõ ràng là do tổ chức của ngành hàng yếu kém, nên không thể tổ chức điều hòa lợi ích trong chuỗi giá trị giữa các khâu, các công đoạn nhằm đảm bảo lợi ích để cùng tồn tại và phát triển.

Sức cạnh tranh của sản phẩm, của doanh nghiệp và ngành hàng cà phê thấp do những nguyên nhân sau:

(1). Kết cấu hạ tầng kỹ thuật còn thấp kém, nhất là hệ thống giao thông và thủy lợi ở vùng trồng cà phê còn bất cập, chưa tạo thuận lợi cho cơ giới hóa và đầu tư thâm canh hiệu quả, tăng năng suất lao động nhằm hạ chi phí và nâng cao chất lượng sản phẩm, tạo lợi thế so sánh cho ngành cà phê.

(2). Sản xuất cà phê thiếu bền vững do: tăng diện tích quá nhanh trong thời gian ngắn; tình trạng phá rừng lấy đất để sản xuất nông nghiệp, trong đó có mở rộng diện tích cà

phê, làm giảm độ che phủ, ảnh hưởng đến nguồn nước ngầm; đầu tư thâm canh quá mức: bón phân và tưới nước vượt nhu cầu của cây cà phê, chặt cây che mát tăng mật độ cà phê..., khai thác vườn cà phê quá mức; cộng với thu hái tuốt cành cả xanh và chín...; dẫn đến giảm chất lượng cà phê, ảnh hưởng đến sức cạnh tranh sản phẩm. Đồng thời việc khai thác vườn cây quá mức làm giảm chu kỳ kinh doanh vườn cà phê sẽ ảnh hưởng đến năng suất sản lượng trong dài hạn và lợi thế cạnh tranh sẽ bị giảm trong tương lai.

(3). Qui mô của các nông trại, trang trại sản xuất cà phê chủ yếu là nhỏ, tiềm lực tài chính yếu kém, rất khó trong đầu tư sản phẩm, máy sấy và áp dụng công nghệ tiên tiến và cơ giới hóa cao trong sản xuất, nhằm tăng năng suất lao động, hạ chi phí sản xuất. Việc đổi mới công nghệ chế biến, xây dựng thương hiệu, nghiên cứu và quảng bá sản phẩm, do vậy, cũng bị hạn chế.

(4). Ngành cà phê là một trong những ngành xuất khẩu nông sản chủ lực của Việt Nam, nhưng lại thiếu sự tập trung đầu tư, thiếu sự liên kết ngang liên kết dọc, lại là ngành chịu nhiều sức ép cạnh tranh của độc quyền nhóm trong ngành cà phê thế giới. Với sự mở cửa như hiện nay không sớm thì muộn các tập đoàn chế biến hùng mạnh, các công ty đa quốc gia từng bước thôn tính ngành cà phê Việt Nam, bằng cách liên doanh liên kết, mua bán, sáp nhập... Khi đó ngành cà phê Việt Nam không phải là cung ứng cà phê nhân xanh sơ chế nữa, mà chỉ là cung ứng cà phê quả tươi hoặc là cà phê quả khô vốn chiếm tỷ trọng thấp trong chuỗi giá trị cà phê, không còn khả năng chiếm lĩnh các công đoạn có giá trị gia tăng cao.

(5). Cà phê Việt Nam thiếu chiến lược phát triển dài hạn và bền vững. Cần phải có chiến lược liên kết tập hợp sức mạnh của ngành để định ra qui mô, cơ cấu chủng loại, phát triển ở vùng nào, diện tích bao nhiêu, tham gia vào công đoạn nào mà ngành cà phê có lợi thế cạnh tranh trong chuỗi giá trị của cà phê toàn cầu... Muốn vậy, ngành cà phê phải tập hợp

được các chủ thể sản xuất, kinh doanh xuất nhập khẩu cùng nhau xây dựng chiến lược dưới sự hướng dẫn của các cơ quan chức năng của Nhà nước.

(6). Hiện nay ngành cà phê nói riêng và nhiều ngành nông sản nói chung đang thiếu hành lang pháp lý. Hàng loạt vấn đề thuộc cơ chế, chính sách cho tập trung và liên kết kinh tế, kể cả liên kết ngang cũng như liên kết dọc, những chính sách hỗ trợ tài chính, tín dụng... cần được Nhà nước bổ sung, điều chỉnh kịp thời.

2. Một số giải pháp chủ yếu nâng cao sức cạnh tranh và năng lực tham gia chuỗi giá trị cà phê toàn cầu

Để nâng cao sức cạnh tranh và nâng cao năng lực tham gia chuỗi giá trị cà phê toàn cầu, cần thực hiện đồng bộ các giải pháp sau:

(1). *Đẩy mạnh áp dụng tiến bộ kỹ thuật và công nghệ tiên tiến vào sản xuất, chế biến và kinh doanh tiêu thụ cà phê.* Cụ thể là:

Thứ nhất, ổn định diện tích trồng cà phê theo quy hoạch: triển khai quy hoạch chi tiết và ổn định diện tích trồng cà phê phù hợp với quyết định 150/2005/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ. Theo đó ổn định diện tích từ 450.000-500.000 ha, sản lượng khoảng 1 triệu tấn, (cà phê arabica chiếm 10% diện tích ở những vùng có điều kiện sinh thái phù hợp); thâm canh cao 200.000 ha cà phê theo quyết định số 3988/QĐ-BNN-TT của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn.

Thứ hai, triển khai có hiệu quả chương trình giống: nghiên cứu và chuyển giao nhanh vào sản xuất các loại giống mới có năng suất, chất lượng, độ đồng đều cao. Thực hành các giải pháp kỹ thuật để lai ghép các dòng vô tính cao sản, chất lượng cao, kháng bệnh, chín muộn và đồng đều trong cải tạo các vườn cà phê già cỗi. Chuyển giao nhanh các giống cà phê với có năng suất, chất lượng cao đã được Nhà nước công nhận để cung cấp cho các địa phương làm nguồn giống đầu dòng. Nâng cấp và đầu tư mới các trung tâm nhân giống, phần đầu ở mỗi tỉnh có một trung tâm, mỗi huyện có một trạm giống.

Thứ ba, thực hành các quy trình canh tác bền vững: tăng cường cây che bóng, áp dụng quy trình thâm canh thực hành nông nghiệp tốt GAP, thân thiện với môi trường để tăng chuỗi giá trị cà phê lên cao. Khuyến khích mở rộng thực hiện các chương trình sản xuất cà phê có chứng nhận VietGap, cà phê Utz, Rain Forest.... Từng bước nâng tỷ lệ áp dụng sản xuất bền vững, sản xuất cà phê có chứng chỉ đạt 50% diện tích vào năm 2015 và 80% vào năm 2020. Đồng thời áp dụng các quy trình sản xuất sạch: quản lý cây trồng tổng hợp ICM, phòng trừ sâu bệnh tổng hợp IPM và các biện pháp tưới nước tiết kiệm, bón phân hợp lý. Tổ chức và hướng dẫn nông dân thu hái đúng kỹ thuật; có các biện pháp kinh tế để ngăn chặn tình trạng hái “tuốt cành”, hạn chế đến mức thấp nhất tỷ lệ quả non xanh.

Thứ tư, hiện đại hóa khâu thu hoạch bảo quản và chế biến: đầu tư, nâng cấp hệ thống sân phơi và máy sấy đối với việc sơ chế bằng phương pháp khô. Khuyến khích nông dân hợp tác, thực hiện việc sơ chế cà phê theo quy mô lớn và áp dụng phương pháp chế biến ướt, hoặc bán ướt đối với cả cà phê vối, đảm bảo phẩm cấp nguyên liệu cho các quá trình chế biến tiếp theo. Từng bước hiện đại hóa các cơ sở tái chế phân loại cà phê nhân xuất khẩu. Khuyến khích các doanh nghiệp chủ động đầu tư trang bị máy móc, thiết bị tiên tiến, áp dụng tự động hóa dây chuyền sản xuất và giám sát chất lượng sản phẩm. Tăng cường năng lực chế biến sâu, khuyến khích doanh nghiệp trong nước và nước ngoài đầu tư chế biến cà phê hòa tan, cà phê rang xay, cà phê đặc biệt. Tập trung đầu tư nghiên cứu chế tạo trong nước các dây chuyền sản xuất cà phê công suất nhỏ và vừa, có công nghệ hiện đại, phù hợp với quy mô sản xuất. Chú trọng các biện pháp xử lý ô nhiễm môi trường đảm bảo sản xuất an toàn, bền vững.

Thứ năm, xây dựng và khẳng định thương hiệu cà phê Việt Nam trên trường quốc tế: nâng cao nhận thức của doanh nghiệp trong việc xây dựng thương hiệu, củng cố sự tin cậy đối với khách hàng và là công cụ bảo vệ lợi ích của doanh nghiệp, từng bước khẳng định xuất

xứ và uy tín của cà phê Việt Nam trên trường quốc tế. Khuyến khích các công ty xây dựng thương hiệu, đăng ký và bảo hộ thương hiệu.

Thứ sáu, xây dựng hệ thống tiêu thụ cà phê hiện đại, thích ứng với quá trình giao dịch mua bán trong nước và quốc tế: xây dựng những kênh thông tin hữu hiệu nhằm kết nối thông tin hai chiều, cung cấp, phổ biến thông tin thị trường, cải tiến thể chế, tổ chức ngành hàng, các chiến lược xúc tiến thương mại, dự báo mùa vụ, tạo ra được sự điều phối thống nhất để phát triển ngành cà phê. Chủ động áp dụng thương mại điện tử trong giao dịch mua, bán, ký gửi cà phê trong nước và quốc tế. Trên cơ sở đúc rút kinh nghiệm sản giao dịch hiện có ở Buôn Mê Thuột và học tập kinh nghiệm các sản giao dịch lớn trên thế giới, tiến hành xây dựng Đề án phát triển hệ thống thương mại cà phê ở nước ta bảo đảm tính hiện đại, văn minh thương mại và thích ứng với quá trình mua, bán, ký gửi ở từng vùng trong nước và quốc tế. Tạo điều kiện cho người thu mua, xuất khẩu tiếp cận trực tiếp với các thị trường Liffe (Luân Đôn), Nymex (New York) và với các nhà rang xay lớn trên thế giới. Phấn đấu đến năm 2015, đầu tư xây dựng và đưa vào hoạt động sản giao dịch cà phê tại TP. Hồ Chí Minh, thí điểm đưa cà phê Việt Nam giao dịch tại các sản giao dịch quốc tế.

(2). Đẩy mạnh tập trung kinh tế nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và năng lực tham gia mạng sản xuất và chuỗi giá trị cà phê toàn cầu của các chủ thể sản xuất, chế biến, kinh doanh thương mại cà phê.

“Tập trung kinh tế” trên quan niệm cấu trúc thị trường được hiểu là quá trình mà số lượng các doanh nghiệp độc lập cạnh tranh trên thị trường bị giảm đi thông qua các hành vi sáp nhập (theo nghĩa rộng), hoặc thông qua tăng trưởng nội sinh của doanh nghiệp trên cơ sở mở rộng năng lực sản xuất, chế biến, kinh doanh phân phối trên thị trường. Dưới góc nhìn của các doanh nghiệp, tập trung kinh tế được hiểu là tăng thêm tư bản do hợp nhất nhiều tư bản lại, hoặc một tư bản này thu hút một tư bản khác. Dưới góc độ pháp luật, Luật

Cạnh tranh năm 2004 liệt kê các hành vi được coi là tập trung kinh tế bao gồm: sáp nhập doanh nghiệp; hợp nhất doanh nghiệp; mua lại doanh nghiệp; liên doanh giữa các doanh nghiệp; các hành vi tập trung khác theo quy định của pháp luật.

Đối với ngành hàng cà phê, để đẩy nhanh quá trình tập trung kinh tế, cần thực hiện các giải pháp sau:

Thứ nhất, đẩy nhanh phát triển cà phê đại điền để đưa những tiến bộ kỹ thuật, công nghệ hiện đại và áp dụng các chương trình, các đề án, các quy trình sản xuất bền vững, sản xuất sạch.... vào gieo trồng, chăm sóc, thu hoạch, bảo quản và sơ chế cà phê nhân có hiệu quả cao chỉ khi có sản xuất qui mô ở mức độ nào đó.

Thứ hai, đẩy nhanh quá trình tập trung kinh tế trong chế biến, kinh doanh xuất khẩu cà phê nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, năng lực tham gia chuỗi giá trị cà phê toàn cầu của các chủ thể; chuyển sang mô hình độc quyền nhóm, hoặc hình thành các doanh nghiệp có quyền lực thị trường để lãnh đạo chuỗi cung ứng cà phê nguyên liệu.

(3). *Hoàn thiện ngành hàng cà phê Việt Nam nhằm không ngừng nâng cao sức cạnh tranh và năng lực tham gia chuỗi giá trị cà phê toàn cầu.* Cụ thể là:

Thứ nhất, Bộ Công thương và Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn cần có một tổ chức giúp bộ quản lý, giám sát ngành cà phê quốc gia.

Chức năng của tổ chức này là thay mặt Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn quản lý chuỗi ngành hàng cà phê chặt chẽ từ sản xuất đến tiêu thụ; hướng dẫn, giúp đỡ các hiệp hội trong ngành; giám sát thực hiện liên doanh, liên kết theo chiều dọc; cùng với các hiệp hội giúp bộ xây dựng chiến lược phát triển ngành cà phê quốc gia, xây dựng các chính sách về cơ cấu ngành, chính sách phát triển cà phê bền vững, chính sách nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm và của các chủ thể sản xuất, chế biến, kinh doanh xuất

khẩu cà phê, cũng như chính sách nâng cao sức cạnh tranh và năng lực tham gia chuỗi giá trị toàn cầu của ngành cà phê Việt Nam.... Tổ chức này giúp bộ quản lý quỹ hỗ trợ phát triển cà phê bền vững, nguồn kinh phí hỗ trợ hoạch định và triển khai thực thi các chính sách của ngành cà phê; quỹ này hỗ trợ tạm trữ, xúc tiến thương mại, mua nghiên cứu, quảng cáo, phát triển thị trường...

Thứ hai, phát triển mới các hiệp hội và hoàn thiện Hiệp hội Cà phê cao trong ngành cà phê. Cụ thể là:

Chuyển Hiệp hội Cà phê cao Việt Nam thành Hiệp hội Rang xay, chế biến cà phê hòa tan và xuất khẩu. Chức năng của Hiệp hội là quản lý, giám sát các thành viên trong việc không ngừng nâng cao chất lượng cà phê chế biến, nâng cao sức cạnh tranh và năng lực tham gia chuỗi giá trị cà phê toàn cầu. Định hướng và xây dựng chiến lược phát triển mở rộng thị trường, hỗ trợ quảng cáo và marketing sản phẩm, hỗ trợ xây dựng thương hiệu, đăng ký và bảo hộ thương hiệu trong và ngoài nước; tư vấn trong đổi mới công nghệ; đại diện bảo vệ lợi ích của các thành viên trong chuỗi giá trị cung ứng cà phê nguyên liệu của ngành cà phê Việt Nam...

Tổ chức hiệp hội của những người trồng cà phê, bao gồm: trang trại, nông trại, doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác. Chức năng của hiệp hội là quản lý giám sát chất lượng và thực hiện các quy trình công nghệ sản xuất tiên tiến, sản xuất cà phê bền vững, sản xuất sạch...; giám sát liên doanh liên kết trong chuỗi (theo chiều dọc), và liên kết theo chiều ngang; xây dựng chiến lược, kế hoạch phát triển vùng nguyên liệu cà phê và tái canh cà phê; hỗ trợ đưa các giống mới năng suất chất lượng cao vào sản xuất, hỗ trợ cho việc áp dụng các quy trình công nghệ mới trong gieo trồng, chăm sóc, thu hoạch, bảo quản, hỗ trợ xây dựng đăng ký và bảo hộ sản phẩm cà phê trong và ngoài nước; đại diện cho các chủ thể trồng cà phê điều phối lợi ích trong chuỗi giá trị cung ứng cà phê nguyên liệu.

- Tổ chức Hiệp hội những nhà phân phối và tiêu dùng cà phê. Chức năng của hiệp hội này là nghiên cứu nhu cầu và thị hiếu tiêu dùng cà phê của người Việt, văn hoá cà phê Việt; xây dựng chiến lược phát triển thị trường nội địa; hỗ trợ quảng bá và marketing các thương hiệu cà phê Việt..., bảo vệ lợi ích của người tiêu dùng cà phê.

(4). Hoàn thiện thể chế, hệ thống chính sách hỗ trợ nâng cao năng lực cạnh tranh và năng lực tham gia chuỗi giá trị cà phê toàn cầu của ngành cà phê Việt Nam. Bao gồm:

Thứ nhất, cần tiếp tục đẩy mạnh cải cách thể chế, tăng cường vai trò quản lý nhà nước trong lĩnh vực cà phê. Vai trò của Chính phủ trong nền kinh tế sẽ chuyển từ kiểm soát một nền kinh tế đang chuyển đổi sang xây dựng lợi thế cạnh tranh cho một nền kinh tế thị trường. thông qua quy hoạch phát triển hạ tầng vật chất và khoa học công nghệ, định hướng tập trung kinh tế cho những ngành xuất khẩu, định hướng cho việc sáp nhập các doanh nghiệp, các chuỗi cung ứng Việt vào các chuỗi cung ứng khu vực và toàn cầu...

Thứ hai, xây dựng chiến lược phát triển cà phê bền vững trong dài hạn bao gồm quy hoạch vùng nguyên liệu cà phê, định hướng tổ chức chuỗi ngành hàng, xây dựng chiến lược phát triển thị trường, điều chỉnh hợp lý cơ cấu sản phẩm hướng đến các thị trường có giá trị gia tăng cao.

Thứ ba, hoàn thiện chính sách hỗ trợ xúc tiến thương mại, khuyến khích xuất khẩu của Chính phủ thông qua Tổ chức Quản lý, giám sát ngành hàng cà phê và các hiệp hội trong ngành hàng nhằm thành lập các trung tâm giới thiệu sản phẩm ở nước ngoài, tham gia hội chợ, triển lãm, quảng bá sản phẩm.

Thứ năm, xây dựng chính sách khuyến khích các chủ thể sản xuất, chế biến, kinh

doanh xuất khẩu cà phê. Thành lập "Quỹ phát triển cà phê bền vững" nhằm hỗ trợ việc áp dụng các tiến bộ kỹ thuật mới và công nghệ tiên tiến được triển khai trong sản xuất, bảo quản và chế biến; hỗ trợ xúc tiến thương mại, quảng bá marketing sản phẩm, xây dựng thương hiệu, đăng ký thương hiệu và bảo hộ thương hiệu, đăng ký nguồn gốc xuất xứ và chỉ dẫn địa lý; hỗ trợ chương trình quảng cáo kích cầu cà phê trong nước và hỗ trợ khắc phục rủi ro trong sản xuất, kinh doanh, đặc biệt trước những biến động tiêu cực của thị trường cà phê thế giới.

Thứ sáu, Nhà nước tạo điều kiện thuận lợi để hình thành hệ thống giao dịch, ký, gửi cà phê đảm bảo đầy đủ tính pháp lý, công khai, minh bạch, tạo điều kiện mang lại nhiều giá trị hơn cho người trồng cà phê. Mở rộng và nâng cấp hệ thống thông tin chuyên ngành để giúp cho người dân, doanh nghiệp đầu tư phát triển sản xuất phù hợp với nhu cầu của thị trường và tiêu thụ sản phẩm có hiệu quả; hỗ trợ lãi suất để dự trữ, tạm trữ cà phê ở vùng sản xuất khi vào mùa vụ thu hoạch rộ. Đồng thời, Nhà nước nhanh chóng đầu tư đồng bộ hệ thống giao thông, hệ thống thủy lợi và hệ thống tưới, hỗ trợ các doanh nghiệp xây dựng hệ thống kho bảo quản, hệ thống sân phơi cho vùng sản xuất tập trung qui mô lớn./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. AGRODATA, Dữ liệu nông sản thế giới và Việt Nam qua các năm.
2. AGROINFO, Báo cáo thường niên ngành hàng cà phê năm 2010 và triển vọng 2011.
3. Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn, Các báo cáo tổng kết ngành hàng và báo cáo chuyên ngành.
4. QĐ 150/2005/QĐ – TTg của Thủ tướng Chính phủ.
5. QĐ 3988/QĐ-BNN-TT của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn.