

VAI TRÒ NHÀ NƯỚC TRONG VIỆC NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH NGÀNH CÀ PHÊ VIỆT NAM

Ths. Vũ Trí Tuệ

Bộ Công thương

Cà phê là một ngành hàng xuất khẩu quan trọng trong nền nông nghiệp Việt Nam, với lượng hàng xuất khẩu hàng năm đạt trên dưới 1 triệu tấn cà phê nhân xanh, doanh số đạt trên 2 tỷ USD. Việc hội nhập đã mở ra thị trường rộng lớn để tiêu thụ cà phê Việt Nam, thu hút các doanh nghiệp và các công ty đa quốc gia, tổ chức cà phê quốc tế đầu tư vào hệ thống cơ sở vật chất chế biến cà phê, vào mạng lưới lưu thông tiêu thụ cà phê, nên năng lực cạnh tranh của ngành hàng cà phê dần được cải thiện.

Tuy nhiên ngành cà phê Việt Nam từ khi “ra sân chơi chung” và chấp nhận cạnh tranh quốc tế đã phải đối mặt với những thực tế có thể “thua ngay trên sân nhà” do yếu kém về năng lực cạnh tranh, nên việc nâng cao sức cạnh tranh của nền kinh tế nói chung, của ngành cà phê nói riêng là vấn đề cấp thiết hiện nay.

1. Tác động của Nhà nước đối với sự phát triển ngành cà phê những năm qua và những hạn chế

a) Chú trọng xây dựng định hướng chiến lược và quy hoạch phát triển ngành cà phê

Bản kế hoạch (quy hoạch) ban đầu được xây dựng năm 1980, qua nhiều lần sửa đổi, các con số cao nhất dừng lại ở mức 350

ngàn ha, sản lượng 450 nghìn tấn (VICOFA, 2002). Thực hiện quy hoạch này trong suốt những năm 80 và những năm đầu 90 của thế kỷ trước, diện tích cà phê chỉ dao động trên dưới 100 ngàn ha, sản lượng đạt trên dưới 100 ngàn tấn. Từ khi có Nghị quyết 10 của Bộ Chính trị thúc đẩy đổi mới trong nông nghiệp, đặc biệt khi giá cà phê thế giới tăng cao và khan hiếm nguồn cung vào những năm 1994, 1995, 1996, diện tích cà phê của Việt Nam tăng đột biến: Năm 2001 đạt diện tích 565 ngàn ha, tăng trên 400 ngàn ha trong vòng 7 năm, mỗi năm trung bình trồng mới trên 66 ngàn ha. Thậm chí, năm 1999 diện tích trồng mới bằng tổng diện tích của hơn chục năm trồng cộng lại (101,1 ngàn ha). Sự phát triển như vậy đã phá vỡ mọi quy hoạch và kỳ vọng của các nhà quản lý. Cũng thời gian này, Việt Nam thực hiện dự án phát triển cà phê Arabica ra các tỉnh Tây Bắc, phía Tây vùng Bắc Trung Bộ, tổng diện tích khoảng 15,8 ngàn ha; tuy chưa tổng kết đánh giá nhưng dự án này không thành công lắm. Năm 2001 diện tích cà phê của Việt Nam lớn nhất (565 ngàn ha) thì cũng là năm giá cà phê Robusta giảm đến đáy, từ 2002 giá tăng dần, nhưng diện tích cà phê giảm 29,5 ngàn ha, năm

2003 giảm 21,8 ngàn ha, năm 2004 giảm 10,5 ngàn ha.

Trước sự phát triển thiếu ổn định và kém bền vững làm giảm năng lực cạnh tranh của ngành cà phê, Chính phủ có chủ trương giảm diện tích cà phê ở những vùng đất không thuận lợi theo Quyết định 150/2005/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ, ổn định diện tích 450-500 ngàn ha, sản lượng khoảng 1 triệu tấn, trong đó cà phê Arabica chiếm 10% diện tích ở những vùng sinh thái thật phù hợp [25]. Các năm 2005 – 2007, diện tích cà phê tạm ổn định và dừng ở mức xấp xỉ trên dưới 500 ngàn ha. Đồng thời Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn có quyết định về thâm canh cao 200 ngàn ha theo Quyết định số 3988/QĐ-BNN-TT, chuyển diện tích cà phê không đúng quy hoạch, độ dốc cao, vùng đất trũng, thiếu và xa nguồn nước tưới sang canh tác cây trồng khác [5]. Ngày 5/5/2008, tỉnh uỷ Đắk Lắk ra Nghị quyết 08/TU, về "Phát triển cà phê bền vững" với định hướng sản xuất cà phê theo tiêu chí thương hiệu, diện tích giảm và ổn định 140-150 ngàn ha đến năm 2015, năng suất 30 tạ/ha, sản lượng 400 ngàn tấn, trong đó cà phê tinh chế chiếm 15-20% sản lượng. Quy hoạch và chuyển diện tích thiếu nước tưới và diện tích trồng có độ dốc trên 15° sang sản xuất cây trồng khác [24]. Tuy nhiên việc triển khai các chính sách này còn nhiều bất cập, chưa đi vào thực tế và phát huy hiệu quả thấp.

Nhìn chung ngành cà phê Việt Nam thiếu chiến lược phát triển dài hạn, nên thiếu

hệ thống chính sách đồng bộ (chính sách đầu tư, vốn, tài chính, tín dụng...) cho phát triển bền vững. Diễn biến về tăng giảm diện tích cà phê theo giá cà phê trên thị trường thế giới đã minh chứng rất rõ cho điều đó. Hiện tượng trồng chặt diễn ra sau mỗi lần giá cà phê thế giới tăng giảm là một nghịch lý đối với ngành cây công nghiệp có chu kỳ kinh doanh dài. Điều đó đã làm giảm năng lực cạnh tranh của ngành cà phê.

b) Có các chính sách hỗ trợ năng lực cạnh tranh của ngành cà phê

Ngành cà phê Việt Nam hình thành muộn hơn so với các ngành hàng nông sản khác, nên nhiều chính sách áp dụng trong một thời gian dài đối với các ngành hàng lúa gạo, chăn nuôi, rau quả... nhưng chưa một lần áp dụng đối với ngành hàng cà phê như: định đầu mối và hạn ngạch xuất khẩu, thuế quan cao... Ra đời khi Việt Nam đổi mới và mở cửa nên ngành hàng cà phê được chi phối bởi các chính sách đã được điều chỉnh sát với thực tế hơn và thông thoáng hơn, đồng thời ít hưởng lợi từ các chính sách ưu đãi, bảo hộ và hỗ trợ.

Trong thập kỷ 90, ngành cà phê phát triển nhờ các chính sách đổi mới trong nông nghiệp: tự do hoá thương mại trong nước, chính sách khuyến khích phát triển kinh tế trang trại, kinh tế hộ, chính sách đất đai, chính sách đổi mới trong các doanh nghiệp nông nghiệp (giao khoán đất và vườn cây), chính sách khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào sản xuất nông nghiệp, Luật Doanh nghiệp... Bên cạnh đó, Việt Nam

tham ra AFTA nên thuế nhập khẩu cho dầu vào sản xuất giảm (thuế nhập khẩu phân bón giảm < 5% năm 1998)..., nhờ đó diện tích cà phê năm 2001 đạt cao nhất (565 ngàn ha).

Từ năm 2000 đến nay, các chính sách ban hành bao gồm: Khuyến khích các doanh nghiệp tăng lượng hàng xuất khẩu thông qua chính sách thưởng xuất khẩu (Năm 2000 thưởng 220 VNĐ, khoảng 0,014 USD cho 1USD xuất khẩu tăng thêm; năm 2003 thưởng 300 VNĐ khoảng 0,02 USD cho 1 USD xuất khẩu). Thu mua tạm trữ 150 ngàn tấn cà phê, lần 2 năm 2010 là 200 ngàn tấn nhằm hạn chế tốc độ giảm giá cà phê trên thị trường trong nước. Chính sách tín dụng ưu đãi như: khoan nợ, giãn nợ, lãi suất thấp cho các đối tượng tham gia trồng, chế biến và tiêu thụ cà phê vào những năm giá thấp. Chính sách hỗ trợ cho đồng bào dân tộc thiểu số và các hộ nghèo trồng cà phê như: cấp đất, gạo, vôi. Cho phép công ty nước ngoài xuất khẩu cà phê thông qua nguồn cung cà phê từ các doanh nghiệp trong nước. Ban hành qui định chất lượng cà phê xuất khẩu của Việt Nam, nhưng quy định này vẫn dựa vào tiêu chuẩn cũ không phù hợp với tiêu chuẩn đánh giá chất lượng cà phê của thế giới. Các chính sách như thưởng xuất khẩu, thu mua tạm trữ hay cho vay tín dụng... đều chủ yếu là các giải pháp tình thế để ứng phó với cuộc khủng hoảng giá đầu những năm 2000, nên các chính sách này hiện nay đã không còn được áp dụng. Tuy nhiên, ngay cả trong thời kỳ khủng hoảng, theo đánh giá của nhóm nghiên cứu ICARD, OXFAM Anh và

Hongkong, các chính sách khắc phục tình hình nêu trên có tác động tích cực nhưng không lớn như: Quyết định số 2635/QĐ-BNN-CB của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn về phê duyệt đề án "Nâng cao năng lực cạnh tranh của cà phê Việt Nam đến 2015 và định hướng 2020"; Về phương hướng, nâng cao năng lực cạnh tranh của cà phê Việt Nam trên cơ sở khai thác tối đa lợi thế so sánh của sản phẩm trên thị trường xuất khẩu và nội địa; Phát triển toàn diện, bền vững, hiện đại hóa đồng bộ các khâu: sản xuất nông nghiệp - chế biến công nghiệp - giao dịch thương mại... Đến năm 2020, toàn bộ sản phẩm cà phê Việt Nam được sản xuất - chế biến hợp chuẩn, hợp quy, giao dịch bình đẳng tại các sàn giao dịch trong và ngoài nước với giá bán ngang bằng hoặc cao hơn giá sản phẩm cùng loại trên thị trường; giá trị gia tăng của sản phẩm do yếu tố chất lượng mang lại tăng từ 30 - 50% (tính theo giá cố định); hạn chế tối đa những thiệt hại đối với ngành cà phê do sự biến động bất lợi của thị trường thế giới...[6]. Các chính sách này chủ yếu khắc phục khủng hoảng giá và nguồn cung dư thừa, chứ chưa nâng đỡ được năng lực cạnh tranh của ngành cà phê. Đồng thời việc triển khai quyết định này còn nhiều bất cập như: thiếu kinh phí và cơ chế thực hiện..., thực tế mục tiêu nâng cao năng lực cạnh tranh có hiệu quả thấp.

Tóm lại, tuy Nhà nước đã có những tác động rõ ràng và mạnh mẽ để thúc đẩy ngành cà phê phát triển, từng bước nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành cà phê Việt Nam, doanh số xuất khẩu cà phê năm 2011 đạt 2,7 tỷ USD

là một minh chứng không thể phủ nhận, nhưng việc quy hoạch và các chính sách đối với ngành cà phê vẫn còn nhiều hạn chế.

2. Phương hướng và các giải pháp nâng cao vai trò của Nhà nước trong thúc đẩy năng lực cạnh tranh của ngành cà phê Việt Nam

Để có thể tác động mạnh đến năng lực cạnh tranh của ngành cà phê Việt Nam, vai trò nhà nước cần được tăng cường theo các phương hướng sau đây:

Thứ nhất, xây dựng và hoàn thiện các chiến lược phát triển ngành cà phê bền vững trong dài hạn bao gồm: marketing và mở rộng thị trường; sản xuất, chế biến và đa dạng hoá sản phẩm; nâng cao chất lượng sản phẩm; hoàn thiện tổ chức và quản lý ngành cà phê theo hướng vừa tập trung kinh tế vừa tạo môi trường cạnh tranh hợp lý nhằm từng bước thâm nhập vào chuỗi giá trị cà phê toàn cầu.

Trong hơn 20 năm tồn tại và phát triển của ngành cà phê, Việt Nam cũng đã từng một vài lần xây dựng các dự án phát triển cà phê ở các giai đoạn khác nhau. Tuy nhiên hoàn thiện tổ chức và quản lý ngành hàng cà phê theo hướng vừa tập trung kinh tế vừa tạo môi trường cạnh tranh bình đẳng hợp lý thì chưa được đề cập đến và đây cũng là vấn đề mới phát sinh khi Việt Nam hội nhập sâu vào nền kinh tế toàn cầu, đồng thời ngành cà phê thế giới có tính độc quyền nhóm cao. Do vậy chiến lược tập trung kinh tế trong ngành cà phê bao gồm: sáp nhập, hợp nhất, mua lại và

liên doanh liên kết giữa các doanh nghiệp. Các chủ thể tham gia sẽ tích tụ các nguồn lực kinh tế như vốn, lao động, kỹ thuật, năng lực quản lý và tổ chức kinh doanh..., hình thành các nhóm doanh nghiệp, các tập đoàn kinh tế, có năng lực cạnh tranh mạnh từ đó làm thay đổi cấu trúc (số lượng doanh nghiệp) thị trường và tương quan cạnh tranh hiện có trên thị trường, xuất hiện một doanh nghiệp hoặc nhóm doanh nghiệp có năng lực cạnh tranh là tổng năng lực cạnh tranh của tất cả doanh nghiệp tham gia nhằm đương đầu hiệu quả với các tập đoàn kinh tế đa quốc gia có tiềm lực tài chính và kinh nghiệm kinh doanh lâu đời.

Thứ hai, hoàn thiện hệ thống chính sách kinh tế thị trường đồng bộ và hiện đại: Hoàn thiện hệ thống chính sách kinh tế thị trường nhằm thúc đẩy quá trình tái cấu trúc ngành cà phê, chuyển đổi mô hình tăng trưởng theo chiều rộng sang chiều sâu và 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.

Vai trò Nhà nước ở đây là: Mở đường, tạo lập môi trường, giúp các doanh nghiệp chủ động tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu trên cơ sở lựa chọn các khâu cần ưu tiên nhằm khai thác lợi thế so sánh, phát triển nhanh và bền vững; Xây dựng và phát triển chuỗi giá trị đối với ngành hàng cà phê của Việt Nam có năng lực cạnh tranh cao ở trong nước, làm tiền đề và điều kiện cho việc tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu; Điều chỉnh định hướng chiến lược về phát triển sản xuất

và xuất khẩu cà phê Việt Nam theo bề rộng và tốc độ cao hiện nay sang nâng cao năng lực cạnh tranh, nâng cao chất lượng và hiệu quả; Đẩy mạnh các hoạt động liên doanh, liên kết để tăng cường sức mạnh, nhanh chóng khắc phục tình trạng nhỏ lẻ, manh mún và thiếu sự liên kết giữa các tác nhân khi tham gia vào chuỗi giá trị; Tăng cường năng lực quản trị chuỗi giá trị của các doanh nghiệp nhằm nâng cao khả năng lãnh đạo chuỗi giá trị; Đẩy mạnh hoạt động xây dựng và phát triển thương hiệu, khai thác chỉ dẫn địa lý đối với mặt hàng cà phê... Để thực hiện những phương hướng cơ bản nêu ra trên đây, trong thời gian tới cần các giải pháp sau:

2.1. Nhà nước cần khuyến khích áp dụng tiến bộ kỹ thuật và công nghệ tiên tiến vào sản xuất, chế biến và kinh doanh tiêu thụ cà phê

Khoa học kỹ thuật và công nghệ là chìa khoá để nâng cao chất lượng, không chỉ tạo ra sự khác biệt của sản phẩm mà còn tăng năng suất lao động và năng suất cà phê, giảm chi phí sản xuất và giá thành sản phẩm, tạo ra lợi thế so sánh và lợi thế cạnh tranh của cà phê Việt Nam. Để thực hiện nhóm giải pháp này Nhà nước cần tác động vào các khâu:

Một là, ổn định diện tích trồng cà phê theo quy hoạch. Triển khai và kiên quyết thực hiện đúng quy hoạch chi tiết, ổn định diện tích trồng cà phê phù hợp với quyết định 150/2005/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ từ 450.000-500.000 ha, sản lượng khoảng 1 triệu tấn, trong đó cà phê Arabica

chiếm 10% diện tích ở những vùng có điều kiện sinh thái ***thật phù hợp***. Thực hiện 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. Đối với diện tích cà phê không đúng quy hoạch, nơi có độ dốc cao, vùng đất trũng, xa nguồn nước tưới..., kiên quyết chuyển sang trồng cây khác.

Hai là, 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, đáp ứng đủ nhu cầu giống cho cải tạo và chương trình tái canh cà phê giai đoạn 2011-2020 khoảng 100.000 ha cà phê. Thực hành các giải pháp kỹ thuật để lai ghép các dòng vô tính cao sản, chất lượng cao, kháng bệnh, chín muộ n 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 như TR4, TR5, TR6, TR9, TR11, TR12, TR13 để cung cấp cho các địa phương làm nguồn giống đầu dòng. Nâng cấp và đầu tư mới các trung tâm nhân giống, phấn đấu ở mỗi tỉnh có một trung tâm, mỗi huyện có một trạm giống ở vùng cà phê trọng điểm Tây Nguyên.

Ba là, 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. Khuyến khích mở rộng thực hiện các chương trình sản xuất cà phê có chứng nhận VietGap, cà phê Utz, Rain Forest, “Dự án

sáng kiến nông nghiệp bền vững” SAI, 4C (**Common Code for the Coffee Community - Bộ Nguyên tắc chung cho Cộng đồng cà phê**), Hiệp hội Cà phê toàn cầu 4C. Từng bước nâng tỷ lệ diện tích cà phê 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, thực hiện tốt quy trình “3 giảm - 3 phải - 3 tăng”, trong đó: giảm phân bón - nước tưới - thuốc bảo vệ thực vật; phải trồng mới bằng giống tốt - phải trồng cây che bóng - phải thu hoạch đúng độ chín để: tăng chất lượng - tăng hiệu quả - tăng năng lực cạnh tranh. 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 thấp nhất tỷ lệ quả non xanh.

Bốn là, khuyến khích hiện đại hoá trong 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 thóc quy mô lớn và áp dụng phương pháp chế biến ướt, hoặc bán ướt, đảm bảo phẩm cấp nguyên liệu cho các quá trình chế biến tiếp theo. Từng bước hiện đại hoá các cơ sở tái chế - phân loại cà phê nhân xuất khẩu. Khuyến khích các doanh nghiệp chủ động đầu tư trang bị các máy, thiết bị tiên tiến, áp dụng tự động hoá dây

chuyền sản xuất và giám sát chất lượng sản phẩm, áp dụng hệ thống quản lý theo tiêu chuẩn ISO 9000, HACCP, ISO 14000. Đảm bảo từ sau năm 2010 hầu hết các cơ sở chế biến cà phê nhân xuất khẩu tuân thủ các tiêu chuẩn và quy chuẩn kỹ thuật quốc gia, phù hợp với yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế. Tăng cường năng lực chế biến sâu, khuyến khích doanh nghiệp trong và ngoài nước đầu tư chế biến cà phê hòa tan, cà phê rang xay, cà phê đặc biệt..., đến 2015 đạt sản lượng từ 10.000 - 15.000 tấn/năm, trong đó 50% xuất khẩu. 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.

Năm là, 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. Trên cơ sở nâng cao chất lượng sản phẩm, ngành cà phê và từng doanh nghiệp phải tích cực xúc tiến việc xây dựng và phát triển thương hiệu cà phê Việt Nam nói chung và của mỗi doanh nghiệp nói riêng, từng bước khẳng định xuất xứ địa lý và uy tín của cà phê Việt Nam trên trường quốc tế. Thúc đẩy thực hiện mô hình “công - tư”, với các nội dung chính là xây dựng chương trình sản xuất cà phê cho hộ nông dân và tổ chức dựa trên hệ thống quản lý chất lượng thực hành tốt của mô hình hợp

tác xã cả phê kiểu mới. Tiến tới tổ chức chuỗi ngành hàng theo mô hình của công ty cổ phần Tập đoàn Thái Hòa, kết nối chủ thể trồng cà phê với doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu, đăng ký thương hiệu và bảo hộ thương hiệu trong nước và trên thế giới. Khuyến khích các công ty xây dựng thương hiệu, đăng ký và bảo hộ thương hiệu như các công ty Thái Hoà, Nets, công ty cà phê Biên Hoà, Công ty cà phê Trung Nguyên...

Sáu là, 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 và phổ biến thông tin thị trường, cải tiến tổ chức và quản lý ngành hàng, các chiến lược xúc tiến thương mại, dự báo mùa vụ, tạo ra được sự điều phối thống nhất trong ngành cà phê. Hoàn thiện hệ thống thông tin về môi trường kinh doanh, thông tin về hệ thống phân phối, giá cả..., 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 Ma Thuật 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 Việt Nam, 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. Vận hành sản giao dịch cà phê Buôn Ma Thuật có hiệu quả để 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. Phần đầu đến năm 2015, đầu tư xây dựng và đưa vào hoạt động sàn giao dịch cà phê tại thành phố Hồ Chí Minh, áp dụng các phương thức mua bán hiện đại như giao dịch kỳ hạn..., phòng ngừa rủi ro khi có biến động giá trên thị trường; thí điểm đưa cà phê Việt Nam giao dịch tại các sàn giao dịch quốc tế.

2.2. *Đẩy mạnh tập trung kinh tế trong ngành cà phê*

Để khắc phục tình trạng manh mún, nhỏ lẻ dẫn đến cạnh tranh quá mức ở thị trường nội địa làm giảm năng lực cạnh tranh và năng lực tham gia chuỗi giá trị toàn cầu của các chủ thể sản xuất, chế biến, kinh doanh thương mại trong ngành hàng cà phê, Nhà nước cần tác động vào các giải pháp sau:

Một là, đẩy nhanh phát triển cà phê đại điền qui mô lớn.

Sản xuất qui mô lớn tạo thuận lợi 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 các khâu gieo trồng, chăm sóc, thu hoạch, bảo quản và sơ chế cà phê nhân và có hiệu quả cao. Những chính sách khuyến khích mua, bán, san nhượng, thuê, mướn... tạo nên tích tụ ruộng đất triển khai trong giai đoạn vừa qua đạt hiệu quả chưa cao do luật đất đai chưa được sửa đổi. Do vậy chỉ có con đường liên doanh, liên kết và các hình thức hợp tác mới trong sản xuất cà phê để hình thành nên sản xuất lớn có tính khả thi và

triển vọng hơn cả. Như vậy cũng không phải để tự nông dân tự nguyện, tự tổ chức, mà phải có vai trò của Nhà nước - vai trò bà đỡ, nhưng không phải làm thay, mà thông qua chức năng quản lý Nhà nước đưa ra các tiêu chuẩn kỹ thuật, các điều kiện trong kinh doanh sản xuất, chế biến, cung ứng cà phê nguyên liệu và xuất khẩu cà phê. Bên cạnh đó, có sự hỗ trợ của Hiệp hội Những người sản xuất cà phê (hiện chưa có), tổ chức khuyến nông, hệ thống quản lý nông nghiệp từ trung ương đến cơ sở.

Hai là, đẩy nhanh quá trình tập trung kinh tế (TTKT) trong chế biến, kinh doanh xuất khẩu cà phê

Các chủ thể sản xuất, chế biến, kinh doanh xuất khẩu trong ngành cà phê Việt Nam vừa nhỏ bé, manh mún lại thiếu sự liên doanh, liên kết, thiếu sự lãnh đạo trong chuỗi nên phản ứng yếu ớt với sức ép cạnh tranh từ bên ngoài, thua ngay trên sân nhà, bị ép giá ngay tại thị trường nội địa... Để chống lại sức ép cạnh tranh nhằm tồn tại và phát triển, không còn con đường nào khác là phải TTKT. Tuy nhiên, để TTKT bằng con đường nội sinh, tự các doanh nghiệp tích lũy tư bản thì phải có thời gian và chắc không bắt kịp tốc độ hội nhập sâu rộng nhanh như hiện nay. Do đó TTKT bằng con đường sáp nhập, hợp nhất, mua lại và liên doanh liên kết giữa các doanh nghiệp hình thành các nhóm doanh nghiệp, các tập đoàn kinh tế có năng lực cạnh tranh và chuyển sang mô hình độc quyền nhóm hoặc hình thành các doanh nghiệp có quyền lực thị trường là con đường

duy nhất. Việc TTKT bằng mua bán, sáp nhập, liên doanh và liên kết đòi hỏi phải có vai trò của Nhà nước - vai trò bà đỡ, thông qua quản lý bằng quy định tiêu chuẩn kỹ thuật của sản phẩm, cũng như các điều kiện kinh doanh tối thiểu nhằm đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật của cà phê xuất khẩu như: chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm, sản xuất sạch, sản xuất bền vững.

Việc TTKT trong thời gian nhất định sẽ giúp ngành cà phê Việt Nam hình thành chuỗi cung ứng nguyên liệu cà phê nhân xuất khẩu, có liên kết chặt chẽ giữa doanh nghiệp xuất khẩu, doanh nghiệp chế biến và cung ứng nguyên liệu cà phê nhân, đồng thời hình thành liên kết sâu giữa doanh nghiệp xuất khẩu đến tận người trồng cà phê.

2.3. Hoàn thiện tổ chức và quản lý ngành hàng cà phê Việt Nam

Hiện nay, ngoài Hiệp hội Cà phê - ca cao Việt Nam đại diện cho những doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê thì ở Việt Nam, người trồng cà phê, người tiêu dùng..., chưa có tổ chức của riêng mình, nên việc hoàn thiện tổ chức và quản lý ngành hàng cà phê Việt Nam là rất cần thiết. Cụ thể là:

Thứ nhất, chuyển Hiệp hội Cà phê - ca cao Việt Nam thành Hiệp hội Rang xay, Chế biến cà phê hoà 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 năng lực cạnh tranh và năng lực tham gia chuỗi. 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...

Thứ hai, tổ chức Hiệp hội Sản xuất cà phê: Hiệp hội Sản xuất 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; quy hoạch và 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 xuất xứ và chỉ dẫn địa lý sản phẩm cà phê, đăng ký và bảo hộ sản phẩm cà phê trong và ngoài nước; đại diện cho các chủ thể trồng cà phê trong điều phối lợi ích trong chuỗi giá trị cung ứng cà phê nguyên liệu.

Thứ ba, tổ chức Hiệp hội Phân phối và Tiêu dùng cà phê: Hiệp hội Phân phối và Tiêu dùng cà phê bao gồm các nhà phân phối, các đại lý, người tiêu dùng nội địa. Trước mắt, tiêu dùng cà phê trong nước chưa nhiều, nhưng đây lại là thị trường tiềm năng, hỗ trợ cho thị trường xuất khẩu, góp phần

cho sản xuất cà phê của Việt Nam phát triển bền vững. Hiện thị trường này đang được một số công ty cà phê đa quốc gia chú ý, khai thác, mở rộng thị phần. Do vậy thành lập Hiệp hội những nhà Phân phối và Tiêu dùng cà phê là cần thiết. 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.

2.4. Hoàn thiện hệ thống chính sách hỗ trợ nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành cà phê Việt Nam

Thứ nhất, cần tiếp tục đẩy mạnh cải cách kinh tế thị trường có bước chuyển mạnh mẽ hơn nữa trong quản lý nhà nước.

Thứ hai, xây dựng chiến lược phát triển cà phê bền vững trong dài hạn.

Thứ ba, xây dựng cơ chế và chính sách khuyến khích, hỗ trợ thúc đẩy hình thành chuỗi cung ứng cà phê nhân nguyên liệu.

Thứ tư, hoàn thiện chính sách hỗ trợ xúc tiến thương mại, khuyến khích xuất khẩu.

Thứ năm, xây dựng chính sách khuyến khích các chủ thể sản xuất, chế biến, kinh doanh xuất khẩu cà phê.

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.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. AGROINFO, *Báo cáo thường niên ngành hàng cà phê năm 2010 và triển vọng 2011*.

2. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, *Các báo cáo tổng kết ngành hàng và báo cáo chuyên ngành*.

3. AGRODATA, *Dữ liệu nông sản thế giới và Việt Nam qua các năm*.

4. Quyết định số 3988/QĐ-BNN- TT, ngày 26.12.2006 của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và PTNT và phê duyệt đề án thâm canh cây nông nghiệp lâu năm đến 2010 (cây cà phê, ca cao, điều, hồ tiêu, chè).

5. Chỉ thị 1140/CT-BNN-TT, ngày 28.4.2008 của Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn về việc phát triển cà phê, cao su, sản bền vững trong thời gian tới.

6. QĐ số 2635/QĐ-BNN-CB ngày 26.8.2008 của Bộ trưởng Bộ nông nghiệp và Phát triển Nông thôn phê duyệt đề án “*Nâng cao năng lực cạnh tranh của cà phê Việt Nam và định hướng 2015*”.