

LỜI CAM ĐOAN

Đây là công trình nghiên cứu của chính tác giả. Nội dung đề tài chưa từng công bố ở bất kỳ tài liệu nào. Tài liệu tham khảo trong đề tài được trích dẫn và nêu nguồn đầy đủ trong mục tài liệu tham khảo.

Hà Nội, ngàythángnăm 2019

NGUYỄN THỊ PHƯƠNG DUNG

LỜI CẢM ƠN

Trước hết, xin chân thành cảm ơn Ban Giám hiệu nhà trường, Quý Thầy giáo, Cô giáo các khoa, phòng, ban liên quan, đặc biệt là Bộ môn Logistic và Khoa Sau đại học thuộc trường Đại học Thương mại, Bộ Kế hoạch và Đầu tư nơi tôi công tác, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Công thương, Ban Chỉ đạo Tây Nguyên, UBND, Sở, ban ngành các tỉnh thuộc vùng Tây Nguyên, doanh nghiệp sản xuất kinh doanh xuất khẩu cà phê trên địa bàn vùng Tây Nguyên đã tạo điều kiện cho tôi được tiếp cận và nghiên cứu đề tài này.

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến PGS.TS An Thị Thanh Nhân và Thầy TS. Thân Danh Phúc đã dành nhiều thời gian, công sức hướng dẫn, giúp đỡ tận tình để tôi hoàn thành công trình nghiên cứu này.

Xin gửi lời cảm ơn đến những người thân, bạn bè của tôi đã động viên và giúp đỡ về nhiều mặt để góp sức cho nghiên cứu thành công.

Cuối cùng, tôi cũng xin cảm ơn các cơ quan, ban, ngành, các đối tác và các tổ chức cá nhân khác đã giúp đỡ tôi trong việc cung cấp tài liệu, dành thời gian tham gia phỏng vấn, tham gia hội thảo, trả lời bảng câu hỏi để có cơ sở thực hiện nghiên cứu này.

Hà Nội, ngày tháng năm 2019

NGUYỄN THỊ PHƯƠNG DUNG

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	vi
DANH MỤC CÁC BẢNG	ix
DANH MỤC HÌNH VẼ	x
CHƯƠNG 1 TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU LUẬN ÁN	1
1.1 TÍNH CẤP THIẾT CỦA ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU.....	1
1.2. TỔNG QUAN VÀ KHOẢNG TRỐNG NGHIÊN CỨU.....	3
1.2.1. Nhóm các công trình liên quan XK cà phê.....	3
1.2.2. Nhóm các công trình liên quan đến chính sách xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên, Việt Nam.....	5
1.2.3. “Khoảng trống” về lý luận và thực tiễn cần tiếp tục nghiên cứu trong luận án	7
1.3 MỤC TIÊU, NHIỆM VỤ VÀ CÂU HỎI NGHIÊN CỨU	8
1.4 ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU CỦA LUẬN ÁN.....	9
1.5 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU CỦA LUẬN ÁN	10
1.6 NHỮNG ĐÓNG GÓP MỚI CỦA LUẬN ÁN	12
1.7 KẾT CẤU CỦA LUẬN ÁN.....	13
CHƯƠNG 2. MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VỀ CHÍNH SÁCH NHÀ NƯỚC NHẪM THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU CÀ PHÊ	14
2.1. KHÁI QUÁT VỀ THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU NÔNG SẢN.....	14
2.1.1. Khái niệm, quan điểm và nội dung thúc đẩy xuất khẩu nông sản.....	14
2.1.2. Vai trò và yêu cầu của thúc đẩy xuất khẩu nông sản	18
2.1.3. Chỉ tiêu đánh giá mức độ thúc đẩy xuất khẩu nông sản.....	23
2.2. CHÍNH SÁCH NHÀ NƯỚC NHẪM THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU NÔNG SẢN	27
2.2.1 Khái niệm, mục tiêu và đặc điểm CSNN nhằm thúc đẩy xuất khẩu nông sản	27
2.2.2. Các chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu nông sản	35
2.3. YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI CHÍNH SÁCH THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU NÔNG SẢN VÀ CÀ PHÊ	40

2.3.1. Yếu tố ảnh hưởng tới chính sách thúc đẩy xuất khẩu nông sản.....	40
2.3.2. Yếu tố ảnh hưởng đến chính sách thúc đẩy xuất khẩu cà phê	42
2.4. KINH NGHIỆM VỀ CHÍNH SÁCH THúc ĐẨY XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VÀ BÀI HỌC RÚT RA CHO VIỆT NAM.....	47
2.4.1. Các khảo cứu chính sách thúc đẩy XK cà phê của một số quốc gia.....	47
2.4.2. Bài học kinh nghiệm rút ra cho Việt Nam.....	55
KẾT LUẬN CHƯƠNG 2.....	59
CHƯƠNG 3. PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG CÁC CHÍNH SÁCH NHÀ NƯỚC NHẪM THúc ĐẨY XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VÙNG TÂY NGUYÊN.....	60
3.1. THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VÙNG TÂY NGUYÊN GIAI ĐOẠN 2011-2018.....	60
3.1.1. Vị trí và vai trò của ngành cà phê xuất khẩu Việt Nam, Tây Nguyên	60
3.1.2. Kết quả xuất khẩu cà phê Việt Nam và vùng Tây Nguyên	61
3.1.3. Đánh giá mức độ tăng trưởng xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên qua một số chỉ tiêu	72
3.2. PHÂN TÍCH TÁC ĐỘNG THúc ĐẨY CỦA CHÍNH SÁCH NHÀ NƯỚC ĐẾN KẾT QUẢ TĂNG TRƯỞNG XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VÙNG TÂY NGUYÊN GIAI ĐOẠN 2011-2018.....	78
3.2.1. Phân tích các chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên	78
3.2.2. Điều tra mức độ ảnh hưởng của các chính sách thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên	102
3.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ THỰC TRẠNG CHÍNH SÁCH NHÀ NƯỚC NHẪM THúc ĐẨY XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VÙNG TÂY NGUYÊN.....	105
3.3.1. Những ưu điểm và kết quả chủ yếu	105
3.3.2. Một số hạn chế, bất cập của chính sách	110
3.3.3. Nguyên nhân của những thành công và hạn chế.....	112
KẾT LUẬN CHƯƠNG 3.....	116
CHƯƠNG 4. GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH NHÀ NƯỚC NHẪM THúc ĐẨY XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VÙNG TÂY NGUYÊN.....	117

4.1. XU HƯỚNG, DỰ BÁO VÀ BỐI CẢNH PHÁT TRIỂN NGÀNH CÀ PHÊ VIỆT NAM.....	117
4.1.1. Xu hướng sản xuất và tiêu dùng cà phê của thế giới.....	117
4.1.2. Dự báo phát triển ngành hành cà phê Việt Nam.....	118
4.1.3. Bối cảnh quốc tế, trong nước ảnh hưởng đến chính sách thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên	118
4.2. QUAN ĐIỂM VÀ NGUYÊN TẮC HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH NHÀ NƯỚC NHẪM THỨC ĐẨY XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VÙNG TÂY NGUYÊN...	120
4.2.1. Quan điểm.....	120
4.2.2. Nguyên tắc	120
4.3. GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH NHẪM THỨC ĐẨY XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VÙNG TÂY NGUYÊN	121
4.3.1. Giải pháp về các chính sách.....	121
4.3.2. Hoàn thiện các điều kiện thực hiện CSNN nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên	130
4.3.3. Giải pháp hỗ trợ các doanh nghiệp nâng cao năng lực thụ hưởng chính sách	134
KẾT LUẬN CHƯƠNG 4	138
KẾT LUẬN	139
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	140
PHỤ LỤC	

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

1. DANH MỤC TỪ TIẾNG ANH

Từ viết tắt	Nghĩa tiếng Anh	Nghĩa tiếng Việt
ASEAN	Association of South East Asian Nations	Hiệp hội các Quốc gia Đông Nam Á
BFTA	Bilateral Free Trade Agreement	Hiệp định thương mại tự do song phương
CEPT	Common Effective Preferential Tariff	Chương trình ưu đãi thuế quan có hiệu lực chung
EU	European Union	Liên minh Châu Âu
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade	Hiệp định chung về thuế quan và thương mại GATT
GSP	Generalized System of Preference	Hệ thống thuế quan phổ cập
ICO	International Coffee Organization	Tổ chức cà phê quốc tế
IT	Informatic Technology	Công nghệ tin học
IMF	International Monetary Fund	Quỹ tiền tệ quốc tế
FAO	Food an Agriculture Organization of the United Nations	Tổ chức nông lương Liên hiệp quốc
FTA	Free Trade Area	Khu vực thương mại tự do
FTAs	Free Trade Agreement	Hiệp định thương mại tự do
TPP	Trans Pacific Strategic Economic Partnership Agreement	Hiệp định đối tác kinh tế chiến lược xuyên Thái Bình Dương
TBT	Technical Barriers to Trade	Biện pháp kỹ thuật trong thương mại
WB	World Bank	Ngân hàng thế giới
WTO	World Trade Organization	Tổ chức thương mại thế giới

2. DANH MỤC TỪ TIẾNG VIỆT

CIEM	Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương
CSNN	Chính sách nhà nước
CNH, HĐH	Công nghiệp hóa, hiện đại hóa
DN	Doanh nghiệp
GAP	Chu trình nông nghiệp an toàn
GIS	Chỉ dẫn địa lý
GTGT	Giá trị gia tăng
HHNH	Hiệp hội ngành hàng
HNQT	Hội nhập quốc tế
KHCN	Khoa học và công nghệ
KHĐT	Kế hoạch và Đầu tư
KNXK	Kim ngạch xuất khẩu
KTXH	Kinh tế xã hội
KTQT	Kinh tế quốc tế
NK	Nhập khẩu
NLCT	Năng lực cạnh tranh
NLTS	Nông, lâm, thủy sản
NNPTNT	Nông nghiệp và phát triển nông thôn
NS	Nông sản
NSXK	Nông sản xuất khẩu
NSNN	Ngân sách nhà nước
PTNT	Phát triển nông thôn
QLNN	Quản lý nhà nước
QTKD	Quản trị kinh doanh
SPS	Hiệp định về biện pháp vệ sinh dịch tễ
TGHĐ	Tỷ giá hối đoái
THQG	Thương hiệu quốc gia
TM	Thương mại
TMQT	Thương mại quốc tế
TNMT	Tài nguyên, môi trường
USD	Đồng đô la Mỹ
VCCI	Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam
VNĐ	Đồng Việt Nam

VSATTP	Vệ sinh an toàn thực phẩm
XHCN	Xã hội chủ nghĩa
XNK	Xuất nhập khẩu
XK	Xuất khẩu
XKNS	Xuất khẩu nông sản
XTTM	Xúc tiến thương mại

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 3.1. Các mặt hàng cà phê của Việt Nam, Vùng Tây Nguyên	62
Bảng 3.2. Tổng hợp diện tích và khối lượng cà phê giai đoạn 2010-2017	63
Bảng 3.3. XK cà phê nhân phân theo thị trường giai đoạn 2010 – 2017	66
Bảng 3.4: Tổng hợp các tồn tại – hạn chế trong khâu sản xuất cà phê vùng Tây Nguyên	69
Bảng 3.5 : Các vấn đề sản xuất cà phê quy trình kỹ thuật ở vùng Tây Nguyên	70
Bảng 3.6: Tổng hợp các tồn tại- hạn chế trong thu mua- chế biến- tiêu thụ cà phê.....	71
Bảng 3.7: Kim ngạch XK cà phê của Việt Nam giai đoạn 2010 – 2017	73
Bảng 3.8: Một số chỉ tiêu mặt hàng cà phê 2011- 2016.....	75
Bảng 3.9: Kim ngạch XK cà phê 2011 – 2017	75
Bảng 3.10. Chỉ số chuyên môn hoá xuất khẩu Việt Nam với 10 thị trường nhập khẩu cà phê lớn nhất thế giới	76
Bảng 3.11. Các chính sách liên quan đến thị trường XK cà phê	79
Bảng 3.12. Một số chính sách phát triển và chuyển dịch cơ cấu mặt hàng cà phê	81
Bảng 3.13: Các quy định pháp luật về chính sách XTTM XK	82
Bảng 3.14: Các văn bản của địa phương vùng Tây Nguyên liên quan đến XTTM cà phê	83
Bảng 3.15: Các quy định pháp luật liên quan đến khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất và phân phối hàng XK	85
Bảng 3.16: Các quy định pháp luật gắn sản xuất với xuất khẩu cà phê.....	87
Bảng 3.17: Các quy định pháp luật liên quan đến chính sách gắn sản xuất với xuất khẩu ở vùng Tây Nguyên	88
Bảng 3.18: Các văn bản QPPL về KHCN liên quan đến cà phê	91
Bảng 3.19: Các VBQPPL về đầu tư, chế biến, bảo quản sau thu hoạch cà phê	94
Bảng 3.20: Các văn bản QPPL về tín dụng liên quan đến cà phê.....	97
Bảng 3.21: Các quy định pháp luật về tỷ giá liên quan đến cà phê	98
Bảng 3.22: Các đợt điều chỉnh tỷ giá.....	99
Bảng 3.23. Kết quả phân tích thống kê mô tả.....	103
Bảng 4.1. Dự báo tăng trưởng xuất khẩu cà phê toàn cầu	117
Bảng 4.2. Dự báo giá trị xuất khẩu các sản phẩm cà phê Việt Nam 2020, 2030 (theo giá năm 2017)	118

DANH MỤC HÌNH VẼ

Hình 3.1: Diện tích trồng cà phê tại Việt Nam	62
Hình 3.2. Tăng trưởng XK nhóm hàng cà phê của Việt Nam 2010-2017.....	74
Hình 3.3: Hiệu quả của chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy XK cà phê vùng Tây Nguyên	105
Biểu đồ 1.1. Các nước xuất khẩu hàng đầu cà phê trên thế giới năm 2017....	43
Biểu đồ 1.2: Các nước nhập khẩu hàng đầu cà phê trên thế giới.....	44
Biểu đồ 3.1. XK nông sản Việt Nam năm 2011-2017	61
Biểu đồ 3.2. XK cà phê của Việt Nam giai đoạn 2011 – 2017.....	65
Biểu đồ 3.3. 10 thị trường XK cà phê lớn nhất của Việt Nam năm 2017.....	67
trên thế giới 2005-2015	68
Biểu đồ 3.4. Giá XK cà phê nhân của các nước sản xuất lớn.....	68
Biểu đồ 3.5. XK cà phê theo loại sản phẩm 2011-2016 (nghìn bao).....	74
Biểu đồ 3.6: Thị trường XK cà phê của Việt Nam từ 2005-2015.....	77

CHƯƠNG 1

TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU LUẬN ÁN

1.1 TÍNH CẤP THIẾT CỦA ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU

Cà phê là ngành hàng nông sản chiến lược của Việt Nam, với lượng xuất khẩu lớn thứ 2 thế giới, đóng góp 10% GDP nông nghiệp, 5% tổng giá trị xuất khẩu, cung cấp hơn 1 triệu việc làm và tạo 50% sinh kế cho người dân Tây Nguyên. Thương hiệu cà phê Việt Nam đã khẳng định được vị thế của mình trên thị trường thế giới và những sản phẩm cà phê Việt Nam được người tiêu dùng quốc tế yêu chuộng. Với trên 570 ngàn ha diện tích trồng cà phê đang cho thu hoạch, trung bình sản lượng đạt từ 1,4 đến 1,6 triệu tấn/năm. Theo số liệu thống kê, có khoảng trên 550 ngàn nông hộ tham gia sản xuất trực tiếp cà phê với hơn 1,6 triệu lao động. Ngoài lao động trực tiếp tham gia chuỗi sản xuất, thu mua, kinh doanh xuất nhập khẩu, ngành cà phê còn thu hút lao động nhân rỗi tại các tỉnh lân cận tập trung về khu vực Tây Nguyên trong thời gian thu hái để làm thuê.[165]

Từ năm 2011 đến nay, Việt Nam là nước XK cà phê Robusta (cà phê vối) lớn nhất thế giới, trong đó Tây Nguyên là thủ phủ của cây cà phê với sản lượng chiếm khoảng 92% sản lượng cà phê của cả nước. Cà phê đã thực sự trở thành cây trồng chủ lực, cây xóa đói, giảm nghèo và vươn lên làm giàu đối với đồng bào các dân tộc Tây Nguyên. Với sản lượng trên 1,6 triệu tấn cà phê nhân/năm. Chính phủ và chính quyền các cấp của vùng Tây Nguyên đã chỉ đạo kiên quyết hạn chế trồng mới, ổn định diện tích, tập trung thâm canh cho năng suất cao... và gần đây, chương trình phát triển cà phê bền vững của UTZ nhằm nâng cao chất lượng cà phê Việt Nam nói chung và cà phê vùng Tây Nguyên nói riêng đã được nhiều nông hộ hưởng ứng góp phần nâng cao năng suất, nâng cao giá trị xuất khẩu cà phê. Từ thực tế trên, để có được một sự ổn định bền vững tương đối và lâu dài, để có chất lượng cà phê tốt hơn và người trồng cà phê có cuộc sống tốt hơn thì phải có một chính sách thật cụ thể và đồng bộ từ Trung ương đến địa phương.

Phát triển bền vững là xu thế chung mà toàn nhân loại đang nỗ lực hướng tới, là mục tiêu chiến lược mà Đảng, Nhà nước và nhân dân Việt Nam đang quyết tâm thực hiện, nhiều chủ trương, biện pháp phát triển nhanh các ngành kinh tế, trong đó có phát triển nông nghiệp theo hướng bền vững. Phát triển nông nghiệp đã đi liền với việc khai thác có hiệu quả tài nguyên thiên nhiên, giảm thiểu ô nhiễm môi trường, gắn với giải quyết các vấn đề xã hội như việc làm, chuyển dịch cơ cấu kinh tế, bảo đảm vững chắc an ninh lương thực quốc gia; một số mặt hàng xuất khẩu trong đó có mặt hàng cà phê chiếm vị thế cao trên thị trường thế giới. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, để ngành nông nghiệp phát triển bền vững, cần có những điều chỉnh để đảm bảo tăng trưởng cũng như tận dụng tốt cơ

hội mà các Hiệp định thương mại mang lại, nâng cao khả năng cạnh tranh để ngành nông nghiệp có thể phát triển bền vững, xứng tầm, cần phải đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ vào sản xuất, trong đó vấn đề bảo quản sau thu hoạch đối với nông sản đóng vai trò rất quan trọng. Tuy nhiên, để có một chiến lược dài hơi thì cần phải có sự tham gia của nhà nước bằng cách ban hành các chính sách hỗ trợ cho các mặt hàng nông sản trong đó có cà phê mới có thể thành công trên con đường chinh phục thị trường quốc tế đồng thời đảm bảo là một trụ đỡ vững chắc cho nền kinh tế.

Ngày nay trước sự phát triển như vũ bão của cuộc cách mạng KHCN 4.0, xu thế toàn cầu hóa đang trở thành một xu thế khách quan. Các quốc gia, dân tộc không còn cách lựa chọn nào khác là hội nhập để cùng phát triển và tồn tại. Là quốc gia có xuất phát điểm thấp, Việt Nam sớm nhận thức được tầm quan trọng và yêu cầu khách quan của hội nhập kinh tế toàn cầu, Việt Nam đã thể hiện quyết tâm thực hiện tự do hóa thương mại và coi đây là ưu tiên hàng đầu trong chương trình cải cách của mình. Tính đến nay, Việt Nam đã phê chuẩn 10 FTA song phương và đa phương, với các đối tác trong khu vực và trên thế giới, bao gồm: Khu vực thương mại tự do ASEAN (AFTA) và 5 FTA ASEAN +1 (Trung Quốc, Nhật Bản, Ấn Độ, Australia, New Zealand; 4 FTA song phương giữa Việt Nam với Nhật Bản (VJEPA), với Hàn Quốc (KVFTA), với Chile (VCFTA) với Liên minh kinh tế Á - Âu (EAEUFTA). Việt Nam cũng đã cơ bản kết thúc đàm phán FTA với EU, cùng ASEAN ký FTA với Hong Kong (Trung Quốc) vào tháng 11/2017. Cùng đó, Việt Nam đang tiếp tục đàm phán Hiệp định Đối tác toàn diện khu vực (RCEP), Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP). Khoảng 60 nền kinh tế đã và đang đàm phán FTA với Việt Nam, bao gồm các đối tác thương mại chủ chốt nắm giữ khoảng 90% kim ngạch thương mại của Việt Nam. Việc thực thi các FTA nói trên đã góp phần tích cực cho sự phát triển kinh tế, mở rộng thị trường xuất khẩu, giúp Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị, mạng lưới sản xuất toàn cầu. Đồng thời chuyển đổi cơ cấu kinh tế theo hướng tích cực, cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh, tranh thủ vốn đầu tư, công nghệ tri thức, kinh nghiệm quản lý, tạo thêm nhiều việc làm... Đặc biệt, cùng sự phát triển về sản lượng xuất khẩu thô, ngành cà phê Việt Nam ngày càng phát triển, tham gia mạnh mẽ vào chuỗi giá trị gia tăng của ngành. Những sản phẩm cà phê của các doanh nghiệp Việt như G7, Trung Nguyên, Vinacafe,... đã có mặt và khẳng định vị thế của mình tại nhiều thị trường trên thế giới. Đồng thời, thị trường cà phê Việt Nam cũng trở thành miếng bánh hấp dẫn cho các doanh nghiệp F&B trong nước và quốc tế tham gia. Trong bối cảnh mới của quốc tế và điều kiện kinh tế trong nước cần có CSNN nhằm thúc đẩy XK cà phê hợp lý để tăng cường XK ra thị trường quốc tế. Để làm được điều này cần phải nghiên cứu, tổng kết một cách khoa học và

có hệ thống các CSNN nhằm thúc đẩy XK cà phê đã và đang thực thi trên cả hai phương diện: Những điểm hợp lý, những bất cập và nguyên nhân. Việc nghiên cứu hoàn thiện các CSNN thúc đẩy XK cà phê vùng Tây Nguyên là hết sức cần thiết nhưng thực tế vẫn thiếu những giải pháp phù hợp và hiệu quả, đặc biệt là các giải pháp nhìn từ góc độ chính sách của Nhà nước chưa thực sự rõ ràng và còn khó tiếp cận. Trong khi đó các nghiên cứu độc lập của cá nhân Việt Nam về CSNN nhằm thúc đẩy XK cà phê vùng Tây Nguyên còn rất ít. Góp phần giải quyết các vấn đề này cả về phương diện lý luận và thực tiễn, tác giả quyết định lựa chọn tên đề tài: **“Hoàn thiện chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên”** là đề tài luận án tiến sĩ của mình.

1.2. TỔNG QUAN VÀ KHOẢNG TRỐNG NGHIÊN CỨU

Trong quá trình nghiên cứu đề tài, tác giả đã thu thập được một số công trình có liên quan cả ở trong nước và trên thế giới, cụ thể như sau:

1.2.1. Nhóm các công trình liên quan XK cà phê

Liên quan tới đề tài luận án, đã có nhiều công trình được công bố, có thể kể đến các công trình tiêu biểu như:

- Đề tài “Quản lý nhà nước đối với xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong hội nhập quốc tế” (2017), LATS kinh tế Nguyễn Thị Phong Lan, Học viện chính trị quốc gia Hồ Chí Minh. Luận án tập trung nghiên cứu, phân tích, đánh giá năng lực QLNN thông qua sử dụng các công cụ quản lý XKNS (trong đó có mặt hàng cà phê) từ đó đề xuất các giải pháp hoàn thiện QLNN đối với XKNS ở Việt Nam. Tuy nhiên, luận án chủ yếu tập trung vào QLNN đối với hoạt động xuất khẩu các mặt hàng nông sản thuộc ngành trồng trọt của Việt Nam chưa đi sâu nghiên cứu vào các chính sách, mặt hàng cụ thể, do đó chưa đưa ra các giải pháp cho từng mặt hàng .[148]

- Đề tài “Giải pháp nâng cao GTGT cho mặt hàng cà phê Việt Nam trong chuỗi giá trị cà phê toàn cầu” (2013), LATS kinh tế Lê Huy Khôi, Viện Nghiên cứu Thương mại. Luận án tập trung vào việc nâng cao GTGT của mặt hàng cà phê trong chuỗi giá trị cà phê toàn cầu, GTGT của mặt hàng cà phê Việt Nam trong chuỗi giá trị cà phê toàn cầu từ đó đưa ra một số quan điểm, định hướng và giải pháp nên những chính sách nhà nước về thúc đẩy xuất khẩu cà phê mới chỉ dừng ở việc đề cập đến mang tính tổng quát mà chưa đi sâu phân tích tác động của chính sách đến thúc đẩy XK cà phê.[65]

- National coffee policy (2013) của Republic of Uganda viết về chính sách phát triển mặt hàng cà phê của quốc gia.[164]

- Đề tài: “Năng lực cạnh tranh của ngành cà phê Việt Nam trong HNKTQT, LATS kinh tế của Vũ Trí Tuệ” (2012), Học viện Chính trị - Hành chính Quốc gia Hồ Chí Minh; Luận án đã làm rõ vấn đề lý luận về năng lực cạnh tranh của ngành

kinh tế trong HNKTQT. Phân tích những nhân tố ảnh hưởng tới NLCT của ngành kinh tế trong HNKTQT, đánh giá thực trạng năng lực cạnh tranh, dự báo xu thế vận động của thị trường, đề xuất quan điểm, định hướng và những nhóm giải pháp nhằm nâng cao NLCT của ngành cà phê. Đây là nghiên cứu liên quan trực tiếp đến một phần của đề tài nghiên cứu của tác giả, tuy nhiên trong nghiên cứu này chưa đi sâu phân tích về chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê.[145]

- Public Policies and Agricultural Investment in Brazil được viết bởi Carlos Augusto M. Santana Senior Agricultural Economist, EMBRAPA & Jose Rente Nascimento Senior International Consultant (Tháng 8, 2012) viết về chính sách nông nghiệp của Brazil trong đó có cà phê.

- Bài viết “Đẩy mạnh XK cà phê bền vững” của Nguyễn Xuân Minh (2011) đăng trên Tạp chí Thương mại số 8, trang 15-16. Theo tác giả, để đẩy mạnh XK cà phê bền vững phải tăng cường triển khai đăng ký cấp giấy chứng nhận theo các tiêu chuẩn quốc tế: UTZ certified, Liên minh rừng mưa, bộ quy tắc cà phê (4C)... Bên cạnh đó, tác giả cũng đưa ra những hạn chế khi triển khai chương trình chứng nhận cho cà phê và các giải pháp đẩy mạnh triển khai các chương trình này hướng tới mục tiêu XK cà phê bền vững. Đây là một nghiên cứu có sự ảnh hưởng đến luận án của tác giả và được cụ thể các giải pháp hoàn thiện các chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê cho vùng Tây Nguyên nói riêng và Việt Nam nói chung.[146]

- A Review on the Competitiveness of Global Supply Chain in a Coffee Industry in Indonesia”, Medwell journals, Issue, 2010: 3, Page No.: 105-115. Bài viết này đánh giá KNCT của nhiều công ty XK bao gồm các ngành công nghiệp cà phê ở Indonesia có để đáp ứng những thách thức và yêu cầu đặt ra bởi môi trường kinh doanh toàn cầu hiện nay.[180]

- Đề án “Nâng cao NLCT của cà phê đến năm 2015 và định hướng đến năm 2020” của Cục chế biến, Thương mại nông lâm thủy sản và nghề muối (2008). Đề án đánh giá hiện trạng NLCT của cà phê Việt Nam và các giải pháp nhằm NLCT của cà phê Việt Nam trong thời gian tới. Tuy nhiên một số giải pháp mà đề án đưa ra khi triển khai áp dụng cần cân nhắc kỹ lưỡng, phân tích tình hình thực tế tại vùng Tây Nguyên hiện nay để lựa chọn giải pháp phù hợp.[51]

- Nghiên cứu của Công ty TNHH Tư vấn phát triển bền vững (2007): Xác định KNCT của ngành sản xuất cà phê Robusta của Việt Nam, đưa ra những gợi ý chính sách trung hạn và dài hạn để điều chỉnh qui mô sản xuất thích hợp, cải thiện chất lượng, giảm giá thành để từng bước cải thiện những nguyên nhân làm giảm sức cạnh tranh của ngành cà phê Việt Nam. Như vậy, các nghiên cứu hiện nay đã đề cập cùng một lúc đến nhiều khâu trong ngành cà phê Việt Nam từ sản xuất đến tiêu thụ

hàng hoá, từ các yếu tố kỹ thuật đến các yếu tố kinh tế. Tuy nhiên, các nghiên cứu này đưa ra các gợi ý chính sách chủ yếu dưới dạng định tính hơn là định lượng. Thêm vào đó, các gợi ý chính sách rõ ràng hay khả thi chủ yếu tập trung ở khâu sản xuất tại hộ và hoạt động XK, đánh giá KNCT của ngành cà phê Việt Nam bao gồm tất cả các đối tượng tham gia trồng, thu mua, chế biến và tiêu thụ sản phẩm hiện chưa được tiến hành. Do đó, các nhà hoạch định chính sách vẫn chưa được cung cấp một bức tranh toàn cảnh, chi tiết và các bước đi cụ thể để tăng KNCT của ngành cà phê Việt Nam nói chung và vùng Tây Nguyên nói riêng trong trung và dài hạn.

- Bernard Kilian, Connie Jones, Lawrence Pratt and Andris Villabobos, (2007) với nghiên cứu “The value chain for organic and fair-trade products and its implication on Producers in Latin America”. Trong nghiên cứu này, các tác giả phân tích sự phát triển của cà phê thương mại công bằng và cà phê hữu cơ đến sự phát triển của ngành cà phê Châu Mỹ Latinh.

- Dubois, Improving market conditions for coffee producers: The experience of the ICO, ICO, Paper for the World Trade Organization committee on trade and development in Geneva, 2006[155]

- Công trình nghiên cứu “Restoring the Competitiveness of the Coffee Sector in Haiti”, của tác giả Arias, Diego Brearley, Emily Damais, Gilles, Inter American Development bank, Economic and sector study series, 4/2006, đã cung cấp giải pháp giúp các chuỗi cung ứng ngành cà phê gạt hái những lợi ích tiềm năng từ các cơ hội thị trường mới, bảo vệ môi trường dịch vụ quan trọng [156]

1.2.2. Nhóm các công trình liên quan đến chính sách xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên, Việt Nam

Liên quan đến chính sách xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên thời gian qua đã có rất nhiều những nghiên cứu, cụ thể:

- Đề tài “Phát triển công nghiệp chế biến cà phê trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk” LATS kinh tế của Nguyễn Thanh Trúc (2016) đã hệ thống hóa lý luận về phát triển công nghiệp chế biến cà phê Đánh giá thực trạng phát triển công nghiệp chế biến cà phê trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk, phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển công nghiệp chế biến cà phê. Qua đó xác định những kết quả đạt được, những hạn chế, tồn tại và nguyên nhân cản trở đến việc phát triển công nghiệp chế biến cà phê của tỉnh. Đề xuất các hàm ý nhằm phát triển ngành công nghiệp chế biến cà phê của tỉnh Đắk Lắk trong thời gian tới. Tuy nhiên, Luận án mới chỉ dừng ở việc nghiên cứu khâu chế biến cà phê và trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk chưa nghiên cứu toàn vùng Tây Nguyên, có thể vận dụng phát triển công nghiệp chế biến cà phê cho vùng Tây Nguyên.[77]

- Đề tài “Tín dụng ngân hàng đối với hộ sản xuất cà phê tỉnh Đắk Lắk” LATS kinh tế của Nguyễn Thị Hải Yến (2016). Luận án đã hệ thống hoá, làm sáng tỏ lý luận và thực tiễn về tín dụng ngân hàng đối với hộ sản xuất cà phê, rút ra bài học kinh nghiệm và xây dựng khung phân tích về tín dụng ngân hàng đối với hộ sản xuất cà phê. Luận án đã tổng hợp, phân tích và đánh giá thực trạng về tín dụng ngân hàng đối với hộ sản xuất cà phê theo hai hướng là tiếp cận vốn tín dụng và sử dụng vốn tín dụng của hộ sản xuất cà phê. Luận án đã đề xuất ba nhóm giải pháp nhằm nâng cao khả năng tiếp cận và sử dụng vốn tín dụng ngân hàng đối với hộ sản xuất cà phê tỉnh Đắk Lắk. Tuy nhiên luận án mới chỉ nghiên cứu khả năng tiếp cận và sử dụng vốn tín dụng cho sản xuất cà phê ở Đắk Lắk chưa nghiên cứu cho xuất khẩu cà phê của cả vùng Tây Nguyên.[78]

- Đề tài “Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp kinh doanh cà phê trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk” LATS kinh tế của Nguyễn Văn Đạt (2016), trường Đại học kinh tế thành phố Hồ Chí Minh. Luận án đã chỉ ra được 9 yếu tố ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp kinh doanh cà phê ở Đắk Lắk. Luận án đã điều chỉnh, bổ sung, phát triển và kiểm định thang đo các yếu tố ảnh hưởng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp kinh doanh cà phê tại Đắk Lắk. Do đó, kết quả nghiên cứu là cơ sở để đề xuất các hàm ý quản trị cho loại hình doanh nghiệp kinh doanh cà phê ở Đắk Lắk nâng cao NLCT.[79]

- Đề tài “Phát triển cà phê bền vững trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk” LATS kinh tế của Nguyễn Văn Hóa (2014) đã đưa ra cơ sở lý luận và cơ sở thực tiễn phát triển cà phê bền vững (PTCPBV) từ đó đưa ra các định hướng, giải pháp PTCPBV của Việt Nam và Đắk Lắk. Bên cạnh đó, các chính sách liên quan đến thúc đẩy XK cà phê chưa thực sự đi sâu, ta có thể vận dụng phát triển cà phê bền vững của đề tài này cho thực tế phát triển cà phê vùng Tây Nguyên [75]

- Đề tài “Nghiên cứu giải pháp tín dụng của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Đắk Nông đối với hộ sản xuất cà phê”, LATS kinh tế của Nguyễn Ngọc Tuấn (2013), Trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội. Luận án nghiên cứu tình hình hoạt động cho vay hộ sản xuất cà phê của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tại tỉnh Đắk Nông, đề xuất các giải pháp, chính sách nâng cao năng lực và khả năng tham gia liên kết của hộ sản xuất cà phê tại Đắk Nông. Đặc biệt có thể vận dụng được chính sách nâng cao năng lực và khả năng tham gia liên kết của hộ sản xuất cà phê cho vùng Tây Nguyên.[76]

- Đề tài “Nghiên cứu cung cà phê nhân tại Tây Nguyên, 2013”, LATS chuyên ngành kinh tế Trần Đức Nhuận, Trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội. Luận án đã hệ thống hoá, hoàn thiện cơ sở lý luận và thực tiễn về cung cà phê nhân. Đánh giá thực trạng và phân tích những yếu tố cơ bản ảnh hưởng đến cung cà phê nhân tại Tây Nguyên. Đề xuất những giải pháp nhằm ổn định cung cà phê nhân tại Tây Nguyên trong

dài hạn. Tuy nhiên, hoạt động cung và phê chỉ là một phần của hoạt động XK và phê.[115]

- Đề tài “Nghiên cứu phát triển sản xuất cà phê bền vững trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk, 2013”, LATS kinh tế Từ Thái Giang, Trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội. Luận án chủ yếu phân tích thực trạng việc thực hiện các giải pháp cho phát triển sản xuất cà phê ở tỉnh Đắk Lắk theo các nội dung phát triển bền vững. đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển sản xuất cà phê bền vững ở tỉnh Đắk Lắk nên chưa thực sự nghiên cứu về chính sách liên quan tới thúc đẩy xuất khẩu cà phê của cả vùng Tây Nguyên.[123]

- Đề tài “Nghiên cứu lợi thế cạnh tranh sản phẩm cà phê nhân của các tổ chức kinh tế tại tỉnh Đắk Lắk” LATS của Đỗ Thị Nga (2012), trên cơ sở nghiên cứu của nghiên cứu sinh đã đưa ra lợi thế cạnh tranh sản phẩm cà phê nhân của một quốc gia (vùng hay doanh nghiệp) so với sản phẩm cà phê nhân của các đối thủ cạnh tranh về hiệu quả, chất lượng, thị phần và khả năng đáp ứng cầu; Từ đó đã đưa ra các giải pháp và gợi ý chính sách để nâng cao lợi thế cạnh tranh sản phẩm cà phê nhân của các tổ chức kinh tế ở tỉnh Đắk Lắk đặc biệt có thể học hỏi được từ luận án các chính sách để nâng cao lợi thế cạnh tranh cà phê của Vùng Tây Nguyên.[61]

- Đề tài “Phát triển nông sản XK theo hướng bền vững ở Tây Nguyên, 2011”, LATS Nguyễn Hồng Cử, trường Đại học Đà Nẵng. Luận án đã nghiên cứu thực tiễn sản xuất nông sản XK Tây Nguyên theo hướng bền vững, làm rõ những thành tựu, hạn chế của nông sản XK theo hướng bền vững này từ đó xác định phương hướng, mục tiêu và biện pháp nhằm thúc đẩy XKNS. Tuy nhiên Luận án chưa đi sâu nghiên cứu các chính sách cụ thể thúc đẩy XK mặt hàng cà phê của vùng Tây Nguyên .[75]

- Đề tài “Nghiên cứu các giải pháp tổ chức sản xuất cà phê nguyên liệu chất lượng cao ở vùng Tây Nguyên”; Trương Hồng (2011), Báo cáo tổng kết của Viện Khoa học kỹ thuật Nông Lâm nghiệp Tây Nguyên. Nghiên cứu các luận cứ khoa học về sản xuất cà phê nguyên liệu chất lượng cao; đánh giá đúng thực trạng tổ chức sản xuất cà phê nguyên liệu hiện nay ở vùng Tây Nguyên. Xác định các cản trở và nguyên nhân hạn chế về chất lượng cà phê nguyên liệu ở vùng Tây Nguyên thời gian qua; đề xuất các giải pháp hoàn thiện tổ chức, quản lý và cơ chế chính sách để sản xuất cà phê nguyên liệu chất lượng cao ở Tây Nguyên. Báo cáo mới chỉ đề cập đến chu trình sản xuất cà phê chất lượng cao ở Tây Nguyên còn việc thúc đẩy XK cà phê của vùng Tây Nguyên thì chưa đề cập đến.

1.2.3. “Khoảng trống” về lý luận và thực tiễn cần tiếp tục nghiên cứu trong luận án

Về mặt lý luận: Nghiên cứu về chính sách nhà nước đối với xuất khẩu nói chung và cà phê nói riêng thì đã có nhiều công trình với nhiều mục đích, phạm vi và nội dung khác nhau. Những chính sách nào trong môi trường hiện nay trực tiếp làm tăng trưởng nhanh hơn xuất khẩu cà phê thì chưa ai đi sâu để tìm cách bổ sung, sửa đổi. Nói cách khác, các công trình của các tác giả Việt Nam và nước ngoài chưa nghiên cứu một cách toàn diện cả về lý luận và thực tiễn tác động của từng công cụ, biện pháp cũng như tác động tổng thể của chính sách thúc đẩy XK cà phê Việt Nam, vùng Tây Nguyên để từ đó đưa ra những giải pháp hoàn thiện cho từng công cụ chính sách, nhằm nâng cao hiệu quả tác động của mỗi công cụ, hạn chế những tác động không mong đợi của chúng, nhằm bảo đảm cho XK cà phê phát triển bền vững trong điều kiện tự do hóa thương mại.

Về mặt thực tiễn: Mặc dù đã có một số công trình đánh giá thực trạng xuất khẩu cà phê ở Việt Nam, song vẫn còn ít công trình nghiên cứu, đánh giá tình hình và thực trạng XK cà phê ở vùng Tây Nguyên trong điều kiện Việt Nam hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế toàn cầu. Cũng còn ít công trình nghiên cứu đề xuất các giải pháp (tầm vĩ mô và vi mô) hoàn thiện chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy XK cà phê vùng Tây Nguyên có hiệu quả.

Vì thế, đề tài luận án của tác giả “Hoàn thiện chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy XK cà phê vùng Tây Nguyên”, mã số 62 34 04 01, là cần thiết, không trùng lặp với các công trình khoa học đã công bố và có ý nghĩa lý luận - thực tiễn quan trọng.

Luận án hướng vào việc nghiên cứu tình hình XK cà phê vùng Tây Nguyên, các chính sách Nhà nước đã và đang triển khai cụ thể theo các tiêu chí cụ thể, và nghiên cứu đề xuất các nhóm giải pháp nhằm thúc đẩy XK cà phê ở Tây Nguyên có hiệu quả trong bối cảnh hơn 10 năm Việt Nam là thành viên của WTO và trong bối cảnh chịu sự tác động của biến đổi khí hậu đến vùng trọng điểm sản xuất và XK cà phê của Việt Nam.

1.3 MỤC TIÊU, NHIỆM VỤ VÀ CÂU HỎI NGHIÊN CỨU

Luận án này được thực hiện nhằm nghiên cứu những vấn đề sau:

- Khái quát hóa các vấn đề lý luận về chính sách Nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên. Đồng thời, tham khảo một số kinh nghiệm của nước ngoài về chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy XK để rút ra bài học cho Việt Nam nói chung và cà phê vùng Tây Nguyên nói riêng có thể nghiên cứu áp dụng.

- Phân tích và đánh giá thực trạng về XK và chính sách xuất khẩu cà phê của Việt Nam, vùng Tây Nguyên trong thời gian qua.

- Kết hợp giữa lý luận và thực tiễn, luận án sẽ đề xuất các quan điểm và kiến nghị các giải pháp có cơ sở khoa học và có tính khả thi nhằm thúc đẩy XK mặt hàng cà phê của Việt Nam nói chung và vùng Tây Nguyên nói riêng trong điều kiện hội nhập KTQT những năm tiếp theo.

Để đạt được mục tiêu nghiên cứu, luận án phải thực hiện ba nhiệm vụ thông qua việc trả lời các câu hỏi nghiên cứu. Các nhiệm vụ bao gồm: (1) Thiết lập hệ thống cơ sở lý luận về chính sách thúc đẩy xuất khẩu, chỉ tiêu đánh giá mức độ thúc đẩy xuất khẩu, yếu tố ảnh hưởng tới chính sách thúc đẩy xuất khẩu cà phê; (2) Khảo sát, đo lường và đánh giá được tình hình xuất khẩu cà phê, thực trạng chính sách của Nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên; (3) Đề xuất các giải pháp có tính khả thi cao hoàn thiện chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên. Dựa trên cơ sở lý luận cũng như thực tiễn về vấn đề nghiên cứu, luận án được thực hiện để trả lời cho những câu hỏi chính sau:

Câu 1. Thúc đẩy xuất khẩu là gì? Nội dung cụ thể của thúc đẩy xuất khẩu là gì? Vai trò và yêu cầu của thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa tại Việt Nam như thế nào?

Câu 2. Những chỉ tiêu nào đánh giá mức độ thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa?

Câu 3. Đặc điểm của chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa? Yếu tố nào ảnh hưởng tới của chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa?

Câu 4. Trong thời gian qua, CSNN nhằm thúc đẩy XK cà phê vùng Tây Nguyên đã đạt được những thành công và hạn chế gì? Chính sách nào nhiều bất cập cần phải hoàn thiện? Nguyên nhân ở đâu? Luận án sẽ đề xuất các quan điểm và kiến nghị các giải pháp nào có cơ sở khoa học và có tính khả thi nhằm hoàn thiện chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy XK mặt hàng cà phê của Việt Nam nói chung và vùng Tây Nguyên nói riêng những năm tiếp theo?

Câu 5. Để thúc đẩy XK cà phê vùng Tây Nguyên ra thị trường thế giới cần những điều kiện gì? những giải pháp nào từ phía các cơ quan QLNN, hiệp hội ngành nghề?.

1.4 ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU CỦA LUẬN ÁN

- Đối tượng nghiên cứu

Các chính sách của Nhà nước nhằm thúc đẩy XK cà phê vùng Tây Nguyên, Việt Nam giai đoạn 2011-2020, định hướng đến năm 2030.

- Phạm vi nghiên cứu

+ Phạm vi về nội dung: Luận án tiếp cận các chính sách nhà nước thúc đẩy XK cà phê vùng Tây Nguyên ra thị trường trên cơ sở triển khai các chính sách của Trung ương và UBND các tỉnh trong vùng Tây Nguyên xây dựng các chính sách thúc đẩy cho mặt hàng cà phê. Luận án tiếp cận các chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê theo hướng tiếp cận ở quá trình triển khai thực hiện. Luận án tập trung vào 7 chính sách chính đó là (Chính sách thị trường XK; Chính sách phát triển và chuyển dịch cơ cấu mặt hàng XK; Chính sách xúc tiến XK; Chính sách

khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất và phân phối hàng XK; Chính sách gắn sản xuất với XK; Chính sách KHCN hỗ trợ sản xuất và sau thu hoạch;

Chính sách về đổi mới các công cụ và thể chế quản lý XK) đây là các chính sách tác động trực tiếp đến XK cà phê vùng Tây Nguyên, Việt Nam. Sở dĩ luận án lựa chọn 7 chính sách làm đối tượng nghiên cứu đó là: (i) trong các chính sách Nhà nước, sự xuất hiện của 7 chính sách trong chuỗi cung ứng cà phê xuất khẩu đã chứng tỏ tầm quan trọng của các chính sách .

+ Phạm vi về không gian: Luận án tiến hành nghiên cứu các chính sách hiện nay đang được tiến hành đối với mặt hàng cà phê vùng Tây Nguyên nói riêng và cà phê Việt Nam nói chung. Điều tra tại 5 tỉnh Tây Nguyên (Đắk Lắk, Lâm Đồng, Gia Lai, Kon Tum, Đắk Nông) và các Sở, Ban ngành có liên quan trực tiếp đến công tác xây dựng và thực thi các chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên

+ Phạm vi về thời gian: Luận án tiến hành nghiên cứu đánh giá thực trạng xuất khẩu cà phê của Việt Nam, vùng Tây Nguyên, quá trình thực hiện các chính sách giai đoạn thời kì 2011-2020, định hướng tới 2030, đồng thời đánh giá tác động thúc đẩy của các chính sách nhà nước đến kết quả tăng trưởng của xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên ra thị trường từ số liệu điều tra của nghiên cứu sinh trong từ năm 2010 đến năm 2018, từ đó đề xuất các quan điểm, định hướng, giải pháp, hoàn thiện các chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên ra thị trường trong những năm tiếp theo.

1.5 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU CỦA LUẬN ÁN

Phương pháp nghiên cứu: được thực hiện nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng tới chính sách thúc đẩy xuất khẩu dựa trên các khái niệm về chính sách, chính sách nhằm thúc đẩy xuất khẩu các quan điểm được tác giả tổng hợp, sắp xếp một cách có hệ thống. Trên cơ sở đó xây dựng mô hình nghiên cứu và thang đo các yếu tố ảnh hưởng. Để đảm bảo tính đúng đắn của mô hình đề xuất, sau khi nghiên cứu tài liệu tác giả sử dụng phương pháp chuyên gia bằng cách thảo luận với các chuyên gia là các giảng viên ở trường Đại học Tây Nguyên, các nhà quản lý ở các Bộ Nông nghiệp và PTNT, Bộ Công thương, Bộ KHĐT, Sở, Ban, Ngành, Hiệp hội cà phê Buôn Ma Thuật và Giám đốc các doanh nghiệp kinh doanh cà phê ở Đắk Lắk, Lâm Đồng để bổ sung, điều chỉnh thang đo đánh giá cho phù hợp với các doanh nghiệp kinh doanh cà phê tại Tây Nguyên.

- Phương pháp thu thập dữ liệu

Dữ liệu thứ cấp: Các số liệu thứ cấp được thu thập từ các nguồn thông tin sẵn có bao gồm: (i) Báo cáo của Tổng cục thống kê, (ii) Báo cáo của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (Bộ NN&PTNT), Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn 5 tỉnh thuộc

vùng Tây Nguyên (Sở NN&PTNT), các cơ quan, bộ ngành trong nước có liên quan ; (ii) Các văn bản chính sách của trung ương và địa phương liên quan; (iii) Báo cáo và nghiên cứu của các cơ quan trong nước và quốc tế, thông qua tiếp cận trực tiếp với các nguồn cung cấp thông tin hoặc thông qua cơ sở dữ liệu on-line.

Dữ liệu sơ cấp: Được thu thập từ phiếu điều tra, phỏng vấn và đi thực tế tại các doanh nghiệp chế biến, kinh doanh xuất khẩu cà phê, người trồng cà phê và các nhà hoạch định chính sách cho ngành cà phê của vùng Tây Nguyên, các chuyên gia trong lĩnh vực xuất nhập khẩu cà phê.

Mẫu điều tra ở các doanh nghiệp tham gia quá trình sản xuất, xuất khẩu cà phê, các Sở ban ngành trong vùng Tây Nguyên, Ban chỉ đạo vùng Tây Nguyên, Hiệp hội cà phê, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Công thương, Bộ Tài chính, Tổng Cục Hải quan.

Phiếu điều tra và phỏng vấn từ các doanh nghiệp sẽ thu thập thông tin về thực trạng sản xuất, xuất khẩu cà phê, khó khăn và thuận lợi và những tác động của các chính sách Nhà nước tác động trực tiếp đến hoạt động sản xuất kinh doanh của ngành cà phê. Đồng thời thu thập những đề xuất, kiến nghị của doanh nghiệp trong việc thúc đẩy xuất khẩu cà phê của vùng Tây Nguyên. (300 phiếu, thu về 200-250 phiếu)

Số phiếu phát ra: 300 phiếu (trong đó 270 phiếu điều tra doanh nghiệp, và 30 phiếu điều tra cán bộ quản lý).

- Số phiếu thu vào: 260 phiếu. Số phiếu hợp lệ: 204 phiếu.

(150 phiếu khảo sát doanh nghiệp (15 Doanh nghiệp, 5 hợp tác xã), 150 phiếu khảo sát ở các địa phương trong vùng Tây Nguyên, các chuyên gia, Bộ, ngành (5 Sở Nông nghiệp và PTNT, Sở Kế hoạch và Đầu tư, Sở Công thương)).

- Địa điểm: Các doanh nghiệp có hoạt động XK liên quan đến cà phê vùng Tây Nguyên(Đắk Lắk, Kon Tum, Lâm Đồng, Gia Lai, Đắk Nông).

Phiếu điều tra và phỏng vấn các nhà chính sách sẽ cung cấp những nhận định đánh giá, quan điểm của các nhà làm chính sách trong việc hỗ trợ khuyến khích thúc đẩy xuất khẩu cà phê của vùng Tây Nguyên ra thị trường thế giới. Đồng thời thu thập những đề xuất cho doanh nghiệp và người sản xuất để tiến tới một nền sản xuất và xuất khẩu cà phê bền vững và tiêu chuẩn chất lượng cao. Phiếu điều tra và phỏng vấn chuyên gia kinh tế trong ngành cà phê sẽ cung cấp cái nhìn khách quan đối với cả việc sản xuất, thu gom, chế biến và xuất khẩu cà phê và các chính sách hỗ trợ, khuyến khích xuất khẩu cà phê của vùng Tây Nguyên.

- **Phương pháp quan sát** sẽ được tác giả thực hiện trực tiếp tại một số doanh nghiệp thuộc các tập đoàn, các DNNN, tư nhân đã, đang và sẽ tham gia vào quá trình sản xuất và XK cà phê của vùng Tây Nguyên.

Trong luận án đã sử dụng các phương pháp này để thu thập số liệu về tình hình xuất khẩu cà phê của vùng Tây Nguyên và các chính sách quản lý nhà nước

đổi với hoạt động này thông qua báo chí, internet, qua các đề án, chiến lược phát triển xuất khẩu của Chính phủ.

- **Phương pháp chuyên gia:** Nghiên cứu sẽ tiến hành tham vấn chuyên gia về thực trạng chính sách, hiệu quả triển khai cũng như những bất cập trong quá trình triển khai chính sách, các thách thức đòi hỏi phải có chính sách mới hoặc có những thay đổi trong thời gian tới nhằm đảm bảo phát triển bền vững ngành hàng; tham vấn báo cáo tổng hợp và báo cáo đề xuất chính sách.

- **Phương pháp phân tích dữ liệu và xử lý dữ liệu**

- Phân tích dữ liệu: được tiến hành với mức độ chi tiết, cẩn thận và khách quan. Các phương pháp sử dụng bao gồm:

- Phương pháp thống kê: Qua các số liệu thu thập được từ các bộ, ngành có liên quan, các báo cáo và đề tài tác giả tiến hành lựa chọn, thống kê theo các tiêu chí đánh giá nhằm phục vụ quá trình nghiên cứu đề tài

- Phương pháp so sánh: Thông qua số liệu thu thập được về các yếu tố có liên quan đến đề tài tác giả tiến hành so sánh, đánh giá các chỉ tiêu theo các thông số tuyệt đối và tương đối

- Tổng hợp hóa: Dựa trên các phương pháp thống kê và so sánh thì tác giả sẽ phân tích từng cá thể, mối quan hệ giữa chúng và cuối cùng tổng hợp theo mối quan hệ biện chứng từ đó có sự mô tả cụ thể thông qua các báo cáo, con số, tỷ lệ...

1.6 NHỮNG ĐÓNG GÓP MỚI CỦA LUẬN ÁN

- Đóng góp về mặt học thuật

Thứ nhất, Luận án là công trình nghiên cứu độc lập về chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên. Luận án đã hệ thống hóa cơ sở lý thuyết về chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu, trong đó đưa ra khái niệm, quan điểm và nội dung, vai trò và yêu cầu, chỉ tiêu đánh giá mức độ thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa. Bên cạnh đó xác định và làm rõ đặc điểm, mục tiêu của chính sách nhà nước thúc đẩy xuất khẩu, các căn cứ hoàn thiện chính sách nói chung và mặt hàng cà phê nói riêng;

Thứ hai, luận án đã phân tích chi tiết và có hệ thống quá trình đổi mới từng công cụ của CSNN nhằm thúc đẩy XK cà phê thông qua khảo sát các văn bản chính sách của Nhà nước từ 2011 đến nay; đánh giá chung thực trạng XK cà phê của Việt Nam và vùng Tây Nguyên từ năm 2011 đến nay, tác động của CSNN nhằm thúc đẩy XK cà phê Việt Nam nói chung, vùng Tây Nguyên nói riêng; điều tra mức độ ảnh hưởng của các chính sách thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên và chỉ rõ tồn tại, hạn chế, yếu kém trong hoạt động xuất khẩu cà phê của vùng Tây Nguyên và chỉ rõ nguyên nhân của những hạn chế, tồn tại.

Thứ ba, kết quả nghiên cứu của luận án cũng đã đưa ra dự báo xu hướng phát triển ngành hàng cà phê tại vùng Tây Nguyên, Việt Nam và thế giới từ đó đưa ra các quan điểm, nguyên tắc thúc đẩy xuất khẩu cà phê Việt Nam và vùng Tây Nguyên. Đề xuất những giải pháp mới về hoàn thiện chính sách, đồng thời chủ động trong kinh doanh XK cà phê và đề điều tiết hiệu quả quy mô sản xuất và XK; giải pháp kết hợp các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp nhằm tăng lợi ích cạnh tranh của các doanh nghiệp khi XK.

- Đóng góp về mặt thực tiễn

Thông qua kết quả nghiên cứu này, luận án giúp cho các nhà hoạch định chính sách ở các Bộ, Ngành, địa phương, quản trị doanh nghiệp cà phê của vùng Tây Nguyên có một cái nhìn đầy đủ, toàn diện hơn từ đó thấy được những tồn tại và nguyên nhân hạn chế của những chính sách hiện hành.

Các hàm ý quản trị của Luận án này cũng là tài liệu tham khảo rất bổ ích cho các nhà hoạch định chính sách, từ Trung ương tới địa phương trong việc thúc đẩy xuất khẩu cà phê cho các doanh nghiệp cà phê của vùng Tây Nguyên. Để từ đó đưa ra những chính sách mới cho phù hợp hơn với tình hình kinh doanh hiện nay.

1.7 KẾT CẤU CỦA LUẬN ÁN

Ngoài các phần mở đầu, tổng quan tình hình nghiên cứu, danh mục tài liệu tham khảo, danh mục bảng biểu, hình vẽ và biểu đồ, danh mục chữ viết tắt, kết luận, danh mục công trình khoa học của tác giả liên quan đến luận án, tài liệu tham khảo và phần phụ lục, luận án được bố cục với kết cấu 04 chương như sau:

Chương 1: Tổng quan nghiên cứu luận án

Chương 2: Một số vấn đề lý luận và kinh nghiệm quốc tế về chính sách Nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê

Chương 3: Phân tích thực trạng các chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên

Chương 4: Giải pháp hoàn thiện chính sách Nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên

CHƯƠNG 2.

MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VỀ CHÍNH SÁCH NHÀ NƯỚC NHẪM THỨC ĐẨY XUẤT KHẨU CÀ PHÊ

2.1. KHÁI QUÁT VỀ THỨC ĐẨY XUẤT KHẨU NÔNG SẢN

2.1.1. *Khái niệm, quan điểm và nội dung thúc đẩy xuất khẩu nông sản*

2.1.1.1. Khái niệm và lợi ích xuất khẩu hàng hóa

Theo Điều 28, Luật Thương mại 2005, xuất khẩu hàng hóa là “việc hàng hóa được đưa ra khỏi lãnh thổ Việt Nam hoặc đưa vào khu vực đặc biệt nằm trên lãnh thổ Việt Nam được coi là khu vực hải quan riêng theo quy định của pháp luật”. [70]

Theo lý luận thương mại quốc tế, xuất khẩu là việc bán hàng hóa và dịch vụ cho nước ngoài, trong cách tính toán cán cân thanh toán quốc tế theo IMF (International Monetary Fund) là việc bán hàng hóa cho nước ngoài. Trong tính toán tổng cầu, xuất khẩu được coi là nhu cầu từ bên ngoài. Mức độ phụ thuộc của một nền kinh tế vào xuất khẩu được đo bằng tỷ lệ giữa giá trị nhập khẩu và tổng thu nhập quốc dân. [60]

Đối với những nền kinh tế mà cầu nội địa yếu, thì xuất khẩu có ý nghĩa quan trọng đối với tăng trưởng kinh tế. Chính vì thế, nhiều nước đang phát triển theo đuổi chiến lược công nghiệp hóa hướng vào xuất khẩu. Tuy nhiên, vì xuất khẩu phụ thuộc vào yếu tố nước ngoài, nên để đảm bảo tăng trưởng kinh tế ổn định và bền vững, IMF thường khuyến nghị các nước phải dựa nhiều hơn nữa vào cầu nội địa.

Trên cơ sở các định nghĩa trên tổng quát lại, xuất khẩu: là việc bán hàng ra nước ngoài nhằm phát triển sản xuất, kinh doanh và đời sống. Song việc bán ở đây có những nét riêng, phức tạp hơn bán hàng ở trong nước như giao dịch với những người có quốc tịch khác nhau, thị trường rộng lớn và khó kiểm soát, bán hàng qua trung gian chiếm tỷ trọng lớn, đồng tiền thanh toán là ngoại tệ, hàng hoá phải chuyển qua biên giới, cửa khẩu của các quốc gia, phải tuân theo tập quán và thông lệ quốc tế cũng như địa phương. XK là một hoạt động cơ bản của ngoại thương, là một vấn đề hết sức quan trọng của kinh doanh quốc tế, là sự phát triển tất yếu của sản xuất và lưu thông nhằm tạo ra hiệu quả kinh tế cao nhất trong mỗi nền kinh tế.

Hoạt động XK diễn ra trên phạm vi toàn cầu, trong tất cả các lĩnh vực, các ngành của nền kinh tế, từ vật phẩm tiêu dùng cho đến tư liệu sản xuất, từ các chi tiết linh kiện nhỏ cho đến các loại máy móc khổng lồ... không chỉ là hàng hoá hữu hình mà cả hàng hoá vô hình với tỷ trọng ngày càng lớn thông qua hoạt động XK có thể làm gia tăng ngoại tệ, tăng thu ngân sách, thúc đẩy kinh tế phát triển, tạo công ăn việc làm, nâng cao đời sống của người dân...[60]

Xuất khẩu là một hoạt động kinh tế đối ngoại cơ bản thông qua đó gắn kết thị trường đơn lẻ của các nước lại với nhau, tăng cường thông thương buôn bán, là

phương tiện thúc đẩy nền kinh tế tăng trưởng và phát triển. Sự phát triển của XK là một trong những động lực chính để thúc đẩy phát triển kinh tế của các quốc gia trong thời kỳ hội nhập đặc biệt là các quốc gia đang phát triển như Việt Nam, do đó nó có vị trí và vai trò rất quan trọng.

2.1.1.2. Phân định thúc đẩy xuất khẩu với phát triển xuất khẩu, mở rộng xuất khẩu và thay thế nhập khẩu

Phát triển xuất khẩu, mở rộng xuất khẩu thường được dùng thay thế thúc đẩy xuất khẩu, tuy nhiên, nó có sự khác biệt, cụ thể:

Thúc đẩy xuất khẩu là một cách thức để thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm tùy vào từng giai đoạn phát triển của nền kinh tế thế giới và của khoa học công nghệ, cũng như các giai đoạn khác nhau của sản phẩm được xuất khẩu mà việc thúc đẩy xuất khẩu được sử dụng bằng các cách khác nhau. Nó không có một phương thức, hay một biện pháp cố định nào được sử dụng liên tục để thúc đẩy xuất khẩu cho một sản phẩm. Vì vậy thời kỳ nào sẽ được sử dụng bằng những phương pháp khác nhau. Tuy nhiên có thể khái quát lại như sau:

Khái niệm thúc đẩy XK là tổng hợp các biện pháp, cách thức được sử dụng để đẩy mạnh hoạt động XK hàng hoá nhằm gia tăng sản lượng XK, tăng mạnh kim ngạch XK, đa dạng hóa các mặt hàng XK và mở rộng thị trường XK hàng hoá dựa trên các điều kiện vốn có của quốc gia và tận dụng các cơ hội của ngành hàng thế giới. Thúc đẩy xuất khẩu nhằm vào tăng trưởng về chất XK tuy nhiên lượng đổi chất đôi khi thay đổi chất lượng XK không loại trừ sẽ mở rộng về quy mô.

Phát triển XK: là quá trình biến đổi XK về mọi mặt từ mặt lượng đến mặt chất, bao gồm sự gia tăng về quy mô sản lượng và doanh thu XK cũng như sự biến đổi về chất lượng sản phẩm, cơ cấu XK theo hướng tối ưu nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả XK trong một thời kỳ nhất định. Phát triển XK hàm chứa ba nội dung sau:

- Sự gia tăng về quy mô: Có thể hiểu đó là việc gia tăng kim ngạch, sản lượng XK, nâng cao tốc độ tăng trưởng XK. Đây chính là sự mở rộng phát triển XK theo chiều rộng hay cũng có thể coi là việc mở rộng quy mô. Tuy nhiên, sự mở rộng quy mô XK không phải lúc nào cũng là lựa chọn tối ưu cho ngành hàng mà mở rộng quy mô cần phải phù hợp với tiềm lực và phát huy được lợi thế của ngành hàng.

- Sự thay đổi chất lượng XK: Đây không chỉ đơn giản là việc nâng cao chất lượng của sản phẩm XK, mà nó còn thể hiện ở các khía cạnh khác như : sự thay đổi, chuyển dịch cơ cấu mặt hàng XK, thị trường XK, nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực thương mại cho XK cùng các hoạt động XTTM cho hàng hóa đó, đầu tư và các hoạt động hỗ trợ cho việc XK để nâng cao sức cạnh tranh.

- Tính tối ưu và hiệu quả trong phát triển XK: Đó là việc nâng cao khả năng sử dụng các nguồn lực trong hoạt động XK nhằm đạt tới những mục tiêu xác định. Trong đó phải đáp ứng hài hòa các mục tiêu kinh tế- xã hội- môi trường nhằm hướng phát triển đến sự bền vững.

Mở rộng XK : mở rộng XK là việc quốc gia đó đưa được sản phẩm của nước mình thâm nhập thị trường quốc tế, mở rộng được phạm vi địa lý của thị trường và kết quả là tăng được kim ngạch XK từ sản phẩm đó.

Hoạt động mở rộng thị trường XK của một quốc gia là sự kết hợp giữa mở rộng thị trường XK của tất cả các doanh nghiệp và các hoạt động hỗ trợ của các cơ quan nhà nước trong quốc gia đó. Các doanh nghiệp trực tiếp thực hiện hoạt động mở rộng thị trường XK đối với các mặt hàng mà doanh nghiệp sản xuất kinh doanh, từ đó góp phần tạo nên thị trường XK rộng lớn cho quốc gia đối với từng sản phẩm, ngành hàng cụ thể. Nếu quốc gia nào làm tốt hoạt động mở rộng thị trường XK thì sự hiện diện của hàng hoá quốc gia đó trên thị trường quốc tế ngày càng được mở rộng và thương hiệu sản phẩm ngày càng được nhiều người tiêu dùng nước ngoài biết đến. Mặc dù có sự khác nhau giữa thúc đẩy và phát triển nhưng giữa chúng lại có mối liên hệ tất yếu với nhau: thúc đẩy là điều kiện của phát triển và ngược lại, phát triển lại là điều kiện tạo ra những sự mở rộng mới, thường là với tốc độ và quy mô lớn hơn. Đó là mối quan hệ có tính quy luật của sự phát triển.

Thúc đẩy có thể đứng độc lập hoặc đứng trước “phát triển”, “tăng trưởng” (biến chúng thành phó từ). Dù đứng thế nào thì nghĩa của “thúc đẩy” vẫn là “tác động thêm vào để sự vật diễn ra nhanh hơn, mạnh hơn cả về quy mô và tốc độ” trong trường hợp này là làm tăng XK cả về lượng và giá trị kim ngạch xuất khẩu xét theo quy mô và tốc độ tăng trưởng

2.1.1.3. Quan điểm và nội dung thúc đẩy xuất khẩu

Trong luận án này, quan điểm và nội dung thúc đẩy xuất khẩu được hiểu qua các khía cạnh sau:

- Thúc đẩy XK làm gia tăng quy mô XK: quy mô XK thể hiện mức độ phát triển của doanh nghiệp theo chiều rộng và sự đa dạng hóa XK bao gồm sự đa dạng hóa mặt hàng XK và sự đa dạng hóa thị trường XK, cụ thể: tăng cường sự hiện diện của mặt hàng tại thị trường mới bằng các sản phẩm mới để thu hút thêm khách hàng tăng doanh thu. Tuy nhiên để đảm bảo thành công cho công tác phát triển thị trường lúc này cần phải nghiên cứu thị trường, xác định điều kiện thị trường, đặc điểm khách hàng và nhu cầu khách hàng tại địa bàn mới để đưa ra các chiến lược tiếp cận thị trường phù hợp; Bên cạnh đó, việc đa dạng hóa thị trường, khuyến khích các nhóm khách hàng mới tiêu thụ sản phẩm cần phải hiểu được rõ nhu cầu của khách hàng, điểm mạnh điểm yếu của đối thủ cạnh tranh để có những hoạt động hợp lý trong việc cạnh tranh trên thị trường; đa dạng hoá theo yêu cầu của khách hàng.

- Thúc đẩy XK làm thay đổi trình độ và năng lực XK: thể hiện ở sự gia tăng về tốc độ phát triển, tốc độ tăng trưởng kim ngạch, sự chuyển dịch về cơ cấu mặt hàng, cơ cấu thị trường XK, sự khai thác sâu hơn thị trường hiện tại nhằm tăng thêm thị phần trên thị trường. Tạo sự thay đổi trong chất lượng của hoạt động xuất khẩu bằng việc nâng cao chất lượng sản phẩm, thay đổi phương thức xuất khẩu, chuyển dịch cơ cấu sản phẩm xuất khẩu, nâng cao năng lực sử dụng nguồn lực nhằm tạo ra sự phát triển ổn định và thu được giá trị gia tăng lớn hơn bên cạnh đó đảm bảo thực hiện hài hòa việc bảo vệ môi trường và an sinh xã hội. Chất lượng tăng trưởng xuất khẩu thể hiện ở sự chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu từ các sản phẩm sử dụng nhiều tài nguyên, lao động rẻ, giá trị gia tăng thấp sang các sản phẩm và dịch vụ tạo ra giá trị gia tăng cao trên cơ sở sử dụng các nhân tố làm tăng năng suất, chất lượng, tiết kiệm các yếu tố đầu vào, hạn chế khai thác tài nguyên không tái tạo. Đó là sự chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng hiện đại, phù hợp với xu hướng biến động của thị trường thế giới.

- Thúc đẩy XK làm nâng cao hiệu quả XK, thể hiện thông qua GTGT của sản phẩm, nâng cao tỷ trọng sản phẩm XK vào tổng kim ngạch XK của nền kinh tế và nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực phục vụ cho phát triển XK. Việc nâng cao giá trị gia tăng không chỉ giúp cho hàng XK cải thiện được tỷ trọng trong chuỗi giá trị toàn cầu mà còn đem lại lợi ích và hiệu quả tác động tích cực nhiều mặt cho nền kinh tế, giúp tăng thu ngoại tệ cho đất nước, nâng cao năng suất, chất lượng và hiệu quả sản xuất, kinh doanh của quốc gia, cải thiện thu nhập cho người sản xuất, kinh doanh xuất khẩu, hình thành một nền sản xuất lớn, bền vững ít bị ảnh hưởng bởi các vấn đề bất ổn thị trường, giới hạn nguồn cung khi mà quá trình CNH, HĐH và mức độ đô thị hóa đang diễn ra một cách nhanh chóng.

- Thúc đẩy XK hướng tới mục tiêu phát triển bền vững, thể hiện ở việc trồng trọt, canh tác và chế biến sản phẩm gắn với bảo vệ môi trường sẽ góp phần vào quá trình tăng trưởng XK ổn định trong tương lai và ít tác động bởi các yếu tố bên ngoài. Để đảm bảo phát triển xuất khẩu với bảo vệ môi trường cũng cần tính đến nhu cầu về những sản phẩm thân thiện môi trường trên thế giới, đặc biệt là ở những nước nhập khẩu. Nhu cầu về các loại sản phẩm thân thiện môi trường trên thế giới ngày càng cao. Điều này bắt buộc các nhà xuất khẩu phải đáp ứng các quy định và tiêu chuẩn về an toàn và vệ sinh trong sản xuất và trao đổi hàng hóa xuất khẩu. Ngược lại, người tiêu dùng cũng phải thay đổi nhận thức để chấp nhận chi phí môi trường và sẵn sàng hoàn trả chi phí đó. Đây là một vấn đề mâu thuẫn trong sản xuất và trao đổi hàng hóa thân thiện môi trường. Mâu thuẫn này thể hiện thông qua việc chấp nhận hay không chấp nhận các chi phí môi trường trong sản xuất và tiêu dùng hàng hóa xuất khẩu.

2.1.2. Vai trò và yêu cầu của thúc đẩy xuất khẩu nông sản

2.1.2.1. Vai trò của thúc đẩy xuất khẩu nông sản

a. Khái niệm hàng nông sản

Theo FAO, nông sản có nguồn gốc nông nghiệp là bất kỳ sản phẩm hàng hoá nào, dù là thô hay đã chế biến, được trao đổi trên thị trường phục vụ mục đích tiêu dùng của con người không kể nước, muối và các chất phụ gia, hay thức ăn cho động vật.

Theo AFTA, thì sản phẩm nông nghiệp là nguyên liệu nông nghiệp thô/các sản phẩm chưa chế biến được liệt kê trong các chương 1 đến 24 của Hệ thống cân đối (HS) và các nguyên liệu nông nghiệp thô/các sản phẩm chưa chế biến tương tự được nêu trong các đề mục của Hệ thống cân đối; và các sản phẩm đã qua sơ chế nhưng hình thức không thay đổi.

Theo Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), hàng hoá được chia làm hai (02) nhóm chính: nông sản và phi nông sản. Nông sản được xác định trong Hiệp định Nông nghiệp là tất cả các sản phẩm liệt kê từ Chương I đến XXIV (trừ cá và sản phẩm cá) và một số sản phẩm thuộc các chương khác trong Hệ thống thuế mã HS (Hệ thống hài hoà hoá mã số thuế).

Với cách hiểu này, nông sản bao gồm một phạm vi khá rộng các loại hàng hoá có nguồn gốc từ hoạt động nông nghiệp như: Các sản phẩm nông nghiệp cơ bản như lúa gạo, lúa mì, bột mì, sữa, động vật sống, cà phê, hồ tiêu, hạt điều, chè, rau quả tươi,..., các sản phẩm phái sinh như bánh mì, bơ, dầu ăn, thịt,..., các sản phẩm được chế biến từ sản phẩm nông nghiệp như bánh kẹo, sản phẩm từ sữa, xúc xích, nước ngọt, rượu, bia, thuốc lá, bông xơ, da động vật thô,... Tất cả các sản phẩm còn lại trong Hệ thống thuế mã HS được xem là sản phẩm phi nông nghiệp (hay còn được gọi là sản phẩm công nghiệp).

Trong thực tiễn thương mại thế giới, nông sản thường được chia thành 2 nhóm, gồm (i) nhóm nông sản nhiệt đới và (ii) nhóm còn lại.

Theo sự phân chia ngành kinh tế của Việt Nam, nông sản thường được hiểu theo nghĩa rộng bao gồm các sản phẩm từ nông nghiệp (trồng trọt, chăn nuôi, thủy sản, lâm nghiệp và diêm nghiệp). Các ngành công nghiệp chế biến nông lâm thủy sản lại được gộp vào lĩnh vực công nghiệp.

b. Vai trò của thúc đẩy XKNS: Hiện nay xu thế toàn cầu hoá và hội nhập KTQT diễn ra rất mạnh mẽ và mở rộng trên phạm vi toàn cầu. Hoạt động XK sẽ là cầu nối hết sức quan trọng để đẩy nhanh tiến trình hội nhập. Chính vì vậy mà hoạt động thúc đẩy XK đang ngày càng trở nên quan trọng trong chính sách và Chiến lược phát triển kinh tế của Việt Nam. Với vị trí như trên, thúc đẩy XK đang đóng

góp vai trò to lớn trong chiến lược đẩy mạnh hoạt động XK hàng nông sản của Việt Nam, phát triển kinh tế nông nghiệp, tăng trưởng kinh tế bền vững trong tương lai. Các vai trò cụ thể được trình bày dưới đây:

Thúc đẩy XKNS góp phần tạo nguồn vốn cho nhập khẩu phục vụ CNH đất nước.

Trong công cuộc CNH, HĐH đất nước đòi hỏi mỗi quốc gia đang phát triển phải có lượng vốn lớn để từng bước cải tiến kỹ thuật, nhập khẩu máy móc trang thiết bị tiên tiến hiện đại. Để có nguồn vốn nhập khẩu được hình thành từ các nguồn như: XK hàng hoá; đầu tư nước ngoài; vay nợ, viện trợ... Trong đó, XK là nguồn vốn quan trọng nhất, vì nó đem lại ngoại tệ cho quốc gia một cách trực tiếp mà không phải trả vốn như do vay nợ hay viện trợ. Trong thực tiễn, XK và NK có mối quan hệ mật thiết với nhau, vừa là kết quả vừa là tiền đề của nhau. Do đó, vai trò của XKNS trong việc tạo nguồn vốn chủ yếu cho nhập khẩu phục vụ CNH đất nước ngày càng được khẳng định vị trí của mình trong phát triển kinh tế nói chung.[185]

Thúc đẩy XKNS góp phần vào tăng nhanh quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế, hỗ trợ sản xuất phát triển theo định hướng thị trường và tăng trưởng bền vững.

- Xuất khẩu sẽ tạo điều kiện cho các thành phần kinh tế khác phát triển thuận lợi: thúc đẩy xuất khẩu sẽ cho phép mở rộng quy mô sản xuất, tạo điều kiện để nhiều ngành nghề mới ra đời, gây phản ứng dây chuyền thúc đẩy các ngành kinh tế khác phát triển theo, kết quả là làm tăng tổng sản phẩm xã hội và nền kinh tế phát triển nhanh. Ví dụ, xuất khẩu cà phê sẽ kéo theo sự phát triển các ngành sản xuất và dịch vụ khác như sản xuất bao bì, trồng trọt, vận chuyển...

- Xuất khẩu nông sản tạo ra nguồn thu ngoại tệ lớn để nhập khẩu thiết bị và công nghệ tiên tiến góp phần hiện đại hóa kinh tế đất nước, tạo ra năng lực sản xuất mới mạnh mẽ hơn. Đồng thời thông qua xuất khẩu nông sản chúng ta chứng minh được khả năng của Việt Nam về các sản phẩm nhiệt đới, về khả năng hợp tác, liên doanh, liên kết với các đối tác trong sản xuất, kinh doanh. Từ đó tăng thêm niềm tin và sự chủ động trong phát triển kinh tế đất nước.

- Thông qua xuất khẩu, các nhà sản xuất trong nước buộc phải cạnh tranh quyết liệt trên thị trường thế giới. Để chiến thắng trong cạnh tranh đòi hỏi chúng ta phải tổ chức lại sản xuất tốt hơn, quản lý và kinh doanh hiệu quả hơn để tăng năng suất lao động, hạ giá thành và nâng cao chất lượng sản phẩm, đáp ứng tốt hơn các đòi hỏi ngày càng cao của thị trường.

- Xuất khẩu NS còn là yếu tố quan trọng nhằm phát huy mọi nguồn nội lực, tạo thêm vốn đầu tư để đổi mới công nghệ, tăng thêm việc làm, thúc đẩy nhanh quá trình công nghiệp hóa và hiện đại hóa đất nước.

Thúc đẩy XKNS tạo ra tác động tích cực đến việc giải quyết công ăn việc làm và cải thiện đời sống người dân.

Để nắm vững và làm chủ được công nghệ trong quá trình sản xuất, người lao động buộc phải nâng cao trình độ cả lý thuyết và thực hành. Như vậy, thúc đẩy xuất khẩu sẽ có tác động đến việc chuyển dịch cơ cấu lao động cả về tính chất ngành nghề và cả về chất lượng lao động. Đồng thời, với việc thúc đẩy xuất khẩu sẽ góp phần tăng thu nhập của người lao động, tạo điều kiện để họ nâng cao đời sống vật chất, văn hóa và tinh thần. Ngoài ra, một phần kim ngạch xuất khẩu có thể dùng để nhập khẩu hàng tiêu dùng thiết yếu nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng phong phú, đa dạng của đời sống con người. Xuất khẩu nông sản đã và đang đóng vai trò quan trọng trong việc tạo công ăn việc làm, tăng thu nhập cho người nông dân vốn phần lớn đang sống trong nghèo nàn, thiếu thốn, lạc hậu.

2.1.2.3. Yêu cầu thúc đẩy xuất khẩu nông sản trong thời kỳ hội nhập

Thúc đẩy xuất khẩu nông sản trong thời kỳ hội nhập phải đảm bảo yêu cầu gắn với tăng trưởng bền vững trong bối cảnh thế giới đang có những diễn biến phức tạp, đi liền với đó là sự tác động khó lường từ biến đổi khí hậu, cần tập trung vào một số vấn đề trọng yếu sau:

- Thúc đẩy XKNS phải theo kịp quá trình tự do hóa TM toàn cầu: Tự do hóa thương mại là quá trình dỡ bỏ dần dần mọi rào cản đối với thương mại, bao gồm thuế quan và phi thuế quan, trước hết nhằm đạt được sự đối xử công bằng giữa hàng hóa và dịch vụ sản xuất trong nước với hàng hóa và dịch vụ nhập khẩu từ nước ngoài, và sau cùng là đạt được chế độ thương mại tự do. Theo định nghĩa trên, quá trình tự do hóa thương mại đòi hỏi Nhà nước phải xóa bỏ các can thiệp của mình tới thương mại, tạo thuận lợi cho lưu thông hàng hóa và dịch vụ trong một nước và giữa các nước với nhau.

Tự do hóa TM toàn cầu đóng vai trò là nhân tố tác động tích cực đến phát triển quan hệ thương mại quốc tế. Khi tham gia vào quá trình này, các nước đều phải thực hiện mở cửa thị trường, giảm dần và tiến tới xóa bỏ hoàn toàn các rào cản về thuế quan, hạn ngạch nhằm tạo điều kiện đẩy mạnh lưu thông hàng hóa, tiến tới thống nhất thị trường thế giới. Do đó, xu thế tự do hóa thương mại sẽ giúp đẩy mạnh thương mại quốc tế và đặc biệt là hoạt động XK. Các công cụ thuế quan bị giảm dần, giúp cho các quốc gia thành viên của WTO có thể tận dụng hơn nữa được các lợi thế so sánh của mình, nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường thế giới.

Hiện nay, Việt Nam là một trong số 80 thành viên của Tổ chức Cà phê quốc tế (ICO), Hiệp định cà phê quốc tế (ICA); Hiệp định Thương mại Thế giới (WTO); Hiệp định thương mại tự do với ChiLe; Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện Việt Nam – Nhật Bản; Hiệp định thương mại tự do ASEAN; Hiệp định thương mại tự do ASEAN –

Trung quốc; Hiệp định thương mại tự do ASEAN – Hàn Quốc; Khu vực mậu dịch tự do ASEAN – Ấn Độ; Khu vực thương mại tự do giữa các nước ASEAN – Australia và New Zealand và đang đàm phán Hiệp định đối tác kinh tế xuyên Thái Bình Dương; Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam – EU; Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam – Liên minh hải quan Bê-la-rút, Ca-dắc-xtan và Nga; Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện khu vực; Hiệp định đối tác kinh tế Việt Nam – Hàn Quốc. Các Hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương Việt Nam đã ký kết đã tạo điều kiện cho việc XK cà phê ra thị trường thế giới dần được mở rộng về quy mô và khối lượng XK. Đặc biệt qua việc ký kết các Hiệp định, cà phê của Việt Nam đã xuất khẩu được khối lượng lớn sang EU, Mỹ, Nhật Bản và đang có xu hướng tăng lên tại thị trường Trung Quốc, Hàn Quốc và các nước ASEAN.

- Thúc đẩy XKNS phải đảm bảo làm gia tăng hàm lượng tri thức trong các mặt hàng XK

Ngày nay, phần lớn các quốc gia trên thế giới đã chuyển dần từ nền kinh tế công nghiệp sang thời đại của nền kinh tế tri thức, trong đó yếu tố tri thức đã trở thành tư liệu sản xuất quan trọng nhất. Tri thức tạo ra sự bùng nổ về KHCN, tạo ra sự thay đổi về phương thức sản xuất; tri thức đã thay thế cho các yếu tố sản xuất khác như tài nguyên thiên nhiên đang bị khai thác cạn kiệt và các yếu tố hữu hình khác để đóng vai trò chủ đạo trong quá trình sản xuất của thời đại mới; Các sản phẩm được tạo ra trong nền kinh tế tri thức mang những tính chất mới với hàm lượng chất xám và công nghệ cao. Sự phát triển của nền kinh tế tri thức sẽ kéo theo sự thay đổi về xu hướng tiêu dùng hướng tới các sản phẩm công nghệ cao, thân thiện với con người và môi trường, cơ cấu sản xuất và XK hàng hoá của các nước do đó cũng sẽ phải thay đổi theo GTGT đối với mặt hàng cà phê XK là giá trị tăng thêm trên một đơn vị sản phẩm, cải tiến quy trình công nghệ trong sản xuất, chế biến... Việc gia tăng thêm hàm lượng GTGT chính là cùng với một lượng cà phê nhất định phải mang lại kim ngạch cao hơn hay giá trị cao hơn.

Các quốc gia nói chung trong đó có Việt Nam ngày càng chú trọng hơn đến việc nâng cao giá trị đặc biệt là GTGT trong hoạt động XK thay vì tăng về sản lượng như trước đây. Bởi lẽ, sản lượng XK có thể tăng nhưng giá trị XK lại giảm nếu chất lượng mặt hàng XK giảm hay do giá XK thấp. Đây là một thực trạng trong hoạt động XK các mặt hàng nông sản chưa qua chế biến. Vì là XK thô nên giá trị đem lại không nhiều. Mặt khác, nếu chỉ quan tâm đến số lượng XK sẽ ảnh hưởng xấu đến sự phát triển bền vững của nền kinh tế.

Về cơ bản, cơ cấu XK của mặt hàng hiện nay chủ yếu dựa trên nền tảng XK những gì hiện có chứ không phải XK những gì thị trường thế giới cần. Hiện vị trí

của Việt Nam trong chuỗi GTGT của toàn cầu vẫn chủ yếu nằm ở khâu khai thác, sản xuất, trồng trọt mà chưa phát triển ở các khâu đem lại nhiều GTGT như nghiên cứu và phát triển (R&D) hay xây dựng thương hiệu. Thực tế là khai thác cà phê nguyên liệu là chủ yếu chứ chưa chú trọng được vào các mặt hàng chế biến. Mặt hàng nguyên liệu hay thô này không đòi hỏi các công nghệ chế biến phức tạp, các kỹ thuật tinh vi trong xử lý, bảo quản và phân phối, cũng chưa đòi hỏi các biện pháp marketing, đây là những mặt hàng có hàm lượng tri thức thấp.

Thúc đẩy XK hàng hóa của Việt Nam ra thị trường thế giới nhằm vào gia tăng kim ngạch, giá trị XK đặc biệt là tăng hàm lượng gia tăng của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu nên đòi hỏi hải gia tăng hàm lượng tri thức trong cho mặt hàng XK.

- Thúc đẩy XKNS phải phù hợp với mục tiêu phát triển kinh tế và gắn với quy hoạch phát triển nền nông nghiệp bền vững

Quy hoạch ngành nông nghiệp phát triển bền vững gắn với bảo vệ môi trường mang lại nhiều lợi ích và phát triển ổn định, nâng cao chất lượng và giá trị cho các sản phẩm nông nghiệp nói chung và sản phẩm cà phê XK nói riêng, gắn liền việc quy hoạch trồng trọt với công nghệ chế biến, tiêu thụ và XK sản phẩm. Để thực hiện được điều này đòi hỏi các chính sách phải được xây dựng đồng bộ và định hướng XK cho cà phê phải dựa trên các quy hoạch và chiến lược phát triển của ngành cà phê trong dài hạn.

Nhà nước thực hiện quy hoạch vùng trồng cà phê, theo đó, diện tích trồng cà phê bị thu hẹp, hạn chế tình trạng nông dân phá rừng trồng cà phê, khoan giếng tràn lan, lấy nước tưới cà phê, làm cạn kiệt nguồn nước ngầm; giảm cung cà phê nhằm cải thiện giá cà phê XK; chuyển diện tích đất cà phê sang trồng các nông sản khác có giá trị kinh tế cao hơn và bảo đảm mục tiêu phát triển bền vững.

- Thúc đẩy XKNS phải kết hợp các biện pháp thúc đẩy XTTM ở cả tầm vĩ mô và vi mô

Trong điều kiện hiện nay, thương mại quốc tế mở rộng, khối lượng hàng hoá được đưa vào lưu thông càng nhiều; để tiêu thụ khối lượng hàng hóa trong bối cảnh cạnh tranh như ngày nay đòi hỏi Chính phủ Việt Nam phải tiến hành các hoạt động XTTM một cách hữu hiệu cho các thị trường đặc biệt là thị trường XK. Đây là hoạt động đóng vai trò quan trọng tăng tốc độ XK hàng hóa nói chung và mặt hàng cà phê nói riêng đưa lại lợi ích cho quốc gia, lợi ích ngành nông nghiệp và các doanh nghiệp trong khu vực sản xuất kinh doanh.

XTTM tầm vĩ mô là hoạt động của Chính phủ và các Bộ, ngành liên quan nhằm thiết lập mối quan hệ ngoại giao, quan hệ thương mại giữa Việt Nam với các nước về mặt pháp lý, cung cấp thông tin về thị trường trong nước, ngoài nước cho các doanh nghiệp về môi trường pháp luật, CSTM của nước sở tại, các rào cản, hạn

ngạch, thuế quan, phi thuế quan; tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp thâm nhập, khảo sát thị trường để thực hiện XK.

Xúc tiến thị trường tầm vi mô là hoạt động của các doanh nghiệp chủ động tìm kiếm thông tin, thăm dò thị trường, thực hiện trực tiếp đàm phán và ký kết các hợp đồng XK, lựa chọn đối tác, xác định giá và các điều kiện cụ thể về giao dịch, mua bán, thanh toán.

Xúc tiến trên tầm vĩ mô và vi mô có quan hệ chặt chẽ, tác động bổ sung cho nhau. Trong đó, xúc tiến vĩ mô là tiền đề, điều kiện để thực hiện xúc tiến thị trường của các doanh nghiệp. Ngược lại, xúc tiến vi mô của các doanh nghiệp tăng cường khả năng xúc tiến, nâng cao uy tín của đất nước, tạo điều kiện hoàn thiện xúc tiến vĩ mô. Do đó thúc đẩy XK cả phê cần kết hợp hài hòa cả hai mức độ này.

2.1.3. Chỉ tiêu đánh giá mức độ thúc đẩy xuất khẩu nông sản

Các chính sách nhà nước nói chung và chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cả phê nói riêng là các công cụ của nhà nước tác động vào ngành hàng cả phê xuất khẩu và giúp tăng trưởng xuất khẩu. Chính vì vậy các chỉ tiêu đánh giá mức độ tác động xuất khẩu sẽ phản ánh một phần hoặc toàn bộ của các chính sách này:

2.1.3.1. Quy mô mặt hàng XK

Quy mô XK mặt hàng XK được hiểu là độ lớn của mức độ XK thường thể hiện qua các chỉ tiêu hàng năm, để so sánh giữa năm này với năm kia thể hiện sự thay đổi như sau:

(1) Tổng Sản lượng XK hàng năm (t): Tổng Sản lượng XK hàng năm (tính bằng tấn) cho biết số lượng hay khối lượng hàng năm được XK ra thị trường thế giới.

(2) Tổng kim ngạch XK hàng năm: Đo lường trị giá sản lượng XK hàng năm ra thị trường thế giới, thường được tính bằng giá trị đồng đô la theo công thức:

$$\text{Tổng Giá trị kim ngạch XK} = \text{Tổng sản lượng XK} \times \text{giá bán 1 ĐVXK}$$

Hai chỉ tiêu này được sử dụng đồng thời khi đo lường quy mô XK và đánh giá mức độ tăng trưởng XK người ta so sánh kim ngạch xuất khẩu của 1 năm. Về cơ bản khi tổng sản lượng XK tăng lên thì giá trị XK tăng lên. Tuy nhiên trong nhiều trường hợp, sản lượng XK có thể không tăng nhưng giá trị thì tăng lên do giá trị một đơn vị cả phê XK tăng lên nhờ vào hiệu quả của các chính sách của Nhà nước hoặc biến động cung cầu trên thị trường cả phê thế giới.

(3) Tốc độ tăng trưởng quy mô XK hàng năm(t): Tốc độ tăng trưởng là sự so sánh mức gia tăng của sản lượng hay kim ngạch XK giữa năm này với năm khác. Tốc độ gia tăng được tính theo đơn vị số lần hoặc phần trăm (%).

Công thức: $t (\%) = \frac{Mi}{Mt} \cdot 100\%$

Trong đó:

t: Tốc độ tăng trưởng XK hàng năm

Mt: Tổng Giá trị kim ngạch XK năm trước

Mi: Tổng Giá trị kim ngạch XK năm tính toán

Để thấy được kết quả của nỗ lực thúc đẩy XK chỉ tiêu tốc độ tăng trưởng XK bình quân, không chỉ so sánh các chỉ tiêu sản lượng và kim ngạch qua các năm mà còn cần được so sánh với tốc độ tăng trưởng của các mặt hàng khác.

2.1.3.2. Cơ cấu và chất lượng mặt hàng XKNS

Thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản không thể tách rời việc nâng cao chất lượng sản phẩm, bởi đây là yếu tố quyết định đến sự tồn tại và phát triển của sản phẩm trên thị trường. Chất lượng hàng nông sản không ngừng được nâng cao sẽ có tác dụng tích cực trong việc nâng cao giá trị và giá trị sử dụng cho sản phẩm, đồng thời nâng cao năng lực cạnh tranh bằng cách tạo ra nhiều yếu tố vô hình như thương hiệu, uy tín. Điều này thực sự rất quan trọng trong việc nâng tầm giá trị doanh nghiệp, tạo lập tên tuổi và thương hiệu thu hút khách hàng.

Mục đích của sự chuyển dịch cơ cấu hàng nông sản xuất khẩu là điều chỉnh sự phát triển xuất khẩu theo hướng bền vững, hiệu quả hơn. Thực tế hiện nay, xu hướng phổ biến của các nước là thay thế xuất khẩu các mặt hàng thô đơn giản, giá trị gia tăng thấp bằng những sản phẩm chuyên sâu đòi hỏi nhiều chất xám và sáng tạo với giá trị gia tăng cao. Sự chiếm lĩnh của mặt hàng XK dưới tác động của các biện pháp thúc đẩy XK còn thể hiện ở sự tương thích của cơ cấu và chất lượng mặt hàng XK theo yêu cầu của các thị trường XK khác nhau.

(1) *Cơ cấu mặt hàng XK*: là tỷ lệ tương quan giữa các ngành, mặt hàng XK hoặc tỷ lệ tương quan giữa các thị trường XK. Cơ cấu các mặt hàng XK có thể thay đổi qua các năm, thời kỳ, điều chỉnh phù hợp với yêu cầu và đòi hỏi của thị trường XK. Sự chuyển dịch cơ cấu mặt hàng xuất khẩu được biểu hiện qua sự thay đổi tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng đó trong tổng kim ngạch xuất khẩu.

$$R(A) = M(A) / M \times 100\%$$

Trong đó $R(A)$: Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng A

$M(A)$: Kim ngạch xuất khẩu mặt hàng A

M : Tổng kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng

(2) *Chất lượng mặt hàng XK nông sản*

Chất lượng mặt hàng XK cho biết mức độ ưa thích và hài lòng của khách hàng trên thị trường, thường thể hiện qua một số yếu tố như:

(i) Giá trị sử dụng, bao gồm cả chất lượng dinh dưỡng, chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm, có tác dụng trực tiếp tới yêu cầu dinh dưỡng, sức khỏe, tính mạng của người tiêu dùng.

(ii) Các tiêu chuẩn chất lượng theo chuẩn mực, theo tiêu chuẩn ISO quốc tế...

(iii) Các tiêu chuẩn theo quy định của WTO và các tiêu chuẩn của các nước. Ví dụ: dư lượng kháng sinh và chất bảo vệ thực vật trong sản phẩm XK, các quy định về môi trường an toàn lương thực, thực phẩm.

2.1.3.3. Chỉ tiêu đo lường sức cạnh tranh mặt hàng xuất khẩu trên thị trường

Hệ số RCA do nhà kinh tế học Balassa đề xuất năm 1965 để đo lường lợi thế so sánh theo số liệu XK, chỉ ra KNCT trong XK của một quốc gia về một sản phẩm trong mối tương quan với mức XK về sản phẩm đó của thế giới.

$$RCA = (X_j^i / X^i) / (W_j / W)$$

Trong đó:

+RCA: lợi thế so sánh biểu hiện mặt hàng XK j của quốc gia i

+ X_j^i : kim ngạch XK sản phẩm j của nước i

+ X^i : tổng kim ngạch XK của nước i

+ W_j : kim ngạch XK sản phẩm j của thế giới

+ W : tổng kim ngạch XK của thế giới

Kết quả tính toán:

+RCA<1: sản phẩm xem xét không có KNCT

+1<RCA<2,5: sản phẩm có lợi thế cạnh tranh thấp

+RCA>2,5: sản phẩm có lợi thế cạnh tranh cao

Khi so sánh hệ số RCA của cùng mặt hàng của hai nước thì nước nào có hệ số RCA lớn hơn sẽ có lợi thế XK cao hơn.

2.1.3.4. Mức độ tăng trưởng thị trường xuất khẩu

Như đã phân tích ở trên, thúc đẩy XK chính là việc mở rộng thị trường XK cả về chiều rộng và chiều sâu nên mức độ tăng trưởng thị trường thể hiện qua thị phần và sức hấp dẫn thị trường đều là các chỉ tiêu phản ánh độ lớn của các nỗ lực này

(1) *Thị phần XK*: Thị phần là phần thị trường mà mặt hàng XK quốc gia chiếm được trên thị trường XK thế giới. Đây là chỉ tiêu phản ánh đúng đắn nhất sự tăng trưởng và mở rộng của hoạt động thúc đẩy XK

Về lý thuyết thị phần XK được đánh giá dựa vào tổng kim ngạch XK của quốc gia trên tổng kim ngạch XK toàn thế giới. Trong thực tế khái niệm thị phần mang tính cạnh tranh và thị phần XK cần được đo lường trên phạm vi riêng lẻ của từng thị trường quốc gia nhập khẩu. Do đó chỉ tiêu này được đo bằng tỷ lệ doanh thu so với các đối thủ cùng XK mặt hàng vào một thị trường hay căn cứ vào giá trị hàng hóa XK vào một thị trường nào đó so với đối thủ cạnh tranh. Công thức tính Thị phần XK:

$$MS = VMA/Mx \ 100\%$$

Trong đó:

MS là thị phần của mặt hàng

VMA Sản lượng được bán trên thị trường XK x

M là tổng sản lượng cùng loại được tiêu thụ trên thị trường XK x

Độ lớn của chỉ tiêu này phản ánh khả năng chiếm lĩnh của quốc gia trên thị trường. Đó cũng là chỉ tiêu thể hiện lợi thế của mặt hàng XK. Mặt hàng có thị phần càng lớn trên một thị trường nào đó thì mặt hàng đó càng có lợi thế cạnh tranh, thuận lợi cho hoạt động thúc đẩy XK. Ngược lại, một mặt hàng có thị phần nhỏ hay giảm sút trên thị trường thì cho thấy khó phát huy được lợi thế cạnh tranh, khó tăng trưởng XK hay mức tăng trưởng XK thấp.

(2) *Sức hấp dẫn của thị trường xuất khẩu* thể hiện khả năng sinh lời của một thị trường XK. Nếu một thị trường có quá nhiều đối thủ cạnh tranh hoặc thu hút nhiều đối thủ cạnh tranh mới hay các nhà sản xuất cung ứng gây sức ép với mặt hàng XK... thì thị trường đó không mấy hấp dẫn; thị trường sẽ khó hấp dẫn nếu người mua có quyền thương lượng lớn hay ngày càng cao, người mua gây sức ép đòi hỏi chất lượng cao hơn, các dịch vụ bán hàng nhiều hơn nhưng không muốn tăng giá, thậm chí còn muốn hạ giá.

Sức hấp dẫn là chỉ tiêu mang tính định tính nhiều hơn và cho biết khả năng nên triển khai các biện pháp thúc đẩy XK mặt hàng tại thị trường nào sẽ đạt kết quả cao hơn. Thị trường càng hấp dẫn hoạt động thúc đẩy XK càng thuận lợi. Trong trường hợp ngược lại các nỗ lực thúc đẩy XK sẽ khó khăn và hao tổn nhiều hơn về nguồn lực

(3) *Chỉ số chuyên môn hóa xuất khẩu (ES-Export specialization index)*

Chỉ số chuyên môn hóa XK được đo bằng cách so sánh tỷ trọng XK ngành hàng đó trong cơ cấu XK của một nước và tỷ trọng nhập khẩu ngành hàng đó trong cơ cấu nhập khẩu của một nước khác. Ý nghĩa của Chỉ số này cho biết thị trường đang xem xét liệu có phải là thị trường tiềm năng hay không.

Công thức tính:

$$ES = (Xce/Xc)/(Mci/Mci)$$

Trong đó:

ES (Export specialization index): Chỉ số chuyên môn hóa XK

Xce: Kim ngạch XK của Việt Nam

Xc: Tổng kim ngạch XK của Việt Nam

Mci: Kim ngạch nhập khẩu sản phẩm của Việt Nam

Mci: Tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam

+ Nếu $ES > 1$ tức $Xce/Xc > Mci/Mci$: cho biết thị trường đang xem xét có tiềm năng.

+ Nếu $ES < 1$ tức $Xce/Xc < Mci/Mci$: cho biết thị trường đang xem xét không có tiềm năng.

(4) *Chỉ số cường độ thương mại của mặt hàng XK (TI – Trade intensity index)*

Chỉ số TI của một ngành được đo bằng cách so sánh thị phần XK của nước XK tới nước nhập khẩu và thị phần XK của thế giới tới nước nhập khẩu của ngành hàng đó. Chỉ số này cho biết liệu luồng thương mại ngành hàng đó giữa hai nước đã tương xứng với tiềm năng thương mại của hai nước hay chưa.

Công thức tính:

$$TI = (Mce/Mci)/(Mwej/Mci)$$

Trong đó:

Mce: Thị phần XK của Việt Nam ngành hàng

Mci: Thị phần nhập khẩu của quốc gia nhập khẩu ngành hàng

Mwe: Thị phần XK của thế giới XK ngành hàng

Mci: Thị phần XK của quốc gia nhập khẩu ngành hàng

+ Nếu $TI > 1$ tức là $Mce/Mci > Mwe/Mci$: cho biết XK của nước XK vào nước nhập khẩu lớn hơn mức XK trung bình của thế giới đến nước nhập khẩu.

+ Nếu $TI < 1$ tức là $Mce/Mci < Mwe/Mci$: cho biết XK của nước XK vào nước nhập khẩu nhỏ hơn mức XK trung bình của thế giới đến nước nhập khẩu.

Các chính sách của nhà nước cũng như các biện pháp thúc đẩy XK của doanh nghiệp sẽ tác động tới mức tăng trưởng XK và có thể lượng hóa qua các chỉ tiêu trên

2.2. CHÍNH SÁCH NHÀ NƯỚC NHẪM THỨC ĐẨY XUẤT KHẨU NÔNG SẢN

2.2.1 Khái niệm, mục tiêu và đặc điểm CSNN nhằm thúc đẩy xuất khẩu nông sản

2.2.1.1. Khái niệm chính sách nhà nước thúc đẩy xuất khẩu nông sản

Theo William Jenkins (năm 1978) chính sách “là một tập hợp các quyết định liên quan với nhau được ban hành bởi một hoặc một nhóm các nhà hoạt động chính trị cùng hướng đến lựa chọn mục tiêu và các phương thức để đạt mục tiêu trong một tình huống xác định thuộc phạm vi thẩm quyền. [161]

Theo James Anderson (1984) đưa ra định nghĩa khái quát hơn về chính sách. Ông cho rằng: “Chính sách là đường lối hành động có mục đích được ban hành bởi một hoặc một tập hợp các nhà hoạt động chính trị để giải quyết một vấn đề phát sinh hoặc vấn đề cần quan tâm”. [160]

Từ điển Bách Khoa Việt Nam (1995) Chính sách là những chuẩn tắc cụ thể để thực hiện đường lối, nhiệm vụ. Chính sách được xây dựng để thực hiện trong một thời gian nhất định, trên những lĩnh vực cụ thể nào đó. Muốn hoạch định được chính sách đúng thì cần phải căn cứ vào tình hình thực tiễn trong từng giai đoạn, từng hoàn cảnh và điều kiện cụ thể. Nội dung cụ thể của chính sách tùy thuộc vào đường lối, nhiệm vụ chính trị, kinh tế, văn hóa của Nhà nước trong từng lĩnh vực hoạt động cũng như trong từng giai đoạn phát triển nhất định của đất nước... [128]

Theo tác giả Vũ Cao Đàm (2006) chính sách là một tập hợp biện pháp được thể chế hóa, mà một chủ thể quyền lực, hoặc chủ thể quản lý đưa ra, trong đó tạo sự ưu đãi một hoặc một số nhóm xã hội, kích thích vào động cơ hoạt động của họ nhằm thực hiện một mục tiêu ưu tiên nào đó trong chiến lược phát triển của một hệ thống xã hội”.

Theo Bách khoa toàn thư mở Wikipedia, Chính sách là một hệ thống nguyên tắc có chủ ý hướng dẫn các quyết định và đạt được các kết quả hợp lý [127]

Ngoài ra, một số ý kiến khác cho rằng: "Chính sách là phương thức hành động được một chủ thể khẳng định và thực hiện nhằm giải quyết những vấn đề lặp đi lặp lại".

Từ những định nghĩa trên rút ra *Chính sách là do một chủ thể doanh nghiệp hoặc nhà nước đưa ra, được ban hành căn cứ vào đường lối chính trị và tình hình thực tế, luôn nhắm đến một mục đích nhất định; nhằm thực hiện một mục tiêu cụ thể nào đó; chính sách được ban hành đều có sự tính toán và chủ đích rõ ràng.*

Chính sách của Nhà nước thông qua việc vạch ra đường lối, Chiến lược, Quy hoạch, kế hoạch, các định hướng chính sách, đó chính là những căn cứ chỉ đạo để Nhà nước ban hành các chính sách. Như vậy, các chính sách do Nhà nước ban hành là sự cụ thể hoá các quan điểm, tư tưởng, nội dung và vai trò QLNN đối đã được xác định trong các Nghị quyết và văn bản có tính định hướng pháp quy của Đảng và Nhà nước. Đó là các Nghị quyết Đại hội Đảng Cộng sản Việt Nam, Luật Thương mại Việt Nam...Đặc biệt, đối với một Nhà nước pháp quyền như Việt Nam, mọi chính sách nói chung và chính sách XK nói riêng đều cần phải được luật hoá thông qua các văn bản pháp luật của các cơ quan QLNN.

CSNN là hệ thống các quy định, công cụ và biện pháp của Nhà nước để điều chỉnh các hoạt động của quốc gia trong những thời kỳ nhất định nhằm đạt được các mục tiêu đề ra trong Chiến lược phát triển kinh tế xã hội.

Trên cơ sở các quan niệm của các tác giả trong và ngoài nước, có thể đưa ra các *đặc trưng cơ bản* sau đây về CSNN:

- Chủ thể ban hành chính sách là Nhà nước; Bao gồm một hệ thống các hoạt động của chủ thể chính sách; Mục đích ban hành chính sách nhằm vào một hoặc một số mục tiêu ngắn hạn hoặc dài hạn. Mỗi chính sách luôn có một hoặc nhiều mục tiêu. Chính sách sẽ trở nên vô nghĩa khi không có mục tiêu hoặc mục tiêu không rõ ràng. Mục tiêu thay đổi, chính sách cũng thay đổi theo để phục vụ mục tiêu.

- Mục tiêu của chính sách là các mục tiêu cụ thể hóa các mục tiêu trong chiến lược PTKTXH của quốc gia, trong một thời gian nhất định.

- Các hoạt động về chính sách phải ảnh hưởng rộng lớn đến đối tượng tác động của chính sách và không mâu thuẫn với hệ thống pháp luật hiện hành.

XK là một hoạt động kinh tế có vai trò to lớn đối với mỗi nền kinh tế quốc gia, để điều chỉnh hoạt động này theo hướng có lợi nhất, các CSNN cần được xây dựng,

hoàn thiện và thường xuyên điều chỉnh theo hướng phù hợp với những biến động của nền kinh tế và môi trường. [185]

Với quan niệm như trên, CSNN nhằm thúc đẩy XKNS được hiểu là *hệ thống các quan điểm, mục tiêu, nguyên tắc và các công cụ, biện pháp thích hợp mà nhà nước phải sử dụng để tác động vào lĩnh vực XKNS theo hướng tăng trưởng với mục tiêu đã định trong Chiến lược phát triển KTXH, Quy hoạch của ngành trong những khoảng thời gian nhất định.*

Trong khái niệm CSNN nhằm thúc đẩy XKNS trên đây, cần lưu ý:

- CSNN nhằm thúc đẩy XKNS là chính sách Công, do Nhà nước ban hành. Nhà nước được hiểu là các cơ quan có thẩm quyền trong bộ máy Nhà nước bao gồm Quốc hội, Chính phủ, các Bộ, ngành, chính quyền địa phương.

- CSNN nhằm thúc đẩy XKNS không chỉ là những dự định, những chủ trương của Nhà nước sẽ được thực hiện và đưa lại kết quả trên thực tế mà còn cả quyết định hành động.

- CSNN nhằm thúc đẩy XKNS bao gồm nhiều yếu tố cấu thành. Đó là quan điểm, chủ trương, Chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, nguyên tắc, công cụ, biện pháp được Nhà nước lựa chọn. Chính sách thúc đẩy XKNS là chính sách tổng hợp bao gồm nhiều chính sách bộ phận, chính sách cụ thể hợp thành.

- Đối tượng chịu tác động của chính sách là lĩnh vực XKNS quốc gia. Cụ thể hơn, đó là tổng thể những hoạt động kinh tế trong lĩnh vực liên quan trực tiếp hoặc gián tiếp tới sản xuất và tiêu thụ XK. Phạm vi rộng hẹp của chính sách tùy thuộc mục đích, phạm vi nghiên cứu. Trong điều kiện mở cửa HNKTQT, thị trường trong nước và thị trường thế giới có quan hệ gắn bó, liên hệ mật thiết với nhau, CSNN nhằm thúc đẩy XKNS cũng có thể được nghiên cứu ở phạm vi rộng hơn, từ khâu sản xuất XK tới khâu tiêu thụ XK. Nghiên cứu CSNN nhằm thúc đẩy XKNS như vậy bảo đảm tính đồng bộ, toàn diện của quá trình XK. Đề tài này nghiên cứu CSNN nhằm thúc đẩy XK theo phạm vi rộng, có nghĩa là nghiên cứu tác động của chính sách tới cả quá trình sản xuất và quá trình tiêu thụ

- CSNN nhằm thúc đẩy XKNS có mục tiêu xác định và thay đổi theo sự thay đổi của mục tiêu. Mục tiêu của CSNN nhằm thúc đẩy XKNS là mục tiêu trung gian, mục tiêu bộ phận trong chùm mục tiêu của CSTM quốc gia, chính sách tài chính, chính sách đầu tư, KHCN của chùm mục tiêu lớn hơn là mục tiêu kinh tế vĩ mô, mục tiêu chiến lược phát triển KTXH quốc gia. Thực hiện các mục tiêu của CSNN nhằm thúc đẩy XKNS là nhằm hướng tới thực hiện mục tiêu của CSTM, chính sách kinh tế vĩ mô và thực hiện mục tiêu cuối cùng là mục tiêu chiến lược phát triển KTXH.

- Điểm cốt lõi xuyên suốt trong CSNN nhằm thúc đẩy XKNS là vấn đề lợi ích của các đối tượng chịu tác động trực tiếp hoặc gián tiếp của chính sách (nông dân, doanh nghiệp kinh doanh XK, ngân hàng, nhà khoa học, người tiêu dùng trong nước). Nhưng xét đến cùng, chính sách phải mang lại lợi ích toàn xã hội, lợi ích quốc gia. Trong một số trường hợp riêng biệt, nó có thể mang lại lợi ích cho nhóm người này nhưng lại gây bất lợi cho nhóm người khác. Tuy nhiên, tiêu chuẩn để đánh giá chính sách XK phải là lợi ích toàn xã hội, lợi ích quốc gia.

Trong luận án này, với các mục tiêu và giới hạn đã nghiên cứu ở phần trên, khái niệm CSNN đã nêu với điểm cần lưu ý trên sẽ được sử dụng nhất quán phục vụ cho các nội dung nghiên cứu ở các phần sau.

Vai trò của CSNN nhằm thúc đẩy XKNS là một bộ phận của chính sách phát triển KTXH có quan hệ chặt chẽ và phục vụ cho sự phát triển KTXH của đất nước, tác động mạnh mẽ đến quá trình tái sản xuất, chuyển dịch cơ cấu kinh tế, đến quy mô và phương thức tham gia của nền kinh tế mỗi nước vào phân công lao động quốc tế và KTQT. Bên cạnh đó, chính sách này còn có vai trò to lớn trong việc khai thác triệt để lợi thế so sánh của nền kinh tế trong nước, phát triển các ngành sản xuất và dịch vụ đến quy mô tối ưu, đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng kinh tế và nâng cao hiệu quả của các hoạt động kinh tế.

CSNN nhằm thúc đẩy XK tạo nên các tác động tích cực khi có cơ sở khoa học và thực tiễn, xuất phát từ các bối cảnh khách quan của nền kinh tế thế giới, chú ý đến đặc điểm và trình độ phát triển của nền kinh tế trong nước, tuân theo các quy luật khách quan trong sự vận động của các quan hệ kinh tế quốc tế và thường xuyên được bổ sung, hoàn chỉnh phù hợp với những biến đổi của thực tiễn.

2.2.1.3. Đặc điểm chính sách thúc đẩy xuất khẩu nông sản của Việt Nam hiện nay
Chính sách nhà nước về XK có một số đặc điểm chủ yếu sau:

- *CSNN về thúc đẩy XKNS của Việt Nam gắn với quá trình quá độ của nền kinh tế chuyển đổi*

Sản xuất nông nghiệp của Việt Nam đang trong giai đoạn biến chuyển nhanh chóng giữa sản xuất tự cung tự cấp và sản xuất chuyên môn hóa hiện đại. Chính vì vậy, chính sách XK Việt Nam cũng là chính sách quá độ. Tính chất quá độ đó thể hiện ở ba điểm sau:

Một là, CSNN về XK nông sản nói chung và mặt hàng cà phê nói riêng mang dấu ấn tư tưởng tự cung, tự cấp. Hiện nay, xu thế xuất khẩu của nước ta là khuyến khích XK hàng chất lượng cao qua chế biến, vừa tăng giá trị vừa bảo đảm thương hiệu Việt Nam trên thị trường thế giới. Các sản phẩm Việt Nam xuất khẩu vẫn còn XK chủ yếu dưới dạng thô, GTGT thấp. Việc để có sản phẩm chất lượng cao, doanh nghiệp phải đầu tư công nghệ mới, cải tiến kỹ thuật và các dây chuyền máy móc rất đắt tiền.

Hai là, CSNN về XK nông sản Việt Nam hiện đang thiên về khai thác nguồn lực theo chiều rộng, những chính sách đầu tư cho thâm canh, khai thác nguồn lực theo chiều sâu chưa cao. Đây cũng là đặc điểm của giai đoạn sản xuất đa dạng hóa sản phẩm. Trong những năm qua, ngành sản xuất của Việt Nam nói chung và ngành hàng cà phê nói riêng đang gặp phải nhiều bất cập và đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức như ảnh hưởng của biến đổi khí hậu làm cho thời tiết, sâu bệnh diễn biến bất thường, đặc biệt là tình trạng hạn hán kéo dài, mưa trái vụ, bão lũ, sâu bệnh... làm ảnh hưởng xấu tới sinh trưởng, phát triển và năng suất, chất lượng cà phê. Giá cả vật tư, lao động đầu vào và giá cà phê thế giới luôn biến động thất thường làm cho người trồng cà phê, các đơn vị liên quan đến XK cà phê không yên tâm đầu tư, được mùa thì rớt giá, được giá thì mất mùa. Khi giá cà phê tăng cao nhiều hộ dân ồ ạt phát triển tự phát ngoài vùng quy hoạch và tăng cường thâm canh, chặt phá rừng để đạt năng suất tối đa. Ngược lại, khi giá cà phê xuống thấp vội vàng chuyển đổi sang trồng cây khác, không chăm bón đủ, kịp thời làm cho vườn cà phê nhanh suy kiệt, diện tích cà phê năng suất và hiệu quả thấp ngày càng tăng lên. Bên cạnh đó, do thiếu hiểu biết nhiều hộ nông dân chưa thực hiện đúng quy trình kỹ thuật chăm sóc, thu hái, điều kiện sơ chế, bảo quản còn kém nên chất lượng cà phê nhân chưa đồng đều, thất thoát về khối lượng và chất lượng còn cao, thiếu sự liên kết giữa các hộ trồng cà phê và giữa người trồng và các đối tác liên quan trong toàn ngành, thiếu tính bình đẳng trong quan hệ thương mại, chi phí trung gian tăng cao, hiệu quả sản xuất, kinh doanh thấp và người trồng cà phê dễ gặp nhiều rủi ro.

Ba là, XK nông sản không ổn định, luôn bị động với cơ cấu sản xuất nông sản kiểu tự cấp, tự túc và nhu cầu thị trường biến động. Khối lượng XK còn thiếu ổn định, chất lượng chưa cao, không đồng đều là hệ quả của chính sách XK nông sản quá độ của một nước có nền sản xuất nông nghiệp quy mô nhỏ, manh mún, sử dụng các biện pháp canh tác lạc hậu, chậm được cải tiến, năng suất lao động chưa cao chất lượng thấp do công nghệ thu hoạch và bảo quản nông sản nói chung và mặt hàng cà phê còn lạc hậu, đầu tư chế biến để tăng hàm lượng giá trị chưa nhiều. Công nghệ các nhà máy chế biến của Việt Nam đã được đầu tư trong thời gian qua còn yếu so với yêu cầu về chất lượng sản phẩm, đặc biệt là chất lượng sản phẩm để XK thì năng lực chế biến ở khâu sơ chế chỉ đạt khoảng 20%, khâu tinh chế đạt 40%, công nghệ sấy chất lượng cao mới chỉ đạt 20%. Mặc dù Việt Nam là một trong những nước dẫn đầu về sản lượng cà phê trên thế giới (đứng thứ 2 sau Braxin) nhưng doanh số và GTGT của mặt hàng cà phê Việt Nam thu được là không nhiều bởi cà phê Việt Nam XK chủ yếu là cà phê thô (nhân).

Đặc điểm chuyển đổi của CSNN về XK như phân tích trên đây là khách quan. Bởi lẽ, chính sách thúc đẩy XK không thể vượt quá xa những gì mà đối tượng tác động của nó là lĩnh vực sản xuất hiện có. Nó phải phù hợp với trình độ sản xuất của ngành sản xuất. Mặt khác, ở vị thế chủ động, chính sách thúc đẩy quá trình chuyển mạnh sản xuất nông nghiệp từ tự cung, tự cấp sang chuyên môn hóa hiện đại. Do đó, nó có đặc điểm của sản xuất tự cung, tự cấp đồng thời có cả đặc điểm của sản xuất chuyên môn hóa nhưng ở trình độ thấp.

- *CSNN về XKNS mang đặc trưng của nền kinh tế thị trường chuyển đổi*

Song song với quá trình quá độ từ sản xuất tự cung, tự cấp sang sản xuất chuyên môn hóa hiện đại, sản xuất nông nghiệp Việt Nam (bao gồm cả sản xuất và tiêu thụ nông sản XK) thực hiện sự chuyển đổi cùng với nền kinh tế từ mô hình kinh tế kế hoạch tập trung sang mô hình nền KTTT, định hướng XHCN, mở cửa, hội nhập ngày càng sâu rộng vào nền kinh tế khu vực và thế giới. Sự chuyển đổi đó là một quá trình, trong đó, những đặc trưng của kế hoạch hóa tập trung không thể được thay thế hoàn hảo ngay bởi những đặc trưng của kế hoạch hóa trong nền KTTT. Trong điều kiện như vậy, chính sách XK cả phê phải phù hợp với đặc điểm chuyển đổi của đối tượng mà nó tác động. Hơn nữa, ảnh hưởng dấu ấn của cơ chế kế hoạch hóa tập trung đối với xã hội là khá sâu sắc. Do đó, việc hoạch định và thực thi chính sách XK cả phê khó tránh khỏi những ảnh hưởng không mong muốn của kế hoạch hóa kiểu cũ. Người ban hành chính sách chưa dứt khoát hẳn với tư duy kế hoạch hóa tập trung, nhận thức và trình độ kế hoạch hóa theo KTTT còn hạn chế. Những người thực thi và chấp hành chính sách cũng chưa thoát khỏi tâm lý, thói quen của kế hoạch hóa kiểu cũ. Mặt khác, những cơ quan hoạch định và điều hành chính sách cũng muốn cố nắm giữ quyền lực thông qua cơ chế xin cho theo kiểu cũ.

Những phân tích trên cho thấy, CSNN về XK cả phê của Việt Nam không chỉ phụ thuộc vào tính chất chuyển đổi của bản thân đối tượng CSNN về XK cả phê là hoạt động sản xuất và tiêu thụ XK mà còn phụ thuộc nhiều vào nhận thức chủ quan của những người hoạch định và thực thi chính sách XK. Mặt khác, chính sách XK cả phê Việt Nam còn đang chuyển đổi theo hướng tương thích với mức độ mở cửa và hội nhập của nền kinh tế đất nước với kinh tế khu vực và thế giới, tương thích với nền KTTT ở các nước trong khu vực và thế giới, phù hợp với thông lệ quốc tế. Điều này bảo đảm sự phát triển vững chắc, an toàn của sản xuất và tiêu thụ cả phê XK, của nền kinh tế nông nghiệp, một khu vực nhạy cảm của nền kinh tế.

Như vậy có thể thấy, CSNN về XK cả phê Việt Nam mang đặc điểm chuyển đổi của sản xuất và tiêu thụ cả phê XK nói riêng và của nền kinh tế nói chung. Đặc điểm này sẽ giảm đi cùng với sự ngày càng hoàn thiện và phát triển của nền kinh tế thị trường Việt Nam, sự hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế của nền kinh tế Việt Nam.

CSNN nhằm thúc đẩy XKNS Việt Nam gắn liền với xu hướng phát triển nông nghiệp bền vững

Khái niệm nông nghiệp bền vững bao gồm những nội dung dung hòa và kết hợp giữa hai lĩnh vực mâu thuẫn nhau. Đó là ý chí phát triển sản xuất, cải thiện thu nhập với bảo vệ tài nguyên môi trường, giữa hiệu quả và công bằng (kinh tế và xã hội), giữa những giải pháp ngắn hạn (như tăng năng suất, giảm giá thành) với mục tiêu dài hạn (tăng trưởng bền vững).

Chính sách xuất khẩu nông sản Việt Nam nói chung và mặt hàng cà phê nói riêng trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa cần phải bảo đảm thực hiện các yêu cầu của một nền nông nghiệp bền vững và rộng hơn nữa là bảo đảm thực hiện mục tiêu phát triển bền vững.

Quy hoạch vùng nông sản XK bảo đảm khai thác ở mức độ hợp lý hiệu quả các nguồn lực, tránh làm cạn kiệt nguồn tài nguyên thiên nhiên. Chẳng hạn, Nhà nước thực hiện quy hoạch vùng trồng cà phê, theo đó, diện tích trồng cà phê bị thu hẹp, hạn chế tình trạng nông dân phá rừng trồng cà phê, khoan giếng tràn lan, lấy nước tưới cà phê, làm cạn kiệt nguồn nước ngầm; giảm cung cà phê nhằm cải thiện giá cà phê XK; chuyển diện tích đất cà phê sang trồng các nông sản khác có giá trị kinh tế cao hơn và bảo đảm mục tiêu phát triển bền vững. Hệ quả của chính sách trên là vừa nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực, đồng thời giữ gìn môi trường tự nhiên. Như vậy, yêu cầu thứ nhất của phát triển nông nghiệp bền vững được đáp ứng. Như vậy có thể thấy rằng, CSNN nhằm thúc đẩy XK cà phê Việt Nam gắn liền với xu hướng phát triển nông nghiệp bền vững.

- *CSNN nhằm thúc đẩy XKNS không tách rời với các chiến lược và chính sách phát triển các ngành khác.*

CSNN nhằm thúc đẩy XK phải hài hòa với chiến lược phát triển các ngành sản xuất và dịch vụ như công nghiệp, nông nghiệp, ngân hàng, vận tải, viễn thông... Chiến lược XK không thể thành công nếu chiến lược của các ngành sản xuất nông nghiệp, công nghiệp, vận tải, ngân hàng, bưu chính viễn thông... phát triển kém, thiếu đồng bộ.

2.2.1.4. Mục tiêu của các CSNN nhằm thúc đẩy xuất khẩu nông sản

CSNN nhằm thúc đẩy XKNS luôn định hướng cho hoạt động XK phù hợp với mong muốn mà Nhà nước theo đuổi thể hiện trong việc Nhà nước ban hành các quy định điều chỉnh tăng cường các hoạt động XKNS sao cho đạt được mục tiêu mà Nhà nước đề ra. CSNN nhằm thúc đẩy XKNS hướng tới mục tiêu:

- Khuyến khích hoạt động XK phát triển – cũng có nghĩa là hoạt động XK sẽ nhận được những hỗ trợ của Nhà nước như việc quan tâm, tạo điều kiện thuận lợi và giúp đỡ hoạt động XK phát triển với các mục tiêu, các biện pháp của chính sách cũng có vai trò định hướng cho hoạt động XKNS. Biện pháp của CSNN có tác động thúc đẩy, cân bằng hay kìm hãm rất lớn đến hoạt động XKNS. Chính sách

nhà nước thúc đẩy XK sẽ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp trong nước tham gia tốt hơn vào quá trình phân công lao động quốc tế: có thể thực hiện quá trình chuyên môn hoá sâu hơn đồng thời tăng khả năng mở rộng sản xuất cả chiều rộng và chiều sâu, mở rộng thị trường, mở rộng quan hệ hợp tác với đối tác nước ngoài.

- CSNN nhằm thúc đẩy XK góp phần phát huy những mặt tốt của nền kinh tế thị trường đồng thời hạn chế những mặt tiêu cực của nó. Gắn nền sản xuất trong nước với các hoạt động của nền kinh tế thế giới. Tạo được sự liên kết với thế giới, hội nhập với nhu cầu và xu hướng của thế giới, giúp nền kinh tế bắt kịp với những nền kinh tế phát triển hơn.

- Đạt được tốc độ tăng trưởng KNXK hợp lý và duy trì trong một thời gian đủ dài, thị trường XK được mở rộng, chất lượng sản phẩm không ngừng nâng cao. Các chính sách sẽ tác động từ sản xuất, nuôi trồng, thu hoạch, phân phối Để gia tăng giá trị cho mặt hàng XKNS ra thị trường thế giới cả về lượng và chất, quy mô và phạm vi thị trường.

- Hoạt động XKNS đóng góp vào nâng cao chất lượng tăng trưởng; thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng CNH, HĐH; cải thiện cán cân thanh toán và giảm thâm hụt cán cân thương mại;

- Nâng cao chất lượng của mặt hàng và nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành hàng và uy tín doanh nghiệp XK; Tạo điều kiện mở rộng khả năng sản xuất cung cấp đầu vào mở rộng khả năng tiêu dùng của mỗi quốc gia. Tạo việc làm, nâng cao thu nhập và cải thiện các điều kiện lao động cho người dân trực tiếp tham gia hoạt động sản xuất kinh doanh.

- Tạo nền tảng vững chắc cho doanh nghiệp về pháp lý, về các chính sách hỗ trợ và tạo điều kiện cho doanh nghiệp XK cơ hội mới được tiếp thu khoa học kỹ thuật hiện đại, củng cố bộ máy tổ chức sản xuất, nâng cao địa vị của doanh nghiệp trên trường quốc tế.

2.2.1.5. Tiêu chí đánh giá chính sách

Các tiêu chí đánh giá chính sách có tác dụng đo lường những giá trị, khả năng mà một chính sách hay chương trình có thể đem lại trong tương lai. Đối với chính sách nhà nước, các tiêu chí đo lường phải phản ánh được giá trị mà mục tiêu nhà nước theo đuổi. Việc sử dụng các tiêu chí đánh giá công khai cho phép thiết lập các tiêu chuẩn rõ ràng, giữ cho việc phân tích chính sách được khách quan và trọng tâm. Tùy theo từng lĩnh vực, sẽ có các tiêu chí đánh giá chính sách khác nhau. Thông thường, các tiêu chí đánh giá tập trung vào những phương diện sau đây:

- Tính hiệu lực của chính sách phản ánh mức độ tác động, ảnh hưởng của chính sách đó trên thực tế, làm biến đổi hoặc duy trì thực tế theo mong muốn của

Nhà nước. Tính hiệu lực của chính sách thể hiện ở mức độ đạt được các mục tiêu đề ra.

- Tính hiệu quả của chính sách phản ánh tương quan so sánh giữa kết quả do chính sách đưa lại với chi phí đã bỏ ra. Phương pháp phân tích chi phí – lợi ích thường được sử dụng để xác định hiệu quả của chính sách. Nếu không quan tâm tính toán hiệu quả sẽ dẫn đến lãng phí, thất thoát tiền của và kinh phí từ ngân sách nhà nước.

- Tính công bằng của chính sách thể hiện ở chỗ thông qua chính sách, Nhà nước thực hiện phân phối lại thu nhập giữa các tầng lớp dân cư, đồng thời trợ giúp cho các đối tượng dễ bị tổn thương, như người nghèo, người già, trẻ em và người tàn tật để khắc phục tình trạng bất bình đẳng về thu nhập giữa các nhóm xã hội. Tính công bằng của chính sách còn thể hiện ở sự phân bổ hợp lý các chi phí và lợi ích, các quyền và nghĩa vụ giữa các chủ thể tham gia hoạch định, thực thi chính sách và các nhóm đối tượng liên quan đến chính sách.

- Chú trọng đánh giá tác động của chính sách đến các đối tượng hưởng lợi từ chính sách. Tác động của chính sách phản ánh kết quả đầu ra hay kết quả cuối cùng của chính sách. Đây là một tiêu chí rất quan trọng trong đánh giá chính sách công. Song việc đánh giá tác động của chính sách cũng là khâu khó khăn nhất trong đánh giá chính sách, bởi lẽ các tác động này đôi khi rất khó đo lường. Việc đánh giá tác động này không thể căn cứ vào những ý kiến chủ quan của các cấp chính quyền, mà phải được đo lường bằng mức độ hài lòng của người dân về các lợi ích được hưởng. Cần tổ chức các cuộc khảo sát lấy ý kiến đánh giá của người dân, đối tượng hưởng lợi từ chính sách.

- Mức độ giải quyết vấn đề chính sách. Mỗi chính sách được xây dựng khởi nguồn từ việc xác định vấn đề chính sách – đó là nhu cầu xã hội hay mâu thuẫn trong xã hội đòi hỏi Nhà nước phải sử dụng quyền lực công để giải quyết nhằm đạt tới mục tiêu hiệu quả, ổn định và công bằng xã hội. Nhu cầu giải quyết vấn đề của chính sách thường thể hiện ở các mục tiêu của chính sách.

Để có chính sách chất lượng, quá trình đánh giá tác động pháp luật, bên cạnh tính tuân thủ nghiêm ngặt về quy trình, cần phải coi trọng yếu tố nội dung của chính sách, được đo lường thông qua đánh giá những tác động tiêu cực, tích cực dựa trên các tiêu chí xác đáng.

2.2.2. Các chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu nông sản

2.2.2.1. Chính sách thị trường xuất khẩu

a. Mục tiêu chính sách

Chính sách thị trường XK là tổng thể các biện pháp, quan điểm và mục tiêu của Nhà nước nhằm xây dựng và duy trì thị trường trọng điểm, mở rộng các thị trường XK tiềm năng mới.

Mục tiêu của chính sách tập trung vào việc xác định cơ cấu thị trường, trong đó xác định tổng quan thị trường tiềm năng, thị trường mục tiêu, thị trường trọng điểm, thị trường phụ cận, bổ trợ,... nhằm đảm bảo khai thác tiềm năng, lợi thế của từng thị trường, bảo đảm chủ động về thị trường, tránh hẫng hụt về thị trường do những biến động về kinh tế, chính trị, thiên tai... trên thế giới gây ra.

b. Nội dung chính sách

Nội dung của chính sách gồm xây dựng định hướng và các biện pháp mở rộng thị trường, xâm nhập thị trường mới, xây dựng thị trường trọng điểm, các biện pháp có đi có lại giữa các quốc gia mang tính chất song phương hoặc đa phương, việc tham gia vào các Hiệp định thương mại và thuế quan trong phạm vi khu vực hay toàn cầu nhằm tạo điều kiện cho hoạt động thương mại quốc tế phát triển phục vụ cho các mục tiêu phát triển kinh tế – xã hội.

Các Bộ ngành, các tổ chức XTTM, các đại diện thương mại và ngoại giao ở nước ngoài cùng phối hợp để giới thiệu hàng hoá của quốc gia với bạn hàng quốc tế, hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc nghiên cứu, tìm hiểu, dự báo thị trường XK, cung cấp những thông tin cập nhật về thị trường cho doanh nghiệp. Trong quan hệ đối ngoại, việc nhà nước nỗ lực tăng cường hợp tác kinh tế quốc tế thông qua ký kết các hiệp định thương mại song phương, đa phương, đồng thời tham gia vào các tổ chức kinh tế quốc tế cũng là một nội dung quan trọng của hoạt động mở rộng thị trường XK.

2.2.2.2. Chính sách phát triển và chuyển dịch cơ cấu mặt hàng xuất khẩu

a. Mục tiêu chính sách

Chính sách phát triển và chuyển dịch cơ cấu mặt hàng XK là việc Chính phủ đưa ra danh mục các mặt hàng cần được định hướng và khuyến khích XK, đảm bảo phù hợp với việc khai thác lợi thế so sánh của quốc gia, trình độ phát triển và đặc điểm của nền kinh tế đất nước cũng như đề ra các danh mục mặt hàng cần hạn chế, thậm chí cấm XK trong một thời gian nhất định, trong một số trường hợp có thể cần sự bảo hộ của một số ngành sản xuất trong nước mới phát triển hoặc cần bảo vệ nguồn tài nguyên quý hiếm.

b. Nội dung chính sách

Chính sách phát triển và chuyển dịch cơ cấu mặt hàng XK bao gồm nhiều tầng, vừa đảm bảo tính đa dạng, phong phú về chủng loại, vừa có mũi nhọn, chiều sâu ở cấp quốc gia, cũng như các cấp, các đơn vị của nền kinh tế quốc dân. Chính sách phát triển và chuyển dịch cơ cấu mặt hàng XK phải đảm bảo phát triển mặt hàng với cơ cấu hợp lý, phù hợp với nhu cầu thị trường nội địa và XK. Việc xây dựng chính sách mặt hàng gắn bó chặt chẽ và tương thích với chính sách thị trường.

2.2.2.3. Chính sách xúc tiến xuất khẩu

a. Mục tiêu chính sách

XK là hoạt động thương mại ở nước ngoài, do đó XTTM đóng một vai trò cực kỳ quan trọng trong việc nâng cao NLCT của các doanh nghiệp Việt Nam và góp phần vào sự thành công của quá trình hội nhập kinh tế thế giới của Việt Nam. Xúc tiến XK được hiểu là những công cụ của chính sách nhằm thúc đẩy trực tiếp hoặc gián tiếp đến các hoạt động XK. sau: Xây dựng chiến lược, định hướng XK; Ban hành các biện pháp chính sách hỗ trợ XK; Lập các Viện nghiên cứu cung cấp thông tin cho các nhà XK; Đào tạo cán bộ, chuyên gia giúp các nhà XK; Lập các cơ quan nhà nước ở nước ngoài để nghiên cứu tại chỗ tình hình hàng hóa, thương nhân và chính sách của Chính phủ nước sở tại...

b. Nội dung chính sách

Chính sách XT xuất khẩu bao gồm các chính sách như:

- Chính sách, chương trình XTTM quốc gia điều phối các hoạt động hợp tác quốc tế về XK Việt Nam.
- Chính sách xúc tiến và tiếp cận thị trường, mở hội chợ, triển lãm, khuyến khích XK thông qua Hiệp hội ngành hàng.
- Chính sách quảng bá và xây dựng thương hiệu Việt Nam dưới nhiều hình thức khác nhau.
- Chính sách hỗ trợ về thông tin: giúp các Doanh nghiệp tiếp cận thị trường thông tin dễ dàng, nhanh chóng và kịp thời về: nhu cầu và đặc điểm thị trường XK như nhu cầu tiêu dùng, thông tin về pháp luật và môi trường vĩ mô, các rào cản kỹ thuật đối với thương mại, các đối thủ cạnh tranh tại thị trường XK... Đồng thời theo dõi, phân tích, dự báo thị trường hiện tại và tương lai.

2.2.2.4. Chính sách khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất và phân phối hàng xuất khẩu

a. Mục tiêu chính sách

Chính sách khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất và phân phối hàng XK là những quy định của Nhà nước tạo điều kiện cho phép các đối tượng nào được trực tiếp tham gia vào hoạt động thương mại, quy định việc đăng ký kinh doanh thực hiện tại cơ quan QLNN có thẩm quyền, quy định quyền hạn và nghĩa vụ của thương nhân đối với XK; hỗ trợ các doanh nghiệp thực hiện sản xuất, phân phối hàng xuất khẩu.

b. Nội dung chính sách

Chính sách khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất và phân phối hàng xuất khẩu tác động đến thúc đẩy XK thông qua việc mở rộng kinh doanh sản

phẩm XK cho mọi chủ thể của nền kinh tế như: doanh nghiệp tư nhân, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, doanh nghiệp nhà nước.. Theo đó, các thương nhân nước ngoài phải tuân thủ các quy định của pháp luật Việt Nam và đồng thời cũng được hưởng một số ưu đãi và được tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh tại Việt Nam.

2.2.2.5. Chính sách gắn sản xuất với xuất khẩu

a. *Mục tiêu chính sách*: Thúc đẩy mạnh mẽ hàng XK mối quan hệ biện chứng, tác động qua lại giữa sản xuất và XK. Sản xuất tốt thì XK tốt, kinh tế tăng trưởng và ngược lại.

b. *Nội dung chính sách*

Sản xuất là điều kiện cần của XK. Muốn tạo ra được hàng hoá XK chiếm lĩnh được thị trường thì khâu sản xuất phải được chú trọng, để tạo ra sản phẩm chất lượng tốt, giá thành hạ. Muốn vậy phải tạo điều kiện để người sản xuất hiểu biết về thị trường của từng nước, từng khu vực trên thế giới và thị trường trong nước. Thiết lập tốt mối quan hệ bạn hàng với các tổ chức và cá nhân kinh doanh xuất nhập khẩu trong và ngoài nước thực hiện phương châm “ Buôn có bạn, bán có phường “ thực hiện các chính sách ưu đãi đối với các nhà sản xuất hàng XK như: các doanh nghiệp sản xuất hàng XK được miễn thuế doanh thu. Các doanh nghiệp sản xuất hàng XK tăng lợi nhuận đầu tư vào sản xuất hàng XK được giảm thuế lợi tức, các doanh nghiệp gia công hàng hoá cho nước ngoài được miễn thuế nhập khẩu đối với thiết bị, vật tư tiêu dùng cho gia công hàng, tiền gia công hàng được miễn thuế doanh thu. Vật tư hàng nhập khẩu dùng để sản xuất hàng XK được hoàn lại thuế nhập khẩu đã nộp.

2.2.2.6. Chính sách KHCN hỗ trợ sản xuất và sau thu hoạch

a. *Mục tiêu chính sách*

Đây là chính sách về vai trò của Nhà nước trong việc tạo ra, lựa chọn và phổ biến kỹ thuật nông nghiệp mới cho XK tới hộ nông dân. Công nghệ càng ngày càng đóng vai trò quan trọng trong tất cả các lĩnh vực sản xuất, thương mại. Đối với ngành hàng cà phê, Nhà nước có các chính sách hỗ trợ về công nghệ sản xuất (rang xay), thu hoạch tiên tiến và hiện đại. Chính sách này một mặt góp phần nâng cao chất lượng cà phê XK, một mặt tăng tính hiệu quả trong sản xuất, chế biến, bảo quản.

b. *Nội dung chính sách*

Ứng dụng KHCN trong trồng trọt, sản xuất, tích trữ và chế biến cà phê của vùng Tây Nguyên có tính chất quyết định đến chất lượng, năng suất góp phần giảm giá thành sản phẩm và tăng tính cạnh tranh của cà phê Việt Nam trên thị trường thế giới. Thời gian qua, Nhà nước đã ban hành nhiều cơ chế chính sách hỗ trợ phát triển

sản xuất nông nghiệp nói chung và sản xuất cà phê nói riêng, nhất là chính sách hỗ trợ đầu vào và hỗ trợ đầu ra qua đó góp phần bình ổn giá cà phê cho người sản xuất.

2.2.2.7. Chính sách về đổi mới các công cụ và thể chế quản lý xuất khẩu

a. Mục tiêu chính sách

Chính sách về đổi mới các công cụ và thể chế quản lý XK bao gồm: các chính sách và biện pháp kinh tế nhằm tác động một cách gián tiếp đến hoạt động thương mại quốc tế như chính sách tín dụng, chính sách giá cả và tỷ giá hối đoái, cũng như chính sách sử dụng các đòn bẩy kinh tế ... Các chính sách này có thể gây tác động thúc đẩy hay điều chỉnh sự phát triển của hoạt động thương mại quốc tế.

b. Nội dung chính sách

- Chính sách tín dụng: Tổng thể các quy định này bao gồm toàn bộ các vấn đề liên quan đến cấp tín dụng như: Quy mô, lãi suất, kỳ hạn, đảm bảo, phạm vi, các khoản tín dụng có vấn đề và các nội dung khác... Trên thực tế hầu hết các doanh nghiệp XK đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ thường gặp khó khăn về mặt tài chính. Vì vậy các CSNN hỗ trợ ưu đãi tín dụng sẽ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp hoạt động tốt hơn, mở rộng thị trường XK và làm tăng khả năng tiêu thụ hàng hóa.

- Chính sách tỷ giá hối đoái: Trong quá trình HNKTQT, chính sách tỷ giá có vai trò quan trọng như một công cụ điều tiết các quan hệ kinh tế quốc tế. Về nguyên lý, tỷ giá hối đoái thay đổi sẽ làm thay đổi mức giá tương đối của hàng hóa và dịch vụ bằng đồng tiền trong nước và đồng tiền nước ngoài, nên tỷ giá sẽ có ảnh hưởng nhất định đến xuất nhập khẩu. Tuy nhiên, do tỷ giá có tác động không chỉ đến xuất nhập khẩu mà nó có tác động đến lạm phát và ổn định thị trường tài chính. Chính vì vậy, tỷ giá là một công cụ quản lý vĩ mô rất quan trọng của Chính phủ các nước, và khi sử dụng công cụ này trong quản lý vĩ mô, có hai vấn đề quan trọng mà các nhà hoạch định chính sách các nước đều phải xem xét khi quyết định cơ chế điều hành tỷ giá đó là ảnh hưởng của tỷ giá đến ổn định vĩ mô và ảnh hưởng của tỷ giá đến xuất nhập khẩu. Tỷ giá VNĐ hiện nay đang là những yếu tố để kích thích XK. Tuy nhiên, chính sách này có thể có những tác động nhiều mặt tới nền kinh tế. Vì vậy, việc sử dụng chính sách tỷ giá để XK cà phê ra thị trường thế giới nói riêng cần có chiến lược và cân trọng.

- Chính sách thuế của nhà nước tác động tới cả cung và cầu hàng hóa thông qua tác động vào giá và các yếu tố đầu vào như thuế nhập khẩu phân bón, thuế nông nghiệp, thuế nhập khẩu giống.... và các khoản chi phí khác như phí thủy lợi..... Các khoản phí và thuế này tăng làm tăng giá thành và làm giảm cung cà phê. Ngược lại việc giảm các loại thuế này có tác động kích thích làm tăng cung về mặt hàng cà phê, qua đó các chính sách này tác động tới cung cà phê cho thị trường XK.

Các thể chế tài chính, ngân hàng là các đơn vị hỗ trợ các doanh nghiệp, hộ nông dân trồng cà phê trong quá trình từ sản xuất đến XK. Các dự án, chính sách tín dụng với lãi suất ưu đãi sẽ tạo điều kiện giúp các doanh nghiệp, hộ nông dân mua nguyên liệu đầu vào (giống, phân bón) và máy móc thiết bị thu hoạch, chế biến, bảo quản,... Từ đó, nâng cao năng suất và chất lượng cà phê góp phần đẩy mạnh hoạt động XK cà phê.

2.3. YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI CHÍNH SÁCH THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU NÔNG SẢN VÀ CÀ PHÊ

2.3.1. Yếu tố ảnh hưởng tới chính sách thúc đẩy xuất khẩu nông sản

- *Yếu tố xã hội:* Hoạt động của con người luôn luôn tồn tại trong một điều kiện xã hội nhất định. Chính vì vậy, các yếu tố xã hội ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động của con người. Các yếu tố xã hội là tương đối rộng, do vậy để làm sáng tỏ ảnh hưởng của yếu tố này có thể nghiên cứu ảnh hưởng của yếu tố văn hoá, đặc biệt là trong ký kết hợp đồng. Nền văn hoá tạo nên cách sống của mỗi cộng đồng sẽ quyết định các thức tiêu dùng, thứ tự ưu tiên cho nhu cầu mong muốn được thoả mãn và cách thoả mãn của con người sống trong đó. Chính vì vậy văn hoá là yếu tố chi phối lối sống nên các nhà xuất khẩu luôn luôn phải qua tâm tìm hiểu yếu tố văn hoá ở các thị trường mà mình tiên hành hoạt động xuất khẩu.

- *Yếu tố chính trị pháp luật:* yếu tố chính trị là nhân tố khuyến khích hoặc hạn chế quá trình quốc tế hoá hoạt động kinh doanh. Chính sách của chính phủ có thể làm tăng sự liên kết các thị trường và thúc đẩy tốc độ tăng trưởng hoạt động xuất khẩu bằng việc dỡ bỏ các hàng rào thuế quan, phi thuế quan, thiết lập các mối quan hệ trong cơ sở hạ tầng của thị trường. Khi không ổn định về chính trị sẽ cản trở sự phát triển kinh tế của đất nước và tạo ra tâm lý không tốt cho các nhà kinh doanh. Các qui định của luật pháp đối với hoạt động xuất khẩu (thuế, thủ tục qui định về mặt hàng xuất khẩu, qui định quản lý về ngoại tệ..); Các hiệp ước, hiệp định thương mại mà quốc gia có doanh nghiệp xuất khẩu tham gia; Các qui định nhập khẩu của các quốc gia mà doanh nghiệp có quan hệ làm ăn; Các vấn đề về pháp lý và tập quán quốc tế có liên quan đến việc xuất khẩu; Qui định về giao dịch hợp đồng, về bảo hộ quyền tác giả, quyền sở hữu trí tuệ; Qui định về lao động, tiền lương, thời gian lao động, nghỉ ngơi, đình công, bãi công; Qui định về cạnh tranh độc quyền, về các loại thuế; Qui định về vấn đề bảo vệ môi trường, tiêu chuẩn chất lượng, giao hàng, thực hiện hợp đồng; Qui định về quảng cáo hướng dẫn sử dụng.

- *Yếu tố về tự nhiên và công nghệ:* Khoảng cách địa lý giữa các nước sẽ ảnh hưởng đến chi phí vận tải, tới thời gian thực hiện hợp đồng, thời điểm ký kết hợp đồng do vậy, nó ảnh hưởng tới việc lựa chọn nguồn hàng, lựa chọn thị trường, mặt

hàng xuất khẩu... Vị trí của các nước cũng ảnh hưởng đến việc lựa chọn nguồn hàng, thị trường tiêu thụ ví dụ: Việc mua bán hàng hoá với các nước có cảng biển có chi phí thấp hơn so với các nước không có cảng biển. Thời gian thực hiện hợp đồng xuất khẩu có thể bị kéo dài do bị thiên tai như bão, động đất...

Sự phát triển của khoa học công nghệ, đặc biệt là công nghệ thông tin cho phép các nhà kinh doanh nắm bắt một cách chính xác và nhanh chóng thông tin, tạo điều kiện thuận lợi cho việc theo dõi, điều khiển hàng hoá xuất khẩu, tiết kiệm chi phí, nâng cao hiệu quả hoạt động xuất khẩu. Đồng thời yếu tố công nghệ còn tác động đến quá trình sản xuất, gia công chế biến hàng xuất khẩu, các lĩnh vực khác có liên quan như vận tải, ngân hàng...

- *Yếu tố hạ tầng phục vụ cho hoạt động xuất khẩu:* Các yếu tố hạ tầng phục vụ hoạt động xuất khẩu ảnh hưởng trực tiếp đến xuất khẩu, chẳng hạn như:

Hệ thống giao thông đặc biệt là hệ thống cảng biển: Mức độ trang bị, hệ thống xếp dỡ, kho tàng... hệ thống cảng biển nếu hiện đại sẽ giảm bớt thời gian bốc dỡ, thủ tục giao nhận cũng như đảm bảo an toàn cho hàng hoá xuất khẩu; Hệ thống ngân hàng: Sự phát triển của hệ thống ngân hàng cho phép các nhà kinh doanh xuất khẩu thuận lợi trong việc thanh toán, huy động vốn. Ngoài ra ngân hàng là một nhân tố đảm bảo lợi ích cho nhà kinh doanh bằng các dịch vụ thanh toán qua ngân hàng; Hệ thống bảo hiểm, kiểm tra chất lượng hàng hoá cho phép các hoạt động xuất khẩu được thực hiện một cách an toàn hơn, đồng thời giảm bớt được mức độ thiệt hại khi có rủi ro xảy ra...

- *Ảnh hưởng của tình hình kinh tế - xã hội thế giới và quan hệ kinh tế quốc tế:* Trong xu thế khu vực hoá, toàn cầu hoá thì sự phụ thuộc giữa các nước ngày càng tăng. Chính vì thế mỗi biến động của tình hình kinh tế xã hội trên thế giới đều ít nhiều trực tiếp hoặc gián tiếp ảnh hưởng đến nền kinh tế trong nước. Lĩnh vực xuất khẩu hơn bất cứ một hoạt động nào khác bị chi phối mạnh mẽ nhất, ở đây cũng do một phần tác động của các mối quan hệ kinh tế quốc tế. Khi XK hàng hoá từ nước này sang nước khác, người xuất khẩu phải đối mặt với các hàng rào thuế quan, phi thuế quan. Mức độ lỏng lẻo hay chặt chẽ của các hàng rào này phụ thuộc chủ yếu vào quan hệ kinh tế song phương giữa hai nước nhập khẩu và xuất khẩu. Hiện nay trên thế giới hình thành rất nhiều liên minh kinh tế ở các mức độ khác nhau, nhiều hiệp định thương mại song phương, đa phương được ký kết với mục tiêu đẩy mạnh hoạt động thương mại quốc tế. Nếu quốc gia nào tham gia vào các liên minh kinh tế này hoặc ký kết các Hiệp định thương mại thì sẽ có nhiều thuận lợi trong hoạt động xuất khẩu của mình. Ngược lại, đó chính là rào cản trong việc thâm nhập vào thị trường khu vực đó.

- *Nhu cầu của thị trường nước ngoài:* Do khả năng sản xuất của nước nhập khẩu không đủ để đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng trong nước, hoặc do các mặt hàng trong

nước sản xuất không đa dạng nên không thoả mãn được nhu cầu của người tiêu dùng, do đó cũng là một trong những nhân tố để thúc đẩy xuất khẩu của các nước có khả năng đáp ứng được nhu cầu trong nước và cả nhu cầu của nước ngoài.

2.3.2. *Yếu tố ảnh hưởng đến chính sách thúc đẩy xuất khẩu cà phê*

a. Yếu tố bên ngoài:

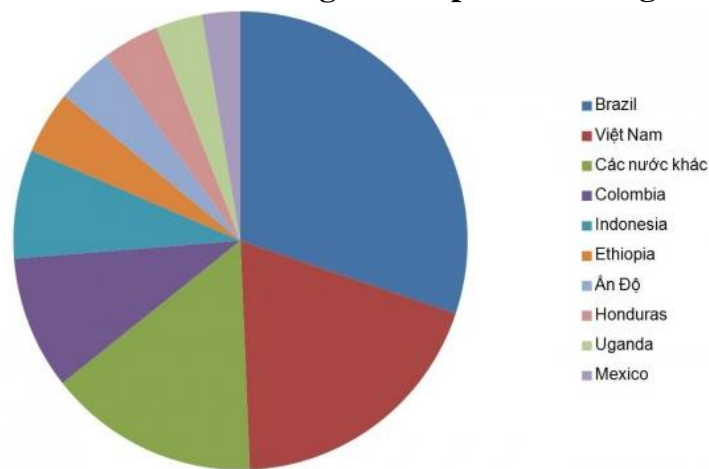
- *Đặc điểm thị trường cà phê thế giới:* Một trong những đặc trưng của thị trường cà phê là độ co giãn theo giá tương đối thấp của cung và cầu. Độ co giãn theo giá của cung thấp trong ngắn hạn và cao hơn trong dài hạn do phải mất ít nhất hai năm thì cây cà phê trồng mới mới có thể cho thu hoạch và mất thêm vài năm nữa để cây cà phê trưởng thành và cho mức thu hoạch đầy đủ. Do đó, phản ứng của cung trong ngắn hạn chỉ có thể bằng cách thay đổi lượng đầu vào và lao động chứ không thể bằng cách tăng diện tích trồng (tăng diện tích chỉ khả thi đối với cây trồng hàng năm, không khả thi đối với cây trồng lâu năm như cà phê). Độ co giãn của cầu theo giá cũng thấp, nhu cầu cà phê chỉ giảm đáng kể khi giá cà phê tăng cao. Và đặc điểm đặc biệt này của cung và cầu cà phê dẫn đến kết quả là giá rất dễ biến động trên thị trường cà phê thế giới. Cà phê thế giới được giao dịch trên hai sàn giao dịch nông sản tại New York và London do đó mọi biến động về cung- cầu, giá cả của cà phê thế giới bị tác động và chi phối bởi diễn biến giao dịch trên các sở giao dịch hàng hóa nông sản. Đây cũng là nguyên nhân khiến cho ngành cà phê thế giới có độ nhạy cao trong mối quan hệ với tình hình kinh tế thế giới.

Một đặc điểm quan trọng khác của thị trường cà phê là tiêu thụ có xu hướng tăng khi thu nhập tăng, nhưng chậm lại khi thu nhập đạt mức cao nhất. Do đó, thị trường cà phê được coi là “trưởng thành” khi mức tăng trưởng tiêu dùng tương đối thấp và ổn định. Khi tăng trưởng tiêu dùng thấp, các hãng rang xay và nhà bán lẻ đầu tư đổi mới sản phẩm và phân khúc nhằm tăng GTGT và nỗ lực “nuôi dưỡng” thị trường với tiềm năng tăng trưởng tiêu dùng triển vọng nhất.

- *Chính sách của các nước xuất nhập khẩu cà phê lớn trên thế giới:* Các nước có kim ngạch XK cà phê trên thế giới là những nước có khả năng chi phối giá cả, cung, cầu thị trường cà phê thế giới. Những nước này có nhiều quan hệ trực tiếp hoặc gián tiếp với Việt Nam trên lĩnh vực thương mại mặt hàng cà phê, nhất là những nước XK cà phê lớn trên, họ có điều kiện tương đồng với ta như Braxin, Colombia, Indonesia,... Động thái thương mại mặt hàng cà phê của họ đan xen với động thái XK của Việt Nam. Do vậy, chính sách XK mặt hàng cà phê của Việt Nam không chỉ là những chiến lược mang tính chủ động mà phải gồm cả chiến lược đối phó, cạnh tranh và hợp tác, tranh thủ và cả học hỏi từ những bài học kinh nghiệm chính sách XK thành công cũng như không thành công của các nước khác.

Chính sách của các nước XK cà phê này cũng là một trong những căn cứ thực tiễn quan trọng của chính sách XK mặt hàng cà phê quốc gia. Chúng ta biết rằng, trên thị trường cà phê thế giới, các nước chủ yếu XK cà phê vừa là đối thủ cạnh tranh vừa là bạn hàng kinh doanh XK của Việt Nam. Đối với mỗi loại nước, cần phải có những đối sách riêng. Chính sách mặt hàng cà phê XK của những nước này là một trong những căn cứ để xây dựng chính sách mặt hàng của ta: hoặc giống họ về cơ cấu nhưng chất lượng tốt hơn, mẫu mã phong phú hơn; hoặc khác họ về cơ cấu do tính độc đáo hơn, đặc biệt hơn và những mặt hàng này có thể chưa xuất hiện trên thị trường thế giới...

Biểu đồ 1.1. Các nước xuất khẩu hàng đầu cà phê trên thế giới năm 2017



Nguồn:[174][165][170]

- *Các nước nhập khẩu cà phê lớn nhất thế giới:* Trước hết, nói về chính sách của các nước chủ yếu NK cà phê. Đây là căn cứ rất quan trọng, cần thiết cho Việt Nam xác định chính sách phát triển cà phê XK, chính sách mặt hàng, chính sách thị trường phù hợp với yêu cầu về sản phẩm của từng nước, từng khu vực thị trường. Trước những rào cản chặ chẽ đối với hàng nông sản nói chung và mặt hàng cà phê nói riêng của các nước, đặc biệt là những quy định khắ khe của các nước như Hoa Kỳ, Nhật, các nước EU, Việt Nam phải thiết kế một chính sách XK cà phê sao cho mặt hàng cà phê của ta có thể chen lách vào những thị trường đó.

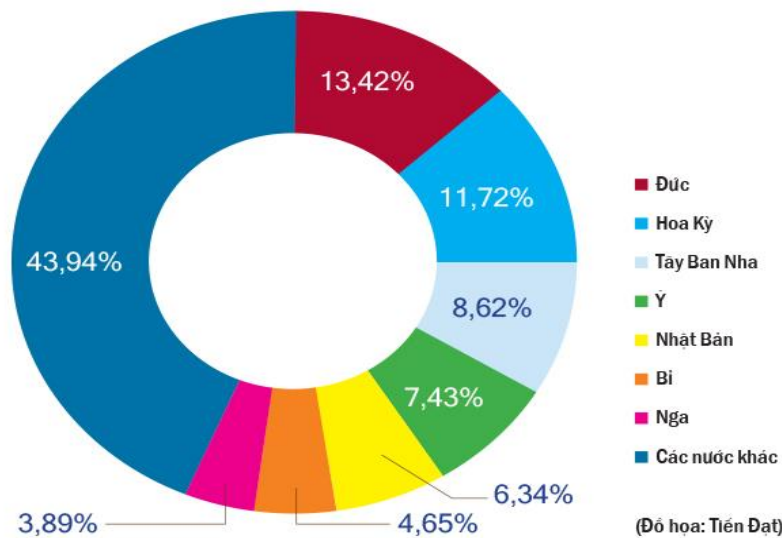
Việc ký Hiệp định thương mại song phương với những nước NKNS, tham gia các tổ chức kinh tế thương mại quốc tế và khu vực sẽ giúp cho NKNS nói chung và mặt hàng cà phê nói riêng của Việt Nam được hưởng những quy chế thuận lợi của Chính phủ các nước đó. Mặt khác, chúng ta cũng có tiếng nói tại các diễn đàn kinh tế quốc tế, đề nghị Chính phủ các nước NKNS cắt giảm hàng rào thương mại đối với hàng nông sản. Những phân tích trên cho thấy, việc hoạch định chính sách

XKNS của các nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam, rất phức tạp bởi sự đa dạng, phức tạp của chính sách của những nước chủ yếu XKNS trên thế giới.

- *Yêu cầu và quy định nhập khẩu đối với mặt hàng cà phê của các tổ chức kinh tế khu vực và quốc tế:*

Tổ chức cà phê thế giới (ICO) là tổ chức liên Chính phủ (lớn và quan trọng nhất) về cà phê, với vai trò kết hợp XK và nhập khẩu giữa chính phủ các nước để giải quyết những thách thức mà ngành cà phê thế giới phải đối mặt thông qua hợp tác quốc tế. Chính phủ các nước thành viên của ICO chiếm 98% sản lượng cà phê thế giới và 83% tiêu dùng thế giới. Tính đến tháng 11/2017 ICO có 44 thành viên XK và 7 thành viên nhập khẩu[180]

Biểu đồ 1.2: Các nước nhập khẩu hàng đầu cà phê trên thế giới 2017



Nguồn: [165][171]

Hiệp hội Cà phê “Đặc sản” – Specialty Coffee Association (SCA) là tổ chức phi lợi nhuận của ngành công nghiệp Specialty Coffee. Từ nông dân trồng cà phê đến baristas và các nhà rang xay, thành viên của SCA có mặt trên toàn cầu, bao gồm mọi mắt xích trong chuỗi giá trị từ cà phê. SCA hoạt động để truyền cảm hứng và mở rộng thương mại Specialty Coffee toàn cầu thông qua việc lãnh đạo trong các sự kiện, giáo dục và nghiên cứu.

Tổ chức Nghiên cứu Cà phê Thế giới – Counter Culture Coffee (WCR) là một chương trình nghiên cứu và phát triển phi lợi nhuận. Các tổ chức tham gia thành lập trực tiếp hoặc cung cấp nguồn quỹ đến từ 30 nhóm ngành công nghiệp cà phê trong đó có Specialty Coffee Association (SCA), Green Mountain Coffee Roasters, Peet Coffee & Tea, Counter Culture Coffee cùng với các nhà nhập khẩu cà phê...

Quy định của EU, Mỹ đối với mặt hàng cà phê

Luật pháp Châu Âu và Bắc Mỹ bắt buộc áp dụng các yêu cầu này cho toàn bộ các sản phẩm được mua bán trên thị trường. Chính vì vậy, là một nhà XK ở quốc gia đang phát triển cần phải tuân thủ các yêu cầu luật pháp áp dụng cho các sản phẩm.

EU là một thị trường lớn, nơi có mức thu nhập cao và chính sách bảo vệ người tiêu dùng chặt chẽ. Do đó thị trường này đặt ra những rào cản về kỹ thuật rất lớn cho hàng hóa nhập khẩu. Đây là một thị trường rất khó tính vì thế để xuất khẩu thành công hàng hóa vào thị trường này các doanh nghiệp xuất khẩu cần đạt được chứng chỉ CE quy định về độ an toàn cho sức khỏe người tiêu dùng. Điều này rất khó khăn cho các doanh nghiệp xuất khẩu khi muốn đưa sản phẩm vào thị trường này bởi vì năng lực tài chính còn nhỏ, điều kiện áp dụng khoa học kỹ thuật chưa nhiều và còn lạc hậu. Đối với Hoa Kỳ, các quy định luật pháp cho cà phê nói riêng và thực phẩm, đồ uống nói chung rất chi tiết nhằm bảo vệ người tiêu dùng. Có hàng loạt các bộ luật mà các nhà XK cần phải biết như Bộ Luật an toàn thực phẩm (Public Law); Bộ Luật về thuốc và thực phẩm... Cơ quan quản lý Thuốc và Thực phẩm Hoa Kỳ (FDA) chịu trách nhiệm phối hợp với các tổ chức có liên quan để kiểm tra kiểm soát các thực phẩm lưu hành trên thị trường Hoa Kỳ.

- *Chất lượng sản phẩm:* Tiêu chuẩn ISO 9000 đưa ra những hướng dẫn và công cụ để đảm bảo sản phẩm và dịch vụ đáp ứng các yêu cầu của khách hàng một cách thống nhất và tiêu chuẩn chất lượng này cũng được cải thiện một cách thống nhất. Hiện tại, nhãn tiêu chuẩn này rất phổ biến với các công ty kinh doanh cà phê trên toàn EU.

- *Yêu cầu về đóng gói, nhãn mác:* Cà phê hạt thường được chuyên chở trong bao. Hiện nay cà phê được chứa trong container khô 20 feet. Cà phê cũng được chuyên chở bằng việc đóng trong các bao nhựa PP chắt vào trong các container. Việc vận chuyển bằng container không thích hợp với các chuyến đi dài ngày ngoài trừ khi container được thông gió: đây là điều kiện được các nhà buôn và nhà chế biến ghi rõ trong hợp đồng. Hiện nay, các quốc gia đang phát triển khó XK các loại cà phê hòa tan đã chế biến hoàn chỉnh sang EU do các quốc gia thành viên EU hạn chế nhập khẩu các mặt hàng này. Các nhãn mác về tôn giáo, thực phẩm ăn chay, ăn kiêng... được chú ý nhiều trong thời gian gần đây. Quy định dán nhãn cà phê hữu cơ: Các túi dùng để đựng cà phê xanh cần phải được dán nhãn sử dụng các tiêu chuẩn do Hiệp hội cà phê quốc tế (ICO) đề ra: Nước xuất xứ; ID của nhà sản xuất; Số lô hàng; Chỉ dẫn để nhận ra về nguồn hữu cơ của sản phẩm.

- *Vệ sinh an toàn thực phẩm và kiểm soát thực phẩm:* An toàn thực phẩm là vấn đề cốt lõi trong các quy định pháp lý của EU về thực phẩm. Luật thực phẩm chung (General Food Law) là quy định khung pháp lý cho vấn đề này. Các sản

phẩm thực phẩm phải được truy xuất nguồn gốc trong toàn bộ chuỗi cung cấp để đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm, cho phép có những hành động phù hợp trong trường hợp thực phẩm không an toàn và tránh các rủi ro về thực phẩm nhiễm khuẩn. Một khía cạnh quan trọng để kiểm soát các rủi ro thực phẩm an toàn là xác định các điểm kiểm soát tới hạn (HACCP) bằng cách thực hiện các nguyên tắc về quản lý thực phẩm. HACCP cũng rất coi trọng việc tránh có các độc tố trong cà phê.

- *Các yêu cầu ngoài Luật:* Các yêu cầu về xã hội, môi trường và chất lượng ngày càng đóng vai trò rất quan trọng và được quy định cho từng loại sản phẩm. Người mua hàng Đức thường có các quy định của người mua, nghiêm ngặt hơn so với các quy định pháp lý của EU về an toàn vệ sinh thực phẩm, chất lượng, các vấn đề môi trường và xã hội. Sử dụng lao động trẻ em hiện đang bị cấm hoàn toàn trên thế giới, cũng như sự phân biệt giới tính. Một khi bị phát hiện ra sai phạm, nhà XK rất khó ký hợp đồng mua bán với các đối tác, đặc biệt ở các quốc gia EU và Hoa Kỳ, là những thị trường có dân trí và xã hội phát triển cao.

b. *Yếu tố bên trong:* Kinh tế trong nước là những yếu tố liên quan tới việc lựa chọn mục tiêu, các hình thức, các nguyên tắc, các công cụ và giải pháp thúc đẩy XK bao gồm:

Yếu tố kinh tế- chính trị: yếu tố này thường gắn liền với bối cảnh kinh tế của quốc gia như tốc độ tăng trưởng, chỉ số giá cả, tỷ giá hối đoái, v.v. Khi kinh tế tăng trưởng cao, ổn định thì Nhà nước sẽ ít khó khăn hơn trong việc hoạch định, thực thi chính sách do các giải pháp được thực hiện bằng nguồn vốn ngân sách dồi dào. Yếu tố chính trị ảnh hưởng trước hết đến việc lựa chọn chiến lược, đến mục tiêu chính sách ở phạm vi quốc gia/ngành và doanh nghiệp, qua đó ảnh hưởng đến hình thức và phương thức thực hiện mục tiêu. Yếu tố chính trị được thể hiện ở quan điểm, tư tưởng của chính quyền đối với chính sách thúc đẩy XK; đồng thời thể hiện sự đồng bộ, rõ ràng, chi tiết, đầy đủ của hệ thống pháp luật. Ở Việt Nam, chính sách thúc đẩy XK là cụ thể hóa đường lối của Đảng trong các lĩnh vực khoa học và công nghệ. Vì thế, chính sách thúc đẩy XK luôn phản ánh và định hướng các hoạt động thúc đẩy XK theo đường lối đó. Cụ thể:

Chiến lược phát triển KTXH của Việt Nam đến 2020: Cũng như các chính sách kinh tế khác, CSNN nhằm thúc đẩy XK cà phê phải thực hiện các mục tiêu của Chiến lược phát triển kinh tế xã hội quốc gia. Chiến lược phát triển kinh tế của Việt Nam hiện nay là kết hợp chiến lược hướng về XK hàng sơ cấp với chiến lược thay thế nhập khẩu. Chiến lược phát triển KTXH của Việt Nam đến năm 2020 đã tác động tới chính sách thúc đẩy XK cà phê của Việt Nam từ chỗ XK cà phê nhân sang khuyến khích XK cà phê đã qua chế biến nâng cao GTGT cho mặt hàng cà phê.[108][110]

Chiến lược XK quốc gia: Chính sách Nhà nước nhằm thúc đẩy XK cà phê là một bộ công cụ của Chiến lược phát triển kinh tế do vậy cần phải thống nhất với Chiến lược XK quốc gia tại Quyết định số 2471/2011/QĐ-TTg, ngày 28/12/2011 phê duyệt Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011 – 2020, định hướng đến năm 2030. Nhóm hàng nông, lâm, thủy sản (là nhóm hàng có lợi thế và năng lực cạnh tranh dài hạn nhưng giá trị gia tăng còn thấp): Nâng cao năng suất, chất lượng và giá trị gia tăng; chuyển dịch cơ cấu hàng hóa xuất khẩu hướng mạnh vào chế biến sâu, phát triển sản phẩm xuất khẩu có ứng dụng khoa học công nghệ tiên tiến. Định hướng tỷ trọng nhóm hàng này trong cơ cấu hàng hóa xuất khẩu từ 21,2% năm 2010 xuống còn 13,5% vào năm 2020.[108]

Chiến lược hội nhập KTQT ngành nông nghiệp và XK cà phê: Quyết định 1684/QĐ-TTg ngày 30/9/2015 phê duyệt Chiến lược hội nhập KTQT ngành nông nghiệp đến năm 2030. Theo đó thúc đẩy ngành hàng cà phê XK sang một số thị trường chính như EU, Hoa Kỳ, các nước Đông Bắc Á (Nhật Bản và Hàn Quốc) và ASEAN. [114]

Quy hoạch đối với ngành cà phê đến năm 2020: Quyết định số 2635/QĐ-BNN-CB ngày 26/8/2008 phê duyệt Đề án “Nâng cao năng lực cạnh tranh của cà phê Việt Nam đến 2015 và định hướng 2020”; Quyết định số 1987/QĐ-BNN-TT ngày 21/8/2012 phê duyệt Quy hoạch phát triển ngành cà phê Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030.[15]; Quyết định số 3417/QĐ-BNN-TT ngày 01/8/2014 của Bộ NNPTNT phê duyệt Đề án phát triển Cà phê bền vững đến năm 2020.[24]

Yếu tố KH&CN: yếu tố này phản ánh trình độ phát triển KH&CN, qua đó sẽ tác động đến phương thức hoạch định, tổ chức thực thi, cũng như giám sát, đánh giá chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy XK

Yếu tố văn hóa - xã hội: yếu tố này thể hiện ở quan điểm, tư tưởng, đạo đức, trình độ dân trí và văn hóa công nghệ quốc gia. Trong xã hội có nền văn hóa công nghệ cao, người dân được tiếp xúc với thành tựu KH&CN, nhờ đó họ dễ dàng hiểu rõ chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy XK, khi trình độ dân trí càng cao thì càng thuận lợi cho việc hoạch định, tổ chức thực thi chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy XK.

Ngoài ra, xu hướng toàn cầu hóa cũng có ảnh hưởng nhất định tới nhận thức, quan điểm của chủ thể chính sách trên cơ sở tiếp thu có chọn lọc kinh nghiệm quốc tế về chính sách thúc đẩy XK.

2.4. KINH NGHIỆM VỀ CHÍNH SÁCH THỨC ĐẨY XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VÀ BÀI HỌC RÚT RA CHO VIỆT NAM

2.4.1. Các khảo cứu chính sách thúc đẩy XK cà phê của một số quốc gia

Các nước có kim ngạch XK cà phê trên thế giới là những nước có khả năng chi phối giá cả, cung, cầu thị trường cà phê thế giới. Những nước này có nhiều quan hệ trực tiếp hoặc gián tiếp với Việt Nam trên lĩnh vực thương mại mặt hàng cà phê,

nhất là những nước XK cà phê lớn trên, họ có điều kiện tương đồng với ta như Braxin, Colombia, Indonesia,... Động thái thương mại mặt hàng cà phê của họ đan xen với động thái XK của Việt Nam. Do vậy, chính sách XK mặt hàng cà phê của Việt Nam không chỉ là những chiến lược mang tính chủ động mà phải gồm cả chiến lược đối phó, cạnh tranh và hợp tác, tranh thủ và cả học hỏi từ những bài học kinh nghiệm chính sách XK thành công cũng như không thành công của các nước khác.

2.4.1.1. Brazil

Braxin là quốc gia có lịch sử ngành cà phê lâu đời trên thế giới, là nước đứng đầu về mặt diện tích cũng như sản lượng trên bản đồ cà phê thế giới trong 150 năm nay, cà phê nhân thô từ Brazil chiếm khoảng 60% lượng giao dịch toàn cầu, từ năm 2011 cà phê Brazil đã đứng ở vị trí lãnh đạo ngành cà phê thế giới, trong sản xuất cà phê xanh, cà phê Arabica và cà phê chế biến (cà phê hòa tan). Ngành cà phê Brazil thực sự là một đầu tàu mạnh mẽ trong nền kinh tế nước này. Trước đây, cà phê chiếm 80% trong thu nhập từ XK của Braxin, nước này sản xuất và XK chủ yếu cà phê Arabica. Hiện nay, Braxin vẫn là nước XK cà phê lớn nhất thế giới nói chung và vào thị trường EU nói riêng. Gần đây, Braxin đã bắt đầu chú trọng và đẩy mạnh sản xuất cà phê Robusta, nhanh chóng trở thành quốc gia XK cà phê Robusta lớn thứ 2 thế giới sau Việt Nam. Là quốc gia có lịch sử truyền thống trong ngành và nhiều kinh nghiệm thâm nhập vào thị trường EU, Braxin có nhiều kinh nghiệm thực hiện các chính sách hỗ trợ của Chính phủ cho ngành cà phê mà Việt Nam cần học hỏi.

- Bài học về chất lượng: Chính sách đầu tiên mà Chính phủ Braxin chú trọng tới là chính sách “chất lượng của cà phê chế biến ngay từ khâu trồng trọt, thu hoạch... chất lượng được đảm bảo ngay từ nguyên vật liệu đầu vào. Bởi ngoài những hương vị vốn có nhờ vào những ưu thế về điều kiện tự nhiên thì chất lượng cà phê nhân có tốt thì cà phê chế biến sau này mới có chất lượng cao. Thêm vào đó là việc đầu tư, đổi mới dây chuyền sản xuất chế biến cà phê theo hướng chuyên đại hóa và chuyên môn hóa. Sản phẩm cà phê của Braxin rất có uy tín trên thị trường thế giới nói chung và EU nói riêng nhờ chất lượng cao và đảm bảo tuân thủ nghiêm ngặt các qui định về cà phê của ICO. Braxin có giống tốt, điều kiện tự nhiên thuận lợi, máy móc hiện đại và hệ thống nghiên cứu khoa học tiên tiến luôn đảm bảo chất lượng cà phê cao, vệ sinh an toàn thực phẩm, vượt qua được rào cản kỹ thuật khi xâm nhập vào EU. Ngành cà phê Brazil có những vấn đề cụ thể khác với Việt Nam, nhưng cũng không khỏi đối mặt với nhiều vấn đề thiếu bền vững. Cà phê Brazil cũng phải đối mặt với vấn đề được mùa cách vụ (chu kỳ 2 năm) như ở Việt Nam. Là nước sản xuất cà phê lớn nhất thế giới, chu kỳ 2 năm của Brazil thường gây ảnh hưởng lớn tới giá cà phê thế giới.

- Bài học về đa dạng hóa mặt hàng: Ngành công nghiệp chế biến được chia thành hai nhóm phân biệt, nhóm cà phê rang xay và nhóm cà phê hòa tan. Thị

trường rang xay rất cạnh tranh, với sự tham gia của hơn 1000 công ty (năm 2001). Trái lại, nhóm cà phê hòa tan ít cạnh tranh hơn, chỉ với 4 hãng chiếm tới 75% thị trường. Brazil là nước xuất khẩu cà phê hòa tan lớn nhất thế giới, mặt hàng này chiếm từ 10-20% tổng lượng xuất khẩu cà phê. Cả hai loại cà phê này đều được xuất khẩu chủ yếu qua Hoa Kỳ, nước tiêu thụ cà phê nhiều nhất thế giới.

- Bài học về khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất và phân phối hàng XK và chính sách gắn sản xuất với XK được Braxin sử dụng hết sức hiệu quả. Ngành cà phê của Braxin đã được nhiều chuyên gia đánh giá cao và khái quát bằng 6 chữ “Truyền thống – chất lượng – hiện đại”. Cà phê Braxin được sản xuất tại các nông trường lớn chuyên canh, áp dụng kỹ thuật sản xuất tiên tiến và công nghệ chế biến hiện đại đảm bảo cả về số lượng và chất lượng nguồn nguyên liệu đầu vào cho quá trình chế biến cà phê. Chúng loại cà phê được nghiên cứu và áp dụng những loại mới chất lượng cao như cà phê hảo hạng, cà phê hữu cơ...

Khi xu hướng tiêu dùng ngày càng chú trọng đến những sản phẩm cà phê hữu cơ thì Braxin cũng đã đưa vào các hệ thống cần thiết để đáp ứng các nhu cầu này của thị trường. Braxin quản lý chuỗi hoạt động giữa các bên liên quan như người nông dân, người sản xuất, trung gian và người XK; đảm bảo chất lượng nghiêm ngặt từ trồng trọt đến chế biến; sản phẩm cà phê đạt chuẩn được chứng nhận bởi các tổ chức thứ 3 như Fai-trade, RFA, UTZ... Tính đến nay đã có hơn 250 nhãn hàng cà phê của Braxin được cấp giấy chứng nhận chất lượng. Bên cạnh đó, Chính phủ Braxin cũng quan tâm đến vấn đề môi trường và quyền con người, đảm bảo các tổ chức và nông dân không khai thác sử dụng lao động trẻ em.

- Bài học về xúc tiến XK: Chính phủ Braxin đã nhận thức được việc tăng cường quan hệ hợp tác nhằm tận dụng những ưu đãi và hỗ trợ, tham gia các hội nghị, sự kiện chuyên đề, xúc tiến quảng cáo cà phê: Braxin thúc đẩy quan hệ với các tổ chức của EU nhằm tận dụng sự hỗ trợ về mặt kỹ thuật và tài chính của những tổ chức này. Hiệp hội Cà phê Braxin (ABIC) tạo những điều kiện để các doanh nghiệp tham gia các buổi hội nghị, sự kiện và xúc tiến quảng cáo cà phê ở thị trường EU. Những hoạt động này sẽ giúp doanh nghiệp cập nhật thông tin, xây dựng mối quan hệ kinh doanh với các khách hàng tiềm năng tại EU. Thông qua Quỹ Cà phê Braxin hỗ trợ chương trình quảng cáo cà phê trong nước và tổ chức xúc tiến ở nước ngoài nhằm tạo hình ảnh tích cực về sản phẩm cà phê Braxin, mở rộng thị trường cà phê nội địa và quốc tế. Một ví dụ thành công về việc quảng cáo của Braxin là chương trình “Cà phê và sức khỏe” với nội dung hướng dẫn và giáo dục về lợi ích của việc sử dụng cà phê điều độ đối với sức khỏe con người.

- Chính sách mở rộng thị trường XK và chính sách phát triển và chuyển dịch cơ cấu mặt hàng XK, chính sách KHCN hỗ trợ sản xuất và sau thu hoạch cũng được

Chính phủ Braxin định hướng trong dài hạn theo “hướng XK cà phê chế biến do đó đã có những kế hoạch hỗ trợ các nhà máy chế biến mới cho hướng XK cà phê hòa tan. Hiệp hội các nhà rang xay cà phê Brazil (ABIC) và Cục XTTM và Đầu tư Brazil (APEX) mới đây đã bắt đầu chương trình hành động mới cụ thể của giai đoạn 2010-2015 nhằm xúc tiến việc XK cà phê rang xay của Brazil. Với tổng số vốn đầu tư lên đến 10,1 triệu USD, kế hoạch này sẽ sử dụng các chiến lược mới hướng đến các nước XK chính của cà phê Brazil như Chile, Panama, Thổ Nhĩ Kỳ, Singapore. Kế hoạch hành động bao gồm sự hợp tác với các hiệp hội ‘chefs de cuisine’ và việc hình thành một Tổ công tác cà phê Barista Brazil. Nhóm công tác này sẽ chịu trách nhiệm đi ra nước ngoài và quảng bá thương hiệu cà phê Brazil: “Cafés do Brasil”. Ngoài ra, cũng phải kể đến một thành công của Brazil trong chính sách kích cầu tiêu thụ cà phê nội địa. Đứng trước khủng hoảng kinh tế toàn cầu và những bất ổn của thị trường cà phê xuất khẩu, Brazil đã triển khai chính sách kích cầu tiêu thụ cà phê trong nước. Đến nay, 50% sản lượng cà phê Brazil sản xuất đã phục vụ trực tiếp cho thị trường tiêu thụ của nước này. Điều này giúp đảm bảo phát triển bền vững ngành hàng, giảm rủi ro do phụ thuộc vào thị trường xuất khẩu.

Bài học về thúc đẩy xuất khẩu cà phê thông qua công cụ xuất khẩu: Chính phủ Braxin đã có các chính sách, chương trình tín dụng hỗ trợ cho các doanh nghiệp sản xuất, XK cà phê rang xay sang cà phê hòa tan, tài trợ 50% chi phí nghiên cứu và phát triển các sản phẩm cà phê chế biến cho các nhà sản xuất và XK cà phê chế biến. Hàng năm, Quỹ Cà phê Braxin dành ngân sách tài trợ cho các hoạt động nghiên cứu trong chương trình “Quốc gia nghiên cứu và phát triển cà phê” nhằm tạo ra và chuyển giao kiến thức, công nghệ, nâng cao KNCT của cà phê Braxin; Brazil miễn thuế xuất khẩu cà phê, nhưng cà phê nhân và cà phê rang xay nhập khẩu bị đánh thuế 10% và cà phê hòa tan là 16%. Cà phê chưa qua chế biến có thể miễn thuế xuất khẩu đến ba nước lớn nhất: Hoa Kỳ, Liên minh Châu Âu và Nhật Bản, nhưng cà phê chế biến như rang xay, hòa tan và lọc caffin chịu thuế 7,5% đối với EU và 10% đối với Nhật. Các đơn hàng xuất khẩu sang Hoa Kỳ được miễn thuế.

Brazil còn có các tổ chức hỗ trợ khác như Nhóm các tổ chức nghiên cứu cà phê (Coffee Research Consortium), chịu trách nhiệm nghiên cứu và chuyển giao các vấn đề kỹ thuật cho cà phê, bao gồm nhiều tổ chức nghiên cứu khác nhau như tổ chức nghiên cứu nông nghiệp của chính phủ (Embrapa-điều phối của nhóm), các đơn vị nghiên cứu của các trường đại học, các tổ chức phi chính phủ... Bên cạnh các tổ chức nghiên cứu kỹ thuật cà phê, Brazil còn có tổ chức nghiên cứu kinh tế - xã hội ngành hàng (Coffee Intelligence Center), chịu trách nhiệm nghiên cứu, dự báo, cung cấp thông tin thị trường cà phê thế giới và Brazil cho các tác nhân khác nhau.

Điều phối toàn bộ hoạt động của các tổ chức trên là Hội đồng Cà phê Quốc gia (CNC), có văn phòng thường trực (Cục Cà phê) đặt tại Bộ Nông nghiệp Brazil. Thành viên của hội đồng bao gồm 50% là thành viên của Chính phủ (Bộ và các cơ quan nghiên cứu thuộc Bộ) và 50% là đại diện của 4 nhóm tổ chức trên. Chủ tịch hội đồng là Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp, Phó chủ tịch là 1 Thứ trưởng phụ trách nông nghiệp. Hội đồng bao gồm 4 uỷ ban: Uỷ ban thị trường và tiếp thị, Uỷ ban chính sách chiến lược, Uỷ ban nghiên cứu kỹ thuật và Uỷ ban phụ trách các tổ chức quốc tế. Trách nhiệm chính của Hội đồng là điều phối toàn bộ hoạt động của ngành hàng, đưa ra các định hướng chính sách trên cơ sở tham vấn các thành viên đại diện, xác định các ưu tiên nghiên cứu và phân bổ vốn cho hoạt động nghiên cứu và chuyển giao cũng như các chương trình khác như xúc tiến thương mại trong nước, nâng cao chất lượng cà phê, bảo vệ môi trường...

2.4.1.2.Colombia

Trong nhiều năm, Colombia là một trong những nước sản xuất cà phê lớn thứ 2 thế giới chỉ sau Brazil -nước sản xuất cà phê hàng đầu thế giới. Hiện nay, Colombia đang nằm trong top 5 sản phẩm cà phê với khoảng 10 triệu bao mỗi năm. Ngành cà phê đóng một vai trò lớn trong thành công kinh tế của Colombia, tạo ra cuộc sống cho khoảng 600.000 hộ sản xuất và gia đình của họ. Để phát triển ngành hàng cà phê, Ủy ban quốc gia về cà phê (FEDECAFE) đã được thành lập để hỗ trợ kỹ thuật cho các hộ sản xuất cà phê thông qua dịch vụ khuyến nông nhằm nâng cao năng suất nông nghiệp và thu nhập gia đình. Dịch vụ khuyến nông hỗ trợ người trồng thực hành tốt cho trồng, thu hoạch và bảo quản chế biến sau thu hoạch, đặc biệt cho các giai đoạn sản xuất có ảnh hưởng đến chất lượng cà phê cuối cùng. Hầu hết người trồng cà phê là thành viên của FEDECAFE và tận dụng các chương trình giáo dục, đào tạo kỹ thuật và hỗ trợ bán hàng của tổ chức. FEDECAFE mua cà phê từ các thành viên của mình với giá nội bộ khớp với thị trường cà phê quốc tế trừ một số chi phí vận chuyển hành chính và nội bộ và FEDECAFE ảnh hưởng chính trị đáng kể, có tiếng nói quan trọng đối với chiến lược phát triển ngành cà phê quốc gia. Ngoài ra, FEDECAFE quản lý khoản vay lãi suất thấp các chương trình tái canh cà phê; tuy nhiên, các khoản cho vay tái canh chỉ được cung cấp cho trồng chống bệnh gỉ sắt (Giống Castillo). Do huy động được các nguồn lực (công và tư) cho tái canh cà phê, kết hợp với hỗ trợ kỹ thuật và yêu cầu bắt buộc trồng giống mới (chống bệnh gỉ sắt), Colombia đã thực hiện rất thành công chương trình tái canh cà phê nâng cao sản lượng và chất lượng cà phê của quốc gia, đưa nước này trở lại thành một quốc gia cung cấp cà phê chất lượng cao chính trên thị trường thế

giới¹. Colombia đã vạch ra Chiến lược phát triển bền vững cho ngành cà phê trong Kế hoạch Phát triển Quốc gia, được công nhận ở cả ba mặt: kinh tế, xã hội và môi trường. Colombia đã cho thấy khả năng sinh lợi kinh tế là nền tảng cho sự bền vững môi trường và xã hội. Ủy ban quốc gia về cà phê (FEDECAFE) đã tham gia vào sáng kiến 4C bởi vì tổ chức này tin tưởng vào tính khả thi của dự thảo về bộ quy tắc chung mang tính cân bằng và đối xứng. Tất cả các nhà hoạt động trong hệ thống chuỗi cà phê này sẽ nhận được lợi ích vật chất rõ ràng. FEDECAFE đang thúc đẩy quá trình kinh doanh theo hướng bền vững để đáp ứng mục tiêu của Hiệp hội 4C. Một quy trình cải tiến liên tục đã được cấu trúc trong kế hoạch chiến lược (2008-2012) của FEDECAFE cho thấy định hướng nâng cao về khía cạnh của tính bền vững. Các mục tiêu của 4C được liên kết với kế hoạch chiến lược. FEDECAFE bảo đảm thu mua, mở rộng dịch vụ, hệ thống nghiên cứu, hệ thống thông tin, thương mại hóa và các chính sách về chất lượng. Truy xuất nguyên nguồn gốc, xây dựng các chương trình hỗ trợ (giáo dục, nâng cao khả năng cạnh tranh, cơ sở hạ tầng) cho các thành viên của FEDECAFE. Đến năm 2016, Hiệp hội 4C tại Colombia có khoảng 30.000 ngàn nông dân đang áp dụng Bộ Tiêu chuẩn 4C, hơn 2.4 triệu bao cà phê đã được sản xuất theo Bộ Tiêu chuẩn 4C, và 550 buổi hội thảo tập huấn của hiệp hội 4C đã được tổ chức có sự tham dự của các nông dân và chuyên gia. Những hộ nông dân đang đầu tư vào các hệ thống quản lý chất thải, cơ sở hạ tầng kho hàng trong nông trại và thiết bị bảo vệ (để xử lý thuốc trừ sâu). Một nông trường điển hình có thể sẽ được xây dựng với nguồn vốn đầu tư khoảng 1.000 đô-la Mỹ để đáp ứng các yêu cầu của Bộ Tiêu chuẩn 4C. Là một phần trong chính sách phân biệt và cải tiến chất lượng, Colombia tiếp tục tăng xuất khẩu cà phê chất lượng cao để đáp ứng được các yêu cầu kiểm tra và xếp hạng cho các chứng nhận để thu được nhiều giá trị gia tăng. Colombia có tiêu chuẩn cho hạt cà phê xuất khẩu nước này buộc phải đạt trước khi được xuất khẩu. Cà phê đặc sản hiện nay chiếm gần 40% tổng lượng cà phê xuất khẩu của Colombia. Cà phê đặc sản của Colombia hiện nay đang bùng nổ với cà phê hữu cơ và cà phê được chứng nhận với phí bảo hiểm đáng kể, giá xuất khẩu thường cao hơn so với cà phê truyền thống. Các hãng cà phê có thương hiệu gốc từ những vùng riêng của Colombia, như các vùng phát triển phía Nam của Huila, Cauca và Nariño đang được quốc tế công nhận chất lượng xếp hạng. Người trồng cà phê đặc sản ở Colombia sản xuất cà phê dưới chương trình quốc tế thương mại công bằng và chứng nhận hữu cơ như USDA, UTZ, 4C và Liên minh rừng nhiệt đới. Các Nghị định khác nhau giữa người trồng và trung gian, bao

¹ Bên cạnh FEDECAFE, một khoản vay do Quỹ tài trợ nông nghiệp GOC (FINAGRO) hỗ trợ đã được thành lập để hỗ trợ những người trồng nhỏ tái canh ruộng cà phê của họ. Bộ Nông nghiệp cũng hỗ trợ các dự án cụ thể tập trung vào việc cải tiến quy trình sau thu hoạch và chất lượng cà phê góp phần vào thành công của ngành.

gồm FEDECAFE, để duy trì các mức chất lượng đáp ứng được các tiêu chuẩn chứng nhận và kỳ vọng người mua/ người tiêu dùng ở nước ngoài.

Trong nỗ lực xúc tiến kinh doanh trực tiếp và tăng thu nhập cho các nhà sản xuất quy mô nhỏ, FEDECAFE đã đưa ra sáng kiến cho phép các nhà xuất khẩu đăng ký vận chuyển cà phê với số lượng nhỏ. Các lô hàng 60 kg cà phê xanh, cà phê rang, cà phê hòa tan và chiết xuất cà phê đang xuất hiện với các công ty vận chuyển cá nhân có thẩm quyền.

Colombia tự hào xuất khẩu những hạt cà phê ngon nhất. Tuy nhiên, năm 2016, hiện tượng thời tiết El Niño đã làm tăng sự hiện diện của sâu đục quả ảnh hưởng đến chất lượng hạt cà phê của Colombia. Dẫn tới việc hiệp hội cà phê Colombia FEDECAFE đã phải sửa đổi các tiêu chuẩn xuất khẩu để giúp người trồng bán được các loại hạt cà phê kém chất lượng hơn trong điều kiện hạn hán.

Bên cạnh đó, Chính phủ nước này đã thành lập Quỹ quốc gia về cà phê (Fondo Nacional del Café –FNC), thu từ nguồn xuất khẩu² để tạo nguồn lực cho sản xuất, nhằm giúp ổn định thu nhập của ngành hàng cà phê, giảm tác động biến động giá quốc tế tới người sản xuất thông qua các chính sách tạm trữ cà phê, đẩy mạnh sản xuất cà phê hiệu quả và bền vững.

Bài học về xúc tiến xuất khẩu và mở rộng thị trường: Liên đoàn Cà phê Colombia – FNC (The National Federation of Coffee Growers) là một tổ chức phi lợi nhuận, nổi tiếng với chiến dịch tiếp thị “Juan Valdez”. Liên đoàn được thành lập năm 1927 với tư cách là một hợp tác xã kinh doanh nhằm thúc đẩy sản xuất và xuất khẩu cà phê của Colombia. Hiện nay FNC đại diện cho hơn 500.000 nhà sản xuất, phần lớn là các trang trại gia đình nhỏ. FNC còn hỗ trợ nghiên cứu và phát triển sản xuất cà phê, đồng thời cũng giám sát việc sản xuất để đảm bảo các tiêu chuẩn chất lượng cho cà phê xuất khẩu từ Colombia. Vai trò cụ thể của FNC:

Thứ nhất, quan trọng hơn cả là FNC sẽ đảm bảo một mức giá có lợi cho người trồng cà phê Colombia thông qua việc xâm nhập vào thị trường, tìm kiếm thị trường tiềm năng, bảo hộ nguồn gốc cho cà phê Colombia (chứng nhận rằng đây là cà phê Colombia 100%). Qua đó FNC trở thành một chỗ dựa vững chắc cho người trồng cà phê Colombia trước các biến động của thị trường quốc tế, đảm bảo lợi nhuận cho nông dân.

Thứ hai, thông qua bộ phận nghiên cứu kỹ thuật FNC sẽ hỗ trợ người trồng cà phê Colombia về các mặt sản xuất như quản lý đất, kỹ thuật chế biến, lựa chọn giống, ngăn ngừa và điều trị bệnh trên cây cà phê..., và các khía cạnh nông nghiệp khác để canh tác cà phê có hiệu quả.

2.4.1.3.Indonesia

² Nguồn thu Quỹ tối đa không quá 0,03USD/Pound (0,454kg) trên tổng kim ngạch xuất khẩu cà phê của Colombia

Nhằm phát triển sản xuất cà phê, Chính phủ Indonesia trong những năm qua đã ban hành các chính sách hỗ trợ cho ngành cà phê nước này. Vào tháng 1/2017, chính phủ Indonesia quyết định tái canh 8.850ha diện tích cà phê năng suất thấp và tăng thêm 200ha diện tích trồng mới cà phê tại trung Kalimantan. Trong năm 2017, 2,66 triệu USD đã được phân bổ cho mục đích trên. Chương trình tái canh trước mắt sẽ chưa cho thấy kết quả về cải thiện năng suất ngay do cây cà phê thường mất 3 năm để trưởng thành và cho thu hoạch.

Indonesia còn đăng ký thêm các sản phẩm cà phê theo chương trình chỉ dẫn địa lý (GI) và cà phê đặc sản theo Luật sở hữu trí tuệ và quyền con người. Indonesia cũng tiến hành hỗ trợ nhiều nông dân chuyển sang trồng cà phê Arabica, do diện tích trồng Arabica chỉ chiếm khoảng 30% tổng diện tích cà phê. Cà phê Arabica và có gắn nhãn GI cũng như cà phê đặc sản như Gayo, Mandailing, Kintamani, Temanggung, Ciwidey, Manglayang, Wamena, Toraja and Gowa, có giá cao hơn cà phê Robusta.

Trong những năm qua, chính phủ Indonesia đã ban hành nhiều chính sách mới nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Indonesia nói chung cũng như xuất khẩu cà phê nói riêng.

Để cải thiện và thu hẹp tình trạng thâm hụt thương mại đang diễn ra ở nước này, trong 6 tháng đầu năm 2018, Chính phủ Indonesia một mặt đang tập trung nhiều biện pháp nhằm thúc đẩy xuất khẩu, mặt khác sử dụng nhiều biện pháp phòng vệ thương mại để thúc đẩy sản xuất trong nước, hạn chế nhập khẩu. Indonesia đang tìm cách mở rộng các thị trường xuất khẩu, tránh phụ thuộc vào các thị trường truyền thống.

Indonesia hiện cũng đang tích cực thúc đẩy và đàm phán các hiệp định thương mại tự do (FTA) cả về song phương lẫn đa phương với một số đối tác lớn như Hàn Quốc, Úc, Ấn Độ, EU, Hiệp định RCEP... Các FTA Indonesia tham gia: Indonesia hiện là thành viên của FTA ASEAN, và FTA giữa ASEAN với một số đối tác. Hiện Indonesia đang tiến hành đàm phán các FTA với một số quốc gia như Peru, Kenya, Mozambique, Nam Phi và Morocco, Hàn Quốc, Thổ Nhĩ Kỳ, Úc, Ấn Độ, EU, Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện (CEPA) với Hội đồng hợp tác vùng vịnh, Hiệp định RCEP.

Về lĩnh vực cà phê, theo chính sách cà phê quốc gia của Indonesia, Indonesia đã đề ra chiến lược để trở thành nhà sản xuất cà phê và cà phê cao cấp hàng đầu thế giới vào năm 2025.

Chiến lược cà phê quốc gia của Indonesia đến năm 2025 là tăng khối lượng xuất khẩu, tăng giá trị gia tăng để có thể cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Hiện

Indonesia không còn xuất khẩu cà phê nguyên liệu thô nhưng chất lượng cà phê đã qua chế biến của nước này vẫn chưa được khách hàng đánh giá cao.

Theo chương trình phát triển cà phê tới năm 2025 của Chính phủ Indonesia, diện tích trồng cà phê Robusta sẽ vẫn được duy trì là 1,23 triệu ha, và sản lượng tăng lên 865 ngàn tấn, năng suất đạt 1000 kg /ha/năm. Trong đó lượng xuất khẩu loại cà phê này dự kiến sẽ được tăng lên 505 ngàn tấn/năm và thu nhập của nông dân trồng cà phê sẽ được tăng lên 3.000USD/năm.

Chính phủ cũng có kế hoạch mở rộng diện tích trồng cà phê Arabica lên 236 ngàn ha, sản lượng tăng từ 81 ngàn tấn lên mức 193 ngàn tấn, năng suất đạt 1.200kg/ha/năm, trong đó xuất khẩu 135 ngàn tấn.

Để đạt được mục tiêu trên, chính phủ Indonesia đã ban hành nhiều chính sách đầu tư nhằm hỗ trợ phát triển cơ sở vật chất và cơ sở hạ tầng bao gồm cầu, đường, cảng, và các phương tiện giao thông liên lạc đồng thời đảm bảo nguồn năng lượng. Ngoài ra, để hỗ trợ phát triển ngành cà phê quốc gia, chính phủ cũng sẽ đảm bảo hỗ trợ về mặt tài chính từ cả ngân hàng và các tổ chức phi ngân hàng.

2.4.2. Bài học kinh nghiệm rút ra cho Việt Nam

Thông qua thực tiễn và kinh nghiệm của một số nước như Braxin, Colombia rút ra một số những bài học kinh nghiệm cho Việt Nam trong việc áp dụng các chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy XK các sản phẩm cà phê ra thị trường sang các thị trường thế giới.

2.4.2.1. Bài học thành công có thể vận dụng

Thành công của các quốc gia trên đã cung cấp một số bài học cơ bản cho hoạt động XK cà phê vùng Tây Nguyên. Đó là:

- Nhà nước đóng vai trò quyết định đến thành công trong xuất khẩu nông sản nói chung và mặt hàng cà phê nói riêng của quốc gia. Vai trò của Nhà nước được thể hiện trực tiếp thông qua hệ thống chính sách nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho thương mại. Tuy vậy, các chính sách này có sự điều chỉnh linh hoạt qua từng giai đoạn cho phù hợp với tình hình kinh tế trong nước, quốc tế và các quy định của WTO.

- Sản xuất nông nghiệp tập trung trên quy mô lớn. Tùy theo đặc điểm của chủ thể mà quy mô sản xuất có thể thay đổi linh hoạt, chẳng hạn đối với hộ gia đình thì có thể lựa chọn sản xuất với quy mô vừa, chủ thể là doanh nghiệp, tập đoàn thì có thể lựa chọn quy mô lớn, cực lớn.

- Kết hợp kinh nghiệm truyền thống với đẩy mạnh nghiên cứu và ứng dụng khoa học công nghệ vào sản xuất nông nghiệp, nâng cao hàm lượng chế biến của sản phẩm, triển khai rộng rãi mô hình sản xuất công nghệ cao trong nông nghiệp

- Đa dạng hóa nguồn vốn đầu tư, cả trong và ngoài nước vào lĩnh vực nông nghiệp.

- Nâng cao chất lượng sản phẩm, đồng thời chú trọng việc xây dựng và phát triển thương hiệu nông sản. Các nước cần chú trọng xây dựng và đăng ký độc quyền các nhãn hiệu đặc biệt là những sản phẩm nổi tiếng của quốc gia, tránh trường hợp bị nước khác sao chép, làm giả, làm nhái. Bên cạnh đó, tập trung đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường xuất khẩu.

- Bài học về khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất và phân phối hàng XK và chính sách gắn sản xuất với XK

- Chính sách phát triển và chuyển dịch cơ cấu mặt hàng: Hiện nay trên thế giới ưu chuộng loại cà phê Arabica, trong khi đó Việt Nam trồng chủ yếu là cà phê Robusta với chất lượng và giá trị thấp hơn. Vì vậy, Việt Nam nói chung và Tây Nguyên nói riêng cần chuyển dịch cơ cấu cây trồng, tăng diện tích đất trồng cà phê Arabica như Braxin từng chuyển dịch sang cà phê Robusta những năm gần đây, điều kiện khí hậu miền Bắc nước ta thích hợp trồng loại cà phê Arabica này. Kinh nghiệm mà Việt Nam cần học hỏi Braxin nữa là nâng cao chất lượng sản phẩm, đầu tư nghiên cứu, tăng cường XTTM để cà phê Việt Nam được chứng nhận chất lượng, xây dựng uy tín, tăng KNCT trong một thị trường đầy tiềm năng nhưng đòi hỏi tiêu chuẩn khắt khe như EU, Mỹ, Nhật.

- Chính sách XTTM: Xây dựng 1 tổ chức điều phối hoạt động dọc chuỗi ngành cà phê để có sự liên kết chặt chẽ giữa các tác nhân trong chuỗi ngành hàng từ người sản xuất, chế biến, nhà XK, các nhà khoa học và cả cơ quan nhà nước có liên quan để tạo được chiến lược và hoạch định chính sách quản lý tốt, phân tích dự báo thông tin thị trường cà phê trong và ngoài nước, XTTM ra nước ngoài, thực hiện hoạt động hợp tác quốc tế giúp cà phê Việt Nam nâng cao được NLCT.

- Chính sách mở rộng thị trường: Tận dụng các cơ hội hợp tác và hỗ trợ từ nước ngoài, cụ thể là thị trường EU. Vai trò này nằm ở Hiệp hội Cà phê cao Việt Nam VICOFA, Bộ NN&PTNT và các cơ quan nhà nước có liên quan khác. Tận dụng các mối quan hệ, thúc đẩy hợp tác, tăng KNCT sẽ thu hút được sự quan tâm của các tổ chức tại EU, giúp chúng ta tiếp cận được hệ thống kỹ thuật tiên tiến, vốn hỗ trợ và hệ thống phân phối ở EU. Tham dự các cuộc hội nghị, sự kiện chuyên đề để các doanh nghiệp nắm bắt thông tin thị trường kịp thời, học hỏi kỹ thuật mới, nâng cao năng lực, có cơ hội tiếp xúc, tìm kiếm cơ hội hợp tác với các doanh nghiệp chế biến và sản xuất cà phê ở thị trường EU, giới thiệu sản phẩm cà phê của Việt Nam cũng như đưa chúng đến tay người tiêu dùng. Tập trung hơn nữa vào thị trường trong nước để từ đó tạo nên bàn đạp cho việc XK các sản phẩm cà phê chế biến sang các thị trường nước ngoài.

- Chính sách gắn sản xuất với xuất khẩu: Tăng cường giám sát đảm bảo số lượng và chất lượng đầu vào. Chú trọng từ những hoạt động đầu vào của quá trình sản xuất chế biến như trồng trọt, thu hái đến chế biến để sản phẩm có chất lượng cao đảm bảo các tiêu chuẩn về chất lượng của Hoa Kỳ. Tăng cường kiểm tra, giám sát chất lượng sản phẩm bằng việc hướng dẫn, theo dõi thường xuyên người trồng cà phê, các cơ sở chế biến tuân thủ nghiêm ngặt những yêu cầu về kỹ thuật. Để nâng cao NLCT của sản phẩm, việc tạo ra được những sản phẩm mới, đáp ứng được nhu cầu của thị trường, khác biệt, độc đáo hơn so với đối thủ cạnh tranh cũng là điều rất quan trọng. Vì vậy chúng ta cần phải đầu tư hơn nữa vào phương thức chế biến và sản xuất, tạo ra những sản phẩm cà phê mới

- Chính sách KHCN, sau thu hoạch: Một kinh nghiệm mà Việt Nam rút kinh nghiệm từ các nước là phải chú trọng tới việc đầu tư đổi mới trang thiết bị máy móc kỹ thuật, áp dụng nhiều những công nghệ chế biến hiện đại đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm của quốc gia, quốc tế. Chủ động trong công nghệ máy móc sản xuất chế biến nhằm tránh tình trạng phụ thuộc nước ngoài và định hướng xa hơn cho việc XK. Chú trọng tới cả các hoạt động phía sau của quá trình sản xuất chế biến như đảm bảo đầu ra của sản phẩm: lưu thông, quảng cáo tiếp thị, dịch vụ sau bán hàng...

- Chính phủ và Hiệp hội cà phê cần có vai trò nhất định trong việc hỗ trợ doanh nghiệp và người nông dân. Những định hướng, chính sách hợp lý cùng với hành lang pháp lý thuận lợi sẽ có tác dụng kích thích, khuyến khích cả doanh nghiệp và người nông dân trong việc sản xuất chế biến cà phê nhằm mục đích XK.

2.4.2.2. Bài học thất bại cần tránh

Mặc dù đã đạt được một số thành công nhất định, các quốc gia trên đều phải đối mặt với tình trạng ô nhiễm môi trường do hoạt động sản xuất cà phê. Việc sử dụng quá nhiều phân bón hóa học, thuốc diệt cỏ, thuốc trừ sâu trong trồng trọt cũng tác động tiêu cực đến môi trường tự nhiên. Tác nhân gây ô nhiễm chủ yếu là đường sinh từ nhót hoặc phần ngoài của quả cà phê. Nước thải và vỏ cà phê nếu không có biện pháp xử lý hợp lý, quản lý chặt chẽ thì không chỉ ảnh hưởng tới mỹ quan môi trường trong vùng mà hệ sinh thái mà còn ảnh hưởng tới sức khỏe cộng đồng cũng bị ảnh hưởng nghiêm trọng. Do vậy, với nền nông nghiệp hướng về xuất khẩu, Việt Nam cần tránh việc theo đuổi hiệu quả kinh tế mà “bỏ qua” mục tiêu bảo vệ môi trường.

Ngành cà phê Brazil có những vấn đề cụ thể khác với Việt Nam, nhưng cũng không khỏi đối mặt với nhiều vấn đề thiếu bền vững. Cà phê Brazil cũng phải đối mặt với vấn đề được mùa cách vụ (chu kỳ 2 năm) như ở Việt Nam. Là nước sản xuất cà phê lớn nhất thế giới, chu kỳ 2 năm của Brazil thường gây ảnh hưởng lớn tới giá cà phê thế giới. Tuy nhiên, vài năm trở lại đây, ngành cà phê Brazil không còn phải chứng kiến sự

thay đổi sản lượng lớn như trước nữa. Hiện tượng này là kết quả của nhiều yếu tố như: tưới nước và bón phân hợp lý, cơ giới hóa thu hoạch và các thực hành nông nghiệp tốt như làm canh đúng thời điểm và tăng mật độ cây trồng.

Tóm lại, chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê cần được xây dựng và hoàn thiện trên cơ sở tiếp thu và vận dụng những kinh nghiệm của các nước trên thế giới. Các kinh nghiệm của các nước này có thể vận dụng được một cách linh hoạt trong điều kiện và hoàn cảnh của Việt Nam hiện nay.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Chương 2 đã khái quát và phân tích một số vấn đề lý luận cơ bản cũng như lợi ích của thúc đẩy xuất khẩu, vai trò và yêu cầu của thúc đẩy xuất khẩu tại Việt Nam. Phân tích vai trò quan trọng của xuất khẩu đối với phát triển kinh tế trong điều kiện Việt Nam ngày càng hội nhập sâu vào nền kinh tế khu vực và thế giới với mục tiêu đến năm 2020 trở thành một nước công nghiệp. Những lợi ích kinh tế to lớn, những đóng góp đáng kể từ xuất khẩu mang lại cho nền kinh tế, đó là cơ sở, tiền đề cho việc thúc đẩy xuất khẩu trong thời gian tới.

Ngoài ra Chương 2 đã khái quát một số lý thuyết cơ bản liên quan khái niệm và đặc điểm của chính sách Nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu từ đó phân tích nội dung chính sách Nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu. Chính sách hỗ trợ bao gồm các chính sách và biện pháp kinh tế nhằm tác động một cách gián tiếp đến hoạt động thương mại quốc tế như chính sách thị trường, mặt hàng, xúc tiến xuất khẩu, chính sách đầu tư, chính sách tín dụng, chính sách giá cả và tỷ giá hối đoái, chính sách khoa học công nghệ, chính sách thương nhân, cũng như chính sách sử dụng các đòn bẩy kinh tế ... Các chính sách này có thể gây tác động thúc đẩy hay điều chỉnh sự phát triển của hoạt động thương mại quốc tế

Thêm vào đó, nghiên cứu cũng đã trình bày cơ sở thực tiễn về thúc đẩy xuất khẩu cà phê của các nước có ảnh hưởng đến ngành cà phê thế giới, cụ thể kinh nghiệm của Braxin, Colobia, Indonexia đã được tác giả phân tích để có thể rút ra bài học kinh nghiệm về thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên nói riêng và Việt Nam nói chung.

CHƯƠNG 3.

PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG CÁC CHÍNH SÁCH NHÀ NƯỚC NHẪM THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VÙNG TÂY NGUYÊN

3.1. THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VÙNG TÂY NGUYÊN GIAI ĐOẠN 2011-2018

3.1.1. Vị trí và vai trò của ngành cà phê xuất khẩu Việt Nam, Tây Nguyên

Cà phê là mặt hàng xuất khẩu quan trọng thứ hai sau gạo, tạo sinh kế và công ăn việc làm cho hàng triệu người tham gia vào các khâu khác nhau trong chuỗi ngành hàng cà phê. Từ một nước có sản lượng xuất khẩu nhỏ, khoảng 90 nghìn tấn năm 1990, Việt Nam dần vươn lên thành một trong những nước có lượng xuất khẩu cà phê lớn nhất thế giới, sản lượng XK cà phê năm 2016 đạt 1,8 triệu tấn, tương đương 3,3 tỷ USD, nhiều hơn cả gạo. Việt Nam xếp thứ 2 thế giới về XK cà phê, sau Brazil, nhưng đứng đầu về loại cà phê Robusta. Đức và Mỹ - 2 thị trường chuộng cà phê Việt nhất, nhập khẩu gần 1 tỷ USD trong năm 2016.

Dưới góc độ thương mại quốc tế, XK cà phê tạo ra nguồn thu ngoại tệ lớn cho nền kinh tế, làm tăng cường nguồn vốn phục vụ nhu cầu nhập khẩu những hàng hóa cần thiết: công nghệ máy móc, linh kiện điện tử...; giảm bớt gánh nặng cho các khoản vay nợ của quốc gia. Đồng thời với lợi thế đứng thứ 2 thế giới về xuất khẩu cà phê, thứ nhất thế giới về xuất khẩu cà phê vối, hoạt động xuất khẩu cà phê tạo điều kiện cho Việt Nam mở rộng quy mô thị trường tiêu thụ, tăng cường mối quan hệ kinh tế quốc tế. Đến nay, nước ta đã xuất khẩu cà phê Việt Nam tới hơn 100 quốc gia trên thế giới cho thấy triển vọng lớn về ngoại thương Việt Nam.

Dưới góc độ ngành kinh tế, xuất khẩu cà phê đã hỗ trợ rất lớn trong vấn đề phát triển ngành nông nghiệp Việt Nam theo hướng CNH- HĐH, xuất khẩu cà phê tác động đến việc mở rộng quy mô sản xuất nông nghiệp. Khi xuất khẩu cà phê tăng, khối lượng cà phê được sản xuất ra ngày càng lớn, do đó sẽ tạo điều kiện cho việc mở rộng quy mô sản xuất cà phê. Mặt khác, khi xuất khẩu cà phê tăng còn tạo nguồn thu lớn cho người sản xuất, từ đó họ có thể tăng vốn để tái sản xuất mở rộng, tăng năng suất lao động, tăng chất lượng sản phẩm, nâng cao giá trị hàng xuất khẩu. Không những thế, đẩy mạnh xuất khẩu cà phê còn thúc đẩy các ngành khác phát triển theo như: công nghiệp hóa chất, công nghiệp cơ khí, dịch vụ đóng gói, công nghiệp chế biến... cơ sở hạ tầng cũng đáp ứng được nhu cầu. Điều này hỗ trợ rất nhiều cho quá trình chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế đất nước.

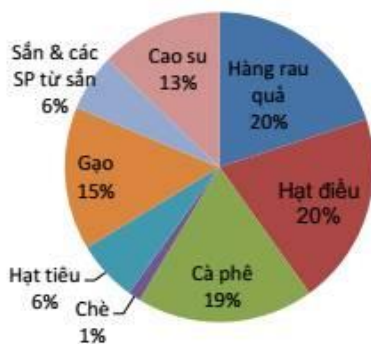
- Đối với các DN kinh doanh cà phê: cơ hội để quảng bá sản phẩm ra thị trường bên ngoài, tạo thương hiệu mạnh trên thị trường cà phê và đem về nguồn lợi nhuận lớn cho các doanh nghiệp. Bên cạnh đó, để sản phẩm của mình đến tay

người tiêu dùng ở thị trường nước ngoài đòi hỏi các doanh nghiệp phải tăng cường đầu tư kỹ thuật cho tất cả các công đoạn sản xuất nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm và tạo ra lợi thế cạnh tranh cho sản phẩm cà phê giữa các doanh nghiệp, đặc biệt trong điều kiện hiện nay, khi có rất nhiều các doanh nghiệp tham gia kinh doanh mặt hàng cà phê này.

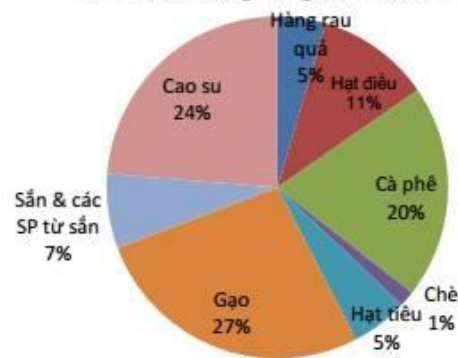
- Dưới góc độ người nông dân vùng Tây Nguyên, thúc đẩy xuất khẩu cà phê có tác động làm tăng thu nhập cho người nông dân, cải thiện đời sống sinh hoạt cho họ, góp phần giảm tỷ lệ hộ nghèo, tăng tỷ lệ hộ khá và giàu.

Biểu đồ 3.1. XK nông sản Việt Nam năm 2011-2017

Cơ cấu XK hàng nông sản năm 2017



Cơ cấu XK hàng nông sản năm 2011



Nguồn: Tổng cục Hải quan

- Do cây cà phê thích hợp với cao nguyên, đồi núi cao những nơi chưa được khai thác triệt để, nên được trồng chủ yếu ở Tây Nguyên vì vậy, ngành cà phê phát triển đã hạn chế được các vùng đất bị bỏ hoang, phủ xanh đất trống đồi trọc, bảo vệ môi trường sinh thái. Nhờ bắt được điều này, Việt Nam đã xây dựng chính sách mặt hàng XK chủ lực riêng cho ngành cà phê nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê.

3.1.2. Kết quả xuất khẩu cà phê Việt Nam và vùng Tây Nguyên

3.1.2.1. Mặt hàng, sản lượng, chất lượng, kim ngạch XK

a. Mặt hàng

Cà phê XK của Việt Nam cũng như vùng Tây Nguyên hiện nay chủ yếu là cà phê vối (Robusta) và cà phê chè (Arabica). Trong đó cà phê chè chỉ chiếm khoảng 2%, còn lại là cà phê vối và chủ yếu là XK bán thành phẩm. Khoảng 95% tổng khối lượng cà phê XK là cà phê nhân sống, cà phê hoà tan chỉ chiếm 3-5% và cà phê nhân rang chiếm tỷ lệ nhỏ khoảng 1-2%. Theo phân loại của Hải Quan bao gồm hai dòng chính là cà phê đã rang và cà phê chưa rang. Trong mỗi dòng còn bao gồm thêm hai nhánh nhỏ hơn là cà phê chưa khử cafein và đã khử cafein.

Bảng 3.1. Các mặt hàng cà phê của Việt Nam, Vùng Tây Nguyên

HS	Tên sản phẩm
090111	Cà phê chưa rang, chưa khử chất caphe in
090112	Cà phê chưa rang, đã khử chất caphe in
210111	Cà phê chiết xuất, tinh chất và các chất cô đặc
090121	Cà phê chưa khử chất caphe in
210112	Các chế phẩm có thành phần cơ bản từ các chất chiết xuất, tinh chất hoặc các chất cô đặc hoặc có thành phần cơ bản là cà phê.
090122	Cà phê đã khử chất caphe in

Nguồn: Tổng cục Hải quan

b. Sản lượng

Cà phê Tây Nguyên chiếm hầu hết diện tích và sản lượng cà phê Việt Nam và trở thành cây trồng có ưu thế tuyệt đối của vùng cũng như khẳng định được vị thế trên thị trường thế giới, góp phần đưa Việt Nam trở thành quốc gia sản xuất, xuất khẩu cà phê đứng thứ 2 trên thế giới, trong đó đứng số 1 thế giới về sản xuất, xuất khẩu cà phê vối. Hiện nay, diện tích cà phê toàn vùng Tây Nguyên có trên 576.800 ha, chiếm gần 90% diện tích cà phê nhiều nhất, với trên 204.000 ha.



Hình 3.1: Diện tích trồng cà phê tại Việt Nam

Giai đoạn 2011-2015, chỉ số tăng trưởng diện tích cà phê có xu hướng giảm nhưng chỉ số tăng trưởng sản lượng cà phê tương đối ổn định và tăng đều qua năm. Điều này cho thấy, vùng Tây Nguyên đang dần chú trọng vào khâu nâng cao sản lượng cà phê thông qua việc áp dụng công nghệ và nâng cao năng suất cây cà phê. Tuy nhiên, niên vụ 2014 - 2015, ngành cà phê bị tác động bởi biến đổi khí hậu, hạn hán nghiêm

trọng vùng Tây Nguyên khiến năng suất, chất lượng cà phê giảm, giảm trên 12 ngàn tấn so với niên vụ trước.

Từ năm 2015 đến nay, ngành cà phê Tây Nguyên tăng trưởng ổn định và ở mức cao trong những năm qua. Nếu năm 2015, diện tích trồng cà phê là 641 ngàn ha và sản lượng khoảng 1,735 triệu tấn, thì đến năm 2016 diện tích trồng cà phê khoảng 665 ngàn ha và sản lượng đạt mức 1,932 triệu tấn/năm trong đó riêng vùng Tây Nguyên đạt sản lượng khoảng 1.4 triệu tấn/năm chiếm 89,12% tổng sản lượng của cả nước. Sản lượng cà phê giảm chứng tỏ việc mở rộng diện tích để tăng sản lượng cà phê vùng Tây Nguyên đang gần đến mức giới hạn và cần tăng năng suất, nếu tiếp tục phát triển theo chiều rộng sẽ kém hiệu quả và không nâng cao được sản lượng và giá trị XK. Những năm qua, phong trào sản xuất cà phê bền vững phát triển nhanh và mạnh trên địa bàn Tây Nguyên, nhiều nông hộ đã liên kết với doanh nghiệp, hợp tác xã để sản xuất cà phê theo các tiêu chuẩn quốc tế 4C, UTZ... Điều này không những mang lại hiệu quả kinh tế cao nhờ năng suất cây trồng tăng và chi phí vật tư đầu vào giảm, mà còn bảo vệ được môi trường sinh thái.

Như vậy, từ năm 2010 đến nay cà phê vùng Tây Nguyên luôn giữ vai trò quyết định về sản lượng, diện tích và XK của cà phê Việt Nam. Nhờ có các chính sách định hướng của Nhà nước, diện tích và sản lượng cà phê của cả nước và vùng Tây Nguyên liên tục tăng trưởng và phát triển.

Bảng 3.2. Tổng hợp diện tích và khối lượng cà phê giai đoạn 2010-2018

TT	Năm	Diện tích (Nghìn ha)	Sản lượng (Nghìn tấn)	Chỉ số tăng trưởng diện tích (100-%)	Chỉ số tăng trưởng sản lượng (100-%)	SL cà phê Tây Nguyên	SL cà phê Tây Nguyên so với cả nước (100-%)
1	2010	574	1,180	105	107.3	1,016.89	86
2	2011	597	1,600	104	135.6	1,439.00	90
3	2012	620	1,620	104	101.3	1,458	90
4	2013	641	1,780	103.4	109.9	1,621	91
5	2014	653	1,800	102	101.1	1,616	90
6	2015	641	1,735	98	97	1,510	87
7	2016	665	1,782	104	102	1,428	80
8	2017	640	1,700	95	95	1,412	83
9	2018	660	1,803	103	120	1,753	90

Nguồn: Nghiên cứu sinh tự tổng hợp

c. Chất lượng

Mặc dù Việt Nam là quốc gia XK cà phê đứng hàng đầu trên thế giới về sản lượng tuy nhiên chất lượng cà phê Vùng Tây Nguyên vẫn chưa được công nhận thực

sự. Năng suất cao nhưng chất lượng thấp, không đồng đều nên giá thấp hơn giá thế giới. Theo số liệu từ ngành nông nghiệp, chỉ có 10% các hộ trồng hái cà phê đã chín, 90% còn lại hái tuốt cà phê quả xanh lẫn quả chín, khiến chất lượng cà phê Tây Nguyên thấp. Đây cũng là một trong những nguyên nhân khiến giá cà phê Việt Nam thấp hơn giá cà phê thế giới từ 30-40 USD/tấn. Lượng cà phê có xuất xứ Việt Nam bị loại do không đạt tiêu chuẩn của sàn giao dịch Liffe tại London còn cao.

Cà phê Robusta của Tây Nguyên được đánh giá là chất lượng tốt, thử nếm có đặc điểm trung tính rất phù hợp cho việc phối trộn vì vậy được các nhà rang xay ưa thích. Chất lượng cà phê được quyết định từ những người sản xuất, từ khâu chọn giống đến chăm sóc thu hái, chế biến, nhưng do hiện nay các doanh nghiệp vẫn còn mua bán theo kiểu “có gì mua nấy”, mức độ chênh lệch giá giữa chất lượng tốt với xấu không đủ kích thích người sản xuất đầu tư nâng cao chất lượng. Chính vì vậy mà hàng chục năm qua mặc dù ngành cà phê đã rất cố gắng để nâng cao chất lượng cà phê xuất khẩu, nhưng đều không đạt được hiệu quả mong muốn.

Cơ cấu cà phê nhân XK của Việt Nam rất đa dạng, đang cung cấp ra thị trường thế giới trên 20 loại quy cách chất lượng khác nhau nhưng chủ yếu là các chủng loại cà phê có quy cách và chất lượng đơn giản chưa mang lại giá trị giá trị cao, chỉ tập trung chế biến theo truyền thống là các loại cà phê có chất lượng thông thường như là loại cà phê R2:5%, R1 sàng 16 và R1 sàng 18.

Các loại cà phê có chất lượng cao mang lại GTGT nhiều thì rất khiêm tốn, cụ thể Robusta loại 2 – 5% đen vỡ chiếm 34,12% /tổng sản lượng XK, Robusta loại 1- 2% đen vỡ chiếm 23,81% /tổng sản lượng XK và Robusta 3% đen vỡ chiếm 10,24% tổng sản lượng XK. Còn từ 4% – dưới 10% gồm có các loại sau : Robusta loại 15% defect Nestle chiếm 6,25% ,Robusta wet polish chiếm 4,62% và Robusta 0,4% đen vỡ chiếm 5,22%. Tỷ lệ cà phê XK theo các quy cách chất lượng cụ thể qua các niên vụ:

Nguyên nhân dẫn đến chất lượng cà phê giảm sút: dinh dưỡng vườn cây, tuổi đời vườn cây, dịch bệnh, chăm sóc, biến đổi khí hậu...Tuy nhiên nguyên nhân chính dẫn đến chất lượng cà phê XK bị giảm sút là do quá trình thu hái, bảo quản và chế biến. Tình trạng thu hoạch cà phê quả còn xanh vẫn phổ biến, quá trình phơi sấy, xay xát quả cà phê khô ra nhân chưa đảm bảo đúng quy trình dẫn đến chất lượng của cà phê nhân bị ảnh hưởng nghiêm trọng.

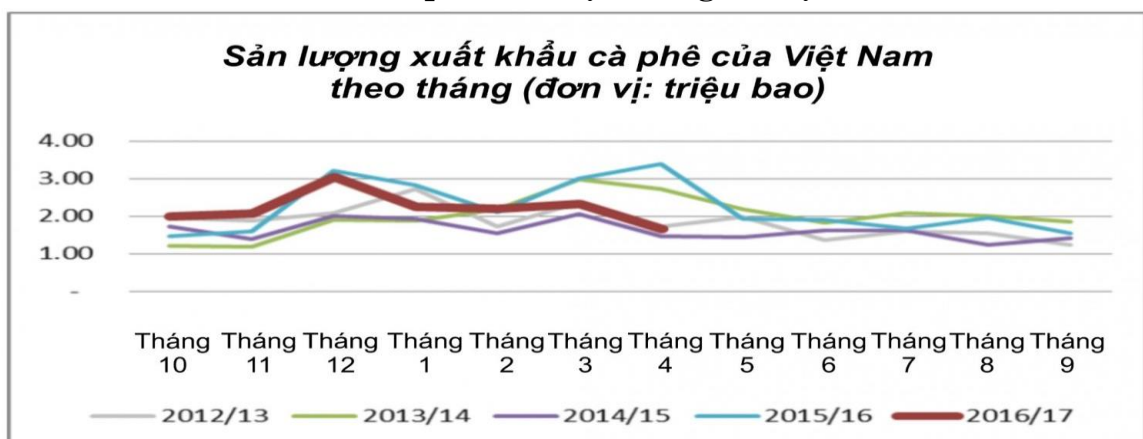
d. Kim ngạch xuất khẩu

Giai đoạn 2011 – 2015: Giai đoạn này tăng trưởng trung bình hàng năm của XK cà phê khoảng 17%/năm, chiếm 1,1% thị phần XK của thế giới, trong đó tăng trưởng trung bình hàng năm của cà phê chưa rang, không có cafein và cà phê rang, không có cafein là cao nhất (chiếm 37% và 24%). XK cà phê của Việt Nam, vùng

Tây Nguyên năm 2015 vẫn chiếm vị trí hàng đầu thế giới về XK cà phê chưa rang, không có cafein; cà phê chưa rang, đã khử cafein đứng vị trí thứ 3. Trong niên vụ 2014 – 2015, Việt Nam XK tổng cộng 1,269 triệu tấn cà phê, tương đương tổng giá trị ngoại tệ mang về là 2,648 tỷ USD.

Giai đoạn 2016- nay: Tiếp tục là khoảng thời gian cà phê chế biến XK được chú trọng nhiều hơn. Theo Vicofa, tổng số lượng XK của cả năm 2016 lên gần 1,7 triệu tấn, tương ứng kim ngạch khoảng 3.2 tỷ USD, hiện nay cà phê Việt Nam chiếm khoảng 15% thị phần toàn cầu. Việt Nam cũng đang đứng thứ 2 trên thế giới về XK cà phê nói chung và đứng đầu thế giới về XK cà phê Robusta. Tuy là nhóm hàng nông sản có kim ngạch XK cao nhất trong năm 2016 nhưng trong giai đoạn 2012-2016, cà phê lại là mặt hàng có nhiều biến động nhất. XK cà phê năm 2016 chưa đạt được mức kim ngạch của năm 2012. Năm 2017, xuất khẩu cà phê sang các thị trường lớn đều giảm mạnh so với năm 2016 do nguồn cung trong nước giảm, trừ lượng xuất khẩu sang Hàn Quốc tăng 9,2%. Tuy nhiên, trong những tháng gần đây, khi mùa thu hoạch cà phê bắt đầu, xuất khẩu cà phê sang một số thị trường đã tăng trở lại như xuất khẩu sang EU, Nga, Algeria và Philippines. Theo Tổng cục Hải quan, năm 2017 lượng cà phê xuất khẩu đạt 1,4 triệu tấn, trị giá 3,2 tỷ USD, giảm 19% về lượng và giảm 2,7% về trị giá so với năm 2016. Năm 2017, giá xuất khẩu bình quân mặt hàng cà phê đạt 2.249 USD/tấn, tăng 20,1% so với năm 2016.[167] xuất khẩu cà phê giảm mạnh do nguồn cung trong nước giảm khi bị ảnh hưởng bởi biến đổi khí hậu, nhưng nhờ giá cà phê toàn cầu tăng cao nên kim ngạch xuất khẩu cà phê chỉ giảm 2,7% so với năm 2016

Biểu đồ 3.2. XK cà phê của Việt Nam giai đoạn 2011 – 2017



Nguồn: Vietdata

3.1.2.2. Thị trường XK cà phê

Các năm trở lại đây, cà phê Việt Nam, vùng Tây Nguyên đã có vị trí quan trọng trên thị trường thế giới và ngày càng tăng lên về qui mô và sản lượng.

Giai đoạn 2011-2015: cà phê vùng Tây Nguyên đã XK cà phê đến hơn 86 thị trường trên thế giới. Trong số các thị trường nhập khẩu cà phê của Việt Nam trong giai đoạn 2011 - 2015 thì các thị trường chính chủ yếu vẫn là Đức, Mỹ, Tây Ban Nha, Ý, Nhật Bản, Bỉ và Liên Bang Nga - chiếm đến 80% tổng kim ngạch XK cà phê của cả nước. Mỹ tiếp tục là thị trường XK lớn của các doanh nghiệp XK cà phê nhân của Việt Nam trong toàn giai đoạn. XK. Trong giai đoạn này ghi nhận sự tăng trưởng của cà phê chế biến, cà phê hòa tan, cà phê rang và cà phê xay ngày càng tăng trong vài năm trở lại đây với các thị trường chính là Nhật Bản, Trung Quốc, Nga, Hồng Kông, Hàn Quốc.

Bảng 3.3. XK cà phê nhân phân theo thị trường giai đoạn 2010 – 2017

ĐVT: 1000 USD

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
World	1838311	2735739	3507401	2513198	3267706	2341585	2967118	3105718
Germany	232920	296378	426217	356886	500645	353949	477920	516022
United States of America	243198	332514	436806	279562	329923	277794	407889	496952
Italy	115184	177511	215773	165034	236525	194346	240222	266196
Spain	116943	134308	214906	188150	221912	201732	189845	239428
Japan	85064	127889	164804	159442	151991	151761	181301	198260
Algeria	36945	51126	58968	57243	94004	68639	112963	158527
Russian Federation	40105	54018	74113	74550	92749	78310	98799	129608
Belgium	87739	210789	126630	93727	212142	117805	158763	125296
Poland	15651	17097	20895	19122	22636	23466	23024	99049
France	26037	34193	72717	71399	87096	61144	70347	98635
Thailand	14931	34415	55497	16867	65556	37093	62822	95108
United Kingdom	41991	72556	80189	86013	84288	58940	74557	77962
Others	781603	1192945	1559886	945203	1168239	716606	868666	604675

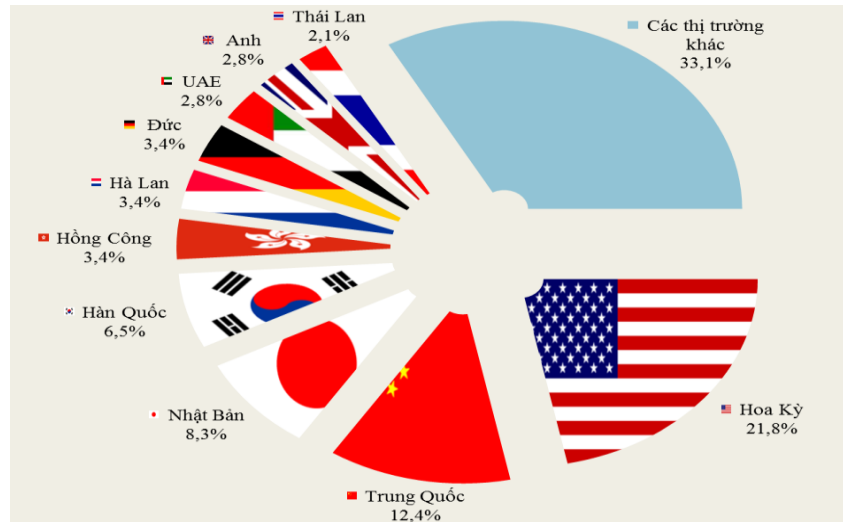
Nguồn: Số liệu từ Trung tâm thương mại thế giới ICT

Giai đoạn 2015 – nay: Hiện nay, cà phê của Việt Nam đã xuất khẩu tại hơn 90 quốc gia. Dẫn đầu vẫn là Đức và Hoa Kỳ, thị trường Đức chiếm 15,5% về lượng và chiếm 14,8% trong tổng kim ngạch XK cà phê của cả nước; thị trường Hoa Kỳ chiếm 13,3% về lượng và chiếm 13,5% kim ngạch. Cà phê của Việt Nam xuất khẩu sang các nước khối EU chiếm 43% trong tổng lượng cà phê xuất khẩu cả nước và chiếm 42% trong tổng kim ngạch

Thị trường XK năm 2016-2017 của Việt Nam chủ yếu tập trung ở khu vực Châu Á với kim ngạch hơn 85,28 tỷ USD, chiếm 48,3% tổng kim ngạch XK của cả nước. Trong đó nổi bật như thị trường Trung Quốc; thị trường Nhật Bản và Hàn Quốc. Thị trường Châu Mỹ chiếm tỷ trọng 26,8% tổng kim ngạch XK của cả nước. Trong đó, Mỹ là thị trường XK lớn nhất của Việt Nam.

Các thị trường có giá trị xuất khẩu cà phê trong nửa đầu năm 2018 tăng mạnh, theo đó Indonesia tăng gấp 8,9 lần, Nga tăng 63,4% và Philippin tăng tới 61,1%. Xuất khẩu cà phê sang Indonesia tăng mạnh là do vụ thu hoạch chính của nước này vào thời điểm cuối năm. Do đó, để đủ lượng cà phê giao dịch, tiêu thụ nội địa, hoặc tái xuất, Indonesia phải tăng mua từ một số thị trường có lượng cà phê dự trữ lớn như Việt Nam.

Biểu đồ 3.3. 10 thị trường XK cà phê lớn nhất của Việt Nam năm 2017



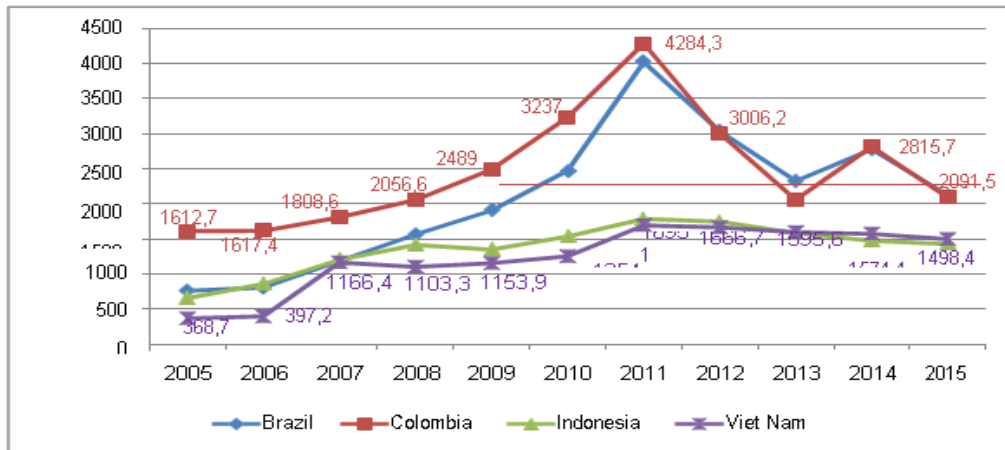
Nguồn: Tổng cục Hải quan

3.1.2.3. Giá xuất khẩu

Giai đoạn 2011-2015: Đây là giai đoạn giá cà phê có sự biến động mạnh. Giá cà phê XK biến động trong khoảng 1.500 – 2.100 USD/tấn trong giai đoạn 2011-2015 (Biểu đồ 2.5). Năm 2011 giá cà phê tăng kỷ lục, tuy nhiên giá của cà phê Việt Nam vẫn thấp hơn thế giới, bởi những vấn đề về chất lượng và chủ yếu là chế biến thô làm giới hạn mức giá được trao đổi của cà phê Việt Nam trên thị trường quốc tế. Năm 2012, giá cà phê XK bắt đầu giảm với mức giá bình quân XK chừng 1.937 đô la/tấn. Năm 2013, Việt Nam bị ảnh hưởng nghiêm trọng của biến đổi khí hậu và diện tích vườn cây cà phê già cỗi cho năng suất thấp khiến sản lượng cà phê trong nước sụt giảm mạnh. Đây là một trong những nguyên nhân chính làm giá cà phê XK của nước ta đột ngột tăng mạnh, đi ngược với xu hướng giá cà phê thế giới và các nước khác. Năm 2014, giá cà phê của cả Việt Nam và thế giới tăng mạnh đem lại nhiều lợi nhuận cho người dân trồng cà phê. So sánh với giá cà phê trên thế giới, giá cà phê XK của Việt Nam có tần suất đi ngược với xu hướng của giá cà phê thế giới và các nước còn lại. Điều đó chứng tỏ XK cà phê ở nước ta khá bất ổn và vẫn còn tồn tại nhiều vấn đề bất cập ảnh hưởng đến giá XK. Nguyên nhân là do mức giá này không được xác định theo quan hệ cung cầu mà theo phương pháp “bán trước, trừ lùi”. Tức là, giá luôn thấp hơn

giá thị trường 100 đến 150 USD tùy theo mức bị trừ. Lý do của việc bị trừ giá cà phê vẫn là do vấn đề chất lượng của sản phẩm. Giá thấp đã ảnh hưởng lớn đến KNXK, chẳng hạn KNXK cà phê của Việt Nam năm 2015 chỉ chiếm 7,5% KNXK của thế giới

Biểu đồ 3.4. Giá XK và phê nhân của các nước sản xuất lớn trên thế giới 2005-2015



Nguồn: FAO

Tính chung cho giai đoạn 2011- nay, giá cà phê XK của Việt Nam chỉ bằng 51,5% giá bình quân của thế giới. Nguyên nhân là do sự cạnh tranh khốc liệt ở nhiều nước XK cà phê lớn như Brazil, Colombia, Indonesia đã làm cho tình hình XK Việt Nam trở nên bị động. Thêm vào đó, việc canh tác còn thủ công, chưa áp dụng nhiều công nghệ kỹ thuật cao dẫn đến chất lượng cà phê Việt Nam chưa cao bằng nhiều nước khác. Các số liệu thống kê quốc tế và của Việt Nam cho thấy rằng Việt Nam đã XK một lượng lớn cà phê với giá quá thấp.

3.1.2.4. Đánh giá kết quả xuất khẩu cà phê của vùng Tây Nguyên 2011- 2018

a. Thành tựu

Về sản lượng và kim ngạch XK, cà phê vùng Tây Nguyên 5 năm trở lại đây luôn ổn định ở mức hơn 1 triệu tấn. Giai đoạn 2010-2017, tốc độ tăng trưởng bình quân của năng suất cà phê đạt 2%/năm. Trong đó, cà phê Robusta tái canh có thể đạt 4,5-6 tấn/ha, có những vườn tới 8 tấn/ha. Cùng sự tăng trưởng này, Việt Nam xuất khẩu cà phê tới gần 100 quốc gia trên thế giới với tổng kim ngạch xuất khẩu năm 2017 đạt 3,24 tỷ USD.

Lượng, kim ngạch và cơ cấu thị trường XK, mặc dù cà phê vùng Tây Nguyên XK đi nhiều quốc gia nhưng thực chất khối lượng và kim ngạch XK chỉ tập trung vào một số thị trường trọng điểm. Điều này tiềm ẩn rủi ro khá lớn nếu các thị trường chính này đưa ra các rào cản kỹ thuật hoặc một lý do nào khác làm giảm nhập khẩu cà phê từ VN, ngành cà phê sẽ gặp rất nhiều khó khăn (xem bảng 3.7).

Mặc dù ngành công nghiệp còn nhiều thách thức về cơ cấu, cà phê Việt Nam nói chung và cà phê Tây Nguyên nói riêng vẫn đang mở rộng mặc dù tốc độ tăng

trường chậm chạp. Hiện cà phê Việt đang trải qua những bước chuyển mình tích cực nhằm củng cố vị thế của Việt Nam trong vai trò là quốc gia xuất khẩu cà phê robusta lớn nhất thế giới trong vòng vài năm tới. Các chương trình tái canh cây cà phê cùng với mục tiêu thúc đẩy ngành chế biến và cải thiện chất lượng sản phẩm cà phê xuất khẩu sẽ giúp tăng kim ngạch xuất khẩu cà phê trong trung hạn.

b. Hạn chế:

- Kỹ thuật sản xuất cà phê bao gồm các khâu từ chuẩn bị giống, chuẩn bị đất trồng, đào hố trồng cà phê, chăm sóc cây mới trồng, kỹ thuật tạo tán, kỹ thuật bón phân, phòng và chống sâu bệnh, kỹ thuật tưới nước trong mùa khô, kỹ thuật thu hái, cho đến các công tác sau thu hoạch v.v... Nhìn chung tất cả các khâu liên quan đến kỹ thuật sản xuất chưa đáp ứng yêu cầu do ảnh hưởng nặng của tập quán sản xuất lạc hậu (Bảng 3.4)

Bảng 3.4: Tổng hợp các tồn tại – hạn chế trong khâu sản xuất cà phê vùng Tây Nguyên

Các tồn tại – hạn chế chính trong sản xuất cà phê	Đối tượng chịu trách nhiệm
1. Một số diện tích cà phê đã trồng ở nơi có điều kiện sinh thái ít thích hợp (đất dốc, thiếu nước, tầng canh tác mỏng...)	Ngành NN chưa lập QH và nông dân trồng tự phát
2. Quy mô đất trồng cà phê của nông hộ nhỏ, (<2,0 ha/hộ chiếm: 81,6%)	
3. Diện tích cà phê >20 năm tuổi cần phải tái canh chiếm tỷ lệ khá lớn (11,0% so với tổng diện tích cà phê).	
4. Giống cà phê đang trồng chủ yếu được ươm từ hạt không được chọn từ cây đầu dòng (98,3% cây giống cà phê thực sinh)	Ngành NN và chủ hộ trồng cà phê
5. Vườn cà phê không có cây che bóng và đai rừng chắn gió (95,1% diện tích cà phê trồng độc canh)	Chủ hộ trồng cà phê
6. Chăm sóc cà phê kinh doanh còn chưa đúng quy trình kỹ thuật: - Số lượng phân hóa học bón quá mức cần thiết và tỷ lệ N:P:K thiếu cân đối (Lượng phân bón cao hơn 10-23% so với yêu cầu dinh dưỡng của cà phê và trên 50% hộ nông dân bón N:P ₂ O ₅ :K ₂ O không cân đối. - Lạm dụng nước tưới (bình quân cao hơn quy trình từ 680 – 700m ³ /ha) - Thuốc BVTV sử dụng cho cà phê không được kiểm soát về chủng loại và liều dung, tỷ lệ diện tích cà phê bị sâu bệnh hại có xu hướng tăng (Các bệnh rỉ sắt, tuyến trùng hại rễ, vàng lá sinh lý, thối nứt thân và ve sầu) - Tỉa cành, đánh nhánh, tạo hình cho cây cà phê chưa quan tâm đúng mức.	Trách nhiệm chủ yếu thuộc về chủ hộ và lao động trực tiếp chăm sóc cà phê và 1 phần trách nhiệm thuộc về các nhà khoa học, cán bộ kỹ thuật thuộc ngành nông nghiệp
7. Phơi sấy và bảo quản quả - nhân cà phê còn khá nhiều bất cập đã làm giảm chất lượng và giá trị cà phê thương phẩm	Trách nhiệm thuộc về nông hộ
8. Phát triển cà phê chưa đạt mục tiêu và đã gánh chịu nhiều rủi ro (Cà phê chè chỉ có 31.965,0ha chiếm 6% chương trình phát triển 40.000 ha cà phê chè, trồng: 13.603 ha đã chết và thanh lý 8.058,5 ha chiếm 59,25%)	Trách nhiệm trước hết thuộc về chủ dự án và Ngành NN địa phương

Nguồn: Các báo cáo của các Cục, Viện, Hiệp hội, Sở NN-PTNT, các chuyên gia nghiên cứu cà phê và qua trực tiếp điều tra khảo sát

Qua quá trình khảo sát nhận thấy đặc tính của sản xuất ở vùng Tây Nguyên phần lớn là nhỏ lẻ, manh mún, phương pháp sản xuất còn lạc hậu. Chính vì lẽ đó, sản xuất luôn bị phụ thuộc bởi các yếu tố đầu vào nên chi phí sản xuất luôn ở mức cao. Chưa có một sáng kiến nào đưa ra để giảm sự đầu tư phân bón hóa học, giảm lượng nước tưới, giảm thuốc trừ sâu hay giảm nhân công chăm sóc mà vườn cây vẫn phát triển bình thường. Điều đó nói lên rằng công nghệ sản xuất cà phê tại Tây Nguyên còn rất bất cập.

Đối với khâu sau thu hoạch: Công nghệ sau thu hoạch là khâu rất quan trọng trong điều kiện sản xuất và thời tiết, khí hậu của Việt Nam. Do công nghệ sau thu hoạch chưa đáp ứng yêu cầu, ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng sản phẩm, nên chất lượng cà phê của Việt Nam thường bị khách hàng thế giới đánh giá rất thấp ảnh hưởng giá cả của cà phê Việt Nam thường giao dịch ở mức thấp. Gần đây, tuy đã có nhiều chuyển biến về công nghệ sấy cà phê nhưng phần lớn người trồng cà phê chưa tiếp cận được do hạn chế về năng lực tài chính. Vì vậy công tác sau thu hoạch bị phụ thuộc rất nhiều ở khâu phơi tại các sân bãi. Trong điều kiện sân bãi chưa đáp ứng, thời tiết nắng, mưa thất thường đã ảnh hưởng lớn đến chất lượng sản phẩm.

Bảng 3.5 : Các vấn đề sản xuất cà phê quy trình kỹ thuật ở vùng Tây Nguyên

Vấn đề	Hiệu quả của vấn đề thực hiện chưa đúng	Ghi chú
1. Thu hoạch quả cà phê còn nhiều quả xanh (>30%) và tuốt cành một lần	1. Chất lượng cà phê nhân thấp, dẫn đến giá xuất khẩu thấp, tổn hại đến danh tiếng cà phê Việt Nam	Thu hoạch đúng độ chín (>95% số quả) sẽ tăng chất lượng và tăng thêm giá trị sản lượng, thu nhập từ 5 – 10%
	2. Thời vụ thu hoạch bị rút ngắn rơi vào cuối mùa mưa, kéo dài thời gian phơi, tăng tỷ lệ thất thoát, tăng chi phí sơ chế	
	3. Tiềm ẩn nguy cơ lây nhiễm nấm mốc trong sản phẩm cà phê	
	4. Do thu hoạch 1 lần với khối lượng quả cà phê lớn gây áp lực đối với sân phơi và phương tiện thiết bị sơ chế cà phê	
2. Tưới quá nhiều nước đối với cà phê kinh doanh	1. Lãng phí nước đã làm cạn kiệt nguồn nước ngầm	Làm đúng quy trình kỹ thuật tưới nước giảm được 1,0 – 1,5 triệu đồng/ha
	2. Tăng số lượng phân bón thất thoát do chuyển xuống quá sâu so với tầng đất phân bố rễ cà phê	
	3. Tiềm ẩn nguy cơ gây hại của một số loài sâu bệnh hại khi đất và không khí trong vườn cà phê có độ ẩm quá cao	
	4. Tăng chi phí sản xuất, tăng giá thành, giảm thu nhập và giảm sức cạnh tranh của sản phẩm cà phê hàng hóa	
3. Sử dụng phân bón chưa hợp lý (số lượng phân bón hóa học cao hơn định mức và tỷ lệ N:P:K thiếu cân đối)	1. Tăng chi phí sản xuất, tăng giá thành, giảm sức cạnh tranh đối với sản phẩm cà phê	Sử dụng phân bón đúng quy trình kỹ thuật có thể giảm chi phí..... năm từ 1,5 – 2,0 triệu đồng
	2. Tiềm ẩn nguy cơ tăng mức độ gây hại của các loại sâu bệnh đối với cây cà phê	
	3. Làm thay đổi kết cấu đất (chai đất) và mất cân đối dinh dưỡng trong dung dịch đất gây trở ngại tái canh cà phê	
	4. Sử dụng quá nhiều phân, tưới dư thừa nước lại, không có cây che bóng dẫn đến cây cà phê lão hóa nhanh và dễ gặp rủi ro khi gặp thời tiết bất lợi	

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả nghiên cứu của Viện chính sách, Cục trồng trọt, các Nhà Khoa học và điều tra Nông hộ

Ngoài ra, khâu bảo quản sản phẩm sau khi thu hoạch cũng chưa đáp ứng yêu cầu do hệ thống kho bãi hạn chế, không có phương pháp cất giữ an toàn nên chất lượng cũng bị giám sát ở giai đoạn này rất lớn. Chính vì vậy, sự hạn chế của công nghệ sản xuất và công nghệ sau thu hoạch đã phát sinh các nhân tố rủi ro tác động đến sản xuất cà phê của Việt Nam.

Bảng 3.6: Tổng hợp các tồn tại- hạn chế trong thu mua- chế biến- tiêu thụ cà phê

Khâu công việc	Các tồn tại – hạn chế trong sản xuất cà phê	Đối tượng chịu trách nhiệm
I. Khâu thu mua quả, nhân xô cà phê	1. Thương lái và Đại lý thu mua cà phê ít vốn, kho bảo quản không đúng quy chuẩn kỹ thuật	Thương lái, chủ đại lý
	2. Thương lái, Chủ đại lý thu mua cà phê hoạt động thiếu tính chuyên nghiệp và chưa thật minh bạch	Thương lái, chủ đại lý
	3. Giá mua cà phê không theo tiêu chuẩn chất lượng, thực tế là mua quả và nhân xô cà phê	Thương lái, chủ đại lý và nông hộ trồng cà phê
	4. Thương lái và Chủ đầu tư chỉ biết thu mua cà phê của nông hộ, trang trại SX ra mà chưa tư vấn chi họ SX cà phê bền vững theo yêu cầu do thương lái và chủ đại lý ít có hiểu biết về thị trường cà phê trong nước và XK	Thương lái, chủ đại lý
	5. Trung tâm sàn giao dịch cà phê Buôn Mê Thuật hoạt động chưa đạt hiệu quả do phần lớn khách hàng ở xa, thủ tục ít tiện lợi	Trung tâm giao dịch cà phê Buôn Mê Thuật
II. Chế biến cà phê (xát tươi, xát khô, phân loại cà phê nhân xuất khẩu) và chế biến sâu (cà phê rang-xay, cà phê hòa tan)	1. Chế biến cà phê xát tươi, ít phát triển và mới chế biến xát tươi chủ yếu là cà phê chèn và là một phần nhỏ cà phê vối của các Công ty cà phê (5% sản lượng cà phê)	Nông hộ, Trang trại, Doanh nghiệp
	2. Các nhà máy chế biến cà phê phần lớn có công suất nhỏ, thiết bị phần lớn được chế tạo trong nước nên công nghệ thua kém thiết bị nhập khẩu	Cơ sở chế biến và cà phê
	3. Cà phê nhân qua chế biến xuất khẩu chưa đáp ứng đúng – đủ các tiêu chuẩn của thị trường cà phê quốc tế	Cơ sở chế biến và cà phê
	4. Chế biến cà phê rang – xay chủ yếu là kinh tế hộ (10.000 hộ), chỉ có một số doanh nghiệp có thiết bị chế biến hiện đại 300-500kg/giờ. Chất lượng cà phê sau chế biến chưa được kiểm tra – giám sát và giá bán cà phê rang xay khá cao so với giá thành chế biến	Cơ sở chế biến cà phê và Cơ quan Quản lý nhà nước Doanh nghiệp
	5. Sản phẩm cà phê hòa tan còn có sản lượng ít và thiếu đa dạng về chủng loại nên chưa đáp ứng được thị hiếu của người tiêu dùng	Doanh nghiệp và cà phê

III. Tiêu thụ các sản phẩm (cà phê nhân XK, cà phê rang – xay, cà phê hòa tan)	1. Cà phê nhân XK không có thương hiệu và chưa theo tiêu chuẩn chất lượng Việt Nam và quốc tế, chiếm sản lượng lớn nên bán giá thấp	Doanh nghiệp và cà phê
	2. Cà phê nhân XK của Việt Nam không bán trực tiếp cho nhà rang – xay mà hầu hết cung ứng mua trung gian nên bị động và dễ bị ép giá	Doanh nghiệp và cà phê
	3. Sản phẩm cà phê của Việt Nam thiếu đa dạng, chất lượng còn kém và chưa đáp ứng tốt theo thị hiếu người tiêu dùng	Doanh nghiệp và cà phê
	4. Xây dựng thương hiệu, xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường có làm nhưng còn chưa đủ mạnh và hiệu quả chưa cao	Doanh nghiệp và cà phê
	5. Giá bán sản phẩm cà phê qua chế biến sâu ở mức khá cao trong khi cà phê nhân sử dụng chế biến mua với giá thấp	NN – DN - Hiệp hội

Nguồn: Các báo cáo của các Cục, Viện, Hiệp hội, Sở NN-PTNT, các chuyên gia nghiên cứu cà phê và qua trực tiếp điều tra khảo sát

- Về vốn: Phần lớn người sản xuất cà phê ở Tây Nguyên thiếu vốn nghiêm trọng, phụ thuộc nhiều vào vốn vay. Những người có điều kiện tiếp cận nguồn tín dụng của các ngân hàng thì chịu lãi suất vay vốn thấp hơn, còn những người khác thì tìm đến các cơ sở thu mua để tạm ứng trước với lãi suất vay vốn cao hơn. Thậm chí có những trường hợp phải tìm đến các hình thức tín dụng đen với lãi suất vay vốn rất cao. Ngoài ra, có trường hợp phải bán trước cà phê với giá rẻ để lấy vốn phục vụ sản xuất, còn sản phẩm sẽ giao vào thời điểm thu hoạch (trong dân gian gọi là bán cà phê non). Đó là thực trạng của muôn kiểu huy động vốn trong sản xuất cà phê hiện nay tại vùng Tây Nguyên.

Các tồn tại kể trên đã gây ảnh hưởng đến chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh của cà phê Việt Nam và làm giảm giá trị sản lượng – thu nhập của người trồng cà phê, nên phải huy động tốt nhất các nguồn lực tập trung khắc phục triệt để từ năm 2010.

3.1.3. Đánh giá mức độ tăng trưởng xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên qua một số chỉ tiêu

3.1.3.1. Quy mô mặt hàng XK

Trong khoảng 5 năm gần đây từ năm 2012 đến nay, sản lượng cà phê XK của Việt Nam, vùng Tây Nguyên bình quân hàng năm chiếm khoảng 20% sản lượng cà phê sản XK trên thế giới, đứng thứ hai chỉ sau Brazil. Nhìn chung, khối lượng XK cà phê của Việt Nam có xu hướng giảm đi hàng năm do biến đổi khí hậu gây ra hạn hán nghiêm trọng ở Tây Nguyên, cùng với tỷ lệ cà phê già cỗi chưa được tái canh. Kim ngạch XK cà phê giai đoạn 2010-2017 đạt 2,9 tỷ USD/năm với tốc độ tăng trưởng trung bình 15,1%/năm. Năm 2015 là năm đáng thất vọng khi kim ngạch XK cà phê suy giảm đến 25% và XK sang các thị trường lớn nhất hầu hết đều giảm. Nguyên

nhân dẫn đến kết quả không tốt của niên vụ 2014 - 2015 là thời tiết thay đổi và hạn hán nghiêm trọng làm cả sản lượng và chất lượng sụt giảm. Ngoài ra việc giá cà phê trên thế giới giảm cũng khiến người nông dân và lái buôn hạn chế XK.

Bảng 3.7: Kim ngạch XK cà phê của Việt Nam giai đoạn 2010 – 2017

Đvt: tỷ USD

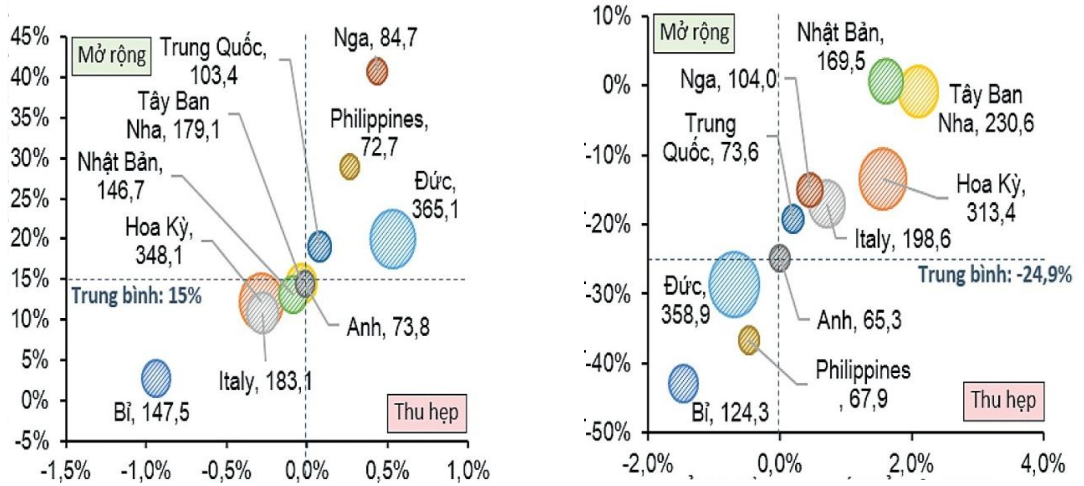
Năm	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Giá trị XK	1.851	2.752	3.672	2.717	3.556	2.674	3.33	3.325
Tăng trưởng so với năm trước (%)	6,9	48,6	33,43	-26	30,87	-24,8	24,7	-2,7

Nguồn: Tổng cục Hải quan

So với các ngành hàng nông nghiệp khác, XK cà phê là một trong những ngành hàng mang lại giá trị XK lớn đối với kim ngạch XK của Việt Nam. Đỉnh điểm là năm 2012, giá trị XK cà phê đạt 3,67 tỷ USD. Năm 2013, do giảm giá và số lượng XK giảm nên kim ngạch XK của toàn ngành đạt 2,69 tỷ USD và giảm mạnh so với năm 2012. Nguyên nhân sụt giảm mạnh về giá trị XK do giá cà phê thế giới sụt giảm vì cung vượt quá cầu, cùng với việc bán ồ ạt cà phê với giá rẻ để giảm lỗ đã khiến giá cà phê càng đi xuống.

Thị trường: 5 thị trường lớn nhất về XK cà phê của Việt Nam là Đức, Hoa Kỳ, Tây Ban Nha, Italy và Nhật Bản. Thị trường Đức, vốn là thị trường lớn nhất với kim ngạch XK cà phê của Việt Nam sang đạt trung bình 360 triệu USD/năm, tăng trưởng khá nhanh trong giai đoạn 2010-2014 (20%/năm) nhưng đã thu hẹp vào năm 2015 (giảm 28,6%), nhường thị phần cho các thị trường lớn khác như Hoa Kỳ, Nhật Bản và Tây Ban Nha. Nga và Trung Quốc tuy không có tăng trưởng ấn tượng trong giai đoạn 2010-2015 nhưng vẫn liên tục gia tăng thị phần và tiến gần top 5. Trong khi đó, thị trường Bỉ đã bật ra khỏi top 5 vào năm 2015 sau khi thu hẹp trong nhiều năm (dù năm 2014 đã có sự trở lại khá ấn tượng với mức tăng 131% so với 2013). Sang năm 2016, mặt hàng cà phê quay trở lại xu hướng tăng trưởng khi tăng 24,9% so với 2015. Hai thị trường dẫn đầu là Đức và Hoa Kỳ đều có tốc độ tăng ấn tượng (lần lượt 37,6% và 43,6%) và gia tăng thị phần. Thị trường Italy cũng vượt qua Tây Ban Nha để trở thành thị trường XK lớn thứ 3 (tăng 23,6% trong khi Tây Ban Nha giảm 8,3%). Những khó khăn về thời tiết trong năm 2016 từ hiện tượng El Nino khiến sản lượng sản xuất cà phê ở Việt Nam giảm sẽ có thể được phản ánh vào tốc độ tăng XK của năm 2017.

Hình 3.2. Tăng trưởng XK nhóm hàng cà phê của Việt Nam 2010-2017
 Trung bình giai đoạn 2010-2017 Năm 2017



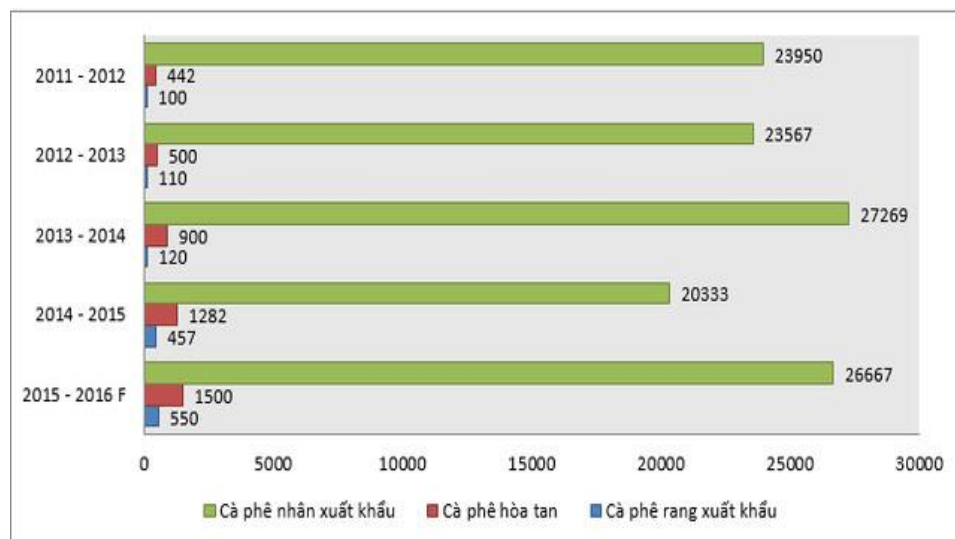
Chú thích: kích thước bóng thể hiện giá trị XK của nhóm hàng hóa

Nguồn: tổng hợp từ UNComtrade, ITC, Tổng cục Hải quan

3.1.3.2. Cơ cấu và chất lượng mặt hàng XK

Từ năm 2011 đến nay, cà phê đã có những bước chuyển dịch cơ cấu sang cà phê hòa tan và cà phê rang xay XK tăng lên do Việt Nam đã chú trọng nhiều hơn đến XK loại cà phê chế biến. Theo Cục XTTM, cà phê hòa tan Việt Nam đã XK tới 1,28 triệu bao, tăng 382 nghìn bao, tương ứng tăng 42,4% so với niên vụ trước. Đồng thời sản lượng XK cà phê rang xay có sự thay đổi lớn trong niên vụ 2014 – 2015, sản lượng tăng mạnh từ 120 nghìn bao lên 475 nghìn bao, tương ứng mức tăng 280,8% so với niên vụ 2013 - 2014.

Biểu đồ 3.5. XK cà phê theo loại sản phẩm 2011-2016 (nghìn bao)



Nguồn: Tổng cục hải quan

3.1.3.3. Chỉ tiêu đo lường sức cạnh tranh mặt hàng cà phê XK trên thị trường

a. Chỉ tiêu RCA:

Đánh giá KNCT và phát triển XK cà phê của Việt Nam trên thị trường thế giới cho thấy, tiềm năng phát triển XK cà phê của Việt Nam là rất lớn và có KNCT cao mặc dù chỉ số RCA có xu hướng giảm, năm 2015 chỉ còn 10,56 % (xem bảng 3.8), tuy vậy, mặt hàng cà phê vẫn có lợi thế so sánh rất cao.

Bảng 3.8: Một số chỉ tiêu mặt hàng cà phê 2011- 2017

Chỉ tiêu	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
XK/GDP(%)	2,07	2,65	1,71	1,92	1,36	1,4	13,5
RCA	13,3	18,3	13,28	11,47	10,56	12,4	12,2

Nguồn: Tổng hợp của NCS từ số liệu Trung tâm thương mại thế giới, tháng 4/2017

Trong thời kì 2011 – 2017, tăng trưởng trung bình hàng năm của XK cà phê khoảng 17%/năm, chiếm 1,1% thị phần XK của thế giới, trong đó tăng trưởng trung bình hàng năm của cà phê chưa rang, không có cafein (Mã 090112) và cà phê rang, không có cafein là cao nhất (chiếm 37% và 24%), nếu tính thị phần XK so với thế giới trong giai đoạn này thì cà phê chưa rang, không có cafein và cà phê chưa rang, đã khử cafein lại chiếm thị phần lớn nhất (11,6% và 9,7%) (xem bảng 3.9)

Bảng 3.9: Kim ngạch XK cà phê 2011 – 2017

Mã (HS)	Mặt hàng	Chỉ số thương mại							
		Giá trị XK 2017 (nghìn USD)	Cán cân thương mại 2017 (nghìn USD)	Tăng trưởng trung bình hàng năm 2011 – 2017 (%)	Tăng trưởng lượng 2011 – 2017 (%)	Tăng trưởng 2011 – 2017 (%)	Tăng trưởng NK TB thế giới 2011 – 2017 (%)	Thị phần XK so với thế giới (%)	Xếp hạng XK so với thế giới
	Cà phê	179,147,638	-9,636,549	17		13	-2	1.1	26
090111	Cà phê chưa rang, không có cafein	2,283,764	2,278,928	-4	0	-18	-7	11.6	3
090112	Cà phê chưa rang, đã khử cafein	84,615	84,189	24	22	13	-8	9.7	3
090121	Cà phê, rang, không có cafein	43,410	34,164	37	13	314	5	0.5	21
090190	Cà phê, rang, khử Cafein	839	728	-1		-66	3	0.9	26
090122	Vỏ và cùi Cà phê	275	-397	-54		-33	2	0	36

Nguồn: Số liệu từ Trung tâm thương mại thế giới ICT, tháng 4/2018

XK cà phê của Việt Nam tính cho đến năm 2017 vẫn chiếm vị trí hàng đầu thế giới, XK cà phê chưa rang, không có cafein (HS 090111) và cà phê, chưa rang, đã khử cafein (HS 090 112) đều đứng vị trí thứ 3 thế giới

Xét các chỉ tiêu thương mại cà phê của Việt Nam so với các quốc gia xuất khẩu trên thế giới năm 2017 cho thấy, xuất khẩu cà phê của Việt Nam có chỉ số cạnh tranh rất tốt so với các quốc gia khác

Đánh giá khả năng cạnh tranh và phát triển xuất khẩu cà phê của Việt Nam trên thị trường thế giới cho thấy, tiềm năng phát triển xuất khẩu cà phê của Việt Nam trên thị trường thế giới là rất lớn và có khả năng cạnh tranh cao. Chỉ số RCA có xu hướng giảm, năm 2014 chỉ còn 11,47%. Tuy vậy, mặt hàng cà phê vẫn có lợi thế so sánh rất cao. Chỉ số LI năm 2013 là 12,4 cao hơn Braxin (8,9), Indonesia (4,7), Italia(1,2), Ấn độ (3,5). Giai đoạn 2003 – 2012 tỷ lệ giữa kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng cà phê so với tổng kim ngạch xuất khẩu hàng năm của Việt Nam chiếm tỷ trọng đáng kể có xu hướng tăng lên từ 1,92% năm 2003 đạt 3,2% năm 2012 năm 2013, 2014 có xu hướng giảm chỉ còn 2,03% và 2,37%. Giá trị xuất khẩu cà phê đóng góp đáng kể trong GDP năm 2003 chiếm 0,87%, năm 2012 đạt 2,69%, tuy nhiên năm 2013 giảm còn 1,57% năm 2014 đạt 1,92%.

Xét về chỉ số chuyên môn hoá xuất khẩu ES, các nước nhập khẩu cà phê hàng đầu thế giới đều là những khách hàng tiềm năng cho Việt Nam.

Bảng 3.10. Chỉ số chuyên môn hoá xuất khẩu Việt Nam với 10 thị trường nhập khẩu cà phê lớn nhất thế giới

Thị trường	2012	2013	2014	2015	2016
Hoa Kỳ	13,65	18,21	21,82	17,15	11,78
Đức	9,25	12,01	15,34	12,20	9,34
Pháp	14,21	17,61	21,32	16,96	10,69
Ý	11,96	15,50	18,48	13,70	9,56
Nhật Bản	12,31	17,32	23,02	20,29	13,64
Bỉ	15,20	18,67	26,55	13,16	10,11
Canada	13,06	17,03	22,04	17,48	11,68
Tây Ban Nha	15,81	20,73	25,01	18,45	12,68
Anh	32,23	44,09	50,92	33,94	23,10
Hà Lan	17,92	23,19	28,62	36,97	21,77

Nguồn: Số liệu thống kê của ITC, 2017.

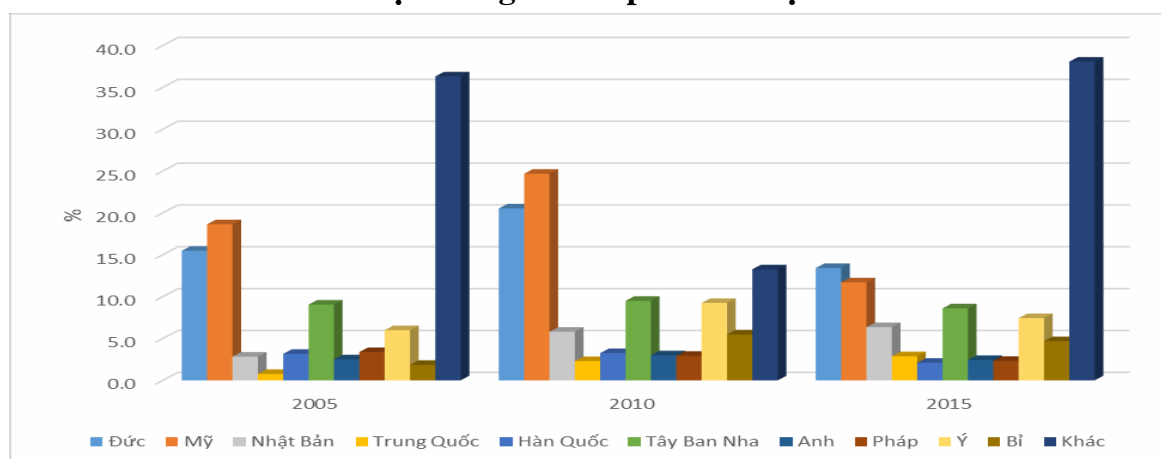
Xét về chỉ số cường độ thương mại TI, xu hướng chuyển dịch thương mại cà phê của Việt Nam đang hướng dần tới thị trường châu Á. Trong giai đoạn 2010 - 2015, quan hệ thương mại của Việt Nam với nhóm 10 nhà nhập khẩu cà phê hàng

đầu thế giới, chỉ số TI không ổn định. Các thị trường như: Ý, Tây Ban Nha, và Anh có chỉ số $TI > 1$. Các thị trường như: Hà Lan và Thụy Sĩ có chỉ số $TI > 1$ trong các năm từ 2010 - 2017 và thị trường Hoa Kỳ có TI tăng dần. TI với thị trường Nhật Bản tăng mạnh trong các năm 2013 - 2014.

Giai đoạn 2010 – 2017 xuất khẩu cà phê của Việt Nam luôn đạt kim ngạch cao tuy nhiên trong đóng góp của KNXK cà phê trong KNXK hàng hoá và trong GDP của Việt Nam có xu hướng giảm, năng lực đáp ứng các thách thức của lộ trình hội nhập và các biến động của thị trường quốc tế còn hạn chế, năng lực cạnh tranh có xu hướng giảm, chủ yếu là cạnh tranh về giá, chất lượng sản phẩm không đồng đều, giá trị gia tăng của sản phẩm thấp, năng lực tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu của sản phẩm còn hạn chế.

3.1.3.4. Mức độ tăng trưởng thị trường XK

Biểu đồ 3.6: Thị trường XK cà phê của Việt Nam từ 2005-2015



Nguồn: Tổng cục hải quan

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, từ năm 2005 đến năm 2015, XK cà phê của Việt Nam tăng trưởng với tốc độ bình quân khoảng 17,7%/năm. Điều này cho thấy các thị trường chính nhập khẩu mặt hàng này ngày càng ưa chuộng cà phê Việt Nam và số lượng thị trường XK của cà phê ngày càng mở rộng.

Hiện nay, cà phê được XK sang gần 100 quốc gia, trong số 14 thị trường đứng đầu đã chiếm đến 80% tổng kim ngạch XK cà phê cả nước. XK cà phê đã chế biến, cà phê nhân, cà phê rang, cà phê xay và cà phê hòa tan có xu hướng ngày càng tăng cả về khối lượng và giá trị XK. Mặc dù là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu cao trong nhóm hàng nông sản của Việt Nam, nhưng tốc độ tăng trưởng kim ngạch giai đoạn (2013-2017) chỉ ở mức bình quân 6,57%/năm. Nguyên nhân chủ yếu là do chịu nhiều biến động của thị trường cà phê thế giới, trong lúc cơ cấu các sản phẩm cà phê có giá trị gia tăng cao vẫn còn thấp, xuất khẩu cà phê nhân chiếm tỷ trọng lớn

Về thị trường xuất khẩu, cà phê của Việt Nam chủ yếu vẫn XK sang khu vực Châu Âu, Mỹ. Có 13 thị trường tại châu Âu nhập khẩu cà phê của Việt Nam thì có tới 11 thị trường đã giảm nhập khẩu so với các năm trước, chỉ có nhập khẩu cà phê từ 1 thị trường là Italia tăng 10,6% về kim ngạch còn lại tất cả thị trường đều giảm nhẹ. Năm 2017, xuất khẩu cà phê đạt 1,44 triệu tấn với kim ngạch 3,24 tỷ USD, giảm 19% về lượng và 2,7% về kim ngạch so với năm 2016. Đức và Hoa Kỳ tiếp tục là hai thị trường tiêu thụ cà phê lớn nhất của Việt Nam với thị phần lần lượt là 14,7% và 12,7%

Châu Phi được đánh giá là khu vực tiềm năng về tiêu thụ cà phê, nhưng theo thống kê năm 2017, xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang khu vực này chỉ đạt 38,1 nghìn tấn với kim ngạch 74,5 triệu USD (giảm 15,9% về lượng và 17,1% về kim ngạch so với năm 2012) trong đó 3 thị trường nhập khẩu chính của Việt Nam tại khu vực này là An-giê-ri, Nam Phi và Ai Cập đều giảm so với năm 2012 cả về lượng, cả về kim ngạch.

Về hàm lượng chế biến của các mặt hàng cà phê, mặt hàng có KNXK lớn nhất tại thị trường EU. Trong giai đoạn 2011-2015, tỷ trọng xuất khẩu của cà phê nguyên liệu (cà phê chưa rang) đều ở ngưỡng rất cao. Giai đoạn trước năm 2013, hệ số này duy trì ở mức trên 99%; từ năm 2013 trở lại đây, mặc dù tỷ lệ đã giảm xuống còn khoảng 98% năm 2013 và 97% năm 2015, 95% năm 2017 nhưng sự cải thiện này không đáng kể. Tóm lại, gần như toàn bộ cà phê Việt Nam xuất khẩu vào thị trường EU là cà phê nhân.

3.2. PHÂN TÍCH TÁC ĐỘNG THÚC ĐẨY CỦA CHÍNH SÁCH NHÀ NƯỚC ĐẾN KẾT QUẢ TĂNG TRƯỞNG XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VÙNG TÂY NGUYÊN GIAI ĐOẠN 2011-2018

3.2.1. Phân tích các chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên

3.2.1.1. Chính sách thị trường XK

Trong thời gian qua, Nhà nước cụ thể là các Bộ: Bộ Công thương, Bộ Ngoại giao, Bộ Nông nghiệp và PTNT, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Hiệp hội cà phê, các Sở, ban ngành từ Trung ương đến địa phương luôn quan tâm đến việc nghiên cứu, tìm hiểu thị trường để XK cà phê Tây Nguyên, hỗ trợ các doanh nghiệp XK cà phê ra thị trường thế giới bằng việc lập các Hiệp hội kinh doanh cà phê, ký các Hiệp định TM song phương và đa phương, mở rộng ngoại giao với các quốc gia khác trên thế giới. Ngoài việc quản lý bằng các chiến lược, kế hoạch, nhiều chương trình XKNS theo từng mục tiêu khác nhau được Bộ Công Thương triển khai, như: chương trình XTTM quốc gia, chương trình THQG (từ năm 2012 đến nay), chương trình Doanh nghiệp xuất khẩu uy tín (từ năm 2004 đến nay).

Bảng 3.11. Các chính sách liên quan đến thị trường XK cà phê

TT	Số văn bản	Tên Văn bản
[1].	1467/QĐ-TTg	Đề án phát triển thị trường khu vực 2015- 2020 tầm nhìn đến 2030[112]
[2].	2471/QĐ-TTg	Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011 - 2020, định hướng đến năm 2030[108]
[3].	950/QĐ-TTg	Chương trình hành động thực hiện Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011 - 2020, định hướng đến năm 2030 [110]
[4].	5047/QĐ-BCT	Kế hoạch của ngành Công Thương triển khai Chương trình hành động thực hiện Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030 [2]
[5].	1513/QĐ-TTg	Đề án thúc đẩy doanh nghiệp Việt Nam tham gia trực tiếp các mạng phân phối nước ngoài đến năm 2020 [113]
[6].	1684/QĐ-TTg	Chiến lược Hội nhập KTQT ngành nông nghiệp phát triển nông nghiệp[114]
[7].	01/CT-TTg	Một số biện pháp triển khai chủ trương chủ động và tích cực Hội nhập quốc tế
[8].	72/2010/QĐ-TTg	Ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình XTTM quốc gia[106]
[9].	22-NQ/TW	Hội nhập quốc tế và Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết 22-NQ/TW ngày 10 tháng 4 năm 2013 của Bộ Chính trị về Hội nhập quốc tế.
[10].	31/NQ-CP	Ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết 22 ngày 10/4/2013 của Bộ Chính trị, Ban chấp hành TW về hội nhập quốc tế.[1]
[11].	80/2009/QĐ-TTg	Sửa đổi, bổ sung một số điều của Quy chế xây dựng và thực hiện Chương trình XTTM quốc gia giai đoạn 2006-2010
[12].	1832/QĐ-UBND	Đề án phát triển xuất khẩu mặt hàng chủ lực khu vực Lâm Đồng
[13].	32/2016/QĐ-UBND ngày 14/7/2016	Quy định nội dung xúc tiến thương mại được hỗ trợ và mức hỗ trợ kinh phí hoạt động xúc tiến thương mại tại địa phương trên địa bàn tỉnh Gia Lai

Nguồn: Tổng hợp của tác giả từ các văn bản quy phạm pháp luật

a. Những thành tựu

Thời gian qua, các chính sách phát triển thị trường của Việt Nam đã góp phần tích cực thúc đẩy mở rộng thị trường, thúc đẩy hoạt động XK của nước ta, trong đó có cà phê. Nhờ các chính sách này đầu ra cho sản phẩm cà phê XK được đảm bảo, tạo điều kiện khuyến khích và đẩy mạnh hoạt động sản xuất và XK cà phê mang lại

nguồn ngoại tệ cho đất nước, thúc đẩy sản xuất, tăng thu nhập cho nền kinh tế quốc dân và nâng cao đời sống của người dân.

Việc mở rộng thị trường XK cà phê với gần 100 quốc gia trên thế giới đã góp phần khai thác hiệu quả các lợi thế so sánh của cà phê vùng Tây Nguyên, Việt Nam trên thị trường quốc tế. Chính sách phát triển thị trường còn là hướng đi quan trọng giúp các doanh nghiệp XK cà phê trong nước nắm bắt, cập nhật thông tin về thị trường thế giới để từ đó có thể xây dựng được chiến lược tiếp cận và thâm nhập thị trường, nâng cao kim ngạch và vị thế XK cà phê của Việt Nam. Năm 2008, Chính phủ Việt Nam ký Hiệp định cà phê quốc tế (ICA) cùng với việc gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) đã mang lại cho ngành cà phê Việt Nam một sân chơi không lồ với hơn 5 tỷ người tiêu thụ và kim ngạch XK trị giá 635 tỷ USD/năm. Bên cạnh đó, việc tham gia vào các Hiệp định Thương mại song phương (FTA) và các hiệp định thương mại đa phương (EPA) của Việt Nam giúp các doanh nghiệp nước ta mở rộng thị trường XK nói chung và XK mặt hàng cà phê nói riêng thông qua việc tận dụng ưu đãi từ các hiệp định.

Chính phủ Việt Nam đã từng bước tạo dựng và thuận lợi hóa cho môi trường pháp lý, xây dựng cơ sở hạ tầng, triển khai ứng dụng TM điện tử ở Việt Nam; đồng thời, Chính phủ cũng hỗ trợ kinh tế, kỹ thuật, xây dựng năng lực, tạo điều kiện cho việc hình thành và phát triển các đơn vị dịch vụ thông tin chuyên nghiệp, từng bước đẩy mạnh công tác thu nhập, xử lý và cung cấp thông tin theo hướng phục vụ tốt hơn cho các doanh nghiệp XK cà phê ra thị trường thế giới.

Các cơ quan thông tin của Chính phủ, các Bộ, ngành và các Tổ chức xúc tiến XK của Chính phủ (VIETRADE), trung tâm thông tin TM (VTIC), Viện nghiên cứu Thương mại (VIT), các trung tâm thông tin của Bộ, các trung tâm hay các phòng thông tin trực thuộc các sở tại các địa phương... là những địa chỉ cung cấp thông tin quan trọng cho các doanh nghiệp. Các cơ quan này cung cấp chủ yếu các thông tin mang tính kinh tế vĩ mô, chiến lược (sau khi đã thu thập, giám định, tổng hợp và phân tích), các thông tin mang tính hướng dẫn và tư vấn cho các doanh nghiệp trong việc thực thi, vận dụng các quy tắc, luật lệ, Hiệp định thương mại song biên và đa biên, các thông tin mang tính tác nghiệp, cụ thể.

b. Những hạn chế

Những chính sách của Nhà nước trong thời gian qua đã hỗ trợ rất nhiều cho ngành cà phê Việt Nam nói chung và vùng Tây Nguyên nói riêng ra thị trường thế giới, tuy nhiên bên cạnh những kết quả đạt được, các chính sách phát triển thị trường của Việt Nam trong thời gian qua cũng bộc lộ nhiều hạn chế. Cụ thể:

- Việc hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc cung cấp thông tin, quảng bá sản phẩm ra thị trường thế giới qua các hội chợ, chương trình xuất tiến thương mại mới chỉ được một phần nhỏ, trong khi đó các chi phí cho tham gia các chương

trình còn cao đối với các doanh nghiệp đặc biệt là tham gia các hội chợ, chương trình XTTM tại nước ngoài.

- Thông tin thị trường chưa tốt. Việt Nam vẫn chưa có các nghiên cứu, phân tích thông tin thị trường bài bản để tìm hiểu nguyên nhân và điều tiết sản xuất. Những hạn chế của các chính sách nghiên cứu thị trường làm ảnh hưởng đáng kể đến việc nghiên cứu chiều sâu của thị trường như: Sở thích tiêu dùng, thói quen tiêu dùng, văn hóa tiêu dùng, quy mô tiêu thụ sản phẩm của từng thị trường cụ thể đối với cà phê Việt Nam XK ra thế giới.

Chính sách thị trường của Việt Nam cần có điều kiện để thực hiện như: Tiếp tục tạo khung pháp lý về thị trường quốc tế thông thoáng hơn, kịp thời phát hiện và xử lý các trở ngại, rào cản về thị trường để tạo thuận lợi cho các hoạt động xuất nhập khẩu, nhất là XK. Trước mắt, cần tập trung nghiên cứu ký thêm các hiệp định, thoả thuận kinh tế thương mại với Italia, Tây Ban Nha, Bungary, Rumani, Mexico, Braxin... Chính phủ cần giám sát chặt chẽ việc thực hiện các hiệp định, thoả thuận còn hiệu lực; tổ chức, chuẩn bị, tham gia các cuộc đàm phán song phương và đa phương với các đối tác liên quan.

3.2.1.2. Chính sách phát triển và chuyển dịch cơ cấu mặt hàng xuất khẩu

Từ năm 2010 đến nay, Nhà nước đã không ngừng hoàn thiện chính sách mặt hàng XK nhằm mở rộng mặt hàng XK cũng như nâng cao chất lượng sản phẩm thông qua các văn bản như:

Bảng 3.12. Một số chính sách phát triển và chuyển dịch cơ cấu mặt hàng cà phê

TT	Số văn bản	Tên văn bản	Mô tả chính sách liên quan đến cà phê
1	2471/QĐ-TTg	Chiến lược XK hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến 2030	
2	899/QĐ-TTg	Đề án “tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao GTGT và phát triển bền vững.”	tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao GTGT và phát triển bền vững.
3	341/QĐ-BNN-TT	Đề án “phát triển ngành cà phê bền vững đến năm 2020”	phát triển ngành cà phê bền vững đến năm 2020
4	1987/QĐ-BNN-TT	Quy hoạch phát triển ngành cà phê Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030	
5	137/QĐ-TTg	Đề án nâng cao năng lực cạnh tranh các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam đến năm 2020, định hướng đến năm 2030	Nâng cao NLCT trong đó có mặt hàng cà phê
6	24/2017/NQ-HĐND	Phát triển cà phê bền vững của tỉnh Đắk Lắk đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030	
7	2729/QĐ-UBND	Phê duyệt Quy hoạch cây công nghiệp dài ngày và cây ăn quả chủ yếu trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk đến 2020	

Nguồn: Tổng hợp của tác giả từ các văn bản pháp quy

a. Những thành tựu

Chính sách phát triển và chuyển dịch cơ cấu mặt hàng cà phê được điều chỉnh theo hướng mở rộng và đa dạng hóa mặt hàng XK, chú trọng phát triển XK hàng

công nghiệp chế biến. Nhằm đẩy mạnh phát triển XK cà phê của Việt Nam trong thời kỳ đổi mới đến chủ động HNKTQT hướng XK Chính phủ đã ban hành các quy định, tiêu chuẩn cho sản xuất và xuất khẩu mặt hàng cà phê. Những quy định đã góp phần tăng tỷ trọng cà phê đã qua chế biến trong tổng giá trị XK cà phê Việt Nam, đồng thời đa dạng hóa các sản phẩm cà phê XK, nâng cao chất lượng cà phê của Việt Nam ngày càng có uy tín trên thị trường quốc tế..

b. Những hạn chế

Bên cạnh những tác động tích cực mang lại hiệu quả, sự lan tỏa của các chính sách về chuyển dịch cơ cấu mặt hàng cà phê Việt Nam vẫn chưa cao. XK cà phê của Việt Nam vẫn chủ yếu dưới dạng thô nên mang lại giá trị không cao. Các mặt hàng cà phê chưa phong phú, chưa đáp ứng được nhu cầu, thị hiếu của người tiêu dùng

3.2.1.3. Chính sách xúc tiến xuất khẩu

Các chính sách XTTM, HNKTQT của Nhà nước đã liên tục được ban hành theo hướng tích cực tạo cho XK cà phê vùng Tây Nguyên được phát triển và mở rộng. Những chính sách đã được ban hành một cách kịp thời, một số chính sách XTTM đã ban hành gồm:

Cấp Trung ương:

Bảng 3.13: Các quy định pháp luật về chính sách XTTM XK

TT	Số văn bản	Tên văn bản	Mô tả chính sách liên quan đến cà phê
1	1467/QĐ-TTg	Phê duyệt đề án phát triển các thị trường khu vực thời kỳ 2015 - 2020, tầm nhìn đến năm 2030	
2	80/2009/QĐ-TTg	Sửa đổi, bổ sung một số điều của Quy chế xây dựng và thực hiện Chương trình XTTM quốc gia giai đoạn 2006 – 2010	
3	72/2010/QĐ-TTg	Ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình XTTM quốc gia [106]	

Nguồn: Tổng hợp của tác giả từ các văn bản pháp quy

Các văn bản QPPL được ban hành thời gian vừa qua ngày càng hoàn thiện khung khổ pháp lý của Việt Nam cho hoạt động XTTM và ngày càng phù hợp với các thông lệ quốc tế và các hiệp định thương mại đã ký kết.

Cấp địa phương**Bảng 3.14: Các văn bản của địa phương vùng Tây Nguyên liên quan đến XTTM cà phê**

TT	Số văn bản	Tên văn bản	Mô tả chính sách liên quan đến cà phê
1	1832/QĐ-UBND ngày 17/8/2017	Đề án phát triển xuất khẩu các mặt hàng chủ lực tỉnh Lâm Đồng đối với từng khu vực thị trường đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 trong đó có mặt cà phê	
2	2393/QĐ-UBND ngày 21/11/2012	Kế hoạch hành động thực hiện chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa tỉnh Lâm Đồng thời kỳ 2012 - 2020, định hướng đến 2030	
3	66/2015/QĐ-UBND	Ban hành sửa đổi Quy chế quản lý, sử dụng chỉ dẫn địa lý cà phê Buôn Ma Thuột đối với sản phẩm cà phê nhân Robusta kèm theo Quyết định 18/2010/QĐ-UBND do tỉnh Đắk Lắk ban hành	
4	242/QĐ-UBND ngày 23/3/2017	Kế hoạch đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa tỉnh Gia Lai giai đoạn 2017-2020	
5	32/2016/QĐ-UBND ngày 14/7/2016	Quy định nội dung xúc tiến thương mại được hỗ trợ và mức hỗ trợ kinh phí hoạt động xúc tiến thương mại tại địa phương trên địa bàn tỉnh	

a. Những thành tựu

HNKTQT trong thời gian qua Nhà nước thực hiện việc ban hành các văn bản pháp luật để điều chỉnh hoạt động XTTM. Các văn bản này đã làm hoàn thiện khung khổ pháp lý của Việt Nam về hoạt động XTTM sang các thị trường nói chung bằng các chính sách hỗ trợ về kinh phí và quản lý đã có nhiều chương trình XTTM cà phê Việt Nam ra thị trường thế giới trong thời gian qua, trong đó phải kể tới Chương trình XTTM Quốc gia năm 2010-2016; Chương trình XTTM cà phê Việt tỉnh Đắk Lắk với Festival cà phê Đắk Lắk tại thành phố Buôn Ma Thuột, gần đây nhất là chương trình ngày Hội cà phê. Ngày 10/12, tại Đà Lạt đã diễn ra lễ khai mạc Ngày cà phê Việt Nam lần thứ nhất với chủ đề 'Thời kỳ phát triển mới của ngành cà phê Việt Nam' Ngày cà phê Việt Nam lần thứ nhất năm 2017 diễn ra trong thời gian 3 ngày, từ ngày 9 đến ngày 11/12/2017. Tại lễ hội Cà phê Đặc sản thế giới – SCAJ World Specialty Coffee Conference and Exhibition 2016, tổ chức ở Tokyo, Nhật Bản, lần đầu tiên Việt Nam tham gia giới thiệu cà phê đặc sản tỉnh Lâm Đồng.

b. Những hạn chế

Những chính sách XTTM của Chính phủ trong từng thời kỳ phát triển của ngành cà phê Việt Nam đã đạt được những thành tựu nhất định, mở rộng được thị trường, hội nhập sâu, rộng với kinh tế thế giới. Tuy nhiên, các chính sách XTTM vẫn còn một số hạn chế. Cụ thể:

Thứ nhất, quy trình thực hiện một chương trình XTTM phải thành lập quá nhiều ban như: Ban chỉ đạo chương trình, Hội đồng thẩm định chương trình, Ban quản lý

chương trình dẫn đến thời gian xin thực hiện một chương trình XTTM còn dài, quy trình xét duyệt, thẩm định còn phức tạp. Kinh phí thực hiện chương trình được lấy từ một phần của ngân sách cũng làm hạn chế trong quá trình thực hiện, tăng thời phê duyệt các chương trình, làm phần nào hạn chế các doanh nghiệp tham gia. Những quy định về diện tích gian hàng, quy chuẩn gian hàng tham gia cũng phần nào giảm tính sáng tạo và bố trí các gian sản phẩm trưng bày tại hội các hội chợ triển lãm.

Thứ hai, nội dung các chương trình XTTM còn những hạn chế là việc chưa cung cấp các thông tin về thị trường, nghiên cứu thị trường và dự báo các sản phẩm có thể XK vào các thị trường đó cần cung cấp cho doanh nghiệp. Bên cạnh đó trong thời gian qua, Việt Nam, vùng Tây Nguyên cũng đã gặp rất nhiều khó khăn, bất cập trong công tác bảo hộ thương hiệu cà phê. Điển hình nhất là bài học từ thương hiệu Cà phê Buôn Ma Thuật, mặc dù đã được Cục Sở hữu trí tuệ cấp giấy chứng nhận chỉ dẫn địa lí Buôn Ma Thuật cho sản phẩm cà phê nhân, nhưng trong một thời gian khá dài, DN đã không phát triển “Buôn Ma Thuật” cho sản phẩm cà phê ra thị trường các nước có khả năng tiêu thụ cà phê của DN. Chính vì vậy, một DN ở Trung Quốc đã đăng kí bảo hộ nhãn hiệu “Buôn Ma Thuật” bằng chữ Trung Quốc. Sau đó, Việt Nam rất vất vả mới lấy lại thương hiệu “Buôn Ma Thuật”.

Thứ ba, việc hình thành và vận hành hệ thống truy xuất nguồn gốc sản phẩm và bảo đảm chứng nhận chất lượng tại một số DN còn hạn chế do thiếu nhân lực, cơ sở vật chất và kinh phí. Để có thể làm tốt công tác bảo hộ thương hiệu các DN trong ngành cần liên kết để tạo tiếng nói chung nhằm mục đích đưa logo thương hiệu cà phê vùng Tây Nguyên vào hợp đồng mua bán cũng như in hình ảnh trên bao bì sản phẩm, cùng với nâng cao chất lượng từ vườn cây đến sản phẩm hoàn thiện. Để bảo vệ mình, DN cần xác định các thị trường XK và thị trường có tiềm năng XK hàng hóa của mình mà tiến hành đăng ký bảo hộ nhãn hiệu.

Thứ tư, DN cần tranh thủ sự hỗ trợ từ phía cơ quan nhà nước có thẩm quyền như Cục Sở hữu trí tuệ nhằm đưa ra cách thức giải quyết vụ việc tốt nhất, lựa chọn đối tác có uy tín của nước ngoài để đại diện DN Việt Nam tại nước ngoài; thu thập và rà soát những tài liệu cần thiết để có cơ sở đưa ra những yêu cầu cho phù hợp hoạt động bảo hộ thương hiệu cà phê Buôn Ma Thuật nói riêng và thương hiệu cà phê Việt nói chung trên bản đồ thế giới.

Thứ năm, để cà phê của Việt Nam có thương hiệu, bắt buộc người sản xuất cà phê phải đáp ứng được những điều kiện khắt khe về kỹ thuật, môi trường, xã hội...

3.2.1.4. Chính sách khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất và phân phối hàng xuất khẩu

a. Chính sách thương nhân

Chính sách thương nhân là những quy định của Nhà nước về điều kiện cho phép đối tượng nào được trực tiếp tham gia vào hoạt động xuất khẩu. Nếu dựa vào nội dung các văn bản chính sách đã ban hành, có thể thấy rằng quyền thương mại

của các doanh nghiệp đăng ký tại Việt Nam ngày càng trở nên thông thoáng hơn, mở rộng hơn. Việc điều chỉnh chính sách về quyền kinh doanh XK được thực hiện liên tục và theo hướng mở rộng hơn cho các chủ thể kinh doanh.

Chính sách này đã tạo điều kiện cho phép các đối tượng được trực tiếp tham gia vào hoạt động thương mại, thực hiện các biện pháp nhằm khuyến khích hoạt động XK, tạo hành lang pháp lý bình đẳng, minh bạch cho thương nhân mọi thành phần kinh tế tham gia vào hoạt động thương mại nói chung, XK hàng hóa nói riêng.

Bảng 3.15: Các quy định pháp luật liên quan đến khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất và phân phối hàng XK

TT	Số văn bản	Tên văn bản	Mô tả chính sách liên quan đến cà phê	Cấp ban hành	Ngày ban hành
1	210/2013/NĐ-CP	Khuyến khích DN đầu tư vào nông nghiệp nông thôn		TTCP	
2	61/2010/NĐ-CP	Khuyến khích đầu tư vào nông nghiệp	góp phần tăng cường năng lực cho ngành cà phê, Công nghiệp chế biến và bảo quản chưa được đầu tư cũng là nguyên nhân làm giảm GTGT cho mặt hàng cà phê.		04/6/2010
3	84/TT-BTC	Hướng dẫn một số chính sách tài chính khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn theo Nghị định số 61/2010/NĐ-CP ngày 04/6/2010 của Chính phủ	ngành cà phê, Công nghiệp chế biến và bảo quản chưa được đầu tư cũng là nguyên nhân làm giảm GTGT cho mặt hàng cà phê.	BTC	16/6/2011
4	187/2013/NĐ-CP	Quy định chi tiết thi hành Luật Thương mại về hoạt động mua bán hàng hóa quốc tế và các hoạt động đại lý mua, bán, gia công và quá cảnh hàng hóa với nước ngoài		TTCP	23/11/2013
5	56/2009/NĐ-CP	Trợ giúp phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa			30/06/2009
6	248/KH-UBND	triển khai mô hình cà phê doanh nhân do tỉnh Đắk Nông ban hành		Đắk Nông	2018
7	766/QĐ-UBND	Phê duyệt danh mục dự án kêu gọi đầu tư giai đoạn 2016-2018; Trong đó chú trọng một số ngành nghề sản xuất hàng hóa phục vụ xuất khẩu như: chế biến cà phê hòa tan, cà phê bột		Gia Lai	14/10/2016

Nguồn: Tổng hợp của tác giả từ các văn bản pháp quy

a. Những thành tựu

Căn cứ vào nội dung chính sách các văn bản đã ban hành, có thể thấy quyền thương mại của các doanh nghiệp đăng ký tại Việt Nam ngày càng trở nên thông thoáng hơn; quyền thương mại đã được tự do, các doanh nghiệp thuộc mọi thành

phần kinh tế đều thực sự được bình đẳng trước pháp luật, đều được quyền trực tiếp tham gia vào hoạt động XNK, được kinh doanh xuất nhập khẩu bất kỳ mặt hàng nào.

Bên cạnh đó, khuôn khổ pháp lý cho hoạt động của doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng ngày càng được hoàn thiện đã giúp các doanh nghiệp nhỏ và vừa tăng nhanh về số lượng. Để phát triển doanh nghiệp mới, Chính phủ đã có nhiều chính sách nhằm cải thiện môi trường kinh doanh. Hoạt động ĐKKD của doanh nghiệp được cải cách mạnh mẽ, từ doanh nghiệp xin phép được kinh doanh sang đăng ký với chính quyền về sự tồn tại của pháp nhân doanh nghiệp. Các nhà đầu tư có toàn quyền thành lập doanh nghiệp và tiến hành đăng ký kinh doanh trong tất cả các ngành nghề pháp luật không cấm. Để cải cách thủ tục hành chính, nâng cao chất lượng môi trường kinh doanh cho doanh nghiệp, Chính phủ đã ban hành “Nghị quyết số 35/2016/NQ/CP về hỗ trợ và phát triển Doanh nghiệp đến năm 2020”. Sau 1 năm đi vào hoạt động, Nghị quyết nhận được phản hồi khá tích cực của các DN.

b. Những hạn chế

Với những chính sách và các Nghị định, Thông tư hướng dẫn thi hành đã đơn giản tối đa thủ tục thành lập doanh nghiệp, nhằm tạo điều kiện cho công dân, doanh nghiệp tham gia vào thị trường XK cà phê. Tuy nhiên, quá trình triển khai vẫn có thể điếm ra nhiều bất cập trên thực tế.

- Giấy phép con và lợi ích Bộ, ngành: Theo quy định của các Luật, Pháp lệnh, Nghị định chuyên ngành hoặc quy định có liên quan thì ngành nghề kinh doanh có điều kiện phải đáp ứng các quy định về điều kiện kinh doanh như: giấy phép kinh doanh; giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh; chứng chỉ hành nghề; chứng nhận bảo hiểm trách nhiệm nghề nghiệp; xác nhận vốn pháp định; chấp thuận khác của cơ quan nhà nước có thẩm quyền; các yêu cầu khác mà doanh nghiệp phải thực hiện hoặc phải có mới được quyền kinh doanh ngành nghề đó.

- Thiếu liên thông giữa hệ thống Đăng ký kinh doanh quốc gia với các địa phương. Bản chất của việc đăng ký kinh doanh qua mạng là nhằm đơn giản hóa TTHC và thúc đẩy Chính phủ điện tử, giảm tiêu cực, tạo điều kiện cho cả đối tượng thành lập doanh nghiệp và cơ quan quản lý trong việc xử lý hồ sơ, giấy tờ và rút ngắn thời gian thành lập doanh nghiệp. Tuy nhiên, thực tế triển khai của hệ thống Đăng ký kinh doanh qua mạng cho thấy, có sự thiếu liên thông giữa hệ thống đăng ký thành lập qua mạng của Cổng thông tin đăng ký doanh nghiệp quốc gia và các địa phương.

- Sự kém liên thông giữa các cơ quan liên quan đến cung cấp thông tin về doanh nghiệp. Khi có tranh chấp xảy ra, tòa án vẫn chưa công nhận giá trị pháp lý của những thông tin đăng tải trên Cổng Thông tin đăng ký doanh nghiệp quốc gia. Điều này gây trở ngại cho các bên khởi kiện do các chi phí đi lại và chờ đợi cũng như gia tăng công việc cho phòng đăng ký kinh doanh do phải xác minh, cung cấp thông tin doanh nghiệp khi có đơn yêu cầu của đương sự.

3.2.1.5. Chính sách gắn sản xuất với XK

Đổi mới thể chế là một trong những ưu tiên của Chính phủ trong những năm vừa qua và cũng đã góp phần rất lớn cho sự phát triển bền vững của ngành cà phê. Một số công việc Bộ Nông nghiệp và PTNT đã làm được như: (1) Thành lập Ban điều phối ngành hàng cà phê Việt Nam (Quyết định 1729/QĐ-BNN-TCCB ngày 30/7/2013); (2) Thành lập Chi hội người SX cà phê các tỉnh; (3) Cơ cấu lại DN nhà nước, nâng cao NLCT của DN trong nước; (4) Tư vấn xây dựng mới, củng cố mô hình HTX cà phê Tây Nguyên (Quyết định 710/QĐ-BNN-KTHT, ngày 10/4/2014 và 1443/QĐ-BNN 27/6/2014); (5) Thí điểm PPP trong sản xuất giống, thủy lợi, chế biến;

Bảng 3.16: Các quy định pháp luật gắn sản xuất với xuất khẩu cà phê

TT	Số văn bản	Mô tả chính sách đến cà phê
1	4653/QĐ-BNN-KHCN 15/11/2017	phê duyệt Đề án khung phát triển sản phẩm quốc gia “Cà phê Việt Nam chất lượng cao”
2	1341/CT-BNN-TT 17/5/2017	phát triển, nâng cao chất lượng cà phê
3	137/QĐ-TTg 03/8/2017	Đề án nâng cao năng lực cạnh tranh các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam đến năm 2020, định hướng đến năm 2030
4	1327/QĐ-BNN-TT, 05/6/2012	phê duyệt dự án khuyến nông Trung ương "Sản xuất cà phê bền vững được cấp giấy chứng nhận tại Tây Nguyên"
5	1061/QĐ-BNN-XD, 23/5/2011	phê duyệt dự án Sản xuất giống cà phê, ca cao giai đoạn 2011-2015
6	2635/QĐ-BNN-CB 28/8/2008	Đề án Nâng cao năng lực cạnh tranh của cà phê đến 2015 và định hướng 2020[9]
7	72/2010/QĐ-TTg	Ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình XTTM quốc gia [106]

Ở cấp địa phương:

Bảng 3.17: Các quy định pháp luật liên quan đến chính sách gắn sản xuất với xuất khẩu ở vùng Tây Nguyên

TT	Số văn bản	Mô tả chính sách liên quan đến cà phê
I	Tỉnh Đắk Lắk	
1	20/CT-UBND ngày 23/10/2018	Sản xuất, thu hoạch, chế biến và tiêu thụ cà phê niên vụ 2018 - 2019.
2	3540/QĐ-UBND	Ban hành Kế hoạch triển khai thực hiện Đề án phát triển cà phê bền vững của tỉnh Đắk Lắk đến năm 2020 và định hướng 2030
3	2811/QĐ-UBND ngày 10/10/2017	Đề án Phát triển cà phê bền vững của tỉnh Đắk Lắk đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030
4	24/2017/NQ-HĐND ngày 13/7/2017	Phát triển cà phê bền vững của tỉnh Đắk Lắk đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030
5	214/QĐ-UBND ngày 18/01/2016	Điều chỉnh, bổ sung kế hoạch tái canh cà phê giai đoạn 2016-2020 trên địa bàn tỉnh
6	153/2015/NQ-HĐND	Phát triển thủy lợi trong vùng cà phê bền vững tỉnh Đắk Lắk giai đoạn 2015 - 2020 và định hướng đến năm 2025
7	54/QĐ-UBND, ngày 06 /01/2014	Phê duyệt kế hoạch tái canh cà phê trên địa bàn tỉnh giai đoạn 2013-2020
II	Tỉnh Lâm Đồng	
1	756/QĐ-UBND ngày 19/4/2017	Ban hành kèm theo Quyết định này Kế hoạch thực hiện Nghị quyết số 05-NQ/TU ngày 11/11/2016 của Tỉnh ủy về phát triển nông nghiệp toàn diện, bền vững và hiện đại giai đoạn 2016-2020 và định hướng đến năm 2025.
2	2261/QĐ-UBND ngày 21/10/2015	Phê duyệt Quy hoạch phát triển cà phê trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng giai đoạn 2016-2020
3	2212/QĐ-UBND	thành lập Hội Người sản xuất cà phê bền vững tỉnh Lâm Đồng
4	872/QĐ-UBND	Kế hoạch tái canh, cải tạo giống cà phê trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng giai đoạn 2013-2015
5	05/2011/QĐ-UBND	Quy định sản xuất cà phê vối trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng
6	07/CT-UBND	nâng cao chất lượng cà phê trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng
III	Gia Lai	
1	242/QĐ-UBND, 23/3/2017	Kế hoạch đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa tỉnh Gia Lai 2017-2020.
2	766/QĐ-UBND, 14/10/2016	Phê duyệt danh mục dự án kêu gọi đầu tư giai đoạn 2016-2018; Trong đó chú trọng một số ngành nghề sản xuất hàng hóa phục vụ xuất khẩu như: sản xuất các sản phẩm từ cao su, chế biến cà phê hòa tan, cà phê bột, chế biến sản phẩm hồ tiêu.

3	587/QĐ-UBND, 5/9/2016	Kế hoạch trồng tái canh và ghép cải tạo cà phê trên địa bàn tỉnh Gia Lai
4	26 /2016/QĐ-UBND, 23/5/2016	Ban hành Quy định về một số chính sách hỗ trợ đầu tư áp dụng tại địa bàn tỉnh Gia Lai trong đó có chế biến cà phê hoà tan và cà phê bột
IV	Kon Tum	
1	38/2017/QĐ-UBND	sửa đổi Đề án cà phê xứ lạnh tại huyện Đăk Glei, Tu Mơ Rông và Kon Plong kèm theo Quyết định 33/2013/QĐ-UBND của Ủy ban nhân dân tỉnh Kon Tum
2	471/QĐ-UBND năm 2017	định mức kỹ thuật tạm thời đối với Mô hình trồng Bơ xen cây Đinh Lăng trong thời kỳ kiến thiết cơ bản và Mô hình trồng cây Cà phê với xen cây Đinh Lăng trong thời kỳ kiến thiết cơ bản trên địa bàn tỉnh Kon Tum
V	Đăk Nông	
1	248/KH-UBND	triển khai mô hình cà phê doanh nhân
2	4653/QĐ-BNN-KHCN 15/11/2017	phê duyệt Đề án khung phát triển sản phẩm quốc gia “Cà phê Việt Nam chất lượng cao”

a. Những thành tựu

Các văn bản được ban hành nhằm quy hoạch mạng lưới cơ sở chế biến gắn với vùng nguyên liệu tập trung, kiểm soát giá XK cà phê nhất là các hợp đồng giao hàng tương lai và kỳ hạn, giảm tổn thất sau thu hoạch, khuyến khích phát triển công nghiệp chế biến, miễn giảm tiền thuê đất ..vv. đã góp phần vào việc tăng sản lượng, chất lượng cà phê XK của Việt Nam, phát triển ngành cà phê sản xuất hàng hóa chất lượng cao, có KNCT và GTGT cao trên cơ sở áp dụng đồng bộ giống mới, quy trình kỹ thuật canh tác và công nghệ sau thu hoạch tiên tiến gắn với cơ giới hóa, tổ chức lại sản xuất, xây dựng thương hiệu, phát triển thị trường để nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả sản xuất, kinh doanh cà phê, thích ứng với biến đổi khí hậu, giảm phát thải khí nhà kính, bảo vệ môi trường.

Ban Quản lý Dự án “Chuyển đổi Nông nghiệp bền vững tại Việt Nam” (VnSAT) tỉnh Đăk Nông đã phối hợp với các đơn vị, địa phương triển khai nhiều chương trình hỗ trợ người nông dân sản xuất cà phê bền vững. Theo Ban Quản lý Dự án VnSAT tỉnh Đăk Nông, năm 2018, đơn vị phối hợp với Trung tâm Khuyến nông tỉnh đã và đang triển khai hỗ trợ 20 mô hình tái canh và xây dựng 40 mô hình trình diễn sản xuất cà phê bền vững tại các vùng trọng điểm cà phê trong tỉnh. Đối với mô hình trình diễn cà phê bền vững được triển khai tại các huyện Đăk R’lấp, Đăk Mil 10 mô hình; huyện Đăk Song và thị xã Gia Nghĩa 7 mô hình; huyện Đăk

G'long và Krông Nô 3 mô hình. Mỗi mô hình có diện tích 1 héc ta, với kinh phí hỗ trợ hơn 40 triệu đồng mỗi mô hình.

b. Những hạn chế

Tình trạng quy hoạch bị phá vỡ cho thấy sự phối hợp thực hiện quy hoạch ngành còn nhiều bất cập. Trong vài năm trở lại đây, giá cà phê nhân tương đối cao, ổn định nên đã thu hút các “nông hộ ở Tây Nguyên trồng cà phê một cách tự phát đã dẫn đến việc quy hoạch, sử dụng đất bị phá vỡ, một số diện tích cây trồng khác bị thu hẹp, nhất là diện tích rừng, kể cả rừng phòng hộ cũng bị giảm đi nhanh chóng do đồng bào lấn chiếm rừng, đất rừng để khai phá trồng cà phê.

3.2.1.6. Chính sách KHCVN hỗ trợ sản xuất và sau thu hoạch

a. Chính sách KHCVN hỗ trợ sản xuất

Chính sách KHCVN và khuyến nông thời gian qua đã “tập trung đầu tư nghiên cứu từ nguồn lực trung ương lẫn địa phương nên nhiều bộ giống mới, quy trình và tiến bộ kỹ thuật mới đã được tích cực phổ cập và được các doanh nghiệp, nông hộ áp dụng rộng rãi.

Ở cấp Trung ương: Bộ NNPTNT đã thành lập ban điều phối ngành cà phê Việt Nam tại Quyết định số: 1729/QĐ-BNN-TCCB ngày 30/7/2013 và thành lập ban tái canh cà phê với mục đích giúp các tỉnh Tây Nguyên có nguồn giống tốt, chất lượng cao cũng như nâng cao tỷ lệ sống của cây cà phê sau khi được trồng lại trên nền diện tích cà phê già cỗi trước đây. Nghiên cứu chọn tạo, ứng dụng giống, hệ thống tưới tiết kiệm, Nghiên cứu bản đồ hiện trạng và nguyên nhân gây chết trong tái canh, Nghiên cứu xây dựng quy trình tái canh, quy trình thâm canh theo GAP (Quyết định 986/QĐ-BNN-KHCVN, ngày 09/05/2014 về thúc đẩy nghiên cứu và ứng dụng KHCVN cho Tái cơ cấu nông nghiệp).

Quyết định 787/QĐ-TTg ngày 5/6/2017 phê duyệt bổ sung Danh mục sản phẩm quốc gia thuộc Chương trình phát triển sản phẩm quốc gia đến năm 2020 do Thủ tướng Chính phủ ban hành, trong đó ưu tiên đẩy mạnh phát triển sản phẩm cà phê Việt Nam chất lượng cao đưa vào danh mục sản phẩm chiến lược cấp quốc gia đến năm 2020.

Quy chuẩn kỹ thuật chế biến cà phê nhân XK, Quy trình thực hành nông nghiệp tốt (ViệtGAP) trên cây cà phê, Quy trình tái canh cà phê, Quy trình ghép cải tạo cà phê... Các địa phương tuyên truyền, tập huấn cho người sản xuất về kỹ thuật thu hái cà phê, tổ chức công tác bảo vệ sản phẩm, chống hái trộm; hướng dẫn tuyên truyền lợi ích của cây che bóng, vận động hình thành các tổ hợp tác, HTX sản xuất cà phê để liên kết đầu tư xây dựng sân phơi tập trung, cơ sở sấy tập trung từng bước cải thiện chất lượng cà phê XK.

Hàng năm, Bộ Nông nghiệp và PTNT chỉ đạo các địa phương triển khai Chương trình khuyến nông về cây cà phê. Từng bước triển khai Quyết định số 01/2012/QĐ-TTg. Đồng thời đã và đang triển khai chương trình hợp tác công tư

(PPP) trên cây cà phê đẩy mạnh sản xuất cà phê chất lượng và an toàn VSTP, truy nguyên nguồn gốc.

Nhằm hướng đến nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả sản xuất kinh doanh cà phê gắn với phát triển bền vững, Nhà nước cũng đưa ra nhiều hỗ trợ cho việc sản xuất theo tiêu chuẩn VGAP, GAP như Sản xuất theo tiêu chuẩn như UTZ, 4C, GAP...

Bảng 3.18: Các văn bản QPPL về KHCHN liên quan đến cà phê

TT	Số văn bản	Tên văn bản	Mô tả chính sách liên quan đến cà phê	Cấp ban hành	Ngày ban hành
1	273/QĐ-TT-CCN	Quy trình tái canh cà phê vối[17]		Bộ NNPTNT	3/7/2013
2	2927/QĐ-BNN-TCCB	Thành lập Ban chỉ đạo tái canh cà phê[18]			11/12/2013
3	340/QĐ-BNN-TT	Định mức kinh tế kỹ thuật trồng tái canh cà phê vối[19]			23/2/2013
4	1685/VPCP-KTTH	Cho vay tái canh cà phê tại các tỉnh khu vực Tây Nguyên		TTCP	12/3/2015
5	3227/NHNN-TD	Hướng dẫn Ngân hàng NNPTNT Việt Nam triển khai chính sách cho vay tái canh cà phê tại các tỉnh khu vực Tây Nguyên giai đoạn 2014 – 2020[90]		NHNN	11/5/2015
6	3228/NHNN-TD	Triển khai chính sách cho vay tái canh cà phê tại các tỉnh khu vực Tây Nguyên giai đoạn 2014 - 2020.[91]			11/5/2015
7	75/2009/TT-BNNPTNT	Quy chuẩn ATVSTP sản xuất nông sản[10]		Bộ NNPTNT	2/12/2009
8	86/2007/QĐ-BNN	Tiêu chuẩn quốc gia TCVN 4193:2005 trong kiểm tra chất lượng cà phê nhân XK[7]			15/10/2007
9	03/2010/TT-BNNPTNT	Tiêu chuẩn kỹ thuật quốc gia TCVN 4193:2005 đối với cà phê nhân[12]			15/1/2010
10	1415/QĐ-BKHCHN	TCVN 4193:2014 cà phê nhân		BKHCHN	12/6/2014
11	01/2012/QĐ-TTg	Chính sách hỗ trợ việc áp dụng quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt trong nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản		TTCP	9/1/2012
12	1311/CT-BNN-TT	Đẩy mạnh ứng dụng Thực hành nông nghiệp tốt (GAP) trong sản xuất trồng trọt [27]		Bộ PTNT	4/5/2012
13	54/2014/TT-BNNPTNT	Liên quan tới sản xuất theo GAP trong nông nghiệp		Bộ NN, BTC, BKHĐT	30/12/2014
14	42/2013/TTLTBN NPTNT-BTC-BKHĐT				16/10/2013

15	53/2012/TT-BNNPTNT			26/10/2012
16	986/QĐ-BNN-KHCN	Thúc đẩy nghiên cứu và ứng dụng KHCN cho Tái cơ cấu nông nghiệp[28]	BNN-KHCN	9/5/2014
17	01/2012/QĐ-TTg	Một số chính sách hỗ trợ việc áp dụng Quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt trong nông, lâm nghiệp và thủy sản.	TTCP	9/1/2012
18	06/CT-UBND	Chỉ thị nâng cao chất lượng cà phê trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng[134][28]	Lâm Đồng	4/12/2009
19	1296/QĐ-UBND	Phê duyệt kế hoạch và phân bổ kinh phí thực hiện tái canh, cải tạo giống cà phê gắn với phát triển cà phê bền vững tỉnh Lâm Đồng năm 2016[135]		14/6/2016
20	587/QĐ-UBND	Kế hoạch trồng tái canh và ghép cải tạo cà phê trên địa bàn tỉnh Gia Lai giai đoạn 2016-2020.[133]	Gia Lai	22/12/2014
21	18/2010/QĐ-UBND	Quy chế quản lý, sử dụng chỉ dẫn địa lý cà phê Buôn Ma Thuột đối với sản phẩm cà phê nhân Robusta, Đắk Lắk[130]	Đắk Lắk	30/6/2010
22	1519/QĐ-UBND	phê duyệt kế hoạch và phân bổ kinh phí thực hiện tái canh, cải tạo giống cà phê gắn với phát triển bền vững tỉnh Lâm Đồng năm 2017.	Lâm Đồng	10/7/2017
23	1244/QĐ-UBND	phê duyệt Phê duyệt Phương án thực hiện chính sách hỗ trợ trực tiếp và trợ giá giống cây trồng tỉnh Lâm Đồng năm 2017	Lâm Đồng	12/6/2017

Nguồn: Tổng hợp của tác giả từ các văn bản quy phạm pháp luật

- Những thành tựu

Ngành cà phê Việt Nam nói chung và vùng Tây Nguyên nói riêng đã có những bước tiến vượt bậc, chỉ trong vòng 15 đến 20 năm, sản lượng cà phê của cả nước tăng lên hàng trăm lần, mỗi năm XK từ 1,3 đến 1,7 triệu tấn cà phê nhân. Việt Nam hiện là nước XK cà phê đứng hàng thứ hai trên thế giới, sau Brasil và là nước đứng đầu về XK cà phê vối. Nhà nước đã ban hành các tiêu chuẩn kỹ thuật ngành cà phê như: tiêu chuẩn về quy trình kỹ thuật trồng cà phê, quy trình kỹ thuật chế biến cà phê, quy trình kỹ thuật trồng, chăm sóc và thu hoạch cà phê vối..

Để đạt được những thành tựu trên, nhiều tiến bộ kỹ thuật đã được ứng dụng vào thực tiễn sản xuất, trong đó có những kỹ thuật độc đáo chỉ có ở Việt Nam như kỹ thuật trồng âm, tạo bồn để giữ nước tưới và chống xói mòn đất...

Chính phủ đang định hướng để sản xuất cà phê bền vững hay cà phê có chứng nhận như: 4C (nguyên tắc chung cho cộng đồng cà phê), UTZ certified, RFA (Rừng

niệt đới) và Fairtrade (Thương mại công bằng). Vùng Tây Nguyên đã triển khai thành công các mô hình sản xuất cà phê bền vững nhằm tập huấn kỹ thuật trồng cà phê bền vững cho nông dân, chuyển giao kỹ thuật tưới nước và bón phân không ảnh hưởng xấu đến môi trường, quản lý dịch hại, kỹ thuật thu hoạch, bảo quản và chế biến sau thu hoạch, kỹ năng tiếp cận thị trường.

- Những hạn chế

Những chính sách về Chính sách KHCN hỗ trợ sản xuất và sau thu hoạch cà phê của Việt Nam được ban hành có ý nghĩa rất quan trọng đối với việc nâng cao chất lượng cà phê XK và uy tín cà phê Việt Nam trên thị trường quốc tế. Tuy nhiên, trong quá trình xây dựng quy chuẩn, tiêu chuẩn và hiện nay áp dụng vẫn còn nhiều những hạn chế nhất định:

- Việc ban hành các tiêu chuẩn ngành cà phê ở Việt Nam còn chậm và hiệu quả áp dụng các tiêu chuẩn này chưa cao. Theo kết quả điều tra, có tới hơn 50% ý kiến được điều tra cho rằng nội dung về các tiêu chuẩn ngành về cà phê ở Việt Nam chưa thực sự phù hợp với điều kiện thực tế hiện nay. Các nguyên nhân chính được đưa ra là:

Thứ nhất, khả năng hiện thực hóa các tiêu chuẩn là thấp. Do chất lượng cà phê chủ yếu được quyết định ở khâu trồng, thu hoạch, những khâu chủ yếu do các hộ nông dân trồng cà phê quyết định. Các doanh nghiệp kinh doanh, XK cà phê rất khó có thể can thiệp ở khâu này.

Thứ hai, một số tiêu chuẩn còn gây khó khăn cho doanh nghiệp và các hộ nông dân trồng cà phê trong việc thực hiện. Ví dụ như các tiêu chuẩn về độ ẩm, tỷ lệ hạt xanh, hạt mốc ... của cà phê XK.

Thực tế, đa số các hộ nông dân trồng và thu hoạch cà phê dựa trên kinh nghiệm vốn có mà ít quan tâm đến các tiêu chuẩn mà nhà nước đề ra. Chỉ có các doanh nghiệp quy mô lớn với trang thiết bị công nghệ hiện đại, nguồn nhân lực chất lượng cao... mới có đủ điều kiện và khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn ngành của nhà nước.

- Tái canh cà phê đang được đẩy mạnh ở Tây Nguyên trong đó Lâm Đồng là tỉnh thực hiện tốt nhất và hiện tốt nhất và KonTum triển khai chậm nhất. Chương trình này còn gặp một số khó khăn gồm chưa xác định được diện tích tái canh cà phê ở các mức độ luân canh khác nhau, lập cơ sở dữ liệu cho tái canh, mới bước đầu xác định được nguyên nhân gây chết cho tái canh cà phê, nghiên cứu đề xuất giải pháp để rút ngắn thời gian luân canh còn hạn chế; trong thời gian luân canh trước khi trồng và thời kỳ kiến thiết cơ bản cà phê không có thu nhập; tái canh cà phê đòi hỏi nguồn vốn đầu tư lớn, rủi ro cao, ngoài nguồn vốn tự có, người sản xuất tiếp cận nguồn vốn vay còn có nhiều trở ngại.

Ngoài ra việc nâng cao chất lượng thì công tác khử trùng và bảo quản cà phê phục vụ cho XK được coi là bước cuối bảo hiểm cho cà phê Việt.

b. Chính sách đầu tư, bảo quản sau thu hoạch ngành cà phê

Những chính sách được ban hành nhằm tăng cường quản lý chất lượng cà phê, hạn chế việc thu hái quá xanh, hạn chế các doanh nghiệp XK cà phê xô, quản lý và xử lý các đối tượng phá rừng trồng cà phê không theo quy hoạch, quy định điều kiện, đối tượng được kinh doanh XK cà phê và quy định an toàn vệ sinh thực phẩm trong sản xuất kinh doanh cà phê.

Nâng cao giá trị XK mặt hàng cà phê Tây Nguyên là một trong những mục tiêu phát triển bền vững của XK của Việt Nam theo từng giai đoạn và nhu cầu của thị trường. Chính phủ đã ban hành một số các văn bản quy định về sản xuất, chế biến, bảo quản sau thu hoạch, các chính sách đã được ban hành trong từng thời kỳ phù hợp với sự phát triển của ngành cà phê gồm:

❖ *Các văn bản đã được ban hành*

Hoạt động chế biến cà phê trong những năm qua cũng đang rất được quan tâm. Nhiều chính sách hỗ trợ như: hỗ trợ 3 tỷ/dự án cho các dự án chế biến để xây dựng CSHT giao thông, điện, nước, nhà xưởng, xử lý chất thải, mua thiết bị; Gia hạn thời gian vay vốn lên tối đa 36 tháng cho XK cà phê; Hỗ trợ cho vay mua máy móc, thiết bị giảm tổn thất sau thu hoạch tối đa 100% giá trị, 100% lãi suất 2 năm đầu và 50% năm thứ 3; Bỏ thuế VAT 5% đối với một số mặt hàng trong đó có cà phê; Quản lý hệ thống thu mua; Nâng cao công nghệ sơ chế; Xây dựng hệ thống tiêu thụ cà phê hiện đại (sàn giao dịch cà phê), phát triển thị trường trong nước; Đẩy mạnh thông tin, dự báo ngành hàng, XTTM.

Bảng 3.19: Các VBQPPL về đầu tư, chế biến, bảo quản sau thu hoạch cà phê

TT	Số văn bản	Tên văn bản	Mô tả chính sách liên quan đến cà phê	Cấp ban hành	Ngày ban hành
1	48/NQ-CP	Cơ chế, chính sách giảm tổn thất sau thu hoạch đối với nông sản, thủy sản		TTCP	23/9/2009
3	63/2010/QĐ-TTg	Chính sách hỗ trợ nhằm giảm tổn thất sau thu hoạch đối với nông sản, thủy sản		TTCP	15/10/2010
4	57/2010/QĐ-TTg	miễn tiền thuê đất đối với các dự án xây dựng kho dự trữ 4 triệu tấn lúa, ngô, kho lạnh bảo quản thủy sản, rau quả và kho tạm trữ cà phê theo quy hoạch			17/9/2010
5	290/BNN-CB	Đưa mặt hàng cà phê trở thành mặt hàng kinh doanh có điều kiện [13]		Bộ NNPTNT	7/10/2011
6	2635/QĐ-BNN-CB	Đề án: “Nâng cao NLCT của ngành cà phê Việt Nam đến năm 2015 và định hướng 2020” [8]		Bộ NNPTNT	26/8/2008

Nguồn: Tổng hợp của tác giả từ các văn bản quy phạm pháp luật

Những thành tựu

Nhiều tiến bộ kỹ thuật đã được ứng dụng vào thực tiễn sản xuất, trong đó có những kỹ thuật độc đáo chỉ có ở Việt Nam như kỹ thuật trồng âm, tạo bồn để giữ nước tưới và chống xói mòn đất...Hiện Nhà nước đã ban hành các tiêu chuẩn kỹ thuật ngành cà phê như: tiêu chuẩn về quy trình kỹ thuật trồng cà phê, quy trình kỹ thuật chế biến cà phê, quy trình kỹ thuật trồng, chăm sóc và thu hoạch cà phê vối. Điều này có ý nghĩa với việc nâng cao chất lượng cà phê XK và uy tín cà phê Việt Nam trên thị trường thế giới.

+ Tăng cường quản lý chất lượng cà phê: hạn chế tối đa việc thu hái lẫn quả xanh, tạo điều kiện cho các tổ chức chứng nhận chất lượng cà phê hoạt động hướng dẫn sản xuất cà phê theo GAP. Chứng nhận chất lượng gắn với giới thiệu thị trường tiêu thụ sản phẩm cho các hộ nông dân, cơ sở sản xuất và kinh doanh cà phê.

+ Các cơ sở sản xuất, kinh doanh cà phê cần hạn chế tối đa việc XK cà phê xô. Cà phê XK phải được phân loại, giám định chất lượng và có chứng chỉ theo tiêu chuẩn nhà nước, trước mắt phải áp dụng tiêu chuẩn TCVN 4193: 2005. Mở rộng sản xuất các loại cà phê có chứng chỉ và từng bước áp dụng Bộ nguyên tắc chung cho cộng đồng cà phê 4C phát triển bền vững, gắn với vệ sinh an toàn sản phẩm.

+ Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, giáo dục, kiểm tra và xử lý nghiêm những trường hợp phá rừng trồng cà phê không theo quy hoạch.

- Ở Vùng Tây Nguyên, công ty cà phê Trung Nguyên là doanh nghiệp cà phê đầu tiên được cấp chứng nhận EuropGap, một tiêu chuẩn an toàn và chất lượng, ấn định bởi Hiệp hội sản phẩm các nhà bán lẻ EU. *Những hạn chế*

Trong quá trình xây dựng quy chuẩn, tiêu chuẩn và hiện nay áp dụng vẫn còn nhiều những hạn chế nhất định:

Thứ nhất, khả năng hiện thực hóa các tiêu chuẩn là thấp. Do chất lượng cà phê chủ yếu được quyết định ở khâu trồng, thu hoạch, những khâu chủ yếu do các hộ nông dân trồng cà phê quyết định. Các doanh nghiệp kinh doanh, XK cà phê rất khó có thể can thiệp ở khâu này.

Thứ hai, một số tiêu chuẩn còn gây khó khăn cho doanh nghiệp và các hộ nông dân trồng cà phê trong việc thực hiện. Ví dụ như các tiêu chuẩn về độ ẩm, tỷ lệ hạt xanh, hạt mốc ...của cà phê XK. Thực tế, đa số các hộ nông dân trồng và thu hoạch cà phê dựa trên kinh nghiệm vốn có mà ít quan tâm đến các tiêu chuẩn mà nhà nước đề ra. Chỉ có các doanh nghiệp quy mô lớn với trang thiết bị công nghệ hiện đại, nguồn nhân lực chất lượng cao...mới có đủ điều kiện và khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn ngành của nhà nước. Nhiều doanh nghiệp Việt Nam không muốn áp dụng tiêu chuẩn vì không muốn phải trả giá cao hơn dẫn đến khi XK luôn bị phàn nàn về chất lượng xấu, có lúc bị thải loại đến 60%, giá bị giảm 100 USD-200 USD/tấn.

Ngoài ra việc nâng cao chất lượng thì công tác khử trùng và bảo quản cà phê phục vụ cho XK được coi là bước cuối bảo hiểm cho cà phê Việt vẫn chưa được chú trọng.

3.2.1.7. Chính sách về đổi mới các công cụ và thể chế quản lý xuất khẩu

Để tháo gỡ khó khăn về tín dụng (vốn) đối với hộ sản xuất nói riêng và nông nghiệp, nông thôn nói chung trong đó có khuyến khích phát triển ngành cà phê của Việt Nam nói chung và cà phê vùng Tây Nguyên nói riêng, trải qua từng giai đoạn phát triển Nhà nước đã ban hành các chính sách phù hợp để khuyến khích phát triển gồm:

- *Những thành tựu*

Trong thời gian qua, đã có nhiều văn bản định định của Chính phủ được ban hành nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp kinh doanh mặt hàng cà phê, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp đứng vững trên thị trường với sản phẩm được coi là thế mạnh của Việt Nam hiện nay.

Dư nợ cho vay cà phê tại khu vực Tây Nguyên đạt 39.179 tỷ đồng, chiếm 81,29% dư nợ cho vay cà phê toàn quốc. Đối với dư nợ cho vay tái canh cà phê đạt 758,13 tỷ đồng, tăng 10,67% so với tháng 6-2015, với diện tích cà phê tái canh là 9.479 ha, gồm 5.932 khách hàng vay. Tín dụng cho tái canh cà phê: 3.000 tỷ đồng từ ngân sách trung ương. Việc đầu tư nguồn vốn tín dụng đối với ngành cà phê vùng Tây Nguyên thời gian qua nhìn chung đã đáp ứng kịp thời nhu cầu vốn cho sản xuất, thu mua, chế biến và XK cà phê của các doanh nghiệp, hợp tác xã và nông hộ. Nguồn vốn tín dụng phục vụ tái canh cà phê bước đầu đã giúp người dân, doanh nghiệp tiếp cận nguồn vốn với chi phí ưu đãi phục vụ tái canh, phát triển bền vững cây cà phê vùng Tây Nguyên.

- *Những hạn chế*

Lãi suất tín dụng đầu tư của Nhà nước còn cao, chưa phù hợp với mặt bằng lãi suất chung, hiện nay là 8,55%/năm, không khuyến khích được các tổ chức, cá nhân vay vốn đầu tư cho các dây chuyền máy móc, thiết bị hiện đại phục vụ chế biến cà phê.

Việc trồng tái canh cà phê theo quy trình của Bộ Nông nghiệp và PTNT rất khó khăn thực hiện theo quy trình tái canh này vì ảnh hưởng đến thu nhập của người dân trong vòng 5-6 năm thực hiện tái canh cà phê. Bên cạnh đó, giá chuyển nhượng thực tế vườn cà phê rất cao nhưng khi xác định giá trị để thế chấp vay vốn thì chỉ được tính theo giá đất nông nghiệp do UBND tỉnh công bố hằng năm, gây nhiều khó khăn cho nông dân và ngân hàng xem xét cho vay vốn. Bên cạnh đó, các công ty cà phê tại các tỉnh Tây Nguyên được chuyển đổi từ mô hình nông-lâm trường quốc doanh, đất sản xuất đã giao khoán cho các hộ nông dân, tuy nhiên công

ty vẫn giữ giấy chứng nhận quyền sử dụng đất gây khó khăn cho các hộ dân khi có nhu cầu vay vốn để tái canh cà phê do không có tài sản thế chấp...

a. Chính sách tín dụng

Bảng 3.20: Các văn bản QPPL về tín dụng liên quan đến cà phê

TT	Số văn bản	Mô tả chính sách liên quan đến cà phê	Cấp ban hành	Ngày ban hành
1	41/2010/NĐ-CP	Chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn	TTCP	12/4/2010
2	14/2010/TT-NHNN	Hướng dẫn chi tiết thực hiện Nghị định 41/2010/ NĐ-CP	NHNN	14/6/2010
3	63/2010/QĐ- TTg	Về chính sách hỗ trợ nhằm giảm tổn thất sau thu hoạch đối với nông sản, thủy sản[97]	TTCP	15/10/2010
4	75/2011/NĐ-CP	Về tín dụng đầu tư và tín dụng XK của Nhà nước	TTCP	30/8/2011
5	2583/NHNN-TD	Yêu cầu một số ngân hàng thương mại cung cấp thông tin về tình hình cho vay trong lĩnh vực sản xuất, kinh doanh, XK cà phê.	NHNN	27/4/2012
6	65/2011/QĐ- TTg	Về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định 63/2010/ QĐ- TTg ngày 15/10/2010 của Thủ tướng Chính phủ về chính sách hỗ trợ nhằm giảm tổn thất sau thu hoạch đối với nông sản, thủy sản.	TTCP	2/12/2011
7	133/2013/NĐ-CP	Về sửa đổi, bổ sung Nghị định số 54/2013/NĐ-CP ngày 22 tháng 05 năm 2013 của Chính phủ về tín dụng đầu tư và tín dụng XK của Nhà nước	TTCP	17/10/2013
8	75/2011/NĐ-CP	Về thời hạn cho vay đối với cà phê và các nông sản	TTCP	30/8/2011

Nguồn: Tổng hợp của tác giả từ các VBQPPL

b. Chính sách tỷ giá

Các văn bản đã được ban hành

Hiện nay Việt Nam có đến hơn 90% doanh nghiệp XK chọn USD là đồng tiền thanh toán trong thương mại quốc tế cho các đơn hàng. Do vậy, khi NHNN điều chỉnh tỷ giá bình quân liên ngân hàng giữa VND và USD tăng lên sẽ tác động trực tiếp theo hướng tích cực cho các doanh nghiệp XK cà phê, đặc biệt sang EU, Nhật Bản, Trung Quốc, Mỹ .v.v...Do đó từng thời điểm khác phù hợp với thị trường NHNN điều chỉnh tỷ giá, biên độ tỷ giá cho phù hợp theo hướng có lợi cho XK hàng hóa.

- Những thành tựu

Ngày nay, tỷ giá ngày càng được sử dụng như một công cụ chính để điều tiết các quan hệ kinh tế quốc tế bởi sự tác động đến KNCT của hàng hóa sản xuất trong nước, trạng thái của cán cân thương mại và thanh toán quốc tế.

Bảng 3.21: Các quy định pháp luật về tỷ giá liên quan đến cà phê

TT	Số văn bản	Mô tả chính sách liên quan đến cà phê	Cấp ban hành	Ngày ban hành
1	01/VBHN-NHNN	Hướng dẫn giao dịch hối đoái giữa NHNN Việt Nam và các tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài[88]	NHNN	6/1/2015
2	02/2012/TT-NHNN	Hướng dẫn giao dịch hối đoái giữa NHNN Việt Nam và các tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài[85]	NHNN	14/6/2010
3	45/2014/TT-NHNN	Sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 02/2012/TT-NHNN ngày 27 tháng 02 năm 2012 hướng dẫn giao dịch hối đoái giữa NHNN Việt Nam và các tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài.[87]	NHNN	29/12/2012
4	27/2013/TT-NHNN	Sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 02/2012/TT-NHNN ngày 27/02/2012 về hướng dẫn giao dịch hối đoái giữa NHNN Việt Nam và các tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài[86]	NHNN	5/12/2013
5	15/2015/TT-NHNN	Hướng dẫn giao dịch ngoại tệ trên thị trường ngoại tệ trong nước giữa các tổ chức tín dụng được phép hoạt động ngoại hối với nhau và giữa tổ chức tín dụng được phép hoạt động ngoại hối với khách hàng.[92]	NHNN	05/10/2015
6	06/2013/P-UBTVQH13	Pháp lệnh sửa đổi, bổ sung một số điều của Pháp lệnh 28/2005/PL-UBTVQH11	UBTVQH H11	18/3/2013
7	70/2014/NĐ-CP	Quy định chi tiết thi hành một số điều của Pháp lệnh ngoại hối và Pháp lệnh sửa đổi, bổ sung một số điều của Pháp lệnh ngoại hối[46]	TTCP	17/7/2014

Nguồn: Tổng hợp của tác giả từ các văn bản quy phạm pháp luật

Chính sách tỷ giá trong thời gian qua đã có sự điều chỉnh căn bản, thể hiện sự điều tiết của Nhà nước dựa trên nguyên tắc xác định tỷ giá, tính thị trường được thừa nhận, các ngân hàng thương mại được đề cao quyền tự chủ, NHNN đã tôn trọng cơ chế thị trường và chủ động trong việc điều hành tỷ giá phù hợp với mục tiêu chính sách tiền tệ và tăng trưởng kinh tế. Chính sách tỷ giá điều hành dựa trên quan hệ cung cầu, có sự điều chỉnh linh hoạt là đúng đắn”. Tuy nhiên, mặc dù chính sách được điều chỉnh liên tục cho phù hợp với tình hình của thị trường, giá của hàng nông sản XK có sự biến động liên tục nhưng khối lượng XK của các mặt hàng này cũng không tăng là mấy, thậm chí còn có một số mặt hàng giảm. Chính vì thế, giá

trị XK của hàng nông sản cũng không tăng đáng kể. Qua đây ta thấy, chính sách tỷ giá của Nhà nước vẫn chưa phát huy hết hiệu quả của nó trong việc nâng cao giá trị XK hàng nông sản ra thị trường thế giới.

Bảng 3.22: Các đợt điều chỉnh tỷ giá

Ngày hiệu lực	Biên độ điều chỉnh
10/03/2008	±1,00%
27/06/2008	± 2,00%
07/11/2008	± 3,00%
24/03/2009	± 5,00%
25/11/2009	± 3,00%
11/02/2011	± 1,00%
28/06/2013	± 1,00%

Nguồn: Ngân hàng nhà nước

- Những hạn chế

Chính sách tỷ giá nhìn chung tạo thuận lợi cho XK cà phê của Việt Nam. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại một số hạn chế là:

Khi đồng USD mất giá nhiều so với các đồng tiền khác trên thế giới thì chính sách tỷ giá neo tiền đồng Việt Nam theo USD đã tạo nhiều lợi thế cho XK Việt Nam nói chung và XK cà phê nói riêng và thị trường Hoa Kỳ. Tuy nhiên, khi đồng USD tăng giá, chính sách này cũng đã khiến cho hàng XK Việt Nam tăng giá và giảm sức cạnh tranh ở các thị trường ngoài các nước khác ngoài Hoa Kỳ

Trong xu thế hội nhập sâu rộng của nền kinh tế hiện nay việc vẫn còn sử dụng tỷ giá cố định cũng làm mất tính chủ động của các doanh nghiệp XK cà phê, về dài hạn cần thiết phải chuyển dần từ chính sách cố định tỷ giá hối đoái sang chính sách thả nổi để các doanh nghiệp chủ động hơn trong hoạt động xuất nhập khẩu.

Như vậy, ta có thể thấy ảnh hưởng của chính sách tỷ giá hối đoái là vô cùng mạnh mẽ đối với hoạt động phát triển XK nông sản ở Việt Nam. Do đó, khi xây dựng các chính sách cho phát triển XK, nhà nước ta cần hết sức chú trọng tới vấn đề này.

c. Chính sách thuế

Các văn bản đã được ban hành

- Về thuế sử dụng đất nông nghiệp: Chính phủ đã ban hành Nghị định 61/2010/NĐ-CP ngày 4/6/2010 về chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp nông thôn trong đó có miễn giảm thuế sử dụng đất nông nghiệp. Đặc biệt, ngày 23/3/2011, Nghị định 20/2011/NĐ-CP về miễn, giảm thuế sử dụng đất nông nghiệp trong giai đoạn 2011- 2020. Trong đó, quy định các đối tượng được miễn thuế sử dụng đất nông nghiệp, được giảm 50% số thuế....[39]

- Nghị định số 210/2013/NĐ-CP ngày 19-12-2013 của Chính phủ quy định chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn ưu đãi miễn, giảm tiền sử dụng đất; miễn, giảm tiền thuê đất tùy theo Dự án thuộc loại dự án nông nghiệp.

[45]

- Về thuế thu nhập doanh nghiệp: Áp dụng thuế suất ưu đãi về thuế suất và miễn thuế, giảm thuế có thời hạn cho dự án đầu tư vào địa bàn kinh tế - xã hội khó khăn và đặc biệt khó khăn.

- Về thuế TNCN: Miễn thuế cho phần thu nhập của hộ gia đình, cá nhân trực tiếp sản xuất nông nghiệp, chưa qua chế biến thành sản phẩm khác hoặc chỉ sơ chế thông thường. Miễn thuế đối với thu nhập từ chuyển đổi đất nông nghiệp của hộ gia đình, cá nhân được Nhà nước giao đất để sản xuất.

- Về thuế GTGT: Nghị định 209/2013/NĐ-CP của Chính phủ được thông qua, Chính phủ Việt Nam chính thức bãi bỏ thuế 5% VAT đối với mặt hàng cà phê và các mặt hàng nông sản khác, đây là vấn đề được bàn cãi lâu nay đã được giải quyết. [42]

- Về các loại phí: Miễn giảm thủy lợi phí là một "cú hích" quan trọng đối với "tam nông". Thủy lợi phí được miễn cho các hộ gia đình, cá nhân có đất, mặt nước dùng vào sản xuất nông, lâm nghiệp, nuôi trồng thủy sản và làm muối trong hạn mức và diện tích đất 5% công ích do địa phương quản lý mà hộ gia đình, cá nhân được giao hoặc đấu thầu chuyển quyền sử dụng từ 01/01/2008

- *Những thành tựu*

Những chính sách ưu đãi về thuế VAT, giảm, miễn tiền thuê đất đối với sản xuất nông nghiệp, trồng cà phê, hỗ trợ tín dụng đã góp phần giúp doanh nghiệp cà phê giảm khó khăn trong giai đoạn suy thoái kinh tế năm 2009 -2011 và những năm kế tiếp phát triển. Chính sách tín dụng hỗ trợ doanh nghiệp trong hoạt động XK cà phê trong thời gian qua đã được Chính phủ ban hành và phát huy nhiều tác dụng trong hoạt động XK cà phê của Việt Nam.

Trong năm 2015, Bộ Tài Chính đã ban hành Biểu thuế xuất khẩu, Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi theo danh mục mặt hàng chịu thuế kèm theo Thông tư số 182/2015/TT-BTC ngày 16/11/2015, có hiệu lực từ ngày 1/1/2016. Theo đó, về thuế xuất khẩu cà phê, các mặt hàng cà phê (mã HS 0901) xuất khẩu được áp dụng mức thuế suất bằng 0%. Ngoài ra, thuế nhập khẩu cà phê còn được áp dụng theo biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt trong một số Hiệp định thương mại đã được Việt Nam ký kết thỏa thuận đa phương và song phương với các nước như: Đa phương trong phạm vi ASEAN (ATIGA/AFTA); ASEAN và các nước như Trung Quốc (ACFTA), Hàn Quốc (AKFTA), Nhật Bản (AJCEP), Ấn Độ (AIFTA)...; Việt

Nam – Nhật Bản (VJEPA), Việt Nam – Hàn Quốc (VKFTA)... Cụ thể: Cà phê rang loại đã khử caffein áp dụng mức thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt là 10%; Các loại khác như: Vỏ quả và vỏ lụa cà phê, các chất thay thế có mức thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt là 10%.

- Những hạn chế

Các chính sách thuế đã tạo nhiều thuận lợi cho các doanh nghiệp XK cà phê. Tuy nhiên vẫn còn các hạn chế như:

+ Nợ xấu tại các tổ chức tín dụng, năng lực tài chính còn hạn chế nên các tổ chức tín dụng gặp khó khăn khi xem xét cho vay. Lãi suất tín dụng đầu tư của Nhà nước còn cao, chưa phù hợp với mặt bằng lãi suất chung

+ Hoạt động tín dụng trong lĩnh vực chế biến cà phê: sản xuất, chế biến, kinh doanh cà phê đòi hỏi lượng vốn đầu tư lớn, trong khi đó phần lớn các hộ nông dân và doanh nghiệp gặp khó khăn về vốn. Tuy nhiên quy mô vốn vay, lãi suất, thủ tục... vẫn còn nhiều bất cập, rủi ro lớn. Chính từ những hạn chế trên dẫn đến lượng vốn vay không đáp ứng nhu cầu đầu tư, mở rộng, nâng cao năng lực chế chế biến của các chủ thể. Để có đủ nguồn vốn phục vụ cho sản xuất kinh doanh, doanh nghiệp buộc phải xoay vốn bằng cách vay ở các ngân hàng ngoài quốc doanh với lãi suất cao, trung bình từ 18%-20%/năm, thậm chí có doanh nghiệp phải vay vốn với mức lãi suất trên 20%/năm. Với lãi suất như vậy, doanh nghiệp không thể kinh doanh có lãi, thậm chí còn thua lỗ.

Mặc dù ngân hàng có nhiều ưu đãi cho các doanh nghiệp XK, nhưng mặt bằng lãi suất vẫn ở mức cao, khoảng 10,5-12% và các doanh nghiệp vẫn khó trong việc cạnh tranh với doanh nghiệp nước ngoài, chỉ tính về chi phí tài chính. Trong khi đó, ở thị trường ngoài nước, các hàng rào kỹ thuật được dựng lên ngày càng nhiều.

d. Chính sách bảo hiểm và trợ tài chính thông qua Quỹ bảo hiểm

Một số văn bản quy định hỗ trợ tài chính thông qua Quỹ bảo hiểm của Việt Nam đã được ban hành gồm:

- Quyết định số 2011/QĐ- TTg ngày 5/11/2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc thực hiện thí điểm bảo hiểm tín dụng XK trong giai đoạn 2011-2013;

- Văn bản số 16033/BTC-TCDN ngày 25/11/2011 của Bộ Tài chính chấp thuận ban hành Quy chế tài chính Quỹ bảo hiểm XK ngành hàng cà phê Việt Nam;

- Thông tư số 121/2011/TT-BTC có hiệu lực thi hành từ ngày 1/10/2011 hướng dẫn Quyết định 315/QĐ-TTg ngày 01/03/2011 của Thủ tướng Chính phủ.

Hỗ trợ tài chính thông qua quỹ bảo hiểm hay Bảo hiểm tín dụng XK là bảo vệ người bán khỏi rủi ro người mua không thanh toán, có thể do các rủi ro thương mại hoặc rủi ro chính trị (trong trường hợp XK).

Để giúp người nông dân hạn chế được những tổn thất khi rủi ro xảy ra đối với hoạt động nông nghiệp Bộ Tài chính ban hành Thông tư số 121/2011/TT-BTC. Theo đó, Nhà nước hỗ trợ 100% phí bảo hiểm cho hộ nông dân, cá nhân nghèo sản xuất nông nghiệp; hỗ trợ 80% phí bảo hiểm cho hộ nông dân, cá nhân cận nghèo sản xuất nông nghiệp; hỗ trợ 60% phí bảo hiểm cho hộ nông dân, cá nhân không thuộc diện nghèo, cận nghèo sản xuất nông nghiệp; hỗ trợ 20% phí bảo hiểm cho tổ chức sản xuất nông nghiệp. Mục đích sử dụng Quỹ hỗ trợ phát triển là hỗ trợ tài chính cho XK, sản xuất và cung cấp giống phục vụ tái canh tác cà phê, hỗ trợ một phần lãi suất vay vốn để tạm trữ cà phê XK, hỗ trợ kinh phí cho phát triển (GAP) sản xuất cà phê bền vững. Việc thành lập Quỹ bảo hiểm XK cà phê nhằm ổn định và đẩy mạnh sản xuất, chế biến, nâng cao chất lượng cà phê, hạn chế rủi ro trong XK cà phê, hỗ trợ các hoạt động XTTM và thông tin thị trường. Việc thành lập Quỹ bảo hiểm XK cà phê nhằm ổn định và đẩy mạnh sản xuất, chế biến, nâng cao chất lượng cà phê, hạn chế rủi ro trong XK cà phê, hỗ trợ các hoạt động XTTM và thông tin thị trường.

Tác động của chính sách

Bảo hiểm tín dụng XK tạo ra nhiều cơ hội hơn cho các doanh nghiệp trong việc tiếp cận các nguồn vốn tín dụng, phát triển mặt hàng và thị trường XK, yên tâm hơn khi thâm nhập các thị trường XK nhiều rủi ro.

Vừa qua, Hiệp hội cà phê – ca cao Việt Nam (VICOFA) đã ra Quyết định về việc thành lập Quỹ bảo hiểm XK ngành hàng cà phê Việt Nam và thu phí 2 USD/tấn cà phê cho từng chuyến giao hàng thông qua Hải quan đối với Hội viên trong Hiệp hội kể từ ngày 01 tháng 1 năm 2012. Điều này đã giúp các doanh nghiệp XK yên tâm hơn để đầu tư sản xuất kinh doanh, nhất là khi có rủi ro trong kinh doanh. [183]

3.2.2. Điều tra mức độ ảnh hưởng của các chính sách thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên

3.2.2.1. Kích thước mẫu điều tra

Để đánh giá mức độ ảnh hưởng của các chính sách thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên, tác giả luận án đã tiến hành điều tra mức độ ảnh hưởng của CSNN hỗ trợ XK cà phê vùng Tây Nguyên. Đối tượng điều tra là các nhà quản lý và giám đốc của các doanh nghiệp đang có hoạt động XK cà phê và các cán bộ quản lý liên quan tới XK, người dân trồng cà phê khu vực Tây Nguyên. Phương pháp điều tra như sau:

- Tiến hành phỏng vấn một số chuyên gia ngành cà phê, những cán bộ trực tiếp tham gia làm chính sách ở các Bộ, Ngành, Sở, UBND các tỉnh Tây Nguyên.

- Mức độ ảnh hưởng của CSNN hỗ trợ XK cả phê vùng Tây Nguyên được đánh giá theo thang điểm từ 1-5 theo mức độ tăng dần về mức hỗ trợ.

- Kích thước mẫu điều tra

- Số phiếu phát ra: 300 phiếu (trong đó 270 phiếu điều tra doanh nghiệp, và 30 phiếu điều tra cán bộ quản lý).

- Số phiếu thu vào: 260 phiếu. Số phiếu hợp lệ: 204 phiếu.

(150 phiếu khảo sát doanh nghiệp (50 Doanh nghiệp, 15 hợp tác xã), 150 phiếu khảo sát ở các địa phương trong vùng Tây Nguyên, các chuyên gia, Bộ, ngành (5 Sở Nông nghiệp và PTNT, Sở Kế hoạch và Đầu tư, Sở Công thương)

- Địa điểm: Các doanh nghiệp có hoạt động XK liên quan đến cả phê vùng Tây Nguyên(Đắk Lắk, Kon Tum, Lâm Đồng, Gia Lai, Đắk Nông).

- Thang đo: Các doanh nghiệp, chuyên gia, cán bộ trực tiếp tham gia hoạch định chính sách sẽ đánh giá mức độ tác động của các chính sách hỗ trợ XK hàng hóa của nhà nước theo thang đo từ 1 đến 5, trong đó 1 là có mức độ tác động thấp nhất và 5 là mức độ tác động lớn nhất.

- Thời gian khảo sát: từ 01/05/2013 đến 31/12/2017.

3.2.2.2. Kết quả thống kê mô tả

Tiến hành phân tích mô tả để xác định tần suất xuất hiện của các yếu tố so sánh với mức trung bình của từng thành phần, nhằm khái quát mức độ tác động của các chính sách hỗ trợ XK hàng hóa này.

Bảng 3.23. Kết quả phân tích thống kê mô tả

	N	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Kurtosis
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
Chính sách thị trường XK	204	1	5	3.39	.081	1.156	-.766
Chính sách phát triển và chuyển dịch cơ cấu mặt hàng	204	1	5	3.61	.077	1.099	-.802
Chính sách XTMM XK	204	1	5	3.39	.081	1.156	-.939
Chính sách khuyến khích và hỗ trợ DNSX và phân phối hàng XK	204	1	5	3.44	.080	1.152	-.691
Chính sách gắn SX với XK	204	1	5	3.47	.079	1.131	-.821
Chính sách KHCN hỗ trợ sx sau thu hoạch	204	1	5	3.41	.078	1.111	-.852
Chính sách đổi mới các công cụ và thể chế quản lý XK	204	1	5	3.61	.077	1.099	-.802
Mức hỗ trợ	0						
Valid N (listwise)	0						

Nguồn: Kết quả phân tích SPSS

Từ kết quả trên có thể thấy các doanh nghiệp XK được điều tra đánh giá mức độ tác động của các chính sách hỗ trợ XK cả phê của nhà nước ở mức trên trung bình. Trong đó các doanh nghiệp này đánh giá cao mức độ tác động của chính sách phát triển thị trường XTTM và chính sách tín dụng của chính phủ đang hỗ trợ cho hoạt động XK hàng hóa. Chính sách đổi mới các công cụ và thể chế quản lý XK chưa được đánh giá cao về mức độ tác động của các chính sách này tới hoạt động XK cả phê.

Chính sách khuyến khích và hỗ trợ DNSX và phân phối hàng XK được các doanh nghiệp trong ngành XK đánh giá mức tác động 4 là chủ yếu; chính sách thị trường XK thì mức 4 là câu trả lời được xuất hiện nhiều nhất; chính sách phát triển và chuyển dịch cơ cấu mặt hàng, XTTM thì mức 3 và 4 được phân bổ ngang nhau; chính sách gắn SX với XK mức 4 được đánh giá nhiều hơn cả; chính sách gắn SX với XK là mức 3 và chính sách KHCN hỗ trợ sản xuất sau thu hoạch mức độ đánh giá chủ yếu là mức 3 và 4.

Như vậy, các doanh nghiệp XK được khảo sát ý kiến đã đánh giá tốt về mức độ hỗ trợ của các chính sách này tới hoạt động XK cả phê. Tuy nhiên cũng theo đánh giá thì mức độ hỗ trợ chưa thực sự cao và đồng nhất, các chính sách cần có mức độ hỗ trợ tốt hơn, đặc biệt là chính sách phát triển và chuyển dịch cơ cấu mặt hàng cần được nhà nước chú trọng hơn và tìm ra những giải pháp phù hợp để thúc đẩy hoạt động XK cả phê hiện nay.

3.3. Đánh giá tiêu chí hiệu quả của chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cả phê vùng Tây Nguyên

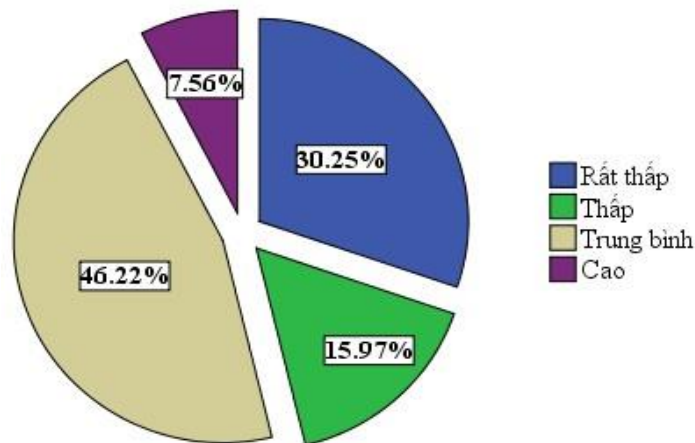
a. Tính hiệu lực của các chính sách: Theo kết quả khảo sát 50 Doanh nghiệp, 15 hợp tác xã trên địa bàn 5 tỉnh Tây Nguyên của nghiên cứu sinh được xử lý bằng phần mềm SPSS 20, khả năng đánh giá tính hiệu lực của các chính sách được thể hiện như sau:

- *Thứ nhất*, có 90,8% doanh nghiệp nhận biết được các văn bản qui phạm pháp luật ban hành thông qua các kênh khác nhau (trang web Chính phủ/bộ/ngành/địa phương là 52,1%; tivi/đài/báo giấy là 47,9%; hội thảo/hội nghị/triển lãm là 34,5%; các tổ chức hỗ chức hỗ trợ pháp lý, thông tin 39,1%; các kênh tiếp cận khác như tổ chức, hiệp hội nghề nghiệp là 35,3%).

Thứ hai, thời gian tiếp cận tính chung cho tất cả doanh nghiệp trên địa bàn ở mức trung bình (điểm trung bình 2.9580); trong đó, có 17,6% doanh nghiệp tiếp cận thông tin rất nhanh, 30,3% nhanh, 15,1% trung bình, 13,4% chậm và 14,3% doanh nghiệp tiếp cận thông tin rất chậm. Mặc dù số lượng doanh nghiệp nhận biết được các văn bản pháp luật ở mức độ cao (90,8%) nhưng hiểu và vận dụng được nội dung của các văn bản pháp luật này thì còn nhiều hạn chế.

b. *Tính hiệu quả của chính sách:* Chính sách nhà nước thúc đẩy XK cà phê vùng Tây Nguyên được doanh nghiệp đánh giá thể hiện ở Hình 3.3; qua đó, có 30,25% doanh nghiệp đánh giá ở mức rất thấp, 15,97% ở mức thấp, 46,22% ở mức trung bình, 7,56% ở mức cao và 0% doanh nghiệp đánh giá ở mức rất cao (điểm trung bình là 2.3109, độ lệch chuẩn 0.98933).

Hình 3.3: Hiệu quả của chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy XK cà phê vùng Tây Nguyên



Nguồn: Kết quả điều tra của nghiên cứu sinh (2017)

Như vậy, qua phân tích ở trên hiệu quả của chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy XK cà phê vùng Tây Nguyên mới đạt ở mức trung bình thấp. Nguyên nhân có thể kể đến như chưa có cơ quan nào đánh giá tác động của chính sách nhà nước về XK cà phê của vùng, mà mới chỉ dừng lại ở việc xây dựng và ban hành chính sách; vì thế, để nâng cao hiệu quả Nhà nước cần nghiên cứu, bổ sung, hoàn thiện chính sách thúc đẩy XK cà phê vùng Tây Nguyên.

3.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ THỰC TRẠNG CHÍNH SÁCH NHÀ NƯỚC NHẪM THỨC ĐẨY XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VÙNG TÂY NGUYÊN

3.3.1. Những ưu điểm và kết quả chủ yếu

Trong những năm qua Chính phủ, UBND các tỉnh thuộc vùng Tây Nguyên đã ban hành một số chính sách liên quan đến quy hoạch, đầu tư, nâng cao năng lực chế biến, thị trường... nhằm tháo gỡ khó khăn cho DN và người sản xuất, chế biến cà phê. Nhà nước đã tham gia tích cực vào nhiều lĩnh vực của ngành cà phê không chỉ bằng các chính sách và quy định để quản lý ngành mà còn có nhiều chính sách ưu đãi khuyến khích sản xuất và kinh doanh cà phê như tín dụng ưu đãi cho người trồng và xuất khẩu cà phê, thưởng xuất khẩu, chương trình giống, chương trình

khuyến nông, chương trình xúc tiến thương mại, gói hỗ trợ tạm trữ tạo động lực phát triển mạnh mẽ cho ngành cà phê.

Các chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp XK cà phê có nhiều điểm nổi bật có thể tạo nguồn lực phát triển bền vững. Đi kèm với các chính sách đã có nhiều giải pháp lớn, đột phá trong giai đoạn phát triển mới. Các chính sách trên với sự đồng bộ, toàn diện từ sản xuất đến chế biến, thương mại và đổi mới tổ chức đã góp phần định hướng ngành với các mục tiêu phát triển đến 2020; đẩy mạnh tái canh cà phê, đặc biệt là chương trình tín dụng lớn của NHNN; tháo gỡ được khó khăn cho doanh nghiệp cà phê về thuế VAT và đẩy mạnh đổi mới tổ chức ngành hàng.

Chính phủ và các địa phương vùng Tây Nguyên đã có những đầu tư thỏa đáng cho việc cải thiện và nâng cấp cơ sở hạ tầng ở khu vực nông thôn vùng Tây Nguyên qua các chương trình phát triển giao thông nông thôn, điện và xây dựng hệ thống mạng tưới thủy lợi đến tận các khu vực sản xuất cà phê cũng như hoàn thiện cơ sở hạ tầng và chính sách đối với các cụm công nghiệp của các tỉnh trong vùng. Điều đó đã giúp cho các doanh nghiệp và hộ gia đình ở Tây Nguyên có điều kiện tốt hơn để phát triển công nghiệp chế biến cà phê, đáp ứng ngày tốt hơn yêu cầu thị trường.

- *Chính sách thị trường XK*: Chính sách thị trường, XTTM, trong thời gian qua hoạt động của các tổ chức XTTM thuộc Bộ Công Thương đã giúp đỡ DN rất nhiều như tư vấn kinh doanh cho các doanh nghiệp XK về thị trường, mặt hàng, công nghệ, kỹ thuật kinh doanh và tìm kiếm đối tác, bạn hàng, tổ chức các buổi tọa đàm, các triển lãm thương mại để giới thiệu sản phẩm XK. Hoạt động chính sách hỗ trợ về thị trường và XTTM đã giúp cho hoạt động XK cà phê vùng Tây Nguyên vừa duy trì được thị trường truyền thống và không ngừng mở rộng được các thị trường mới nhiều tiềm năng.

- *Chính sách phát triển và chuyển dịch cơ cấu mặt hàng*: Khoa học kỹ thuật đóng vai trò rất quan trọng trong việc cải tiến chất lượng, công suất, hiệu quả và là yếu tố quan trọng đối với phát triển cà phê. Nghiên cứu và chuyển giao tiến bộ kỹ thuật được thực hiện trong tất cả các khâu của quá trình chế biến từ quy trình kỹ thuật thu hái, kỹ thuật sơ chế, công nghệ chế biến, bảo quản, đóng gói. Mức độ cải tiến công nghệ trong chế biến cà phê phụ thuộc khá nhiều vào năng lực nghiên cứu của các cơ quan. Thực tế cho đến nay, cả khu vực Tây Nguyên nói chung mới chỉ có Viện Khoa học kỹ thuật Nông Lâm nghiệp Tây Nguyên (WASI) là cơ quan chủ lực nghiên cứu chuyên sâu về các tiến bộ kỹ thuật trong lĩnh vực cà phê. Các nghiên cứu về giống, kỹ thuật canh tác, kỹ thuật chế biến, xử lý nước thải cà phê của WASI đã được vận dụng trong thực tế.

- *Chính sách về đổi mới các công cụ và thể chế quản lý XK*: Hoạt động tín dụng trong lĩnh vực chế biến, sản xuất, XK cà phê: sản xuất, chế biến, kinh doanh cà

phê đòi hỏi lượng vốn đầu tư lớn, trong khi đó phần lớn các hộ nông dân và doanh nghiệp gặp khó khăn về vốn. Trong nhiều năm qua hệ thống ngân hàng thương mại và các tổ chức tín dụng đã thực hiện khá tốt chức năng cho vay vốn đối với sản xuất, chế biến và kinh doanh cà phê. Nguồn vốn vay khá đa dạng, bao gồm từ Ngân hàng, các tổ hội, vay của tư nhân và mua chịu vật tư thiết bị. Tuy nhiên quy mô vốn vay, lãi suất, thủ tục... vẫn còn nhiều bất cập, rủi ro lớn. Chính từ những hạn chế trên dẫn đến lượng vốn vay không đáp ứng nhu cầu đầu tư, mở rộng, nâng cao năng lực chế chế biến của các chủ thể.

Qua phỏng vấn sâu, một số ý kiến ghi nhận công tác cải cách hành chính tại cơ quan thuế có những chuyển biến tích cực, góp phần thực hiện tốt nhiệm vụ thu ngân sách tại địa phương. Cơ quan thuế luôn quan tâm đến công tác cải cách hành chính, công khai TTHC theo quy định, góp phần hỗ trợ các doanh nghiệp tuân thủ pháp luật về thuế, tạo lòng tin và giảm các phí đối với doanh nghiệp XK cà phê.

Thủ tục hải quan cho thông quan hàng hoá cà phê ở Đắk Lắk, GiaLai, KonTum đã có bước cải tiến đáng kể, cơ quan hải quan đã ứng dụng công nghệ thông tin hiệu quả trong quản lý điều hành, áp dụng ISO trong quy trình xử lý thông quan hàng hoá, giảm phiền hà đối với doanh nghiệp, tạo điều kiện tốt nhất cho cà phê hàng hoá xuất khẩu.

Chính sách tỷ giá hối đoái cũng là một công cụ hữu hiệu để tác động đến KNCT của hàng hóa sản xuất XK ở trong nước trong xu thế tự do hoá thương mại (việc tăng tỉ giá hối đoái có tác động thúc đẩy hoạt động XK). NHNN Việt Nam thường xuyên điều chỉnh tỷ giá theo hướng giảm giá tiền nội tệ để tạo thuận lợi cho XK. Nhờ chính sách này mà lợi nhuận từ sản xuất cà phê giai đoạn 2000 – 2010 của tỉnh tăng 29,98%, nguyên nhân do giá XK tăng, tỷ lệ yếu tố nhập khẩu trong sản phẩm XK giảm và giảm giá đồng nội tệ. Tuy nhiên khối lượng cà phê nhân XK của Đắk Lắk giai đoạn này lại không tăng (giảm 0,02%) (sản lượng sản xuất cà phê phụ thuộc chủ yếu vào quy mô sản xuất và điều kiện thời tiết).

- Chính sách xúc tiến XK:

Thứ nhất, cùng với sự phát triển của ngành cà phê, kim ngạch XK cà phê của Việt Nam cũng ngày một tăng lên, đóng góp lớn vào mục tiêu thực hiện thành công chiến lược CNH-HĐH nông nghiệp và nông thôn của Đảng và Nhà nước ta.

Thứ hai, cùng với sự phát triển nhanh của ngành cà phê Việt Nam, số lượng các doanh nghiệp tham gia vào sản xuất kinh doanh mặt hàng cà phê không ngừng tăng lên, đặc biệt là thu hút các nhà sản xuất kinh doanh cà phê lớn trên thế giới.

Thứ ba, mặc dù vẫn chưa đạt được mức giá tương đương so với các nước trồng và XK cà phê trong khu vực và trên thế giới nhưng giá XK cà phê của Việt Nam cũng ngày được cải thiện, góp phần quan trọng trong việc nâng cao GTGT trong khâu XK cà phê của Việt Nam trong thời gian qua.

Thứ tư, tuy Việt Nam chưa xây dựng được những thương hiệu mạnh gắn liền với vị trí của sản phẩm trên thị trường quốc tế nhưng một số công ty đã bước đầu vươn ra thị trường thế giới với các thương hiệu của cà phê Việt Nam. Bên cạnh đó, ngày càng có nhiều công ty đa quốc gia quan tâm đầu tư vào ngành cà phê Việt Nam cũng tạo điều kiện tăng cường năng lực tham gia của cà phê Việt Nam vào chuỗi giá trị cà phê toàn cầu.

Thứ năm, ngày càng có nhiều doanh nghiệp XK của Việt Nam tham gia vào các chương trình phát triển cà phê bền vững. Các chứng chỉ cà phê sinh thái như UTZ CERTIFIED giúp nhà sản xuất cà phê chứng minh đã thực hiện các thực hành nông nghiệp tốt và phương pháp canh tác hiệu quả.

- *Chính sách gắn sản xuất và XK và chính sách hỗ trợ về kỹ thuật khoa học, công nghệ:*

Thứ nhất, diện tích trồng và thu hái cà phê của Việt Nam phát triển ổn định trong thời gian qua, diện tích bình quân khoảng trên 500 ngàn ha với sản lượng hàng năm đạt trên 1,0 triệu tấn cà phê nhân.

Thứ hai, cùng với sự quan tâm của Nhà nước, các Bộ ngành, các Viện nghiên cứu, các tổ chức,... nên giống cà phê của Việt Nam đã được cải thiện một cách đáng kể. Nhiều giống cà phê mới, có khả năng thích nghi tốt với từng khu vực địa lý, khí hậu, có khả năng kháng bệnh cao, cho năng suất và chất lượng tốt đã được triển khai ứng dụng, góp phần quan trọng trong việc giảm chi phí, hạ giá thành sản phẩm, nâng cao chất lượng sản phẩm, tăng KNCT trong XK cà phê của Việt Nam.

Thứ ba, mặc dù GTGT trong khâu sản xuất cà phê của Việt Nam vẫn đang ở mức tương đối thấp so với các nước trồng cà phê trong khu vực và trên thế giới nhưng cùng với xu hướng giá cà phê thế giới ngày càng tăng lên trong thời gian qua, cộng với việc các hộ nông dân ngày càng tích cực đầu tư, áp dụng khoa học kỹ thuật mới, tiên tiến vào trong hoạt động sản xuất nên không những đã giảm được đáng kể chi phí đầu vào mà còn nâng cao năng suất cà phê trong thời gian qua. Điều này góp phần rất quan trọng trong việc nâng cao GTGT trong khâu sản xuất cà phê thời gian tới.

Thứ tư, Để phát triển cà phê bền vững, hiện nay ở Tây Nguyên đã có nhiều mô hình mới trong ngành cà phê hình thành như sản xuất cà phê có chứng nhận, chất lượng cao; chính sách hỗ trợ tạm trữ cà phê và một số chính sách khác đang thúc đẩy phát triển cà phê theo chiều hướng tích cực... Hoạt động tạm trữ cà phê không chỉ nằm trong tay các doanh nghiệp mà đã được người nông dân chủ động thực hiện, họ chỉ bán ra khi thực sự cần thiết và bán trả đều trong cả niên vụ nhằm thu được giá tốt nhất. Việc đầu tư vào chế biến sâu làm tăng thêm giá trị cũng được các doanh nghiệp quan tâm đầu tư.

Đến nay, các tỉnh Tây Nguyên đã trồng tái canh, ghép cải tạo được trên 108.800 ha, trong đó, tỉnh Lâm Đồng có diện tích trồng tái canh và ghép cải tạo cao nhất 54.330 ha, tăng 19% so với kế hoạch đến năm 2020. Các địa phương khác đạt thấp hơn, như: Gia Lai 14.000 ha, đạt 79% kế hoạch đến năm 2020; Đắk Nông 15.100 ha, đạt 62%; Dak Lak 17.298 ha, đạt 58%... Những diện tích cà phê được tái canh chủ yếu trồng bằng các giống mới, đã từng bước phát huy tiềm năng về năng suất và chất lượng cà phê nhân, nhất là trong điều kiện biến đổi khí hậu.

Đứng trước thực trạng trên, các tỉnh Tây Nguyên tích cực thực hiện các chương trình tập huấn kỹ thuật canh tác bền vững, đảm bảo an toàn thực phẩm cho nông dân trồng cà phê. Trong khuôn khổ dự án Chuyển đổi nông nghiệp bền vững VNSat từ năm 2015, các chương trình tập huấn này cũng được triển khai áp dụng nhằm mục tiêu hình thành các vùng nguyên liệu có chất lượng cao và đảm bảo các tiêu chuẩn an toàn, bền vững.

- *Chính sách phát triển và chuyển dịch cơ cấu mặt hàng XK:*

Thứ nhất, một điểm sáng của ngành cà phê Việt Nam nói chung và vùng Tây Nguyên nói riêng là sự chuyển đổi cơ cấu từ tập trung sơ chế – xuất khẩu, chú trọng hơn đến xuất khẩu cà phê ở dạng rang xay, cà phê hòa tan. Ngoài ra, sự kiện đáng chú ý trong hoạt động chế biến sâu ngành cà phê Việt Nam, đó là sự đầu tư mạnh mẽ của 4 tập đoàn chế biến lớn nhất Việt Nam trong giai đoạn 2010-2016: tập đoàn Nestle, công ty Neumann Gruppe, công ty Massimo Zanetti Beverage Group Việt Nam và tập đoàn Intimex đã có sự đầu tư mạnh mẽ vào việc xây dựng nhà máy chế biến với kỹ thuật công nghệ cao, năng suất cao ngang tầm với các nhà chế biến hàng đầu thế giới. Ngành chế biến và rang xay cà phê là mắt xích quan trọng trong việc nâng cao chất lượng và giá trị hạt cà phê, ngành cũng đã có những bước tiến nhất định trong sự chuyển dịch cơ cấu sang chế biến chuyên sâu và gia tăng xuất khẩu cà phê ở dạng rang xay, hòa tan, nhằm nâng cao giá trị thu được trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Thứ hai, Tây Nguyên đã áp dụng nhiều tiến bộ trong khâu sản xuất, chế biến cà phê. Với những tiến bộ được áp dụng trong khâu chế biến, cà phê Robusta ngày càng được các nhà chế biến trên thế giới ưa chuộng vì góp phần giảm giá thành các sản phẩm cà phê hòa tan.

Thứ ba, sản xuất cà phê ở Tây Nguyên đã thực hiện/áp dụng đúng tiêu chuẩn của bộ qui tắc chung cho cộng đồng cà phê (4C) vào thực tế sản xuất và thu mua cà phê, để có thể được hưởng lợi từ mức thưởng của khách hàng tiêu thụ cà phê theo tiêu chuẩn 4C này.

- *Chính sách khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất và phân phối hàng XK* thời gian qua đã phát huy được sức mạnh của các thành phần kinh tế trong sản xuất, lưu thông hàng hóa trên thị trường trong nước và thế giới. Điều đó tạo điều

kiện thuận lợi cho sản xuất và XK cà phê vùng Tây Nguyên nói riêng và cà phê Việt Nam nói chung. Việc hợp tác giữa người nông dân sản xuất nguồn nguyên liệu và các nhà tiêu thụ, rang xay, chế biến đã có được mối liên kết ban đầu.

Tác động của các chính sách đến chương trình, dự án thực tế:

- Các chương trình, chính sách liên quan:
- Đề án phát triển cà phê bền vững các tỉnh
- Đề án tái canh cà phê các tỉnh vùng Tây Nguyên
- Quyết định 2069 về Kế hoạch sản xuất giống cho tái canh cà phê khu vực Tây Nguyên; Chính sách tưới tiết kiệm theo quyết định 1788/QĐ-BNN_TCTL; Quy định về ưu đãi đối với hoạt động sử dụng nước tưới tiết kiệm theo Nghị định 54/2015/NĐ-CP; Chính sách hỗ trợ áp dụng quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt trong nông nghiệp theo Quyết định 01/2012/QĐ-TTg và các văn bản hướng dẫn có liên quan

- Hỗ trợ, khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp nông thôn theo Nghị định 57/2018 thay thế Nghị định 210; Cơ chế hỗ trợ tạm trữ cà phê; Hỗ trợ tín dụng đầu tư, tín dụng cho xuất khẩu theo Nghị định 133/2013/NĐ-CP

Như vậy, từ Trung ương đến địa phương các tỉnh thuộc vùng Tây Nguyên đã ban hành nhiều chính sách đối với XK cà phê. Thông qua việc thực hiện các chính sách này ngành cà phê vùng Tây Nguyên đã đem lại những kết quả đáng kể, góp phần cho sự phát triển KTXH của các tỉnh trong vùng Tây Nguyên.

3.3.2. Một số hạn chế, bất cập của chính sách

Bên cạnh những thành tựu đã đạt được thì vẫn còn tồn tại một số những mặt hạn chế đối với chính sách ngành cà phê vùng Tây Nguyên trong điều kiện hội nhập rút ra được như sau:

Thứ nhất các chính sách ban hành còn thiếu tính linh hoạt chưa đúng mục tiêu. Ví dụ như: chính sách tín dụng ưu đãi hiện nay chủ yếu quan tâm đến giá trị tài sản thế chấp hơn là khả năng sinh lợi của dự án vay. Quy trình cho vay tái canh rườm rà, các thông tin cụ thể về số lượng vốn cần, cần vào thời điểm nào, trong bao lâu... còn hạn chế, khiến ngân hàng lúng túng trong triển khai.

Thứ hai Tình trạng thiếu nhất quán, thậm chí có những quyết định trái ngược nhau về chính sách cũng đã xảy ra. Điều này thể hiện trong một số văn bản hướng dẫn của các Bộ, Ngành, Ủy ban nhân dân khi đưa ra đã tính đến quyền lợi và lợi ích riêng. Cùng một văn bản pháp luật Nhà nước đưa ra nhưng mỗi Bộ, Ngành, địa phương thực hiện lại khác nhau, gây trở ngại cho các doanh nghiệp. Vẫn tồn tại những quy định thể hiện sự phân biệt giữa doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp tư nhân trong hoạt động kinh doanh XK.

Thứ ba là Chiến lược phát triển ngành cà phê trong tổng thể ngành nông nghiệp phát triển một cách rời rạc, thiếu tính nhất quán và thống nhất. Do đó để ngành cà phê Việt Nam phát triển tập trung, nhất quán và thống nhất thì còn cần

một thời gian khá dài và đòi hỏi sự kiên trì của các Bộ, ban, ngành và sự hỗ trợ của nhiều ngành khác có liên quan.

Thứ tư là vấn đề đầu tư cơ sở hạ tầng nông thôn chưa tương xứng với tiềm năng. Trong 10 năm qua, nguồn vốn đầu tư vào cơ sở hạ tầng vùng Tây Nguyên mặc dù đã có những chuyển biến đáng kể nhưng việc đầu tư cho cơ sở hạ tầng chưa tương xứng, chưa đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao KNCT của ngành hàng cà phê nói riêng và các sản phẩm khác của Tây Nguyên phí BOT chạy trên Quốc lộ 14- là con đường huyết mạch kết nối giao thông chở cà phê xuất khẩu đi các nước đều bị chịu mức phí quá cao

Thứ năm là hệ thống Tiêu chuẩn chất lượng, kiểm tra sau thu hoạch còn yếu kém và lạc hậu. Ở các nước nhập khẩu có mức tiêu thụ cà phê lớn luôn coi trọng vấn đề kiểm tra và giám sát chất lượng, xuất xứ và thương hiệu của hàng hóa được đặc biệt chú ý thì công tác này ở Việt Nam bị coi nhẹ. Hiện tượng bán hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng dưới tên các thương hiệu nổi tiếng của Việt Nam có xu hướng tăng lên. Điều này tạo nên những bất lợi đối với các DN, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ do chi phí để bảo vệ thương hiệu hàng hóa vượt quá sức.

Thứ sáu là các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh cà phê nước ta chủ yếu là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, thiếu kinh nghiệm và kỹ năng tham gia thương mại thế giới. Phần lớn các đơn vị chỉ thực hiện các giao dịch kinh tế quốc tế từ sau khi Việt Nam trở thành thành viên chính thức WTO. Do đó còn thiếu những kỹ năng cơ bản khai thác, xử lý tin tức và đàm phán thương mại. Rủi ro trong thương lượng hợp đồng, các điều khoản gây bất lợi cho Doanh nghiệp

Thứ bảy là về việc tham gia các tổ chức và diễn đàn quốc tế: Việt Nam phải đóng niên liễm cho Tổ chức Cà phê Quốc tế 6 – 7 tỷ đồng/năm nhưng chưa phát huy hết vai trò và hiệu quả của tư cách thành viên ICO. Tới đây có thể phải đóng niên liễm cao hơn tới 500.000 USD. Cần phải có giải pháp để kết nối hiệu quả hơn với ICO và các tổ chức quốc tế khác.

Thứ tám, các chính sách khuyến khích, hỗ trợ thỏa đáng về vốn, công nghệ chế biến, kỹ thuật, bồi dưỡng cán bộ còn nhiều hạn chế... để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp xây dựng những “thương hiệu” mạnh mang tính chất bền vững.

Qua nghiên cứu phát triển cà phê Tây Nguyên cho thấy, mối liên kết giữa các yếu tố như chuyển giao công nghệ, kỹ thuật, chế biến và tiêu thụ sản phẩm còn hạn chế. Yếu tố chất lượng chưa thực sự gắn kết với lợi ích của nhà nông. Các tổ chức trung gian bao tiêu sản phẩm vẫn đang đơn độc chạy đua ở cả thị trường trong nước và thị trường nước ngoài. Cạnh tranh không bình đẳng giữa các doanh nghiệp (tranh mua, tranh hợp đồng bán), đặc biệt là tình trạng cạnh tranh manh mún, nhỏ lẻ,

không tập trung vào chất lượng khiến cho các doanh nghiệp gặp nhiều bất lợi và hạn chế phát triển cà phê bền vững.

Tóm lại, qua phân tích hệ thống chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên cho thấy sự gắn kết giữa các tác nhân trong ngành hàng còn lỏng lẻo, thiếu sự gắn kết. Các định chế nhằm phát triển tổ chức quản lý ngành hàng cà phê còn yếu. Do vậy việc tổ chức quản lý ngành hàng đang gây ra những khó khăn lớn đối với việc phát triển cà phê bền vững.

3.3.3. Nguyên nhân của những thành công và hạn chế

3.3.2.1. Các nguyên nhân trong nước

- *Về phía người dân*: Ở vùng Tây Nguyên, nhận thức của người dân về các vấn đề khoa học kỹ thuật, về hiệu quả kinh tế lâu dài, về sản xuất cà phê bền vững còn thấp. Tập quán, thói quen khai thác tài nguyên tự nhiên và sử dụng đa dạng sinh học còn lạc hậu, ít thân thiện với môi trường. Hành vi và cách ứng xử của họ với các hoạt động bảo vệ môi trường và tài nguyên chưa thành thói quen tự giác. Ý thức của người dân về bảo vệ nguồn nước mặt, khai thác nguồn nước ngầm còn rất hạn chế. Không ít người dân cho rằng, đó là nguồn tài nguyên vô tận, nên không có ý thức bảo vệ và khai thác, sử dụng tiết kiệm. Thiếu sự hợp tác, liên kết, bảo vệ giữa các hộ trồng cà phê trong cộng đồng do đó có thể xảy ra sâu bệnh tràn lan, mất cắp sản phẩm...

- *Về phía Nhà nước*: Hệ thống chính sách chưa đảm bảo tạo điều kiện cho sự phát triển sản xuất, XK cà phê bền vững. Các chính sách và biện pháp quản lý quy trình sản xuất cà phê sạch, chất lượng sản phẩm không đồng bộ. Các ngành, các cơ quan quản lý chức năng chưa thực hiện nghiêm các quy định về môi trường. Nhưng thực tế hầu như rất ít quy hoạch và dự án trồng cà phê làm tốt điều này, việc thực hiện chưa chặt chẽ, thậm chí chỉ mang tính thủ tục. Hoạt động bảo tồn nguồn nước phục vụ sản xuất chưa được điều phối giữa các ngành theo quan điểm sinh thái, môi trường và phân chia theo cấp quản lý hành chính.

Công tác tuyên truyền, giáo dục phổ biến luật, chính sách, những quy định QLNN về phát triển sản xuất cà phê cho người dân chưa hiệu quả do phương pháp tiến hành chưa phù hợp.

Các mục tiêu chính sách của Chính phủ bị cản trở bởi khả năng huy động mọi nguồn lực. Vốn ngân sách không đủ triển khai các mục tiêu chính sách phát triển sản xuất cà phê. Vốn ngân sách đầu tư cho các lĩnh vực thường dàn trải. Kinh phí đầu tư cho hoạt động quản lý sản xuất cà phê và bảo vệ nguồn tài nguyên còn hạn chế.

Việc triển khai và thực hiện các văn bản pháp luật của Chính phủ, các chính sách đối với hộ trồng cà phê để điều chỉnh hành vi của họ nhằm đảm bảo phát triển cà phê còn nhiều mặt hạn chế, chưa có sự phối hợp chặt chẽ, đồng bộ giữa các Bộ,

Sở, các cơ quan quản lý chức năng có liên quan, cùng với việc thiếu kinh phí, thiếu đội ngũ cán bộ có đủ trình độ, trang thiết bị còn chưa được đồng bộ nên công tác QLNN về phát triển XK cà phê chưa hiệu quả. Vấn đề nắm bắt thông tin từ vùng sản xuất cà phê đến các cơ quan quản lý chức năng còn rất chậm chạp do chưa có hệ thống chân rết cán bộ quản lý sản xuất cà phê ở cấp cơ sở.

Công tác QLNN về quy hoạch, đầu tư phát triển hệ thống thuỷ lợi, nghiên cứu chuyển giao khoa học, công nghệ phát triển cà phê sạch, chất lượng cao, cà phê thân thiện với môi trường, công tác quản lý môi trường, công tác QLNN về sản xuất giống mới, sử dụng phân hoá học, thuốc bảo vệ thực vật cho sản xuất cà phê còn nhiều mặt bất cập, chưa đáp ứng được nhu cầu thực tiễn, cần phải cải thiện. Cụ thể:

Khâu sản xuất chuỗi về tổng thể còn chưa hoàn thiện, còn hiện tượng cắt lớp giữa khâu tổ chức sản xuất, chế biến, tổ chức thương mại. Trong khâu sản xuất, nhiều nơi, nhiều vùng áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật chưa tốt, vẫn còn lạm dụng yếu tố đầu vào như phân bón, vật tư, thuốc trừ sâu, đặc biệt là tài nguyên nước. Điều này đã làm cho giá thành sản xuất cà phê cao, lợi nhuận cho bà con nông dân không được như kỳ vọng, chất lượng chưa đảm bảo.

Khâu chế biến, kể cả hai bước sơ chế và chế biến sâu chúng ta cũng làm chưa được tốt. Ở khâu sơ chế, hiện nay chúng ta vẫn áp dụng công nghệ cổ truyền là phơi, sấy. Trước tình hình biến đổi khí hậu thì cách làm này sẽ gặp phải rủi ro, chất lượng sản phẩm giảm, thậm chí mất mùa ngay khi thu hoạch. Chế biến sâu cũng mới chiếm khoảng 10%

Khâu Tổ chức phân phối sản phẩm cà phê làm chưa tốt, chưa hình thành thiết chế thương mại để đảm bảo phân phối cả ở thị trường trong nước và quốc tế. Khâu này nếu không làm tốt sẽ dẫn đến rủi ro là giá cả thường xuyên lệ thuộc vào nước ngoài, rất bấp bênh, và đặc biệt là không đạt được giá trị tối cao, đúng nghĩa. Trong thời gian tới, để giúp ngành cà phê tăng trưởng bền vững sẽ phải tập trung khắc phục cả 3 khâu này.

Khâu tín dụng: Mặc dù Chính phủ có chủ trương ưu đãi vốn vay cho nông dân tái canh cây cà-phê, song tỷ lệ hộ nông dân tiếp cận được nguồn vốn này còn ít, chỉ chiếm khoảng 20 đến 30%. Việc giải ngân hỗ trợ tín dụng từ Nhà nước theo phương thức nhiều giai đoạn như hiện nay cũng không phù hợp với nhu cầu của người dân và không khuyến khích các hộ tiếp cận nguồn vốn vay. Đối với cây giống, vẫn chưa có chính sách hỗ trợ nông dân giống cà phê đạt chất lượng cho tái canh.

Khâu liên kết: Hệ thống liên kết trong sản xuất – thu mua - chế biến – tiêu thụ cà phê còn bất cập. Mô hình liên kết “4 Nhà” Nhà nước - Nhà khoa học - Nhà nông - Nhà doanh nghiệp chưa rõ ràng, khả năng liên kết kém, ít linh hoạt trong nhiều khâu, nhiều công đoạn; nhiều doanh nghiệp kinh doanh cà phê thua lỗ mất khả năng

thanh toán. Sự hợp tác liên kết giữa các địa phương, các thành phần kinh tế, các doanh nghiệp trong ngành chưa được chặt chẽ; Các cấp uỷ, chính quyền chưa đề ra được phương hướng và những biện pháp cụ thể để chỉ đạo các doanh nghiệp và người dân phát triển sản xuất cà phê theo định hướng, còn để cho thị trường tự điều tiết và người sản xuất phát triển cây cà phê một cách tự phát.

3.3.2.2. Các nguyên nhân từ nước ngoài

Sự cạnh tranh của các đối thủ nước ta trên thị trường cà phê quốc tế là rất mạnh mẽ và quyết liệt. Hoạt động XK cà phê của nước ta nói chung và vùng Tây Nguyên nói riêng cần tạo ra được lợi thế về giá cả, chất lượng, uy tín... Đây là một thách thức, một rào cản lớn đối với Việt Nam khi vấn đề về chất lượng và thương hiệu cà phê của nước ta chưa ổn định trong thời gian qua. Chính vì vậy, mặc dù các chính sách trong nước đã góp phần tích cực để nâng cao chất lượng cà phê thông qua việc chuyển đổi cơ cấu mặt hàng, hỗ trợ khoa học kỹ thuật song nhìn chung so với các quốc gia khác chất lượng cà phê của vùng Tây Nguyên vẫn chưa thực sự ổn định và được công nhận trên thị trường thế giới. Trong thời gian tới, để nâng cao giá trị XK cà phê, ngoài sự hỗ trợ từ các chính sách của nhà nước, các doanh nghiệp phải luôn biết xây dựng cho mình một thương hiệu mạnh, hợp lý về giá cả và tăng chất lượng mặt hàng cà phê.

Sự biến động của giá cà phê thế giới: giá cà phê Việt Nam chịu tác động và vận động theo cùng xu hướng với giá cà phê trên thị trường quốc tế, xu hướng này càng trở nên rõ nét hơn khi Việt Nam trở thành một trong những nước dẫn đầu thế giới về sản xuất và XK cà phê Robusta. Những biến động lớn từ tình hình cà phê thế giới đã gây những ảnh hưởng nhất định đến thị trường cà phê trong nước và ngược lại.

Văn hoá của các nước nhập khẩu cà phê Việt Nam cũng ảnh hưởng tới việc triển khai và thực hiện chính sách thúc đẩy XK cà phê nước ta. Việc XK cà phê cũng đồng nghĩa với việc mang văn hoá của Việt Nam vào nước nhập khẩu. EU đánh giá rất cao về nguồn gốc xuất xứ cà phê, tuy nhiên ở Việt Nam thì việc sản xuất cà phê mang tính nhỏ lẻ, phân tán, việc thu mua là tập trung từ nhiều hộ gia đình, điều này gây khó khăn cho Việt Nam trong việc xác định tên xuất xứ sản phẩm cà phê. Mặt khác, yếu tố văn hoá còn chịu ảnh hưởng của phong tục từng nước, nước đó thích uống cà phê hoà tan, hay là cà phê đen, thích cà phê phin hay cà phê uống ngay. Do đó, Việt Nam, vùng Tây Nguyên cần phải tìm hiểu để có chính sách XK phù hợp. Bên cạnh đó, thị trường XK cà phê của Việt Nam, vùng Tây Nguyên đa phần là các nước có tình hình chính trị tương đối ổn định nên đã giúp cho Việt Nam có thị trường ổn định trong thời gian vừa qua

Để ngành Cà phê Việt Nam nói chung và vùng Tây Nguyên nói riêng phát triển, chúng ta phải đồng bộ cả 3 khu vực: Chính phủ, Bộ, ngành hoàn thiện các chính sách, quy chuẩn, tiêu chuẩn; khu vực doanh nghiệp thông qua các hiệp hội đưa cà phê ra thế giới; bà con nông dân vươn lên bằng việc áp dụng khoa học kỹ thuật, tuân thủ quy hoạch.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Xuất khẩu cà phê của vùng Tây Nguyên đã có tiên bộ và đóng góp đáng kể vào phát triển kinh tế chung của đất nước và nâng cao đời sống nhân dân, nhất là khi nền kinh tế chuyển từ cơ chế kế hoạch hóa tập trung sang cơ chế thị trường có sự điều hành, quản lý của Nhà nước. Trong đó, chính sách nhà nước hỗ trợ xuất khẩu có một vai trò rất quan trọng đối với việc đẩy mạnh xuất khẩu cà phê và phát triển kinh tế xã hội của các địa phương trong vùng Tây Nguyên những năm qua và đạt được những thành tựu nhất định.

Việc phân tích đánh giá đúng thực trạng, tìm ra nguyên nhân để từ đó đưa ra những nhóm giải pháp kinh tế hữu hiệu nhằm hoàn thiện chính sách của nhà nước hỗ trợ xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, là vấn đề rất quan trọng không chỉ về mặt nhận thức, lý luận mà còn có ý nghĩa về mặt thực tiễn rất cao trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế.

Chương 3 đã phân tích và đánh giá đúng thực trạng xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên, luận án đã phân tích khá sâu và chi tiết các cơ chế, chính sách và đánh giá thực trạng các chính sách hỗ trợ xuất khẩu cà phê, với mục đích là thúc đẩy xuất khẩu, trong đó tác giả cũng chỉ ra được những kết quả, những hạn chế, tồn tại của từng chính sách trong triển khai thực hiện, trong quá trình thực hiện cũng đã bộc lộ nhiều vấn đề bức xúc trong hoạt động xuất khẩu cà phê của vùng Tây Nguyên, cần được nghiên cứu và tìm ra những giải pháp khắc phục. Trong những năm tới, nếu không có các giải pháp thật sự hữu hiệu và cương quyết nhất là tình hình kinh tế của Việt Nam đang trên đường hòa nhập vào nền kinh tế thế giới thì việc tiêu thụ cà phê của vùng Tây Nguyên sẽ hết sức khó khăn. Các chính sách về thuế, hải quan, tài chính, tín dụng ngân hàng chưa phù hợp cần có sự bổ sung và hoàn chỉnh hơn để từng bước phù hợp với thông lệ quốc tế.

CHƯƠNG 4. GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH NHÀ NƯỚC NHẪM THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VÙNG TÂY NGUYÊN

4.1. XU HƯỚNG, DỰ BÁO VÀ BỐI CẢNH PHÁT TRIỂN NGÀNH CÀ PHÊ VIỆT NAM

4.1.1. Xu hướng sản xuất và tiêu dùng cà phê của thế giới

a. Xu hướng sản xuất:

Tăng trưởng xuất khẩu cà phê nhân toàn cầu đạt tốc độ 8,12% hàng năm trong giai đoạn từ 2004-2017, chủ yếu xuất khẩu cà phê hòa tan. Trong giai đoạn tới (2018-2030) xu hướng xuất khẩu cà phê rang xay sẽ tăng nhanh hơn (dự báo 10-15%) so với cà phê hòa tan (8-10%). Ngoài ra, còn có sự nổi lên của một số sản phẩm khác như sử dụng vỏ quả cà phê để pha chế đồ uống cũng sẽ đóng góp vào tăng trưởng xuất khẩu. Do đó, dự báo tăng trưởng giá trị xuất khẩu cà phê hòa tan toàn cầu giai đoạn 2017-2030 trong khoảng 5-10% (Bảng 4.1).

Bảng 4.1. Dự báo tăng trưởng xuất khẩu cà phê toàn cầu

Chủng loại	Tác động tăng trưởng xuất khẩu toàn cầu		
	2010-2017	2018	2018-2030
Cà phê hòa tan	Tích cực	Tích cực	Tích cực
Cà phê rang xay	Khá tích cực	Khá tích cực	Rất tích cực
Khác	0	Khá tích cực	Khá tích cực
Tác động tổng thể	Khá tích cực	Khá tích cực	Tích cực
Tăng trưởng thị trường	8.12%	5.61%	5%-10%

Nguồn: Bộ Nông nghiệp và PTNT

b. Xu hướng tiêu dùng

Theo các báo cáo thống kê về tình hình tiêu thụ cà phê trên thế giới [180], nhu cầu tiêu thụ cà phê ngày càng tăng, trong năm 2017-2018, tổng sản lượng cà phê tiêu thụ trên thế giới ước tính đạt 158 triệu bao. Cà phê luôn là đồ uống được ưa chuộng và phổ biến nhất trên thế giới, ước tính mỗi tuần có tới 2,2 tỷ cốc cà phê được tiêu thụ trong đó Châu Âu là khu vực tiêu thụ cà phê lớn nhất trên thế giới với nhiều loại đồ uống như Espresso, Cappuccino, Latte.. tiêu dùng cà phê dự báo tăng trưởng 2,2%/năm từ nay tới 2020. Do tăng trưởng của các tầng lớp trung-thượng lưu tại các thị trường nội địa và khu vực, cơ hội cho thị trường cà phê chất lượng cao và cà phê đặc sản ngày càng lớn. Phân khúc thị trường cũng tăng mạnh trong những năm gần đây là cà phê chứng nhận các tiêu chuẩn bền vững như UTZ, Rainforest Alliance, hữu cơ và Fairtrade. Sản xuất và kinh doanh cà phê sản xuất bền vững đều tăng mạnh hơn phân khúc cà phê phổ thông. Thị trường châu Âu chiếm vị thế lớn trên thị trường cà phê chứng nhận. Thậm chí, chứng nhận trở thành

một yêu cầu của một số nhà nhập khẩu và bán lẻ. Với xu hướng tiêu dùng như hiện nay thì việc đẩy mạnh xuất khẩu cà phê UTZ là cần thiết vì cà phê sẽ được trồng trên các trang trại mà ở đó sử dụng nông hóa phẩm một cách hợp lý, nông dân được trang bị những kiến thức canh tác cà phê chuyên nghiệp. Hơn hết, người tiêu dùng có thể tin tưởng rằng cà phê họ sử dụng được trồng theo phương thức bền vững.

4.1.2. Dự báo phát triển ngành hành cà phê Việt Nam

Ngành công nghiệp cà phê của Việt Nam dự kiến sẽ tiếp tục tăng trưởng mạnh trong những năm tới khi dân số tiếp tục tăng với tốc độ 1 triệu người mỗi năm và thị hiếu tiêu dùng của người dân ngày càng cao. Sự tăng trưởng này đến từ cả 2 lĩnh vực của người tiêu dùng và thương mại xuất khẩu, đây là yếu tố được kỳ vọng sẽ thúc đẩy sự tăng trưởng của ngành.

Đồng thời, ưu tiên phát triển công nghiệp chế biến cà-phê hòa tan thành sản phẩm hàng hóa có giá trị gia tăng cao phục vụ xuất khẩu và tiêu thụ trong nước. Phấn đấu chế biến cà-phê hòa tan nguyên chất đạt 55 nghìn tấn/năm vào năm 2020, tăng lên 120 nghìn tấn/năm vào năm 2030. Chế biến cà-phê hòa tan phối trộn “3 trong 1”, “2 trong 1”... đạt 200 nghìn tấn/năm vào năm 2020, định hướng đến năm 2030 đạt 230 nghìn tấn/năm. Đến năm 2030, kim ngạch xuất khẩu và tiêu dùng trong nước của cà-phê chế biến sâu đạt hơn 1 tỷ USD, chiếm 25% tổng giá trị sản xuất của công nghiệp chế biến cà-phê. Bên cạnh đó tập trung phát triển một số loại sản phẩm mới từ cà-phê như sản xuất caphein, tách chiết axit chlorogenic từ cà-phê xanh.

Bảng 4.2. Dự báo giá trị xuất khẩu các sản phẩm cà phê Việt Nam 2020, 2030 (theo giá năm 2017)

Đơn vị: 1000 USD

	2018	2020	2030
Cà phê nhân	15.3%	3748122	6105295
Cà phê hòa tan	6.03%	424525	916519
Cà phê rang xay	2.66%	404604	1049439
Tổng số		4577251	8071253

Nguồn: Phân tích của Bộ Nông nghiệp và PTNT.

Ghi chú: giá sử thị phần xuất khẩu cà phê của Việt Nam không đổi so với thế giới, cụ thể: cà phê nhân 15,3%; cà phê hòa tan 6,03%; cà phê rang xay 2,66%.

4.1.3. Bối cảnh quốc tế, trong nước ảnh hưởng đến chính sách thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên

- Bối cảnh quốc tế: Trong năm 2017, thế giới chứng kiến sự gia tăng của địa - chính trị đa cực, chủ nghĩa dân túy, xu hướng bảo hộ và chủ nghĩa dân tộc trở dậy thông qua nhiều sự kiện khác nhau, như: Anh rút khỏi EU (Brexit), Mỹ rút khỏi Hiệp

định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP) và cả những thay đổi trong chính sách đối ngoại của hai thái cực lớn là Mỹ và Trung Quốc. Nước Mỹ trên thực tế đã không còn là nhà lãnh đạo đơn nhất của thế giới, đặc biệt là sau khi rút khỏi TPP và Thỏa thuận Paris về chống biến đổi khí hậu. Trong khi đó, Trung Quốc ngày càng tăng cường ảnh hưởng thông qua sáng kiến “Một vành đai, một con đường” và chính sách thúc đẩy toàn cầu hóa. Tương tự, tại châu Âu, sau một quá trình đàm phán phức tạp, Anh và EU cũng đã đạt được thỏa thuận về Brexit và bắt đầu khởi động cho một giai đoạn thứ 2 đàm phán về một hiệp định thương mại giữa hai bên. Việc hồi sinh TPP với tên gọi mới là Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) được kỳ vọng mang lại cho các quốc gia châu Á và Bắc Mỹ cơ hội hợp tác mới về thương mại và đầu tư. Việc gia nhập TPP đem lại cho ngành cà phê các cơ hội xuất khẩu và phát triển. Trong số các nước thành viên TPP hiện có 2 quốc gia đang áp dụng thuế nhập khẩu cà phê của Việt Nam là Mexico (20%) và Peru (11%), sau khi tham gia TPP thì cà phê Việt Nam khi nhập khẩu vào hai thị trường trên có thể giảm thuế còn 0%. Ngoài ra, nền nông nghiệp nói chung và ngành cà phê nói riêng sẽ thu hút được nhiều nhà đầu tư nước ngoài có khả năng thu hút được nhiều nguồn đầu tư nước ngoài áp dụng khoa học công nghệ hiện đại. Bên cạnh những cơ hội đem lại thì việc gia nhập TPP cũng gây nhiều thách thức đối với ngành hàng cà phê: thách thức về kỹ thuật, thách thức về môi trường, vệ sinh an toàn thực phẩm, thách thức về tính minh bạch. Cách mạng Công nghiệp 4.0 sẽ thay đổi hoàn toàn bộ mặt của cơ xưởng sản xuất, với những robot và những dây chuyền tự động. Trong những cơ xưởng này máy móc sẽ thay thế một lượng lớn người lao động. Thay đổi sẽ tương tự như thời cách mạng công nghiệp lần thứ nhất hồi thế kỷ 18, khi máy móc thay thế lao động của công nhân. Những biến động lớn về chính trị cũng như phát triển vũ bão của công nghệ, ý thức bảo vệ môi trường và vấn đề biến đổi khí hậu, đã có những tác động không hề nhỏ tới kinh tế thế giới trong năm vừa qua.

- Bối cảnh trong nước: Bên cạnh đó, biến đổi khí hậu ngày càng tác động nặng nề đối với ngành cà phê. Riêng năm 2016, hạn hán làm thiệt hại trên 116.000 ha cà phê của vùng Tây Nguyên. Từ năm 2017, xuất hiện tình trạng mưa trái mùa làm cho hàng vạn ha cà phê ra hoa sớm, nên nguy cơ giảm khả năng đậu quả và giảm năng suất đã hiện hữu. Ngoài ra, hiện tượng El Nino với mức độ nhẹ có thể sẽ quay trở lại vào nửa cuối của năm 2018. Nếu tình trạng này xảy ra, chất lượng hạt cà phê của vụ mới có thể bị ảnh hưởng. Trong những năm gần đây, Việt Nam trải qua giai đoạn chuyển đổi nhằm trở thành nước sản xuất và xuất khẩu hồ tiêu đen hàng đầu thế giới. Do hồ tiêu mang đến nhiều lợi nhuận hơn nên rất nhiều nông dân đã chuyển đổi một phần diện tích trồng cà phê sang trồng hồ tiêu đen.

4.2. QUAN ĐIỂM VÀ NGUYÊN TẮC HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH NHÀ NƯỚC NHẪM THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VÙNG TÂY NGUYÊN

4.2.1. Quan điểm

Quan điểm về hoàn thiện chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy XK cà phê vùng Tây Nguyên bao gồm những nội dung sau:

Quan điểm 1: Xác định rõ vai trò quyết định của Nhà nước đến thành công của hoạt động thúc đẩy XK cà phê vùng Tây Nguyên. Trong thời kỳ mới, vai trò của Nhà nước kiến tạo là hỗ trợ, định hướng, tạo động lực tốt nhất cho các thành phần kinh tế cùng phát triển. Phát huy mọi nguồn lực của các thành phần kinh tế và sự hỗ trợ của nhà nước, để đảm bảo sản xuất cà phê có hiệu quả, bền vững tại các vùng sản xuất cà phê theo quy hoạch, ưu tiên vùng sản xuất cà phê có chỉ dẫn địa lý cà phê Buôn Ma Thuột, Cầu Đất, Di Linh

Quan điểm 2: Chú trọng đổi mới và hoàn thiện chính sách và cơ chế quản lý xuất khẩu phù hợp với yêu cầu của nền kinh tế trong nước và bối cảnh thương mại thế giới nói chung, hoàn chỉnh khung pháp lý và nâng cao năng lực quản lý và điều hành xuất khẩu, bao gồm cả năng lực định hướng, xây dựng chiến lược cũng như thực hiện các biện pháp ngắn hạn có trọng tâm, hiệu quả; tạo môi trường tốt cho hoạt động của các doanh nghiệp.

Quan điểm 3: Thúc đẩy XK cà phê vùng Tây Nguyên phải trên cơ sở phát huy lợi thế so sánh, lợi thế cạnh tranh, dựa trên cơ sở nhu cầu thị trường. Khai thác có hiệu quả lợi thế về đất đai, nguồn nước, khí hậu, thời tiết để phát triển cà phê theo hướng sản xuất hàng hóa, tập trung, quy mô lớn, hiệu quả và bền vững.

Quan điểm 4: Tập trung nâng cao GTGT trong sản phẩm XK thông qua việc nâng cao hàm lượng chế biến sản phẩm XK, đẩy mạnh đầu tư cho ngành chế biến từ cà phê thô sang cà phê thành phẩm, đa dạng hóa sản phẩm và kênh phân phối.

Quan điểm 5: Tích cực và chú trọng tham gia vào mạng lưới sản xuất và chuỗi giá trị toàn cầu, nhanh chóng và tích cực nắm bắt và tận dụng mọi cơ hội, mọi điều kiện và lợi thế nội tại cũng như từ hội nhập mang lại để tham gia ngày càng hiệu quả vào các khâu có giá trị gia tăng cao trong chuỗi giá trị toàn cầu. Giải quyết hài hòa lợi ích kinh tế, xã hội gắn với bảo vệ môi trường và đảm bảo giữ vững trật tự xã hội, an ninh quốc phòng.

4.2.2. Nguyên tắc

Quá trình hội nhập ngày càng sâu rộng và việc thực hiện cam kết theo các tuyến hội nhập không đồng nghĩa với việc Việt Nam mất đi “địa chính sách” để theo đuổi các mục tiêu của mình. Theo đuổi các mục tiêu hội nhập và phát triển bền vững trong thời đại ngày nay phải được thực hiện bằng các công cụ chính sách tinh vi hơn, khoa học hơn và

có tính liên ngành, đa ngành hơn. Một khung khổ tư duy cho CSNN nhằm thúc đẩy XK cà phê vùng Tây Nguyên ra thị trường giới cần thể đảm bảo các nguyên tắc sau:

- Xây dựng chiến lược phát triển thị trường, điều chỉnh hợp lý cơ cấu sản phẩm hướng đến các thị trường có GTGT cao, chú trọng các thị trường có khả năng tiêu thụ lớn, như Trung Quốc, Đông Âu.

- Ổn định diện tích trồng cà phê theo quy hoạch; thực hành các quy trình canh tác bền vững. Tập trung nâng cao chất lượng, đa dạng hoá sản phẩm chế biến; 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 và khẳng định thương hiệu cà phê Việt Nam, vùng Tây Nguyên trên trường Quốc tế

- Hình thành liên minh ngành hàng cà phê, đổi mới các hình thức tổ chức sản xuất, tạo liên kết, gắn bó lợi ích giữa người trồng, doanh nghiệp chế biến và các cơ sở dịch vụ nhằm chủ động và thu lợi tối ưu trên thị trường thế giới.

- Việc thúc đẩy XK mặt hàng cà phê cần đặt trong bối cảnh hàng rào bảo hộ trên thế giới ngày càng tinh vi và mang tính phi thương mại do đó cần có các chính sách thúc đẩy XK cà phê cần dự đoán được các vấn đề thương mại mới như môi trường, lao động và hàng loạt các biện pháp “sau biên giới” khác; đặt mục tiêu tăng cường kết nối các ngành sản xuất, dịch vụ tương ứng của Việt Nam vào mạng sản xuất và cung ứng toàn cầu, chuyển dịch lên nấc thang công nghệ và GTGT cao hơn, góp phần đẩy nhanh quá trình tái cơ cấu nền kinh tế, đổi mới mô hình tăng trưởng.

4.3. GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH NHẪM THỨC ĐẨY XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VÙNG TÂY NGUYÊN

4.3.1. Giải pháp về các chính sách

Trong điều kiện HNKTQT như hiện nay, mặc dù nhận được nhiều cơ hội mới nhưng cũng có rất nhiều thách thức đặt ra đối với việc phát triển kinh tế của mỗi quốc gia. Sự công bằng tạo nên sức cạnh tranh lớn giữa các nước, chính vì vậy vấn đề phát triển kinh tế nói chung và thúc đẩy hoạt động XK luôn ổn định và đạt hiệu quả cao là điều cấp thiết đối với tất cả các nước, nhất là những nước đang phát triển trong đó có Việt Nam. Trên cơ sở những mặt mạnh và hạn chế của Việt Nam trong hoạt động sản xuất và XK cà phê của vùng Tây Nguyên, để tăng cường sức mạnh cho ngành cà phê vùng Tây Nguyên nói riêng về phía nhà nước cần phải có các giải pháp vĩ mô như:

4.3.1.1. Chính sách thị trường XK

EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản và Hàn Quốc: Là các thị trường truyền thống của Việt Nam, chiếm tới ½ tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu cà phê trong những năm gần đây, tiêu dùng cà phê lớn và ổn định nhưng lại yêu cầu khá khắt khe về tiêu chuẩn và chất lượng sản phẩm. Để củng cố thị trường tiêu thụ truyền thống này, cần tập trung vào việc xây dựng hệ thống thông tin sản phẩm, tiêu chuẩn kỹ thuật, kết nối

thông tin từ vùng sản xuất (được chứng nhận xuất xứ theo tiêu chuẩn quốc tế như 4C, Rainforest Alliance, UTZ Certificated) đến thị trường tiêu thụ cuối cùng (bao bì, đóng gói,...)

ASIAN và Trung Quốc: Thiết lập quan hệ giữa các doanh nghiệp (B2B), xây dựng chuỗi giá trị kết nối trực tiếp sản xuất-tiêu thụ; Xúc tiến đàm phán xây dựng các hệ thống bán lẻ cho cà phê Việt Nam tại các quốc gia này. Tổ chức các phái đoàn thương mại của Chính phủ đi khảo sát thị trường, trao đổi thông tin và xúc tiến các cơ hội kinh doanh, đầu tư mới tại thị trường này.

Cung cấp thông tin về thị trường các nước cho các doanh nghiệp Việt Nam. Trước hết phải xây dựng, quảng bá thương hiệu cà phê vùng Tây Nguyên thành sản phẩm quốc gia trên toàn cầu; Xây dựng chỉ dẫn địa lý cà phê Tây Nguyên và quản lý phát triển chỉ dẫn này; Khuyến khích phát triển các thương hiệu tư nhân về cà phê để đưa ra thị trường thế giới. Đồng thời, kêu gọi khuyến khích xin đầu tư FDI vào cà phê Tây Nguyên có ràng buộc mang thương hiệu của Tây Nguyên, Việt Nam hoặc chỉ dẫn địa lý của Việt Nam; Xúc tiến kêu gọi đầu tư và công nghiệp chế biến, kết nối chế biến với tiêu thụ thông qua hình thức liên doanh liên kết, đảm bảo kết nối kênh tiêu thụ thông qua tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng cà phê vào các thị trường này. Thu hút đầu tư liên doanh, liên kết phát triển chế biến cà phê Tây Nguyên nhằm đáp ứng nhu cầu thị hiếu tiêu dùng của nước nhập khẩu. Xúc tiến các chương trình hợp tác quảng bá thương hiệu và văn hóa cà phê Việt, tham gia các chuỗi cung ứng tại các quốc gia này.

Tiếp tục đổi mới và tổ chức festival cà phê Buôn Ma Thuật 2 năm/lần theo phương châm: Thiết thực, tự nguyện của người làm cà phê, tránh hình thức, hành chính hóa lễ hội; Xây dựng Buôn Ma Thuật thành thủ phủ cà phê với Robusta – Đà Lạt;

- Tổ chức nghiên cứu, phân tích và dự báo thị trường về nhu cầu, xu hướng tiêu thụ sản phẩm, biến động thị trường để xây dựng chiến lược phát triển thị trường cho các sản phẩm cà phê đặc biệt là các nhóm sản phẩm mới, có tiềm năng giá trị gia tăng cao.

- Vận động để Việt Nam được sớm công nhận là nền kinh tế thị trường nhằm chủ động xây dựng các biện pháp phòng vệ thương mại thích hợp để đối phó với tranh chấp thương mại, rào cản kỹ thuật (chất lượng, thuế bảo hộ sản phẩm chế biến..) giúp sản phẩm chủ lực của ta nhất là các sản phẩm chế biến có GTGT thâm nhập sâu vào thị trường quốc tế.

4.3.1.2. Chính sách phát triển và chuyển dịch cơ cấu mặt hàng XK cà phê

Theo chủ trương chính sách của Nhà nước đa dạng hóa sản phẩm cà phê XK thì phải thực hiện chuyển dịch cơ cấu cây trồng, tái cơ cấu mặt hàng cà phê. Cơ cấu cây cà phê cần giảm bớt diện tích cà phê Robusta, tăng diện tích cà phê Arabica

nhưng vẫn đảm bảo đủ sản lượng cà phê Robusta. Do đó nhà nước cần xem xét việc chuyển dịch cơ cấu cây trồng, giảm diện tích trồng cà phê vối và tăng diện tích cà phê Arabica là một hướng đi đúng đắn và cần thực hiện nhanh chóng.

- 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 đối với cả cà phê vối, 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 XK. 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 hầu hết các cơ sở chế biến cà phê nhân XK tuân thủ các tiêu chuẩn và quy chuẩn kỹ thuật quốc gia, phù hợp với yêu cầu HNKTQT.

- 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...đến 2020 đạt sản lượng từ 15.000 – 20.000 tấn/năm, trong đó 60% XK.

- 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.

- 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 cải thiện 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 và uy tín của cà phê Việt Nam trên trường quốc tế.

- Nghiên cứu xây dựng và triển khai thực hiện Phương án Chuyển đổi cơ cấu sản xuất nông nghiệp định hướng thị trường trên các diện tích đưa ra ngoài Đề án phát triển cà phê bền vững.

4.3.1.3. Chính sách xúc tiến XK cà phê

Để triển khai việc xây dựng nhãn hiệu và phát triển thương hiệu cà phê đảm bảo các yêu cầu được thực hiện một cách bài bản, chuyên nghiệp, có định hướng rõ ràng, có lộ trình bền bỉ, lâu dài và có thể áp dụng khả thi trong thực tiễn, tác giả đề xuất một số giải pháp cơ bản như sau:

- Có chính sách, chủ trương nhất quán của Nhà nước trong hỗ trợ phát triển thương hiệu. Hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc đăng ký bảo hộ sở hữu công nghiệp với các thương hiệu, xuất xứ hàng hoá, phổ biến các thông tin liên quan và

hướng dẫn thủ tục đăng ký thương hiệu cho các doanh nghiệp. Hoàn thiện các quy định pháp lý về thương hiệu; Các thuật ngữ về thương hiệu, nhãn hiệu sử dụng trong các văn bản quy phạm pháp luật cần được thống nhất chung cách hiểu.

- Xây dựng chương trình tổng thể về phát triển thương hiệu cà phê của Vùng Tây Nguyên, trong đó có bao gồm đầy đủ các hướng dẫn thực hiện về lộ trình, các công cụ tài chính, kỹ thuật, thị trường, cơ chế phối hợp, hệ thống chia sẻ, xác định thị trường, ngành hàng tập trung xây dựng thương hiệu ... một cách khả thi áp dụng thực tiễn để các địa phương có căn cứ triển khai thực hiện; Đến năm 2025, cơ bản hoàn thành việc đăng ký bảo hộ thương hiệu cà phê “Buon Ma Thuot Coffee” ở 17 nước đang xin đăng ký và đến năm 2030 mở rộng ở các nước tiêu thụ cà phê khác trên thế giới. Hỗ trợ doanh nghiệp, Hợp tác xã xây dựng nhãn hiệu hàng hóa, thương hiệu hoặc chỉ dẫn địa lý cà phê Buôn Ma Thuột gắn với truy suất nguồn gốc và quản lý chất lượng theo chuỗi và mở rộng thị trường tiêu thụ trong nước và XK. Thành lập các Chi hội ngành hàng để bảo vệ quyền lợi nông dân và các thành viên, hạn chế cạnh tranh không lành mạnh

- Phát triển hệ thống xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm có thương hiệu, tăng cường các hoạt động tập huấn nâng cao năng lực cho đội ngũ cán bộ, HTX, doanh nghiệp vừa và nhỏ tham gia trực tiếp vào công tác xây dựng thương hiệu - Tích cực tuyên truyền, vận động bà con nông dân tham gia vào các hội, hiệp hội, làng nghề để thống nhất quan điểm trong việc áp dụng quy trình sản xuất, hạn chế sản xuất tự phát, làm mai một danh tiếng các sản phẩm đặc sản địa phương trong mắt người tiêu dùng;

- Bằng việc đẩy mạnh tìm kiếm thị trường cho sản phẩm; tổ chức hội chợ, triển lãm...giúp mở rộng thị trường cho cà phê XK của Việt Nam, vùng Tây Nguyên. Đẩy mạnh công tác XTTM ở cấp Chính phủ, nâng cao hiệu quả hoạt động của các tổ chức xúc tiến ở các thị trường nước ngoài. Ngoài ra các cơ quan ngoại giao ở nước ngoài cần hỗ trợ cho việc phát triển kinh tế trong nước bằng cách tìm hiểu và cung cấp thông tin về pháp luật, chính sách kinh tế quốc tế, các thủ tục hải quan....cung cấp cơ hội thâm nhập thị trường cho các doanh nghiệp trong nước. Hỗ trợ các doanh nghiệp xây dựng thương hiệu thông qua các hoạt động đào tạo về định dạng sản phẩm, cách thức tạo dựng và quảng bá thương hiệu. Đa dạng hóa thị trường, nhất là phát triển các thị trường tiềm năng. Ngoài ra còn nên dành chi phí XTTM hàng năm cho ngành cà phê để tập trung cho công tác đào tạo, đặc biệt là đào tạo cán bộ phân tích, dự báo thị trường giá cả.

- Hình thành, nâng cao năng lực của tổ chức, hỗ trợ các hoạt động xúc tiến đầu tư, thương mại, quảng bá hình ảnh sản phẩm đặc trưng trong và ngoài nước trên Website của tỉnh, của ngành, cấp huyện, của doanh nghiệp; thường xuyên thông tin,

dự báo kịp thời về thị trường nông sản. Kiện toàn tổ chức, chất lượng nguồn nhân lực của tổ chức đại diện chủ sở hữu nhãn hiệu tập thể, chỉ dẫn địa lý; tổ chức vận hành mô hình quản lý nhãn hiệu tập thể; có cơ chế, chính sách bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Tranh thủ tối đa các cơ hội, chương trình, dự án hợp tác quốc tế để huy động và sử dụng hiệu quả về kỹ thuật, kinh nghiệm, nguồn vốn hỗ trợ sản xuất gắn với chế biến và tiêu thụ cà phê bền vững.

- Đẩy mạnh cải tiến mô hình và chức năng hoạt động của các cơ quan xúc tiến thương mại để nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn kinh phí hỗ trợ xúc tiến thương mại từ ngân sách của nhà nước; tiếp tục hoàn thiện cơ chế, chính sách hỗ trợ và điều hành xúc tiến thương mại nói chung và các chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm quốc gia nói riêng; khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia cung cấp dịch vụ xúc tiến thương mại để xóa bỏ dần tình trạng các doanh nghiệp trông chờ vào kinh phí và những chương trình xúc tiến thương mại của Nhà nước như hiện nay.

- Thay đổi cơ bản các chương trình xúc tiến xuất khẩu theo hướng thiết kế các chương trình xúc tiến chuyên ngành đối với từng mặt hàng mới (hoặc mặt hàng cần hỗ trợ), tập trung vào một số thị trường mới (hoặc thị trường cụ thể cần ưu tiên phát triển).

- Triển khai thực hiện một số chiến dịch lớn để quảng bá hình ảnh quốc gia trên cơ sở xây dựng phương án, kế hoạch cụ thể có tính chiến lược, đồng thời, tăng cường hơn nữa công tác quảng bá sản phẩm Việt Nam trên các phương tiện thông tin, truyền thông ở nước ngoài, đặc biệt trên các kênh truyền hình, tạp chí quốc tế nổi tiếng (CNN, BBC, Economics...).

- Nâng cao vai trò của các cơ quan đại diện ngoại giao và đại diện thương mại của Việt Nam ở nước ngoài để làm cầu nối giúp doanh nghiệp xuất khẩu trong nước tìm hiểu thông tin, thâm nhập thị trường; đẩy mạnh việc hình thành các trung tâm thương mại Việt Nam, các trung tâm giới thiệu và bán sản phẩm hoặc các công ty chuyên bán hàng Việt Nam tại các thị trường lớn ở ngoài nước nhằm xúc tiến bán hàng và quảng bá thương hiệu của Việt Nam.

- Nâng cao vai trò của các cơ quan quản lý nhà nước trong công tác dự báo, thông tin thị trường và định hướng phát triển thị trường xuất khẩu. Tập trung hơn nữa vào việc xây dựng các cơ sở dữ liệu về thị trường, sản phẩm, đối thủ cạnh tranh và tổ chức các kênh cung cấp thông tin đầy đủ, kịp thời tới các doanh nghiệp xuất khẩu trong nước.

4.3.1.4. Chính sách khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất và phân phối cà phê XK

Tự do hoá hơn, mở rộng quyền kinh doanh cho các doanh nghiệp tham gia XK cà phê, từ đó tăng khả năng thích ứng nhanh, tạo lập môi trường cạnh tranh năng động. Chủ động hội nhập khu vực và quốc tế, song song với việc cải cách hành

chính tạo thông thoáng cho XK giảm phiền hà ách tắc. Tạo môi trường đầu tư thuận lợi, thông thoáng cho các doanh nghiệp chế biến cà phê trong và ngoài nước đầu tư nhà máy chế biến các sản phẩm cà phê: bột, hòa tan và các sản phẩm cà phê khác trên địa bàn nhằm phát triển công nghiệp chế biến, tăng giá trị sản phẩm xuất khẩu.

- Tranh thủ tối đa các cơ hội, chương trình, dự án hợp tác quốc tế để huy động và sử dụng hiệu quả về kỹ thuật, kinh nghiệm, nguồn vốn hỗ trợ sản xuất gắn với chế biến và tiêu thụ cà phê bền vững.

- Tổ chức rà soát các văn bản Quy phạm pháp luật, cơ chế chính sách liên quan đến ngành cà phê, sửa đổi, bổ sung hoặc bãi bỏ các văn bản không phù hợp, ban hành các văn bản mới phù hợp với xu thế phát triển cà phê bền vững. Nghiên cứu thành lập các tổ chức chỉ đạo điều hành phát triển cà phê bền vững như: Hiệp hội, tư vấn khoa học kỹ thuật, dịch vụ thông tin thị trường, quảng bá thương hiệu... Tăng cường năng lực và hoạt động của Hiệp hội cà phê Việt Nam, Buôn Ma Thuột, là nòng cốt tổ chức xây dựng liên kết dọc, liên ngành các tác nhân trong ngành hàng cà phê, để Hiệp hội thực sự là tổ chức đại diện cho lợi ích của ngành cà phê tỉnh Đắk Lắk, vùng Tây Nguyên.

Hỗ trợ kinh phí thành lập, đào tạo nhân lực các Hợp tác xã, Tổ hợp tác và các liên minh sản xuất cà phê bền vững, làm dịch vụ đầu vào, đầu ra cho nông dân, hình thành chuỗi liên kết trong ngành hàng cà phê. Củng cố và xây dựng mới các liên minh sản xuất cà phê bền vững gắn với giảm nghèo, chú trọng vùng đồng bào dân tộc thiểu số.

- Phát triển việc ký kết các hợp đồng tiêu thụ cà phê. Hợp đồng bao gồm các pháp nhân như sau: Hợp đồng giữa các nông dân, trang trại với các doanh nghiệp thu mua cà phê; Hợp đồng giữa người trồng cà phê với nhà khoa học; Hợp đồng giữa các doanh nghiệp thu mua với các nhà XK; Hợp đồng giữa các nhà sản xuất với Ngân hàng, Tham gia tích cực vào các chợ nông sản của vùng để có các chân hàng ổn định. Có chính sách thưởng XK đối với doanh nghiệp có thị trường mới

4.3.1.5. Chính sách gắn sản xuất với XK

- Tổ chức thực hiện tốt và đầy đủ nhiệm vụ QLNN trong công tác chứng nhận, hướng dẫn, kiểm tra, giám sát các cơ sở sản xuất cung ứng, chất lượng cây giống, chất lượng vật tư nông nghiệp trên thị trường, chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm theo quy định của pháp luật. Đồng thời tăng cường công tác khuyến nông về chuyển giao giống mới, quy trình kỹ thuật canh tác tiên tiến.

- Xây dựng và triển khai thực hiện phương án chuyển đổi cơ cấu sản xuất nông nghiệp định hướng thị trường trên các diện tích đưa ra ngoài vùng phát triển cà phê bền vững. Các vùng sản xuất cà phê ngoài vùng quy hoạch sản xuất cà phê bền vững không được hưởng các cơ chế, chính sách phát triển cà phê bền vững. Thực hiện các giải pháp tuyên truyền, vận động để người sản xuất cà phê ngoài

vùng quy hoạch nhận thức được và tự giác chuyển đổi cây trồng; có các giải pháp hỗ trợ chuyển đổi cây trồng.

- Đầu tư hơn nữa cho hoạt động nghiên cứu về giống mới, giống tốt cho năng suất và chất lượng cao. Đồng thời đưa giống mới đến với bà con nông dân, hướng dẫn trồng và thu hoạch một cách khoa học. Chặt bỏ những diện tích cây trồng đã già cỗi và giảm năng suất, thay vào đó là trồng mới cà phê Arabica.

- Tăng cường đầu tư xây dựng hệ thống thủy lợi phục vụ cho trồng cà phê trong điều kiện khí hậu ngày càng nóng lên và khắc nghiệt hơn.

- Thực hiện tái canh đúng Kế hoạch đã được Ủy ban nhân dân các tỉnh trong vùng Tây Nguyên phê duyệt.

- Tổ chức phổ biến, thông tin tuyên truyền sâu rộng về vùng quy hoạch và các chủ trương chính sách về sản xuất cà phê bền vững.

- Nhà nước cần có chính sách khuyến khích thực hiện đa dạng các hình thức hợp tác, liên kết, mở rộng quy mô sản xuất giữa các hộ, nhóm hộ có diện tích cà phê liền kề theo hướng xây dựng và nhân rộng những “cánh đồng mẫu lớn”, lập các tổ hợp tác, HTX sản xuất, sơ chế cà phê; khuyến khích và tạo điều kiện cho người dân thực hiện “dồn điền, đổi thửa”, tích tụ đất đai, phát triển trang trại quy mô lớn, trên cơ sở gắn liền với phát triển công nghiệp, TTCN và ngành nghề nông thôn để người có ít đất có thể cho thuê đất và chuyển sang nghề khác hiệu quả hơn.

- Thực hiện liên kết “4 nhà”, trong đó các doanh nghiệp đóng vai trò chủ động liên kết với các hộ, nhóm hộ nông dân, hỗ trợ nông dân về vốn, vật tư, KHKT, đồng thời thực hiện phân phối lợi ích hợp lý, đây là một trong những yếu tố quan trọng đảm bảo liên kết bền vững (có thể xây dựng một tỷ lệ hưởng lợi trong chuỗi giá trị sản phẩm tạo ra giữa công đoạn sản xuất ra sản phẩm, công đoạn sơ chế, đánh bóng, phân loại, công đoạn lưu thông, XK,...theo hướng khuyến khích người trực tiếp sản xuất ra sản phẩm). Thực hiện sự liên kết sẽ đảm bảo phát triển vùng cà phê nguyên liệu theo quy hoạch, ổn định sản lượng, đảm bảo chất lượng nguyên liệu cho chế biến (tránh cà phê ngoài vùng quy hoạch, không đảm bảo chất lượng trà trộn), nâng cao chất lượng sản phẩm. Bên cạnh đó chính quyền và ngành chức năng cũng tăng cường vận động, giải thích, thuyết phục người dân thấy cái lợi của liên kết sản xuất và cái rủi ro của sản xuất tự do để họ hiểu và lựa chọn. Liên kết sản xuất giữa các hộ dân và doanh nghiệp thực hiện tốt là điều kiện quan trọng cho công tác quản lý quy hoạch của chính quyền.

- Khuyến khích hình thành các doanh nghiệp nông nghiệp, trên cơ sở người dân đóng góp cổ phần bằng giá trị quyền sử dụng đất và giá trị vườn cây hoặc khuyến khích người dân cho doanh nghiệp thuê đất lâu dài và làm thuê cho doanh

nghiệp ngay trên phần đất của mình cho doanh nghiệp thuê, để doanh nghiệp có điều kiện sản xuất sản phẩm chất lượng cao. Doanh nghiệp tổ chức sản xuất và hoạt động theo luật doanh nghiệp, mọi thành viên bình đẳng, cùng có trách nhiệm bảo vệ tài sản và cùng hưởng lợi thông qua kết quả sản xuất, kinh doanh. Mức hưởng lợi tùy khả năng đóng góp công sức và cổ phần của mỗi người được tiến hành công khai, dân chủ.

- Khuyến khích liên kết, sáp nhập giữa các cơ sở thu mua, chế biến, XK nông sản, nhằm tăng năng lực tài chính, cơ sở vật chất cho mỗi cơ sở, giảm số đầu mối thu mua, XK, hạn chế tình trạng tranh mua, tranh bán.

4.3.1.6. Chính sách KHCN hỗ trợ sản xuất và sau thu hoạch cà phê XK

- Xây dựng tại các vùng sản xuất cà phê theo chỉ dẫn địa lý, vùng sản xuất cà phê của đồng bào dân tộc thiểu số: Các mô hình tái canh áp dụng biện pháp sinh học tổng hợp, mô hình sản xuất cà phê tiết kiệm nước gắn với công nghệ thâm canh cao, mô hình sản xuất cà phê sạch; Công nghệ thu hái và chế biến cà phê sau thu hoạch.

- Phổ biến, hỗ trợ áp dụng các quy trình sản xuất cà phê bền vững (theo tiêu chuẩn VietGap, hoặc có chứng nhận), ứng dụng các chế phẩm sinh học trong sản xuất và chế biến cà phê sạch nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm hàng hóa phục vụ tiêu dùng và XK thông qua nâng cao nhận thức cho người sản xuất về vai trò của sản xuất cà phê bền vững đối với phát triển ngành hàng.

- Chuyển giao và ứng dụng kỹ thuật canh tác trên đất dốc, chống xói mòn, rửa trôi và bảo vệ đất cho người sản xuất cà phê, ứng dụng KHCN để xử lý ô nhiễm môi trường trong hoạt động sản xuất, chế biến cà phê và các chế phẩm sinh học vào xử lý vỏ bã cà phê làm phân bón và cải tạo đất.

Xây dựng quy hoạch và chế tài cụ thể về quản lý giếng khoan; xây dựng hướng dẫn cụ thể, chứng nhận hiệu quả cho các phương pháp, nhóm thiết bị tưới tiết kiệm; nghiên cứu giải pháp định giá và phí sử dụng nước.

- Bên cạnh xây dựng chứng chỉ quản lý chất lượng sản phẩm, chúng ta cần phải có một hệ thống các tiêu chuẩn đồng bộ và phù hợp hơn với tiêu chuẩn quốc tế. Đẩy mạnh công tác khuyến nông và khuyến công đối với lĩnh vực trồng và chế biến cà phê, nhất là khâu sơ chế trong dân.

- Đào tạo, chuyển giao cho người sản xuất và tổ chức nông dân quy trình sản xuất cà phê bền vững, kỹ thuật tái canh, tưới nước tiết kiệm; Kỹ thuật thu hái và bảo quản; Quy trình kỹ thuật sản xuất cà phê hữu cơ. Đối với các vùng khó khăn, vùng đồng bào dân tộc thiểu số chú trọng xây dựng mô hình và đào tạo theo phương pháp FFS (hội thảo đầu bờ, chia sẻ kinh nghiệm, tham quan thực tế); Đào tạo nông dân chuyên nghiệp, có trình độ về tổ chức sản xuất và thị trường, bảo vệ môi trường,

quản lý rác thải, tăng cường cây che bóng và một số cây phủ đất để giữ ẩm và cải tạo đất. Nâng cao năng lực chủ cơ sở sản xuất cà phê quy mô lớn như chủ trang trại, Tổ hợp tác, Hợp tác xã, doanh nghiệp vừa và nhỏ về kỹ thuật sản xuất, chế biến bảo quản, kỹ năng quản trị và tổ chức sản xuất (tài chính, lao động, quy trình kỹ thuật, sản xuất, bảo quản...); liên kết hợp tác, tiếp cận thị trường. Đào tạo, nâng cao năng lực quản lý, tổ chức sản xuất và tiếp cận thị trường; Quy trình quản lý doanh nghiệp tiên tiến; An toàn vệ sinh thực phẩm; Kỹ thuật chế biến cà phê sau thu hoạch đạt chất lượng cao cho các cơ sở chế biến, kinh doanh vừa và nhỏ.

Chỉ đạo các đơn vị đã được phân công tại Quyết định số 1788/QĐ-BNN-TCTL nghiên cứu sửa đổi, bổ sung Quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt cho cà phê gắn với tưới tiên tiến, tiết kiệm nước, kết hợp bón phân hợp lý để sớm trình Bộ ban hành; Sửa đổi, bổ sung Quyết định 68/2013/QĐ-TTg theo hướng tăng kéo dài thời gian hỗ trợ lãi suất và đơn giản hóa thủ tục vay vốn đầu tư tưới tiết kiệm. Xem xét phối hợp với các công ty cung cấp thiết bị để thúc đẩy tín dụng theo hình thức cho thuê tài chính cho các hộ nông dân sử dụng thiết bị tưới tiết kiệm; Xây dựng hướng dẫn cụ thể cho thực hiện Nghị định 54/2015/NĐ-CP và các chính sách tín dụng khuyến khích doanh nghiệp, người dân chủ động thực hiện tưới tiên tiến, sử dụng nước tiết kiệm nước.

4.3.1.7. Chính sách về đổi mới các công cụ và thể chế quản lý XK cà phê

Hoàn thiện cơ chế quản lý XNK là một nhiệm vụ vừa cấp bách vừa lâu dài của nhà nước với sự vận hành của nền kinh tế mở, đồng thời hoà nhập với xu thế chung của khu vực và quốc tế. Việc này thể hiện bằng việc:

Với các cơ quan quản lý và ngân hàng: Cần đơn giản hóa thủ tục vay vốn, hình thức thế chấp và đảm bảo tiền vay. Quy định cụ thể, phù hợp với thực tế hơn về đánh giá, định giá tài sản. Mở rộng đối tượng được tham gia vay vốn, bao gồm việc mở rộng phạm vi cho vay vốn tái canh, cho vay tái canh cho cả các hình thức tái canh cuốn chiếu, nói lỏng các yêu cầu về quy trình kỹ thuật, hoặc tăng cường sự phối hợp giữa các ban ngành để giúp nông dân đáp ứng các yêu cầu này. Các địa phương cũng cần tiếp tục tích cực thực hiện công tác quy hoạch, xác minh và chứng nhận các diện tích tái canh cà phê, làm cơ sở cho vay tái canh. NHNN, kết hợp với các ban ngành liên quan, cần nghiên cứu mở rộng chương trình cho vay vốn tín dụng tái canh đối với cà phê chè (đi kèm là quy trình tái canh chuẩn cho cà phê chè). Hạn mức cho vay tối đa cũng cần được nâng lên sao cho phù hợp với thực tế.

Với Ban Quản lý dự án VnSAT: Mở rộng địa bàn, đối tượng vay đặc biệt là với các xã có điều kiện khó khăn hơn mức trung bình. Cho vay linh hoạt hơn đối với các hộ tái canh từng phần, tái canh kết hợp với trồng xen. Đẩy mạnh truyền thông, thông

tin về gói tín dụng thông qua tờ rơi, hệ thống phát thanh, truyền hình... Ngoài ra VnSAT cần đẩy mạnh liên kết, phổ biến thông tin với các hội đoàn thể gắn với người sản xuất như Hội người sản xuất cà phê bền vững, Hội nông dân, Hội phụ nữ.

- Về Tỷ giá hối đoái: Trong thời gian tới, chính sách tỷ giá hối đoái của Việt Nam cần được điều chỉnh linh hoạt theo hướng thị trường hơn, nhưng Nhà nước vẫn cần can thiệp vào thị trường hối đoái khi cần thiết nhằm hạn chế những biến động bất lợi của tỷ giá hối đoái. Trước mắt, Nhà nước có thể điều chỉnh TGHH theo hướng giảm nhẹ giá đồng Việt Nam nhằm cải thiện khả năng cạnh tranh quốc tế của hàng Việt Nam trong khi vẫn duy trì được ổn định kinh tế vĩ mô. Tuy nhiên, trong điều kiện lạm phát có xu hướng gia tăng do giá một số mặt hàng tăng mạnh như xăng dầu, sắt thép, xi măng..., do đó cần hết sức thận trọng khi điều chỉnh tỷ giá hối đoái, phá giá đồng tiền Việt Nam

4.3.2. Hoàn thiện các điều kiện thực hiện CSNN nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên

Đối với cấp Trung ương: Các cơ quan quản lý nhà nước cần rà soát quá trình thực thi các cam kết, tăng cường hội nhập kinh tế quốc tế. Thúc đẩy và làm sâu sắc việc thực thi các biện pháp thuận lợi hóa thương mại. Nhà nước cần đầu tư có trọng điểm, tập trung đầu tư vào những công trình cơ sở hạ tầng mang lại hiệu quả kinh tế xã hội cao. Ưu tiên đầu tư cho việc phát triển cơ sở hạ tầng gồm cơ sở hạ tầng về mặt pháp lý, dân trí, chính trị, xã hội trang thiết bị kỹ thuật, phần cứng... Trực tiếp đầu tư xây dựng các trung tâm thương mại, trang tâm hội chợ triển lãm, các sở giao dịch hàng hoá ở các vùng trọng điểm trong nước. Đầu tư cho việc thuê mặt bằng, trang thiết bị và nhân lực để hình thành các trung tâm thương mại ở các thị trường xuất khẩu trọng điểm;

Nhà nước cần tăng cường cơ chế hợp tác quốc tế trong các công trình cơ sở hạ tầng để tranh thủ các nguồn ngoại lực như vốn, kỹ thuật phục vụ xuất khẩu của đất nước.

Nhà nước bố trí nguồn lực để các Viện nghiên cứu về cây cà phê tiếp tục lai tạo ra các giống cà phê mới có khả năng cho năng suất cao, chịu được hạn hán, chín tập trung, có hương thơm phù hợp hơn với khẩu vị của người tiêu dùng nước ngoài; đồng thời có chính sách hỗ trợ vốn với thời gian đủ dài để cho các hộ gia đình trồng cà phê tái canh những vườn cà phê già cỗi cho năng suất thấp sang trồng giống cà phê ghép vô tính cho năng suất cao.

Bộ Khoa học và Công nghệ: hỗ trợ vốn và thủ tục đơn giản giúp các doanh nghiệp cà phê, đặc biệt là các doanh nghiệp chế biến sau ngành cà phê đầu tư công nghệ sản xuất chế biến hiện đại của thế giới nhằm tạo ra những sản phẩm uy tín bởi

hiện tại, công nghệ sản xuất của các doanh nghiệp ngành cà phê hầu hết vẫn còn lạc hậu so với thế giới. Mặt khác, công nghệ sản xuất hiện đại sẽ tạo điều kiện để DN có điều kiện xây dựng thương hiệu sản phẩm đáp ứng được trên thị trường thế giới.

Bộ Nông nghiệp và PTNT cần rà soát lại qui hoạch diện tích trồng cà phê và cần có những hành động cụ thể. Cần xác định qui mô diện tích bao nhiêu là phù hợp (không ảnh hưởng tới lượng nước ngầm, không ảnh hưởng tới phá rừng, sinh thái). Để quản lý tốt diện tích qui hoạch hiện nay cần có nghiên cứu một cách khoa học nhằm khoanh vùng đối với những vùng thuận lợi và phù hợp để buộc các hộ gia đình phải tuân theo qui hoạch.

Bộ KHĐT cần có định hướng hình thành và xây dựng hạ tầng khu công nghiệp tập trung riêng đối với ngành cà phê theo mô hình khu công nghiệp sinh thái (khép kín từ khâu sơ chế tới khâu xử lý và tái chế chất thải cuối cùng là bã, chất thải cà phê) tại vùng Tây Nguyên nhằm thu hút các doanh nghiệp liên quan tới ngành này nhằm tạo sự liên kết và phối hợp tốt hơn trong việc tham gia vào chuỗi cung ứng cà phê. Việc hình thành khu công nghiệp tập trung chuyên ngành giúp tăng tính lợi thế theo qui mô cũng như sự chuyên môn hóa trong sản xuất. Hơn nữa, việc tạo ra khu cụm sản xuất chế biến cà phê sẽ giúp các doanh nghiệp liên kết với nhau tốt hơn, giảm chi phí vận chuyển và chi phí giao dịch từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh. Hiện tại, dù là vùng trồng cà phê của cả nước và có sản lượng hàng đầu thế giới nhưng cả vùng Tây Nguyên lại chưa hình thành được một khu, cụm công nghiệp riêng đối với ngành cà phê.

- Nhà nước tăng cường đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng, đặc biệt các công trình phục vụ phát triển cà phê bền vững. Tăng kinh phí cho khoa học, công nghệ, sản xuất giống cây chủ lực, đào tạo nguồn nhân lực, kinh phí cho công tác khuyến nông, khuyến công, mở nhiều lớp tập huấn kỹ thuật cho nông dân, nhất là vùng trọng điểm cây công nghiệp và đầu tư khác thực hiện quy hoạch.

- Có chính sách hỗ trợ vốn, cho người dân vay dài hạn với lãi suất ưu đãi để thực hiện chuyển đổi cây trồng, tái canh cà phê, phát triển sản xuất, mua sắm thiết bị, xây dựng sân phơi,...và có điều kiện tạm trữ cà phê, không để người dân phải bán cà phê non hoặc bán với giá rẻ sau khi thu hoạch. Có chính sách, cơ chế hỗ trợ vốn và khuyến khích các hộ, các doanh nghiệp trong vùng cà phê có điều kiện về đất đai, xây dựng sân phơi, kho chứa cho thuê, nhằm nâng cao chất lượng cà phê.

- Đề nghị Nhà nước quy định tiêu chuẩn với các doanh nghiệp kinh doanh chế biến, XK cà phê, trong đó có tiêu chuẩn về quy mô trồng, chăm sóc cà phê (kể cả diện tích liên kết). Loại bỏ các cơ sở không đủ điều kiện, tiềm lực tài chính, nhân lực, giảm số đầu mối, hạn chế tình trạng tranh mua, tranh bán.

- Các ngành chức năng thuộc các Bộ hỗ trợ về KHKT, hoàn thiện quy trình tái canh cà phê, quy trình thâm canh thực hành nông nghiệp tốt (GAP), hỗ trợ kinh phí, phối hợp với tỉnh xây dựng thương hiệu, XTTM, thị trường XK. củng cố, hoàn thiện hệ thống nghiên cứu, sản xuất giống theo hướng hiện đại, đảm bảo cung cấp đủ giống cây chất lượng cao cho nhu cầu toàn địa bàn. Đề nghị ngân sách hỗ trợ cây giống cho tái canh và trồng mới cà phê, ca cao.

- Có cơ chế, chính sách và khuyến khích người dân cho doanh nghiệp thuê đất lâu dài phát triển sản xuất. Doanh nghiệp được thuê đất phải tiếp nhận người dân vào làm việc, đảm bảo việc làm, thu nhập, các chế độ bảo hiểm cho người lao động theo quy định của pháp luật và chi trả tiền thuê đất theo thỏa thuận. Đồng thời đẩy mạnh phát triển công nghiệp, TTCN, ngành nghề, thu hút số lao động nông nghiệp dôi dư hoặc lao động khi đã cho thuê đất muốn đổi ngành nghề.

- Tăng cường cán bộ trẻ tốt nghiệp các trường đại học về cơ sở, trong đó có chuyên ngành nông, lâm nghiệp phụ trách lĩnh vực nông nghiệp cho mỗi xã.

Hiệp hội cà phê: Tiếp tục hỗ trợ chương trình tái canh cây cà phê già cỗi bằng các loại giống mới sử dụng ít nước tưới, cần ít phân hóa học và có khả năng kháng bệnh cao. Tăng cường nâng cao nhận thức về sản xuất cà phê xanh-sạch cũng như phối hợp với Sở Nông nghiệp các tỉnh tổ chức tập huấn về kỹ thuật chăm sóc cà phê xanh. Hỗ trợ và phối hợp với doanh nghiệp nhằm tìm những thị trường tiêu thụ đối với các sản phẩm cà phê xanh-sạch nhằm khuyến khích các doanh nghiệp tham gia.

Đối với các cấp chính quyền địa phương:

- Thành lập Ban chỉ đạo Đề án phát triển cà phê bền vững trên cơ sở Ban chỉ đạo tái canh cà phê các tỉnh. Phối hợp chặt chẽ hoạt động phát triển ngành hàng cà phê giữa các cơ quan quản lý nhà nước như: Sở Kế hoạch và Đầu tư, Sở Tài chính, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Sở Công Thương, Sở Tài nguyên – Môi trường, Sở Khoa học – Công nghệ.

- Tổ chức thực hiện tốt và đầy đủ nhiệm vụ quản lý nhà nước trong công tác chứng nhận, hướng dẫn, kiểm tra, giám sát các cơ sở sản xuất cung ứng, chất lượng cây giống, chất lượng vật tư nông nghiệp trên thị trường, chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm theo quy định của pháp luật. Đồng thời tăng cường công tác khuyến nông về chuyển giao giống mới, quy trình kỹ thuật canh tác tiên tiến.

- Xây dựng và triển khai thực hiện phương án chuyển đổi cơ cấu sản xuất nông nghiệp định hướng thị trường trên các diện tích đưa ra ngoài vùng phát triển cà phê bền vững. Các vùng sản xuất cà phê ngoài vùng quy hoạch sản xuất cà phê bền vững không được hưởng các cơ chế, chính sách phát triển cà phê bền vững. Thực hiện các giải pháp tuyên truyền, vận động để người sản xuất cà phê ngoài

vùng quy hoạch nhận thức được và tự giác chuyển đổi cây trồng; có các giải pháp hỗ trợ chuyển đổi cây trồng.

- Thực hiện tái canh đúng Kế hoạch đã được Ủy ban nhân dân tỉnh phê duyệt.

- Tổ chức phổ biến, thông tin tuyên truyền sâu rộng về vùng quy hoạch và các chủ trương chính sách về sản xuất cà phê bền vững.

- Đề nghị chính quyền các cấp lồng ghép thực hiện Quy hoạch phát triển cà phê bền vững trong thời kỳ mới và Chương trình xây dựng nông thôn mới, Chương trình 135 giai đoạn 3,... ở mỗi địa bàn dân cư. Huy động cả hệ thống chính trị, phát huy vai trò các tổ chức đảng, chính quyền, tổ chức đoàn thể, tổ chức xã hội,... và mỗi cán bộ, đảng viên, già làng, trưởng thôn,... trong thực hiện quy hoạch. Mặt khác cần tăng cường vận động, nâng cao nhận thức và tính tự giác của mỗi cơ sở, mỗi hộ sản xuất trong việc tham gia xây dựng và thực hiện quy hoạch.

- Chủ động định hướng cho các hộ gia đình nông dân có vườn cà phê diện tích nhỏ dưới 02 ha nằm liền kề thành lập tổ nhóm, câu lạc bộ, hợp tác xã sản xuất cà phê. Đặc biệt khuyến khích các hộ nông dân tham gia các chứng chỉ sản xuất cà phê bền vững nhằm nâng cao năng lực và kỹ năng trồng cà phê, từ đó cải thiện chất lượng, năng suất và giá bán cà phê.

Đối với các công ty kinh doanh, chế biến xuất khẩu cà phê

Các doanh nghiệp cần chủ động tham gia và trở thành thành viên của các chuỗi cung ứng cà phê của thế giới do các tập đoàn nông sản hàng đầu thiết lập. Để thực hiện mục tiêu này, các doanh nghiệp cần có chiến lược và chính sách đầu tư dài hạn, có chiều sâu nhằm tham gia chế biến sâu và xây dựng các thương hiệu cà phê Việt Nam và giới thiệu, thâm nhập vào các thị trường quốc tế thay vì chỉ tập trung vào mảng sơ chế cà phê nhân XK. Chỉ có tham gia chế biến sâu thì Việt Nam mới nâng cao được GTGT của ngành cà phê cũng như tránh được rủi ro về giá do chủ yếu XK sản phẩm thô.

Doanh nghiệp cần không ngừng nâng cao và đầu tư mới công nghệ sản xuất nhằm phù hợp với những yêu cầu, đòi hỏi của người tiêu dùng ngày càng khó tính như hiện nay, đồng thời chủ động cử cán bộ tham gia các khóa tập huấn, đào tạo về công nghệ và kỹ thuật sản xuất chế biến cà phê tại các tập đoàn cà phê quốc tế lớn trên thế giới.

Doanh nghiệp cần chủ động liên kết giữa các doanh nghiệp nhằm xây dựng thương hiệu cà phê quốc gia. Hiện tại, hầu hết các doanh nghiệp cà phê chỉ tập trung cho lợi ích riêng lẻ, mới chỉ quan tâm đến thương hiệu riêng, sản phẩm riêng của mình chứ không thấy rõ được lợi ích to lớn của việc xây dựng thương hiệu cho ngành hàng cà phê. Các doanh nghiệp do hoạt động manh mún, thiếu liên kết và

hợp tác, thậm chí có lúc cạnh tranh không lành mạnh. Do đó, các doanh nghiệp cà phê Việt Nam không thể cạnh tranh với các tập đoàn, công ty cà phê nước ngoài ngay chính thị trường trong nước chứ chưa nói đến thị trường thế giới. Cà phê Việt Nam chưa có sản phẩm hoàn chỉnh mang thương hiệu quốc gia, chất lượng quốc tế để có thể sánh vai với các tên tuổi lớn thế giới như Starbucks, Nestle. Việt Nam có Cà phê Trung Nguyên, Cà phê Buôn Ma Thuột, Vinacafe Biên Hòa nhưng mới chủ yếu tiêu thụ ở thị trường trong nước và chỉ đơn thuần là thương hiệu riêng, sản phẩm riêng của doanh nghiệp, không mang tính đại diện cả ngành hàng cà phê. Vì vậy, các doanh nghiệp cần có sự đồng thuận liên kết hợp tác với sự tổ chức của Hiệp hội cà phê nhằm tạo sự đồng thuận xây dựng nên thương hiệu quốc gia về cà phê, đại diện cho ngành cà phê Việt Nam cạnh tranh với thị trường cà phê thế giới.

Tích cực mở rộng thị trường mới, đặc biệt là thị trường ngách trên thế giới bởi cà phê Việt Nam vẫn chưa tạo được chỗ đứng do chưa tạo ra được thương hiệu cà phê uy tín trên thị trường. Do đó, các doanh nghiệp cà phê cần mạnh dạn đầu tư nghiên cứu thị trường, tâm lý và sở thích của người tiêu dùng ở những thị trường mới. Tích cực tham gia các hội trợ, diễn đàn cà phê nhằm giới thiệu sản phẩm với thị trường thế giới.

Đối với hộ gia đình nông dân trồng cà phê:

Khuyến khích các hộ gia đình liên kết để sản xuất chung, đầu tư chung các thiết bị cơ giới đắt tiền như máy cày, máy xới, máy sấy, máy xay sát vỏ cà phê, máy đánh bóng hạt cà phê áp dụng chung một quy trình chăm sóc, thu hái và chế biến cà phê, ...v.v. để tăng hiệu quả sản xuất theo qui mô từ đó giảm chi phí sản xuất, tạo ra cà phê chất lượng cao, bán giá cao.

Chủ động có kế hoạch tái canh những vườn cà phê già cỗi bằng các giống cà phê vô tính cho năng suất cao, chỉ tổ chức thu hái cà phê khi quả chín trên cành đã đạt tỷ lệ quy định.

Ký hợp đồng dài hạn cung cấp cà phê nguyên liệu với các doanh nghiệp chế biến cà phê với cam kết về giá bán và chất lượng. Tham gia các chương trình sản xuất cà phê bền vững nhằm nâng cao chất lượng cà phê cũng như giá bán cà phê.

Tiếp tục nâng cao trình độ tay nghề của người lao động. Tạo điều kiện thuận lợi đối với người lao động như tham gia các khóa tập huấn kỹ thuật chăm sóc, ký hợp đồng lao động dài hạn giúp người lao động yên tâm làm việc cũng như thu nhập ổn định.

4.3.3. Giải pháp hỗ trợ các doanh nghiệp nâng cao năng lực thụ hưởng chính sách

Ngoài sự chủ động của doanh nghiệp trước tình hình thay đổi nhu cầu thị trường, hoạt động của doanh nghiệp còn chịu ảnh hưởng bởi các nhân tố ở tầm vĩ

mô như tác động của Nhà nước về các chính sách thuế, chính sách giá cả, chính sách ngành nghề kinh doanh... Những chính sách này cũng ảnh hưởng lớn đến tiêu thụ sản phẩm và tăng doanh thu của doanh nghiệp. Đòi hỏi các doanh nghiệp phải chủ động có những kiến nghị với các cơ quan Nhà nước có thẩm quyền khi tiêu thụ sản phẩm gặp khó khăn để bảo vệ uy tín của mình doanh nghiệp phải kịp thời kiến nghị với các cơ quan chức năng để sớm có giải pháp ngăn chặn kịp thời nhằm đảm bảo cho doanh nghiệp có môi trường kinh doanh ổn định, có sự cạnh tranh bình đẳng, lành mạnh...

Trong điều kiện nền kinh tế thị trường đang diễn ra sôi động như hiện nay vừa là điều kiện thuận lợi, vừa tạo ra bao khó khăn, thách thức, đòi hỏi các doanh nghiệp phải tự tạo cho mình lợi thế kinh doanh để tồn tại thì vấn đề tiêu thụ sản phẩm ngày càng thể hiện vai trò mang tính quyết định đối với sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Để có doanh thu tiêu thụ, doanh nghiệp phải trải qua một quá trình rất dài và rất nhiều nhân tố ảnh hưởng, mức độ tác động đó nhiều hay ít tùy thuộc vào những điều kiện khác nhau trong tương lai. Vì vậy, mỗi doanh nghiệp phải có một cách nhìn tổng thể đối với tất cả những nhân tố này và nắm rõ được sự biến động của từng nhân tố để từ đó có những kế hoạch, quyết định đúng đắn, chính xác trong việc đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm và tăng doanh thu.

Các biện pháp tác động rất lớn và ở nhiều khía cạnh khác nhau đối với doanh nghiệp trong quá trình tiêu thụ sản phẩm. Có khi ảnh hưởng tích cực, có khi lại tác động tiêu cực cho doanh nghiệp. Vì vậy, đòi hỏi các doanh nghiệp trước khi đưa ra một biện pháp nào đó cần phải nghiên cứu kỹ để có sự lựa chọn một cách phù hợp với tình hình thực tiễn của doanh nghiệp.

Các doanh nghiệp cần liên kết với nông dân, HTX, hỗ trợ về vốn, kỹ thuật và bảo hiểm để đảm bảo được nguồn hàng ngay từ đầu, ký hợp đồng thu mua với các đối tượng này, như vậy sẽ không phải lo tranh mua nguyên liệu như hiện nay, cũng như lúc cần gom hàng sẽ dễ dàng hơn. Cùng với nông dân hình thành các doanh nghiệp nông nghiệp trên cơ sở người dân đóng góp cổ phần bằng giá trị quyền sử dụng đất, giá trị vườn cà phê để tổ chức sản xuất lớn theo hướng bền vững, bảo vệ tài sản, cùng hưởng lợi thông qua sản xuất, chế biến, dịch vụ. Bên cạnh đó, việc liên kết giữa nông dân và doanh nghiệp còn giúp điều tiết giá mua, giá bán hợp lý, chia sẻ thông tin thị trường, đảm bảo hiệu quả ổn định cho cả nông dân và doanh nghiệp.

Hoàn thiện hệ thống tổ chức giữa các doanh nghiệp cà phê có tác động quan trọng đến phát triển ngành. Các doanh nghiệp sẽ thành lập hệ thống marketing chuyên nghiên cứu về thị trường, giá cả và kế hoạch quảng cáo khuyến mãi phù hợp. Doanh nghiệp lớn hỗ trợ vốn, giải pháp cải tiến chất lượng, trang thiết bị cho người sản xuất và các doanh nghiệp vừa và nhỏ; sử dụng uy tín của mình để tiêu thụ

sản phẩm cho các đơn vị đó trên cơ sở kiểm soát công nghệ, chất lượng sản phẩm, đào tạo và hướng dẫn họ sản xuất tạo ra nguồn hàng hóa đồng nhất, ổn định. Còn các doanh nghiệp vừa và nhỏ làm nhiệm vụ chuyên tổ chức thu mua, tăng cường đầu tư xây dựng các cơ sở thu mua, chế biến, tiêu thụ sản phẩm trong vùng quy hoạch cung ứng hàng xuất khẩu, đảm bảo việc cung ứng được nhanh chóng, đúng chất lượng, địa điểm. Như vậy hoạt động trong ngành có tổ chức hơn, hạn chế việc cạnh tranh lẫn nhau. Hỗ trợ nông dân trong việc đầu tư xây dựng các vùng nguyên liệu thông qua ký kết hợp đồng đầu tư và thu mua sản phẩm.

- Xây dựng chiến lược xuất khẩu, làm tốt công tác marketing; Chủ động nắm bắt các thông tin về thị trường thế giới (thông qua kênh thông tin từ các tham tán, thương vụ của các Đại sứ quán Việt Nam ở nước ngoài hoặc cục xúc tiến thương mại-Bộ Công Thương) để ứng phó kịp thời trong sản xuất và xuất khẩu. Đồng thời phải chủ động hội nhập, nắm bắt cơ hội từ các Hiệp định thương mại để thâm nhập thị trường.

- Tìm kiếm thêm những thị trường mới bên cạnh thị trường truyền thống. Lâu nay vẫn tập trung vào thị trường Trung Quốc, Châu Âu, Hoa Kỳ, các nước Đông Bắc Á... nhưng thị trường Châu Phi hay thị trường Liên bang Nga, thị trường các nước thuộc khối SNG, EEUV, EU là những thị trường cần phải đặc biệt quan tâm.

- Từng doanh nghiệp phải chủ động xây dựng thương hiệu, giảm tính lệ thuộc hoặc xuất khẩu qua trung gian, tăng tính liên kết trong nội bộ ngành hàng để tăng cạnh tranh khi gia nhập thị trường mới nhất là để điều phối việc thu mua nguyên liệu, tránh tình trạng mạnh ai nấy làm hoặc giảm giá khi xuất khẩu sản phẩm.

- Tích cực tham gia các hội chợ trong và ngoài nước, các đoàn xúc tiến thương mại của tỉnh, của Trung ương để giới thiệu sản phẩm, mở rộng bạn hàng về lĩnh vực kinh doanh.

- Nâng cấp máy móc, trang thiết bị để chế biến những sản phẩm chuyên sâu, có giá trị gia tăng cao, bảo đảm yêu cầu về tiêu chuẩn và an toàn vệ sinh thực phẩm của nước nhập khẩu, phải sớm xây dựng được thương hiệu cho các sản phẩm xuất khẩu của địa phương.

- Tập trung áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật vào thâm canh sản xuất nông nghiệp nhằm nâng cao năng suất, chất lượng và ổn định nguồn nguyên liệu bền vững cho công nghiệp chế biến hàng xuất khẩu.

Nếu đạt được những điều này sẽ giúp Việt Nam khẳng định được trình độ, nâng cao uy tín, tính cạnh tranh, đồng thời giúp các doanh nghiệp vượt qua rào cản kỹ thuật khắt khe của EU, Mỹ và các thị trường mới nổi khác.

4.3.4. Các giải pháp khác

- Nâng cao nhận thức về vai trò của việc xuất khẩu hàng nông sản nói chung và mặt hàng cà phê nói riêng trong cán bộ, giới doanh nhân, nhân dân bằng việc đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến về hội nhập kinh tế quốc tế, về thương mại

quốc tế cả về nội dung và đối tượng. Mặt khác, cần tạo mọi điều kiện thuận lợi để một bộ phận lớn các doanh nghiệp tích cực, chủ động trong tìm kiếm và phát triển thị trường xuất khẩu.

- Tăng cường khả năng thích ứng với bối cảnh mới của thị trường thế giới của các doanh nghiệp xuất khẩu tạo điều kiện để xuất khẩu một số mặt hàng cà phê vào các thị trường có nhiều tiềm năng. Nâng cao năng lực dự báo, nhận biết chính sách cũng như những thay đổi trên thị trường quốc tế của các cơ quan quản lý, hoạch định chính sách thương mại quốc tế.

- Tăng cường đầu tư xã hội cho sản xuất hàng hóa xuất khẩu, ảnh hưởng đến khả năng gia tăng quy mô sản xuất và xuất khẩu. Bên cạnh đó, hiệu quả đầu tư chưa cao, còn dàn trải, khiến cơ cấu sản xuất và xuất khẩu chậm được chuyển đổi theo hướng tích cực.

- Kết cấu hạ tầng logistics và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp của vùng Tây Nguyên nhìn chung còn yếu kém, thấp thua xa so với nhiều nền kinh tế khác. Doanh nghiệp của vùng Tây Nguyên chủ yếu là doanh nghiệp vừa và nhỏ, kinh doanh chưa bài bản, sức cạnh tranh yếu khi tham gia thị trường thế giới nên thường mang lại một số bất lợi cho doanh nghiệp và nền kinh tế đất nước

- Kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội thấp kém, lạc hậu và thiếu đồng bộ, nền kinh tế nông nghiệp nghèo nàn, lạc hậu, đang từng bước chuyển sang cơ chế thị trường còn bở ngỡ khó khăn, đội ngũ cán bộ chưa có kinh nghiệm cần bổ sung và đào tạo cho kịp yêu cầu phát triển nền kinh tế thị trường.

Do sản xuất trong nước chưa phát triển sản xuất kiểu tự nhiên, trình độ công nghệ thấp, thiếu tập trung, quy mô nhỏ nên các sản phẩm cà phê của vùng Tây Nguyên chưa đáp ứng được yêu cầu về chất lượng của các bạn hàng. Bởi vậy, chưa đủ sức đứng vững trên thị trường thế giới. Hơn nữa, hệ thống doanh nghiệp xuất khẩu còn yếu hạn chế, khả năng tiếp cận thị trường, và năng lực tài chính còn hạn chế. Hệ thống pháp luật đang trong quá trình xây dựng để phù hợp với sự chuyển dịch nền kinh tế sang cơ chế kinh tế thị trường nên vừa thiếu-vừa không đồng bộ. Hệ thống chế biến, bảo quản phục vụ xuất khẩu còn yếu kém lại phân bố thiếu hợp lý, chất lượng chế biến không cao và chi phí sản xuất tăng.

- Việc xây dựng chiến lược xuất khẩu dài hạn, toàn diện mới ở bước đầu, chưa có chiến lược xuất khẩu rõ ràng, nhất là chiến lược thị trường và chiến lược sản phẩm, thiếu kinh nghiệm; chưa đủ cơ sở, trình độ để xây dựng các kế hoạch, biện pháp phát triển xuất khẩu năng động, hiệu quả, cụ thể là chưa có chương trình phát triển các mặt hàng, thị trường mũi nhọn.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 4

Trong chương 4 này, tác giả đã đưa ra những Quan điểm, định hướng và giải pháp hoàn thiện chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên.

Nhận định về bối cảnh quốc tế, trong nước ảnh hưởng đến chính sách thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên. Dựa trên xu hướng sản xuất và tiêu dùng cà phê của thế giới, dự báo phát triển ngành hàng cà phê Việt Nam, tác giả đã đưa ra một số quan điểm về hoàn thiện chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy XK cà phê vùng Tây Nguyên từ đó đề xuất một số giải pháp hoàn thiện chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên

Bên cạnh đó, một số giải pháp cụ thể đã được tác giả trình bày trong nghiên cứu: Chính sách thị trường XK, Chính sách phát triển và chuyển dịch cơ cấu mặt hàng XK cà phê, Chính sách xúc tiến XK cà phê, Chính sách khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất và phân phối cà phê XK, Chính sách gắn sản xuất với XK, Chính sách KHCN hỗ trợ sản xuất và sau thu hoạch cà phê XK, Chính sách về đổi mới các công cụ và thể chế quản lý XK cà phê. Ngoài ra, tác giả đã đưa ra các điều kiện thực hiện CSNN nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên, Giải pháp hỗ trợ các doanh nghiệp nâng cao năng lực thụ hưởng chính sách.

KẾT LUẬN

Trong xu thế khu vực hoá, toàn cầu hoá đang diễn ra mạnh mẽ trên thế giới, xuất khẩu càng đóng góp vai trò quan trọng hơn đối với một nền kinh tế, nhất là đối với nền kinh tế của các nước đang phát triển. Việt nam là một nước đang trên con đường tiến hành công nghiệp hoá, hiện đại hoá, hoà nhập vào khu vực và thế giới. Vì vậy xuất khẩu được coi là một trong những công cụ quan trọng nhất để thực hiện thành công các mục tiêu trên.

Nhằm phát huy hết các vai trò của xuất khẩu, Chính phủ Việt Nam đã có những định hướng chính sách và biện pháp đúng đắn thúc đẩy xuất khẩu cà phê như thực hiện tự do hoá thương mại, chính sách cơ cấu mặt hàng, chính sách thị trường, chính sách khuyến khích đầu tư.. Các chính sách này đã có tác động đáng kể tới hoạt động xuất khẩu cà phê của Việt nam trong những năm qua. Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu nhanh, cơ cấu mặt hàng chuyển biến tích cực, số lượng mặt hàng xuất khẩu chủ lực ngày càng nhiều, ngoại tệ thu được về cho đất nước tăng lên đáng kể.

Tuy nhiên, hoạt động xuất khẩu của Việt nam vẫn còn gặp nhiều trở ngại do các yếu tố khách quan và chủ quan gây nên. Vì vậy để giúp hoạt động xuất khẩu vượt qua những khó khăn, thách thức đòi hỏi chúng ta thực hiện các chính sách khuyến khích xuất khẩu của nhà nước phải được đi kèm với các nỗ lực của các doanh nghiệp trong việc chiếm lĩnh thị trường xuất khẩu. Và cần thấy một điều quan trọng là các chính sách và biện pháp thúc đẩy xuất khẩu của nhà nước muốn thực sự phát huy tác dụng thì phải được thực hiện nghiêm túc trong thực tế chứ không phải chỉ dừng lại ở giấy tờ.

Hy vọng những tiềm lực như nhân lực và vật lực của Việt Nam cùng với hệ thống chính sách và biện pháp thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên nói riêng và Việt Nam nói chung đúng đắn của nhà nước ta sẽ là những nhân tố thúc đẩy hoạt động xuất khẩu của Việt Nam ngày một phát triển, xây dựng nước nhà ngày một phồn vinh.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Việt

- [1]. Bộ Chính trị (2013), Nghị Quyết số 31/NQ-CP Ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết 22 ngày 10/4/2013 của Bộ Chính trị, Ban chấp hành TW về hội nhập quốc tế.
- [2]. Bộ Công thương (2013), Quyết định số 5047/QĐ-BCT ngày 30/8/2013 Kế hoạch của ngành Công Thương triển khai Chương trình hành động thực hiện Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030
- [3]. Bộ Công thương, (2011), CSTM nhằm phát triển bền vững ở Việt Nam thời kỳ 2011-2020 “Hội thảo khoa học quốc gia”.
- [4]. Bộ Khoa học và Công nghệ (2014), Quyết định số 1415/QĐ-BKHCN ngày 12/6/2014 TCVN 4193:2014 cà phê nhân
- [5]. Bộ NNPTNT (1988), Tiêu chuẩn ngành 10TCN 98 -1988, quy trình chế biến cà phê, Hà Nội 1988.
- [6]. Bộ NNPTNT (2005), Tiêu chuẩn ngành TCVN 4193-2005, Tiêu chuẩn chất lượng cà phê XK
- [7]. Bộ NNPTNT (2007), Quyết định 86/2007/QĐ-BNN ngày 15/10/2007 tiêu chuẩn quốc gia TCVN 4193:2005 trong kiểm tra chất lượng cà phê nhân XK
- [8]. Bộ NNPTNT (2008), Quyết định 2635/QĐ-BNN-CB ngày 26/8/2008 phê duyệt Đề án: “Nâng cao NLCT của ngành cà phê Việt Nam đến năm 2015 và định hướng 2020
- [9]. Bộ NNPTNT (2008), Quyết định số 2635/QĐ-BNN-CB của Bộ trưởng Bộ NNPTNT ngày 26/8/2008 phê duyệt Đề án Nâng cao năng lực cạnh tranh của cà phê đến 2015 và định hướng 2020
- [10]. Bộ NNPTNT (2009), Thông tư số 75/2009/TT-BNNPTNT ngày 2/12/2009 quy chuẩn ATVSTP trong sản xuất nông sản
- [11]. Bộ NNPTNT (2010), Quy hoạch phát triển ngành cà phê Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030, Hà Nội 2010.
- [12]. Bộ NNPTNT (2010), Thông tư số 03/2010/TT-BNNPTNT ngày 15/1/2010 tiêu chuẩn kỹ thuật quốc gia TCVN 4193:2005 đối với cà phê nhân
- [13]. Bộ NNPTNT (2011), Quyết định 290/BNN-CB ngày 7/10/2011 nhất trí đưa mặt hàng cà phê trở thành mặt hàng kinh doanh có điều kiện
- [14]. Bộ NNPTNT (2012), Quyết định 53/2012/TT-BNNPTNT ngày 26/10/2012 ban hành danh mục sản phẩm nông nghiệp, thủy sản
- [15]. Bộ NNPTNT (2012), Quyết định số 1987/QĐ-BNN-TT ngày 21/8/2012 phê duyệt “Quy hoạch phát triển ngành cà phê Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030”.

- [16]. Bộ NNPTNT (2013), Quyết định 1729/QĐ-BNN-TCCB ngày 30/7/2013
- [17]. Bộ NNPTNT (2013), Quyết định 273/QĐ-TT-CCN ngày 3/7/2013 về quy trình tái canh cà phê vối
- [18]. Bộ NNPTNT (2013), Quyết định 2927/QĐ-BNN-TCCB ngày 11/12/2013 thành lập Ban chỉ đạo tái canh cà phê
- [19]. Bộ NNPTNT (2013), Quyết định 340/QĐ-BNN-TT ngày 23/2/2013 định mức kinh tế kỹ thuật trồng tái canh cà phê vối
- [20]. Bộ NNPTNT (2013), Quyết định số 273/QĐ-TT-CCN ngày 3/7/2013 quy trình tái canh cà phê vối
- [21]. Bộ NNPTNT(2014), Quyết định 54/2014/TT-BNNPTNT ngày 30/12/2014 liên quan tới sản xuất theo GAP trong nông nghiệp
- [22]. Bộ NNPTNT (2014), Quyết định 710/QĐ-BNN-KTHT, ngày 10/4/2014 và 1443/QĐ-BNN 27/6/2014);
- [23]. Bộ NNPTNT (2014), Quyết định số 1006/QĐ-BNN-TT, ngày 13/5/2014 của Bộ NNPTNT ban hành Kế hoạch thực hiện tái cơ cấu lĩnh vực trồng trọt năm 2014 - 2015 và giai đoạn 2016-2020
- [24]. Bộ NNPTNT (2014), Quyết định số 341/QĐ-BNN-TT ngày 1/8/2014 phê duyệt Đề án phát triển ngành cà phê bền vững đến năm 2020
- [25]. Bộ NNPTNT (2017), Chỉ thị số 1341/CT-BNN-TT của Bộ Nông nghiệp và PTNT về phát triển, nâng cao chất lượng cà phê ngày 17/5/2017; Quy chuẩn tiêu chuẩn TCVN 4193:2005; quy chuẩn QCVN 01:06/2009/BNNPTNT về cơ sở chế biến cà phê, điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm.
- [26]. Bộ NNPTNT (2017), Quyết định số 4653/QĐ-BNN-KHCN, ngày 15/11/2017 về việc phê duyệt Đề án khung phát triển sản phẩm quốc gia “Cà phê Việt Nam chất lượng cao”.
- [27]. Bộ NNPTNT(2012), Quyết định 1311/CT-BNN-TT ngày 4/5/2012 đẩy mạnh ứng dụng Thực hành nông nghiệp tốt (GAP) trong sản xuất trồng trọt
- [28]. Bộ NNPTNT, Bộ KHCN (2014), Thông tư liên tịch số 986/QĐ-BNN-KHCN ngày 9/5/2014 thúc đẩy nghiên cứu và ứng dụng KHCN cho Tái cơ cấu nông nghiệp
- [29]. Bộ NNPTNT, Bộ Tài chính, Bộ KHĐT (2013), Thông tư liên tịch số 42/2013/TTLT-BNNPTNT-BTC-BKHĐT ngày 16/10/2013 đẩy mạnh ứng dụng Thực hành nông nghiệp tốt (GAP) trong sản xuất trồng trọt
- [30]. Bộ Tài chính (2008) Thông tư số 84/TT-BTC tăng cường năng lực cho ngành cà phê

[31]. Bộ Tài chính (2009), Thông tư số 37/2009/QĐ-BTC ngày 26/02/2009 hướng dẫn về việc không thu phí chứng nhận xuất xứ hàng hóa (C/O).

[32]. Bộ Tài chính (2011), Thông tư số 84/TT-BTC ngày 16/6/2011 Hướng dẫn một số chính sách tài chính khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn theo Nghị định số 61/2010/NĐ-CP ngày 04/6/2010 của Chính phủ

[33]. Bộ Tài chính (2011), Thông tư số 84/TT-BTC ngày 16/6/2011 Hướng dẫn một số chính sách tài chính khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn theo Nghị định số 61/2010/NĐ-CP ngày 04/6/2010 của Chính phủ

[34]. Bộ Tài chính (2014), Thông tư số 47/2014/TT-BTC ngày 22/4/2014, hướng dẫn thực hiện một số nội dung Quyết định số 03/2011/QĐ-TTg ngày 10/01/2011 của Thủ tướng Chính phủ về ban hành quy chế bảo lãnh cho doanh nghiệp nhỏ và vừa vay vốn tại Ngân hàng thương mại.

[35]. Bùi Quang Bình (2003), *Giáo trình kinh tế phát triển*, Nhà xuất bản giáo dục Việt Nam.

[36]. Chính phủ (2009), Nghị định số 56/2009/NĐ-CP ngày 30/06/2009 về trợ giúp phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa, thay thế cho Nghị định số 90/2001/NĐ-CP

[37]. Chính phủ (2009), Nghị quyết 48/NQ-CP ngày 23/9/2009 của Chính phủ về Cơ chế, chính sách giảm tổn thất sau thu hoạch đối với nông sản, thủy sản;

[38]. Chính phủ (2010), Nghị định số 41/2010/NĐ-CP ngày 12/4/2010 Chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn

[39]. Chính phủ (2010), Nghị định số 61/2010/NĐ-CP ngày 04/6/2010 khuyến khích đầu tư vào nông nghiệp

[40]. Chính phủ (2011), Nghị định 20/2011/NĐ-CP về miễn, giảm thuế sử dụng đất nông nghiệp trong giai đoạn 2011- 2020

[41]. Chính phủ (2011), Nghị định số 75/2011/NĐ-CP ngày 30/8/2011 Về tín dụng đầu tư và tín dụng XK của Nhà nước về tín dụng đầu tư và tín dụng XK của Nhà nước

[42]. Chính phủ (2013), Nghị định 209/2013/NĐ-CP năm 2013 hướng dẫn Luật thuế giá trị gia tăng

[43]. Chính phủ (2013), Nghị định số 133/2013/NĐ-CP ngày 17/10/2013 Về sửa đổi, bổ sung Nghị định số 54/2013/NĐ-CP ngày 22 tháng 05 năm 2013 về bổ sung Nghị định số 75/2011/NĐ-CP ngày 30 tháng 08 năm 2011 của Chính phủ về tín dụng đầu tư và tín dụng XK của Nhà nước

[44]. Chính phủ (2013), Nghị định số 187/2013/NĐ-CP ngày 20/11/2013, thay thế Nghị định số 12/2006/NĐ-CP, Quy định chi tiết thi hành Luật Thương mại về hoạt động mua bán hàng hóa quốc tế .

[45]. Chính phủ (2013), Nghị định số 210/2013/NĐ-CP Khuyến khích DN đầu tư vào nông nghiệp nông thôn

[46]. Chính phủ (2014), Nghị định số 70/2014/NĐ-CP ngày 17/7/2014 quy định chi tiết thi hành một số điều của Pháp lệnh ngoại hối và Pháp lệnh sửa đổi, bổ sung một số điều của Pháp lệnh ngoại hối;

[47]. Công ty cổ phần phân tích và dự báo thị trường Việt Nam (2012), Báo cáo thường niên ngành hàng cà phê Việt Nam và thế giới năm 2012 và triển vọng 2013, Hà Nội.

[48]. Công ty cổ phần phân tích và dự báo thị trường Việt Nam (2012), *Báo cáo thường niên ngành hàng cà phê Việt Nam và thế giới năm 2012 và triển vọng 2013*, Hà Nội.

[49]. Công ty cổ phần phân tích và dự báo thị trường Việt Nam (2013), Báo cáo triển vọng ngành cà phê Việt Nam 2013 - triển vọng 2014, Hà Nội.

[50]. Công ty cổ phần phân tích và dự báo thị trường Việt Nam (2013), *Báo cáo triển vọng ngành cà phê Việt Nam 2013 - triển vọng 2014*, Hà Nội.

[51]. Cục Chế biến Thương mại nông lâm thủy sản và nghề muối (2009), Một số vấn đề về chế biến cà phê ở Việt Nam hiện nay, Hội nghị nâng cao chất lượng cà phê Việt Nam tại thành phố Buôn Ma Thuột, Bộ NNPTNT.

[52]. Cục Chế biến Thương mại nông lâm thủy sản và nghề muối (2009), *Một số vấn đề về chế biến cà phê ở Việt Nam hiện nay*, Hội nghị nâng cao chất lượng cà phê Việt Nam tại thành phố Buôn Ma Thuột, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn.

[53]. Cục Thống kê các tỉnh Tây Nguyên (2011), Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên năm 2010.

[54]. Cục Thống kê các tỉnh Tây Nguyên (2012), Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên năm 2011.

[55]. Cục Thống kê các tỉnh Tây Nguyên (2013), Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên năm 2012.

[56]. Cục Thống kê các tỉnh Tây Nguyên (2014), Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên năm 2013.

[57]. Cục Thống kê các tỉnh Tây Nguyên (2015), Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên năm 2014.

[58]. Cục Thống kê các tỉnh Tây Nguyên (2016), Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên năm 2015.

[59]. Cục Trồng trọt (2009), Một số giải pháp nâng cao chất lượng trong sản xuất cà phê, Hội nghị nâng cao chất lượng cà phê Việt Nam tại thành phố Buôn Ma Thuột, Bộ NNPTNT.

[60]. Đỗ Đức Bình - Nguyễn Thường Lang (2008), *Giáo trình kinh tế quốc tế*, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.

[61]. Đỗ Thị Nga (2012), Nghiên cứu lợi thế cạnh tranh sản phẩm cà phê nhân của các tổ chức kinh tế tại tỉnh Đắk Lắk, LATS kinh tế, Trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội.

[62]. Nguyễn Thị Phong Lan (2017), Quản lý nhà nước đối với xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong hội nhập quốc tế, LATS kinh tế, Học viện chính trị quốc gia Hồ Chí Minh

[63]. National Platfrom Booklet, 2016, globalcoffeeplatform

[64]. Đoàn Triệu Nhạn (2009), Phương hướng xây dựng một ngành sản xuất cà phê phát triển bền vững ở Việt Nam, Tham luận hội thảo Hiệp hội 4C trong phát triển cà phê bền vững, Buôn Ma Thuột, tháng 7 năm 2010.

[65]. Hiệp hội Cà phê Ca cao Việt Nam (2007), Cà phê Việt Nam trên đường hội nhập và phát triển, NXB Lao động Xã hội, Hà Nội.

[66]. Hiệp hội cà phê ca cao Việt Nam. (2014). *Báo cáo tổng kết tình hình hoạt động SXKD cà phê nhiệm kỳ 2011 - 2014 và phương hướng nhiệm kỳ 2014 - 2017 của hiệp hội cà phê ca cao Việt Nam (VICOFA)*. TP. Hồ Chí Minh.

[67]. Lê Huy Khôi (2013), Giải pháp nâng cao GTGT cho mặt hàng cà phê trong chuỗi giá trị cà phê toàn cầu, LATS kinh tế, Viện Nghiên cứu Thương mại.

[68]. Luật Đầu tư (2014), Hà Nội: NXB Chính trị quốc gia.

[69]. Luật doanh nghiệp (2005), Hà Nội: NXB Chính trị quốc gia.

[70]. Luật Thương mại (2005), Hà Nội: NXB Chính trị quốc gia.

[71]. Luật Tổ chức Chính phủ (2015), Hà Nội: NXB Chính trị quốc gia.;

[72]. Ngô Thị Tuyết Mai (2007), Nâng cao sức cạnh tranh một số mặt hàng nông sản XK chủ yếu của Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế, LATS.

[73]. Ngô Trí Long, Cao Thị Hòa, Trần Trâm Anh, Nguyễn Ngọc Bảo (2006), Nghiên cứu lợi thế so sánh sản phẩm cà phê ở vùng Tây Nguyên, Dự án tăng cường năng lực nghiên cứu kinh tế nông nghiệp ở các trường đại học nông nghiệp Việt Nam, NXB Nông nghiệp, Hà Nội.

[74]. Nguyễn Minh Sơn (2010), Các giải pháp kinh tế nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng nông sản của Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, LATS, Trường ĐH Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.

[75]. Nguyễn Hồng Cử (2011), Phát triển nông sản XK theo hướng bền vững ở Tây Nguyên, LATS kinh tế, trường Đại học Đà Nẵng

[76]. Nguyễn Ngọc Tuấn (2013), Nghiên cứu giải pháp tín dụng của Ngân hàng Nông nghiệp và PTNT tỉnh Đắk Nông đối với hộ sản xuất cà phê, LATS kinh tế, Trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội.

[77]. Nguyễn Thanh Trúc (2016), Phát triển công nghiệp chế biến cà phê trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk, LATS kinh tế, Trường Đại học Đà Nẵng

[78]. Nguyễn Thị Hải Yến (2016), Tín dụng ngân hàng đối với hộ sản xuất cà phê tỉnh Đắk Lắk, LATS kinh tế, Trường đại học Kinh tế - Đại học Huế

[79]. Nguyễn Văn Đạt (2016), Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp kinh doanh cà phê trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk, LATS kinh tế, Đại học kinh tế thành phố Hồ Chí Minh

[80]. Nguyễn Tiến Mạnh (2007), Cà phê Việt Nam và KNCT trên thị trường thế giới, Luận án Tiến sĩ.

[81]. Nguyễn Văn Hóa (2014), Phát triển cà phê bền vững trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk, LATS kinh tế, Đại học Huế.

[82]. Nguyễn Văn Hùng (2013), Chính sách tiêu thụ nông sản Việt Nam trong quá trình thực hiện các cam kết với Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), LATS, Trường ĐH Kinh tế, ĐH Quốc Gia Hà Nội.

[83]. NHNN (2010), Thông tư số 14/2010/TT-NHNN ngày 14/6/2010 Hướng dẫn chi tiết thực hiện Nghị định 41/2010/NĐ-CP

[84]. NHNN (2012), Quyết định số 2583/NHNN-TD ngày 27/4/2012 yêu cầu một số ngân hàng thương mại cung cấp thông tin về tình hình cho vay trong lĩnh vực sản xuất, kinh doanh, XK cà phê

[85]. NHNN (2012), Thông tư số 02/2012/TT-NHNN hướng dẫn giao dịch hối đoái giữa NHNN Việt Nam và các tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài

[86]. NHNN (2013), Thông tư số 27/2013/TT-NHNN ngày 5/12/2013 sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 02/2012/TT-NHNN ngày 27/02/2012 về hướng dẫn giao dịch hối đoái giữa NHNN Việt Nam và các tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài

[87]. NHNN (2014), Thông tư số 45/2014/TT-NHNN sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 02/2012/TT-NHNN ngày 27 tháng 02 năm 2012 về hướng

dẫn giao dịch hối đoái giữa NHNN Việt Nam và các tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài,

[88]. NHNN (2015), Quyết định 01/VBHN-NHNN ngày 6/1/2015 hướng dẫn giao dịch hối đoái giữa NHNN Việt Nam và các tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài

[89]. NHNN (2015), Quyết định số 2583/NHNN-TD ngày 27/4/2012 Yêu cầu một số ngân hàng thương mại cung cấp thông tin về tình hình cho vay trong lĩnh vực sản xuất, kinh doanh, XK và phê.

[90]. NHNN (2015), Quyết định số 3227/NHNN-TD ngày 11/5/2015 hướng dẫn Ngân hàng NNPTNT Việt Nam triển khai chính sách cho vay tái canh cà phê tại các tỉnh khu vực Tây Nguyên giai đoạn 2014 - 2020

[91]. NHNN (2015), Quyết định số 3228/NHNN-TD ngày 11/5/2015 triển khai chính sách cho vay tái canh cà phê tại các tỉnh khu vực Tây Nguyên giai đoạn 2014 - 2020.

[92]. NHNN (2015), Thông tư số 15/2015/TT-NHNN ngày 05/10/2015 hướng dẫn giao dịch ngoại tệ trên thị trường ngoại tệ trong nước giữa các tổ chức tín dụng được phép hoạt động ngoại hối với nhau và giữa tổ chức tín dụng được phép hoạt động ngoại hối với khách hàng.

[93]. Phạm Ngọc Linh, Nguyễn Thị Kim Dung (2011), Giáo trình kinh tế phát triển, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.

[94]. Thủ tướng Chính phủ (2007), Quyết định số 23/2010/QĐ-TTg ngày 06/01/2010 Đề án “Phát triển thương mại nông thôn giai đoạn 2012-2015 và định hướng đến năm 2020

[95]. Thủ tướng Chính phủ (2007), Quyết định số 30/2007/QĐ-TTg ngày 10/01/2007 Đề án đơn giản hoá TTHC trên các lĩnh vực QLNN giai đoạn 2007-2010

[96]. Thủ tướng Chính phủ (2007), Quyết định số 57/2010/QĐ-TTg ngày 17/9/2010 về miễn tiền thuê đất đối với các dự án xây dựng kho dự trữ 4 triệu tấn lúa, ngô, kho lạnh bảo quản thủy sản, rau quả và kho tạm trữ cà phê theo quy hoạch

[97]. Thủ tướng Chính phủ (2007), Quyết định số 63/2010/QĐ-TTg ngày 15/10/2010 về chính sách hỗ trợ nhằm giảm tổn thất sau thu hoạch đối với nông sản, thủy sản

[98]. Thủ tướng Chính phủ (2007), Quyết định số 65/2011/ QĐ- TTg ngày 2/12/2011 Về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định 63/2010/ QĐ- TTg ngày 15/10/2010 của Thủ tướng Chính phủ về chính sách hỗ trợ nhằm giảm tổn thất sau thu hoạch đối với nông sản, thủy sản.

[99]. Thủ tướng Chính phủ (2007), Quyết định số 69/2007/QĐ-TTg, ngày 18/5/2007 phê duyệt Đề án “Phát triển công nghiệp chế biến nông, lâm sản trong công nghiệp hoá, hiện đại hoá nông nghiệp, nông thôn đến 2010 và định hướng đến năm 2020”.

[100]. Thủ tướng Chính phủ (2009), Quyết định số 14/2009/QĐ-TTg ngày 21/01/2009 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Quy chế bảo lãnh cho doanh nghiệp vay vốn của ngân hàng thương mại.

[101]. Thủ tướng Chính phủ (2009), Quyết định số 279/2005/QĐ-TTg ngày 03 tháng 11 năm 2005 của Thủ tướng chính phủ về việc ban hành Quy chế xây dựng và thực hiện Chương trình XTTM quốc gia giai đoạn 2006 – 2010

[102]. Thủ tướng Chính phủ (2009), Quyết định số 60/2009/QĐ-TTg ngày 17/4/2009 sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định số 14/2009/QĐ-TTg ngày 21/01/2009 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Quy chế Bảo lãnh cho doanh nghiệp vay vốn của ngân hàng thương mại.

[103]. Thủ tướng Chính phủ (2009), Quyết định số 80/2009/QĐ-TTg về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Quy chế xây dựng và thực hiện Chương trình XTTM quốc gia giai đoạn 2006-2010

[104]. Thủ tướng Chính phủ (2010), Quyết định số 2011/QĐ- TTg ngày 5/11/2010 về việc thực hiện thí điểm bảo hiểm tín dụng XK trong giai đoạn 2011-2013;

[105]. Thủ tướng Chính phủ (2010), Quyết định số 2011/QĐ- TTg ngày 5/11/2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc thực hiện thí điểm bảo hiểm tín dụng XK trong giai đoạn 2011-2013;

[106]. Thủ tướng Chính phủ (2010), Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg ngày 15/11/2010 Ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình XTTM quốc gia

[107]. Thủ tướng Chính phủ (2011), Quyết định số 12/2011/QĐ-TTg ngày 22/02/2011 về chính sách phát triển một số ngành công nghiệp hỗ trợ.

[108]. Thủ tướng Chính phủ (2011), Quyết định số 2471/QĐ-TTg ngày 28 tháng 12 năm 2011 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011 - 2020, định hướng đến năm 2030;

[109]. Thủ tướng Chính phủ (2012), Quyết định số 01/2012/QĐ-TTg Ngày 9/1/2012 về chính sách hỗ trợ việc áp dụng quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt trong nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản do TTCP ban hành

[110]. Thủ tướng Chính phủ (2012), Quyết định số 950/QĐ-TTg ngày 25 tháng 7 năm 2012 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Chương trình hành động thực

hiện Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011 - 2020, định hướng đến năm 2030;

[111]. Thủ tướng Chính phủ (2013), Quyết định số 899/QĐ-TTg ngày 10/6/2013 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Đề án tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao GTGT và phát triển bền vững.

[112]. Thủ tướng Chính phủ (2015), Quyết định số 1467/QĐ-TTg ngày 24/8/2015 Đề án phát triển thị trường khu vực 2015- 2020 tầm nhìn đến 2030

[113]. Thủ tướng Chính phủ (2015), Quyết định số 1513/QĐ-TTg ngày 3/9/2015 Đề án thúc đẩy doanh nghiệp Việt Nam tham gia trực tiếp các mạng phân phối nước ngoài giai đoạn đến năm 2020

[114]. Thủ tướng Chính phủ (2015), Quyết định số 1684/QĐ-TTg ngày 30/9/2015 Chiến lược HNKTQT ngành nông nghiệp phát triển nông nghiệp

[115]. Tỉnh Ủy Đắk Lắk. (2008). Nghị Quyết số 08 /NQ-TU ngày 08/5/2008 của Tỉnh Ủy Đắk Lắk về phát triển và phê bình trong thời kỳ mới .

[116]. Tổng cục Hải quan (2011), Niên giám Thống kê Hải quan về hàng hóa xuất nhập khẩu của Việt Nam, NXB Tài Chính, Hà Nội.

[117]. Tổng cục Hải quan (2012), Niên giám Thống kê Hải quan về hàng hóa xuất nhập khẩu của Việt Nam, NXB Tài Chính, Hà Nội.

[118]. Tổng cục Hải quan (2013), Thống kê hoạt động xuất nhập khẩu Việt Nam

[119]. Tổng cục Thống kê (2006), Xuất nhập khẩu hàng hóa Việt Nam 20 năm đổi mới, NXB Thống kê, Hà Nội.

[120]. Tổng cục Thống kê (2007-2017), Niên giám thống kê 2007-2017, Nhà xuất bản Thống kê Hà Nội.

[121]. Trần Đức Thuận (2012), Nghiên cứu và phê bình tại Tây Nguyên, LATS kinh tế, Trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội.

[122]. Trần Thị Quỳnh Chi và cộng sự (2007), Hồ sơ ngành hàng cà phê Việt Nam, Viện Chính sách và Chiến lược Phát triển nông nghiệp nông thôn, Bộ NNPTNT.

[123]. Trần Thị Quỳnh Chi và cộng sự (2007), *Hồ sơ ngành hàng cà phê Việt Nam*, Viện Chính sách và Chiến lược Phát triển nông nghiệp nông thôn, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn.

[124]. Trần Thị Quỳnh Chi, Dave D'haeze (2005), Đánh giá tác động của thực tiễn sử dụng các yếu tố đầu vào cho sản xuất cà phê tỉnh Đắk Lắk, Viện Chính sách và Chiến lược Phát triển nông nghiệp nông thôn, Bộ NNPTNT.

- [125]. Trịnh Thị Ái Hoa (2006), Chính sách XK nông sản của Việt Nam, NXB
- [126]. Trung tâm Thông tin NNPTNT, Oxfam Anh và Oxfam Hồng Kông (2002), Ảnh hưởng của thương mại cà phê toàn cầu đến người trồng cà phê tỉnh Đắk Lắk: phân tích và khuyến nghị chính sách.
- [127]. Từ điển Bách khoa mở Wikipedia tiếng Việt
- [128]. Từ điển bách khoa. (1995). Hà Nội, NXB Khoa học xã hội, tr. 475.
- [129]. Từ Thái Giang (2012), Nghiên cứu phát triển sản xuất cà phê bền vững trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk, LATS kinh tế, Trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội.
- [130]. UBND tỉnh Đắk Lắk (2010), Quyết định số 18/2010/QĐ-UBND 30/6/2010 “Quy chế quản lý, sử dụng chỉ dẫn địa lý cà phê Buôn Ma Thuột đối với sản phẩm cà phê nhân Robusta, Đắk Lắk
- [131]. UBND tỉnh Đắk Lắk. (2012). Quyết Định số 1360 QĐ - UBND ngày 27/6/2012 Đề án phát triển thủy lợi trong vùng cà phê bền vững tỉnh Đắk Lắk giai đoạn 2013 - 2020 và định hướng đến năm 2025.
- [132]. UBND tỉnh Đắk Lắk. (2012). Quyết Định số 1418 QĐ - UBND ngày 04/7/2012 Đề án phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao tỉnh Đắk Lắk đến năm 2020.
- [133]. UBND tỉnh Gia Lai (2014), Quyết định số 587/QĐ-UBND ngày 22/12/2014 kế hoạch trồng tái canh và ghép cải tạo cà phê trên địa bàn tỉnh Gia Lai giai đoạn 2016-2020.
- [134]. UBND tỉnh Lâm Đồng (2009), Chỉ thị số 06/CT-UBND ngày 4/12/2009 Chỉ thị nâng cao chất lượng cà phê trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng
- [135]. UBND tỉnh Lâm Đồng (2016), Quyết định số 1296/QĐ-UBND ngày 14/6/2016 Phê duyệt kế hoạch và phân bổ kinh phí thực hiện tái canh, cải tạo giống cà phê gắn với phát triển cà phê bền vững tỉnh Lâm Đồng năm 2016
- [136]. Ủy ban kinh tế của quốc hội (2013), Báo cáo Kinh tế vĩ mô 2013, Nhà xuất bản Tri thức, Hà Nội.
- [137]. Ủy ban nhân dân tỉnh Đắk Lắk (2008), Nghị quyết về phát triển cà phê bền vững trong thời kỳ mới, Nghị quyết tỉnh ủy ngày 15/5/2008.
- [138]. Ủy ban thường vụ Quốc hội (2013), Pháp lệnh số 06/2013/PL-UBTVQH13 ngày 18/3/2013 Pháp lệnh sửa đổi, bổ sung một số điều của Pháp lệnh 28/2005/PL-UBTVQH11

[139]. Văn bản số 16033/BTC-TCĐN ngày 25/11/2011 của Bộ Tài chính chấp thuận ban hành Quy chế tài chính Quỹ bảo hiểm XK ngành hàng cà phê Việt Nam;

[140]. Văn Phòng Chính phủ công văn số 1685/VPCP-KTTH ngày 12/3/2015 cho vay tái canh cà phê tại các tỉnh khu vực Tây Nguyên

[141]. Viện chiến lược phát triển (Bộ Kế hoạch đầu tư), Chiến lược phát triển kinh tế giai đoạn 2011-2020, Hà Nội - 2011.

[142]. Viện nghiên cứu quản lý kinh tế trung ương (CIEM), Báo cáo đánh giá tổng thể tình hình kinh tế-xã hội Việt Nam sau 5 năm gia nhập WTO, Hà Nội - 2013.

[143]. Viện nghiên cứu quản lý kinh tế trung ương (CIEM), Tác động của HNKTQT đối với nền kinh tế sau ba năm gia nhập WTO, Hà Nội, 2010.

[144]. Nguyễn Văn Ngọc, Từ điển Kinh tế học, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, (2006)

[145]. Vũ Trí Tuệ (2012), Năng lực cạnh tranh của ngành cà phê Việt Nam trong HNKTQT, LATS kinh tế, Học viện Chính trị - Hành chính Quốc gia Hồ Chí Minh

[146]. Nguyễn Xuân Minh (2011), Đẩy mạnh XK cà phê bền vững, Tạp chí Thương mại số 8, trang 15-16

[147]. Vietnambiz - Báo cáo thị trường cà phê quý III – 2018

[148]. Nguyễn Thị Phong Lan (2017), Quản lý nhà nước đối với xuất khẩu nông sản của Việt Nam trong hội nhập quốc tế, LATS kinh tế, Học viện chính trị quốc gia Hồ Chí Minh

Tài liệu tiếng anh

[149]. Abernathy, W.J. and Utterback, J.M., (1978). Patterns of Industrial Innovation. *Technology Review*. 80, 41-47.

[150]. Arya, M., Rao, J.M., (2007). An impression of coffee carbohydrates. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition* 47, 51-67.

[151]. Porter. M. E. (1980,1988). *Competitive strategy : Techniques for analysing industries and competitors*. New York: The Free Press.

[152]. Porter. M. E. (1990). *The competitive advantage of Nation*. The Free Press.

[153]. Porter. M. E. (1996). What is strategy ? . *Havard business review*, November, 61 - 78.

[154]. Porter.M. E. (1985,1998). *The competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York: The Free press.

- [155]. Dubois (2006), Improving market conditions for coffee producers, Paper for the World Trade Organization committee on trade and development in Geneva
- [156]. Arias, Diego Brearley, Emily Damais, Gilles, Inter American Development bank, Economic and sector study series, 4/2006
- [157]. Bernard Kilian, Connie Jones, Lawrence Pratt and Andris Villabobos, (2007). The value chain for organic and fair-trade products and its implication on Producers in Latin America.
- [158]. Tucker Waud (2009), *Global commodity Chains and industrial upgrading strategies: a case study in the specialty coffee market*, Colorado College.
- [159]. Wintgens, J.N., (2009). Coffee: growing, processing, sustainable production. A guidebook for growers, processors, traders and researchers. Wiley-VCH, Weinheim.
- [160]. Michael Howlett and M. Ramesh: Studying Public Policy: Policy Cycles and Policy Subsystems, Oxford University Press, 1995, p.6.
- [161]. Michael Howlett and M. Ramesh: Studying Public Policy: Policy Cycles and Policy Subsystems, Oxford University Press, 1995, p.5
- [162]. Medwell journals (2010), A Review on the Competitiveness of Global Supply Chain in a Coffee Industry in Indonesia, Issue, 2010: 3, Page No: 105-115
- [163]. Carlos Augusto M. Santana Senior Agricultural Economist, EMBRAPA & Jose Rente Nascimento Senior International Consultant (2012), Public Policies and Agricultural Investment in Brazil.
- [164]. National coffee policy (2013), Republic of Uganda

Các trang web tham khảo

- [165]. <http://agro.gov.vn/>
- [166]. <http://baoviet.com.vn/>
- [167]. <http://gso.gov.vn/>
- [168]. <http://library.thinkquest.org/>
- [169]. <http://mof.gov.vn>
- [170]. <http://mot.gov.vn/>
- [171]. <http://thongtinhuongmaivietnam.com.vn./>
- [172]. <http://viet.vietnamembassy.us/>
- [173]. <http://vietnamnet.vn/>
- [174]. <http://viettrade.gov.vn/>
- [175]. <http://vnecon.vn/>

- [176]. <http://vneconomy.vn/>
- [177]. <http://vnexpress.net/>
- [178]. <http://www.fao.org/vietnam/news>
- [179]. <http://www.gic.com.vn/>
- [180]. <http://www.ico.org/>
- [181]. <http://www.mpi.gov.vn/>
- [182]. <http://www.rfa.org/>
- [183]. <http://www.vicofa.org.vn./>
- [184]. <https://www.fas.usda.gov>
- [185]. <http://voer.edu.vn>
- [186]. <https://www.thesaigontimes.vn/266956/Kich-ban-xuat-khau-ca-phe-nam-2018.html>
- [187]. www.coffeehunter.com/ Indonesia

**PHỤ LỤC 1. Bảng tần suất đánh giá
Chính sách đổi mới các công cụ và thể chế quản lý XK**

		Frequency	Percent	Valid Percent
	1	12	5.8	5.9
	2	35	16.8	17.1
Valid	3	60	28.8	29.3
	4	57	27.4	27.8
	5	42	19.7	20.0
	Total	204	98.1	100.0
Missing	System	4	1.9	
Total		208	100.0	

Chính sách khuyến khích và hỗ trợ DNSX và phân phối hàng XK

		Frequency	Percent	Valid Percent
	1	5	2.4	2.4
	2	31	14.9	15.1
Valid	3	55	26.4	26.8
	4	61	29.3	29.8
	5	53	25.5	25.9
	Total	204	98.1	100.0
Missing	System	4	1.9	
Total		208	100.0	

Chính sách mở rộng thị trường XK, xúc tiến TM

		Frequency	Percent	Valid Percent
	1	9	4.3	4.4
	2	43	20.7	21.0
Valid	3	55	26.4	26.8
	4	56	26.9	27.3
	5	42	20.2	20.5
	Total	204	98.1	100.0
Missing	System	4	1.9	
Total		208	100.0	

Chính sách phát triển và chuyển dịch cơ cấu mặt hàng XK

			Frequency	Percent	Valid Percent
		1	12	5.8	5.9
		2	33	15.9	16.1
Valid		3	53	25.5	25.9
		4	66	31.7	32.2
		5	41	19.7	20.0
		Total	204	98.1	100.0
Missing		System	4	1.9	
	Total		208	100.0	

Chính sách KHCN hỗ trợ sản xuất sau thu hoạch

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1	8	3.8	3.9
	2	35	16.8	17.1
	3	60	28.8	29.3
	4	56	26.9	27.3
	5	46	22.1	22.4
	Total	204	98.1	100.0
Missing	System	4	1.9	
Total		208	100.0	

Chính sách mặt hàng và quản lý chất lượng cà phê

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1	7	3.4	3.4
	2	39	18.8	19.0
	3	62	29.8	30.2
	4	56	26.9	27.3
	5	41	19.7	20.0
	Total	204	98.1	100.0
Missing	System	3	1.4	
Total		208	100.0	

PHỤ LỤC 2
PHIẾU ĐIỀU TRA ĐÁNH GIÁ VỀ MỨC ĐỘ TÁC ĐỘNG CỦA CÁC
CHÍNH SÁCH NHÀ NƯỚC HỖ TRỢ XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VÙNG TÂY
NGUYÊN

(Mẫu 1: dành cho cán bộ quản lý)

PHẦN I: THÔNG TIN

1. Họ tên :
2. Số điện thoại:
3. Địa chỉ email:
4. Đơn vị công tác hiện nay:
5. Chức vụ hiện tại:
6. Lĩnh vực quản lý:

PHẦN II: Anh/chị vui lòng cho biết đánh giá của mình về mức độ tác động của các chính sách Nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên trong thời gian vừa qua, bằng cách đánh dấu X vào ô thích hợp bên dưới tương ứng với 5 mức độ trong đó (từ 1 đến 5 theo mức độ tăng dần của mức hỗ trợ)

PHẦN II: Anh/chị vui lòng cho biết đánh giá của mình về mức độ tác động của các chính sách Nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên trong thời gian vừa qua, bằng cách đánh dấu X vào ô thích hợp bên dưới tương ứng với 5 mức độ trong đó (từ 1 đến 5 theo mức độ tăng dần của mức hỗ trợ)

Các hoạt động	Mức độ hiệu quả (1: rất thấp; 5: rất cao)				
	1	2	3	4	5
Chính sách thị trường					
Chính sách xúc tiến xuất khẩu					
Chính sách phát triển và chuyển dịch cơ cấu mặt hàng XK					
Chính sách về đổi mới các công cụ và thể chế quản lý XK					
Chính sách khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất và phân phối hàng XK					
Chính sách gắn sản xuất với XK					
Chính sách KHCN hỗ trợ sản xuất và sau thu hoạch					
Chính sách về đổi mới các công cụ và thể chế quản lý XK					

PHẦN III. Đánh giá chung của Quý vị về hiệu quả của các chính sách thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên?

Các hoạt động	Mức độ hiệu quả (1: rất thấp; 5: rất cao)				
	1	2	3	4	5
Tính thực tế của chính sách					
Tính hiệu quả của chính sách					
Tính hữu dụng của chính sách					
Tính công bằng của chính sách					

PHẦN III: Ý KIẾN KHÁC

Ngoài những nội dung nói trên anh/chị còn có ý kiến nào khác về các chính sách nhà nước hỗ trợ xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên hiện nay vui lòng ghi rõ ở dưới

đây.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Xin chân thành cảm ơn sự đóng góp ý kiến của anh/chị

PHỤ LỤC 3
PHIẾU ĐIỀU TRA ĐÁNH GIÁ VỀ MỨC ĐỘ TÁC ĐỘNG CÁC CHÍNH
SÁCH NHÀ NƯỚC ĐẾN THỨC ĐẨY XUẤT KHẨU CÀ PHÊ
VÙNG TÂY NGUYÊN

(Mẫu 2: dành cho doanh nghiệp xuất khẩu)

PHẦN I: THÔNG TIN

1. Họ tên:
2. Số điện thoại:
3. Địa chỉ email:
4. Chức vụ hiện tại:
5. Tên doanh nghiệp:
Tên giao dịch (nếu có):
Năm bắt đầu sản xuất kinh doanh:
6. Địa chỉ doanh nghiệp: Số điện thoại:
Số fax: Email:
7. Trong năm 2018 doanh nghiệp có hoạt động xuất khẩu không?

PHẦN II: Anh/chị vui lòng cho biết đánh giá của mình về mức độ tác động của các chính sách Nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên trong thời gian vừa qua, bằng cách đánh dấu X vào ô thích hợp bên dưới tương ứng với 5 mức độ trong đó (từ 1 đến 5 theo mức độ tăng dần của mức hỗ trợ)

Các hoạt động	Mức độ hiệu quả (1: rất thấp; 5: rất cao)				
	1	2	3	4	5
Chính sách thị trường					
Chính sách xúc tiến xuất khẩu					
Chính sách phát triển và chuyển dịch cơ cấu mặt hàng XK					
Chính sách về đổi mới các công cụ và thể chế quản lý XK					
Chính sách khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất và phân phối hàng XK					
Chính sách gắn sản xuất với XK					

Chính sách KHCN hỗ trợ sản xuất và sau thu hoạch					
Chính sách về đổi mới các công cụ và thể chế quản lý XK					

PHẦN III. Đánh giá chung của Quý vị về hiệu quả của các chính sách thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên?

Các hoạt động	Mức độ hiệu quả (1: rất thấp; 5: rất cao)				
	1	2	3	4	5
Tính thực tế của chính sách					
Tính hiệu quả của chính sách					
Tính hữu dụng của chính sách					
Tính công bằng của chính sách					

PHẦN IV: Ý KIẾN KHÁC

Ngoài những nội dung nói trên anh/chị còn có ý kiến nào khác về các chính sách nhà nước hỗ trợ xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên hiện nay vui lòng ghi rõ ở dưới đây.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Xin chân thành cảm ơn!

PHỤ LỤC 4. Phiếu phỏng vấn
TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI
KHOA SAU ĐẠI HỌC
PHIẾU PHỎNG VẤN

Phiếu số:.....

Nhằm mục đích thu thập thông tin phục vụ cho việc làm luận văn tốt nghiệp với đề tài: “*Hoàn thiện chính sách nhà nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên*”, Nghiên cứu sinh chuyên ngành Quản lý kinh tế - trường Đại học Thương Mại kính mong Ông/Bà vui lòng cho biết các thông tin sau:

(Chúng tôi xin cam đoan mọi thông tin trong phiếu điều tra được giữ bí mật và chỉ dùng cho mục đích nghiên cứu)

A. THÔNG TIN CHUNG

1. Tên của Ông/Bà (nếu có thể):.....

2. Chức vụ của Ông/Bà:.....

3. Tên doanh nghiệp (cơ quan) của Ông/Bà:.....

4. Địa chỉ doanh nghiệp (cơ quan):.....

B. THÔNG TIN CỤ THỂ

1. Xin vui lòng cho biết: Ông/Bà đánh giá như thế nào về hiệu quả áp dụng thực tế của chính sách quy hoạch ngành cà phê Việt Nam, vùng Tây Nguyên hiện nay? (đề nghị đánh dấu ✓ vào một ô tương ứng)

- | | |
|------------|--------------------------|
| Rất tốt | <input type="checkbox"/> |
| Tốt | <input type="checkbox"/> |
| Trung bình | <input type="checkbox"/> |
| Kém | <input type="checkbox"/> |
| Rất kém | <input type="checkbox"/> |

2. Theo Ông/Bà, nội dung về các tiêu chuẩn ngành cà phê Việt Nam, vùng Tây Nguyên đã thực sự phù hợp với điều kiện thực tế hiện nay hay chưa? (đề nghị đánh dấu ✓ vào một ô tương ứng)

- Phù hợp
- Chưa phù hợp

Nếu chọn phương án chưa phù hợp theo Ông/Bà nguyên nhân là do:

- Chưa phù hợp với tiêu chuẩn cà phê quốc tế
- Khả năng hiện thực hóa các tiêu chuẩn là thấp
- Còn gây khó khăn cho hộ nông dân và các doanh nghiệp trồng, sản xuất và xuất khẩu cà phê trong việc thực hiện
- Khác (ghi rõ):.....
-
- ...

3. Theo Ông/Bà thương hiệu cà phê Việt, vùng Tây Nguyên còn chưa được biết nhiều trên thế giới là do: (đề nghị đánh dấu ✓ vào một ô tương ứng)

- Chất lượng cà phê kém
- Công tác xây dựng và bảo hộ thương hiệu còn yếu
- Các chính sách xúc tiến thương mại chưa thực sự hiệu quả
- Ngân sách dành cho hoạt động xúc tiến thương mại còn hạn chế
- Hệ thống kê phân phối lỏng lẻo và không hiệu quả
- Khác (ghi rõ):.....
-
-

4. Xin vui lòng cho biết, nguồn thông tin chủ yếu mà các doanh nghiệp cà phê hiện đang sử dụng trong sản xuất, xuất khẩu cà phê hiện nay là do: (đề nghị đánh dấu ✓ vào một ô tương ứng)

- Doanh nghiệp tự tìm hiểu thị trường
- Từ người mua đặt hàng
- Thông tin từ các tổ chức dịch vụ
- Từ chính quyền địa phương và các cơ quan Nhà nước
- Khác (ghi rõ):.....
-
-

5. Xin vui lòng cho biết: Ông/Bà đánh giá như thế nào về hiệu quả của chính sách hỗ trợ vốn đối với các doanh nghiệp và các hộ nông dân trồng cà phê hiện nay? (đề nghị đánh dấu ✓ vào một ô tương ứng)

Rất tốt

Tốt

Trung bình

Kém

Rất kém

Nếu chọn phương án kém và rất kém theo Ông/Bà nguyên nhân là do:

Ngân sách dành cho chính sách hỗ trợ vốn còn hạn chế

Khả năng tiếp cận các nguồn vốn hỗ trợ là khó

Đội ngũ truyền đạt và thực hiện chính sách của nhà nước còn yếu kém

Khác (ghi rõ):.....

.....

6. Theo Ông/Bà, chính sách tỷ giá có tác dụng như thế nào đến hoạt (đề nghị đánh dấu ✓ vào một ô tương ứng)

- Rất tốt
- Tốt
- Trung bình
- Kém
- Rất kém

7. Ông/Bà đánh giá như thế nào về hiệu quả của chính sách hỗ trợ công nghệ trong hoạt (đề nghị đánh dấu ✓ vào một ô tương ứng)

- Rất tốt
- Tốt
- Trung bình
- Kém
- Rất kém

8. Xin vui lòng cho biết Ông/Bà đánh giá như thế nào về hệ thống kênh phân phối cà phê xuất khẩu của Việt Nam, vùng Tây Nguyên ? (đề nghị đánh dấu ✓ vào một ô tương ứng)

- Chặt chẽ, hiệu quả
- Đã được cải thiện nhưng còn chưa hiệu quả
- Lỏng lẻo, không hiệu quả
- Phụ thuộc các nhà nhập khẩu nước ngoài

9. Xin vui lòng cho biết, Ông/Bà đánh giá như nào về chất lượng của cơ sở hạ tầng thương mại Việt Nam trong việc thúc đẩy xuất khẩu cà phê vùng Tây Nguyên ? đề nghị đánh dấu ✓ vào một ô tương ứng)

- Rất tốt
- Tốt
- Trung bình
- Kém
- Rất kém

Xin trân trọng cảm ơn sự hợp tác của Quý Ông/Bà!