

NÂNG CAO KHẢ NĂNG CẠNH TRANH CỦA CÀ PHÊ VIỆT NAM TRÊN THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI

Thạc sĩ NGUYỄN PHẠM HẢI

Hàng năm thế giới sản xuất khoảng 5,4 triệu tấn cà phê tập trung vào 4 khu vực lớn là Nam Mỹ, Bắc Trung Mỹ, Châu Phi và Châu Á. Các nước Châu Á tham gia thị trường cà phê thế giới gồm Indonesia, Ấn Độ, Thái Lan và Việt Nam, nhóm các nước này có nhiều khả năng tăng mạnh diện tích và năng suất cà phê. Đối với Việt Nam trong những năm gần đây, cà phê đã phát triển vượt bậc cả về diện tích, sản lượng và kim ngạch xuất khẩu, là một trong 7 mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam hiện nay. Có được một lượng cà phê xuất khẩu nhanh và nhiều như vậy là do chúng ta sớm có chủ trương phát triển cây cà phê trở thành ngành kinh tế và nguồn hàng xuất khẩu "mũi nhọn". Nhìn lại sự phát triển của cà phê Việt Nam thời gian qua mặc dù đạt số lượng xuất khẩu khá tốt nhưng về chất lượng, giá cả vẫn còn thất thế so với các nước xuất khẩu cà phê trên thế giới. Việt Nam hòa nhập vào thị trường thế giới trong bối cảnh bị mất thị trường truyền thống (Liên Xô và các nước XHCN trước đây) trong khi đó thị trường cà phê thế giới được hình thành từ lâu đời và được phân chia rõ rệt, hầu như cà phê Việt Nam không còn chỗ đứng. Chúng ta chủ yếu bán cà phê cho các nước trung gian, do vậy giá cả luôn thấp hơn mặt bằng giá chung của thế giới. Nhằm ổn định, nâng cao chất lượng, giá cả, khẳng định vị trí của cà phê Việt Nam, chúng ta cần có những giải pháp khả thi và triển khai một cách đồng bộ.

Để cà phê Việt Nam đủ sức cạnh tranh trên thị trường thế giới, ngành cà phê cần chú ý thay đổi cơ cấu sản phẩm ngay từ khâu trồng trọt. Vì vậy, công tác quy hoạch vùng là một trong những giải pháp quan trọng. Cả nước hiện có khoảng 375 ngàn ha cà phê, phân bố trên nhiều địa bàn từ bắc chí nam. Khu vực phía Bắc có diện tích cà phê không nhiều, năng suất không cao, điều kiện thổ nhưỡng, khí hậu không

phù hợp với giống cà phê vối, nhưng cà phê chè lại phát triển tốt tại đây. Cần đưa giống cà phê chè năng suất cao và chống sâu bệnh vào khu vực trung du và miền núi phía Bắc, đáp ứng yêu cầu chất lượng của cà phê xuất khẩu. Khu vực các tỉnh Tây Nguyên và miền Đông Nam bộ, là vùng trọng điểm của cà phê Việt Nam, chiếm phần lớn diện tích, sản lượng cà phê, có điều kiện khí hậu, thổ nhưỡng phù hợp cho cây cà phê, đặc biệt là cà phê vối. Cần chú ý đầu tư thâm canh thay đổi giống để tăng năng suất. Hạn chế trồng mới, chỉ tập trung thâm canh cà phê vối, mở rộng diện tích cà phê chè ở những vùng thích hợp để trong 10 năm tới cơ cấu cà phê Việt Nam đạt tỷ lệ 2 cà phê vối - 1 cà phê chè, vì như vậy cà phê sẽ đạt chất lượng cao, tránh tình trạng như hiện nay có tới 95% cà phê vối chỉ 5% cà phê chè, chất lượng kém, giá bán thấp. Quy hoạch vùng sản xuất cà phê, cần lưu ý là hạn chế và đi đến chấm dứt nạn phá rừng nguyên sinh (đặc biệt là ở Tây Nguyên và miền Đông Nam bộ) để lấy đất trồng cà phê, thực tế cho thấy ở những vùng chuyên canh cà phê rộng lớn mực nước ngầm đã tụt sâu 10 - 20 m so với trước đây khi còn là rừng nguyên sinh.

Tạo nguồn vốn cho đầu tư, chế biến, thu mua là một trong những điều kiện không thể thiếu được. Hiện tại, nguồn vốn đầu tư từ nhà nước còn hạn chế, việc tận dụng các nguồn vốn khác nhau để phát triển ngành cà phê là điều tối cần thiết. Đối với nhà nước, trước hết cần đầu tư trực tiếp hoặc gián tiếp thông qua các chương trình phát triển cơ sở hạ tầng tại các vùng trồng cà phê trọng điểm. Ngoài ra, các doanh nghiệp cà phê cần tăng cường huy động vốn và vay ngân hàng. Cần nhanh chóng cổ phần hoá các doanh nghiệp cà phê để huy động nguồn vốn nhân rộng trong các tầng lớp cư dân. Giải pháp này cần ưu tiên bán cổ phiếu cho người lao động trực tiếp tham gia sản xuất, chế biến cà phê. Ngân hàng cần nghiên

cứu cho các doanh nghiệp vay vốn với lãi suất hợp lý để các doanh nghiệp ổn định được chân hàng xuất khẩu. Ngoài ra, ngân hàng cần quan tâm giải quyết cho nông dân vay để mở rộng sản xuất. Thành lập hệ thống tín dụng nông thôn để hỗ trợ vốn kịp thời cho nông dân bằng cách thành lập các ngân hàng thương mại cổ phần, xây dựng các chi nhánh ngân hàng nông nghiệp tại các vùng cà phê trọng điểm. Nhà nước cũng nên giao một phần các nguồn vốn trong đó có vốn xây dựng cơ bản, vốn định canh, định cư và xóa đói giảm nghèo cho các doanh nghiệp kinh doanh cà phê (một lực lượng tích cực tham gia vào các chương trình kinh tế xã hội tại các vùng sản xuất cà phê), và tạo điều kiện cho ngành cà phê được sử dụng một phần nguồn vốn viện trợ phát triển chính thức (ODA) để xây dựng cơ sở hạ tầng, bên cạnh đó cần khuyến khích nhiều hơn nữa các doanh nghiệp, kể cả nước ngoài, đầu tư vào ngành chế biến cà phê tạo ra nhiều sản phẩm, giảm tỷ trọng sản phẩm thô và sơ chế, tăng dần tỷ trọng các sản phẩm chế biến có hàm lượng công nghệ và chất xám cao. Hoàn thiện hệ thống tổ chức các doanh nghiệp cà phê có tác động quan trọng đến phát triển ngành, các doanh nghiệp sẽ thiết lập hệ thống marketing chuyên nghiên cứu về thị trường sản phẩm, giá cả và có kế hoạch quảng cáo khuyến mãi cho phù hợp. Còn lại các doanh nghiệp vừa và nhỏ sẽ đóng vai trò như các vệ tinh chuyên tổ chức thu mua, chế biến và cung ứng hàng xuất khẩu. Để đạt được điều này các doanh nghiệp xuất khẩu và các doanh nghiệp làm nhiệm vụ cung ứng hàng xuất khẩu phải gắn bó với nhau chặt chẽ, có kế hoạch phân chia lợi nhuận cụ thể. Các doanh nghiệp lớn có trách nhiệm đầu tư, hỗ trợ về vốn, cơ sở hạ tầng, những giải pháp cải tiến chất lượng, mẫu mã sản phẩm... cho người sản xuất và các doanh nghiệp làm nhiệm vụ cung ứng, ngược lại các doanh nghiệp vừa và nhỏ có trách nhiệm cung ứng hàng bảo đảm đúng chất lượng, mẫu mã theo yêu cầu xuất khẩu và đúng thời gian, địa điểm, có như vậy thì việc sản xuất, chế biến, xuất khẩu cà phê mới hoạt động có hiệu quả, việc xâm nhập thị trường thế giới của cà phê Việt Nam chắc chắn sẽ có những biến đổi mạnh mẽ.

Đầu tư công nghệ chế biến hiện đại cho ngành cà phê là điều hết sức cần thiết. Để tạo đà cho các doanh nghiệp cà phê phát triển và ứng phó kịp thời với những thay đổi về chất lượng, giá cả... cần tập trung máy móc thiết bị để chế biến cà phê thô ngay từ khi mới thu hoạch, nhằm đảm bảo chất lượng ổn định, đồng đều. Đồng thời phải có dự án lựa chọn thiết bị hiện đại, đồng bộ và có hiệu quả cao kết hợp việc nghiên cứu áp dụng các thiết bị

chế biến nhỏ, gọn ở khu vực cà phê tư nhân. Khuyến khích các doanh nghiệp kinh doanh cà phê tập trung đầu tư trang thiết bị để chuyển từ xuất khẩu thô sang xuất khẩu cà phê chế biến. Đồng thời cần tập trung đầu tư vào xây dựng nhà máy chế biến cà phê hoà tan tại các vùng sản xuất cà phê lớn, cà phê hoà tan có giá trị xuất khẩu cao, giá cả ổn định, bảo quản lâu dài.

Việc bố trí cơ cấu giống hợp lý là hết sức cần thiết nhằm tăng năng suất, nâng cao chất lượng và phòng chống sâu bệnh. Bên cạnh đó cần phải có chính sách khuyến khích nghiên cứu các giống mới có năng suất và chất lượng cao, đồng thời nâng cao việc quản lý cây trồng và thu hoạch. Trong thời gian tới công tác giống cần phát triển theo các hướng xây dựng cơ cấu giống phù hợp với điều kiện sinh thái ở từng vùng, từng bước tăng diện tích cà phê chè ở miền Bắc và miền Trung. Cần tạo điều kiện cho các trung tâm giống, về vốn và thiết bị, tạo cơ hội cho cán bộ nghiên cứu tiếp cận với các trung tâm giống của các nước trong khu vực và thế giới.

Tăng cường công tác khuyến nông thông qua Hiệp hội cà phê Việt Nam phối hợp với Tổng Công ty cà phê Việt Nam thực hiện việc đào tạo tập huấn kỹ thuật trồng và chăm sóc cà phê, có sự phối hợp giúp đỡ của Cục Khuyến nông và Cục Bảo vệ thực vật Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cũng như các trung tâm, chi cục của từng địa phương. Công tác bảo vệ thực vật là không thể thiếu trong quá trình gieo trồng, chăm bón cây cà phê. Trước hết các nhà sản xuất cà phê cần hợp tác với các trung tâm bảo vệ thực vật để triển khai chương trình phòng trừ sâu bệnh cho cây trồng. Nhà nước có biện pháp tích cực để điều hành công tác nhập khẩu phân bón nhanh, đúng chủng loại, từng bước khuyến khích người dân sử dụng phân bón hữu cơ thay thế phân hóa học, tăng hiệu quả cây trồng, giảm ô nhiễm môi trường, tiết kiệm chi phí phân bón trong sản xuất.

Nâng cao chất lượng sản phẩm cà phê Việt Nam đóng vai trò quan trọng. Các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê cần nghiên cứu và triển khai áp dụng hệ tiêu chuẩn ISO 9000. Chỉ có áp dụng tốt hệ tiêu chuẩn này thì mới đạt được mục tiêu nâng cao chất lượng sản phẩm, vào thị trường thế giới và khu vực. Ngoài ra Việt Nam cũng cần tham gia vào Chương trình phối hợp khuyến khích thương mại của các nước ASEAN (gồm 15 mặt hàng nông - lâm - thủy sản, trong đó có mặt hàng cà phê) để từ đó xây dựng tiêu chuẩn chất lượng chung ASEAN phù hợp với tiêu chuẩn chất lượng của WTO, tham gia luồng hàng cùng loại của các nước ASEAN vào thị trường thế giới. Đội ngũ lao

động kỹ thuật lành nghề đóng vai trò quan trọng trong nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm. Các doanh nghiệp cà phê phải có kế hoạch tuyển dụng và thường xuyên bồi dưỡng, tạo điều kiện để đội ngũ này được phát triển. Đây là một việc làm quan trọng có tính chiến lược cao, các doanh nghiệp cần chú ý thực hiện.

Để tăng độ hấp dẫn của sản phẩm, cần chú ý đến bao bì đóng gói cà phê. Để có bao bì phù hợp với từng loại sản phẩm, thị trường, tập quán, cần chú ý đến những điểm sau:

- Cà phê Việt Nam xuất khẩu chủ yếu bằng đường biển do đó bao bì phải có độ bền tốt bảo vệ được hàng hoá trong quá trình bốc xếp, bảo quản, vận chuyển. Bao bì của những sản phẩm cà phê chế biến phải gọn, hợp vệ sinh để trưng bày, giữ được màu sắc, hương vị, hình dáng của sản phẩm.

- Bao bì phải phản ánh đầy đủ các thông tin chủ yếu về sản phẩm như thành phần, công dụng... hướng dẫn cách sử dụng sản phẩm, thời hạn sử dụng, trọng lượng, giá cả... Việc thiết kế nhãn hiệu sản phẩm nên theo hướng đơn giản dễ gợi nhớ và mang ý nghĩa.

Nhưng chúng ta phải hiểu rằng sản phẩm tốt mới chỉ là bước đầu, sản phẩm đó phải được hoàn thiện một cách liên tục mới có khả năng duy trì khách hàng cũ cũng như thu hút khách hàng mới. Các doanh nghiệp phải kiên trì lắng nghe ý kiến ở khách hàng để biết những hạn chế trong sản phẩm của mình nhằm tìm cách cải tiến nâng cao chất lượng sản phẩm. Ngoài ra nghiên cứu sản phẩm của đối phương cũng là một yếu tố giúp cải tiến sản phẩm ngày càng phù hợp với người tiêu dùng.

Để cải thiện hệ thống thu mua phân phối cà phê, các doanh nghiệp cà phê cần tập trung cải tiến cách thức tổ chức thu mua cho phù hợp với từng vùng, từng loại cà phê, trước khi thu hoạch nên có những đầu tư cho nông dân một cách hợp lý, khi thu hoạch cần tập trung cao độ về vốn thu mua cà phê để thanh toán ngay cho nông dân. Bên cạnh đó cũng cần xây dựng một hệ thống kho tàng phục vụ cho công tác chế biến bảo quản cà phê ngay từ đầu nhằm giữ cho chất lượng cà phê ngày càng cao, đảm bảo đủ chân hàng phục vụ tốt cho xuất khẩu. Bên cạnh việc tổ chức lại sản xuất, ngành nên nghiên cứu hình thành một trung tâm giao dịch cà phê tại Buôn Ma Thuột để đưa thị trường cà phê vào hoạt động có tổ chức.

Ngoài các biện pháp tổ chức thu mua, trong cơ chế thị trường giá cà phê được thiết lập dưới tác động của quy luật cung cầu và vận động theo quy luật tự điều chỉnh. Sự vận động này tác động đến việc mở rộng hoặc thu hẹp

diện tích, đầu tư, thâm canh cà phê. Trong sản xuất kinh doanh, đặc biệt là xuất nhập khẩu, việc xây dựng chính sách giá để bảo đảm mang lại hiệu quả cao nhất, bán được nhiều sản phẩm nhất tạo điều kiện mở rộng thị trường trong và ngoài nước là một vấn đề mang tính chất chiến lược. Đối với việc định giá sản phẩm xuất khẩu, cà phê Việt Nam đang tìm lại chỗ đứng trên thị trường do có rất ít thị trường truyền thống, vì mục tiêu thâm nhập thị trường nên giá xác định phải sát với thị trường không nên quá thấp do việc bù đắp lại chi phí mà để mất lợi thế cạnh tranh trong thị trường mới. Do lợi thế về năng suất cà phê của Việt Nam cao, chi phí nhân công thấp do đó khả năng bù đắp chi phí lớn, khi định giá cần phải linh hoạt cho phù hợp với từng loại thị trường đảm bảo có lãi và thâm nhập được vào thị trường mục tiêu. Mặt khác cà phê Việt Nam hầu hết được chế biến bằng phương pháp khô khoảng 80%, 20% còn lại được chế biến bằng phương pháp ướt, trong khi đó hầu hết các nước khác đều áp dụng phương pháp ướt (chế biến từ quả cà phê tươi). Do áp dụng phương pháp chế biến cổ điển, giá cà phê Việt Nam thấp hơn so với các nước khác từ 10% - 15%. Để đảm bảo cho người sản xuất, xuất khẩu không bị ảnh hưởng quá nhiều về biến động giá cả, ngành cần thành lập Quỹ hỗ trợ ngành cà phê.

Để hoàn thiện chiến lược phân phối cà phê xuất khẩu các nhà sản xuất kinh doanh cần chủ động tạo chân hàng ổn định bằng cách gắn sản xuất với lưu thông, tránh tình trạng ký hợp đồng xong mới đi thu gom hàng, tập trung đầu tư có chiều sâu vào những vùng sản xuất cà phê trọng điểm, xây dựng hệ thống cơ sở chế biến, kho tàng bảo quản. Ngoài ra cần từng bước mở rộng thị trường thông qua tìm hiểu và tạo các kênh phân phối mới, trên cơ sở giữ vững và phát triển, các kênh phân phối hiện có các doanh nghiệp cần thực hiện giao hàng xuất khẩu đúng thời gian quy định theo hợp đồng tránh những khoản bồi thường về giao chậm hàng lẽ ra không có làm vỡ kế hoạch phân phối của nhà nhập khẩu, nhà rang xay cà phê nước ngoài.

Việc nâng cao khả năng cạnh tranh của cà phê Việt Nam trên thị trường trong nước và thế giới bằng những giải pháp hợp lý nhằm tránh gây những thiệt hại không đáng có trong quá trình sản xuất, chế biến, tiêu thụ và xuất khẩu là cần thiết; việc nghiên cứu và áp dụng đồng bộ các giải pháp trong sản xuất, chế biến và xuất khẩu cà phê là quan trọng đòi hỏi từ người nông dân trực tiếp gieo trồng thu hái cà phê đến các doanh nghiệp, các cơ quan nhà nước có liên quan phải nghiên cứu và triệt để áp dụng.