

## MỤC LỤC

MỤC LỤC .....	1
TÓM TẮT CÔNG TRÌNH.....	5
GIẢI THÍCH TỪ VIẾT TẮT .....	6
LỜI MỞ ĐẦU.....	7
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VÀ CHÍNH SÁCH TÀI CHÍNH THỨC ĐẨY XUẤT KHẨU CÀ PHÊ .....	9
1.1. Xuất khẩu hàng hóa trong bối cảnh hội nhập.....	9
1.1.1. Hội nhập thương mại quốc tế .....	9
1.1.1.1. Khái niệm về hội nhập thương mại quốc tế.....	9
1.1.1.2. Nội dung của hội nhập.....	9
1.1.1.3. Cơ hội và thách thức .....	10
1.1.2. Xuất khẩu cà phê đối với phát triển kinh tế xã hội.....	12
1.1.2.1. Đặc điểm của sản xuất kinh doanh cà phê.....	12
1.1.2.2. Vai trò của xuất khẩu cà phê đối với kinh tế, xã hội Việt Nam....	13
1.1.2.3. Lợi thế và bất lợi thế của xuất khẩu cà phê Việt Nam .....	14
1.2. Chính sách tài chính thúc đẩy xuất khẩu cà phê.....	15
1.2.1. Các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu cà phê .....	15
1.2.1.1. Cầu và thị trường nước nhập khẩu .....	15
1.2.1.2. Giá cả và chất lượng .....	16
1.2.1.3. Kênh và dịch vụ phân phối.....	17
1.2.1.4. Môi trường cạnh tranh .....	17
1.2.1.5. Yếu tố về sản xuất chế biến.....	17
1.2.1.6. Các nhân tố thuộc về quản lý .....	18
1.2.2. Chính sách tài chính nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê .....	19
1.2.2.1. Chính sách thuế xuất nhập khẩu.....	19
1.2.2.2. Chính sách tín dụng xuất khẩu .....	21
1.2.2.3. Chính sách tỷ giá hối đoái.....	23
1.2.2.4. Chính sách bảo hiểm xuất khẩu.....	24

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VIỆT NAM VÀ CHÍNH SÁCH TÀI CHÍNH THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU CÀ PHÊ SANG THỊ TRƯỜNG HOA KỲ .....	25
2.1. Thực trạng xuất khẩu cà phê vũa Việt Nam trong thời gian qua .....	25
2.1.1. Khái quát về ngành cà phê Việt Nam.....	25
2.1.2. Thị trường xuất khẩu của cà phê Việt Nam.....	26
2.1.3. Kết quả xuất khẩu cà phê Việt Nam trong thời gian qua .....	26
2.1.3.1. Kim ngạch xuất khẩu .....	26
2.1.3.2. Giá cả.....	27
2.1.3.3. Cơ cấu chủng loại .....	28
2.2. Thực trạng xuất khẩu cà phê sang thị trường Hoa Kỳ.....	29
2.2.1. Đặc điểm thị trường Hoa Kỳ về cà phê.....	29
2.2.1.1. Tình hình tiêu thụ.....	29
2.2.1.2. Cung cà phê trên thị trường Hoa Kỳ .....	30
2.2.2. Thực trạng xuất khẩu cà phê sang thị trường Hoa Kỳ.....	30
2.2.2.1. Kim ngạch và số lượng .....	30
2.2.2.2. Cơ cấu chủng loại .....	31
2.2.2.3. Chất lượng và giá cả .....	32
2.2.2.4. Cạnh tranh sản phẩm và doanh nghiệp xuất khẩu cà phê trên thị trường Hoa Kỳ.....	33
2.2.3. Đánh giá về xuất khẩu cà phê Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ .....	34
2.2.3.1. Kết quả đạt được.....	34
2.2.3.2. Những tồn tại và nguyên nhân .....	35
2.3. Chính sách tài chính hỗ trợ xuất khẩu cà phê Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ.....	36
2.3.1. Chính sách tín dụng hỗ trợ xuất khẩu.....	38
2.3.2. Chính sách tín dụng cho đầu tư.....	38
2.3.3. Chính sách thuế .....	40
2.3.4. Chính sách bảo hiểm rủi ro .....	42

2.3.5. Chính sách hỗ trợ khác .....	42
2.3.6. Đánh giá.....	43
2.3.6.1. Những mặt được của các chính sách tài chính.....	43
2.3.6.2. Những tồn tại.....	44
<b>CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ VỀ CHÍNH SÁCH</b>	
<b>TÀI CHÍNH THỨC ĐẨY XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VÀO THỊ TRƯỜNG</b>	
<b>HOA KỲ .....</b>	<b>46</b>
3.1. Dự báo thị trường cà phê thế giới và Hoa Kỳ .....	46
3.1.1. Dự báo về thị trường cà phê thế giới.....	46
3.1.2. Dự báo về thị trường cà phê Hoa Kỳ .....	47
3.1.2.1. Cầu cà phê của thị trường Hoa Kỳ .....	47
3.1.2.2. Cung cà phê trên thị trường Hoa Kỳ .....	48
3.1.3. Quan điểm về đầu tư cho ngành cà phê Việt Nam .....	48
3.1.3.1. Về sản xuất chế biến .....	48
3.1.3.2. Về xuất khẩu.....	49
3.2. Quan điểm đổi mới chính sách tài chính phục vụ hỗ trợ xuất khẩu cà phê.....	50
3.2.1. Ưu đãi đối với những mặt hàng xuất khẩu mới, thị trường mới, kim ngạch và sản lượng gia tăng.....	50
3.2.2. Chuyển từ hỗ trợ trực tiếp sang gián tiếp để thúc đẩy xuất khẩu .....	50
3.2.3. Hỗ trợ xuất khẩu cà phê phải đảm bảo sự phù hợp chặt chẽ về cơ chế khuyến khích, sự kết hợp “bốn nhà” .....	51
3.3. Những giải pháp về chính sách tài chính thúc đẩy xuất khẩu cà phê Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ .....	52
3.3.1. Về phía các doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh cà phê.....	52
3.3.1.1. Xây dựng kế hoạch về vốn đầu tư và kinh doanh .....	52
3.3.1.2. Tổ chức huy động các nguồn vốn.....	54
3.3.1.3. Nâng cao hiệu quả sử dụng vốn .....	55
3.3.1.4. Đầu tư tài chính cho công tác sản xuất, chế biến và nghiên	

cứu thị trường, xúc tiến thương mại .....	56
3.3.1.5. Đầu tư tài chính phát triển nguồn nhân lực.....	57
3.3.2. Về phía Nhà nước.....	57
3.3.2.1. Chính sách hỗ trợ tài chính đầu tư cho sản xuất chè biến .....	57
3.3.2.2. Chính sách hỗ trợ xúc tiến thương mại và mở rộng thị trường cà phê Hoa Kỳ.....	58
3.3.2.3. Các chính sách hỗ trợ.....	59
3.3.2.4. Một số kiến nghị khác.....	60
3.3.3. Hiệp hội và các tổ chức cung cấp dịch vụ hỗ trợ xuất khẩu cà phê.....	61
KẾT LUẬN.....	63
PHỤ LỤC.....	64
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO .....	65

## DANH MỤC CÁC BẢNG SỐ LIỆU

Bảng 2.1: Tình hình xuất khẩu cà phê của Việt Nam thời kỳ 2000 – 2004

Bảng 2.2: Giá cà phê xuất khẩu của Việt Nam

Bảng 2.3: Diễn biến giá cà phê trên sở giao dịch London năm 2004

Bảng 2.4: Cơ cấu chủng loại cà phê xuất khẩu của Việt Nam

Bảng 2.5: Tình hình tiêu thụ cà phê của Hoa kỳ

Bảng 2.6: Kim ngạch xuất khẩu cà phê Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ.

Bảng 2.7: Cơ cấu sản phẩm cà phê của Việt Nam xuất khẩu vào Hoa Kỳ.

Bảng 2.8: Chất lượng cà phê xuất khẩu Việt Nam.

Bảng 2.9: Thuế suất nhập khẩu một số sản phẩm nông lâm sản của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ.

Bảng 3.1: Quan hệ cung cầu trên thị trường cà phê thế giới (triệu bao).

Bảng 3.2: Dự báo nhập khẩu nông sản của Hoa Kỳ năm 2005

## GIẢI THÍCH TỪ VIẾT TẮT

ADB:	Ngân hàng phát triển Châu Á
AFTA:	Khu vực mậu dịch tự do các nước ASEAN.
CEPT:	Lộ trình cắt giảm thuế quan có hiệu lực chung của các nước ASEAN
CFD:	Quỹ đầu tư phát triển Pháp
FAO:	Quỹ nông lương thực Liên Hiệp Quốc
FDI :	Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài
GATT:	Hiệp định chung về thuế quan và thương mại.
ICO :	Tổ chức cà phê quốc tế.
IFM :	Quỹ tiền tệ Liên quốc tế.
MFN:	Quy chế tối huệ quốc.
NCA:	Hiệp hội cà phê Mỹ.
ODA:	Nguồn vốn viện trợ và cho vay ưu đãi nước ngoài.
VCCI:	Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam
VICOFA:	Hiệp hội cà phê cao Việt Nam.
WB :	Ngân hàng thế giới.
WTO:	Tổ chức thương mại thế giới.

## TÓM TẮT CÔNG TRÌNH

Cà phê là một trong những mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Từ nhiều năm qua xuất khẩu cà phê Việt Nam liên tục gia tăng, cơ cấu sản phẩm xuất khẩu đã có sự thay đổi tích cực, chất lượng và sức cạnh tranh sản phẩm đã được nâng lên trên các thị trường lớn như EU, Hoa Kỳ. Tuy nhiên, quy mô, thị phần xuất khẩu còn nhỏ bé, chất lượng còn kém cạnh tranh so với các đối thủ, chủ yếu là xuất khẩu cà phê nhân, tỷ lệ cà phê chèn còn thấp. Do vậy nghiên cứu đề tài về xuất khẩu cà phê sang thị trường Hoa Kỳ, giới hạn vào các chính sách tài chính là rất cần thiết, có ý nghĩa cả về lý luận và thực tiễn.

Công trình nghiên cứu được kết cấu làm ba chương.

Chương 1: Hệ thống hoá các vấn đề lý luận cơ bản về xuất khẩu trong điều kiện hội nhập, đặc điểm, lợi thế, khó khăn trở ngại và vai trò, các nhân tố ảnh hưởng tới xuất khẩu cà phê Việt Nam, nội dung chủ yếu của các chính sách tài chính (thuế xuất nhập khẩu, tín dụng xuất khẩu, tỷ giá, bảo hiểm xuất khẩu) nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê Việt Nam.

Chương 2: Khảo sát và phân tích khái quát thực trạng xuất khẩu cà phê Việt Nam nói chung, đặc điểm thị trường Hoa Kỳ, thực trạng và các chính sách tài chính nhằm hỗ trợ, thúc đẩy xuất khẩu cà phê Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ giai đoạn 2000- 2004. Từ đó rút ra nhận xét, đánh giá về những thành tựu kết quả đạt được, những hạn chế tồn tại và nguyên nhân của xuất khẩu cà phê, của chính sách tài chính đối với hỗ trợ, thúc đẩy xuất khẩu cà phê sang thị trường Hoa Kỳ trong thời gian qua.

Chương 3: Đề tài xây dựng một số quan điểm về chính sách, giải pháp tài chính nhằm hỗ trợ xuất khẩu cà phê Việt Nam. Trên cơ sở các tiền đề lý luận và thực tiễn, các nghiên cứu dự báo và các quan điểm định hướng mục tiêu xuất khẩu cà phê Việt Nam cũng như các quan điểm và chính sách hỗ trợ, đề tài đưa ra hệ thống các giải pháp tài chính trên tầm vi mô, các chính sách tài chính trên tầm vĩ mô và một số kiến nghị nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê sang thị trường Hoa Kỳ đạt hiệu quả cao hơn nữa trong thời gian tới.

## LỜI MỞ ĐẦU

### 1. Sự cần thiết lựa chọn đề tài nghiên cứu.

Kinh doanh cà phê ngày nay đã chiếm một vị trí rất quan trọng trên phạm vi toàn thế giới. Đối với Việt nam, cà phê là mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực chỉ đứng sau gạo. Hàng năm xuất khẩu cà phê đem về cho nền kinh tế một lượng ngoại tệ không nhỏ, đồng thời giải quyết hàng trăm nghìn công ăn việc làm cho người lao động trong nước.

Trong xu thế mở cửa hội nhập kinh tế thế giới như ngày nay, dưới ánh sáng của đường lối chính sách mở cửa hội nhập với kinh tế thế giới của Đảng và Nhà nước thì thị trường hàng hóa nói chung và cà phê Việt nam nói riêng không ngừng được mở rộng. Trong đó phải kể đến thị trường Hoa kỳ, đây là một trong những bạn hàng lớn nhất của cà phê Việt Nam. Tuy nhiên cũng cần phải thấy rằng thị phần của cà phê xuất khẩu Việt Nam ở thị trường Hoa kỳ còn rất nhỏ bé và uy tín cũng như vị thế của cà phê Việt Nam ở thị trường này là chưa cao. Trong khi đó Việt Nam có năng lực sản xuất cà phê rất lớn, chúng ta có khí hậu và thổ nhưỡng rất thích hợp với cây cà phê. Mặt khác Việt Nam và Hoa Kỳ đã ký hiệp định thương mại song phương, nhưng khối lượng cũng như kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ trong những năm gần đây lại tăng trưởng chậm và không ổn định. Mặc dù toàn ngành, các doanh nghiệp cà phê và Chính phủ đã có nhiều giải pháp, chính sách hỗ trợ, thúc đẩy sản xuất, chế biến và xuất khẩu cà phê. Tuy nhiên các giải pháp chưa đồng bộ, ăn khớp. Các chính sách về tài chính cũng còn nhiều hạn chế và gặp nhiều khó khăn trở ngại trong bối cảnh hội nhập. Vì vậy, việc đẩy nhanh tốc độ xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang thị trường Hoa kỳ là một nhiệm vụ quan trọng của ngành cà phê Việt Nam, nhằm góp phần thực hiện thắng lợi nhiệm vụ của ngành cà phê cũng như mục tiêu chiến lược xuất nhập khẩu của quốc gia.

Xuất phát từ những lý do trên em mạnh dạn lựa chọn đề tài nghiên cứu khoa học sinh viên là “ **Một số giải pháp về chính sách tài chính nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ**”

## **2. Mục đích nghiên cứu của đề tài.**

- Khái quát hóa một số lý luận xuất khẩu cà phê, chính sách tài chính thúc đẩy xuất khẩu trong điều kiện hội nhập thương mại quốc tế.
- Nghiên cứu đánh giá thực trạng hoạt động xuất khẩu cà phê vào thị trường Hoa kỳ và chính sách tài chính nhằm hỗ trợ cho hoạt động này.
- Đề ra một số giải pháp về tài chính nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê của Việt Nam vào thị trường Hoa kỳ thời gian tới.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

- Đối tượng nghiên cứu của đề tài là các hoạt động xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ và các chính sách tài chính hỗ trợ cho hoạt động xuất khẩu cà phê Việt Nam.
- Phạm vi nghiên cứu của đề tài là các chính sách tài chính trên tầm vĩ mô của Nhà nước tác động tới hoạt động xuất khẩu cà phê của Việt nam sang thị trường Hoa kỳ.

## **4. Phương pháp nghiên cứu**

- Phương pháp duy vật biện chứng và lịch sử
- Phương pháp thống kê toán
- Phương pháp phân tích tổng hợp

## **5. Nội dung và kết cấu của đề tài**

Ngoài phần mở đầu, kết luận và danh mục tài liệu tham khảo đề tài nghiên cứu gồm ba chương:

***Chương 1: Cơ sở lý luận về xuất khẩu hàng hóa và chính sách tài chính thúc đẩy xuất khẩu cà phê.***

***Chương 2: Thực trạng xuất khẩu cà phê Việt Nam và chính sách tài chính thúc đẩy xuất khẩu cà phê Việt Nam sang thị trường Hoa kỳ.***

***Chương 3: Một số giải pháp và kiến nghị về chính sách tài chính thúc đẩy xuất khẩu cà phê Việt Nam sang thị trường Hoa kỳ trong thời gian tới.***

## **CHƯƠNG 1:**

### **CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ XUẤT KHẨU HÀNG HÓA VÀ CHÍNH SÁCH TÀI CHÍNH THỨC ĐÃY XUẤT KHẨU CÀ PHÊ.**

#### **1.1. XUẤT KHẨU HÀNG HÓA TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP.**

##### **1.1.1. Hội nhập thương mại quốc tế.**

###### **1.1.1.1. Khái niệm về hội nhập thương mại quốc tế.**

Hội nhập kinh tế quốc tế là quá trình chủ động gắn kết nền kinh tế và thị trường của từng nước với kinh tế khu vực và thế giới thông qua các nỗ lực tự do hóa và mở cửa trên các cấp độ đơn phương, song phương và đa phương.

Hội nhập thương mại là một trong những mũi nhọn của hội nhập kinh tế quốc tế. Do vậy nói đến hội nhập kinh tế là phải đề cập tới sự gắn kết nền kinh tế, thị trường của từng nước với nhau, hoặc giữa các khối kinh tế.

Ngoài ra hội nhập bao giờ cũng gắn liền với quá trình cam kết mở cửa thị trường và tự do hóa thương mại. Những nỗ lực hội nhập quốc tế của các quốc gia thể hiện trên nhiều phương diện, nhiều cấp độ khác nhau như đơn phương mở cửa thị trường tự do hoá thương mại, hợp tác song phương hoặc đa phương thể hiện trong việc ký kết các hiệp định thương mại song phương, tham gia vào các diễn đàn, các định chế khu vực và toàn cầu.

###### **1.1.1.2. Nội dung của hội nhập.**

*Thứ nhất*, ký kết và tham gia vào các định chế và tổ chức kinh tế quốc tế, cùng với các thành viên đàm phán xây dựng ra các luật chơi chung và thực hiện các cam kết, quy định đối với các thành viên của định chế, tổ chức đó.

*Thứ hai*, là tiến hành các công việc cần thiết ở trong nước để bảo đảm đạt được mục tiêu của quá trình hội nhập cũng như thực hiện các quy định, cam kết quốc tế về hội nhập. Đó là:

- Điều chỉnh chính sách theo hướng tự do hóa và mở cửa, giảm và tiến tới dỡ bỏ hàng rào thuế quan và phi thuế quan, đặc biệt là hàng rào phi thuế để làm cho các hoạt động thương mại giữa các nước thành viên ngày một thông thoáng hơn. Điều này chúng ta có thể thấy rất rõ đối với các nước là thành viên của Tổ

chức thương mại thế giới (WTO). Việt Nam đang nỗ lực để trở thành thành viên của WTO và điều quan trọng chúng ta đang làm đó chính là điều chỉnh xây dựng các chính sách phù hợp với quy định của WTO và để hội nhập thành công.

- Bên cạnh đó các quốc gia còn phải điều chỉnh cơ cấu kinh tế từ việc sản xuất, kinh doanh, mặt hàng và cả cơ cấu đầu tư cho phù hợp với quá trình tự do hóa và mở cửa. Có như thế các nước mới có thể khai thác tối đa nguồn lực và lợi thế trong nước để nâng cao được năng lực cạnh tranh của quốc gia mình. Đồng thời thông qua đó cũng giúp cho các nước hội nhập thành công và hiệu quả. Việc điều chỉnh này không giống nhau giữa các nước và giữa các thời kỳ khác nhau trong cùng một nước. Căn cứ vào những điều kiện và mục đích khác nhau mà các quốc gia có sự điều chỉnh sao cho thích hợp, tối ưu và hiệu quả nhất.

- Ngoài ra, các quốc gia còn phải tiến hành sắp xếp lại và đổi mới các doanh nghiệp trong nước. Đổi mới công nghệ, cách thức quản lý và đào tạo nguồn nhân lực để có được những công nhân có tay nghề cao, những nhà quản lý giỏi để đảm bảo hội nhập thành công.

### **1.1.1.3. Cơ hội và thách thức khi hội nhập.**

#### ***a. Cơ hội:***

- Thông qua hội nhập, các quốc gia sẽ tham gia vào phân công lao động thế giới. Từ đó giúp các quốc gia khai thác tốt nguồn lực và lợi thế mà mình có để phát triển kinh tế và thương mại quốc tế của quốc gia.

- Thông qua hội nhập sẽ thúc đẩy thương mại quốc tế của quốc gia đó phát triển. Hàng hóa của quốc gia đó sẽ được mở rộng về thị trường tiêu thụ vì vậy sẽ khuyến khích các nhà đầu tư mở rộng đầu tư sản xuất. Mặt khác hàng hóa của nước đó cũng sẽ bị cạnh tranh gay gắt hơn trên thị trường thế giới và cả trên thị trường nội địa, buộc các doanh nghiệp phải tự đầu tư đổi mới công nghệ, quản lý để nâng cao năng suất và hiệu quả sản xuất tăng sức cạnh tranh của hàng hóa của mình. Bên cạnh đó hội nhập còn giúp cho quốc gia và các nhà sản xuất lựa chọn được mặt hàng mà mình có lợi thế để sản xuất. Như vậy hội nhập thúc đẩy sự phát triển nền sản xuất trong nước phát triển.

- Thông qua hội nhập giúp cho các quốc gia, đặc biệt là các quốc gia đang phát triển có cơ hội nhận chuyển giao công nghệ, vốn, khoa học kỹ thuật cũng như kinh nghiệm quản lý kinh tế và kinh nghiệm về kinh doanh quốc tế của các nước tiên tiến trên thế giới.

- Qua hội nhập cũng giúp cho các quốc gia đang và kém phát triển như Việt Nam sẽ có cơ hội giải quyết các tranh chấp thương mại bình đẳng hơn với các nước phát triển.

***b. Thách thức:***

- Sự cạnh tranh diễn ra ngày càng khốc liệt trên thị trường thế giới và thậm chí ngay cả trên thị trường nội địa. Đối với các nước hàng hóa chưa có sức cạnh tranh cao thì đây là một thách thức to lớn. Nếu không có các biện pháp, chính sách thích hợp để nâng cao sức cạnh tranh thì sẽ không có chỗ đứng trên thị trường thế giới, tồi tệ hơn nó còn phá hủy nền sản xuất trong nước.

- Sự phụ thuộc lẫn nhau về kinh tế giữa các nước, các nước kém phát triển thường ở vào vị trí bất lợi, thua thiệt và thường bị các nước phát triển đối xử bất công. Ngoài ra các tập đoàn đa quốc gia dễ dàng chi phối kinh doanh trong nền kinh tế hội nhập, thậm chí là chi phối cả Chính phủ.

- Khi tham gia hội nhập mở cửa nền kinh tế sự giao lưu giữa các nước trên thế giới sẽ ngày càng thông thoáng dễ dàng hơn và vì vậy văn hóa ngoại lai cũng như các tệ nạn xã hội mới cũng theo con đường này mà du nhập vào. Nếu nền văn hóa trong nước không đủ mạnh để đề kháng lại với văn hóa ngoại lai độc hại thì nó sẽ phá vỡ nền văn hóa trong nước. Lối sống thực dụng chạy theo đồng tiền sẽ làm cho con người ta ngày càng xa nhau hơn, văn hóa truyền thống sẽ bị phá vỡ đặc biệt là với những quốc gia Á Đông có bản sắc văn hóa truyền thống lâu đời. Mà văn hóa đã mất thì hội nhập sẽ thất bại và sẽ mất tất cả.

- Hội nhập làm phân hóa giàu nghèo giữa các nước và giữa các tầng lớp trong cùng một nước gây ra nhiều vấn đề xã hội phức tạp mà các quốc gia khó giải quyết một sớm một chiều được. Hội nhập còn khai thác cạn kiệt nguồn tài nguyên trong nước gây ô nhiễm môi trường.

## **1.1.2. Xuất khẩu cà phê đối với phát triển kinh tế xã hội.**

### **1.1.2.1. Đặc điểm của sản xuất kinh doanh cà phê**

#### ***a. Nguồn gốc cây cà phê.***

Cây cà phê được phát hiện một cách vô tình nhờ một anh chàng chăn dê tên là Kaddi thuộc ngôi làng CaFa của đất nước Ethiopia, khi đàn dê của anh ta ăn phải một loại quả màu đỏ (cà phê chín) và đêm đó đàn dê không ngủ mà quậy phá suốt đêm. Vì thế nó được gọi là cây Cafa, về sau loại cây này được gọi chệch đi là café, Coffee, hay cà phê như ngày nay.

#### ***b. Đặc điểm của sản xuất kinh doanh cà phê.***

- Cà phê có tính thời vụ cao, đây chính là đặc điểm ảnh hưởng lớn nhất tới kinh doanh cà phê. Ngay cả những nước sản xuất và kinh doanh cà phê lớn như Braxin, Colombia cũng chịu tác động bởi đặc điểm này. Vào thời vụ thu hoạch giá cà phê thường xuống thấp, còn vào giữa niên vụ giá cà phê thường tăng lên do hàng bị khan hiếm. Chính vì lý do này mà các nước xuất khẩu cà phê nói chung và các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê nói riêng sẽ có lợi thế hơn khi họ có đủ nguồn tài chính phục vụ cho việc dự trữ cà phê.

- Cà phê là cây công nghiệp dài ngày, có thời gian từ lúc đầu tư tới lúc khai thác từ 3 tới 5 năm. Chính đặc điểm này ảnh hưởng rất lớn tới những nhà sản xuất, đặc biệt đại đa số là những người nông dân ở những nước sản xuất cà phê có nguồn tài chính hạn chế thì vốn đầu tư ban đầu cho sản xuất cà phê của họ chủ yếu là vay từ các ngân hàng. Mặt khác do thời gian khai thác đưa vào kinh doanh dài nên khi thị trường cà phê có biến động theo chiều có lợi thì những người trồng cà phê khó có thể nắm bắt cơ hội ngay được. Còn khi đưa vào kinh doanh được thì thị trường cà phê lại có những biến chuyển bất lợi khác.

- Sản xuất cà phê chịu ảnh hưởng nhiều bởi điều kiện thời tiết, tự nhiên. Những năm do hạn hán, lũ lụt thì cà phê bị mất mùa làm ảnh hưởng lớn tới thị trường cà phê thế giới và làm đảo lộn nhiều dự đoán của các chuyên gia, cũng như kế hoạch của các quốc gia và các công ty kinh doanh cà phê, đặc biệt là đối với những quốc gia sản xuất cà phê lớn nhất thế giới như Braxin, Việt Nam.

- Kinh doanh cà phê có tính rủi ro cao, đặc biệt là các hình thức kinh doanh về hợp đồng tương lai, giá trừ lùi...

### **1.1.2.2. Vai trò của xuất khẩu cà phê đối với kinh tế, xã hội Việt Nam.**

#### ***a. Đối với nền kinh tế, xã hội và môi trường.***

- Xuất khẩu cà phê mỗi năm đem về cho nền kinh tế chúng ta một lượng ngoại tệ lớn, khoảng 500 triệu USD. Xuất khẩu cà phê góp phần không nhỏ vào việc thực hiện mục tiêu của chiến lược xuất nhập khẩu nói riêng và mục tiêu phát triển chiến lược kinh tế xã hội nói chung của đất nước. Mặt khác xuất khẩu cà phê còn góp phần giúp tạo vốn cho đầu tư máy móc trang thiết bị cho sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa nền kinh tế.

- Là một ngành sử dụng nhiều lao động, xuất khẩu cà phê góp phần tạo ra nhiều công ăn việc làm, giúp giải quyết vấn đề thất nghiệp cho nền kinh tế. Theo Hiệp hội cà phê cao Việt Nam (Vicofa) thì mỗi năm ngành cà phê thu hút khoảng 600.000 – 700.000 lao động, thậm chí trong ba tháng thu hoạch số lao động có thể lên tới 800.000 lao động. Lao động làm việc trong ngành cà phê chiếm khoảng 2,93% tổng số lao động trong ngành nông nghiệp và chiếm 1,83% tổng số lao động trên toàn nền kinh tế quốc dân.

- Mặt khác khi xác định cà phê là mặt hàng xuất khẩu chủ lực thì sẽ giúp Nhà nước hoạch định các chính sách như đầu tư, quy hoạch vùng một cách có trọng điểm, hợp lý, tiết kiệm và có hiệu quả cao trong phát triển kinh tế.

- Cà phê không chỉ là cây có giá trị kinh tế cao, mà trồng cà phê còn giúp thực hiện phủ xanh đất trống đồi núi trọc, bảo vệ môi trường sinh thái. Vì cây cà phê thích hợp với những vùng đất đồi, đặc biệt là cây cà phê Robusta.

#### ***b. Đối với các doanh nghiệp sản xuất, chế biến xuất khẩu cà phê.***

- Xuất khẩu cà phê giúp các doanh nghiệp có thêm lợi nhuận, thu được ngoại tệ để đầu tư mua máy móc thiết bị mở rộng và nâng cao sản xuất từ đó tăng lợi nhuận và hiệu quả trong hoạt động của mình.

- Tham gia kinh doanh xuất khẩu cà phê giúp các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp chuyên doanh về cà phê nâng cao được uy tín hình ảnh của

đơn vị trong con mắt các bạn hàng và trên thị trường thế giới từ đó tạo ra cho doanh nghiệp lợi thế cạnh tranh để nâng cao hiệu quả hoạt động mở rộng thị trường tăng thị phần và lợi nhuận.

- Với những doanh nghiệp kinh doanh tổng hợp, việc kinh doanh xuất khẩu cà phê giúp doanh nghiệp có thêm mặt hàng để lựa chọn trong kinh doanh, từ đó lựa chọn được mặt hàng kinh doanh có hiệu quả tăng lợi nhuận uy tín.

### ***c. Với người sản xuất cà phê.***

- Cà phê là sản phẩm trong nước có nhu cầu không cao do thói quen tiêu dùng của người Châu Á nói chung và người Việt Nam nói riêng thích uống trà hơn cà phê. Vì vậy xuất khẩu cà phê sẽ tìm được đầu ra cho sản phẩm của người nông dân trồng cà phê, giúp họ tiêu thụ được sản phẩm của mình và có thu nhập.

- Cà phê là một cây trồng rất thích hợp với điều kiện thời tiết và thổ nhưỡng của Việt Nam, đặc biệt là vùng Tây Nguyên và vùng Đông Nam Bộ. Cà phê là một loại cây có giá trị kinh tế cao nên việc xuất khẩu cà phê sẽ giúp người nông dân trồng cà phê làm giàu trên chính mảnh đất của mình.

- Ngoài ra việc trồng cà phê xuất khẩu giúp họ giải tỏa ra việc làm cho người nhà trong thời buổi nông nhàn. Bên cạnh đó việc xuất khẩu cà phê còn giúp cho người nông dân trồng cà phê được Nhà nước cũng như doanh nghiệp đầu tư vật tư, giống và kỹ thuật chăm sóc sẽ làm cho họ nâng cao năng suất lao động, cây trồng và chất lượng sản phẩm qua đó tăng thu nhập cho chính họ.

### **1.1.2.3. Lợi thế và bất lợi thế của xuất khẩu cà phê Việt Nam.**

#### ***a. Lợi thế.***

- Cà phê Việt Nam có hương vị đặc thù với giá rẻ hơn so với cà phê cùng loại của các nước. Bên cạnh đó cà phê Việt Nam được các nhà rang xay trên thế giới đánh giá cao là dễ chế biến, đặc biệt là chế biến cà phê dùng ngay.

- Là mặt hàng xuất khẩu chiến lược nên được Nhà nước ưu đãi thông qua các chính sách về tín dụng đầu tư, tín dụng xuất khẩu, xúc tiến thương mại cũng như các hỗ trợ khác trong nghiên cứu và phát triển.

- Nhu cầu cà phê thế giới là không ngừng tăng lên, đặc biệt là sự thay đổi tập quán và thói quen tiêu dùng của người Á Đông trong đó phải kể đến người tiêu dùng Nhật Bản và Trung Quốc, hai quốc gia gần với chúng ta và có thị trường rộng lớn. Bên cạnh đó nhu cầu tiêu dùng cà phê của Châu Âu và Bắc Mỹ cũng không ngừng tăng.

- Việc Mỹ dỡ bỏ lệnh cấm vận kinh tế đối với Việt Nam và việc hai nước ký hiệp định thương mại song phương (7/2000) là một lợi thế cho việc xuất khẩu cà phê Việt Nam đặc biệt là vào thị trường chiếm thị phần cà phê thế giới lớn như Hoa Kỳ. Trong thời gian tới đây khi Việt Nam chính thức trở thành thành viên của WTO thì cà phê xuất khẩu của chúng ta càng có nhiều lợi thế hơn nữa.

### ***b. Những bất lợi thế.***

- Chất lượng cà phê xuất khẩu của chúng ta thấp và không đồng đều, đây là một bất lợi lớn của cà phê xuất khẩu Việt Nam. Đây cũng chính là nguyên nhân khiến cho cà phê xuất khẩu Việt Nam thấp và có sự chênh lệch lớn với giá cà phê thế giới và với Indonesia.

- Tình trạng cung vượt quá cầu trên thị trường cà phê thế giới trong những năm qua cũng làm cho cà phê xuất khẩu Việt Nam gặp rất nhiều khó khăn.

- Thê thức mua bán phức tạp của chúng ta cũng góp phần tạo nên bất lợi cho cà phê Việt Nam. Việc các nhà nhập khẩu than phiền về cách thức mua cà phê của họ ở Việt Nam tốn thời gian. Họ phải đến tận nhà xuất khẩu để đàm phán xem xét chất lượng cũng như các cam kết thời hạn, quá tốn kém thời gian. Trong khi với cách thức mua bán trên các sở giao dịch thì họ chỉ mất vài giờ.

## **1.2. CHÍNH SÁCH TÀI CHÍNH THỨC ĐÃY XUẤT KHẨU CÀ PHÊ.**

### **1.2.1. Các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu cà phê.**

Có nhiều nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu cà phê. Nhưng tựu chung lại thì có một số nhân tố tác động sau.

#### **1.2.1.1. Cầu và thị trường nước nhập khẩu.**

- Cũng như các loại hàng hóa khác, cà phê xuất khẩu cũng chịu tác động của cầu của nước nhập khẩu. Nếu nước nhập khẩu mà có nhu cầu cao về cà phê thì

xuất khẩu cà phê của chúng ta sẽ tăng trưởng tốt và ngược lại thì nó sẽ làm giảm số lượng cũng như kim ngạch xuất khẩu cà phê. Mặt khác, nhu cầu của nước nhập khẩu về loại cà phê cũng ảnh hưởng lớn đến hoạt động xuất khẩu cà phê của chúng ta. Nếu nước nhập khẩu có nhu cầu cà phê cao nhưng loại cà phê họ ưa thích là cà phê chè (Arabica), trong khi chúng ta chủ yếu xuất khẩu cà phê vối (robusta) thì cũng làm cho xuất khẩu cà phê của chúng ta giảm và ngược lại nếu họ có nhu cầu về cà phê vối thì xuất khẩu cà phê của chúng ta sẽ tăng lên.

- Ngoài nhu cầu ra thì thị trường của nước nhập khẩu cũng ảnh hưởng không nhỏ tới hoạt động xuất khẩu cà phê của chúng ta. Nếu họ có nhu cầu nhưng dung lượng thị trường nhỏ thì cũng không làm tăng xuất khẩu cà phê, hoặc những yêu cầu quy định và cách thức cạnh tranh trên thị trường nước nhập khẩu cũng ảnh hưởng tác động đến hoạt động xuất khẩu cà phê của chúng ta.

- Môi trường cũng như chính sách của nước nhập khẩu đối với cà phê cũng ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động xuất khẩu cà phê của chúng ta. Cho dù người tiêu dùng nước đó có nhu cầu cao về cà phê của chúng ta nhưng chính sách của Chính phủ nước đó bảo hộ thị trường trong nước, dựng lên các hàng rào gây cản trở cho hoạt động xuất khẩu thì chúng ta cũng khó có thể thúc đẩy xuất khẩu vào thị trường này được. Như thị trường Mỹ với các hàng rào về kỹ thuật như đạo luật chống khủng bố sinh học, thủ tục hải quan... cũng gây nhiều khó khăn cho các nước nhập khẩu nông sản vào thị trường này.

#### **1.2.1.2. Giá cả và chất lượng.**

- Bất kể hàng hóa nào cũng vậy, nếu chất lượng tốt thì có sức cạnh tranh cao và bán chạy hơn. Với cà phê cũng vậy nếu chất lượng cà phê không tốt thì không những tiêu thụ cà phê kém mà nếu có xuất khẩu được cũng bị ép giá thấp nên giá trị xuất khẩu là không cao. Ngược lại, chất lượng tốt không những xuất khẩu được nhiều mà giá cả còn cao nên giá trị xuất khẩu sẽ lớn.

- Giá cả luôn tác động tới quan hệ cung cầu. Giá thấp thì khối lượng xuất khẩu sẽ tăng nhưng giá trị lại không tăng đáng kể thậm chí là giảm. Ngược lại

khi giá cà phê cao thì khối lượng xuất khẩu có thể không tăng những giá trị xuất khẩu lại có thể tăng mạnh.

### **1.2.1.3. Kênh và dịch vụ phân phối.**

- Một kênh phân phối hợp lý sẽ không những giảm chi phí trong hoạt động nâng cao sức cạnh tranh của cà phê xuất khẩu mà còn giúp cho quá trình xuất khẩu cà phê được nhanh chóng dễ dàng và nắm bắt tốt thông tin phản hồi từ thị trường nước nhập khẩu cũng như của người cung ứng.

- Dịch vụ phân phối tốt sẽ giúp cho khách hàng hài lòng hơn khi mua cà phê của chúng ta. Dịch vụ phân phối còn là vũ khí cạnh tranh hữu hiệu của các nhà xuất khẩu nhằm tăng sức cạnh tranh và xuất khẩu cà phê. Nếu như không có dịch vụ phân phối tốt hơn đối thủ cạnh tranh thì khách hàng sẽ mua hàng của đối thủ cạnh tranh mà không mua của mình cho dù cà phê của mình có giá rẻ hơn. Vì vậy dịch vụ phân phối ảnh hưởng lớn tới hoạt động xuất khẩu cà phê.

### **1.2.1.4. Môi trường cạnh tranh.**

Môi trường cạnh tranh như các thể chế, quy định, các rào cản đối với kinh doanh cà phê của nước nhập khẩu cà phê, số lượng các đối thủ cạnh tranh trên thị trường nước nhập khẩu cà phê.

Môi trường cạnh tranh càng gay gắt thì dễ làm giảm xuất khẩu cà phê của chúng ta nhất là khi cà phê của chúng ta là cà phê Robusta có giá trị thấp hơn cà phê Arabica. Chất lượng cà phê của chúng ta lại thấp hơn các nước khác như Braxin, Colombia, Indonesia. Làm cho việc xuất khẩu cà phê của chúng ta gặp nhiều khó khăn. Ngược lại khi thị trường cà phê thế giới có sự cạnh tranh không cao thì sẽ làm cho xuất khẩu cà phê của chúng ta có nhiều thuận lợi.

### **1.2.1.5. Yếu tố về sản xuất chế biến.**

- Việc quy hoạch vùng trồng cà phê hợp lý sẽ giúp cho chúng ta khai thác được lợi thế vùng trong sản xuất cà phê. Nâng cao được năng suất chất lượng của cà phê, qua đó tạo điều kiện thuận tiện cho chế biến và xuất khẩu cà phê.

- Công nghệ chế biến cũng ảnh hưởng lớn tới xuất khẩu cà phê. Nếu chúng ta có được công nghệ chế biến cà phê hiện đại với công suất lớn thì chúng ta sẽ

nâng cao được giá trị của cà phê xuất khẩu. Tạo ra sức cạnh tranh mạnh cho cà phê xuất khẩu của chúng ta so với các nước xuất khẩu cà phê khác.

- Việc phân bố các nhà máy chế biến, các cơ sở kinh doanh cà phê cũng như các vùng sản xuất cà phê hợp lý sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình vận chuyển chế biến và kinh doanh xuất khẩu cà phê. Qua đó sẽ giảm được chi phí trong hoạt động, tăng khả năng cạnh tranh của cà phê xuất khẩu trên thị trường cà phê thế giới.

- Ngoài ra các yếu tố cơ sở hạ tầng cũng có ảnh hưởng không nhỏ tới hoạt động xuất khẩu cà phê. Nếu có được cơ sở hạ tầng tốt thì giúp cho việc vận chuyển cà phê từ nơi sản xuất tới nơi chế biến và kinh doanh xuất khẩu cà phê thuận tiện. Cơ sở hạ tầng tốt còn giúp cho việc chế biến và kinh doanh xuất khẩu cà phê thuận lợi. Góp phần tăng cao khả năng cạnh tranh của của cà phê xuất khẩu, qua đó nâng cao được kết quả cũng như hiệu quả của xuất khẩu cà phê.

#### **1.2.1.6. Các nhân tố thuộc về quản lý.**

- Có thể nói con người có ý nghĩa quyết định trong mọi vấn đề, đặc biệt là trong kinh doanh. Với kinh doanh xuất khẩu cà phê cũng vậy, cho dù có đầy đủ các nhân tố thuận lợi khác nhưng nếu như không có những công nhân lành nghề, có khả năng vận dụng khoa học kỹ thuật cũng như có khả năng sử dụng máy móc trang thiết bị hiện đại trong sản xuất chế biến cà phê thì cũng làm cho hoạt động kinh doanh cà phê không có hiệu quả.

- Ngoài ra, cho dù chúng ta có được mặt hàng cà phê có chất lượng và có sức cạnh tranh cao nhưng không có người am hiểu về kinh doanh xuất nhập khẩu để tham gia quản lý điều hành việc kinh doanh xuất nhập khẩu thì xuất khẩu cà phê của chúng ta cũng không thể có được kết quả tốt.

- Những người làm công tác quản lý vĩ mô, hoạch định cũng giữ vai trò to lớn trong hoạt động xuất khẩu cà phê. Những nhà quản lý này sẽ cố vấn cho Chính phủ điều tiết và quản lý hoạt động xuất khẩu cà phê. Xây dựng lên các chiến lược cho sự phát triển của ngành cà phê trong nước.

## **1.2.2. Chính sách tài chính nhằm thúc đẩy xuất khẩu cà phê.**

### **1.2.2.1. Chính sách thuế xuất nhập khẩu.**

#### ***a. Vai trò của thuế.***

Thuế là nghĩa vụ phải đóng góp cho Nhà nước của các cá nhân và các tổ chức kinh doanh theo luật định để đảm bảo các khoản chi tiêu của chính phủ. Như vậy, thuế có vai trò lớn đối với mỗi quốc gia, đó là:

*Một là*, thuế là nguồn thu chủ yếu cho ngân sách Nhà nước để phục vụ cho các nhu cầu xã hội, là một hình thức phân phối lại một phần của cải của xã hội.

*Hai là*, thuế còn là công cụ để Nhà nước điều tiết giá cả, làm thay đổi quan hệ cung cầu, qua đó giúp Nhà nước điều tiết sản xuất và định hướng tiêu dùng.

*Ba là*, thuế tác động đến hoạt động thương mại quốc tế của đất nước qua đó điều tiết hoạt động xuất nhập khẩu, đầu tư quốc tế cũng như sự vận động của luồng vốn quốc tế. Từ đó góp phần thay đổi cơ cấu sản xuất kinh doanh và đầu tư hợp lý, nâng cao hiệu quả của nền kinh tế.

Trong giai đoạn hiện nay, khi xu thế toàn cầu hóa, khu vực hóa và hội nhập thương mại quốc tế đang diễn ra mạnh mẽ trên thế giới thì việc đổi mới và hoàn thiện chính sách thuế đang là một nhiệm vụ rất quan trọng của chúng ta để tham gia hội nhập thực hiện các cam kết về cắt giảm các dòng thuế theo quy định của các định chế và tổ chức thương mại mà chúng ta tham gia. Như việc tham gia vào lộ trình cắt giảm thuế quan chung (CEPT) và tham gia thực hiện AFTA là một ví dụ. Mặt khác, việc xây dựng chính sách thuế đòi hỏi phải có sự thống nhất phù hợp với các chuẩn mực về luật lệ quốc tế như Hiệp định chung về thuế quan và thương mại (GATT) là một ví dụ.

Thuế không những chỉ là nguồn thu chủ yếu của ngân sách Nhà nước mà nó còn là chính sách để Nhà nước điều tiết cũng như thể hiện thái độ khuyến khích hoặc hạn chế sự phát triển của ngành hàng nào đó qua đó giúp điều hành nền kinh tế đi theo đúng quỹ đạo mà Đảng và Nhà nước đã định. Ngoài ra nó còn là công cụ để Nhà nước thể hiện thái độ trong quan hệ với các nước đối tác góp

phần đưa nền kinh tế hội nhập thành công với kinh tế thế giới, cũng như xây dựng các quan hệ ngoại giao chính trị khác.

***b. Nội dung của chính sách thuế.***

Thuế xuất nhập khẩu là một trong những loại thuế của chúng ta. Nó có ảnh hưởng lớn và tác động trực tiếp đến hoạt động xuất nhập khẩu của quốc gia. Thuế xuất nhập khẩu được sử dụng trong quan hệ buôn bán ngoại thương giữa quốc gia với các quốc gia khác trên thế giới.

Ở Việt Nam, Thuế xuất nhập khẩu được Quốc hội thông qua ngày 26-12-1991. Luật thuế này quy định cho tất cả các hình thức xuất nhập khẩu cả mậu dịch và phi mậu dịch, cả du lịch và đi thăm hỏi thân nhân ở nước ngoài..., danh mục hàng hóa đã theo danh mục hàng hóa điều hòa.

- Thuế xuất khẩu: là thuế mà các nhà xuất khẩu hàng hóa dịch vụ có nghĩa vụ nộp cho Nhà nước theo tỷ lệ thuế suất nhất định, cơ quan đứng ra thu là Hải quan. Nơi mà doanh nghiệp cho xuất hàng đi và kê khai hải quan. Thường các quốc gia, kể cả Việt Nam thì thuế xuất khẩu thường bằng 0%. Mục đích là nhằm khuyến khích các doanh nghiệp trong nước xuất khẩu và tạo lợi thế cạnh tranh cho hàng xuất khẩu của quốc gia trên thị trường thế giới, trừ một số mặt hàng mà Nhà nước hạn chế xuất khẩu như tài nguyên, các nguyên vật liệu quý.

- Thuế nhập khẩu: là thuế đánh vào hàng hóa của nước ngoài khi được nhập vào lãnh thổ hải quan Việt Nam. Việc đánh thuế nhập khẩu không những tăng nguồn thu cho ngân sách Nhà nước, mà nó còn góp phần bảo hộ nền sản xuất trong nước. Tuy nhiên với việc tham gia vào quá trình hội nhập kinh tế quốc tế và thực hiện các lộ trình cắt giảm thuế quan thì thuế nhập khẩu có xu hướng giảm dần. Hiện nay chúng ta phải cắt giảm dần thuế nhập khẩu theo một lộ trình cụ thể để tham gia CEPT. Đặc biệt khi chúng ta là thành viên WTO thì thuế nhập khẩu của chúng ta còn phải cắt giảm nữa. Dần dần chúng ta phải giảm tỷ lệ thuế nhập khẩu trong phần thu của ngân sách Nhà nước. Hiện nay ở nước ta có ba mức thuế nhập khẩu là thuế nhập khẩu thông thường, thuế ưu đãi và thuế ưu đãi đặc biệt.

- Ngoài thuế xuất nhập khẩu, ở nước ta hiện nay còn có chính sách hoàn thuế. Có hai loại hoàn thuế, đó là khi các doanh nghiệp nhập khẩu nguyên vật liệu, máy móc trang thiết bị vì mục đích gia công chế, biến hàng để xuất khẩu thì phần thuế nhập khẩu trước đó sẽ được Nhà nước hoàn lại cho các doanh nghiệp khi đã chứng thực được là các hàng hóa này sau khi được gia công, chế biến đã xuất khẩu và có hóa đơn chứng từ. Ngoài ra các doanh nghiệp xuất khẩu còn được hoàn thuế Giá trị gia tăng (VAT). Theo quy định của luật pháp hàng hóa được sản xuất trong nước mà tiêu dùng ở nước ngoài thì không phải chịu thuế VAT, nên khi các doanh nghiệp xuất khẩu sẽ được hoàn trả lại phần thuế VAT đã nộp trước đó.

### **1.2.2.2. Chính sách tín dụng xuất khẩu.**

#### ***a. Tác động của chính sách tín dụng đối với xuất khẩu.***

- Các doanh nghiệp kinh doanh, sản xuất nói chung và các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu nói riêng của Việt Nam đại đa số là các doanh nghiệp vừa và nhỏ nên việc thiếu vốn kinh doanh là thường xuyên đối với các doanh nghiệp này. Vì vậy để có vốn kinh doanh, các doanh nghiệp phải đi vay của các tổ chức tín dụng. Nếu lãi suất đi vay quá lớn sẽ ảnh hưởng không tốt tới hoạt động xuất khẩu, nếu lãi suất thấp, có ưu đãi thì sẽ khuyến khích và hỗ trợ cho xuất khẩu.

- Thông qua chính sách tín dụng, Nhà nước sẽ hỗ trợ cho các doanh nghiệp, các ngành hàng gặp khó khăn trong kinh doanh xuất nhập khẩu. Những doanh nghiệp, ngành hàng nằm trong chiến lược phát triển của Nhà nước.

#### ***b. Nội dung của chính sách tín dụng.***

##### ***b1. Chính sách tín dụng Ngân hàng.***

Các Ngân hàng thương mại là một kênh cung cấp vốn cho các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu. Các doanh nghiệp khi vay vốn từ các Ngân hàng thương mại phải chịu một lãi suất nhất định gọi là lãi vay.

Lãi suất Ngân hàng chịu tác động của nhiều yếu tố như lãi huy động, quan hệ cung cầu tiền, các chính sách của Ngân hàng Nhà nước như tỷ lệ dự trữ bắt buộc, lãi suất chiết khấu. Ngoài ra lãi suất Ngân hàng này đôi khi còn chịu tác

động từ điều chỉnh của Nhà nước đối với các đối tượng vay khác nhau, tùy theo chiến lược và chính sách của Nhà nước.

Đối với các doanh nghiệp, lãi vay Ngân hàng là một loại chi phí đầu vào của doanh nghiệp. Vì vậy sẽ làm cho chi phí kinh doanh của doanh nghiệp tăng lên. Khi lãi suất vay tăng lên làm cho chi phí kinh doanh của các doanh nghiệp tăng lên ảnh hưởng hoạt động xuất khẩu của họ. Do đó sẽ hạn chế các doanh nghiệp đầu tư mở rộng sản xuất, kinh doanh xuất khẩu. Khi lãi suất thấp sẽ khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư mở rộng quy mô sản xuất, kinh doanh xuất khẩu. Nhưng điều này sẽ làm cho việc huy động tiền của các Ngân hàng bị hạn chế và các Ngân hàng sẽ làm ăn không hiệu quả. việc xây dựng chính sách tài chính với lãi suất thích hợp và linh hoạt là một yêu cầu cần thiết đối với Nhà nước. Có như thế mới khuyến khích các doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu của mình, các Ngân hàng hoạt động có hiệu quả còn nền kinh tế sẽ vận động lành mạnh và hiệu quả.

### ***b2. Chính sách tín dụng từ Quỹ hỗ trợ phát triển.***

Nhằm hỗ trợ cho các doanh nghiệp xuất khẩu, Chính phủ đã cho thành lập Quỹ hỗ trợ xuất khẩu thông qua Quyết định số 195/2000/QĐ – TTg. Quỹ hỗ trợ xuất khẩu chính thức đi vào hoạt động năm 2001, Quỹ hỗ trợ được thành lập nhằm mục tiêu hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu trong trường hợp gặp khó khăn khách quan trong việc sản xuất và kinh doanh xuất khẩu.

Khi gặp khó khăn trong sản xuất kinh doanh xuất khẩu, các doanh nghiệp được Quỹ hỗ trợ cho vay không lãi suất hoặc với lãi suất ưu đãi, thấp hơn lãi suất thường tại cùng thời điểm. Trong 5 năm hoạt động Quỹ hỗ trợ đã trợ giúp rất nhiều cho các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu. Chính sự hỗ trợ này đã giúp cho các doanh nghiệp vượt qua nhiều khó khăn trong quá trình hoạt động và khuyến khích các doanh nghiệp thúc đẩy hoạt động xuất khẩu thông qua đầu tư tìm kiếm thị trường mới, mặt hàng mới.

Ngoài ra với lãi suất tín dụng mà quỹ hỗ trợ dành cho các doanh nghiệp đã giúp cho các doanh nghiệp có thêm nguồn vốn kinh doanh với chi phí thấp,

giúp họ tăng hiệu quả hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp mình. Qua đó góp phần vào việc thực hiện nhiệm vụ chiến lược xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2001 – 2010.

### **1.2.2.3. Chính sách tỷ giá hối đoái.**

#### **a. Quan niệm:**

Tỷ giá hối đoái là tiền tệ của quốc gia này được tính bằng tiền tệ của quốc gia khác. Như vậy có hai loại tỷ giá hối đoái là tỷ giá hối đoái nội tệ và tỷ giá hối đoái ngoại tệ.

- Tỷ giá hối đoái ngoại tệ là tỷ lệ đồng ngoại tệ được tính bằng đồng nội tệ.
- Tỷ giá hối đoái nội tệ là đồng nội tệ được tính bằng đồng ngoại tệ.

#### **b. Tác động của chính sách tỷ giá hối đoái đối với xuất khẩu.**

- Nếu như tỷ giá ngoại tệ tăng khi đó làm cho hàng hóa trong nước rẻ tương đối so với hàng hóa trên thị trường thế giới nên sẽ tăng sức cạnh tranh của hàng hóa trong nước và do đó khuyến khích xuất khẩu. Ngược lại nếu tỷ giá này cao thì sẽ hạn chế xuất khẩu.

- Nếu tỷ giá hối đoái mà không ổn định thì các doanh nghiệp tham gia kinh doanh xuất khẩu gặp rất nhiều rủi ro. Do đó cũng khiến cho họ e ngại khi tham gia thực hiện các hợp đồng nhất là các hợp đồng tương lai.

- Cũng thông qua tỷ giá hối đoái các quốc gia có thể sẽ có những ưu đãi với nhau khi chấp nhận thanh toán bằng đồng tiền của quốc gia đó thay cho việc thanh toán bằng đồng ngoại tệ mạnh trong giao dịch thương mại quốc tế giữa hai bên. Qua đó thúc đẩy hoạt động xuất khẩu của một quốc gia vào thị trường nhất định nào đó.

Do tỷ giá hối đoái có các tác động lớn tới xuất nhập khẩu của các quốc gia như thế mà nhiều quốc gia trên thế giới đã điều chỉnh và xây dựng một chính sách tỷ giá hối đoái có lợi cho mình nhất để thúc đẩy xuất khẩu. Như Trung Quốc với chính sách đồng Nhân dân tệ yếu hay như một năm qua Mỹ đã điều chỉnh và chạy theo chính sách làm cho đồng đô la yếu hơn các ngoại tệ khác như Euro, Yên Nhật... và nhờ đó mà Trung Quốc là nước xuất khẩu mạnh trên thế

giới, cán cân mậu dịch luôn dương, còn Mỹ nhờ chính sách đồng đô la yếu mà trong một năm qua họ đã thúc đẩy xuất khẩu và tạo cạnh tranh cao so với các nước EU và Nhật Bản.

Ở Việt Nam tỷ giá giữa đồng VND và USD tương đối ổn định trong nhiều năm qua. Với một sự biến động dù là nhỏ Ngân hàng Trung ương luôn có phản ứng kịp thời, linh hoạt giúp cho tỷ giá có lợi cho hoạt động xuất khẩu của Việt Nam. Từ đó góp phần ổn định và phát triển nền kinh tế thoro hướng bền vững.

#### **1.2.2.4. Chính sách bảo hiểm xuất khẩu.**

##### ***a. Quan niệm:***

Bảo hiểm là một dạng chia sẻ rủi ro gặp phải trong đời sống và trong quá trình hoạt động của mỗi cá nhân tổ chức bằng việc đóng một khoản chi phí cho tổ chức bảo hiểm gọi là phí bảo hiểm.

##### ***b. Tác động của bảo hiểm đối với xuất khẩu.***

- Khi xuất khẩu các doanh nghiệp có thể gặp các rủi ro như rủi ro trên đường vận chuyển hàng hóa, rủi ro trong thanh toán và các rủi ro trong hoạt động khác. Nếu không có bảo hiểm thì khi các rủi ro này xảy ra các doanh nghiệp phải gánh chịu hoàn toàn mà mỗi doanh nghiệp đều các giới hạn về nguồn lực tài chính vì vậy nó sẽ làm cho doanh nghiệp bị tổn thất nặng nề, thậm chí là phá sản. Nếu có bảo hiểm, các doanh nghiệp sẽ được các đơn vị tổ chức bảo hiểm chi trả một phần thiệt hại qua đó giúp doanh nghiệp có thể hoạt động được bình thường.

- Với những mặt hàng nông sản như cà phê thì ngoài những rủi ro trong vận chuyển, thanh toán thì việc sản xuất kinh doanh cà phê còn có một rủi ro rất lớn nữa là rủi ro trong sản xuất. Cà phê cũng như các cây nông sản khác điều chịu tác động rất lớn của yếu tố tự nhiên như hạn hán, lũ lụt mà những yếu tố này là khó lường. Vì vậy việc tham gia bảo hiểm sẽ giúp cho người sản xuất cà phê tránh được những rủi ro. Ngoài ra cà phê là loại hàng hóa được mua bán kỳ hạn thông qua các sàn giao dịch nên gặp rủi ro cao trong tương lai. Vì vậy tham gia bảo hiểm giúp cho các doanh nghiệp giảm thiểu rủi ro trong kinh doanh cà phê.

## CHƯƠNG 2:

### THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VIỆT NAM VÀ CHÍNH SÁCH TÀI CHÍNH THỨC ĐẨY XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG HOA KỲ.

#### 2.1. THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU CÀ PHÊ CỦA VIỆT NAM TRONG THỜI GIAN QUA.

##### 2.1.1. Khái quát về ngành cà phê Việt Nam.

Cây cà phê được người Pháp đưa vào Việt Nam lần đầu tiên vào năm 1870. Năm 1930 chúng ta đã có 5.900 ha diện tích trồng cà phê và đến những năm 1960 –1970 chúng ta đã phát triển một số nông trường quốc doanh về cà phê ở các tỉnh phía Bắc. Đặc biệt ở trong khoảng thời gian này thì vào năm 1964 – 1967 chúng ta có được diện tích trồng cà phê lớn nhất là 13.000 ha.

Đến nay ngành cà phê Việt Nam có khoảng 500.000 ha diện tích trồng cà phê với sản lượng trên 80 vạn tấn, trong đó các doanh nghiệp Nhà nước (gồm cả các doanh nghiệp trung ương và địa phương) chỉ nắm giữ khoảng 10 –15% diện tích còn 80 – 85% diện tích còn lại nằm trong tay người nông dân hoặc các hộ gia đình hay các chủ trang trại nhỏ.

Sau năm 1975 cà phê Việt Nam phát triển mạnh ở các tỉnh Tây Nguyên nhờ các hiệp định hợp tác liên chính phủ với Liên Xô, Cộng hòa dân chủ Đức, Bungari, Tiệp Khắc và Ba Lan. Nhưng có thể nói chỉ có ít xưởng cũ kỹ và chấp vá do Cộng hòa dân chủ Đức lắp ráp từ những năm 1960. Tuy nhiên trong những năm gần đây ngành cà phê Việt Nam đã có được các công ty và các cơ sở chế biến được lắp ráp các trang thiết bị máy móc mới, đảm bảo chế biến được 150.000 – 200.000 tấn cà phê nhân xuất khẩu.

Hiện nay, cà phê chủ yếu của Việt Nam là cà phê vối và phương pháp chế biến chủ yếu là bằng phương pháp khô nên chất lượng và giá trị không cao. Ngành cà phê Việt Nam hiện nay có Hiệp hội cà phê cao Việt Nam với tên viết tắt là Vicofa với 78 thành viên. Trong đó Tổng công ty cà phê Việt Nam là thành viên lớn nhất và cũng như của ngành cà phê Việt Nam hiện nay.

Toàn ngành cà phê Việt Nam hiện nay có khoảng gần 200 đơn vị tham gia xuất khẩu cà phê trong đó có 78 đơn vị là thành viên của Vicofa. Mỗi năm toàn ngành cà phê xuất khẩu khoảng 700 nghìn tấn với giá trị khoảng 400 – 600 triệu USD và thu hút bình quân 600.000 lao động mỗi năm.

### **2.1.2. Thị trường xuất khẩu của cà phê Việt Nam.**

Cùng với sự mở cửa phát triển kinh tế của đất nước, thị trường của cà phê xuất khẩu Việt Nam cũng được mở rộng. Tính đến năm 2003 cà phê Việt Nam đã xuất khẩu sang khoảng 64 nước trên thế giới, gồm 65 hãng. Nhưng thị trường chính của cà phê xuất khẩu Việt Nam tập chung chủ yếu vào mười thị trường chính. Trong đó EU là thị trường lớn nhất của cà phê Việt Nam, sau đó là Hoa Kỳ và các nước Châu Á.

Trong mười thị trường chính của cà phê xuất khẩu Việt Nam thì các nước Châu Âu chiếm tỷ trọng cao nhất và ổn định nhất, trong đó Đức là thị trường lớn nhất của cà phê Việt Nam. Thị trường này chiếm từ 14- 16% thị phần cà phê xuất khẩu Việt Nam mỗi năm. Thị trường Bắc Mỹ thì cà phê của Việt Nam chủ yếu xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ, đây cũng là thị trường lớn thứ hai của cà phê Việt Nam, với tỷ trọng chiếm từ 11-15% mỗi năm. Các thị trường khác của cà phê xuất khẩu Việt Nam là thị trường các nước Châu Á. Tuy nhiên các thị trường này có mức ổn định không cao.

Mặt khác cà phê xuất khẩu của Việt Nam sang các thị trường chính này chủ yếu là xuất khẩu gián tiếp thông qua các tập đoàn kinh doanh cà phê lớn của họ có văn phòng đại diện tại Việt Nam như Châu Âu thì có các hãng Newmern (Đức), EDSC men (Anh), Volcafe (Thụy Điển), Tardivat (Pháp). Châu Á thì có hãng Itochu (Nhật Bản) và Mỹ thì có Atlantic, Cargil, Taloca...

### **2.1.3. Kết quả xuất khẩu cà phê của Việt Nam trong thời gian qua.**

#### **2.1.3.1. Kim ngạch xuất khẩu.**

Những năm trước đây cà phê là một ngành nhỏ có đóng góp khá khiêm tốn trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Tuy nhiên trong những năm gần đây nó đã vươn lên trở thành ngành xuất khẩu chủ lực của Việt Nam với kim

ngạch lên tới 500 triệu USD lần đầu tiên vào năm 1995 và cho đến nay hàng năm kim ngạch xuất khẩu cà phê trung bình hàng năm vẫn giữ ở khoảng 500 triệu USD/năm.

**Bảng 2.1: Tình hình xuất khẩu cà phê của Việt Nam thời kỳ 2000 – 2004.**

Năm	số lượng (Tấn)	Tốc độ tăng (%)	Giá cả trung bình (USD)	Giá trị (USD)	Tốc độ tăng (%)
2000	705.300	-	658,36	464.342.000	-
2001	844.452	19,7	459,46	388.094.000	- 16,44
2002	702.017	- 16,87	427,81	300.330.686	- 22,62
2003	693.863	- 1,17	643,56	446.547.298	48,68
2004	889.705	28,22	647,5	576.087.360	29,01

*Nguồn: Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn*

Qua bảng số liệu trên ta thấy xuất khẩu cà phê của Việt Nam trong giai đoạn này có mức độ tăng. Trung bình tăng 7,47%/năm về số lượng và 9,66%/năm về giá trị. Tuy nhiên chúng ta cũng thấy rằng tốc độ tăng không ổn định cả về số lượng xuất khẩu và cả giá trị xuất khẩu qua các từng năm. Nguyên nhân chính là do sự biến động mạnh của giá cà phê thế giới, đặc biệt là trong năm 2002 giá cà phê giảm xuống “mức đáy”, mức thấp nhất trong vòng 30 năm qua. Mặt khác trong năm niên vụ 2001/2002 cà phê Việt Nam bị mất mùa nên trong năm này cả số lượng và giá trị cà phê xuất khẩu đều giảm mạnh.

### 2.1.3.2. Giá cả.

Giá cà phê trên thị trường thế giới diễn biến rất phức tạp, đặc biệt là cà phê vối, cà phê chè có giá ổn định hơn rất nhiều. Nếu như trước đây giá cà phê chè chỉ cao hơn cà phê vối 0,5 lần thì hiện nay nó đã cao gấp 2 lần. Trong khi cà phê vối giá giảm mạnh thì cà phê chè lại tăng có khi lên tới 1800 – 2000 USD/tấn. Nguyên nhân chính đó là các nước sản xuất cà phê vối chưa có được chiến lược phát triển bền vững, mà Việt Nam là một minh chứng.

**Bảng 2.2: Giá cà phê xuất khẩu của Việt Nam (USD/tấn).**

Năm	2001	2002	2003	2004
Giá cà phê thế Giới	509,5	551,3	747,3	706,4
Giá cà phê xuất khẩu của Việt Nam	459,46	427,81	643,56	647,5

*Nguồn: Tổng công ty cà phê Việt Nam*

**Bảng 2.3: Diễn biến giá cà phê trên sở giao dịch London năm 2004**

	Tháng 1/04	Tháng 2/04	Tháng 3/04	Tháng 4/04	Tháng 5/04	Tháng 6/04	Tháng 7/04	Tháng 8/04	Tháng 9/04
<b>GiáLIFFE (USD/tấn)</b>	812,45	736,50	711,66	708,55	750,5	798	643	647	645
<b>Giá trong nước(đ/kg)</b>	9.800-10.000	9.500-9.700	9.300-9.500	9.300-9.500	9.700-10.000	9.800-10.300	8.300-8.700	8.200-8.700	8.100-8.500

*Nguồn: Tổng công ty Vinacafe.*

Qua bảng giá cà phê trên thị trường thế giới so sánh với giá FOB của Việt Nam thì ta thấy giá cà phê xuất khẩu của chúng ta có sự chênh lệch khá lớn. Đặc biệt như năm 2002 chênh lệch tới hơn 100 USD/tấn. Nguyên nhân ngoài việc chất lượng của cà phê chúng ta thấp còn do sản lượng cà phê của chúng ta nhiều, nhất là vào vụ thu hoạch. Ngoài ra còn một nguyên nhân quan trọng khác khiến cho giá cà phê của Việt Nam thấp và thường bị ép giá là do hiện tượng tranh mua tranh bán nhất là vào vụ thu hoạch. Vì vậy trong thời gian tới đây yêu cầu đặt ra cho ngành cà phê Việt Nam là phải tổ chức chặt chẽ các hoạt động kinh doanh của các công ty, cũng như xây dựng một chiến lược dài hạn để phát triển bền vững cây cà phê góp phần nâng cao hoạt động của ngành và tương xứng với vị trí của mình trong nền kinh tế Việt Nam.

### **3.1.3.3. Cơ cấu và chủng loại.**

Như đã nêu ở phần trên, cà phê của Việt Nam chủ yếu là cà phê vối. Mặt khác chúng ta xuất khẩu chủ yếu là cà phê nhân, cà phê chế biến theo giá trị chỉ chiếm khoảng 0,5%/năm trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cà phê Việt Nam.

**Bảng 2.4: Cơ cấu chủng loại cà phê xuất khẩu của Việt Nam**

Cơ cấu	Niên vụ 2002/2003		Niên vụ 2003/2004	
	Sản lượng (tấn)	Tỷ trọng (%)	Sản lượng (tấn)	Tỷ trọng (%)
Cà phê nhân	716.085	99,56	850.771	99,5
Cà phê thành phẩm	3.165	0,44	4.276	0,5
Cộng	719.250	100	855.047	100

*Nguồn: Tổng công ty cà phê Việt Nam.*

Khối lượng xuất khẩu cà phê thành phẩm chỉ chiếm không đến 0,5% trong tổng khối lượng xuất khẩu của cà phê Việt Nam. Tuy nhiên nó có giá trị cao hơn

nên giá bán cũng cao hơn nhiều so với cà phê nhân nên giá trị kim ngạch của nó chiếm tới gần 2% trong tổng kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam. Qua đây ta thấy rằng việc tăng tỷ trọng cà phê chế biến trong cơ cấu xuất khẩu cà phê của Việt Nam là rất cần thiết. Tuy nhiên hiện nay cả nước chỉ có một số ít các cơ sở sản xuất chế biến cà phê thành phẩm xuất khẩu, trong đó đáng kể chỉ có Nhà máy chế biến cà phê Biên Hòa của Vinacafe và doanh nghiệp cà phê Trung Nguyên, một nhà máy của Nestle.

## 2.2. THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU CÀ PHÊ SANG THỊ TRƯỜNG HOA KỲ.

### 2.2.1. Đặc điểm thị trường Hoa kỳ về cà phê.

#### 2.2.1.1. Tình hình tiêu thụ.

Hoa Kỳ là quốc gia tiêu thụ và cũng là nước nhập khẩu cà phê lớn nhất thế giới. Mỗi năm họ nhập khẩu khoảng 2 tỷ USD cà phê các loại (năm 2004 là 2,138 tỷ USD). Theo Hiệp hội cà phê Mỹ (NCA) số người tiêu dùng cà phê của Mỹ không ngừng tăng lên, năm 1998 là 108 triệu người, đến năm 2003 đã lên tới 150 triệu người. Theo Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam thì năm 2004 Hoa Kỳ nhập khẩu 23,3 triệu bao cà phê nhân (1 bao= 60 kg), trong đó tái xuất chỉ là 2,93 triệu bao còn tiêu thụ trong nước là 20,37 triệu bao. Còn theo dự điều tra của NCA và FAO thì trung bình một người dân Hoa Kỳ tiêu uống 2 cốc cà phê mỗi ngày tương đương với 4- 5 kg/năm (năm 2004 là 4,26 kg/người). Giai đoạn 2000- 2004 mức tiêu thụ là 4,1 kg/người/năm thấp hơn giai đoạn 1990- 1994 (4,35 kg/người/năm).

**Bảng 2.5: Tình hình tiêu thụ cà phê của Hoa kỳ**

Năm	Số lượng (1000 tấn)	% so với năm trước
2001	1170	
2002	997	85,25
2003	1260	126,49
2004	1278	101,43

*Nguồn: Vụ quy hoạch - kế hoạch. Bộ NN&PTNT*

Nhu cầu tiêu dùng cà phê của thị trường Hoa kỳ vẫn tăng lên trong những năm vừa qua. Nếu so sánh với lượng tiêu thụ của các thị trường khác như EU và

Châu Á thì ta thấy. Năm 2001 tiêu thụ cà phê của EU là 2340000 tấn còn Châu Á là 630000 tấn, năm 2003 tương ứng là 2505000 tấn và 756000 tấn. Như vậy Hoa kỳ vẫn là một thị trường tiêu thụ cà phê lớn của thế giới. Cùng với dân số và nền kinh tế tăng trưởng, nhu cầu của người dân Mỹ về hàng hóa nói chung và với cà phê nói riêng sẽ tăng lên.

### **2.2.1.2. Cung cà phê trên thị trường Hoa kỳ.**

Hoa kỳ là một thị trường hấp dẫn đối với bất kỳ một quốc gia nào. Có thể nói thị trường Hoa Kỳ chấp nhận mọi loại hàng hóa. Chính vì vậy các quốc gia đều thúc đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa của mình vào thị trường này nếu có thể. Cà phê là mặt hàng mà được người dân Mỹ sử dụng nhiều và nó như là một loại đồ uống thông dụng ở đây giống như trà ở Nhật Bản. Mặt khác ở Mỹ còn có trung tâm giao dịch cà phê lớn của thế giới, đó là trung tâm giao dịch cà phê NewYork. Vì vậy có rất nhiều nước xuất khẩu cà phê vào thị trường Hoa Kỳ, trong đó phải kể đến các quốc gia như Colombia 17%, Việt Nam, Braxin 15%, Guatemala 11%, Mehico 10%, Indonesia 9%...Như vậy cà phê Việt Nam có một vai trò lớn trên thị trường cà phê của Hoa kỳ. Tuy có nhiều quốc gia xuất khẩu cà phê vào Hoa Kỳ nhưng không phải tất cả chúng cạnh tranh với nhau mà thường các quốc gia này cạnh tranh với những sản phẩm cùng loại với nhau. Như Việt Nam, chúng ta không phải cạnh tranh với tất cả các quốc gia trên mà chủ yếu là cạnh tranh với Indonesia, Braxin và một số nước Châu Phi khác.

### **2.2.2. Thực trạng xuất khẩu cà phê sang thị trường Hoa Kỳ.**

#### **2.2.2.1. Kim ngạch và số lượng.**

Trước đây cà phê Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Hoa kỳ đều phải qua các trung gian như Singapo hay HongKong, đặc biệt là Singapo. Tuy nhiên kể từ sau khi Mỹ dỡ bỏ lệnh cấm vận kinh tế đối với Việt Nam thì các khách hàng Mỹ đến với Việt Nam ngày càng nhiều hơn. Điều này làm cho xuất khẩu cà phê Việt Nam có bước phát triển rất nhanh chóng, chỉ sau một năm họ trở thành khách hàng lớn nhất của cà phê Việt Nam với lượng mua hàng năm khoảng 25% lượng cà phê của Việt Nam.

**Bảng 2.6: Kim ngạch xuất khẩu cà phê Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ.**

Năm	Khối lượng (1000 tấn)	% tăng so với năm trước	Giá xuất khẩu bình quân (USD/tấn)	Giá trị (triệu USD)	% tốc độ tăng so năm trước
2000	231,33		756	163,67	
2001	291,43	125,98	436	127,00	77,6
2002	237,9	81,63	368	87,67	69,03
2003	250,0	105,09	427	106,87	121,9
2004	261,82	104,73	610,5	159,84	149,56

*Nguồn: Bộ NN&PTNT*

Qua bảng thống kê trên chúng ta có thể thấy rằng kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ trong giai đoạn này nhìn chung là tăng tuy không cao. Trung bình trong giai đoạn này tốc độ tăng của sản lượng xuất khẩu là 4,36%/năm, trong khi giá trị tăng 4,52%/năm. Tuy nhiên trong năm 2001 và 2002 giá trị xuất khẩu giảm mạnh. Nguyên nhân chính là do giá cà phê thế giới giảm mạnh và do cà phê Việt Nam bị mất mùa. Trong năm 2005 theo dự báo ban đầu thì sản lượng cà phê thế giới vẫn cao hơn nhu cầu. Tuy nhiên, sang đầu năm 2005 thì hạn hán diễn ra tại các nước Châu Á và Braxin làm cho sản lượng cà phê thế giới giảm. Đây chính là nguyên nhân làm cho giá cà phê thế giới tăng mạnh, giá cà phê Robusta lên tới hơn 1.000 USD/tấn, trong khi đó giá cà phê trong nước tăng lên trên 15.000 đồng/kg, thậm chí có khi lên tới 20.000 đồng/kg. Nhưng các nhà xuất khẩu cà phê Việt Nam lại ký trước các hợp đồng từ vụ trước với các nhà nhập khẩu cà phê Hoa Kỳ nên đến lúc giao hàng thì các doanh nghiệp xuất khẩu trong nước không có đủ hàng để giao, hoặc phải mua hàng với giá cao để giao cho khách hàng. Vì vậy xuất khẩu cà phê Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ trong năm 2005 vẫn gặp nhiều khó khăn.

#### **2.2.2.2. Cơ cấu và chủng loại.**

Cà phê xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu là cà phê vối, cà phê chè chỉ chiếm một tỷ trọng nhỏ trong khối lượng xuất khẩu cà phê của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ.

**Bảng 2.7: Cơ cấu sản phẩm cà phê của Việt Nam xuất khẩu vào Hoa Kỳ.***Đơn vị: 1000 tấn*

Năm Cơ cấu	2000	2001	2002	2003	2004
Cà phê vối	191,33	241,43	192,90	200,00	205,52
Cà phê chè	40,00	50,00	45,00	50,00	56,3
Tổng	231,33	291,43	237,90	250,00	261,82

*Nguồn: Hiệp hội cà phê cao Việt Nam**Tổng công ty Cà phê Việt Nam.*

Như ta biết rằng hiện nay giá cà phê chè trên thế giới đã cao gấp 2 lần giá cà phê vối. Tuy nhiên cũng qua bảng trên ta cũng nhận thấy là tỷ lệ cà phê chè trong tổng khối lượng xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ đã có chiều hướng tăng lên. Nếu năm 2000 cà phê chè chỉ chiếm 17,29% tổng số lượng cà phê xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường này, thì đến năm 2003 tỷ lệ này đã lên 20%. Đến năm 2004 tỷ lệ cà phê chè trong tổng sản lượng cà phê xuất khẩu Việt Nam sang Hoa Kỳ đã chiếm 21,5%. Đây là một dấu hiệu tốt cho ngành cà phê Việt Nam và nó cũng nằm trong kế hoạch phát triển của ngành cà phê mà Tổng công ty cà phê Việt Nam đang thực hiện.

### **2.2.2.3. Chất lượng và giá cả.**

Không những cà phê xuất khẩu của chúng ta chủ yếu là cà phê nhân, mà cà phê nhân xuất khẩu của chúng ta có chất lượng cũng không được tốt. Việc phân chia chất lượng cà phê dựa theo tiêu chuẩn về độ ẩm, tạp chất, hạt vỡ và kích cỡ hạt. Dựa vào tiêu chuẩn này thì cà phê loại R (Robusta) là có chất lượng nhất, sau đó đến các loại R2A, R2B. Trước đây cà phê xuất khẩu của Việt Nam chỉ là loại cà phê R2B, đến nay loại cà phê này gần như là không còn trong cơ cấu xuất khẩu của chúng ta mà hiện nay chúng ta xuất khẩu chủ yếu là cà phê loại R1 và R2A. Tuy vậy tỷ lệ cà phê loại R vẫn chưa cao, cà phê xuất khẩu của Việt Nam có tỷ lệ hạt vỡ và tạp chất cao, ngoài ra chất lượng lại không đồng đều. Cả cà phê chè xuất khẩu của chúng ta chất lượng cũng không cao. Điều này được thể hiện thông qua bảng sau.

**Bảng 2.8: Chất lượng cà phê xuất khẩu Việt Nam.**

	Cà phê vối	Cà phê chè
Hình dáng	Không đều, phần lớn kích cỡ hạt nhỏ, có lẫn cành cây, có đá và vỏ	Không đều, xám xanh, nhiều hạt còn xanh, thường khô quá hoặc không đủ khô
Độ ẩm (ISO 6673 trung bình)	13%	13%
Khuyết tật	Cao	Trung bình
Độ chua		Thấp + thấp đến trung bình
Độ đậm		Trung bình
Đặc tính	Nhẹ đến mạnh	Nhạt có vị cỏ
Vấn đề	Có mùi hôi, mùi khói, bị lên men qua, mốc, có đất	Chưa chín, có mùi cỏ, thiếu mùi thơm

*Nguồn: Thông tin được thảo luận và xây dựng với trường tư vấn chất lượng trộn Toloka- Kraft.*

Chính do chất lượng cà phê xuất khẩu của chúng được các nhà nhập khẩu Hoa Kỳ đánh giá còn thấp và không đồng đều như thế đã làm cho cà phê xuất khẩu của Việt Nam bị các nhà nhập khẩu Mỹ ép giá, do đó giá xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường này thấp.

#### **2.2.2.4. Cạnh tranh sản phẩm và doanh nghiệp xuất khẩu cà phê trên thị trường Hoa Kỳ.**

##### **a. Các sản phẩm cạnh tranh.**

Cà phê xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ chủ yếu là cà phê vối (chiếm hơn 80% tổng lượng cà phê xuất khẩu của Việt Nam vào Hoa Kỳ), chính vì vậy cà phê Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ phải cạnh tranh với các sản phẩm cùng loại của các nước xuất khẩu khác vào Hoa Kỳ như Indonesia, Ấn Độ, Cote Divoa... Theo đánh giá thì cà phê vối của Việt Nam xuất khẩu vào thị trường Mỹ có chất lượng không bằng với cà phê vối của Indonesia và một số nước khác. Vì vậy đây chính là các sản phẩm cạnh tranh chính của cà phê xuất khẩu Việt Nam trên thị trường Hoa Kỳ. Ngoài ra cà phê xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ còn bị cạnh tranh bởi cà phê chè vì người dân Mỹ có nhu

cầu về cà phê chè khoảng 70% vì vậy cà phê vối sẽ bị cạnh tranh mạnh và gặp khó khăn trên thị trường Hoa Kỳ. Bên cạnh đó cà phê xuất khẩu của Việt Nam trên thị Hoa Kỳ còn bị cạnh tranh bởi các sản phẩm thay thế khác như chè, nước khoáng, hay các đồ uống khác.

***b. Đối thủ cạnh tranh.***

Các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ phải cạnh tranh với các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê của Indonesia, Thái Lan, Ấn Độ, các nước Châu Phi, và phải kể đến các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê robusta của Braxin, Colombia, Mêhico, những doanh nghiệp có lợi thế rất lớn so với các doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường Hoa Kỳ.

**2.2.3. Đánh giá về xuất khẩu cà phê Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ.**

**2.2.3.1. Kết quả đã đạt được.**

***a. Kết quả.***

Trong những năm vừa qua, xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang thị trường Hoa kỳ đã đạt được những kết quả rất đáng khích lệ.

- Khối lượng xuất khẩu cà phê của Việt Nam vào thị trường Hoa kỳ có xu hướng tăng lên. Đặc biệt là kể từ khi Mỹ dỡ bỏ cấm vận kinh tế đối với Việt Nam, thì khối lượng cà phê xuất khẩu của chúng ta vào Hoa Kỳ tăng lên nhanh chóng và thị trường Hoa kỳ đã trở thành một thị trường xuất khẩu cà phê lớn nhất của Việt Nam. Tuy thị trường cà phê thế giới có nhiều biến động phức tạp trong thời gian qua nhưng khối lượng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ có tốc độ tăng khoảng 8,5%/năm.

- Cơ cấu cà phê xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ cũng đã có những thay đổi tích cực, tỷ lệ cà phê chè có giá trị cao đã tăng qua từng năm trong tổng khối lượng cà phê xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ. Năm 2003 tỷ lệ này đã đạt 20%, trong khi tỷ lệ xuất khẩu cà phê chè của cả nước trên thị trường thế giới chỉ chiếm 10%. Bên cạnh đó cà phê thành phẩm trong cơ cấu xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ cũng đã tăng lên trong thời gian qua.

- Chất lượng cà phê xuất khẩu của cà phê Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ cũng đã được cải thiện và ngày một nâng cao. Cà phê Việt Nam được khách hàng Mỹ đánh giá là mùi thơm và dễ dàng chế biến cũng như sử dụng ngay.

- Giá cà phê xuất khẩu của chúng ta sang thị trường Hoa kỳ rẻ, do đó sức cạnh tranh của cà phê xuất khẩu Việt Nam trên thị trường Hoa Kỳ cao.

### ***b. Nguyên nhân.***

Đạt được những kết quả trên là do những nguyên nhân chính sau đây:

- Do chính sách mở cửa hội nhập kinh tế đúng đắn của Đảng và Nhà nước nên ngành thương mại của Việt Nam nói chung và xuất khẩu cà phê nói riêng có được môi trường hoạt động thuận lợi.

- Việt Nam có điều kiện thiên nhiên, khí hậu và thổ nhưỡng thuận lợi với cây cà phê nên năng suất và sản lượng cà phê không ngừng tăng lên qua từng năm. Việt Nam là nước có năng suất cà phê cao nhất thế giới với 2 tấn/ha, với sự nỗ lực đầu tư của ngành và Chính phủ thì năng suất cà phê của chúng ta sẽ không ngừng tăng lên trong thời gian tới.

- Việc Mỹ dỡ bỏ lệnh cấm vận kinh tế đối với Việt Nam vào năm 1994 và việc hai nước ký kết Hiệp định thương mại song phương vào tháng 7/2000 đã tạo điều kiện thuận lợi cho cà phê Việt Nam thâm nhập thị trường Hoa Kỳ.

- Do các doanh nghiệp Việt Nam đã chủ động và nhạy bén trong việc tìm kiếm bạn hàng và cơ hội kinh doanh.

- Mỹ là một thị trường lớn tiềm năng về cà phê, với nhu cầu tiêu dùng và chế biến cà phê lớn, thị phần cà phê của Mỹ chiếm 15 –20% thị phần cà phê thế giới.

- Do có các chính sách hỗ trợ của Nhà nước trong việc xuất khẩu cà phê sang thị trường Hoa Kỳ.

### **2.2.3.2. Những tồn tại và nguyên nhân.**

#### ***a. Những tồn tại.***

Tuy đã đạt được kết quả đáng khích lệ như đã nêu ở trên, xuất khẩu cà phê Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ vẫn còn một số tồn tại yếu kém như sau:

- Việt Nam là nước xuất khẩu cà phê robusta lớn nhất thế giới và là quốc gia xuất khẩu cà phê nói chung lớn thứ hai thế giới sau Braxin nhưng thị phần cà phê của Việt Nam ở thị trường Hoa Kỳ chỉ chiếm 15% còn nhỏ bé so với tiềm năng của cà phê Việt Nam và thị trường Hoa Kỳ.

- Chất lượng cà phê xuất khẩu của Việt Nam nói chung và sang thị trường Hoa Kỳ nói riêng còn kém nên dễ bị các nhà nhập khẩu ép giá.

- Giá cà phê xuất khẩu của Việt Nam còn thấp và không ổn định.

- Cà phê xuất khẩu của Việt Nam sang Hoa Kỳ chủ yếu là cà phê nhân và là loại cà phê vối có giá trị không cao, nên hiệu quả xuất khẩu cà phê Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ là không cao.

***b. Nguyên nhân:***

- Bị cạnh tranh gay gắt bởi các nước xuất khẩu cà phê lớn trên thế giới và có ưu thế về địa lý so với Việt Nam như Mêhico, Braxin, Colombia.

- Công nghệ chế biến cà phê của Việt Nam chủ yếu là bằng phương pháp thủ công lạc hậu và phân tán. Phương pháp chế biến chủ yếu của cà phê xuất khẩu Việt Nam là phương pháp khô có chất lượng không cao.

- Phương thức mua bán cà phê xuất khẩu ở Việt Nam còn quá phức tạp cho các nhà nhập khẩu cà phê trên thế giới nói chung và của Hoa Kỳ nói riêng so với việc họ mua trên các sàn giao dịch như London hay NewYork.

- Các doanh nghiệp Việt Nam cũng nói riêng cũng như của ngành cà phê Việt Nam nói chung chưa có được một thương hiệu mạnh.

- Các dịch vụ xúc tiến xuất khẩu kém, chất lượng lại không cao, trong khi đây lại là một vũ khí cạnh tranh hiệu quả đối với các doanh nghiệp xuất khẩu.

## 2.3. CHÍNH SÁCH TÀI CHÍNH HỖ TRỢ XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG HOA KỲ.

### 2.3.1. Chính sách tín dụng hỗ trợ xuất khẩu.

Cà phê là mặt hàng xuất khẩu chủ lực và chiến lược của Việt Nam nên nó được Nhà nước có nhiều chính sách ưu đãi hỗ trợ xuất khẩu. Tuy nhiên, việc hỗ

trợ này chỉ chung cho tất cả các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê nói chung chứ không cụ thể vào một thị trường nào.

Năm 2000 Thủ tướng chính phủ có quyết định số 1067/2000/QĐ –TTg ngày 27/10/2000 quy định tín dụng hỗ trợ xuất khẩu niên vụ 2000/2001. Thực hiện tạm trữ 60.000 tấn cà phê nhân, phân bổ cho tỉnh Đắk Lắk 20.000 tấn, Đồng Nai 10.000 tấn, Gia Lai 7.000 tấn, Lâm Đồng 8.000 tấn, Tổng công ty cà phê Việt Nam 15.000 tấn. Tiếp đó ngày 13/02/2001 Thủ tướng chính phủ lại quyết định tạm giữ thêm 90.000 tấn cà phê với với thời hạn 6 tháng. Quỹ hỗ trợ xuất khẩu hỗ trợ 100% lãi xuất vay ngân hàng.

Năm 2001 Chính phủ cũng có quyết định miễn giảm 50% thuế đối với người trồng cà phê. Với các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê Chính phủ hỗ trợ lãi suất vay Ngân hàng với số tiền là 38 tỷ đồng để tạm trữ 150.000 tấn cà phê trong 6 tháng. Ngoài ra Nhà nước cũng hỗ trợ 70% lãi suất vốn vay cho các doanh nghiệp thu mua chế biến cà phê đã xuất khẩu đến tháng 9/2000 khoảng 5,5 tỷ đồng. Bên cạnh đó Nhà nước còn hỗ trợ tiền cho nhập khẩu giống. Cũng trong năm 2001 trước tình hình giá cà phê thế giới và giá cà phê xuất khẩu Việt Nam giảm liên tục và đạt mức thấp nhất trong vòng 30 năm qua, khiến cho các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê bị thua lỗ nặng, Chính phủ có quyết định khoan nợ vay Ngân hàng trong thời hạn 3 năm cho người trồng cà phê, thu mua chế biến và xuất khẩu cà phê (khoảng 2500 tỷ đồng, tức là các doanh nghiệp và người trồng cà phê không phải trả lãi vay mà ngân sách Nhà nước sẽ cấp bù lãi suất cho các Ngân hàng) và tiếp tục cho vay mới để cho người trồng cà phê có vốn chăm sóc cà phê. Đến tháng 7/2003 các Ngân hàng đã thực hiện gia hạn, giãn thời hạn trả nợ cho các doanh nghiệp kinh doanh cà phê với số nợ 2752 tỷ đồng. Nợ quá hạn là 42 tỷ đồng, chiếm 6,5% tổng dư nợ.

Năm 2004 Tỉnh Đắk Lắk quyết định cho các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê trên địa bàn tỉnh vay 100 tỷ đồng từ nguồn quỹ hỗ trợ phát triển để thu mua cà phê dự trữ xuất khẩu với thời hạn dưới 12 tháng, với lãi suất ưu đãi là

0,36%/tháng trong khi lãi suất thông thường ở thời điểm đó là khoảng 0,62%/tháng. Với sự hỗ trợ này, các doanh nghiệp mua được 10.000 tấn cà phê.

Việc hỗ trợ trên đã góp phần thúc đẩy người trồng cà phê, doanh nghiệp chế biến xuất khẩu cà phê có thể đứng vững được trong những thời điểm khó khăn và vẫn duy trì được vị trí là nước xuất khẩu cà phê lớn thứ hai thế giới. Tuy vậy, không chỉ có chúng ta mới hỗ trợ tài chính cho xuất khẩu cà phê mà Braxin, là một nước xuất khẩu cà phê lớn nhất thế giới với lợi thế lớn nhưng mỗi năm họ hỗ trợ cho cà phê một năm rất lớn, lớn hơn chúng ta rất nhiều. Đơn cử như trong niên vụ 04/05 họ hỗ trợ 500 triệu Real (180 triệu USD - tức khoảng 2900 tỷ VND) để hỗ trợ trang trải chi phí lưu kho và thu hoạch vụ 04/05. Ngoài ra họ còn áp dụng mức lãi suất tín dụng đặc biệt 8,75%/năm cho phép thực hiện các hoạt động Marketing cho vụ 04/05 và thời hạn lâu hơn. Như vậy, việc hỗ trợ tài chính cho cà phê xuất khẩu được nhiều nước trên thế giới sử dụng để thúc đẩy xuất khẩu cà phê của mình. Trong thời kỳ mà thị trường cà phê thế giới có nhiều biến động phức tạp như hiện nay thì việc hỗ trợ tài chính cho cà phê được coi như là biện pháp ngắn hạn hữu hiệu hơn cả để các nước sản xuất và xuất khẩu cà phê như Việt Nam và Braxin.

### **2.3.2. Chính sách tín dụng cho đầu tư.**

Trong những năm qua Việt Nam luôn là nước xuất khẩu cà phê lớn thứ hai trên thế giới sau Braxin và là nước xuất khẩu cà phê với nhiều nhất trên thế giới. Tuy nhiên giá của cà phê với trong những năm gần đây biến động thất thường và có xu hướng giảm mạnh khiến cho giá trị xuất khẩu cà phê không cao, không tương xứng với sản lượng xuất khẩu của Việt Nam. Trong khi đó cà phê chè lại giữ được mức giá ổn định và tăng cao (cao gấp hai lần giá cà phê với). Mặt khác thị người dân Mỹ lại ưa thích loại cà phê chè hơn cà phê với. Trước thực tiễn đó Nhà nước và ngành cà phê có chiến lược đầu tư mở rộng trồng cây cà phê chè, chuyển dịch dần cơ cấu cây cà phê nhằm mục tiêu là tỷ lệ cà phê chè và cà phê với là 1: 4. Để thực hiện mục tiêu đó Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn phối hợp với Hiệp hội cà phê cao Việt Nam (Vicofa) đã soạn thảo chương

trình phát triển cà phê chè và giao cho Tổng công ty cà phê Việt Nam thực hiện. Để thực hiện kế hoạch có 40.000 ha trong thời kỳ 1999 -2003, ở các tỉnh phía Bắc từ Huế trở ra với số vốn đầu tư là 150 tỷ đồng. Để hỗ trợ cho dự án này Thủ tướng Chính phủ đã có quyết định số 172/QĐ –TTg ngày 24/3/97 cho phép ngành cà phê Việt Nam vay quỹ phát triển Pháp (CFD) 42 triệu USD.

Ở tỉnh Nghệ An, những hộ trồng cà phê chè Cotimor được hỗ trợ 100% giá trị bầu giống. Ngoài ra ngân sách tỉnh còn hỗ trợ 50% lãi suất vay cho việc đầu tư thủy lợi tưới tiêu trong vào 2 năm đầu. Bên cạnh đó ngành nông nghiệp tỉnh còn cho những hộ trồng cà phê chè vay 600kg phân NPK và 700 kg phân đạm hữu cơ không tính lãi để chăm sóc cây cà phê chè trong hai năm đầu. Điều này đã tạo điều kiện rất tốt cho người trồng cà phê của tỉnh yên tâm mạnh dạn trồng cây cà phê. Còn ở Thanh Hóa đầu tư 100 tỷ đồng cho việc phát triển cây cà phê chè. Mỗi hộ trồng cà phê được Nhà nước cho vay 35 triệu đồng/1ha chủ yếu cho cho phân bón và giống. Với sự hỗ trợ này cả tỉnh đã trồng được khoảng 3000 ha cà phê chè. Tuy nhiên do điều kiện cũng như kỹ thuật chăm sóc không tốt cộng với cây cà phê chè là loại cây khó tính hay bị sâu bệnh nên cả tỉnh đã mất hơn 2000 ha cây cà phê trong thời gian qua. Hiện nay chỉ còn khoảng 500 ha cây cà phê chè trên toàn tỉnh, diện tích cà phê còn lại này cũng gặp nhiều khó khăn nếu không có biện pháp hỗ trợ kịp thời của các cơ quan chức năng.

Với những sự hỗ trợ đó diện tích cà phê chè của của chúng ta đã tăng lên qua các năm. Trong giai đoạn 1 toàn ngành cà phê đã trồng được khoảng 40.000 ha cà phê chè chủ yếu ở các tỉnh phía Bắc. Tuy nhiên do chưa được đầu tư đến nơi và đây là loại cây rất khó chăm sóc nên đến nay diện tích cà phê chè của Việt Nam chỉ còn khoảng 14.000 ha với sản lượng là 6.000- 7.000 tấn/năm. Việc hỗ trợ cho đầu tư vào phát triển cà phê chè cũng như là một sự hỗ trợ cho việc xuất khẩu cà phê của Việt Nam vào Hoa Kỳ. Bởi vì như chúng ta đã thấy thì người dân Mỹ chủ yếu có nhu cầu về loại cà phê chè (70%), mặt khác trong những năm qua tỷ lệ cà phê chè của Việt Nam xuất khẩu sang Hoa Kỳ cao hơn bất kỳ một thị trường nào (tới 20%).

Về nguồn đầu tư thì có thể chia ra làm hai loại như sau. Về phía doanh nghiệp Nhà nước thì nguồn tài chính đầu tư cho sản xuất và chế biến được vay từ quỹ hỗ trợ phát triển và từ nguồn tài chính trung và dài hạn của ngân hàng. Khoản này chiếm tới hơn 80% trong tổng nguồn vốn mà các doanh nghiệp Nhà nước đầu tư cho sản xuất chế biến (bao gồm thu hái và bảo quản). Ngoài ra còn có nguồn đầu tư từ ngân sách Nhà nước cũng như các nguồn tài trợ và đầu tư từ nước ngoài. Đối với các hộ nông dân trồng cà phê và chế biến thủ công tại nhà thì nguồn vốn của họ là vốn tự có, vốn vay ngân hàng, vốn từ quỹ tín dụng, vốn vay của nhau và vốn do người thân ở nước ngoài gửi về. Ở Đắk Lắk trong tổng diện tích cà phê toàn tỉnh thì có tới 90% là nằm trong tay những hộ nông dân mà những hộ nông dân này họ bí mật về nguồn cũng như số vốn đầu tư của mình. Trong khi đó Đắk Lắk lại chiếm tới 2/3 sản lượng cà phê của cả nước nên chúng ta không thể có đủ mẫu để tiến hành điều tra thống kê. Do đó về khoản đầu tư của những hộ nông dân chúng ta không thể có số liệu thống kê được ít nhất là cho đến thời điểm này.

Ngoài ra, những năm qua Chính phủ cũng có nhiều quan tâm trong việc xây dựng cơ sở hạ tầng phục vụ cho xuất khẩu cà phê. Tháng 9/2003 Chính phủ đã cho phép xây dựng chợ giao dịch cà phê tại thành phố Buôn Ma Thuật với tổng số vốn 32 tỷ đồng. Bên cạnh đó Hiệp hội cà phê cao Việt Nam còn có dự án xây dựng trung tâm mua bán cà phê của Việt Nam với số vốn đầu tư lên tới 56 tỷ đồng sắp được triển khai trong năm 2005. Việc này đã giúp cho các doanh nghiệp kinh doanh cà phê xuất khẩu có điều kiện thu mua cà phê từ người trồng cà phê, tạo ra được một kênh phân phối tốt cho việc thúc đẩy xuất khẩu cà phê.

### **2.3.3. Chính sách thuế.**

Với cà phê nhân xuất khẩu thì không chịu thuế xuất khẩu tức thuế xuất khẩu của cà phê là 0%, mặt khác cũng như các mặt hàng xuất khẩu khác thì cà phê xuất khẩu cũng không phải chịu thuế giá trị gia tăng, nên khi xuất khẩu các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê được hoàn thuế. Còn về phía Hoa Kỳ, thì thuế nhập khẩu đối với cà phê nhân là 0%, hơn Việt Nam và Hoa Kỳ đã ký hiệp định

thương mại song phương nên cũng tạo điều kiện thuận lợi nhất định cho xuất khẩu cà phê vào thị trường này.

**Bảng 2.9: Thuế suất nhập khẩu một số sản phẩm nông lâm sản của Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ.**

Sản phẩm	Thuế phổ thông	Thuế MFN
Gạo	35%	12,2%
Cà phê nhân	0%	0%
Cao su thiên nhiên	0 -35%	0%
Hạt điều	0,9%	0%
Rau quả	20,8%	5,4%
Dứa hộp	25%	0,35 cent/kg
Chè	0%	0%
Sản phẩm gỗ các loại	40 – 50%	0 -12%

*Nguồn: Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn.*

Như vậy cà phê nhân xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ cả trước và sau khi có hiệp định đều có thuế suất bằng 0%. Nguyên nhân là do Hoa Kỳ là nước có nhu cầu tiêu thụ cà phê lớn nhất thế giới cả cho nhu cầu rang xay và tiêu thụ cuối cùng mà trong nước lại không sản xuất nên việc họ áp dụng mức thuế xuất bằng 0% cũng như có ít rào cản thương mại khác với cà phê nhân nhập khẩu là để nhằm khuyến khích nhập khẩu cà phê để khai thác lợi thế từ nhập khẩu cho sản xuất, chế biến cà phê trong nước. Đây chính là một điều kiện thuận lợi cho ngành cà phê Việt Nam. Cà phê xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ không phải chịu bất cứ một khoản thuế nào liên quan đến xuất nhập khẩu. Nhưng theo quy định của Chính phủ thì sẽ có phần phụ thu đối với xuất khẩu cà phê đó là: khi giá xuất khẩu cà phê là 3800USD/tấn thì phải nộp phần phụ thu là 20% giá, khi giá xuất khẩu thấp hơn 3000USD/tấn thì phần phụ thu sẽ giảm dần và khi giá xuất khẩu dưới 1000USD/tấn thì Nhà nước sẽ bỏ phần phụ thu. Như vậy với giá xuất khẩu trong những năm qua của cà phê Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ với mức giá trung bình từ 300 – 750 USD/tấn thì cà phê Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ không phải nộp phần phụ thu và các khoản thuế xuất nhập khẩu khác. Ngoài ra với quyết định số 908/2001/QĐ – TTg của Thủ tướng Chính phủ và Nghị định 79/2002/NĐ – TTg đã quy định chi tiết

về thi hành luật thuế Giá trị gia tăng trong đó quy định tỷ lệ khấu trừ đầu vào 1% đối với hàng mua có hóa đơn Giá trị gia tăng là nông, lâm, thủy hải sản chưa qua chế biến, trong đó có cà phê nhân.

Chính nhờ sự hỗ trợ và chính sách này mà khối lượng xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ trong thời gian qua có xu hướng tăng lên. Tuy nhiên do cà phê xuất khẩu của chúng ta chủ yếu là loại cà phê robusta (cà phê vối) lại có chất lượng không cao nên giá thấp vì vậy mà kim ngạch xuất khẩu còn khiêm tốn và có xu hướng giảm trong những năm qua.

#### **2.3.4. Chính sách bảo hiểm rủi ro.**

Để giúp cho người sản xuất chế biến và kinh doanh xuất khẩu cà phê tránh gặp phải những rủi ro. Nhà nước đã có chính sách bảo hiểm rủi ro đối với các doanh nghiệp tham gia xuất khẩu cà phê, mà đơn vị tham gia bảo hiểm cho các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê là Ngân hàng TECHOMBANK. Bảo hiểm cho rủi ro tỷ giá với mức phí quyền lựa chọn trong giao dịch tỷ giá loại kỳ hạn lần lượt là: 1 tháng 1,3%; 2 tháng là 2,2%; 3 tháng là 2,8%. Ngoài ra các doanh nghiệp khi tham gia mua bán cà phê trên thị trường kỳ hạn còn được bảo hiểm, khi mức giá trong tương lai thấp quá so với mức giá mua ở hiện tại thì doanh nghiệp có quyền không thực hiện hợp đồng mà chỉ phải chịu phí bảo hiểm với Ngân hàng còn giá lên cao thì doanh nghiệp thực hiện hợp đồng và bán lại để kiếm lời. Như vậy thì doanh nghiệp sẽ giảm thiểu được rủi ro. Chính nhờ việc này cùng với sự đầu tư của Nhà nước mà ở đây là tỉnh Đắk Lắk mà hiện nay ở Việt Nam đã có 6 doanh nghiệp tham gia vào thị trường kỳ hạn này. Điều đó không những giúp cho các doanh nghiệp tăng cường đẩy mạnh xuất khẩu cà phê mà còn giúp cho họ hoạt động có hiệu quả hơn.

#### **2.3.5. Các chính sách hỗ trợ khác.**

Liên tục trong những năm qua từ năm 2002 đến nay cà phê luôn nằm trong danh mục những mặt hàng được hỗ trợ về xúc tiến thương mại trọng điểm của quốc gia. Thể hiện là ngày 2/4/2004 cục xúc tiến thương mại đã có công văn

110/XTTM - HCTH thành lập trung tâm giới thiệu sản phẩm tại Hoa Kỳ và đã thông báo cho ngành cà phê biết để tham gia.

Ngoài ra hàng năm quỹ thưởng thành tích xuất khẩu cũng đã thưởng cho các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê, năm 2001 số tiền thưởng dành cho các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê là 77 tỷ đồng. Năm 2002 thì mức thưởng cho các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê là 300đ/1USD vượt kim ngạch xuất khẩu, năm 2003 thì quy định những doanh nghiệp xuất khẩu vượt trên 500.00 USD thì được thưởng thành tích xuất khẩu. Trong đó Nhà máy chế biến cà phê Biên Hòa của Tổng công ty Cà phê Việt Nam được Bộ thương mại thưởng về thành tích xuất khẩu sản phẩm mới là cà phê chế biến, mà thị trường lớn của Nhà máy là Hoa Kỳ.

Chính nhờ có các chính sách hỗ trợ này đã khích lệ rất lớn cho các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê không những giúp cho các doanh nghiệp có thêm nguồn tài chính để đầu tư vào thị trường xuất khẩu, vào đầu tư. Đặc biệt là với những doanh nghiệp có sản phẩm xuất khẩu mới và thị trường mới thì những khoản hỗ trợ thông qua thưởng xuất khẩu sẽ giúp cho các doanh nghiệp mạnh dạn hơn trong việc đầu tư vào sản phẩm mới và thị trường mới, nâng cao hiệu quả cà phê xuất khẩu của Việt Nam.

### **2.3.6. Đánh giá.**

#### **2.3.6.1. Những mặt được của các chính sách tài chính.**

- Chúng ta không thể phủ nhận rằng các chính sách tài chính trên đã góp phần đáng kể vào việc thúc đẩy xuất khẩu cà phê của Việt Nam trong thời gian qua. Đưa Việt Nam từ một nước mỗi năm chỉ xuất khẩu được 5.000 -7.000 tấn cà phê với kim ngạch không quá 10 triệu USD trở thành nước xuất khẩu cà phê lớn thứ hai thế giới sau Braxin. Hàng năm xuất khẩu được khoảng 500.000-800.000 tấn với kim ngạch khoảng 500 triệu USD. Trong thời kỳ ngành cà phê khủng hoảng chính sự hỗ trợ kịp thời của những chính sách tài chính này đã giúp cho ngành cà phê Việt Nam vượt qua được khủng hoảng và vẫn giữ vững được là ngành quan trọng trong chiến lược xuất khẩu của quốc gia và vị thế của cà phê Việt Nam trên thị trường thế giới.

- Nhờ sự hỗ trợ của các chính sách tài chính trong đầu tư công nghệ sản xuất chế biến mà trong những năm qua chất lượng cà phê xuất khẩu của Việt Nam đã tăng lên từ loại R2B nay là loại R1-2%.

- Cũng nhờ có sự hỗ trợ của các chính sách tài chính này mà diện tích trồng cây cà phê chè của chúng ta hiện nay đã tăng lên nhanh chóng. Hiện nay cả nước đã trồng được gần 40.000 ha cà phê chè chiếm khoảng hơn 10% tổng diện tích cà phê Việt Nam. Qua đó làm cho tỷ lệ cà phê chè có giá trị cao tăng lên qua các năm từ 17% năm 2000 lên 22% năm 2004 hiệu quả xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ.

- Việc hỗ trợ tài chính cho người sản xuất, chế biến và kinh doanh xuất khẩu cà phê trong thời điểm khó khăn đã giúp cho ngành cà phê Việt Nam thoát khỏi cuộc khủng hoảng vào năm 2001, 2002. Các doanh nghiệp và người sản xuất thoát khỏi những khó khăn để tồn tại và phát triển.

- Ngoài ra việc hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp sản xuất, chế biến, xuất khẩu cà phê Việt Nam đã mạnh dạn đầu tư vào máy móc thiết bị chế biến, đa dạng hóa được mặt hàng cà phê xuất khẩu, tăng tỷ lệ cà phê chế biến trong xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ.

### **2.3.6.2. Những tồn tại.**

Tuy những chính sách tài chính trên đã hỗ trợ rất nhiều cho ngành cà phê Việt Nam vào thị trường Hoa kỳ, nhưng bên cạnh đó chúng còn một số yếu kém.

- Việc đầu tư dàn trải và không đến nơi cũng như không nghiên cứu kỹ trước khi quyết định đầu tư dự án cà phê chè. Mặt khác việc hỗ trợ còn thiếu (chỉ tối đa 10 triệu đồng cho 1 ha, trong khi 1 ha chè cần tới 20 -30 triệu đồng) đã làm cho hàng ngàn hécta cà phê chè bị chết hoặc không có quả. Gây tổn kém và tổn thất lớn cho người trồng cà phê cũng như cho ngành cà phê Việt Nam.

- Với mức hỗ trợ như hiện nay là không cao và còn dàn trải không tập trung được là hỗ trợ cho các doanh nghiệp để họ đầu tư vào đâu và vào thị trường nào.

- Mức hỗ trợ còn chưa cao chỉ khoảng dưới 2000 tỷ đồng trong khi đó Braxin riêng hỗ trợ cho phí lưu kho và thu mua trong niên vụ 2004/05 đã khoảng

hơn 2.800 tỷ đồng Việt Nam, chưa kể là còn ưu đãi về thuế suất ưu đãi đặc biệt.

- Thời gian dành cho các ưu đãi của chúng ta thường ngắn chỉ khoảng dưới 12 tháng và mức hỗ trợ không cao nên nó không phát huy được hết hiệu quả. Như việc hỗ trợ cho việc thu mua cà phê dự trữ chỉ có thời gian là 6 tháng đến 1 năm và mức hỗ trợ chỉ đủ mua được khối lượng chỉ bằng 20% tổng sản lượng cà phê cần thu mua.

- Với bảo hiểm tỷ giá thì phí quá cao từ 1,3 – 2,8% trong khi tỷ giá VND/USD chỉ biến động dưới 2%/năm (năm 2004 tỷ giá này chỉ biến động dưới 1%). Điều này làm cho các doanh nghiệp không hứng thú đặc biệt là cá doanh nghiệp vừa và nhỏ trong ngành cà phê.

- Mức thưởng thành tích xuất khẩu cà phê chưa cao và mỗi năm lại khắt khe hơn (năm 2003 chỉ thưởng thành tích xuất khẩu đối với các doanh nghiệp có kim ngạch xuất khẩu hơn 500.000USD), điều này rất khó cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng như các doanh nghiệp muốn đi tìm thị trường mới.

- Việc hỗ trợ vốn cho người nông dân trồng cà phê còn chỉ chiếm tỷ lệ nhỏ so với tổng vốn đầu tư của người sản xuất cho 1 ha cà phê chè nên gây nhiều khó khăn cho người trồng cà phê, đặc biệt là với loại cây khó tính như cây cà phê chè.

### CHƯƠNG 3:

## MỘT SỐ GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ VỀ CHÍNH SÁCH TÀI CHÍNH THỨC ĐẨY XUẤT KHẨU CÀ PHÊ VIỆT NAM VÀO THỊ TRƯỜNG HOA KỲ TRONG THỜI GIAN TỚI.

### 3.1. DỰ BÁO THỊ TRƯỜNG CÀ PHÊ THẾ GIỚI VÀ HOA KỲ

#### 3.1.1. Dự báo về thị trường cà phê thế giới.

Trong những năm qua thị trường cà phê thế giới có nhiều biến động phức tạp, giá cà phê thế giới liên tục giảm mạnh. Đây chính là hệ quả của việc cung lớn hơn cầu trên thị trường cà phê thế giới trong thời gian qua.

**Bảng 3.1: Quan hệ cung cầu trên thị trường cà phê thế giới (triệu bao).**

Vụ cà phê	2001/2002	2002/2003	2003/2004
Sản lượng	114,85	116,34	117,56
Tiêu thụ	107,60	108,02	109,74

*Nguồn: Tổng công ty cà phê Việt Nam.*

Theo dự báo của FAO và ICO thì trong 6 năm tới cung cà phê robusta trên thế giới vẫn cao hơn cầu cà phê trên thế giới. Trong đó khu vực Châu Mỹ La Tinh vẫn là khu vực có sản lượng lớn nhất trên thế giới, chiếm khoảng hơn 60%, sau đó là khu vực Châu Á rồi Châu Phi. Năm 2005 theo dự báo của FAO thì sản lượng cà phê của thế giới đạt 7,307 triệu tấn tăng khoảng 3,5% so với năm 2004 và năm 2010 là 8 triệu tấn. Trong khi đó thì nhu cầu cà phê trên thế lại tăng chậm. Năm 2005 theo dự báo của FAO nhu cầu về cà phê thế giới là 6,743 triệu tấn, tăng 2,4% so với năm 2004. Trong đó khu vực tiêu thụ cà phê lớn nhất thế giới là Châu Âu với 60% sau đó là Bắc Mỹ, trong đó riêng thị trường Hoa Kỳ chiếm 20% nhu cầu của thế giới.

Cũng theo FAO thì đại đa số các nước sản xuất cà phê để xuất khẩu, nhu cầu nội địa về cà phê của các quốc gia này là không đáng kể dự tính mỗi năm chỉ khoảng 1- 1,2 triệu tấn trên tổng số hơn 6 triệu tấn cà phê được tiêu thụ hàng năm. Vậy hàng năm nhu cầu nhập khẩu cà phê của thế giới khoảng 5,1- 5,7 triệu tấn. Theo dự báo của FAO thì năm 2005 xuất khẩu cà phê của thế giới là khoảng 5,7 triệu tấn và năm 2010 là 6,3 triệu tấn, tăng trung bình 2,2%/năm. Trong khi

đó nhu cầu nhập khẩu của các nước ước tính tăng 1,9%/năm. Vì vậy trong thời gian tới giá cà phê khó mà tăng cao trở lại.

### 3.1.2. Dự báo về thị trường cà phê Hoa Kỳ.

#### 3.1.2.1. Cầu cà phê của thị trường Hoa Kỳ.

Mỗi năm thị trường Hoa Kỳ nhập khẩu khoảng 2 triệu tấn cà phê cả rang hoặc chưa qua rang. Theo trung tâm xúc tiến thương mại Việt Nam tại Hoa Kỳ thì năm 2003 nhu cầu cà phê của Hoa Kỳ là 2,064 triệu tấn. Trong đó nhu cầu về cà phê nhân khoảng 1,1-1,5 triệu tấn chiếm khoảng hơn 65%.

Cùng tập quán tiêu dùng nhiều và với sự phục hồi phát triển của nền kinh tế thì nhu cầu tiêu dùng của người dân Mỹ sẽ ngày một tăng lên, trong đó có nhu cầu về tiêu dùng cà phê. Năm 2001 tiêu thụ cà phê tại thị trường Hoa Kỳ là 1.228.000 tấn với giá trị là 1677 triệu USD. Năm 2004 là 1240 nghìn tấn. Theo dự báo năm 2005 nhu cầu tiêu thụ cà phê của thị trường này là khoảng 1079 nghìn tấn. Năm 2010 thị trường Hoa Kỳ sẽ có nhu cầu tiêu thụ khoảng 1315 tấn cà phê trong đó nhu cầu về cà phê arabica là 80% còn cà phê robusta là 20%.

#### **Bảng 3.2: Dự báo nhập khẩu nông sản của Hoa Kỳ năm 2005**

Đơn vị : tỷ USD

Sản phẩm	Năm 2004	Năm 2005
Sản phẩm động vật	10,353	11,9
Ngũ cốc và các sản phẩm ngũ cốc	4,199	4,4
Các sản phẩm làm vườn	22,918	25,6
Cà phê và các sản phẩm	2,163	2,6
Ca cao và các sản phẩm	2,586	2,2
Chè, hương liệu, dược thảo	1,621	1,4
Các sản phẩm khác	8,861	9,9
Tổng nhập khẩu nông phẩm	52,701	58

*Nguồn : Bộ nông nghiệp Hoa Kỳ tháng 2/2005*

Ngoài ra nhu cầu của người dân Mỹ về cà phê có chất lượng cao ngày càng tăng. Đặc biệt là những thanh và trung niên, những người có thu nhập cao và chiếm tỷ lệ cao trong tổng dân số Mỹ. Trung bình mỗi năm số người có nhu cầu về cà phê có chất lượng cao tăng khoảng 10%. Vì vậy, việc phải nâng cao chất

lượng cà phê khi xuất khẩu cà phê vào thị trường Hoa Kỳ là một vấn đề cấp thiết của các nước xuất khẩu cà phê vào thị trường này.

### **3.1.2.2. Cung cà phê trên thị trường Hoa Kỳ.**

Trong thời gian tới tình hình cung cà phê trên thị trường Hoa Kỳ vẫn có chiều hướng tăng. Ngoài các nước xuất khẩu lớn hiện nay như Braxin, Colombia, Việt Nam, Indonesia, Mehicô, Ấn Độ... mà nhiều nước xuất khẩu cà phê của Châu Phi cũng muốn xâm nhập thị trường rộng lớn này. Trong các nước xuất khẩu cà phê vào thị trường Hoa Kỳ thì Colombia là nước xuất khẩu nhiều nhất vào thị trường này sau đó là Braxin. Còn các nước xuất khẩu cà phê khác như Việt Nam, Indonesia, và các nước Trung Mỹ thì xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ chủ yếu là cà phê robusta và có nhiều nước xuất khẩu cà phê robusta nữa cũng muốn xâm nhập và thâm nhập mạnh vào thị trường này. Do đó trong thời gian tới giá cả cà phê robusta nhập khẩu vào Hoa Kỳ vẫn khó có thể tăng mạnh và còn nhiều biến động.

### **3.1.3. Quan điểm về đầu tư cho ngành cà phê Việt Nam.**

#### **3.1.3.1. Về sản xuất chế biến.**

Theo quan điểm cũng như phương hướng phát triển của Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn đối với ngành cà phê Việt Nam là:

- Chuyển dịch cơ cấu cây cà phê với mục tiêu tới năm 2010 ổn định diện tích cà phê Việt Nam ở mức 500.000 ha với cơ cấu là 100.000 ha diện tích trồng cà phê chè và 400.000 ha trồng cà phê vối. Với năng suất bình quân là 1,6 tấn/ha. Như vậy ổn định ở mức sản lượng khoảng 800.000 tấn cà phê nhân, trong đó cà phê chè là 160.000 ha, cà phê vối là 540.000 ha.

- Tập trung đầu tư cho khâu chế biến, để nâng cao chất lượng cà phê xuất khẩu, đặc biệt là đối với cà phê chè thì chỉ có thể chế biến theo phương pháp chế biến ướt cần đầu tư máy móc trang thiết bị hiện đại. Nguồn vốn đầu tư trước tiên là từ nguồn tín dụng trung và dài hạn của các ngân hàng thương mại, từ quỹ hỗ trợ nhưng trong dài hạn thì tìm kiếm các nguồn đầu tư liên doanh với nước

ngoài. Trong đó hướng tới các nhà đầu tư Hoa Kỳ, nhất là sau chuyến thăm lịch sử của Thủ tướng Phan Văn Khải tới Hoa Kỳ.

- Chuyển đổi cơ cấu mặt hàng cà phê xuất khẩu, tăng mặt hàng cà phê thành phẩm trong cơ cấu cà phê xuất khẩu là cà phê rang, cà phê xay và cà phê hòa tan. Ngoài ra tăng dần cơ cấu cà phê chè trong xuất khẩu cà phê chè sang thị trường Hoa Kỳ.

### **3.1.3.2. Về xuất khẩu.**

Trong những năm tới đây theo quan điểm của Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn cũng như của ngành cà phê Việt Nam thì đầu tư cho xuất khẩu cà phê sẽ tập trung vào các khâu sau.

- Tập trung đầu tư vào khâu xây dựng cơ sở hạ tầng phục vụ cho xuất khẩu, như việc xây dựng các chợ trung tâm thu mua cà phê, các trung tâm giao dịch cà phê. Ngoài ra cũng xây dựng các kho tàng, hoàn thiện các bến bãi để vận chuyển và dự trữ, bảo quản cà phê xuất khẩu. Đây chính là khâu quan trọng đối với cà phê xuất khẩu của Việt Nam trong giai đoạn hiện nay. Với khoản đầu tư có thể lên tới hơn 100 tỷ đồng, mà nhiệm vụ trước mắt là xây dựng các chợ cà phê tại Đắk Lắk và trung tâm giao dịch cà phê tại thành phố Hồ Chí Minh.

- Đầu tư vào nguồn nhân lực làm công tác xuất khẩu, đặc biệt là các cán bộ làm công tác kinh doanh cà phê qua mạng cũng là một khâu đầu tư quan trọng tiếp theo. Đầu tư vào nguồn nhân lực làm công tác kinh doanh xuất nhập khẩu cà phê làm cho xuất khẩu của Việt Nam tránh gặp phải những rủi ro trong quá trình giao dịch mua bán kinh doanh xuất nhập khẩu cà phê.

- Ngoài ra cũng đầu tư cho khâu quảng bá thương hiệu, trước hết là đầu tư xây dựng thương hiệu chung cho cà phê Việt Nam sau đó hỗ trợ cho từng doanh nghiệp trong nước xây dựng và quảng bá thương hiệu riêng cho từng doanh nghiệp và cho từng sản phẩm.

- Bên cạnh đó cũng quan tâm tới đầu tư vào khâu xúc tiến thương mại và nghiên cứu thị trường.

## 3.2. QUAN ĐIỂM ĐỔI MỚI CHÍNH SÁCH TÀI CHÍNH PHỤC VỤ HỖ TRỢ XUẤT KHẨU CÀ PHÊ.

### 3.2.1. Ưu đãi đối những mặt hàng xuất khẩu mới, thị trường mới, kim ngạch và sản lượng gia tăng.

Như chúng ta đã đánh giá ở phần trên, việc hỗ trợ cho cà phê còn mang tính tràn lan dàn trải và không tập trung, do đó nó không mang lại hiệu quả cao cho việc khuyến khích xuất khẩu cà phê của Việt Nam. Vì vậy, trong thời gian tới chúng ta phải tập trung hỗ trợ một cách có trọng điểm tập trung hơn, đầu tư hỗ trợ cho các sản phẩm xuất khẩu mới có giá trị gia tăng cao như cà phê hòa tan, kẹo cà phê, cà phê rang xay...giảm dần hỗ trợ tài chính cho xuất khẩu cà phê nhân, cà phê thô chưa qua chế biến. Ngoài ra Nhà nước còn phải hỗ trợ cho các doanh nghiệp xuất khẩu vào thị trường mới như Trung Quốc, một số quốc gia Đông Nam Á thông qua hỗ trợ về thông tin, xúc tiến và thưởng cũng như các hỗ trợ khác...Bên cạnh đó Nhà nước cũng cần phải giữ mức hỗ trợ thích đáng cho các doanh nghiệp có thành tích xuất khẩu về sản lượng và kim ngạch như thưởng xuất khẩu cho vay vốn ưu đãi để đầu tư máy móc trang thiết bị nhằm nâng cao chất lượng cà phê xuất khẩu. Thưởng và khích lệ cả về vật chất (tiền) và danh hiệu đối với các doanh nghiệp chủ động áp dụng các tiêu chuẩn kỹ thuật trong nước và quốc tế trong sản xuất chế biến cà phê xuất khẩu được các khách hàng đánh giá khen ngợi. Có như thế mới khuyến khích các doanh nghiệp phải nỗ lực để tự nâng cao chất lượng cà phê xuất khẩu của mình lên, qua đó nâng cao chất lượng cà phê xuất khẩu của Việt Nam, nâng cao uy tín hình ảnh của cà phê xuất khẩu của Việt Nam trên thị trường cà phê thế giới, trong con mắt khách hàng, đặc biệt là với những khách hàng lớn như Hoa Kỳ và EU.

### 3.2.2. Chuyển từ hỗ trợ trực tiếp sang gián tiếp để thúc đẩy xuất khẩu.

Trong xu thế hiện nay, chúng ta đang nỗ lực và sắp gia nhập WTO thì việc hỗ trợ trực tiếp, đặc biệt là hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp xuất khẩu sẽ phải dỡ bỏ theo quy định của tổ chức này. Trong khi đó các doanh nghiệp Việt Nam kể cả các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê đại đa số là các doanh nghiệp vừa

và nhỏ, khả năng về tài chính cũng như nguồn lực không lớn. Chính vì vậy việc cắt giảm hỗ trợ sẽ làm cho các doanh nghiệp này gặp nhiều khó khăn khi chúng ta tham gia vào WTO. Để cho các doanh nghiệp này hoạt động tốt, thúc đẩy xuất khẩu, đặc biệt là mặt hàng có nhiều biến động phức tạp như cà phê thì Nhà nước cũng cần phải có biện pháp hỗ trợ để thúc đẩy xuất khẩu nhưng lại không trái với quy định của WTO. Vì vậy chúng ta phải chuyển từ hỗ trợ trực tiếp sang hỗ trợ gián tiếp. Việc hỗ trợ gián tiếp cho các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê như đầu tư hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất chế biến cà phê xuất khẩu đào tạo nguồn nhân lực, hỗ trợ thông qua việc cung cấp thông tin cho các doanh nghiệp về thị trường cà phê các nước và thế giới thông qua các tham tán thương mại ở nước ngoài. Nhà nước có thể đầu tư cho các cơ quan nghiên cứu khoa học, nghiên cứu các loại máy móc trang thiết bị phục vụ cho sản xuất cà phê như hỗ trợ cho trường Đại học bách khoa Hà Nội và Bách khoa thành phố Hồ Chí Minh, trường đại học Nông nghiệp hoặc một số trung tâm khoa học của cả nước về các dự án nghiên cứu ứng dụng máy chế biến cà phê. Bên cạnh đó hỗ trợ một phần cho các doanh nghiệp đặc biệt là các doanh nghiệp có thành tích xuất khẩu sản phẩm cà phê mới xây dựng thương hiệu. Bên cạnh đó vẫn phải duy trì hỗ trợ thông qua thương xuất khẩu như hiện nay.

### **3.2.3. Hỗ trợ xuất khẩu cà phê phải đảm bảo sự phù hợp chặt chẽ về cơ chế khuyến khích và sự phối hợp giữa “bốn nhà”.**

Việc hỗ trợ thúc đẩy xuất khẩu cà phê thì Nhà nước phải thông qua các Ngân hàng thương mại, các quỹ hỗ trợ xuất khẩu, các Ngân hàng chính sách. Hỗ trợ cho xuất khẩu cà phê phải tuân theo các quy định của Chính phủ phải phù hợp và nằm trong chương trình phát triển chung của chiến lược xuất nhập khẩu của đất nước. Hỗ trợ phải phù hợp theo từng khâu cụ thể, vào từng thị trường cụ thể. Ngoài ra cũng cần phải có sự phối hợp chặt chẽ giữa các Ngân hàng chính sách, Quỹ hỗ trợ và các Ngân hàng thương mại để vừa đảm bảo cho thúc đẩy xuất khẩu cà phê vừa không làm ảnh hưởng tới hoạt động của các ngân hàng, đặc biệt là các ngân hàng thương mại.

Việc hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp sản xuất chế biến xuất khẩu cà phê phải kết hợp hỗ trợ ngắn hạn và dài hạn. Kết hợp với việc hỗ trợ cho nghiệp vụ kinh doanh với việc đầu tư cho cơ sở hạ tầng phục vụ cho sản xuất chế biến cà phê xuất khẩu cho các doanh nghiệp.

Phải có sự phối hợp chặt chẽ giữa chương trình phát triển kinh tế xã hội của địa phương với phát triển kinh tế xã hội của đất nước và với chiến lược phát triển của ngành cà phê. Qua đó sự hỗ trợ của các địa phương cho cây cà phê phải phù hợp với chiến lược phát triển của ngành cà phê.

Việc hỗ trợ cho cà phê phải theo chiến lược phát triển chung của toàn ngành. Tránh tình trạng hỗ trợ tràn lan khiến, không đồng bộ như việc hỗ trợ cho việc hỗ trợ xây dựng kho dự trữ những không có các công cụ thiết bị bảo quản thì kho cũng sẽ để không, gây lãng phí và không hiệu quả. Ngoài ra việc hỗ trợ cũng đảm bảo không để cho các doanh nghiệp và người sản xuất cà phê ỷ lại vào sự hỗ trợ làm giảm tính chủ động khi tham gia hội nhập kinh tế thế giới.

Bên cạnh đó cũng cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa "bốn nhà" là Nhà nước, nhà khoa học, nhà doanh nghiệp và nhà nông, nhằm đảm bảo được tính tối ưu và hiệu quả của xuất khẩu cà phê Việt Nam từ khâu chọn giống, chăm sóc, chế biến cho đến các khâu tìm kiếm thị trường tiêu thụ, các cơ chế chính sách.

### 3.3. NHỮNG GIẢI PHÁP VỀ TÀI CHÍNH NHẪM THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU CÀ PHÊ SANG THỊ TRƯỜNG HOA KỲ.

#### 3.3.1. Về phía các doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh cà phê.

##### 3.3.1.1. Xây dựng kế hoạch về vốn đầu tư và kinh doanh.

Xác định nhu cầu vốn đầu tư cho từng khâu, từng công đoạn tùy theo mục tiêu và phân loại đầu tư các doanh nghiệp phải chia ra làm hai loại là nhu cầu vốn đầu tư trong ngắn hạn và trong dài hạn.

Trong ngắn hạn cần đầu tư vào các khâu công nghệ kỹ thuật sản xuất chế biến, như đầu tư cho công đoạn chăm sóc, tưới tiêu thu hoạch và sau thu hoạch, đầu tư cho việc chế biến cà phê nhân cũng như cho công nghệ thiết bị chế biến cà phê thành phẩm. Ngoài ra các doanh nghiệp cũng cần đầu tư vào nguồn nhân

lực. Trong giai đoạn trước mắt nhu cầu vốn cho khoản đầu tư này sẽ chiếm từ 65- 75% trong nhu cầu vốn đầu tư cho cả giai đoạn phát triển đến năm 2010. Việc xác định được nhu cầu vốn đầu tư cũng như kế hoạch đầu tư này nhằm mục tiêu là hiện đại hóa công nghệ trang thiết bị sản xuất, chế biến qua đó góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm cà phê xuất khẩu. Ngoài ra việc đầu tư vào công nghệ thiết bị cho sản xuất chế biến còn giúp cho các doanh nghiệp sẽ chuyển dịch được cơ cấu sản phẩm cà phê xuất khẩu, nâng dần cà phê thành phẩm trong tổng cơ cấu cà phê xuất khẩu của mình, qua đó góp phần nâng cao hiệu quả xuất khẩu cà phê của Việt Nam nói chung. Việc đầu tư vào nguồn nhân lực nhằm mục tiêu nâng cao trình độ chuyên môn của đội ngũ cán bộ làm công tác kinh doanh xuất khẩu cà phê và nâng cao trình độ của đội ngũ các nhà quản lý về kinh doanh xuất khẩu cà phê.

Về dài hạn, các doanh nghiệp sẽ cần đầu tư vào việc nghiên cứu giống, vào việc xúc tiến và nghiên cứu thị trường đồng thời đầu tư vào khâu xây dựng và quảng bá thương hiệu. Việc đầu tư cho các khâu này không thể một sớm một chiều được. Hiệu quả cũng chưa có thể có ngay được mà thường cần một thời gian dài có thể lên tới 5 tới 7 năm sau mới thấy rõ được. Như việc đầu tư vào nghiên cứu giống thì cũng phải mất một thời gian trồng thử nghiệm rồi mới đưa vào trồng đại trà và cũng mất từ 3 đến 5 năm nữa mới có thể đưa vào khai thác được. Thị trường cũng thế, các doanh nghiệp cũng phải đầu tư một thời gian dài mới có thể có được các thị trường ổn định, việc xây dựng và quảng bá thương hiệu thì lại cần có thời gian. Bởi vì thương hiệu không chỉ doanh nghiệp cứ tạo ra một thương hiệu cho mình mà thương hiệu này có được khách hàng và thị trường chấp nhận hay không còn phụ thuộc vào hình ảnh, uy tín của doanh nghiệp mà điều này thì cần có thời gian tương đối dài. Tuy hiệu quả những khâu này cần có thời gian dài mới xác định được nhưng chúng rất quan trọng nên doanh nghiệp cũng cần xác định nhu cầu vốn đầu tư cho chúng thông qua việc xác lập các quỹ đầu tư dài hạn. Những khoản đầu tư này có thể chiếm khoảng 20% trong tổng vốn đầu tư của doanh nghiệp. Nếu nhiều quá thì doanh nghiệp

cũng khó thiếu vốn để đầu tư vào các khâu khác vì thời gian thu hồi vốn của những khâu này là khá dài, trong khi nguồn lực tài chính của các doanh nghiệp Việt Nam là có hạn (chủ yếu là các doanh nghiệp vừa và nhỏ).

Ngoài việc xác định nguồn vốn cho đầu tư thì các doanh nghiệp cũng cần xác định nguồn vốn kinh doanh cho mình. Trước hết phải xác định vốn kinh doanh thường xuyên phục vụ cho việc mua bán, dự trữ cà phê phục vụ cho xuất khẩu. Nguồn vốn này phải được xác định cho từng kỳ kinh doanh, nguồn vốn này sẽ tùy thuộc vào chiến lược kinh doanh của mỗi doanh nghiệp cho từng kỳ mà có sự khác nhau. Ngoài ra các doanh nghiệp cần xác định được nguồn tài chính cho bảo hiểm. Như chúng ta đã biết thì kinh doanh cà phê gặp rất nhiều rủi ro nên các doanh nghiệp cần xác lập ra một quỹ bảo hiểm, gồm tự bảo hiểm và mua bảo hiểm từ các công ty kinh doanh bảo hiểm. Nguồn này cũng tùy thuộc vào mỗi doanh nghiệp nhưng quỹ bảo hiểm cần phải chiếm khoảng 20% tổng nguồn vốn kinh doanh có như thế thì doanh nghiệp mới có thể hạn chế được những rủi ro trong quá trình kinh doanh xuất nhập khẩu cà phê.

### **3.3.1.2. Tổ chức huy động các nguồn vốn.**

Khi đã xác định được nhu cầu và cơ cấu cho các nguồn đầu tư, kinh doanh thì các doanh nghiệp cần tổ chức huy động các nguồn vốn đó. Các nguồn mà doanh nghiệp cần huy động cho vốn đầu tư trước hết là nguồn vốn của chủ doanh nghiệp, vốn đi vay của các ngân hàng đầu tư, từ ngân sách Nhà nước (nếu là doanh nghiệp Nhà nước), các nguồn vốn góp, vốn liên doanh liên kết (kể cả liên doanh với nước ngoài và với các doanh nghiệp trong nước). Ngoài ra còn cần sự hỗ trợ từ phía Nhà nước và các cơ quan Chính phủ nước ngoài để đầu tư cho sản xuất chế biến cà phê xuất khẩu. Với nguồn vốn kinh doanh thì trước hết doanh nghiệp cần huy động từ nguồn vốn tự có của doanh nghiệp, nguồn vốn đi vay của ngân hàng thương mại. Ngoài ra doanh nghiệp có thể huy động các nguồn vốn thông qua các tổ chức tín dụng khác, qua tín dụng của các đối tác, qua nguồn liên doanh liên kết và thậm chí là qua nguồn vốn của dân, thông qua việc cổ phần hóa để huy động vốn góp nhân rộng từ trong dân.

### **3.3.1.3. Nâng cao hiệu quả sử dụng vốn.**

Nâng cao hiệu quả sử dụng vốn các doanh nghiệp không những nâng cao hiệu quả của hoạt động sản xuất kinh doanh xuất khẩu cà phê mà còn giúp cho doanh nghiệp có đủ nguồn tài chính cho việc đầu tư vào các khâu quan trọng khác phục vụ cho xuất khẩu cà phê. Để nâng cao hiệu quả sử dụng vốn thì các doanh nghiệp cần thực hiện các biện pháp sau.

- Tăng nhanh tốc độ quay vòng vốn kinh doanh thông qua việc xác định mức hàng dự trữ thích hợp sau cho đủ hàng kinh doanh với mức chi phí phù hợp, tích cực tìm kiếm khách hàng và tiêu thụ cà phê mà doanh nghiệp đã thu mua, dự trữ và chế biến. Đồng thời Ban lãnh đạo của các doanh nghiệp cũng cần chỉ đạo thực hiện tốt công tác thu thập thông tin, dự báo nhu cầu của thị trường cũng như sự biến động của thị trường cà phê thế giới để có kế hoạch kinh doanh cho niên vụ tiếp theo. Ngoài ra các doanh nghiệp cũng cần thực hiện mua ngay bán ngay nhằm giảm tài chính cho dự trữ trong khi nguồn lực tài chính của các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê của Việt Nam có hạn.

- Các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp lớn kinh doanh cà phê Việt Nam như Tổng công ty cà phê Việt Nam cần phải thực hiện việc thu hồi công nợ của cả những khách hàng nước ngoài và cả những đại lý và những công ty kinh doanh cà phê trong nước. Khiên quyết hơn trong việc thu hồi công nợ, cũng như xử lý các khoản đầu tư không thể thu hồi lại được như việc cấp vốn cho người nông dân, cho các đại lý thu mua hàng nhưng đến khi giao hàng thì họ lại không giao hoặc không giao đủ cho các doanh nghiệp. Ngoài ra các doanh nghiệp cần cẩn thận hơn đối với các hợp đồng giá trừ lùi đối với các khách hàng nước ngoài. Các doanh nghiệp cũng cần giảm dần việc thực hiện các hợp đồng trả sau mà nên tìm kiếm các hợp đồng thanh toán theo L/C như vậy các doanh nghiệp luôn trong tình trạng thiếu vốn kinh doanh như các doanh nghiệp Việt Nam thì nó sẽ giúp cho các doanh nghiệp có đủ vốn để cho kỳ kinh doanh tiếp theo. Ngoài ra các doanh nghiệp cũng cần tìm các tín dụng từ phía các khách hàng nước ngoài.

- Tiến hành công tác kiểm tra kiểm soát tài chính một cách chặt chẽ, nhất là công tác thu chi tài chính, phải thực hiện thu chi tiết kiệm. Tiết kiệm chi phí trong sản xuất bằng cách nâng cao năng suất lao động, tiết kiệm chi phí trong kinh doanh xuất khẩu thông qua việc tiết kiệm cho các chi phí giao dịch mua hàng, giao dịch bán hàng cũng như chi phí cho công tác nghiên cứu tìm kiếm thị trường, tìm kiếm bạn hàng.

#### **3.3.1.4. Đầu tư tài chính cho công tác sản xuất chế biến và nghiên cứu thị trường, công tác xúc tiến thương mại.**

- Đầu tư vào nghiên cứu cải tạo giống cà phê để có được giống cà phê có năng suất cao, chất lượng tốt. Phát triển thêm cà phê chè, loại cà phê rất được người Mỹ ưa dùng.

- Đầu tư vào mua trang thiết bị máy móc mới hiện đại, đổi mới và cải tiến máy móc trang thiết bị cũ để chế biến cà phê thành phẩm xuất khẩu.

- Tập trung vốn đầu tư cho công tác nghiên cứu thị trường Hoa Kỳ thông qua việc cử các đoàn cán bộ sang Hoa Kỳ khảo sát nghiên cứu thị trường này. Đồng thời cũng nghiên cứu cách thức mua bán cà phê của thị trường Hoa Kỳ cũng như tìm hiểu về hệ thống luật pháp và các quy định liên quan đến buôn bán cà phê trên thị trường này. Cũng có thể thuê các công ty của Hoa Kỳ hay các công ty khác chuyên làm công tác nghiên cứu thị trường để nghiên cứu thị trường Hoa Kỳ.

- Về xúc tiến thương mại thì cần đầu tư thành lập văn phòng đại diện của mình tại Hoa Kỳ để tìm kiếm thông tin cũng như đưa cà phê của doanh nghiệp tới tay người tiêu dùng Hoa Kỳ.

- Tiến hành liên kết với các đối tác của Hoa Kỳ hoặc thuê các công ty quảng cáo Hoa Kỳ làm chương trình quảng cáo cho sản phẩm cũng như cho cả doanh nghiệp, cũng có thể thông qua đồng bào Việt Nam đang sinh sống tại Mỹ để quảng bá cho sản phẩm cà phê của mình tới người tiêu dùng Hoa Kỳ.

- Các doanh nghiệp cần đầu tư để duy trì và cải tiến các trang Web của mình để thuận lợi hơn trong việc tìm kiếm nguồn thông tin từ khách hàng cũng như

cho việc giới thiệu sản phẩm và hình ảnh của doanh nghiệp cho các khách hàng nước ngoài. Ngoài ra có thể bỏ tiền ra mua các thông tin, hoặc trở thành hội viên của các tổ chức cung cấp thông tin về thị trường cà phê Hoa Kỳ để có được thông tin một cách nhanh nhất, chính xác nhất.

### **3.3.1.5. Đầu tư tài chính phát triển nguồn nhân lực.**

- Đầu tư vào đào tạo nguồn nhân lực trong doanh nghiệp, có chính sách thu hút những lao động có trình độ, hiểu biết về cà phê và về kinh doanh xuất khẩu cà phê. Cử cán bộ ra nước ngoài học tập về kinh doanh xuất nhập khẩu cà phê.

- Đối với các cán bộ làm công tác kinh doanh xuất khẩu cà phê thì các doanh nghiệp cũng tiến hành công tác đào tạo thông qua các hình thức như tự đào tạo, đào tạo tại chỗ, liên kết với các trường đại học trong nước hoặc là cử đi đào tạo ở nước ngoài. Thậm chí có thể thuê chuyên gia nước ngoài về đào tạo. Với cán bộ làm công tác quản trị rủi ro trong kinh doanh mua bán cà phê thì cần cử ra nước ngoài đào tạo và học hỏi kinh nghiệm.

- Ngoài ra cũng cần đầu tư đào tạo đội ngũ các chuyên gia về sản xuất cà phê nhằm trợ giúp cho cả doanh nghiệp trong việc sản xuất cà phê và giúp đỡ cả những nông dân mà doanh nghiệp đầu tư vốn sản xuất để có nguồn hàng.

### **3.3.2. Về phía Nhà nước.**

#### **3.3.2.1. Chính sách hỗ trợ tài chính đầu tư cho sản xuất, chế biến.**

- Nhà nước cần có chính sách đầu tư xây dựng viện nghiên cứu giống cà phê, ngân hàng giống nhằm đảm bảo sản xuất được giống cà phê có chất lượng cũng như lựa chọn được giống cà phê thích hợp với từng vùng.

- Đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng cho sản xuất, chế biến, xuất khẩu cà phê. Xây dựng đường giao thông từ nơi sản xuất đến nơi chế biến cà phê để tạo thuận lợi cho việc vận chuyển. Mặt khác cần xây dựng các chợ giao dịch cà phê để tạo điều kiện cho người sản xuất dễ tiêu thụ sản phẩm của mình, còn doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê thuận lợi cho việc thu mua cà phê chế biến xuất khẩu. Trước mắt Chính phủ cần thực hiện sớm các dự án về xây dựng chợ cà phê ở Đắk Lắk và trung tâm giao dịch cà phê tại thành phố Hồ Chí Minh.

- Từ mối quan hệ Chính Phủ cần có các chính sách tìm kiếm các nguồn vốn ODA đầu tư cho sản xuất chế biến cà phê trong nước. Đồng thời cũng tìm kiếm các khoản vay ưu đãi cũng như các chương trình tài trợ từ các tổ chức tín dụng quốc tế như WB, ADB, hay IMF... Bởi vì hiện nay ngoài sự hỗ trợ của Quỹ phát triển Pháp cho dự án cà phê chè, sự hỗ trợ của WB cho nông sản Việt Nam trong đó cà phê chiếm tỷ lệ không lớn thì đến nay gần như rất ít có nguồn đầu tư hỗ trợ nào khác của các tổ chức quốc tế cho ngành cà phê Việt Nam.

- Xây dựng và hoàn thiện chính sách về chuyển giao công nghệ cho ngành cà phê, đặc biệt là với công nghệ chế biến. Như không đánh thuế đối với các doanh nghiệp khi họ nhập khẩu máy móc trang thiết bị, công nghệ phục vụ cho chế biến cà phê xuất khẩu. Có chính sách chuyển giao những công nghệ tiên tiến và phù hợp với khả năng tài chính của chúng ta, nhưng tuyệt đối không cho nhập những công nghệ cũ lạc hậu vào.

- Cho phép ngành cà phê và Tổng công ty cà phê Việt Nam tiếp tục vay từ nguồn đầu tư phát triển Pháp để thực hiện giai đoạn 2 của dự án phát triển cà phê chè tại những địa phương đã thành công trong giai đoạn 1 như Nghệ An, Sơn La, Lâm Đồng.

- Có chính sách thu hút nguồn vốn FDI vào sản xuất chế biến cà phê, để có thể tiếp thu được công nghệ tiên tiến cũng như cách thức quản lý kinh doanh xuất khẩu cà phê của những tập đoàn kinh doanh cà phê hàng đầu thế giới. Tuy nhiên cũng cần đảm bảo tránh tình trạng biến ngành cà phê Việt Nam trở thành những người làm thuê cho các tập đoàn nước ngoài, trở thành những người cung cấp nguyên liệu thô cho những nhà đầu tư nước ngoài chế biến tại Việt Nam để xuất khẩu. Bởi vì họ có lợi thế hơn về nguồn lực tài chính, về thị trường và về kinh nghiệm kinh doanh cà phê.

### **3.3.2.2. Chính sách hỗ trợ xúc tiến thương mại và mở rộng thị trường cà phê Hoa Kỳ.**

- Nhà nước giúp đỡ các doanh nghiệp một phần kinh phí cho các đoàn doanh nghiệp đi sang nghiên cứu tìm hiểu thị trường Hoa Kỳ để tìm kiếm cơ hội đầu tư

và ký kết các hợp đồng xuất khẩu cà phê cho các khách hàng Hoa Kỳ, đặc biệt là cho những nhà rang xay Hoa Kỳ.

- Giúp đỡ các doanh nghiệp thành lập văn phòng đại diện tại Hoa Kỳ, bên cạnh đó thì Chính phủ đề nghị Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cùng VICOFA thành lập văn phòng đại diện chung cho cà phê Việt Nam tại Hoa Kỳ.

- Hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong việc tham gia các hội chợ, triển lãm giới thiệu sản phẩm cà phê của mình tại Hoa Kỳ. Thông qua tham tán thương mại và thương vụ Việt Nam tại Hoa Kỳ hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong việc quảng bá sản phẩm của mình tại thị trường Hoa Kỳ. Đồng thời cũng thông qua các cơ quan này cung cấp các thông tin về thị trường cà phê Hoa Kỳ một cách nhanh chóng và chính xác cho các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê trong nước.

- Trợ giúp cho các doanh nghiệp trong việc giải quyết các tranh chấp thương mại với những đối tác phía Hoa Kỳ như việc hỗ trợ doanh nghiệp trong việc cung cấp các thông tin về hệ thống pháp lý, tư vấn việc thuê luật sư, cách thức và trình tự tranh tụng...

### **3.3.2.3. Các chính sách hỗ trợ xuất khẩu khác**

- Chính phủ cần phải giữ nguyên mức hỗ trợ thông qua xuất khẩu cà phê như hiện nay, không nên nâng yêu cầu cao hơn. Bên cạnh đó cần có chính sách thưởng xứng đáng cho các doanh nghiệp có sản phẩm xuất khẩu mới và vào thị trường mới, đặc biệt là việc xuất khẩu cà phê thành phẩm.

- Chính phủ cần phải giải ngân sớm và nhanh chóng các dự án đã được phê duyệt như các dự án về xây dựng chợ cà phê, trung tâm giao dịch cà phê hay các dự án về phát triển cà phê chè.

- Có chính sách hỗ trợ cho những người trồng cà phê chè về giống, kỹ thuật, vốn và tiêu thụ. Bởi vì trong những năm qua trồng thử thì cây cà phê chè rất khó trồng năng suất thấp hay bị mất mùa và sâu bệnh.

- Khuyến khích các doanh nghiệp tham gia bảo hiểm khi kinh doanh xuất khẩu cà phê, mà trước hết là Chính phủ cần hỗ trợ cho các doanh nghiệp tham gia vào bảo hiểm bằng việc hỗ trợ một phần phí bảo hiểm, thông qua quỹ hỗ trợ

xuất khẩu của Chính phủ và của Quỹ hỗ trợ phát triển. Sau đó khoản này sẽ được dỡ bỏ dần khi các doanh nghiệp lập được cho mình một quỹ bảo hiểm.

- Có chính sách điều chỉnh hoàn thiện thị trường cà phê trong nước tránh tình trạng tranh mua tranh bán gây tổn thất và mất uy tín cho cà phê Việt Nam.

- Duy trì chính sách hỗ trợ cho các doanh nghiệp sản xuất, chế biến và xuất khẩu cà phê thông qua tín dụng. Phối hợp với các Ngân hàng thương mại để cung cấp tín dụng cho người trồng cà phê, các doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu thông qua việc giảm bớt các thủ tục vay vốn, các yêu cầu về tài sản thế chấp, cũng như các điều kiện khác.

- Cần phải nâng cao hơn nữa vai trò và hiệu quả hoạt động của Quỹ hỗ trợ phát triển. Hàng năm Quỹ hỗ trợ phát triển cần dành cho các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê một khoản hỗ trợ nhất định trong Quỹ hỗ trợ xuất khẩu của mình. Trong cơ cấu hỗ trợ cho xuất khẩu thì mức hỗ trợ cho xuất khẩu cà phê cần được hỗ trợ khoảng 10%. Trong đó cần chia ra làm các loại hỗ trợ như thưởng xuất khẩu và tín dụng xuất khẩu. Với tín dụng hỗ trợ xuất khẩu thì Quỹ hỗ trợ nên hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong khâu mua dự trữ và cần kéo dài thời gian cho vay đối với những doanh nghiệp xuất khẩu cà phê. Ngoài ra với những khoản vay tín dụng mà quỹ hỗ trợ xuất khẩu dành cho các doanh nghiệp thì lãi suất phải nhỏ hơn lãi suất tín dụng xuất khẩu của các ngân hàng thương mại khoảng 50% hoặc thấp hơn nữa. Trong đó Quỹ nên dành một khoản hỗ trợ nhất định đối với các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê vào thị trường Hoa Kỳ, nên dành cho các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê vào thị trường Hoa Kỳ khoảng 30% trong tổng số hỗ trợ cho việc xuất khẩu cà phê của Việt Nam, đặc biệt là hỗ trợ cho xuất khẩu cà phê chèn xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ.

#### **3.3.2.4. Một số kiến nghị khác.**

##### ***a. Phối hợp trong khâu quản lý tài chính xuất khẩu giữa trung ương và địa phương.***

Các địa phương phải cùng với Nhà nước trợ giúp cho các hộ trồng cà phê và các doanh nghiệp chế biến kinh doanh cà phê trên địa bàn mình quản lý. Các địa

phương cùng với Nhà nước quản lý chặt chẽ tài chính xuất khẩu của các doanh nghiệp đặc biệt là các doanh nghiệp Nhà nước của Trung ương và địa phương.

***b. Kết hợp giữa hỗ trợ tài chính với hỗ trợ kỹ thuật***

Ngoài việc hỗ trợ về vốn cho người trồng cà phê ra thì Nhà nước nên hỗ trợ về kỹ thuật trồng và chăm sóc cây cà phê, đặc biệt là cây cà phê chè cho họ. Việc hỗ trợ kỹ thuật này thông qua việc cử cán bộ kỹ thuật xuống tận cơ sở để hướng dẫn kỹ thuật trồng và chăm sóc cà phê cho những hộ trồng cà phê. Kỹ thuật thu hoạch, phương pháp bảo quản, sơ chế nhằm hạn chế tổn thất trong khâu thu hoạch và sau thu hoạch.

***c. Chính sách hỗ trợ đào tạo phát triển nguồn nhân lực cho ngành cà phê.***

Chính phủ cũng cần có các chính sách hỗ trợ trong việc đầu tư phát triển nguồn nhân lực, bao gồm việc mở các khóa đào tạo hướng dẫn cho những người nông dân trồng cà phê về kỹ thuật chăm sóc, thu hái và sơ chế, bảo quản cho đến việc giúp đỡ các doanh nghiệp đào tạo tay nghề cho các công nhân làm việc trong các nhà máy chế biến cà phê, đặc biệt là những nhà máy chế biến cà phê thành phẩm xuất khẩu. Bên cạnh đó Nhà nước cũng thông qua hệ thống các trường đại học trong cả nước hỗ trợ đào tạo cán bộ cho các doanh nghiệp. Đó là thông qua trường Đại học Nông nghiệp để đào tạo kỹ sư về sản xuất cà phê, Đại học Bách khoa trong việc đào tạo các kỹ sư về cơ khí cho các nhà máy chế biến và thông qua các trường thuộc khối kinh tế để đào tạo đội ngũ cán bộ kinh doanh xuất khẩu cà phê cũng như các cán bộ quản lý cho các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê. Ngoài ra Nhà nước cũng cần có các khóa học về kinh doanh cà phê, quản trị rủi ro, tìm hiểu hệ thống phát lý và môi trường kinh doanh của các thị trường chính của cà phê Việt Nam trong đó có thị trường cà phê Hoa Kỳ cho các cán bộ của những doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê.

**3.3.3. Hiệp hội và các tổ chức cung cấp dịch vụ hỗ trợ xuất khẩu cà phê**

- Nâng cao vai trò của Vicofa để liên kết chặt chẽ hơn các doanh nghiệp kinh doanh cà phê của cả nước lại với nhau để tạo ra sức mạnh tổng hợp cho ngành cà phê Việt Nam, tránh tình trạng gây ra lộn xộn đối với thị trường trong nước

và bị các nhà nhập khẩu nước ngoài ép giá. Đồng thời cũng cần kịp thời có những kiến nghị kịp thời với Chính phủ để điều chỉnh cũng như hỗ trợ kịp thời cho các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê khi thị trường cà phê thế giới có nhiều biến động, cũng như khi ngành cà phê Việt Nam gặp khó khăn.

- Tìm kiếm các nguồn tài trợ cho các doanh nghiệp thành viên, nên thành lập một quỹ của hiệp hội để hỗ trợ cho các doanh nghiệp khi gặp khó khăn. Nguồn của quỹ là thông qua đóng góp của các thành viên hàng tháng hoặc hàng năm, theo tỷ lệ lợi nhuận mà họ đạt được hoặc theo doanh thu. Ngoài ra hiệp hội cũng cần phải tìm kiếm nguồn từ bên ngoài thông qua các tổ chức của các nước phát triển hoặc của Liên hợp quốc. Bên cạnh đó hiệp hội cũng có thể lấy nguồn này từ ngân sách Nhà nước hay qua việc bán thông tin cho các doanh nghiệp trong ngành (Với các doanh nghiệp thành viên thì cung cấp thông tin miễn phí).

- Ngoài việc cung cấp thông tin cho các doanh nghiệp thành viên thì hiệp hội cũng cần hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong việc đào tạo, quảng bá sản phẩm cũng như tư vấn hỗ trợ về kỹ thuật pháp lý cũng như thương mại xuất khẩu cho các doanh nghiệp khi kinh doanh xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ.

- Về phía VCCI cần tổ chức các chuyến đi cho các đoàn doanh nghiệp kinh doanh cà phê sang thị trường Hoa Kỳ đặc biệt là khi tháp tùng các nhà lãnh đạo Đảng và Nhà nước đi thăm các nước.

- VCCI cũng cần hỗ trợ về tư vấn cho các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê, cũng như các hỗ trợ khác như xúc tiến thương mại, triển lãm... mà VCCI tổ chức trong và ngoài nước.

- Với các tổ chức cung cấp dịch vụ hỗ trợ cho xuất khẩu cà phê như vận chuyển, tư vấn, bảo hiểm, hải quan, kiểm định thì cần nâng cao chất lượng phục vụ. Tìm cách hạ thấp giá thành các sản phẩm dịch vụ của mình, đặc biệt là với dịch vụ vận chuyển và lưu cảng vì hiện chi phí cảng biển Việt Nam cao gấp 1,5 lần so với các cảng trong khu vực. Thủ tục hải quan cần giải quyết nhanh chóng hơn, đơn giản hơn, giảm phí bảo hiểm và giải quyết nhanh khi thanh toán các khoản bồi thường cho doanh nghiệp nếu có rủi ro xảy ra.

## KẾT LUẬN

Thị trường Hoa kỳ là một thị trường rộng lớn cả về dung lượng và nhu cầu. Đây cũng là nơi tập trung nhiều nhà rang xay cà phê lớn và có trung tâm giao dịch cà phê lớn của thế giới. Hoa Kỳ cũng là một thị trường lớn của cà phê Việt Nam với thị phần cà phê Việt Nam ở Hoa Kỳ là 20%, nhu cầu của người dân Hoa Kỳ về cà phê không ngừng tăng lên, trong khi khả năng sản xuất và chế biến cà phê của Việt Nam rất lớn. Vì vậy việc thúc đẩy xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ trong thời gian tới là một việc hết sức cần thiết. Nó mang lại cho ngành cà phê Việt Nam nhiều lợi ích và góp phần không nhỏ vào việc thực hiện chiến lược phát triển xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2001 -2010.

Đề tài nghiên cứu khoa học sinh viên: “**Một số giải pháp về tài chính thúc đẩy xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang thị trường Hoa Kỳ**” nhằm đáp ứng phần nào yêu cầu trên.

Tuy có nhiều cố gắng trong việc tìm hiểu và nghiên cứu tài liệu, song đây là một mảng đề tài khó và năng lực cũng như trình độ có hạn nên đề tài nghiên cứu không tránh khỏi những thiếu sót. Vì vậy em rất mong nhận được những ý kiến góp ý, bổ xung của các thầy cô và các bạn để em hoàn thiện tốt hơn trong các nghiên cứu sau này.

Qua đây em xin chân thành cảm ơn thầy giáo TS. Thân Danh Phúc đã rất tận tình giúp đỡ em trong quá trình tìm tòi nghiên cứu. Cảm ơn các cô chú trong Ban kinh doanh tổng hợp - Tổng công ty cà phê Việt Nam và các bạn đã ủng hộ em triển khai đề tài nghiên cứu này.

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.

1. Cục xúc tiến thương mại - *Dự báo thị trường hàng nông sản thế giới đến năm 2005 của FAO*, 2002.
2. Lê Văn Ái, Lê Văn Hoan, Ngô Văn Khoa, Trần Tiến Dũng - *Một số vấn đề về thị trường nông sản hàng hóa và vai trò của chính sách tài chính đối với việc mở rộng thị trường nông sản, thực trạng và giải pháp tiêu thụ nông sản* – NXB tài chính 2003
3. Nguyễn Ngọc Bích – *Buôn bán với Mỹ* - NXB TP HCM, 2002.
4. Võ Thu Thanh, Nguyễn Cương, Nguyễn Thị Mỹ – *Chiến lược thâm nhập thị trường Mỹ về hàng may mặc, thủy sản, nông sản* - NXB thống kê, 2001.
5. Vũ Thu Giang - *Chính sách tài chính trong điều kiện hội nhập kinh tế* - NXB chính trị quốc gia, 2000.
6. Vụ hợp tác kinh tế đa phương (Bộ Ngoại giao) - *Việt Nam hội nhập kinh tế trong xu thế toàn cầu hóa vấn đề và giải pháp* – NXB chính trị quốc gia Hà Nội, 2002.
7. *Văn bản pháp luật về chính sách ưu đãi đối với doanh nghiệp xuất khẩu hàng hóa* – NXB Chính trị Quốc gia, 2003.
8. Tạp chí các văn bản pháp quy các số năm 2001, 2003
9. Tạp chí thương mại các số năm 2002, 2003, 2004.
10. Các trang web.
 

- <a href="http://www.vneconomy.com.vn">www.vneconomy.com.vn</a>	- <a href="http://www.vietrade.gov.vn">www.vietrade.gov.vn</a>
- <a href="http://www.mot.gov.vn">www.mot.gov.vn</a>	- <a href="http://www.Vietnam-ustrade.org">www.Vietnam-ustrade.org</a>
- <a href="http://www.mof.gov.vn">www.mof.gov.vn</a>	- <a href="http://www.kinhte.cib.net">www.kinhte.cib.net</a>
- <a href="http://www.nghean.gov.vn/newInfo">www.nghean.gov.vn/newInfo</a> .	- <a href="http://www.mofa.gov.vn/quocte/">www.mofa.gov.vn/quocte/</a>
- <a href="http://www.daklak.gov.vn">www.daklak.gov.vn</a>	- <a href="http://www.gso.org.vn">www.gso.org.vn</a>

