

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO                      BỘ CÔNG THƯƠNG**  
**VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI**

---

---

**LÊ HUY KHÔI**

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO GIÁ TRỊ GIA TĂNG  
CHO MẶT HÀNG CÀ PHÊ VIỆT NAM TRONG  
CHUỖI GIÁ TRỊ CÀ PHÊ TOÀN CẦU**

**LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ**

**HÀ NỘI - 2013**

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO                      BỘ CÔNG THƯƠNG**  
**VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI**

---

---

**LÊ HUY KHÔI**

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO GIÁ TRỊ GIA TĂNG  
CHO MẶT HÀNG CÀ PHÊ VIỆT NAM TRONG  
CHUỖI GIÁ TRỊ CÀ PHÊ TOÀN CẦU**

*Chuyên ngành*                      : Thương mại

Mã số                                      : 62.34.10.01

**LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ**

**Người hướng dẫn khoa học:**

- 1. TS. Nguyễn Thị Nhiễu**
- 2. TS. Trịnh Thị Thanh Thủy**

**HÀ NỘI - 2013**

## **LỜI CAM ĐOAN**

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu khoa học độc lập của riêng tôi. Các số liệu sử dụng phân tích trong Luận án có nguồn gốc rõ ràng, đã công bố theo đúng quy định. Các kết quả nghiên cứu trong Luận án do tôi tự tìm hiểu, phân tích một cách trung thực, khách quan và phù hợp với thực tiễn của Việt Nam. Các kết quả này chưa từng được công bố trong bất kỳ nghiên cứu nào khác.

**Tác giả Luận án**

**Lê Huy Khôi**

## MỤC LỤC

<b>LỜI CAM ĐOAN</b> .....	i
<b>MỤC LỤC</b> .....	iv
<b>DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT</b> .....	vii
<b>DANH MỤC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ</b> .....	ix
<b>MỞ ĐẦU</b> .....	1
<b>Chương 1: MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CHỦ YẾU VỀ NÂNG CAO GIÁ TRỊ GIA TĂNG CỦA MẶT HÀNG CÀ PHÊ TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ CÀ PHÊ TOÀN CẦU</b> .....	12
<b>1.1. MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN</b> .....	12
1.1.1. Giá trị gia tăng (VA - Value Added) của hàng hoá .....	12
1.1.2. Nâng cao giá trị gia tăng của hàng hoá .....	15
1.1.3. Giá trị gia tăng trong chuỗi giá trị mặt hàng cà phê .....	17
1.1.4. Các đối tượng tham gia và giá trị gia tăng trong chuỗi giá trị mặt hàng cà phê .....	25
<b>1.2. ĐẶC ĐIỂM VÀ CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN GIÁ TRỊ GIA TĂNG CỦA MẶT HÀNG CÀ PHÊ TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ CÀ PHÊ TOÀN CẦU</b> .....	27
1.2.1. Đặc điểm của chuỗi giá trị cà phê toàn cầu .....	27
1.2.2. Một số chỉ số đánh giá khả năng xuất khẩu mặt hàng cà phê .....	29
1.2.3. Các nhân tố tác động đến giá trị gia tăng của mặt hàng cà phê .....	31
<b>1.3. KINH NGHIỆM NÂNG CAO GIÁ TRỊ GIA TĂNG TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ CÀ PHÊ CỦA MỘT SỐ NƯỚC VÀ BÀI HỌC RÚT RA CHO VIỆT NAM</b> .....	39
1.3.1. Kinh nghiệm của một số nước .....	39
1.3.2. Bài học kinh nghiệm rút ra cho Việt Nam .....	55
<b>Chương 2: THỰC TRẠNG THAM GIA VÀ GIÁ TRỊ GIA TĂNG CỦA MẶT HÀNG CÀ PHÊ VIỆT NAM TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ CÀ PHÊ TOÀN CẦU</b> .....	59

<b>2.1. THỰC TRẠNG THAM GIA CỦA MẶT HÀNG CÀ PHÊ VIỆT NAM VÀO CHUỖI GIÁ TRỊ CÀ PHÊ TOÀN CẦU.....</b>	<b>59</b>
2.1.1. Tham gia vào khâu sản xuất .....	59
2.1.2. Tham gia vào khâu thu gom và chế biến .....	66
2.1.3. Tham gia vào khâu tiêu thụ .....	71
2.1.4. Tham gia vào khâu xuất khẩu.....	76
2.1.5. Đánh giá chung .....	90
<b>2.2. THỰC TRẠNG GIÁ TRỊ GIA TĂNG CỦA MẶT HÀNG CÀ PHÊ VIỆT NAM TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ CÀ PHÊ TOÀN CẦU.....</b>	<b>91</b>
2.2.1. Giá trị gia tăng trong các khâu của mặt hàng cà phê Việt Nam .....	92
2.2.2. Thực trạng các chính sách nâng cao giá trị gia tăng cho mặt hàng cà phê của Việt Nam .....	104
2.2.3. Đánh giá chung về thực trạng giá trị gia tăng của mặt hàng cà phê Việt Nam ..	112
<b>Chương 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO GIÁ TRỊ GIA TĂNG CHO MẶT HÀNG CÀ PHÊ VIỆT NAM TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ CÀ PHÊ TOÀN CẦU TỚI NĂM 2020.....</b>	<b>126</b>
<b>3.1. XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN CHUỖI GIÁ TRỊ MẶT HÀNG CÀ PHÊ TOÀN CẦU .</b>	<b>126</b>
3.1.1. Xu hướng kết hợp mạnh mẽ hơn giữa các tập đoàn kinh doanh cà phê nhân với các tập đoàn rang xay cà phê để xây dựng hệ thống sản xuất - phân phối trọn gói nhằm nâng cao giá trị gia tăng trong khâu chế biến .....	126
3.1.2. Xu hướng duy trì, phát triển chuỗi giá trị cà phê toàn cầu được điều phối bởi các tập đoàn thương mại thông qua hệ thống siêu thị, chuỗi cửa hàng bán lẻ phân bố rộng khắp toàn cầu nhằm nâng cao giá trị gia tăng trong khâu phân phối và marketing .....	127
<b>3.2. CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC MỚI ĐỐI VỚI MẶT HÀNG CÀ PHÊ VIỆT NAM TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ CÀ PHÊ TOÀN CẦU.....</b>	<b>129</b>
3.2.1. Những cơ hội .....	129
3.2.2. Những thách thức.....	132

<b>3.3. QUAN ĐIỂM VÀ PHƯƠNG HƯỚNG NÂNG CAO GIÁ TRỊ GIA TĂNG CHO MẶT HÀNG CÀ PHÊ VIỆT NAM TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ CÀ PHÊ TOÀN CẦU.....</b>	<b>134</b>
3.3.1. Quan điểm.....	134
3.3.2. Phương hướng nâng cao giá trị gia tăng cho mặt hàng cà phê Việt Nam trong thời gian tới .....	137
<b>3.4. MỘT SỐ GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ NHẪM NÂNG CAO GIÁ TRỊ GIA TĂNG CHO MẶT HÀNG CÀ PHÊ VIỆT NAM TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ CÀ PHÊ TOÀN CẦU .....</b>	<b>145</b>
3.4.1. Một số giải pháp .....	145
3.4.2. Một số kiến nghị .....	171
<b>KẾT LUẬN .....</b>	<b>178</b>
<b>CÁC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ .....</b>	<b>181</b>
<b>PHỤ LỤC .....</b>	<b>187</b>

## DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

### A. Viết tắt tiếng Việt

BCEC	Trung tâm Giao dịch Cà phê Buôn Ma Thuột
BNN	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
DN	Doanh nghiệp
ES	Chỉ số chuyên môn hoá xuất khẩu
EU	Cộng đồng các quốc gia châu Âu
GO	Tổng giá trị sản xuất
HACCP	Tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm
HTX	Hợp tác xã
IC	Chi phí trung gian
ODA	Nguồn vốn hỗ trợ chính thức
USD	Đô la Mỹ
TCVN	Tiêu chuẩn Việt Nam
TI	Chỉ số cường độ thương mại
VA	Giá trị gia tăng
VICOFA	Hiệp hội Cà phê và Ca cao Việt Nam
RCA	Lợi thế tương đối hiện hữu
R&D	Nghiên cứu triển khai
SHTT	Sở hữu trí tuệ
UBND	Ủy ban nhân dân

**B. Viết tắt tiếng Anh**

ABIC	Asociation Brazil Industrial of Coffee	Hiệp hội Công nghiệp Cà phê B-ra-xin
ACPC	Association of world coffee production	Hiệp hội các nước sản xuất cà phê thế giới
ASEAN	National Association of Southeast Asian	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
BSCA	Specialty coffee association Brazil	Hiệp hội cà phê đặc sản B-ra-xin
IACO	Coffee Agreement in Latin America	Hiệp định Cà phê Mỹ La Tinh
ICA	International Coffee Agreement	Hiệp định cà phê quốc tế
ICO	International Coffee Organization	Tổ chức Cà phê quốc tế
IHCAFE	National Institutes of coffee Hondurat	Viện cà phê Quốc gia Hôn-đu-rát
ISO	International Standard Organization	Tổ chức Tiêu chuẩn quốc tế
ITC	International Trade Centre	Trung tâm Thương mại thế giới
MARD	Ministry of Agriculture and Rural Development	Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
NFC	Association of Coffee Growers Colombia	Hiệp hội những người trồng cà phê Cô-lôm-bi-a
PQC	Coffee Quality Program	Chương trình Chất lượng Cà phê
PCS	Sustainable Coffee Program	Chương trình Cà phê Bền vững
VA	Value added	Giá trị gia tăng
VC	Value chain	Chuỗi giá trị
WTO	World Trade Organization	Tổ chức Thương mại thế giới



## DANH MỤC BẢNG, BIỂU ĐỒ, ĐỒ THỊ, SƠ ĐỒ

### BẢNG

Bảng 1.1.	Giá trị xuất khẩu cà phê của B-ra-xin theo mặt hàng .....	41
Bảng 2.1.	Giá trị xuất khẩu cà phê thế giới theo chủng loại .....	79
Bảng 2.2.	Giá cà phê Arabica bình quân hàng năm giai đoạn 2000 - 2010 .....	80
Bảng 2.3.	Giá xuất khẩu cà phê của Việt Nam theo chủng loại sản phẩm.....	87
Bảng 2.4.	Chi phí, doanh thu và lợi nhuận của hộ nông dân sản xuất cà phê trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk năm 2011 .....	94
Bảng 2.5.	Thu nhập, chi phí và lợi nhuận trong sản xuất cà phê của hộ gia đình tại Tây Nguyên.....	95
Bảng 2.6.	Giá trị gia tăng của các đối tượng tham gia trong chuỗi giá trị cà phê xuất khẩu .....	98
Bảng 2.7.	Giá cà phê nội địa và giá xuất khẩu theo tháng, năm 2011 .....	101
Bảng 2.8.	Bảng định lượng và giá bán cà phê tại các quán cà phê .....	103
Bảng 2.9.	Chỉ số chuyên môn hoá xuất khẩu Việt Nam với 10 quốc gia nhập khẩu cà phê lớn nhất thế giới .....	116
Bảng 2.10.	RCA trong ngành cà phê của Việt Nam so với một số nước trên thế giới giai đoạn 2005 - 2009 .....	124
Bảng 2.11.	Cạnh tranh XK cà phê VN trên các thị trường chính.....	125

### BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 2.1.	Cơ cấu nguồn cung cà phê thế giới năm 2011 .....	60
Biểu đồ 2.2.	Cơ cấu sản lượng cà phê thế giới theo chủng loại .....	61
Biểu đồ 2.3.	Cơ cấu sản lượng cà phê thế giới phân theo khu vực địa lý .....	62
Biểu đồ 2.4.	Sản lượng cà phê theo chủng loại cà phê phân theo khu vực địa lý giai đoạn 2007 - 2010.....	63
Biểu đồ 2.5.	Diện tích và sản lượng cà phê Việt Nam giai đoạn 2007-2011 .....	64
Biểu đồ 2.6.	Sự tham gia sản xuất cà phê Việt Nam trong chuỗi các nhà sản xuất cà phê chính trên thế giới .....	65
Biểu đồ 2.7.	Lượng tiêu thụ cà phê thế giới giai đoạn 2000-2010 .....	72

Biểu đồ 2.8.	Tiêu thụ cà phê của các nước xuất khẩu chính .....	73
Biểu đồ 2.9.	Tiêu thụ cà phê của các nước nhập khẩu chính .....	74
Biểu đồ 2.10.	Sự tham gia tiêu dùng cà phê Việt Nam trong chuỗi giá trị cà phê của các nước sản xuất chính (%).....	76
Biểu đồ 2.11.	Cơ cấu khối lượng cà phê xuất khẩu của các nước sản xuất cà phê chính giai đoạn 2001 - 2009 (%).....	78
Biểu đồ 2.12.	Cơ cấu sản phẩm cà phê xuất khẩu thế giới năm 2009 - 2010.....	79
Biểu đồ 2.13.	Giá cà phê Cô-lôm-bi-a dụn của ICO .....	81
Biểu đồ 2.14.	Giá cà phê B-ra-xin tự nhiên khác .....	82
Biểu đồ 2.15.	Giá trị nhập khẩu của các nước nhập khẩu cà phê chính của Việt Nam....	83
Biểu đồ 1.16.	So sánh kim ngạch xuất khẩu cà phê nhân và cà phê hoà tan của Việt Nam qua các năm .....	85
Biểu đồ 2.17.	Giá XK cà phê của VN và một số nước SX cà phê chính .....	88
Biểu đồ 2.18.	Sự tham gia của cà phê Việt Nam trong chuỗi tổng giá trị xuất khẩu của các nước xuất khẩu cà phê chính (%).....	89
Biểu đồ 2.19.	Năng lực tham gia của VN vào chuỗi giá trị cà phê toàn cầu .....	90
Biểu đồ 2.20.	Tương quan xuất khẩu cà phê Việt Nam và cầu thế giới theo chủng loại .	117
<b>ĐỒ THỊ</b>		
Đồ thị 2.1.	Diễn biến giá cà phê thế giới theo chủng loại.....	82
Đồ thị 2.2.	Diễn biến giá cà phê xuất khẩu của Việt Nam.....	86
Đồ thị 2.3.	Tương quan giá cà phê thế giới và giá cà phê xuất khẩu của Việt Nam....	99
<b>SƠ ĐỒ</b>		
Sơ đồ 1.1.	Mô hình chuỗi giá trị gia tăng của hàng hoá.....	19
Sơ đồ 1.2.	Mô hình chuỗi giá trị gia tăng đối với hàng nông sản .....	19
Sơ đồ 1.3.	Chuỗi giá trị cà phê toàn cầu.....	22
Sơ đồ 1.4.	Mô hình ngành cà phê B-ra-xin .....	42
Sơ đồ 1.5.	Sự tham gia vào chuỗi giá trị cà phê của Cô-lôm-bi-a .....	51
Sơ đồ 1.6.	Các đối tượng tham gia vào chuỗi giá trị cà phê Hôn-đu-rát.....	53
Sơ đồ 2.1.	Sự tham gia của Việt Nam trong chuỗi giá trị cà phê toàn cầu .....	59
Sơ đồ 2.2.	Cơ cấu chuỗi giá trị mặt hàng cà phê Việt Nam .....	91