



Working Paper 2025.1.3.18
- Vol 1, No 3

THỰC TRẠNG VIỆC SỬ DỤNG NHÀ MÔI GIỚI LỚP 2 TRONG CHUỖI CUNG ỨNG CÀ PHÊ TẠI BUÔN MA THUỘT

Tổng Thị Khánh Hằng¹, Đỗ Minh Đức, Trương Ngọc Anh, Ngô Thị Lan Phương, Vũ Thị Huyền Trang

Sinh viên K62 – Tiếng Pháp thương mại – Khoa tiếng Pháp

Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam

Ngô Đức Tài

Sinh viên K61 – Kinh tế đối ngoại – Viện Kinh tế và Kinh doanh quốc tế

Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam

Nguyễn Thị Vân Trang

Giảng viên Viện Kinh tế & Kinh doanh quốc tế

Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam

Tóm tắt

Ngành cà phê tại Việt Nam đang ngày càng có nhiều tiềm năng, đặc biệt là tại Buôn Ma Thuột, thủ phủ cà phê tại Việt Nam. Nhưng cơ hội luôn đi cùng những thách thức. Và một trong những thách thức lớn nhất là thách thức về chuỗi cung ứng cà phê. Ở nghiên cứu này, chúng tôi đã sử dụng phương pháp định tính, thu thập dữ liệu sơ cấp từ nông dân và nhà môi giới địa phương. Từ đó, đưa ra phân tích thực trạng sử dụng nhà môi giới cấp 2 trong chuỗi cung ứng cà phê tại Buôn Ma Thuột, đưa ra những đánh giá khách quan về vai trò và thiếu sót của nhà môi giới lớp 2 trong chuỗi cung ứng. Từ đó, chúng tôi đưa đến những kết luận và giải pháp cụ thể nhằm nâng cao hiệu quả của chuỗi.

Từ khóa: chuỗi cung ứng cà phê, nhà môi giới, nhà môi giới lớp 2, Buôn Ma Thuột.

¹ Tác giả liên hệ, email: 2314730037@ftu.edu.vn

THE CURRENT STATE OF USING SECOND-TIER BROKERS IN BUON MA THUOT'S COFFEE SUPPLY CHAIN

Abstract:

The coffee industry in Vietnam is increasingly showing great potential, especially in Buon Ma Thuot, the coffee capital of Vietnam. However, opportunities always come with challenges, and one of the most significant challenges is the coffee supply chain. In this study, we employed a qualitative research method, collecting primary data from farmers and local brokers. From there, we analyzed the current state of using second-tier brokers in the coffee supply chain in Buon Ma Thuot, providing objective assessments of their roles and shortcomings. Based on these insights, we propose specific conclusions and solutions to enhance the efficiency of the supply chain.

Keywords: coffee supply chain, brokers, second-tier brokers, Buon Ma Thuot.

1. Đặt vấn đề:

Buôn Ma Thuột là thủ phủ cà phê của Việt Nam, có vai trò quan trọng trong chuỗi cung ứng cà phê toàn cầu. Tuy nhiên, các nghiên cứu về chuỗi cung ứng cà phê tại đây vẫn chưa thực sự đi sâu vào phân tích vai trò của người môi giới lớp 2 – một thành phần quan trọng góp phần kết nối các mắt xích trong chuỗi cung ứng từ nông dân đến với các đại lý cấp cao hơn. Trong bối cảnh thị trường cà phê đang đối mặt với nhiều thách thức như biến đổi khí hậu, biến động giá cả và áp lực cạnh tranh quốc tế, việc nghiên cứu vai trò của người môi giới lại càng mang ý nghĩa thiết thực trong việc nâng cao hiệu quả chuỗi cung ứng và gia tăng giá trị sản phẩm. Với tiềm năng ứng dụng thực tiễn cao, đề tài “*Thực trạng vai trò của nhà môi giới lớp 2 trong chuỗi cung ứng cà phê tại Buôn Ma Thuột*” sẽ đóng góp phần lớn cho việc giải quyết các vấn đề xoay quanh nhà môi giới trong chuỗi cung ứng cà phê tại Buôn Mê Thuột.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái niệm chuỗi cung ứng

Chuỗi cung ứng được hiểu là một mạng lưới các phương tiện và hoạt động được tổ chức nhằm thực hiện các chức năng như thu mua nguyên liệu, chuyển hóa chúng thành sản phẩm trung gian và sản phẩm hoàn thiện, sau đó phân phối đến tay người tiêu dùng. Theo Hoàng Văn Châu (2009), chuỗi cung ứng hoạt động như một hệ thống liên kết, đảm bảo sự vận hành liên tục từ giai đoạn đầu tiên cho đến giai đoạn cuối cùng của quá trình sản xuất và phân phối.

Thomas Friedman nhấn mạnh rằng chuỗi cung ứng không chỉ đơn thuần là một hệ thống quản lý, mà còn là sự kết hợp giữa nghệ thuật và khoa học trong việc hợp tác, nơi mà các thành phần tham gia cùng nhau tạo ra giá trị. Điều này cho thấy chuỗi cung ứng không chỉ mang tính chất kỹ thuật mà còn liên quan đến khả năng phối hợp và hợp tác giữa các bên liên quan.

Theo Wisner và các cộng sự (2012), chuỗi cung ứng bao gồm tất cả các bên tham gia, dù trực tiếp hay gián tiếp, nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Các bên này có thể là nhà cung

cấp, nhà sản xuất, nhà phân phối, nhà bán lẻ, hoặc thậm chí là khách hàng cuối cùng. Tất cả các thành phần này tạo thành một hệ thống phức tạp nhưng không thể tách rời, nhằm đảm bảo giá trị của sản phẩm và dịch vụ được chuyển giao một cách hiệu quả nhất.

2.2. Đặc điểm chuỗi cung ứng

Chuỗi cung ứng sở hữu nhiều đặc điểm nổi bật, thể hiện sự phức tạp và tính linh hoạt của hệ thống này. Một trong những yếu tố quan trọng là sự tham gia của nhiều bên liên quan, bao gồm nhà cung cấp nguyên liệu, nhà sản xuất, nhà phân phối và các khách hàng cuối cùng. Mỗi bên đều đảm nhận vai trò và trách nhiệm riêng trong việc tạo ra giá trị và đảm bảo hoạt động của chuỗi cung ứng diễn ra một cách trơn tru.

Chuỗi cung ứng không ngừng vận động và thay đổi theo thời gian, bao gồm ba dòng dịch chuyển chính: dòng hàng hóa, dòng thông tin và dòng tài chính. Chúng liên kết chặt chẽ với nhau hình thành nên một hệ thống động nơi thông tin về nhu cầu, sản phẩm và tài chính luôn được trao đổi và ảnh hưởng lẫn nhau giữa các bên trong chuỗi. Điều này yêu cầu các bên tham gia phải liên tục theo dõi, điều chỉnh các hoạt động để bảo đảm sự thông suốt, hiệu quả.

Để duy trì sự ổn định và phát triển, chuỗi cung ứng cần đạt được sự cân bằng giữa hiệu quả và khả năng phục hồi. Điều này có nghĩa là bên cạnh việc tối ưu hóa chi phí và thời gian, chuỗi cung ứng cũng phải có khả năng ứng phó linh hoạt với những thay đổi bất ngờ hoặc các yếu tố rủi ro, chẳng hạn như thiên tai, biến động thị trường hoặc gián đoạn trong sản xuất.

Doanh nghiệp trung tâm là một trong những yếu tố quan trọng của chuỗi cung ứng. Đây là công ty có vai trò chủ chốt trong việc điều phối và quản lý các hoạt động trong chuỗi.

3. Tổng quan về chuỗi cung ứng cà phê tại Buôn Ma Thuột

3.1. Đặc điểm của thị trường Cà phê tại Buôn Ma Thuột

Từ năm 1986, nhờ chính sách đổi mới kinh tế, Đắk Lắk đã trở thành một trong những tỉnh có diện tích trồng cà phê lớn nhất cả nước, tập trung chủ yếu ở thành phố Buôn Ma Thuột và các huyện lân cận. Cụ thể, các vùng chuyên canh cà phê chiếm khoảng 86% diện tích và 89% sản lượng toàn tỉnh.

Hiện nay, cà phê Buôn Ma Thuột đã có mặt tại thị trường của khoảng 80 quốc gia trên thế giới, bao gồm cả những thị trường khó tính như Mỹ, Nhật Bản và một số nước Tây Âu. Mặc dù đã trải qua nhiều biến động thị trường nhưng ngành cà phê vẫn là nguồn kinh tế chủ đạo của khoảng 500.000 người dân trong vùng.

Chính phủ cũng ký quyết định phê duyệt Quy hoạch tỉnh Đắk Lắk thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050; trong đó, xác định đến năm 2050 Đắk Lắk là tỉnh nền kinh tế xanh và thành phố Buôn Ma Thuột trở thành "Thành phố cà phê thế giới". Điều này cho thấy sự quan tâm của nhà nước đối với sự phát triển của ngành cà phê.

Với tầm nhìn chiến lược rõ ràng, Đắk Lắk đang từng bước biến Buôn Ma Thuột thành một "thủ phủ cà phê" tầm cỡ thế giới. Sự quan tâm đặc biệt của Trung ương và những nỗ lực không

ngừng của địa phương đã tạo ra một động lực mạnh mẽ để phát triển ngành cà phê. Để đạt được điều đó, đòi hỏi chuỗi cung ứng Cà phê tại đây cần phải ngày càng nâng cao hiệu quả, từ những mắt xích nhỏ nhất.

3.2. Các yếu tố cấu thành chuỗi cung ứng cà phê tại Buôn Ma Thuật

Chuỗi cung ứng cà phê tại Buôn Ma Thuật là một hệ thống phức tạp, đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa nhiều chủ thể khác nhau. Mỗi mắt xích trong chuỗi đều đóng vai trò quan trọng, góp phần tạo nên chất lượng và giá trị của sản phẩm cà phê cuối cùng. Hệ thống đó bao gồm: **Người cung cấp nguyên liệu đầu vào, người trồng cà phê, các công ty thu mua và chế biến cà phê, các tổ chức xuất khẩu và tiêu thụ.** Các mắt xích này liên kết với nhau thông qua tác động của nhà môi giới. Tác động ấy đặc biệt sâu sắc và rõ nét giữa người trồng cà phê và các công ty thu mua chế biến. Xuyên suốt nghiên cứu, chúng tôi dùng thuật ngữ “nhà môi giới lớp 2” để chỉ tác nhân tham gia môi giới giữa hai mắt xích này.

Trong chuỗi cung ứng cà phê tại Buôn Ma Thuật, người môi giới đóng một vai trò rất quan trọng, nhất là khi nông dân không thể tự mình tiếp cận các thị trường lớn hay không có đủ kiến thức về các yêu cầu chất lượng. Người môi giới đóng vai trò cầu nối giữa nông dân và các đại lý cấp cao, công ty xuất khẩu. Các hình thức môi giới có thể phân thành hai cấp độ khác nhau:

Nhà môi giới cấp 1 chủ yếu là những đại lý, nhà thu mua lớn có mối quan hệ với các công ty xuất khẩu, nhà chế biến lớn. Họ thu mua lượng cà phê lớn từ các môi giới cấp dưới và bán lại cho các công ty chế biến hoặc xuất khẩu. Các môi giới cấp 1 này không tham gia vào các công đoạn chế biến mà chỉ tập trung vào việc thu mua và bán lại.

Nhà môi giới lớp 2 là những người thu mua cà phê trực tiếp từ nông dân hoặc các lò sấy cà phê. Nhà môi giới cấp 2 chỉ thu cà phê đã được phơi hoặc sấy. Nông dân thường phơi trực tiếp do không đủ điều kiện và không đầu tư lò sấy. Các lò sấy thì sấy cà phê đến kho cà phê đạt độ ẩm nhất định và bán cho nhà môi giới lớp 2. Sau đó, nhà môi giới lớp 2 sẽ trộn cà phê phơi và sấy thu được và bán lại cho các môi giới lớp 1. Những môi giới lớp 2 này thường là những người trong cộng đồng địa phương, có mối quan hệ gần gũi với nông dân và hiểu rõ về nhu cầu của họ.

4. Thực trạng việc sử dụng người môi giới lớp 2 trong chuỗi cung ứng cà phê tại Buôn Ma Thuật

4.1. Thực trạng việc sử dụng người môi giới lớp 2 trong chuỗi cung ứng cà phê tại Buôn Mê Thuật

Trong chuỗi cung ứng cà phê tại Buôn Mê Thuật, người môi giới lớp 2 đóng vai trò trung gian quan trọng giữa các hộ nông dân nhỏ lẻ và các đại lý cấp cao hoặc nhà xuất khẩu đã giúp cho chuỗi có những hiệu quả cụ thể. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại song song những hạn chế đáng kể. Dưới đây là phân tích chi tiết hiệu quả và thiếu sót của họ.

4.1.1 Thu mua và hợp nhất nguồn cung

Người môi giới lớp 2 thu gom cả phê từ các hộ nông dân nhỏ lẻ – chiếm khoảng 85% sản lượng cà phê tại Buôn Ma Thuột (theo khảo sát của Viện Khoa học Kỹ thuật Nông Lâm nghiệp Tây Nguyên, 2021) – và hợp nhất thành khối lượng lớn để cung cấp cho nhà sản xuất hoặc xuất khẩu. Một nhà môi giới lớp 2 trung bình thu mua khoảng 50-70 tấn cà phê mỗi vụ (dựa trên khảo sát tại Buôn Ma Thuột với 30-40 nông dân, mỗi hộ sản xuất 1,5-2 tấn/vụ). Điều này giúp giải quyết tình trạng manh mún, tạo nguồn cung ổn định với khối lượng tối thiểu 20 tấn/lô – mức yêu cầu phổ biến của các nhà xuất khẩu. Theo Phan et al. (2020), việc hợp nhất giảm chi phí logistics khoảng 15-20% (từ 500.000-600.000 VNĐ/tấn xuống còn 400.000-480.000 VNĐ/tấn) và tăng khả năng thương lượng giá thêm 5-10% so với bán lẻ.

Tuy nhiên, thiếu quy trình quản lý rõ ràng khiến nguồn cung không ổn định. Ví dụ, trong vụ mất mùa 2019-2020 (sản lượng giảm 10-15% do hạn hán), 30% nhà môi giới không đáp ứng được đơn hàng do không dự trữ hoặc tìm nguồn cung thay thế (theo báo cáo của Hiệp hội Cà phê Việt Nam - VICOFA). Chiến lược mua hàng hiện tại chỉ dựa vào tình hình thị trường mà không có kế hoạch dài hạn hoặc dự báo nhu cầu. Điều này dẫn đến việc nhà môi giới bị động trong việc thu mua cà phê, đặc biệt trong các năm mất mùa khi nguồn cung giảm sút. Các nghiên cứu cho thấy rằng chiến lược thu mua cần phải linh hoạt nhưng cũng cần có kế hoạch rõ ràng để ứng phó với các biến động thị trường. Hơn nữa, thiếu chiến lược dài hạn có thể khiến nhà môi giới không tận dụng được các cơ hội tốt trên thị trường, làm giảm khả năng cạnh tranh so với các đối thủ khác.

4.1.2. Kết nối và giám sát giữa các bên

Người môi giới lớp 2 kết nối nông dân với nhà sản xuất, chuyển tải yêu cầu về chất lượng (độ ẩm dưới 13%, tạp chất dưới 1%) và số lượng từ đại lý cấp cao. Họ cũng giám sát sơ bộ quá trình sản xuất tại vườn để đảm bảo tiêu chuẩn. Mỗi quan hệ này giúp nông dân tiếp cận thị trường lớn hơn, ví dụ, 60% cà phê Buôn Ma Thuột được xuất khẩu qua trung gian (VICOFA, 2022).

Tuy nhiên, việc giám sát thường chỉ dựa trên kinh nghiệm cá nhân, thiếu thiết bị đo lường hiện đại (như máy đo độ ẩm). Điều này dẫn đến chất lượng không đồng đều – khoảng 10-15% lô hàng bị từ chối bởi nhà xuất khẩu do vượt ngưỡng độ ẩm hoặc tạp chất (theo Okello et al., 2021). Ngoài ra, mối quan hệ dựa trên quen biết thay vì hợp tác chuyên nghiệp khiến họ không hợp định kỳ hay thăm vườn, làm giảm khả năng dự báo nguồn cung. Tại Buôn Ma Thuột, một nhà môi giới hợp tác với nhiều hộ nông dân cung cấp cà phê, nhiều nhà môi giới khác cũng như các đại lý cấp cao (*khảo sát thu được: một nhà môi giới lớp 2 hợp tác với 30 đến 40 nông dân và 8 đến 9 nhà môi giới khác*) nhưng các nhà môi giới này không có quy trình lựa chọn hay quản lý rõ ràng. Điều này sẽ gây nguy cơ dẫn đến rủi ro khi các nhà cung cấp hiện tại gặp khó khăn sản xuất hoặc không đáp ứng yêu cầu chất lượng. Các nghiên cứu chỉ ra rằng việc không có hệ thống quản lý nhà cung cấp làm giảm khả năng kiểm soát chất lượng và gây khó khăn trong việc tìm kiếm nguồn cung cấp mới có giá cả cạnh tranh hơn. Bên cạnh đó, nghiên cứu của Barnekow và cộng sự cho thấy sự thiếu quản lý chính xác của nhà môi giới có thể làm

giảm khả năng tìm kiếm các đối tác mới tiềm năng, dẫn đến tình trạng phụ thuộc vào một nhóm nhỏ các nhà cung cấp quen thuộc.

4.1.3. Xử lý giao dịch và rút ngắn thời gian

Người môi giới lớp 2 xử lý nhanh khâu thu mua, phân loại, và vận chuyển, rút ngắn thời gian giao dịch từ 7-10 ngày (nếu nông dân tự bán) xuống còn 3-5 ngày (theo khảo sát thực tế tại Buôn Ma Thuột). Ví dụ, một lô 50 tấn cà phê có thể được thu gom và giao cho đại lý cấp cao trong 4 ngày thay vì 8 ngày nếu không có trung gian. Theo Hoàng et al. (2021), rút ngắn thời gian giúp giảm tỷ lệ hư hỏng từ 5% xuống 2%, duy trì chất lượng cà phê (đặc biệt với cà phê robusta dễ bị nấm mốc).

Tuy nhiên, thiếu hợp đồng văn bản (90% giao dịch bằng miệng, theo khảo sát địa phương) gây rủi ro lớn trong trường hợp tranh chấp xảy ra. Ví dụ, năm 2021, 20% giao dịch giữa môi giới và nông dân tại Buôn Ma Thuột gặp mâu thuẫn về giá hoặc số lượng, không có cơ sở pháp lý giải quyết (theo Mentzer et al.).

4.1.4. Quản lý chất lượng và chiến lược mua hàng

Hiện tại, nhà môi giới chỉ yêu cầu các tiêu chuẩn chất lượng sơ bộ như độ ẩm và tỷ lệ tạp chất mà không có quy trình kiểm tra chi tiết hoặc thiết bị đo lường hiện đại. Điều này dễ dẫn đến sản phẩm không đồng đều về chất lượng và ảnh hưởng đến uy tín khi cung cấp cho các đại lý cấp trên. Nghiên cứu của Okello và cộng sự chỉ ra rằng sự thiếu kiểm soát chất lượng chặt chẽ có thể dẫn đến việc không đáp ứng được yêu cầu từ các đối tác thương mại lớn, làm giảm khả năng xuất khẩu cà phê sang thị trường quốc tế. Bên cạnh đó, họ không có chiến lược mua hàng dài hạn, việc mua hàng vẫn bị động dựa theo biến động của thị trường biến động thị trường.

Thiếu thiết bị kiểm tra hiện đại khiến 15-20% lô cà phê không đạt chuẩn xuất khẩu (VICOFA, 2022). Chiến lược bị động làm họ không tận dụng được giá cao (ví dụ, giá cà phê tăng 30% năm 2021 nhưng nhiều môi giới không dự trữ trước), hoặc không đáp ứng đơn hàng khi mất mùa (giảm 10-15% sản lượng).

4.1.5. Hợp tác và tối ưu hóa tài chính

Nhà môi giới ứng trước tiền cho nông dân (trung bình 10-15 triệu VNĐ/hộ, tương đương 50-70% giá trị lô hàng) trong 3-4 ngày để thu mua nhanh. Điều này giúp nông dân có vốn xoay vòng, tăng 20-25% lượng cà phê bán qua môi giới (khảo sát địa phương).

Mặc dù nhà môi giới có khả năng ứng trước tiền cho nông dân và các nhà môi giới khác, nhưng việc chỉ ứng trước trong thời gian ngắn là không đủ để hỗ trợ nông dân đầu tư vào cải thiện sản xuất. Nhà môi giới chia sẻ bản thân họ cũng không sẵn sàng và không đủ khả năng để ứng vốn cho nông dân trong thời gian dài. Ngoài ra, dòng tài chính không tối ưu khi môi giới phụ thuộc vào đại lý cấp cao, chỉ ứng trước được 60-70% tổng nhu cầu vốn (ước tính từ nghiên cứu về chuỗi cung ứng cà phê). Điều này làm giảm động lực cho nông dân ưu tiên bán hàng cho nhà môi giới và ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của họ trên thị trường. Các nghiên cứu về quản lý tài chính trong chuỗi cung ứng cho thấy việc cung cấp vốn lưu động lâu

dài là yếu tố then chốt để nâng cao năng suất và ổn định nguồn cung. Thiếu tài chính hỗ trợ làm giảm khả năng đầu tư vào cơ sở hạ tầng và công nghệ mới, từ đó làm giảm chất lượng sản phẩm và khả năng mở rộng quy mô sản xuất.

4.2. Đánh giá việc sử dụng người môi giới cấp 2 trong chuỗi cung ứng cà phê tại Buôn Ma Thuột

Dựa trên phân tích thực trạng về việc sử dụng người môi giới lớp 2 trong chuỗi cung ứng cà phê cũng như về vai trò và những thiếu sót của họ, chúng tôi nhận thấy vai trò của nhà môi giới lớp 2 vẫn còn tồn đọng nhiều thiếu sót. Những thiếu sót đó ảnh hưởng sâu sắc đến hiệu quả của toàn chuỗi. Đặc biệt là trong bối cảnh như hiện nay, khi cà phê là một mặt hàng có giá trị kinh tế cao và ngày càng có sức cạnh tranh cao ở thị trường quốc gia và quốc tế. Việc nâng cao hiệu quả chuỗi cung ứng chỉ thực sự có hiệu quả khi khắc phục được những vấn đề nhỏ nhất trong chuỗi. Đòi hỏi phải có những biện pháp cụ thể và tính khả thi cao. Trên thực tế, việc sử dụng người môi giới trong chuỗi cung ứng đặt ra nhiều những thách thức và nguy cơ hơn cho chuỗi cung ứng, tuy nhiên, nếu khắc phục được những thiếu sót của nhà môi giới đồng thời đẩy nâng cao hiệu quả việc sử dụng nhà môi giới lớp 2 trong chuỗi sẽ mang lại hiệu ứng tốt hơn so với những khó khăn mà chuỗi cung ứng gặp phải khi không có sự tham gia của nhà môi giới lớp 2.

5. Một số đề xuất nhằm nâng cao tính hiệu quả của việc sử dụng người môi giới cấp 2 trong chuỗi cung ứng cà phê tại Buôn Ma Thuột

Nông dân trong chuỗi cung ứng cà phê phải đối mặt với nhiều vấn đề phức tạp như sự biến động giá cả, chất lượng sản phẩm không ổn định, thiếu kết nối với nhà chế biến và khó khăn trong việc tham gia vào các chứng nhận bền vững. Đại lý cấp cao gặp các vấn đề về nguồn cung, không có được sự tin tưởng của nông dân, không kết nối trực tiếp được đến nông dân do các điều kiện về địa lý, nguồn lực, uy tín,... Những vấn đề này không chỉ ảnh hưởng đến thu nhập, đời sống của nông dân mà còn làm giảm hiệu quả và tính bền vững của toàn bộ chuỗi cung ứng.

Bằng việc khắc phục những thiếu sót của nhà môi giới lớp 2 và đẩy mạnh vai trò của họ, các giải pháp dưới đây là khả thi và tối ưu nhất cho chuỗi cung ứng cà phê tại Buôn Ma Thuột.

5.1. Tăng tính minh bạch và giảm rủi ro nguồn cung

Theo phỏng vấn, giá cà phê thường xuyên thay đổi và nông dân không có cách nào để dự đoán giá trị của sản phẩm mình trong tương lai. Việc này khiến cho họ gặp khó khăn trong việc lập kế hoạch sản xuất và tiêu thụ cà phê. Nhà môi giới có thể đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp thông tin về giá cả thị trường và các xu hướng giá. Điều này sẽ giúp nông dân giảm bớt sự bất ổn và nâng cao khả năng dự đoán lợi nhuận của mình.

Nhà môi giới có thể cung cấp thông tin kịp thời và chính xác về tình hình thị trường cà phê, đặc biệt là các dự báo về giá cả trong mùa thu hoạch. Bằng cách này, nông dân sẽ có thể

chuẩn bị tốt hơn cho việc bán hàng và tối ưu hóa lợi nhuận. Ngoài ra, nhà môi giới cũng có thể thiết lập các kênh thông tin thường xuyên với nông dân để cập nhật về các thay đổi trong ngành và giúp họ có được mức giá hợp lý nhất.

Nhà môi giới cần có những hợp đồng làm việc cụ thể với đại lý cấp cao cũng như với nông dân, bằng cách này có thể khắc phục được những thiếu sót về tính minh bạch, giảm thiểu được nguy cơ mâu thuẫn và rủi ro tài chính. Nhà môi giới có thể thiết lập các hợp đồng tiêu thụ cà phê dài hạn với các công ty xuất khẩu hoặc các nhà chế biến lớn, cam kết mức giá ổn định và bảo đảm rằng nông dân có thể bán hết sản phẩm của mình. Điều này không chỉ giúp nông dân giảm bớt nỗi lo về tiêu thụ mà còn giúp họ lên kế hoạch sản xuất hiệu quả hơn, từ đó nâng cao hiệu quả của toàn bộ chuỗi cung ứng.

5.2. Hỗ trợ nông dân nâng cao chất lượng sản phẩm

Chất lượng sản phẩm là một trong những yếu tố quyết định giá trị của cà phê trên thị trường. Tuy nhiên, nông dân thường thiếu các kiến thức và công nghệ để sản xuất cà phê chất lượng cao. Việc cải thiện chất lượng cà phê sẽ giúp nông dân có thể bán được sản phẩm với giá cao hơn, đặc biệt là khi tham gia vào các thị trường quốc tế yêu cầu chất lượng cao.

Nhà môi giới sẽ là trung gian truyền đạt thông tin đến nông dân. Vì trước hết, ở nhà môi giới có đủ uy tín và thân thiết để nông dân tin vào lời nói của họ. Nông dân không thực sự tin tưởng vào các đại lý lớn, thương lái, xuất khẩu,... Nhưng với nhà môi giới, lợi ích của nông dân cũng sẽ mang đến lợi ích cho nhà môi giới, khi cà phê đạt chất lượng cao hơn, đồng nghĩa họ thu được nhiều lợi nhuận hơn. Về điểm này, nông dân lại càng đặt lòng tin vào nhà môi giới.

Nhà môi giới có thể tổ chức các lớp đào tạo hoặc tư vấn về cách canh tác và chế biến cà phê đạt chuẩn chất lượng. Đồng thời, họ có thể giúp nông dân cải thiện quy trình phơi và chế biến cà phê để giảm độ ẩm và nâng cao chất lượng. Các nhà môi giới cũng không chỉ giúp nâng cao chất lượng mà còn giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường. Các tổ chức, doanh nghiệp thay vì tự mình truyền đạt thông tin đến nông dân, thì để nhà môi giới đứng ra làm điều đó.

5.3. Có chiến lược cụ thể trong việc quản lý mối quan hệ với nông dân và đại lý cấp cao/công ty xuất khẩu

Một trong những vấn đề lớn của nông dân là thiếu kết nối với các đại lý cấp cao hoặc công ty xuất khẩu. Việc không biết rõ yêu cầu của họ khiến cho nông dân gặp khó khăn trong việc sản xuất cà phê phù hợp với nhu cầu thị trường. Nhà môi giới có thể tạo cầu nối trực tiếp giữa các nông dân và nhà chế biến, giúp hai bên hiểu rõ nhau hơn và dễ dàng giao dịch.

Nhà môi giới có thể tổ chức các cuộc gặp gỡ và thảo luận định kỳ giữa nông dân và nhà chế biến để chia sẻ về yêu cầu chất lượng, giá cả và xu hướng tiêu thụ cà phê. Điều này sẽ tạo cơ hội cho nông dân điều chỉnh sản xuất của mình sao cho phù hợp với yêu cầu của thị trường. Bên cạnh đó, việc thiết lập các mối quan hệ bền vững với nhà chế biến sẽ giúp nông dân có nguồn tiêu thụ ổn định và có thể bán hàng với giá hợp lý hơn.

5.4. Khuyến khích nông dân tham gia vào các chứng nhận bền vững

Trong bối cảnh ngày càng có nhiều yêu cầu về chứng nhận bền vững từ các thị trường quốc tế, việc tham gia vào các chương trình chứng nhận như UTZ, Rainforest Alliance, hoặc Fairtrade có thể mang lại nhiều lợi ích cho nông dân, bao gồm giá bán cao hơn và sự tin tưởng từ phía khách hàng.

Nhà môi giới có thể giúp nông dân tiếp cận các chứng nhận bền vững bằng cách cung cấp thông tin và hướng dẫn về quy trình tham gia. Ngoài ra, nhà môi giới cũng có thể hỗ trợ tài chính cho nông dân khi tham gia vào các chương trình chứng nhận này, qua đó giảm bớt gánh nặng chi phí ban đầu cho nông dân.

6. Kết luận

Nghiên cứu đã làm rõ các khía cạnh thực tiễn về vai trò và những thiếu sót của nhà môi giới lớp 2 trong chuỗi cung ứng cà phê tại Buôn Ma Thuột. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng việc sử dụng đúng cách nhà môi giới lớp 2 không chỉ giữ vai trò kết nối các thành phần trong chuỗi cung ứng mà còn góp phần nâng cao hiệu quả giao dịch, quản lý rủi ro và thúc đẩy sự phát triển bền vững.

Nghiên cứu này đã đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của nhà môi giới, đặc biệt là trong việc tối ưu hóa chuỗi cung ứng, đảm bảo tính minh bạch và công bằng. Những giải pháp này không chỉ mang tính thực tiễn mà còn định hướng cho sự phát triển lâu dài của ngành cà phê tại Buôn Ma Thuột nói riêng và tại Việt Nam nói chung.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Bates, R. H. (2012). "Political economy of the coffee trade: Economics of the global coffee market", *Global Trade and Development Review*, Vol. 5 No. 1, pp 14–32.

Gibbon, P. (2001). "Global commodity chains and upgrading in coffee and cocoa chains", *World Development*, Vol. 29 No. 6, pp 1023–1044.

Reardon, T., Berdegue, J. A. & Lee, J. (2003). "The rise of supermarkets and their implications for the global coffee value chain", *Agricultural Economics*, Vol. 28 No. 1, pp 7–17.

Bates, R. (2012). "Price stabilization and market information systems in agricultural supply chains", *Journal of Development Studies*, Vol. 48 No. 9, pp 1234–1251.

Olivier, M., Karp, M. & Koch, M. (2018). "Supply chain management in the coffee industry: Challenges and opportunities", *Coffee Trade Journal*, Vol. 47 No. 4, pp 233–248.

Daviron, B. & Vagneron, I. (2021). "The economics of coffee chains: Issues in sustainability and global trade", *International Food Policy Research Institute*.

Gereffi, G. (2022). "Global value chains and global production networks in the coffee industry", *Journal of World Business*.

Karachiwala, M. (2019). "Navigating the complexities of coffee supply chains: The role of brokers", *Global Trade Review*.

Meyer, A. (2020). "The changing role of brokers in agricultural supply chains", *Agricultural Economics Review*.

World Bank. (2022). "The role of brokers in agricultural supply chains".

Fairtrade International. (2021). "Supply chain transparency in coffee industry".

Pereira, M. (2021). "Market transparency in coffee supply chains", *Journal of Supply Chain Management*.

UNCTAD. (2020). "Sustainable coffee supply chains: Enhancing transparency and sustainability", *United Nations Conference on Trade and Development*.

VICOFA (Hiệp hội Cà phê Việt Nam). (2020). *Báo cáo thường niên ngành cà phê Việt Nam 2019–2020*. Hà Nội: VICOFA.

VICOFA (Hiệp hội Cà phê Việt Nam). (2022). *Thống kê sản xuất và xuất khẩu cà phê niên vụ 2021–2022*. Hà Nội: VICOFA.

Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn. (2023). *Báo cáo tổng kết sản lượng cà phê niên vụ 2022–2023*. Hà Nội: Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn.

Viện Khoa học Kỹ thuật Nông Lâm nghiệp Tây Nguyên. (2021). *Khảo sát cấu trúc sản xuất cà phê tại Đắk Lắk*. Buôn Ma Thuột.

Đoàn, T. N., Hoàng, T. N. & Phan, Q. S. (2000). *Cây cà phê ở Việt Nam*. Hà Nội: Nhà xuất bản Nông Nghiệp.

Quyết định số 4653/QĐ-BNN-KHCN ngày 15/11/2017 của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn về việc phê duyệt Đề án khung phát triển sản phẩm quốc gia “Cà phê Việt Nam chất lượng cao”.

Nghị quyết số 24/2017/NQ-HĐND ngày 13/7/2017 của HĐND tỉnh Đắk Lắk về phát triển cà phê bền vững của tỉnh Đắk Lắk đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030.

6. Phụ lục

6.1. Câu hỏi phỏng vấn nhà môi giới lớp 2

1. Anh/chị hợp tác với bao nhiêu nông dân và các môi giới khác (lớp 2) để cung cấp nguồn hàng? Anh/chị lựa chọn những nông dân hoặc các môi giới (lớp 2) này như thế nào? Anh/chị thanh toán cho họ như thế nào (ví dụ, điều khoản thanh toán)?

2. Anh/chị làm việc với bao nhiêu nhà chế biến? Tỷ lệ phần trăm của tổng doanh số bán hàng đến từ từng nhà chế biến như thế nào? Anh/chị được thanh toán như thế nào (ví dụ, điều khoản thanh toán)?

3. Anh/chị quản lý mối quan hệ với nhà chế biến, với nông dân và các môi giới khác (lớp 2) như thế nào? Ví dụ, anh/chị có ghé thăm và có cuộc họp định kỳ với họ không và về nội dung gì?

4. Chất lượng cà phê và một số lưu ý.

5. Mối quan hệ giữa nhà môi giới với đại lý cấp trên và nông dân/nhà môi giới khác.

6. Những chiến lược mua hàng chính khi làm việc với nông dân hoặc các môi giới khác (lớp 2) là gì? Anh/chị quản lý hệ thống các nhà cung cấp chủ đạo (supply base) bao gồm nông dân hoặc các môi giới khác (lớp 2) như thế nào?

7. Sản lượng cà phê qua các năm.

8. Xin vui lòng cung cấp 03 cái tên của những nông dân hoặc các môi giới khác (lớp 2) mà anh/chị thực hiện nhiều giao dịch nhất (khối lượng mua) và tương tác thường xuyên nhất (tần suất). Anh/chị có sẵn sàng kết nối chúng tôi với họ để chúng tôi có thể nói chuyện với họ không?

6.2. Câu hỏi phỏng vấn người nông dân

1. Anh/chị chỉ bán hàng cho các môi giới lớp 1, hay lớp 2, hay cả hai?

2. Anh/chị có làm việc trực tiếp với các nhà chế biến không? Nếu có, bao nhiêu nhà chế biến? Tỷ lệ bao nhiêu phần trăm? Là các nhà chế biến nào?

3. Anh/chị có mong muốn kết nối với các mắt xích khác trong chuỗi không?

4. Anh/chị đã làm việc trực tiếp với nhà chế biến như thế nào? Anh/chị có thể cho chúng tôi biết về những nhà chế biến đó không?

5. Anh/chị quản lý mối quan hệ với các môi giới như thế nào? Ví dụ, anh/chị có ghé thăm và có cuộc họp định kỳ với họ không và về nội dung gì?

6. Có ý định trồng cà phê bền vững?

7. Nhà môi giới kiểm tra chất lượng như thế nào?

8. Tổng cộng, anh/chị làm việc với bao nhiêu môi giới? Tỷ lệ bao nhiêu phần trăm của tổng doanh số bán hàng đến từ môi giới XXX? Anh/chị được thanh toán như thế nào (ví dụ, điều khoản thanh toán)?