

PHÂN TÍCH CHUỖI GIÁ TRỊ CÀ PHÊ ROBUSTA TẠI HUYỆN CƯ KUIN, TỈNH ĐẮK LẮK

TRẦN THỊ TRINH

Khoa Kinh tế, Trường Đại học Nông Lâm Thành phố Hồ Chí Minh

Nong Lam University Ho Chi Minh City

Email: tttrinh@hcmuaf.edu.vn

Ngày nhận bài: 6/8/2026

Ngày sửa bài: 21/8/2026

Ngày duyệt đăng bài: 3/9/2026

Tóm tắt:

Nghiên cứu phân tích chuỗi giá trị cà phê Robusta tại huyện Cư Kuin, tỉnh Đắk Lắk nhằm đánh giá cấu trúc vận hành, lượng hóa giá trị gia tăng (GTGT), sự phân phối lợi nhuận và đề xuất giải pháp nâng cấp chuỗi. Nghiên cứu sử dụng khung phân tích của Kaplinsky & Morris (2001), kết hợp khảo sát 114 tác nhân gồm nông hộ, thương lái, cơ sở chế biến, nhà xuất khẩu và chuyên gia để phân tích kinh tế chuỗi và SWOT. Kết quả xác định 6 nhóm tác nhân và 5 kênh phân phối. Từ kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất tập trung vào chế biến sâu, nâng cao và chuẩn hóa chất lượng, phát triển sản phẩm giá trị gia tăng, đồng thời tăng cường liên kết ngang giữa nông hộ và liên kết dọc với HTX, doanh nghiệp chế biến, xuất khẩu.

Từ khóa: chuỗi giá trị, cà phê Robusta, huyện Cư Kuin, tỉnh Đắk Lắk

Analysis of the Robusta coffee value chain in Cu Kuin District, Dak Lak Province

Abstract:

This study analyzes the Robusta coffee value chain in Cu Kuin District, Dak Lak Province, with the aim of assessing its operating structure, quantifying value added, examining profit distribution, and proposing strategies for chain upgrading. The study applies the value chain framework of Kaplinsky and Morris (2001) and combines it with a survey of 114 stakeholders, including farmers, traders, processors, exporters, and experts, to conduct value chain economic analysis and SWOT analysis. The findings identify six groups of actors and five distribution channels. Channel 1, which is associated with processing and the consumption of final products, generates the highest value added, at VND 268.27 thousand per kilogram, but accounts for only 4.3% of total output. In contrast, Channel 5, which is primarily associated with raw coffee exports, accounts for 53.9% of output but generates only VND 73.77 thousand per kilogram in value added. Chain linkages remain weak: 81.3% of farmers sell through traders, while only 6.5% sell to enterprises under formal contracts. In Channel 5, farmers receive only 0.8% of total channel profit. Based on these findings, the study recommends promoting deep processing, improving and standardizing product quality, developing value-added products, and strengthening both horizontal linkages among farmers and vertical linkages with cooperatives, processors, and exporters.

Keywords: value chain, Robusta coffee, Cu Kuin District, Dak Lak Province

1. Đặt vấn đề

Cà phê là ngành hàng nông sản có mức độ tham gia cao vào thương mại quốc tế và được tổ chức qua nhiều tác nhân từ cung ứng đầu vào, sản xuất, thu mua, chế biến đến phân phối và tiêu dùng. Theo cách tiếp cận chuỗi giá trị, phân tích ngành hàng cần xem xét đồng thời dòng sản phẩm, thông tin, quan hệ giữa các tác nhân, quá trình tạo giá trị và sự phân phối lợi ích (Gereffi, 1994; Kaplinsky, 2000; Kaplinsky & Morris, 2001). Đối với nông sản, chế biến, tiêu chuẩn chất lượng, tiếp cận thị trường và khả năng nâng cấp là những yếu tố quan trọng để gia tăng giá trị (Humphrey & Schmitz, 2000; Humphrey & Memedovic, 2006).

Trong chuỗi cà phê toàn cầu, giá trị không chỉ được tạo ra tại khâu sản xuất nguyên liệu mà ngày càng phụ thuộc vào chất lượng, chế biến, thương hiệu, tiêu chuẩn và khả năng tiếp cận thị trường. Daviron & Ponte (2005) cho rằng, khoảng cách giữa giá trị mà người sản xuất nhận được và giá trị của sản phẩm tại thị trường tiêu dùng là vấn đề đáng chú ý. Vì vậy, chuyển từ xuất khẩu nguyên liệu sang các sản phẩm có GTGT cao hơn là hướng quan trọng để cải thiện vị thế của các vùng sản xuất cà phê.

Đối với Việt Nam, Robusta chiếm tỷ trọng lớn trong ngành cà phê. Sự phát triển của ngành tạo cơ hội thu nhập cho nông hộ nhưng đồng thời đặt ra các vấn đề về biến động giá, môi trường và tính bền vững (Marsh, 2007). Nguyen et al. (2019) cho thấy, sản xuất cà phê Việt Nam phụ thuộc đáng kể vào nông hộ nhỏ và phải nâng cao hiệu quả, chất lượng và tính bền vững. Mai Văn Xuân và cộng sự (2016) cũng chỉ ra, Việt Nam vẫn tập trung nhiều vào sản xuất và xuất khẩu cà phê nguyên liệu, trong khi các khâu tạo giá trị gia tăng (GTGT) cao hơn chưa được khai thác trọng xứng.

Huyện Cư Kuin là vùng sản xuất cà phê quan trọng của tỉnh Đắk Lắk, trong đó Robusta giữ vị trí chủ đạo. Năm 2023, huyện có 12.072 ha cà phê, trong đó Robusta đạt 11.130 ha, chiếm khoảng 92%; diện tích Robusta do nông hộ quản lý là 7.658 ha, tổng sản lượng đạt 25.194 tấn nhân. Tuy nhiên, tiêu thụ vẫn phụ thuộc lớn vào thương lái: 81,3% nông hộ bán cho thương lái, chỉ 18,7% bán trực tiếp cho HTX và công ty, và chỉ 6,5% bán cho công ty thông qua hợp đồng.

Sản phẩm tại Cư Kuin chủ yếu được tiêu thụ dưới dạng nguyên liệu hoặc cà phê nhân; tỷ lệ chế biến sâu còn thấp. Điều này hạn chế khả năng tạo GTGT tại địa phương. Tamru & Minten (2023) cho rằng hoạt động tạo giá trị tại địa phương không tự động bảo đảm lợi ích được chuyển giao tương ứng cho nông hộ. Do đó, phân tích chuỗi giá trị cà phê Robusta tại Cư Kuin có ý nghĩa trong việc nhận diện tác nhân, kênh phân phối, mức GTGT, phân phối lợi nhuận và các điểm nghẽn của chuỗi.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Phương pháp tiếp cận

Nghiên cứu sử dụng cách tiếp cận chuỗi giá trị theo Kaplinsky & Morris (2001), xem xét chuỗi từ cung ứng đầu vào, sản xuất, thu mua, chế biến, phân phối đến tiêu dùng và xuất khẩu. Khung phân tích tập trung vào các tác nhân, chức năng, mối liên kết, sự phân phối lợi ích và cơ hội nâng cấp. Quan điểm về quản trị và nâng cấp chuỗi của Gereffi (1994), Humphrey & Schmitz (2000) được vận dụng để xem xét khả năng chuyển dịch sang các hoạt động tạo GTGT cao hơn.

2.2. Thu thập và xử lý số liệu

Dữ liệu thứ cấp được thu thập trong giai đoạn 2022-2024 từ các báo cáo và tài liệu liên quan đến sản xuất, tiêu thụ cà phê tại huyện Cư Kuin. Dữ liệu sơ cấp được thu thập bằng phỏng vấn trực tiếp trong tháng 11-12/2024. Mẫu gồm 94 nông hộ trồng cà phê Robusta, 5 nhà cung cấp vật tư đầu vào, 5 thương lái, 5 công ty/cơ sở chế biến, 5 nhà bán lẻ, 3 công ty xuất khẩu và 2 chuyên gia, tổng cộng 114 mẫu.

2.3. Phân tích kinh tế chuỗi

Nghiên cứu xác định chi phí trung gian (CPTG), chi phí tăng thêm (CPTT), GTGT và lợi nhuận của từng tác nhân.

GTGT được tính theo công thức: $GTGT = \text{Giá bán (P)} - \text{Chi phí trung gian (CPTG)}$.

Lợi nhuận được xác định: $LN = GTGT - \text{Chi phí tăng thêm (CPTT)}$.

Tỷ lệ phân phối lợi nhuận được xác định bằng lợi nhuận của từng tác nhân so với tổng lợi nhuận của chuỗi. Các chỉ tiêu này được sử dụng để đánh giá mức đóng góp của từng tác nhân vào quá trình tạo giá trị và phân phối lợi ích trong chuỗi.

2.4. Phân tích SWOT

Ma trận SWOT được xây dựng trên cơ sở khảo sát các tác nhân và tham vấn chuyên gia, gồm các yếu tố bên trong là điểm mạnh, điểm yếu và các yếu tố bên ngoài là cơ hội, thách thức. Từ đó hình thành các nhóm giải pháp SO, ST, WO và WT nhằm nâng cấp chuỗi. Số liệu được tổng hợp và tính toán bằng Microsoft Excel.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Cấu trúc chuỗi giá trị cà phê Robusta

Nghiên cứu xác định 6 nhóm tác nhân: (1) nhà cung cấp vật tư đầu vào; (2) nông hộ; (3) đại lý thu mua/thương lái; (4) HTX, công ty và cơ sở chế biến; (5) nhà bán lẻ; và (6) công ty xuất khẩu.

Có 5 kênh phân phối:

Kênh 1: Nông hộ → Công ty chế biến/HTX → Nhà bán lẻ → Người tiêu dùng nội địa.

Kênh 2: Nông hộ → Công ty chế biến/HTX → Xuất khẩu.

Kênh 3: Nông hộ → Công ty chế biến/HTX → Công ty xuất khẩu → Xuất khẩu.

Kênh 4: Nông hộ → Thương lái → Công ty chế biến/HTX → Công ty xuất khẩu → Xuất khẩu.

Kênh 5: Nông hộ → Thương lái → Công ty xuất khẩu → Xuất khẩu.

Chuỗi có nhiều tác nhân trung gian, đặc biệt ở các kênh xuất khẩu. Theo Gereffi (1994), cấu trúc và quan hệ giữa các tác nhân có thể ảnh hưởng đến việc phân bổ chức năng và giá trị. Trong ngành cà phê, các hoạt động gần thị trường tiêu dùng như chế biến, xây dựng chất lượng, thương hiệu và phân phối có khả năng tạo ra GTGT cao hơn so với sản xuất nguyên liệu (Daviron & Ponte, 2005).

3.2. Giá trị gia tăng của các kênh phân phối

Kết quả cho thấy, GTGT giữa các kênh có sự khác biệt lớn. Kênh 1 tạo GTGT khoảng 268,27 nghìn đồng/kg, cao nhất, nhưng chỉ chiếm khoảng 4,3% tổng sản lượng. Kênh 5 có sản lượng lớn nhất, chiếm 53,9%, nhưng GTGT chỉ đạt khoảng 73,77 nghìn đồng/kg.

Như vậy, kênh có sản lượng lớn nhất không đồng thời là kênh tạo GTGT cao nhất. Cơ cấu tiêu thụ hiện tại vẫn thiên về cà phê nhân và nguyên liệu, trong khi chế biến và phân phối sản phẩm cuối cùng chiếm tỷ trọng nhỏ. Kết quả phù hợp với Mai Văn Xuân và cộng sự (2016) về sự tham gia của Việt Nam vào các công đoạn có GTGT tương đối thấp của chuỗi cà phê toàn cầu. Wambua et al. (2024) cũng cho thấy, các hoạt động rang, xay và đóng gói có liên quan đến giá bán và lợi nhuận nhưng chưa phổ biến ở nhóm nông hộ.

3.3. Phân phối lợi nhuận giữa các tác nhân

Cần phân biệt lợi nhuận trên một đơn vị sản phẩm với tổng lợi nhuận hàng năm. Nông hộ có thể đạt GTGT/kg và lợi nhuận/kg tương đối cao ở một số kênh nhưng do quy mô sản xuất nhỏ nên tổng lợi nhuận hàng năm thấp hơn các doanh nghiệp có quy mô thu mua và tiêu thụ lớn.

Tại Kênh 5, nông hộ đạt khoảng 92,3 triệu đồng/năm, tương ứng 0,8% tổng lợi nhuận của kênh; thương lái đạt khoảng 404,7 triệu đồng/năm, tương ứng 3,6%; công ty xuất khẩu đạt khoảng 10,844 tỷ đồng/năm, tương ứng 95,6%. Chênh lệch này chịu ảnh hưởng bởi quy mô sản lượng, vốn đầu tư, chi phí, mức độ tham gia vào các khâu chế biến - thương mại và khả năng tiếp cận thị trường. Do đó, đánh giá phân phối lợi ích cần xem xét đồng thời GTGT, nguồn lực sử dụng và vị trí của tác nhân trong toàn chuỗi (Kaplinsky, 2000).

3.4. Liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi

Liên kết giữa nông hộ và doanh nghiệp còn hạn chế. Có tới 81,3% nông hộ bán cho thương lái, chỉ

18,7% bán trực tiếp cho HTX hoặc công ty và 6,5% bán cho công ty thông qua hợp đồng. Liên kết yếu làm hạn chế truyền tải thông tin về chất lượng, tiêu chuẩn, nhu cầu thị trường và kế hoạch thu mua từ các tác nhân ở hạ nguồn đến nông hộ. Humphrey & Schmitz (2000) cho rằng, quan hệ giữa các tác nhân có thể hỗ trợ truyền tải kiến thức và nâng cấp sản xuất, nhưng hiệu quả phụ thuộc vào cơ chế liên kết. Nguyen & Sarker (2018) cũng chỉ ra các thách thức về phương thức sản xuất, cơ sở chế biến và tính bền vững của chuỗi cung ứng cà phê tại Đắk Lắk.

3.5. Điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức

Chuỗi cà phê Robusta tại Cư Kuin có các điểm mạnh gồm điều kiện khí hậu và thổ nhưỡng phù hợp, kinh nghiệm sản xuất của nông hộ và lợi thế tương đối về giá. Cơ hội bao gồm các chương trình phát triển cà phê bền vững, hỗ trợ giống và kỹ thuật, xúc tiến thương mại, phát triển sản phẩm GTGT và cơ hội từ thị trường xuất khẩu và nội địa.

Điểm yếu chủ yếu là sản phẩm xuất khẩu còn ít chế biến sâu, quy mô nông hộ nhỏ, kỹ thuật sản xuất chưa đồng đều, sử dụng vật tư chưa hợp lý và thu hoạch chưa đúng độ chín. Chuỗi cũng đối mặt với yêu cầu cao hơn về chất lượng, cà phê đặc sản, các rào cản kỹ thuật và thương mại và biến động giá cà phê nhân xuất khẩu. Minten et al. (2015) cho thấy, cải thiện sản xuất, thu hoạch, sau thu hoạch và chế biến có liên quan đến năng suất, chất lượng, giá và thu nhập của người sản xuất cà phê.

3.6. Giải pháp nâng cấp chuỗi giá trị

Thứ nhất, cải tiến và đổi mới sản phẩm: Tăng cường đầu tư công nghệ chế biến để phát triển sản phẩm có GTGT cao hơn. Phát triển cà phê chất lượng cao và cà phê đặc sản dựa trên điều kiện sản xuất, kinh nghiệm của nông hộ và yêu cầu ngày càng cao của thị trường. Tăng cường tập huấn và chuyển giao kỹ thuật, áp dụng các tiêu chuẩn VietGAP, 4C, UTZ, đồng thời cải thiện thu hoạch, sơ chế và chế biến.

Thứ hai, cải thiện kênh phân phối và liên kết: Cần mở rộng thị trường xuất khẩu, phát triển thị trường nội địa và tăng cường liên kết dọc giữa nông hộ với doanh nghiệp chế biến, xuất khẩu; đồng thời củng cố liên kết ngang giữa các nông hộ.

Việc tích hợp nông hộ nhỏ vào chuỗi giá trị bền vững cần gắn với khả năng tiếp cận thị trường, hợp tác giữa nông hộ và doanh nghiệp và xây dựng mô hình liên kết phù hợp (FAO, 2015). Bên cạnh xuất khẩu, phát triển thị trường nội địa và sản phẩm GTGT có thể mở thêm cơ hội thu nhập cho nông hộ.

4. Kết luận và kiến nghị

4.1. Kết luận

Nghiên cứu đã phân tích chuỗi giá trị cà phê Robusta tại huyện Cư Kuin trên cơ sở xác định tác nhân, kênh phân phối, GTGT và lợi nhuận. Năm 2023, Robusta chiếm khoảng 92% diện tích cà phê của huyện, đạt 11.130 ha. Niên vụ 2022-2023, năng suất bình quân đạt 2,25 tấn nhân/ha và sản lượng đạt 25.194 tấn nhân. Diện tích cà phê có xu hướng giảm trong giai đoạn 2021-2023 và sản xuất chịu tác động của điều kiện thời tiết.

Chuỗi gồm 6 nhóm tác nhân và 5 kênh phân phối. Kênh 1 có GTGT cao nhất, khoảng 268,27 nghìn đồng/kg nhưng chỉ chiếm 4,3% sản lượng; Kênh 5 chiếm 53,9% sản lượng nhưng GTGT chỉ đạt 73,77 nghìn đồng/kg. Điều này cho thấy, chuỗi vẫn phụ thuộc lớn vào tiêu thụ nguyên liệu, trong khi chế biến và phân phối sản phẩm cuối cùng còn hạn chế.

Tại Kênh 5, công ty xuất khẩu chiếm 95,6% tổng lợi nhuận, trong khi nông hộ chiếm 0,8%. Chênh lệch này cần được xem xét cùng quy mô sản xuất, sản lượng giao dịch và mức độ đầu tư của các tác nhân. Về tổ chức, liên kết giữa nông hộ và doanh nghiệp còn yếu, tỷ lệ bán theo hợp đồng thấp và thương lái giữ vai trò quan trọng.

Trên cơ sở SWOT, 2 hướng nâng cấp trọng tâm là cải tiến sản phẩm và cải thiện kênh phân phối. Chế

biến sâu, phát triển cả phê chất lượng cao/đặc sản, áp dụng tiêu chuẩn sản xuất và tăng cường liên kết giữa nông hộ, HTX và doanh nghiệp là những nội dung cần ưu tiên.

4.2. Kiến nghị

Nâng cao giá trị chuỗi cà phê Robusta tại Cư Kuin cần kết hợp nâng cao chất lượng nguyên liệu, tăng cường chế biến, củng cố liên kết và đa dạng hóa kênh phân phối. Mục tiêu không chỉ tăng sản lượng, mà còn nâng GTGT tạo ra tại địa phương và tăng khả năng tham gia của nông hộ vào các khâu có giá trị cao hơn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Mai Văn Xuân, Nguyễn Lê Thục Uyên, & Nguyễn Minh An. (2016). Chuỗi giá trị toàn cầu của ngành hàng cà phê và sự tham gia của Việt Nam. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Đại học Đà Nẵng*, 10(107), 68-72.
- Daviron, B., & Ponte, S. (2005). *The Coffee Paradox: Global Markets, Commodity Trade and the Elusive Promise of Development*. London: Zed Books.
- Food and Agriculture Organization - FAO (2015). Value Chain Analyses for Shan Tea and Arabica Coffee in the Northern Mountainous Region of Viet Nam. FAO, <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/5ff7f741-fbed-4c83-aab1-5077b7a4da58/content>
- Food and Agriculture Organization - FAO (2015). Value Chain Analyses for Shan Tea and Arabica Coffee in the Northern Mountainous Region of Viet Nam. FAO, <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/5ff7f741-fbed-4c83-aab1-5077b7a4da58/content>
- Gereffi, G. (1994). The organization of buyer-driven global commodity chains: How U.S. retailers shape overseas production networks. In G. Gereffi & M. Korzeniewicz (Eds.), *Commodity Chains and Global Capitalism* (pp. 95-122). Westport, CT: Praeger.
- Humphrey, J., & Schmitz, H. (2000). Governance and Upgrading: Linking Industrial Cluster and Global Value Chain Research. IDS Working Paper 120. Brighton: Institute of Development Studies.
- Humphrey, J., & Memedovic, O. (2006). *Global Value Chains in the Agrifood Sector*. Vienna: United Nations Industrial Development Organization.
- Kaplinsky, R. (2000). Spreading the Gains from Globalisation: What Can be Learned from Value Chain Analysis? IDS Working Paper 110. Brighton: Institute of Development Studies.
- Kaplinsky, R., & Morris, M. (2001). *A Handbook for Value Chain Research*. Institute of Development Studies.
- Marsh, A. (2007). Diversification by Smallholder Farmers: Viet Nam Robusta Coffee. *Agricultural Management, Marketing and Finance Working Document No. 19*. Rome: FAO.
- Minten, B., Dereje, M., Engeda, E., & Kuma, T. (2015). Coffee Value Chains on the Move: Evidence from Smallholder Coffee Farmers in Ethiopia. ESSP II Research Note 41. IFPRI/EDRI.
- Nguyen, G. N. T., & Sarker, T. (2018). Sustainable coffee supply chain management: A case study in Buon Me Thuot City, Daklak, Vietnam. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 3, 1.
- Nguyen, H. A., Bokelmann, W., Do, T. N., & Nguyen, V. M. (2019). Toward sustainability or efficiency: The case of smallholder coffee farmers in Vietnam. *Economies*, 7(3), 66.
- Nguyen, H. A., & Bokelmann, W. (2019). Determinants of smallholders' market preferences: The case of sustainable certified coffee farmers in Vietnam. *Sustainability*, 11(10), 2897.
- Tamru, S., & Minten, B. (2023). Value addition and farmers: Evidence from coffee in Ethiopia. *Agricultural Economics*.
- Wambua, D. M., Ndirangu, S. N., Mogaka, H., & Gichimu, B. M. (2024). Decomposition of the coffee value chain among smallholder farmers in Embu and Kirinyaga Counties in Central Kenya. *Advances in Agriculture*.