



GIÁ TRỊ VĂN HÓA BẢN ĐỊA TRONG PHÁT TRIỂN CHUỖI GIÁ TRỊ CÀ PHÊ BỀN VỮNG TẠI TÂY NGUYÊN

INDIGENOUS CULTURAL VALUES IN THE DEVELOPMENT OF A SUSTAINABLE COFFEE VALUE CHAIN IN THE CENTRAL HIGHLANDS

Nguyễn Thị Hồng Nhung

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia TP.HCM

DOI: <https://doi.org/10.65934/mkusj.2026.01-e.915>

*Email: hongnhung@hcmsussh.edu.vn

Ngày nhận bài: 25/02/2026

Ngày phản biện: 23/03/2026

Ngày duyệt bài: 01/06/2026

TÓM TẮT

Trong xu thế phát triển toàn cầu, sự giao thoa giữa nông nghiệp sinh thái và bảo tồn di sản văn hóa đang mở ra những hướng đi chiến lược nhằm nâng cao vị thế của các nông sản đặc thù trên trường quốc tế. Đối với Việt Nam, Tây Nguyên là vùng sản xuất cà phê trọng điểm của Việt Nam, là không gian sinh tồn của nhiều cộng đồng dân tộc thiểu số với hệ tri thức và thực hành văn hóa nông nghiệp đặc sắc. Đứng trước đòi hỏi của mô hình kinh tế xanh và có trách nhiệm, bài viết phân tích vai trò của các giá trị văn hóa bản địa trong chuỗi sản xuất cà phê, từ canh tác đến tiêu thụ, trong bối cảnh phát triển bền vững. Việc đi sâu vào thực địa cho thấy các giá trị tinh thần này có mối liên hệ hữu cơ với hệ sinh thái tự nhiên; theo đó, tri thức nông nghiệp truyền thống và tập quán canh tác thân thiện môi trường góp phần bảo tồn đa dạng sinh học, duy trì độ phì nhiêu của đất và tăng cường gắn kết cộng đồng. Không chỉ dừng lại ở các kỹ thuật canh tác dưới tán rừng hay nông lâm kết hợp, sức mạnh văn hóa còn là đòn bẩy kinh tế mạnh mẽ ở giai đoạn thương mại hóa. Đồng thời, việc lồng ghép yếu tố văn hóa vào phát triển sản phẩm, như xây dựng thương hiệu cà phê gắn với bản sắc địa phương, giúp nâng cao giá trị gia tăng và vị thế trên thị trường quốc tế. Khép lại tiến trình luận giải và nhằm hiện thực hóa các mục tiêu này, bài viết đề xuất một số giải pháp thúc đẩy chuỗi cà phê bền vững dựa trên khai thác giá trị văn hóa bản địa, gồm hoàn thiện chính sách hỗ trợ, phát triển hợp tác xã và tăng cường vai trò cộng đồng trong quản trị tài nguyên, hướng đến việc xây dựng một hệ sinh thái nông - công - thương mang bản sắc văn hóa vững bền.

Từ khóa: Cà phê Tây Nguyên; chuỗi giá trị; phát triển bền vững; văn hóa bản địa.

ABSTRACT

In the trend of global development, the intersection between ecological agriculture and cultural heritage conservation is opening up strategic pathways to enhance the position of specialty agricultural products in the international marketplace. In the case of Vietnam, the Central Highlands is Vietnam's key coffee-producing region and a vital living space for numerous ethnic minority communities possessing rich systems of indigenous knowledge and agricultural cultural practices. Facing the demands of green and responsible economic models, this paper analyzes the role of indigenous cultural values in the coffee production chain, from cultivation to consumption, within the context of sustainable development. Delving deeper into empirical context reveals that these cultural assets have an organic connection with the natural ecosystem; accordingly, traditional agricultural knowledge and environmentally friendly farming practices contribute to biodiversity conservation, maintenance of soil fertility, and the strengthening of community cohesion. Beyond agroforestry techniques under the forest canopy, cultural identity also serves as a powerful economic leverage during the commercialization phase. At the same time, integrating cultural elements into product development—such as branding coffee in association with local identity—helps enhance value addition and improve the positioning of Central Highlands coffee in the global market. Concluding the analytical discourse and aimed at realizing these strategic goals, the paper also proposes several solutions to promote a sustainable coffee production chain based on the utilization of indigenous cultural values, including improving supportive policy frameworks, developing cooperative models, and strengthening the role of local communities in resource governance, moving towards a smart and sustainable agricultural-cultural ecosystem for the future.

Keywords: Central Highlands coffee; indigenous culture; sustainable development; value chain.

MỞ ĐẦU

Tây Nguyên là vùng đất đặc thù của Việt Nam, hội tụ cả lợi thế về tự nhiên lẫn sự đa dạng về văn hóa – xã hội. Với thổ nhưỡng bazan màu mỡ và khí hậu thích hợp, nơi đây đã trở thành vùng sản xuất cà phê trọng điểm, chiếm trên 90% sản lượng cả nước và góp phần đưa Việt Nam trở thành quốc gia xuất khẩu cà phê đứng thứ hai thế giới (Brazil đứng vị trí thứ nhất) (Ngọc Hà – Quốc Dũng, 2025) và là nước sản xuất cà phê Robusta số một thế giới. Sản lượng cà phê Robusta của Việt Nam hàng năm dao động từ 1,3 - 1,7 triệu tấn. Cả nước có khoảng 650.000 ha diện tích trồng cà phê, chủ yếu tập trung ở Tây Nguyên, phần lớn do các hộ nông dân nhỏ lẻ (dưới 2 ha) quản lý, là nguồn thu nhập chính của hầu hết các hộ trồng cà phê (Lesueur. et al, 2022).

Cây cà phê đóng vai trò quan trọng đối với kinh tế quốc dân, gắn bó mật thiết với sinh kế của hàng triệu hộ nông dân, đặc biệt là các cộng đồng dân tộc thiểu số. Cà phê là một biểu tượng văn hóa của các tỉnh vùng Tây Nguyên. Đi đến đâu, các thương hiệu cà phê từ Tây Nguyên cũng làm nổi bật lên một niềm tự hào: Trung Nguyên, King Coffee, Vina Cafe, Phúc Long, Cộng... (Lâm, 2024). Phát triển bền vững đang trở thành xu hướng tất yếu trong chuỗi giá trị cà phê toàn cầu. Ngoài các tiêu chí kinh tế và môi trường, yếu tố văn hóa – xã hội cũng được chú trọng. Do đó, cần phải nhìn nhận lại vai trò của văn hóa bản địa trong sản xuất cà phê. Các cộng đồng Êđê, M'ông, Ba Na, Gia Rai, Xơ Đăng... đã tích lũy hệ thống tri thức nông nghiệp phong phú, thể hiện qua việc chọn giống, canh tác, quản lý đất đai, sử dụng tài nguyên và tổ chức nghi lễ nông nghiệp. Những tri thức ấy góp phần bảo vệ môi trường, duy trì đa dạng sinh học, tạo nên bản sắc văn hóa riêng cho cà phê Tây Nguyên. Đặc biệt, ngày 5/3/2025, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã công bố “Tri thức trồng và chế biến cà phê Đắk Lắk” là di sản văn hóa phi vật thể quốc gia (Quyết định số 548/QĐ-BVHTTDL), khẳng định giá trị văn hóa – kinh tế của cà phê và tôn vinh đóng góp của cộng đồng địa phương (Nguyễn, 2025).

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu liên ngành, kết hợp giữa khoa học xã hội và nhân văn với nghiên cứu phát triển nông nghiệp bền vững. Phương pháp phân tích – tổng hợp được áp dụng để hệ thống hóa các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan đến văn hóa bản địa, tri thức nông nghiệp truyền thống và chuỗi giá trị cà phê. Bên cạnh đó, phương pháp lịch sử được sử dụng nhằm làm rõ quá trình hình thành và biến đổi của văn hóa cà phê Tây Nguyên, từ giai đoạn du nhập cây cà phê đến bối cảnh phát triển hiện nay. Phương pháp phân tích trường hợp (case study) được vận dụng để xem xét một số mô hình tiêu biểu như: canh tác cà phê dựa trên tri thức bản địa, lễ hội cà phê và các sáng kiến xây dựng thương hiệu gắn với bản sắc địa phương.

1. Bản sắc văn hóa và tri thức bản địa trong sản xuất cà phê ở Tây Nguyên

Giống cây cà phê và tri thức bản địa trong lựa chọn, bảo tồn

Cà phê được người Pháp du nhập vào Việt Nam từ nửa cuối thế kỷ XIX, nhưng chỉ thực sự phát triển mạnh mẽ tại Tây Nguyên sau nhiều thập niên. Quá trình này gắn liền với sự thích nghi giữa khoa học canh tác hiện đại và tri thức bản địa của các tộc người Êđê, M'ông, Gia Rai, Ba Na trong việc hiểu biết và khai thác đặc trưng thổ nhưỡng – khí hậu vùng cao. Trong giai đoạn đầu, cà phê chè (Arabica) được trồng chủ yếu ở các vùng cao mát như Kon Tum và Lâm Đồng, chiếm khoảng 5% sản lượng hiện nay. Về sau, cà phê vối (Robusta) trở thành giống chủ lực do khả năng thích ứng tốt hơn với khí hậu khô nóng, chịu hạn khá và cho năng suất cao (World Agroforestry (ICRAF) & Institute of International Development and Environment (IIDE), 2019). Người nông dân Tây Nguyên sớm nhận thấy sự khác biệt này, từ đó chủ động chuyển đổi cơ cấu giống, lựa chọn loại phù hợp với từng tiểu vùng sinh thái. Ở những vùng có độ cao và khí hậu đặc thù, họ vẫn duy trì trồng Arabica để tạo hương vị đặc trưng, gắn với giá trị thương hiệu, trong khi phần lớn diện tích còn lại là Robusta.

Bên cạnh sự du nhập của khoa học kỹ thuật hiện đại, người bản địa vẫn duy trì những cách đánh giá chất lượng giống dựa trên kinh nghiệm: quan sát lá cây, màu sắc quả, độ dày thịt quả, mùi

thơm hạt rang thử. Những kinh nghiệm này vượt trên tầm kỹ thuật, phản ánh mối quan hệ mật thiết giữa con người và cây trồng, nơi tri thức bản địa song hành với tri thức khoa học. Minh chứng là người dân tộc Coho-Chil ở tỉnh Lâm Đồng đã lựa chọn trồng cà phê Catimor trên những vùng đất nghèo dinh dưỡng, có độ dốc cao. Sự lựa chọn này dựa trên tri thức bản địa và kinh nghiệm thực tế về khả năng thích nghi của giống cà phê Catimor. Loại cà phê này phù hợp với đất dốc cao, có thân thấp, khả năng kháng sâu bệnh tốt và chịu được điều kiện khắc nghiệt như nhiều gió, nắng và thiếu nước. Bên cạnh đó, việc trồng Catimor còn góp phần tạo ra các loại cà phê ghép và Arabica (Honda & Phạm, 2024).

Kỹ thuật canh tác, tập quán nông nghiệp truyền thống

Cộng đồng các dân tộc Tây Nguyên tích lũy nhiều kinh nghiệm trong kỹ thuật canh tác. Khác với phương thức sản xuất công nghiệp đơn thuần chạy theo năng suất, người bản địa từ lâu đã chú trọng đến sự cân bằng sinh thái và duy trì đất đai màu mỡ. Trước hết, phương thức trồng xen, luân canh được áp dụng rộng rãi. Người Êđê và M'ông thường xen kẽ cà phê với các cây lương thực (ngô, sắn), cây ăn quả (chuối, bơ), hay cây lấy gỗ, lấy bóng mát (muồng, keo, điều). Cách làm này vừa tạo nguồn thu nhập đa dạng, vừa giữ ẩm cho đất, hạn chế xói mòn. Bên cạnh đó, nó còn góp phần bảo tồn đa dạng sinh học. Việc trồng xen cây che bóng giúp cà phê phát triển ổn định, hương vị hạt cũng được cải thiện.

Trong quản lý đất và nước, tri thức bản địa được thể hiện qua cách sử dụng phân hữu cơ từ lá cây, phân chuồng, tro bếp để cải tạo đất. Người dân có thói quen ủ rác hữu cơ, vỏ cà phê sau chế biến để làm phân bón, vừa tiết kiệm vừa bảo vệ môi trường. Việc sản xuất phân hữu cơ sinh học từ vỏ quả cà phê chỉ cần thêm một số nguyên liệu rẻ tiền như men sinh học, phân chuồng, urê, lân, vôi và đường, với chi phí chỉ bằng khoảng 30% so với giá phân bón tương tự trên thị trường, nhờ đó giúp nông hộ tiết kiệm đáng kể để tái đầu tư. Nó góp phần giảm ô nhiễm môi trường, hạn chế rửa trôi phân hóa học xuống nước ngầm, bảo vệ sức khỏe con người và hệ sinh thái (Trung tâm Khuyến nông Đắk Lắk; Dự án Phát triển Nông thôn Đắk Lắk, 2008). Về thủy lợi, nhiều buôn làng biết cách tận dụng suối, hồ tự nhiên, dẫn nước bằng máng tre hoặc ống gỗ

để tưới tiêu, điều tiết hợp lý trong mùa khô hạn. Ngoài ra, tri thức về chu kỳ sinh trưởng và thời vụ cũng rất quan trọng. Người dân dựa vào quan sát thiên nhiên – tiếng chim, sự thay đổi của gió, độ nở hoa của một số loài cây bản địa – để xác định thời điểm gieo trồng, thu hoạch. Việc chọn thời vụ hợp lý giúp hạn chế sâu bệnh, đồng thời bảo đảm hương vị cà phê tốt nhất.

Truyền thống lễ hội gắn với sản xuất cà phê

Trước khi cà phê được du nhập, các cộng đồng ở Tây Nguyên đã có những lễ hội nông nghiệp gắn với cây lúa, cây ngô. Khi cà phê trở thành cây trồng chủ lực, nhiều lễ thức truyền thống tiếp tục được duy trì và thích ứng, phản ánh sự hòa nhập của cây trồng mới vào đời sống văn hóa. Lễ hội cúng đất, cúng thần lúa, lễ cầu mưa, lễ mừng mùa được tổ chức hằng năm ở nhiều buôn làng. Các lễ hội mang tính tín ngưỡng và có vai trò xã hội rõ rệt. Đó là dịp cộng đồng sum họp, chia sẻ thành quả lao động, thắt chặt tình đoàn kết. Âm nhạc cồng chiêng, điệu múa, bài hát được cất lên, tạo nên không gian văn hóa đặc sắc.

Nhiều lễ hội nông nghiệp truyền thống đã trở thành sự kiện văn hóa – du lịch của địa phương, tiêu biểu như Lễ hội Cà phê Buôn Ma Thuật. Dù mang tính hiện đại và thương mại, lễ hội này vẫn gắn với ý nghĩa tôn vinh cà phê như một di sản văn hóa – kinh tế của Tây Nguyên. Sự kiện cho thấy khả năng kết nối giữa yếu tố bản địa và chiến lược phát triển thương hiệu cà phê trên bình diện quốc gia, quốc tế. Trong không gian sử thi và huyền thoại của di sản cồng chiêng, hương vị đặc trưng của cà phê Tây Nguyên hòa quyện cùng âm thanh núi rừng, tạo nên trải nghiệm độc đáo mà Thủ tướng Chính phủ từng ví như “chất men say quyền rũ không thể thiếu trong khung cảnh thơ mộng, lãng mạn, hùng vĩ của núi rừng cao nguyên” (Ngọc Quang, 2017). Chính sự hòa điệu giữa văn hóa và cà phê ấy đã biến Tây Nguyên trở thành điểm đến thưởng lãm cà phê độc nhất, nơi du khách có thể nhâm nhi tách cà phê giữa tiếng cồng chiêng vang vọng và trong bầu không khí chan chứa tình thân ái, lòng mến khách của cộng đồng địa phương.

2. Tác động của yếu tố văn hóa đến phát triển bền vững và định vị thương hiệu cà phê Tây Nguyên

Yếu tố văn hóa tác động trực tiếp đến tính bền vững sinh thái của sản xuất cà phê. Các tri thức canh tác truyền thống của người Ê Đê, Ba Na, Gia Rai hay M'Nông đều hàm chứa những kinh nghiệm ứng xử khôn khéo với tự nhiên. Quan niệm về rừng thiêng, đất thiêng, nguồn nước thiêng là một tín ngưỡng và cũng quy định cách thức khai thác tài nguyên theo hướng tiết chế, tránh làm cạn kiệt môi trường. Họ luân canh, xen canh cây cà phê với các loại cây bản địa khác như: hồ tiêu, cây ăn quả, hay duy trì thảm phủ tự nhiên trên đất canh tác giúp bảo vệ độ phì của đất, hạn chế xói mòn và duy trì đa dạng sinh học. Khác với mô hình độc canh cà phê thâm canh dưới ánh nắng trực tiếp, cà phê trồng dưới tán cây duy trì mối quan hệ cộng sinh với hệ sinh thái, qua đó tạo điều kiện cho các loài thực vật và động vật bản địa phát triển. Cách thức canh tác này phù hợp với tri thức nông nghiệp truyền thống của Việt Nam, trong đó coi trọng sự hài hòa giữa hoạt động của con người và tự nhiên – một quan niệm bắt nguồn từ đạo lý sinh thái trong Nho giáo và Phật giáo (Kurniawan Arif Maspul, 2025).

Trên phương diện kinh tế, yếu tố văn hóa đã và đang tác động ngày càng rõ nét đến quá trình định vị thương hiệu cà phê Tây Nguyên trên thị trường toàn cầu. Thị trường quốc tế hiện nay đòi hỏi sản phẩm cà phê đạt các tiêu chuẩn chất lượng khắt khe. Khách hàng sẵn sàng trả giá cao hơn cho những sản phẩm gắn liền với giá trị bản địa độc đáo, mang tính xác thực và kể được một câu chuyện hấp dẫn. Việc gắn sản phẩm cà phê Buôn Ma Thuột với hình ảnh công chiêng Tây Nguyên, hay quảng bá cà phê gắn với lễ hội truyền thống đã tạo ra một sức hút đặc biệt, giúp sản phẩm vượt lên trên khía cạnh hàng hóa thuần túy để trở thành biểu tượng văn hóa – kinh tế có tính cạnh tranh cao. Trong khuôn khổ Lễ hội cà phê và Liên hoan Văn hóa Công chiêng Tây Nguyên năm 2017, tỉnh Đắk Nông đã mang đến một chương trình nghệ thuật đậm dấu ấn truyền thống của người M'Nông, bao gồm trình diễn trang phục, hát dân ca, diễn tấu nhạc cụ và đặc biệt là phục dựng lễ cưới truyền thống. Việc huy động 25 nghệ nhân tiêu biểu góp phần bảo tồn và lan tỏa giá trị văn hóa bản địa, gợi mở mối

liên hệ mật thiết giữa không gian văn hóa công chiêng, các lễ hội cộng đồng và cây cà phê – sản phẩm đặc trưng gắn bó sâu sắc với đời sống kinh tế, tinh thần của cư dân Tây Nguyên (Báo Đắk Nông, 2017).

Yếu tố văn hóa góp phần thúc đẩy quá trình nâng cao giá trị gia tăng trong chuỗi cà phê. Thay vì chỉ xuất khẩu cà phê nhân thô với giá trị thấp, việc khai thác yếu tố văn hóa để phát triển sản phẩm chế biến sâu, sản phẩm đặc sản hoặc sản phẩm du lịch cà phê đã mở ra hướng đi mới. Những thương hiệu cà phê đặc sản được chứng nhận chỉ dẫn địa lý như Cà phê Buôn Ma Thuột (Chỉ dẫn địa lý Cà phê Buôn Ma Thuột (2005) đánh dấu bước ngoặt trong xây dựng thương hiệu cà phê đặc trưng của Tây Nguyên và Việt Nam. Sản phẩm robusta tại Đắk Lắk nổi bật với hương vị đậm, hàm lượng caffeine cao nhờ điều kiện đất bazan và truyền thống canh tác lâu đời. Việc được Liên minh châu Âu bảo hộ (2010) đã nâng cao uy tín và năng lực cạnh tranh quốc tế.) khẳng định nguồn gốc địa lý, bao hàm yếu tố văn hóa, qua đó làm tăng giá trị sản phẩm trên thị trường quốc tế. Du lịch trải nghiệm gắn với cà phê – từ tham quan nương rẫy, tìm hiểu nghi lễ canh tác, thưởng thức cà phê trong không gian công chiêng – đang trở thành một ngành kinh tế bổ trợ đầy triển vọng. Một chủ đồn điền và cơ sở chế biến cà phê chia sẻ: “Chúng tôi đã thiết lập một chuỗi giá trị hoàn chỉnh cho cà phê, từ vườn ươm đến tách cà phê cuối cùng. Khách du lịch được trải nghiệm quy trình sản xuất và tham gia các khóa học nếm thử cà phê chuyên nghiệp” (Phan, 2024). Chính sự gắn kết này đã góp phần đưa cà phê Tây Nguyên thoát khỏi vị thế sản phẩm nguyên liệu thô, chuyển sang chuỗi giá trị có hàm lượng văn hóa và sáng tạo cao.

Văn hóa giúp bảo tồn môi trường tự nhiên và gắn kết xã hội, tạo nên lợi thế cạnh tranh khác biệt cho cà phê Tây Nguyên trên thị trường toàn cầu. Quá trình bảo vệ và phát huy giá trị cà phê Việt Nam và phát triển bền vững cần được nhìn nhận cà phê là loại hình di sản văn hoá phi vật thể, văn hoá cà phê luôn vận động và biến đổi không ngừng trong quá trình trao truyền và sáng tạo bởi cộng đồng (Lâm, 2024). Trong bối cảnh biến đổi khí hậu, hội nhập kinh tế quốc tế và cạnh tranh gay gắt giữa các vùng sản xuất cà phê, việc khai thác và phát huy giá trị văn hóa bản địa sẽ quyết định sự bền vững của chuỗi cà phê Tây

Nguyên, đồng thời là sự trường tồn của một không gian văn hóa độc đáo trong dòng chảy toàn cầu hóa.

3. Thực trạng bảo tồn – khai thác văn hóa bản địa trong chuỗi cà phê Tây Nguyên hiện nay

Trong bối cảnh hội nhập, cà phê Tây Nguyên vừa là sản phẩm xuất khẩu chủ lực vừa là biểu tượng văn hóa của các cộng đồng dân tộc thiểu số, song vẫn đối mặt với mâu thuẫn giữa phát triển bền vững và nguy cơ thương mại hóa làm phai nhạt bản sắc. Theo Le và cộng sự, người K’Ho ở Lâm Đồng từng được hỗ trợ phân bón, thuốc trừ sâu; dù trợ cấp đã chấm dứt 6–7 năm, họ vẫn sử dụng hóa chất cho lúa và cà phê do đất suy thoái, năng suất giảm, bắt nguồn từ lạm dụng trước đó (Le et al, 2020). Nhiều tri thức nông nghiệp truyền thống của đồng bào bản địa như kỹ thuật canh tác theo nương rẫy luân canh, sử dụng phân bón hữu cơ tự nhiên, kết hợp cây bóng mát và cây cà phê để duy trì độ phì nhiêu đất và cân bằng sinh thái đã dần bị thay thế bởi các phương thức thâm canh công nghiệp (Riano, 2022). Thực tế, tri thức canh tác truyền thống vốn có ưu điểm trong bảo vệ đất và môi trường lại chưa được coi trọng đúng mức.

Các lễ hội cà phê và nghi lễ nông nghiệp truyền thống mang ý nghĩa thiêng liêng nhưng đang bị mai một, dần thiên về biểu diễn phục vụ du lịch, làm suy giảm bản sắc và lợi ích cộng đồng. Trong khi đó, tri thức cà phê bản địa là lợi thế đặc thù, góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm, thúc đẩy du lịch cảnh quan và phát triển bền vững. (Minh Thông, 2025). Những chương trình như Lễ hội Cà phê Buôn Ma Thuột đã góp phần định vị thương hiệu cà phê Tây Nguyên trên bản đồ thế giới. Sau 8 kỳ tổ chức, Lễ hội Cà phê Buôn Ma Thuột đã góp phần khẳng định vị thế của ngành cà phê Việt Nam trên trường quốc tế, tạo động lực cho phát triển kinh tế - xã hội và du lịch của tỉnh Đắk Lắk; tôn vinh những người trực tiếp gắn bó với nghề trồng, chế biến và kinh doanh cà phê. Ngoài ra, sự kiện còn là dịp để quảng bá tiềm năng du lịch, mở rộng cơ hội đầu tư vào lĩnh vực cà phê và các sản phẩm nông nghiệp, giới thiệu những giá trị văn hóa truyền thống đặc sắc của cộng đồng các dân tộc Tây Nguyên, trong đó nổi bật là “Không gian văn hóa công chiêng Tây Nguyên” – kiệt tác truyền khẩu và di sản văn hóa phi vật thể của nhân loại.

Việc khai thác yếu tố văn hóa Tây Nguyên trong xây dựng thương hiệu cà phê ngày càng phổ biến nhưng thường mang tính hình thức, thiếu sự tham gia của cộng đồng bản địa, khiến văn hóa bị “thương mại hóa” và giảm tính xác thực. Dù có tiềm năng thương hiệu, phần lớn cà phê Việt Nam vẫn xuất khẩu thô qua trung gian, khiến giá trị và nhận diện quốc gia chưa được khẳng định trên thị trường quốc tế. “Những nhà rang xay cà phê lớn của thế giới và hàng triệu người tiêu thụ cà phê trên thế giới không biết đến loại cà phê đang sử dụng đó là của Việt Nam” (Đậu, 2022).

Tây Nguyên đang phát triển mô hình nông nghiệp kết hợp du lịch cộng đồng, đưa tri thức bản địa và văn hóa cà phê vào trải nghiệm như tham quan nông trại, chế biến truyền thống và thưởng thức trong không gian công chiêng. Mô hình này vừa bảo tồn văn hóa, vừa đa dạng sinh kế. Tại Đắk Lắk, chương trình “Một ngày làm nông dân cà phê” giúp quảng bá thương hiệu và tăng thu nhập cho hợp tác xã (Phan, 2024).

4. Khuyến nghị giải pháp lồng ghép yếu tố văn hóa trong chiến lược phát triển nông nghiệp cà phê Tây Nguyên bền vững

Thứ nhất, cần xây dựng hệ thống chính sách công định hướng tích hợp văn hóa vào chuỗi giá trị cà phê thông qua hỗ trợ chỉ dẫn địa lý, thương hiệu gắn với yếu tố bản địa và tín dụng ưu đãi cho sản xuất bền vững. Các chính sách như Quyết định 1088/QĐ-BNN-KTHT, Nghị định 98/2018/NĐ-CP và 57/2018/NĐ-CP góp phần thúc đẩy liên kết sản xuất, tiêu thụ và đầu tư nông nghiệp (Nhóm PV Tây Nguyên, 2023). Việc kết nối giữa cơ quan quản lý, viện nghiên cứu và cộng đồng dân tộc thiểu số trong các chương trình khuyến nông sẽ đảm bảo sự hài hòa giữa khoa học hiện đại và tri thức bản địa.

Thứ hai, cần thúc đẩy mô hình hợp tác xã văn hóa – nông nghiệp như một giải pháp tích hợp giữa phát triển kinh tế và bảo tồn văn hóa. Mô hình này tổ chức sản xuất cà phê theo hướng bền vững; tạo không gian duy trì, quảng bá các giá trị văn hóa bản địa. Tuy nhiên, nhiều hợp tác xã ở Tây Nguyên hoạt động kém hiệu quả do hạn chế về vốn, quản trị và liên kết thị trường (Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO), n.d). Việc xây dựng “hợp tác xã văn hóa – cà phê” sẽ cho phép các cộng đồng bản địa giữ vai trò chủ động, vừa

nâng cao thu nhập, vừa bảo vệ bản sắc văn hóa của mình. Ngoài ra, các hợp tác xã còn có thể liên kết với doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu nhằm tạo ra chuỗi giá trị khép kín, trong đó yếu tố văn hóa được khai thác như một lợi thế cạnh tranh..

Thứ ba, phát triển sản phẩm cà phê gắn với câu chuyện văn hóa – lịch sử cần trở thành định hướng chiến lược, đáp ứng xu hướng tiêu dùng chú trọng truy xuất nguồn gốc và giá trị văn hóa. Cà phê Tây Nguyên có thể được định vị như một nông sản; cao hơn nữa, như một “sản phẩm văn hóa”, thông qua việc khai thác các yếu tố như phong tục canh tác, nghi lễ và không gian văn hóa công chiêng. Trường hợp Trung Nguyên với mô hình “làng cà phê” và bảo tàng chuyên đề minh chứng cho cách nâng cao giá trị thương hiệu (World Intellectual Property Organization, n.d.). Khi cà phê được kể kèm với câu chuyện bản sắc, giá trị thương hiệu sẽ được gia tăng đáng kể, giúp sản phẩm tạo được chỗ đứng khác biệt trên thị trường toàn cầu.

Thứ tư, cần thúc đẩy sự tham gia của cộng đồng dân tộc bản địa trong quản trị tài nguyên và phát triển chuỗi giá trị cà phê nhằm bảo đảm lợi ích kinh tế và duy trì bản sắc văn hóa. Sự tham gia này vừa giúp người dân đảm bảo quyền lợi kinh tế, vừa góp phần nuôi dưỡng ý thức gìn giữ các giá trị văn hóa. Các mô hình đồng quản lý tài nguyên giữa nhà nước, doanh nghiệp và cộng đồng góp phần hạn chế suy thoái sinh thái, đồng thời tạo điều kiện lồng ghép tri thức bản địa vào chiến lược phát triển. Việc hình thành các nhóm nông dân nòng cốt kết hợp truyền dạy tri thức truyền thống với kỹ năng thị trường sẽ nâng cao năng lực thích ứng bền vững.

Thứ năm, phát triển du lịch cà phê gắn với văn hóa Tây Nguyên là một hướng đi tiềm năng, chuyển hóa sản phẩm nông nghiệp thành sản phẩm du lịch – văn hóa đặc thù. Các mô hình như làng cà phê, lễ hội cà phê và tour trải nghiệm canh tác truyền thống không chỉ quảng bá hiệu quả mà còn giúp du khách tiếp cận chiều sâu văn hóa bản địa. Hoạt động này tạo nguồn thu bổ sung, củng cố ý thức bảo tồn di sản trong cộng đồng. Thực tiễn tại Đắk Lắk cho thấy sự kết hợp giữa nông nghiệp, văn hóa và du lịch đã hình thành mô hình phát triển đặc sắc, thể hiện rõ tính liên kết liên ngành (Phan, 2024).

Thứ sáu, cần tăng cường giáo dục và truyền thông về vai trò của văn hóa trong phát triển cà phê bền vững, đặc biệt thông qua việc lồng ghép tri thức bản địa vào chương trình giáo dục tại Tây Nguyên. Mặc dù Việt Nam là quốc gia sản xuất cà phê bền vững hàng đầu (GCP, 2021), tỷ lệ cà phê được chứng nhận vẫn còn hạn chế và các thách thức môi trường, xã hội, kinh tế vẫn tồn tại (Riano, 2022). Do đó, cần đẩy mạnh truyền thông thương hiệu gắn với bản sắc văn hóa trên cả nền tảng truyền thống và số. Việc học hỏi kinh nghiệm từ các quốc gia như Colombia, Ethiopia, Brazil sẽ góp phần nâng cao giá trị và sức cạnh tranh của cà phê Việt Nam.

KẾT LUẬN

Cà phê Tây Nguyên là một sản phẩm nông nghiệp chiến lược và là kết tinh của tri thức, tín ngưỡng và bản sắc văn hóa của các cộng đồng cư dân bản địa. Trong hạt cà phê, người ta nhận thấy giá trị kinh tế và cả dấu ấn văn hóa – nơi tri thức bản địa, lễ hội, nghi thức nông nghiệp và tập quán canh tác hòa quyện tạo nên một hệ sinh thái văn hóa – kinh tế đặc sắc. Các yếu tố văn hóa này vừa góp phần duy trì cân bằng sinh thái thông qua tri thức nông nghiệp truyền thống, vừa tạo nên nguồn vốn xã hội bền vững – yếu tố then chốt giúp các cộng đồng bản địa thích ứng với biến đổi khí hậu và sự dịch chuyển của thị trường toàn cầu.

Trong vài thập niên gần đây, Tây Nguyên đã khẳng định vị thế là trung tâm sản xuất cà phê Robusta hàng đầu thế giới. Các tập đoàn quốc tế như Nestlé, Jacobs Douwe Egberts, Lavazza, Olam hay Starbucks đã góp phần đưa cà phê Việt Nam ra thị trường toàn cầu, trong khi các thương hiệu nội địa như Trung Nguyên, Vinacafé khẳng định bản sắc riêng gắn liền với “văn hóa cà phê Việt Nam” (Riano, 2022). Các hoạt động như Lễ hội Cà phê Buôn Ma Thuật, Làng cà phê Trung Nguyên hay các mô hình du lịch trải nghiệm cà phê đã chứng minh tiềm năng to lớn của mô hình “kinh tế di sản” – nơi văn hóa trở thành động lực của phát triển, còn phát triển tạo điều kiện cho văn hóa được tái sinh và lan tỏa. Khi “hạt cà phê” không chỉ được nhìn nhận như một sản phẩm thương mại, mà còn là biểu tượng của tri thức, bản sắc và niềm tự hào cộng đồng, nó sẽ trở thành “hạt giống” của sự phát triển bền vững – kết nối giữa quá khứ và tương lai, giữa địa

phương và toàn cầu. Phát triển cà phê Tây Nguyên trên nền tảng văn hóa bản địa giúp bảo đảm tính bền vững kinh tế – sinh thái, góp phần khẳng định vị thế văn hóa Việt Nam trong chuỗi giá trị cà phê toàn cầu của thế kỷ XXI.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Báo Đắk Nông. (2017). *Tham gia Lễ hội Cà phê và Liên hoan Văn hóa công nghiệp Tây Nguyên: Đắk Nông chuẩn bị các nội dung công phu, nhiều màu sắc*. Vietnam Tourism.

<https://vietnamtourism.gov.vn/post/22812>

Đậu, Đ. X. (2022). Nâng cao lợi thế cạnh tranh cà phê Việt Nam trên thị trường Trung Đông. *Tạp chí Nghiên cứu Châu Phi & Trung Đông*, (1), 14–21.

Honda, M., & Phạm, T. T. (2024). Coffee cultivation on impoverished soil area: Establishing right to use land and creating economic capital of Coho-Chil people in Central Highlands, Vietnam. *Research Annual of the Institute for Asian Cultures*, (58), 112–128.

Kurniawan Arif Maspul. (2025). *Will Vietnamese coffee preserve its tradition or redefine its future?* Medium. <https://dikurniawanarif.medium.com/will-vietnamese-coffee-preserve-its-tradition-or-redefine-its-future-9ff1549bf572>

Lâm, N. (2024). Cà phê Việt Nam từ góc nhìn di sản văn hóa phi vật thể. *Tạp chí Nghiên cứu Văn hóa Việt Nam*, (6), 38–45.

Le, G. Q. V., Jovanovic, G., Le, D.-T., & Cowal, S. (2020). Understanding the perceptions of sustainable coffee production of the ethnic minority coffee farmers in the Central Highlands of Vietnam. *Sustainability*, 12(3), Article e1010. <https://doi.org/10.3390/su12031010>

Lesueur, D., et al. (2022). *Identifying entry points for black pepper and coffee production in the Central Highlands of Vietnam* (Final report No. FR2022-018). Australian Centre for International Agricultural Research. <https://aci-ar.gov.au/FR2022-018>

Mông, T. (2025). *Tự hào văn hóa cà phê*. Báo Đắk Lắk. <https://baodaklak.vn/van-hoa-du-lich-van-hoc-nghe-thuat/202503/tu-hao-van-hoa-ca-phe-4be1f52/>

Ngà, H., & Dũng, Q. (2025). *Người dân Tây Nguyên liên tiếp “thắng” mùa cà phê*. Báo Công an Thành phố Hồ Chí Minh.

https://congan.com.vn/thi-truong/nguoi-dan-tay-nguyen-lien-tiep-thang-mua-ca-phe_175482.html

Nguyễn, C. L. (2025). “*Tri thức trồng và chế biến cà phê Đắk Lắk*” được đưa vào Danh mục di sản văn hóa phi vật thể quốc gia. Báo Nhân dân. <https://nhandan.vn/tri-thuc-trong-va-che-bien-ca-phe-dak-lak-duoc-dua-vao-danh-muc-di-san-van-hoa-phi-vat-the-quoc-gia-post863464.html>

Nhóm PV Tây Nguyên. (2023). *Nâng tầm giá trị cà phê Việt - Hình thành chuỗi liên kết bền vững*. Liên minh Hợp tác xã Việt Nam. <https://vca.org.vn/nang-tam-gia-tri-ca-phe-viet-hinh-thanh-chuoi-lien-ket-ben-vung-a29144.html>

Phan, H. T. A. (2024). Sustainable livelihood development and cultural preservation through agricultural tourism: Local community perspectives from Dak Lak province, Vietnam. *The Journal of Agriculture and Development*, 23(Special issue 1), 1–18.

Quang, N. (2017). *Cà phê và công nghiệp chính là văn hóa độc đáo của Tây Nguyên*. Tạp chí điện tử Giáo dục Việt Nam.

<https://giaoduc.net.vn/ca-phe-va-cong-nghiep-chinh-la-van-hoa-doc-dao-cua-tay-nguyen-post174973.gd>

Riano, C. (2022). *Reducing the bitterness of coffee from Vietnam's Central Highlands*. EU REDD Facility. <https://euredd.efi.int/reducing-bitterness-coffee-vietnams-central-highlands/>

Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO). (2024). *Thúc đẩy chính thức hóa trong ngành cà phê Việt Nam: Quan điểm của người sử dụng lao động về hỗ trợ cho các nông hộ*.

<https://www.ilo.org/sites/default/files/2024-08/Out%20book%202.%20chinh%20thuc%20hoa%20nganh%20coffee%20vie%2014.8.pdf>

Trung tâm Khuyến nông Đắk Lắk, & Dự án Phát triển Nông thôn Đắk Lắk (GTZ/RDDL). (2008). *Kỹ thuật chế biến vỏ quả cà phê thành phân hữu cơ sinh học* [Tài liệu tập huấn nội bộ].

World Agroforestry (ICRAF), & Institute of International Development and Environment (IIIDE). (2019). *Coffee value chain technical report: Sustainable production and market linkages in Viet Nam*. World Agroforestry.

World Intellectual Property Organization. (n.d.). *The coffee-scented dreams of a young entrepreneur: Trung Nguyên Coffee Corporation, Viet Nam* [Case study]. ASEAN IP Portal.