

TÀI LIỆU

KINH DOANH CÀ PHÊ HIỆU QUẢ

Tập 1

Tổng quan về ngành cà phê toàn cầu - Từ lý thuyết đến thực hành

TRẦN KHẢI NAM TRUNG

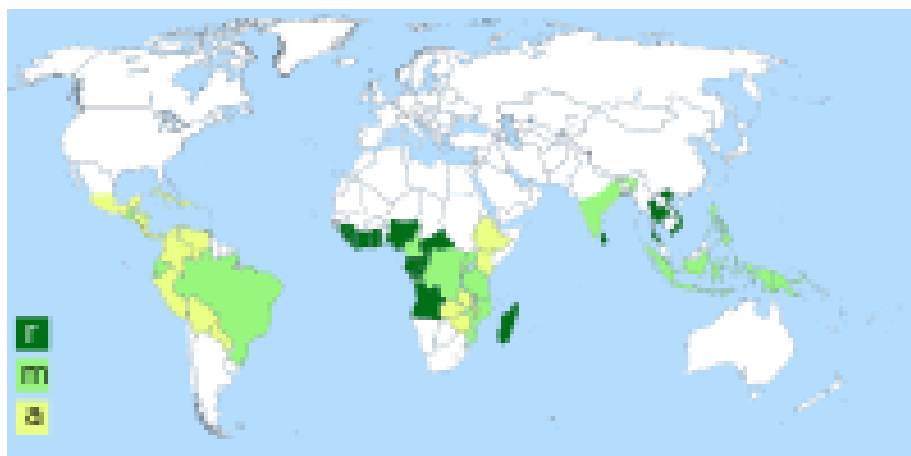
06/2016

MỤC LỤC

PHẦN 1: TỔNG QUAN.....	3
Chương I: KINH DOANH CÀ PHÊ HIỆU QUẢ	3
1. Kinh doanh cà phê.....	4
2. Kinh doanh cà phê hiệu quả.....	4
3. Quyết định kinh doanh cà phê	4
4. Một số khái niệm cơ bản:	5
Chương II: PHÂN TÍCH & DỰ BÁO GIÁ	10
1. Vai trò của công tác phân tích và dự báo.....	10
2. Sự hình thành giá cả và các trường phái phân tích giá cả.....	12
3. Sơ lược về phân tích dự báo giá cả	14
4. Chiến lược kinh doanh hiệu quả	15
PHẦN 2: CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI GIÁ CÀ PHÊ.....	16
Chương III: CÁC VẤN ĐỀ TOÀN CẦU ĐANG CHI PHỐI GIÁ CÀ PHÊ.....	16
1. Biến đổi khí hậu.....	17
2. Kinh tế Mỹ và chính sách tiền tệ của Cục dự trữ liên bang Mỹ (Fed)	20
3. Chính sách tiền tệ của NHTW Trung Quốc (BPOC):	24
4. Chính sách tiền tệ của NHTW Brazil và tỷ giá USDBRL.....	25
5. Thị trường hối đoái và giá cà phê	27
6. Brexit.....	29
7. Các báo cáo về cung cầu cà phê thế giới	30
8. Mối tương quan giữa giá dầu thô và giá cà phê	30
9. Báo cáo cam kết thương nhân.....	32
Chương IV: CUNG CẦU CÀ PHÊ	35
1. Báo cáo của Tổ chức Cà phê Quốc tế về cà phê toàn cầu - Dự báo niên vụ 2016/17	35
2. Báo cáo giữa kỳ của Bộ Nông nghiệp Mỹ về ngành cà phê toàn cầu	39
Chương V: VĂN HOÁ CÀ PHÊ VÀ CÁC THỊ TRƯỜNG MỚI NỔI TRONG NGÀNH	53
1. Thị trường Hàn Quốc	53
2. Thị trường Lào.....	60
3. Thị trường Nga	62

PHẦN 1:

TỔNG QUAN



Chương I: KINH DOANH CÀ PHÊ HIỆU QUẢ

Khái niệm:

- Kinh doanh cà phê hiệu quả.
- Hoạt động kinh doanh cà phê
- Cà phê nhân, Robusta và Arabica

Thực hành:

- Theo anh chị, tại sao cần lập kế hoạch kinh doanh cà phê một cách cụ thể và chi tiết?
- Anh chị cảm thấy hình thức giao dịch nào là phù hợp với bản thân?

Cà phê là một trong những thức uống thông dụng toàn cầu và là nguyên liệu cho nhiều thực phẩm khác. Hiện nay, cây cà phê được trồng tại hơn 50 quốc gia trên thế giới, một số đã trở thành nhà xuất khẩu cà phê lớn, bao gồm Brazil, Việt Nam, Colombia và Indonesia.

Hạt cà phê được lấy từ hạt của các loài cây thuộc họ cà phê (Rubiaceae). Có ba dòng cây cà phê chính là Arabica (cà phê chè, cà phê Blue Mountain), Robusta (cà phê vối) và Liberia (cà phê mít) với nhiều loại khác nhau, chất lượng hay đẳng cấp của cà phê khác nhau tùy theo từng loại cây, từng loại hạt và nơi trồng khác nhau.

Cà phê là một trong loại hàng hoá được giao dịch nhiều nhất trên thế giới và tại các sàn giao dịch cà phê thì chỉ có hai loại được giao dịch là Arabica và Robusta (đã được tiêu chuẩn hoá).

Kinh doanh cà phê là những hoạt động đa dạng, phong phú và phức tạp. Trong khuôn khổ bài viết này, kinh doanh cà phê chỉ đề cập tới kinh doanh cà phê nhân xô, cà phê Robusta trên sàn giao dịch ICE Futures Europe (kỳ hạn và quyền chọn) và cà phê Arabica trên sàn giao dịch ICE Futures US ((kỳ hạn và quyền chọn).

Kinh doanh cà phê hiệu quả cần có nhiều kiến thức đa ngành, đa chiều, tổng hợp và lồng ghép, bao gồm: nông nghiệp, khí tượng thuỷ văn, địa chất, giao thông vận tải, kinh tế - địa chính trị, tài chính, marketing, tâm lý hành vi, văn hoá ẩm thực... và đặc biệt là am hiểu phân tích kỹ thuật.

1. Các hình thức kinh doanh cà phê

- Mua cà phê nhân để phục vụ sản xuất kinh doanh cà phê rang xay;
- Mua bán cà phê để tìm kiếm lợi nhuận nhờ chênh lệch giá;
- Mua bán cà phê kỳ hạn, quyền chọn để bảo hiểm rủi ro cho hoạt động kinh doanh cà phê nhân.

2. Kinh doanh cà phê hiệu quả

Cần lập kế hoạch kinh doanh chi tiết, cẩn trọng trong từng giao dịch, trong đó đặc biệt quan tâm các vấn đề sau:

- Xác định nhu cầu nguyên liệu trong sản xuất cà phê rang xay và giá thành sản phẩm;
- Mục tiêu lợi nhuận và mức dừng lỗ cụ thể trong kinh doanh chênh lệch giá hay;
- Cân đối giao dịch hàng thực và hàng giấy để bảo hiểm rủi ro nhằm có lợi nhuận tốt nhất.

3. Các yếu tố quan trọng khi thực hiện giao dịch

- Khối lượng giao dịch
- Thời điểm giao dịch
- Mức giá giao dịch
- Số lần giao dịch
- Giao dịch hàng thực đơn thuần, hàng giấy đơn thuần hay kết hợp cả hai.

Một số vấn đề khác không được đề cập trong bài viết này bao gồm:

- Trồng trọt, sản xuất cà phê, thu hoạch cà phê, thu mua cà phê.
- Bảo quản cà phê lưu kho (liên quan đến chi phí, chất lượng thành phẩm, kế hoạch kinh doanh cụ thể, ...).
- Vận chuyển cà phê nhân.

- Kiểm định chất lượng.
- Kênh thu mua, phân phối, đại lý giao dịch, cách thức giao dịch, trữ lùi,...
- Thị trường cà phê rang xay, hoà tan.
- Xây dựng thương hiệu, ...

4. Một số khái niệm cơ bản:

4.1 Cà phê Việt Nam

Việt Nam sản xuất cà phê hàng đầu thế giới, chủ yếu là cà phê vối. Tổng sản lượng xuất khẩu cà phê Việt Nam đứng thứ 2 thế giới, nhưng nếu tính riêng sản lượng xuất khẩu cà phê Robusta thì Việt Nam chiếm vị trí số 1 thế giới. Hiện nay, sản lượng cà phê hàng năm của Việt Nam trên 1,2 triệu tấn. Nhưng, niên vụ 2015/2016 do ảnh hưởng của hạn hán tại các tỉnh Tây Nguyên nên sản lượng cà phê Việt Nam có thể bị giảm sút từ 7 đến 10%.

Vào thời điểm 12/6/2016, giá cà phê nhân tại các tỉnh Tây Nguyên dao động từ 37,5 triệu/tấn đến 38 triệu/tấn, tăng gần 8 triệu/tấn so với cuối tháng 2/2016. Trong khi đó, giá cà phê Robusta tại sàn giao dịch cà phê kỳ hạn ICE Futures Europe đang dao động quanh 1700 USD/tấn, tăng 400 USD/tấn so với thời điểm cuối tháng 2.

Biến đổi khí hậu gây ảnh hưởng tới cây cà phê, nạn phân bón giả, dư lượng chất bảo vệ thực vật và diện tích cây cà phê già cỗi gia tăng trong khi chương trình tái canh diễn ra chậm chạp đang là những vấn đề ảnh hưởng tới sản lượng và chất lượng cà phê Việt Nam. Mặt khác, phân khúc cà phê rang xay cũng đang gặp vấn nạn cà phê bản, cà phê tẩm hoá chất.

Tại Việt Nam, người dân thu hoạch cà phê, tích trữ để đầu cơ giá lên hay bán ngay cho các đại lý cà phê, công ty thu mua cà phê. Các đại lý hay công ty cà phê này tích trữ đầu cơ giá lên hay bán ngay cho các nhà rang xay nội địa hay nước ngoài, cho các nhà xuất khẩu cà phê, cho các công ty FDI. Trong giai đoạn hiện nay, hiện tượng găm hàng chờ giá lên phổ biến trong dân và doanh nghiệp.

Mặt khác, nhiều nhà nông, các nhà đầu tư kinh doanh cá nhân và doanh nghiệp cà phê tại Việt Nam đã và đang thực hiện các hình thức giao dịch mua bán không hàng thực hoặc hàng giấy tại các ngân hàng thương mại hoặc qua các công ty môi giới.

a) Cà phê nhân là gì?

Cà phê nhân là cà phê chưa rang, cà phê quả tươi (coffee cherries) được thu hoạch từ vườn về, sau khi phơi dưới ánh nắng mặt trời hoặc sấy và xay tách vỏ sẽ cho ta cà phê nhân. Cà phê nhân trong tiếng Anh là green coffee, trong khi trong tiếng Mỹ gọi là raw coffee. Trong tiếng Việt, cà phê nhân còn được gọi là cà phê xanh hay cà phê sống. Nó có hai loại chính là



cà phê nhân arabica và cà phê nhân robusta với các sàng và kích cỡ khác nhau. Nếu phát triển bình thường, một quả cà phê thường cho hai nhân.

b) Cà phê nhân có mấy loại?

Về cơ bản, cà phê nhân có hai loại gồm cà phê arabica và cà phê robusta. Cà phê arabica còn được gọi là cà phê chè được trồng nhiều tại những nơi có độ cao từ 1.000m trở lên với nền nhiệt mát mẻ và độ chênh nhiệt độ ngày đêm lớn. Arabica thường có bốn chủng phổ biến là Caturra, Bourbon, Mocha, Typica và Catimor. Khác với arabica, cà phê robusta thường được trồng tại những vùng đồi núi thấp, là loại cà phê ưa nắng với nền nhiệt cao hơn và có khả năng kháng bệnh cao. Ngoài ra, còn có loại cà phê excelsa (còn gọi là cà phê mít) cũng được trồng rải rác tại Việt Nam.

c) Cà phê nhân được phân loại như thế nào?

Sau khi xay cà phê quả khô, ta thu được cà phê nhân và vỏ thóc cà phê. Các nhân cà phê này được gọi chung là cà phê xô vì chưa được phân loại nên có nhân với kích cỡ khác nhau. Tùy theo nhu cầu của khách hàng, cà phê xanh sẽ được sàng để lọc ra các hạt có kích cỡ lớn nhỏ khác nhau. Các loại chất lượng cao gồm cà phê nhân sàng 16, sàng 18 và sàng 19, sàng 20. Tuy nhiên, sàng 16 và sàng 18 là loại phổ biến nhất để làm cà phê hạt rang. Với các sàng nhỏ hơn như sàng 14, sàng 15 có phẩm chất thấp hơn thường được làm nguyên liệu trộn để giảm giá thành. Hoặc sàng 13, thường được dùng để làm cà phê hòa tan.

Ngoài arabica, robusta và excelsa, đôi khi ta nghe tên gọi cà phê nhân culi. Cà phê culi không phải là một chủng cà phê. Trái lại, culi là nhân cà phê đặc biệt chỉ có một nhân. Thông thường, một quả cà phê sẽ có hai nhân. Với một số quả cà phê đặc biệt, hai nhân này dính vào nhau và tạo thành một nhân duy nhất, gọi là cà phê một nhân hay culi hoặc cà bi (peaberry). Do đó, chúng ta sẽ có culi arabica, culi robusta và culi excelsa.

d) Đặc điểm của cà phê nhân:

Thời gian bảo quản cà phê xanh có thể dài mà không bị mất hương vị vì thông thường độ ẩm của nó khá thấp (12% tới 13%). Tùy theo nhu cầu, mà cà phê nhân có thể được đánh bóng hoặc không đánh bóng. Cà phê là loại thức uống được ưa chuộng nên giá trị giao dịch của cà phê nhân hiện tại rất lớn. Trên thị trường giao dịch hàng hóa thế giới, cà phê nhân có khối lượng giao dịch chỉ sau dầu lửa. Chúng thường được giao dịch qua sàn giao dịch hàng hóa với nhiều công cụ giao dịch phái sinh khác nhau.

e) Cà phê nhân tại Việt Nam:

Việt Nam là nước sản xuất cà phê lớn thứ 2 thế giới, hiện tại đang là nhà xuất khẩu số 1 thế giới về robusta.

Sản lượng trung bình năm >1,2 triệu tấn; cao điểm đạt 1,5 tới 1,7 triệu tấn.

95% cà phê được trồng tại Việt Nam là cà phê robusta.

95% cà phê được trồng tại 5 tỉnh Tây Nguyên, Việt Nam.

95% sản lượng cà phê nhân Việt Nam được xuất khẩu.

5% – 8% là tỉ lệ tiêu thụ cà phê nội địa của Việt Nam.

Việt Nam xuất khẩu cà phê nhân tới hầu hết các nước trên thế giới.

Mỹ và Đức là hai quốc gia mua cà phê nhân Việt Nam nhiều nhất.

Cà phê Robusta của Việt Nam thường được các nhà rang xay mua để phối trộn với Arabica nhằm mục đích sản xuất cà phê hoà tan.

f) Ứng dụng của cà phê nhân:

Cà phê nhân là nguyên liệu chính để làm cà phê rang xay và cà phê hoà tan.

Cà phê nhân còn cung cấp chiết xuất cà phê nhân (green coffee extract), là nguyên liệu chính giúp giảm cân.

Cà phê nhân có thể được khử caffeine để tạo ra cà phê decaf (cà phê khử caffeine).

g) Qui cách đóng gói:

Cà phê nhân xuất khẩu được đóng trong bao đay hoặc bao PP: 60 Kg/ bao, GBE.

Qui cách xếp công tại Việt Nam: 18 tấn tới 20 tấn/ container 20ft.

h) Xác thực chất lượng:

Tại Việt Nam, cà phê nhân được kiểm chứng chất lượng độc lập về cân nặng và chất lượng bởi CAFECONTROL và nhiều tổ chức kiểm định, chứng nhận chất lượng khác.

Tiêu chuẩn chất lượng cà phê nhân: TCVN 4193:2005, đã được VICOFA và ICO thông qua.

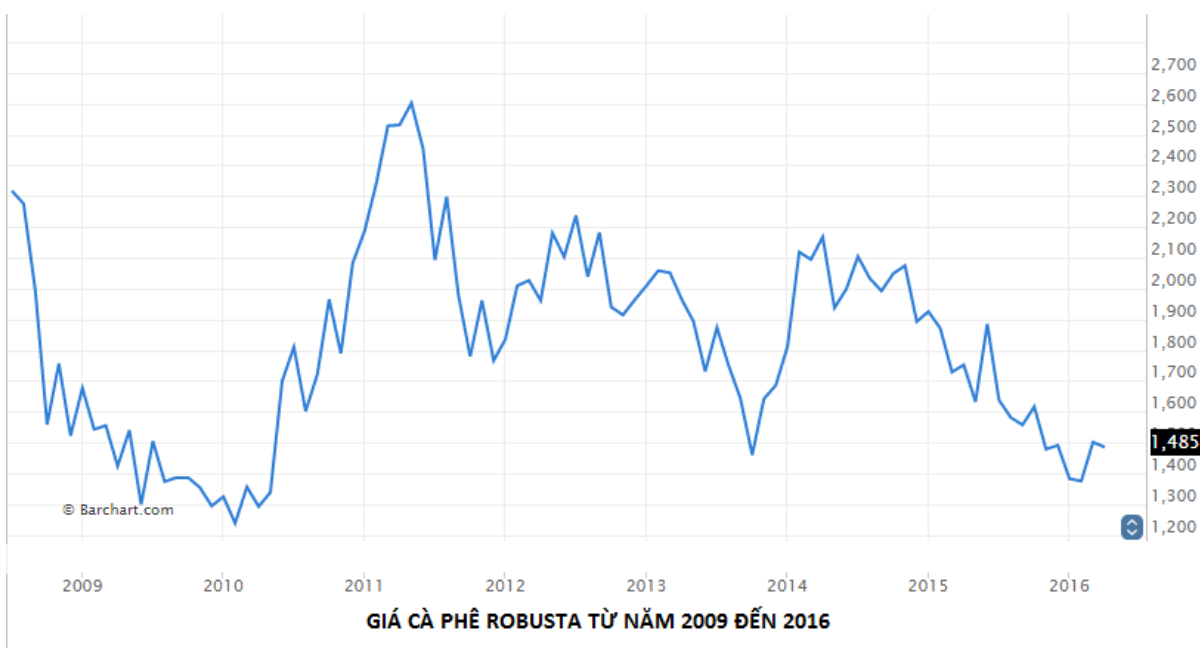


Cà phê sữa đá, đặc trưng của cà phê Việt Nam

4.2 ROBUSTA – ICE FUTURES EUROPE

- Sàn giao dịch cà phê kỳ hạn tại ICE Futures Europe (London) là nơi giao dịch cà phê Robusta.
- Các thông số hợp đồng giao dịch Robusta tại sàn giao dịch ICE Futures Europe (London)

Ký hiệu	RM
Tên hợp đồng	Robusta Coffee 10-Tonnes (RC)
Sàn giao dịch	LCE
Các kỳ hạn	Tháng 1,3,5,7,9,11 (F, H, K, N, U, X)
Kích cỡ hợp đồng	10 tấn
Bước giá	1 USD/tấn (10 USD mỗi hợp đồng)
Giá giới hạn trong ngày	Không giới hạn
Giờ giao dịch	9:00a.m. - 5:30p.m. GMT
Ngày giao dịch cuối kỳ hạn	Ngày làm việc cuối của tháng giao hàng
Giá của một đơn vị hợp đồng kỳ hạn	10 USD
Giá của một đơn vị hợp đồng quyền chọn	10 USD

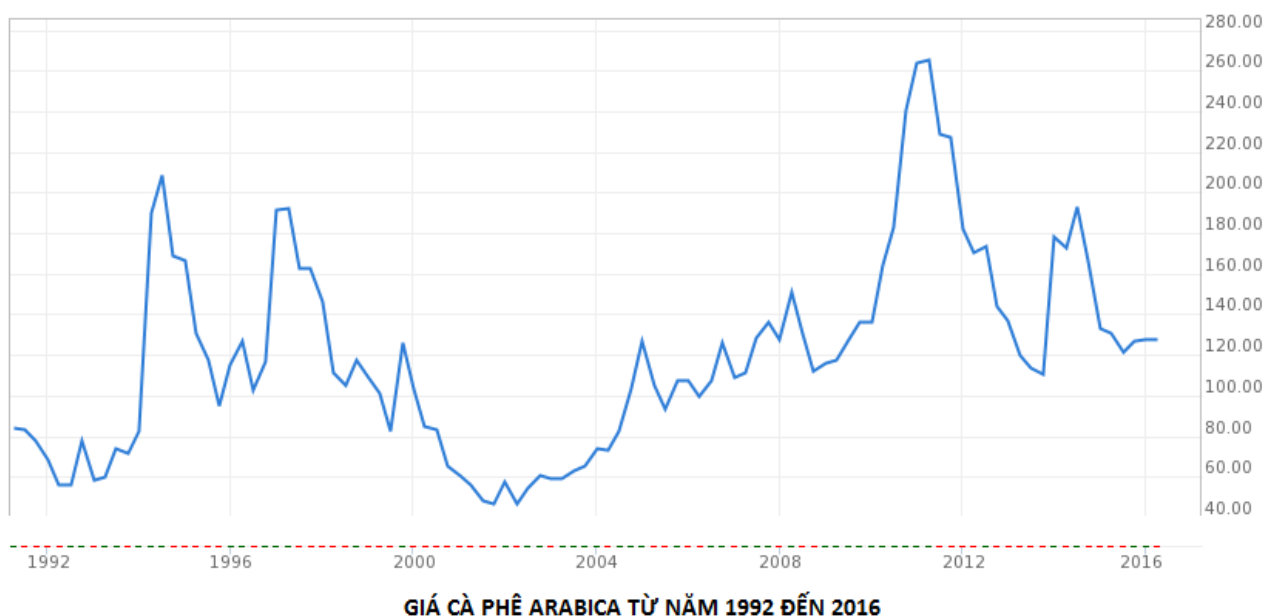


Đồ thị giá cà phê Robusta tại ICE Futures Europe

4.3 ARABICA – ICE FUTURES US

- Sàn giao dịch cà phê kỳ hạn tại ICE Futures US (New York) là nơi giao dịch cà phê Arabica.
- Các thông số hợp đồng giao dịch Robusta tại sàn giao dịch ICE Futures US (New York)

Ký hiệu	KC
Tên hợp đồng	Coffee C Arabica (KC)
Sàn giao dịch	ICEUS
Các kỳ hạn	Tháng 3,5,7,9,12 (H, K, N, U, Z)
Kích cỡ hợp đồng	37.500 pounds (khoảng 250 bao, 60kg)
Bước giá	0.05 cents/pound (18,75 USD/hợp đồng)
Giá giới hạn trong ngày	Không giới hạn
Giờ giao dịch	3:15a.m. - 12:30p.m. CST
Ngày giao dịch cuối kỳ hạn	8 ngày làm việc trước ngày trước ngày làm việc cuối của tháng giao hàng
Giá của một đơn vị hợp đồng kỳ hạn	375 USD
Giá của một đơn vị hợp đồng quyền chọn	375 USD



Đồ thị giá cà phê Arabica tại ICE Futures US

Chương II: PHÂN TÍCH & DỰ BÁO GIÁ CÀ PHÊ

Khái niệm:

- Vai trò của phân tích và dự báo
- Tầm quan trọng của công tác dự báo.
- Khái niệm cơ bản về phân tích dự báo giá cà phê.

Thực hành:

- Theo anh chị, phương pháp phân tích giá cà phê nào phù hợp với mình nhất? Tại sao?
- Nêu quan điểm về 3 nguyên lý của phân tích kỹ thuật?

1. Vai trò của công tác phân tích và dự báo

Traï qua hàng ngàn năm lịch sử phát triển của loài người, sự phát triển của khoa học kỹ thuật, hoạt động mua bán bắt đầu từ sự trao đổi ngang giá đến mua bán trực tiếp, từ mua bán gián tiếp qua trung gian đến mua bán qua tài khoản ngân hàng, tài khoản ký quỹ, từ mua bán theo tỷ lệ 1 – 1 đến sử dụng đòn bẩy 1/10, 1/100, 1/500,...

Ngày nay, thông qua hình thức mua bán trực tuyến, qua phần mềm giao dịch, người ta có thể mua bán bất cứ thứ gì mình muốn, đầu tư bất kỳ lĩnh vực nào mình thích.

Hoạt động đầu tư tài chính trên các thị trường vốn, chứng khoán, hàng hóa, ngoại hối,... vô cùng sôi động, thú vị nhưng cũng đầy chạ m bẫy, sinh lợi cao nhưng rủi ro mất mát rất nhiều.

Phân tích và dự báo giá cả là công tác phức tạp, đòi hỏi nhiều kiến thức hàn lâm và trải nghiệm thực hành, nhiều nguồn dữ liệu phong phú, kịp thời và đầy đủ.

Phân tích dự báo giá cả là một ngành khoa học hỗ trợ cho các hoạt động đầu tư, kinh doanh, bao gồm một chuỗi các hoạt động thu thập dữ liệu, thống kê và so sánh, phân tích các tình huống khác nhau, các kịch bản khác nhau để đưa ra kết luận về diễn biến của giá trong tương lai.

Phân tích dự báo giá cả là một nghệ thuật sử dụng đơn lẻ hay kết hợp các phương pháp phân tích kỹ thuật, các phương pháp phân tích cơ bản và các phương pháp phân tích tâm lý hành vi để dự báo diễn biến giá cả của một hàng hóa, một cổ phiếu, một đồng tiền, trái phiếu của một quốc gia hay biến động của cả thị trường, nhóm hàng hóa, nhóm cổ phiếu, nhóm tiền tệ,... trên thị trường hàng thực hay thị trường hàng giấy.

Thông thường, công tác phân tích và dự báo giá cả phê cần phải có một đội ngũ chuyên gia thuộc các lĩnh vực khác nhau làm việc phối hợp với nhau nhưng cũng có thể chỉ cần một vài chuyên gia làm việc độc lập.

Người am hiểu các phương pháp phân tích dự báo giá cả có thể ứng dụng kiến thức của mình để tự đầu tư hay tham gia các hoạt động đầu tư của tổ chức (nhóm, công ty, quỹ, ngân hàng, các định chế tài chính,...) hoặc làm chuyên viên tư vấn, môi giới hoặc trở thành một nhà nghiên cứu khoa học, giảng dạy hoặc làm nhà báo.

Hoạt động kinh doanh cà phê hiệu quả bao gồm các hoạt động phân tích giá cả có độ tin cậy cao, các kế hoạch kinh doanh chi tiết và các quyết định đầu tư chính xác với sự kiểm soát rủi ro nghiêm ngặt.

Dự báo là khoa học và nghệ thuật tiên đoán những sự việc sẽ xảy ra trong tương lai, trên cơ sở phân tích khoa học về các dữ liệu thu thập được



Trong bối cảnh toàn cầu hoá và sự bùng nổ của khoa học và công nghệ, đặc biệt là công nghệ thông tin, khoa học dự báo có vai trò ngày càng quan trọng trong mọi lĩnh vực, nhưng cũng đứng trước những thách thức to lớn do tình hình thế giới chuyển biến rất nhanh chóng và phức tạp dẫn đến các dòng vốn đầu tư thay đổi nhanh chóng và giá cả biến động khó lường.

Công tác dự báo được thực hiện khoa học, thường xuyên và nghiêm túc dựa trên các nguồn dữ liệu đáng tin cậy, công cụ phân tích tiên tiến, sẽ đóng vai trò tiên phong trong hoạt động kinh doanh hiệu quả.

- **Với doanh nghiệp:** Dự báo góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp, do dự báo là căn cứ khoa học không thể thiếu để xây dựng chiến lược kinh doanh, kế hoạch sản xuất kinh doanh; điều chỉnh kịp thời các quyết định kinh doanh nhằm giảm rủi ro, tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh; chuẩn bị những điều kiện vật chất và kỹ thuật nhằm giành lợi thế cho sự phát triển bền vững trong tương lai.
- **Với các cơ quan quản lý nhà nước:** Dự báo góp phần hoạch định các chính sách quy hoạch, quản lý ngành hàng hiệu quả, các chính sách điều tiết giá và các chính sách phát triển kinh tế xã hội nói chung.
- **Với các nhà đầu tư cá nhân:** Dự báo góp phần mang lại lợi nhuận cao nhất, hạn chế rủi ro và mang lại sự tự tin trong kinh doanh cà phê.

2. Sự hình thành giá cả và các trường phái phân tích giá cả

Giá là sự đồng thuận của người mua và người bán.
Hành động MUA hay BÁN của con người phụ thuộc vào kỳ vọng.

Gía của một loại sản phẩm hay dịch vụ (hàng hóa, cổ phiếu, trái phiếu, quyền chọn, tín chỉ...) được hình thành từ hoạt động mua bán, trao đổi của con người.

- Giá là sự đồng thuận của người mua và người bán.
- Mức giá mà người mua hay người bán đồng ý phụ thuộc vào kỳ vọng.
- Người mua kỳ vọng giá sẽ tăng nên mua vào.
- Người bán kỳ vọng giá sẽ giảm nên bán ra.
- Kỳ vọng của mỗi người khác nhau và thật khó để cân đo, đong đếm kỳ vọng của con người.
- Mỗi người kỳ vọng một mức giá khác nhau nên trong một cái "chợ" có nhiều người sẽ xuất hiện nhiều mức giá trong cùng một thời điểm, trong nhiều thời điểm khác nhau nên giá cả biến động không ngừng.
- Giá cả phụ thuộc tâm lý và hành vi của con người

Người mua:

- Người mua mới (trước đó chưa mua hay bán gì) vì kỳ vọng giá tăng.
- Người mua chốt lời, mua lại sau khi đã bán giá cao trước đó vì kỳ vọng giá không giảm thêm hoặc bằng lòng với mức lợi nhuận đạt được.
- Người mua dừng lỗ sau khi đã bán giá thấp trước đó vì sợ giá tăng thêm.
- Người mua thêm sau khi đã mua một phần trước đó vì nghĩ rằng giá sẽ tăng và muốn lợi nhuận nhiều hơn với kỳ vọng giá tăng thêm hoặc mua trung bình giá theo kế hoạch đã định hay do giá giảm hơn mức đã mua trước đó.

Người bán:

- Người bán mới (trước đó chưa mua) gọi là bán không vì kỳ vọng giá sẽ giảm.
- Người bán dừng lỗ vì trước đó đã mua giá cao và sợ giá xuống thêm.
- Người bán chốt lời vì đã mua giá thấp trước đó, do kỳ vọng giá hết tăng hoặc đã thỏa mãn với lợi nhuận đạt được.
- Người bán thêm, mặc dù đã bán một phần trước đó, do kỳ vọng giá giảm thêm hoặc trước đó đã bán giá quá thấp mà giá đang lên để trung bình giá

Thông thường, nhiều người mua hơn người bán thì giá tăng, nhiều người bán hơn người mua thì giá giảm. Vì mỗi người mua bán một lượng nhiều ít khác nhau nên không thể căn cứ vào số người mua bán mà phải nói chính xác hơn là lượng mua nhiều hơn lượng bán thì giá tăng và ngược lại. Khối lượng mua bán quan trọng hơn số người mua bán. Ngoài lề, nhiều người mua ở mức giá "thấp" hơn giá muốn bán của người bán thì giá sẽ có xu hướng giảm và ngược lại.

Khối lượng mua lớn hơn khối lượng bán tăng dần theo thời gian thì hình thành một xu hướng giá tăng và ngược lại.

Thông thường, nhiều người tham gia mua bán thì hình thành các nhóm người mua, người bán, người muốn mua, người muốn bán ở những mức giá khác nhau. Từ đó hình thành các trào lưu mua bán khác nhau, thông thường theo tâm lý bầy đàn. Nhưng kỳ vọng của mỗi người khác nhau nên giá cả tăng giảm liên tục. Giá đang tăng thì sẽ khiến càng có thêm nhiều người kỳ vọng tăng và số người kỳ vọng giảm bớt đi nên giá sẽ tăng trong một khoảng thời gian cho tới khi nào đa số người mua mãn nguyện với kỳ vọng của mình. Khối lượng bán chốt lời nhiều sẽ làm giá giảm lại...

Như vậy, giá hình thành từ sự đồng thuận giữa người mua và người bán. Giá biến động do mỗi người có một kỳ vọng khác nhau nên hình thành các mức giá khác nhau. Các trào lưu mua bán khiến lượng mua bán tăng giảm theo từng thời điểm, khoảng thời gian nên hình thành các xu hướng tăng giảm của giá cả. Tại những thời điểm mà nhiều người phân vân, không chắc chắn về kỳ vọng của mình thì hình thành những giai đoạn giá ít biến động.

Ngược lại, giá biến động tới những mức khác nhau sẽ quay lại tác động vào kỳ vọng của người đã mua, đã bán hoặc người chưa mua bán khiến tâm lý, hành vi con người thay đổi từ thái cực này qua thái cực khác, dẫn đến thay đổi kỳ vọng của từng người, nhóm người.

Chính vì thế, để tiếp cận và nghiên cứu sự biến động của giá cả, từ đó dự báo giá tăng hay giảm hay ít biến động, trường phái phân tích tâm lý hành vi người tham gia thị trường ra đời. Trường phái phân tích này dựa vào các biến đổi liên tục của cảm xúc nhà đầu tư cá nhân: đau đớn hay hồi tiếc, tham lam hay sợ hãi, hưng phấn hay ức chế, do dự hay dứt khoát; sự biến đổi hành vi của nhóm người hay tâm lý bầy đàn...

Trường phái phân tích tâm lý hành vi ngày càng phổ biến và hữu dụng. Nhưng để tiếp cận và nghiên cứu phân tích giá cả theo trường phái này, cần phải có sự am hiểu tâm lý học, xã hội học, triết học. Trường phái này chỉ phân tích định tính, chứ không thể đưa ra được các con số cụ thể.

Một trường phái khác không đào sâu vào phân tích tâm lý hành vi con người mà chú trọng phân tích bản chất của sản phẩm, dịch vụ, vào giá trị nội tại của sản phẩm dịch vụ hay giá trị tương đối của sản phẩm, dịch vụ này so với sản phẩm dịch vụ khác. Đó là

trường phái phân tích cơ bản. Để tiếp cận và nghiên cứu phân tích giá cả theo trường phái này, cần phải có sự am hiểu các học thuyết kinh tế, kinh tế học, xác suất thống kê, khí tượng học, nông học,... đồng thời phải cập nhật liên tục dữ liệu liên quan từ nhiều nguồn khác nhau.

Trường phái thứ ba, đó là trường phái phân tích kỹ thuật. Trường phái này không phân tích giá trị nội tại của sản phẩm dịch vụ, không quan tâm đến tâm lý và hành vi con người mà chú trọng phân tích cấu trúc của giá cả, sự chuyển động của giá cả theo thời gian và đo lường các mức giá dự kiến trong tương lai thông qua mô hình hóa, đồ thị hóa sự biến thiên của giá cả và khối lượng giao dịch, từ đó, áp dụng các kỹ thuật phân tích phức tạp đến giản đơn để đưa ra dự báo giá cả trong tương lai.

Để tạo ra các công cụ phân tích kỹ thuật, các chỉ báo kỹ thuật, người phát minh đã áp dụng nhiều kiến thức của công nghệ thông tin, toán học và vật lý học. Để tiếp cận và nghiên cứu trường phái phân tích kỹ thuật, chỉ cần am hiểu nguyên lý cấu thành các chỉ báo, các công cụ và ý nghĩa của chúng.

Không có trường phái phân tích nào là hoàn hảo mà thật ra chúng bổ sung cho nhau, hỗ trợ nhau trong quá trình dự báo giá cả. Tuy nhiên, trường phái phân tích kỹ thuật dễ tiếp cận và hữu dụng nhất.

3. Sơ lược về phân tích dự báo giá cả

Để có cơ sở cho nhà đầu tư định hướng chiến lược kinh doanh của mình, phân tích dự báo giá cả trả lời cho các câu hỏi: giá đang rẻ hay đang mắc, giá sẽ ít biến động hay sẽ biến động mạnh, giá sẽ tăng hay sẽ giảm, giá sẽ tăng hay giảm trong bao lâu, giá sẽ tăng tới đâu hay giảm tới đâu, nếu xuống tới mức giá A thì giá sẽ ra sao sau đó, nếu tăng tới mức giá B thì giá sẽ ra sao sau đó?

Có nghĩa là, phân tích dự báo giá cả giải quyết các vấn đề sau:

- Xu hướng của giá
- Hình dạng của chuyển động giá
- Độ mạnh của sự biến thiên giá
- Thời gian hoàn thành xu hướng giá
- Độ lớn của sự biến thiên giá
- Chu kỳ tăng giảm của giá
- Các trường hợp đặc biệt, các đột biến khác.

Sau các bước phân tích theo kỹ thuật, các nhà phân tích cần làm thêm các bước sau:

- Tâm lý thị trường
- Các yếu tố ảnh hưởng nội tại, ngoại cảnh và ngoại lai

- Lịch sự kiện thông tin kinh tế sắp diễn ra
- Bối cảnh kinh tế, xã hội và địa chính trị
- Toàn cảnh vĩ mô của giá
- Thiên Nga Đen: Yếu tố bất ngờ, yếu tố may rủi
- Xác nhận lại độ tin cậy của dự báo
- Độ rủi ro: xác định mức giá mà tại đó các phân tích đã thực hiện bị sai
- Kỳ vọng của dự báo và 61.8% kỳ vọng
- Tỷ lệ đúng sai của các lần dự báo trước.

4. Chiến lược kinh doanh hiệu quả

Sau khi có kết quả phân tích dự báo giá cả trong tương lai, chúng ta cần phải có một chiến lược kinh doanh hiệu quả.

Chiến lược kinh doanh hiệu quả bao gồm:

- Quyết định mua hay bán; mức giá mua, bán; Mua bán 1 lần hay trung bình giá (mua ròng, bán ròng)
- Mức độ, quy mô vốn đầu tư
- Thời gian: ngắn hạn, trung hạn, dài hạn; gián đoạn hay liên tục.
- Mục tiêu lợi nhuận: rõ ràng, cụ thể
- Hạn chế rủi ro: điềm Dừng lỗ
- Chia sẻ rủi ro: mua bán các loại sản phẩm dịch vụ tương đương
- Khoảng trống đầu tư: Nghỉ ngơi, thư giãn, xả stress sau mỗi lần giao dịch
- Tuân thủ nguyên tắc kinh doanh định sẵn và kỷ luật giao dịch.

PHẦN 2:

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI GIÁ CÀ PHÊ

Chương III: CÁC VẤN ĐỀ TOÀN CẦU ĐANG CHI PHỐI GIÁ CÀ PHÊ

Khái niệm:

- Các sự kiện kinh tế - địa chính trị ảnh hưởng tới giá cà phê
- Các đồng tiền ảnh hưởng tới giá cà phê
- Sự tương quan giữa giá dầu và giá cà phê
- Biến đổi khí hậu và giá cà phê
- Cung cầu cà phê
- Các thị trường mới nổi trong ngành cà phê

Thực hành:

- Lập danh sách các yếu tố ảnh hưởng tới giá cà phê và cách thức theo dõi hàng ngày.
- Tìm mối tương quan giữa bầu cử Tổng thống Mỹ và giá cà phê?
- Tìm mối tương quan giữa giá vàng và giá cà phê



Cũng như nhiều thị trường hàng hóa nông nghiệp khác, thị trường cà phê chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố khác nhau. Trong lý thuyết cân bằng tổng thể của Kinh tế học thì hệ thống giá chỉ là sự phản ánh tính cân bằng của các giao dịch vật chất. Về cơ bản, cung cầu là những nhân tố chính ảnh hưởng đến sự hình thành giá cà phê. Tuy nhiên, các yếu tố cơ bản khác cũng ảnh hưởng đến sự dao động giá cà phê, ví dụ như: các vấn đề thời

tiết (hạn hán, lượng mưa, sương giá,...), sức mạnh của đồng USD so với các đồng tiền khác, tỷ giá của đồng tiền của các nước sản xuất cà phê so với USD, sự biến động của giá dầu, văn hoá cà phê,...

Trong giai đoạn hiện nay, tháng 6/2016, biến đổi khí hậu, sự thay đổi chính sách tiền tệ của các NHTW lớn trên thế giới, trung cầu dân ý tại Vương Quốc Anh về việc rời khỏi Liên minh Châu Âu, biến động kinh tế toàn cầu và các nước lớn, bầu cử Tổng thống Mỹ và mùa giải Euro 2016, nạn di dân tại Châu Âu và báo cáo về cung cầu cà phê toàn cầu đang là các yếu tố chính yếu ảnh hưởng tới giá cà phê.

1. Biến đổi khí hậu

Trong những năm qua, biến đổi khí hậu, sự nóng lên toàn cầu, đã tạo nên các hiện tượng thời tiết cực đoan, đây là một trong những thách thức lớn nhất đối với nhân loại trong thế kỷ 21 vì biến đổi khí hậu đang ảnh hưởng trực tiếp đến hệ sinh thái, tài nguyên môi trường và cuộc sống của con người.

1.1 Tác động của biến đổi khí hậu tới ngành cà phê Việt Nam

Việt Nam được đánh giá là 1 trong 5 quốc gia chịu tác động mạnh mẽ của biến đổi khí hậu. Những tháng đầu năm 2016, tình trạng khô hạn, xâm nhập mặn và thời tiết thất thường đang gây ảnh hưởng tiêu cực ở nhiều mức độ khác nhau lên khắp mọi miền đất nước.

Trong những tháng đầu năm 2016, giá rét ở miền Bắc, hạn hán ở miền Trung, Tây Nguyên và xâm nhập mặn ở đồng bằng sông Cửu Long đã tác động đến hoạt động sản xuất kinh doanh, đặc biệt ngành nông nghiệp, công nghiệp và xuất nhập khẩu. Trong đó, hạn hán đã làm cho người trồng cà phê ở Tây Nguyên trở nên lao đao và đang đối mặt với mùa vụ thất bát nhất từ trước đến nay.

Trước tình hình này, Ngân hàng Thế giới World Bank WB phải đưa ra dự báo giảm triển vọng tăng trưởng kinh tế năm 2016 của Việt Nam từ 6,6% xuống còn 6,2%. Nguyên nhân chủ yếu đến từ những tác động của lĩnh vực nông nghiệp do tình trạng hạn hán ở Tây Nguyên, xâm nhập mặn ở Đồng bằng Sông Cửu Long khiến kim ngạch xuất khẩu sụt giảm mạnh.

Theo Tổng cục Thống kê, so với tốc độ tăng 6,12% của cùng kỳ năm 2015 và 5,9% của năm 2011 thì GDP quý I/2016 tăng 5,46% cho thấy nền kinh tế đang có dấu hiệu chững lại, đặc biệt là ngành nông nghiệp (bao gồm: trồng trọt và chăn nuôi) đã tăng trưởng âm (-2,5%), là mức tăng trưởng thấp nhất trong nhiều năm qua do tác động trực tiếp của biến đổi khí hậu.

Tại Tây Nguyên, ngành nông nghiệp nói chung và ngành cà phê nói riêng chịu tác động mạnh mẽ nhất của biến đổi khí hậu, đây cũng là đợt hạn khốc liệt nhất và bà con nông dân các tỉnh Tây Nguyên phải trải qua trong 60 năm trở lại đây.

Trong những tháng đầu năm 2016, hàng nghìn héctơ cà phê của nông dân phải chịu cảnh thiếu nước tưới, nhiều diện tích đã cháy khô, ảnh hưởng nghiêm trọng đến sản lượng cà phê niên vụ 2015/2016 và các niên vụ tới. Đời sống của người dân đang trở nên bấp bênh và chi phí sản xuất tăng cao khiến nhiều người nghĩ đến việc chặt bỏ vườn cà phê để trồng hồ tiêu hay các cây trồng khác. Trước tình trạng hạn hán kéo dài, gây ra nhiều hệ lụy cho sản xuất và đời sống của người dân, Gia Lai là địa phương đầu tiên ở Tây Nguyên công bố tình trạng thiên tai do hạn hán cấp độ I, tiếp theo là Kon Tum và mới đây nhất là tỉnh Đắk Lắk.

Theo số liệu thống kê cuối tháng 5/2016 của Cục Trồng trọt, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam, có khoảng 110.000 ha cà phê bị thiệt hại ở các mức độ khác nhau, trong đó có 7.500 ha bị chết cháy.

Theo báo cáo mới nhất của Bộ Nông nghiệp Mỹ, sản lượng cà phê của Việt Nam (chủ yếu là Robusta) niên vụ 2016-2017 giảm 7% xuống 27,3 triệu bao.

Nhờ nông dân nỗ lực tưới tiêu, bằng cả nguồn nước từ hồ chứa và nguồn nước ngầm, nên bất chấp khô hạn, thiệt hại của niên vụ 2016-2017 trong thời kỳ cây cà phê ra hoa và kết trái (từ tháng 1 đến đầu tháng 3) được giảm thiểu đáng kể.

Tuy nhiên, USDA cũng cho biết thêm rằng vẫn có cơ sở để hạ dự đoán về sản lượng cà phê Việt Nam - nước sản xuất Robusta lớn nhất thế giới - do thời tiết khô hạn lại xuất hiện. "*Lượng mưa trong tháng 5/2016 thấp hơn nhiều so với cùng kỳ của 5 năm qua. Thiếu mưa trong tháng 5 đang gia tăng áp lực lên cây cà phê. Nếu tình trạng này kéo dài sang tháng 6, sản lượng cà phê của Việt Nam sẽ đối mặt với nguy cơ giảm hơn nữa*", báo cáo của USDA.

Sản lượng cà phê của Việt Nam năm nay có thể giảm tới 15% nếu thời tiết khô hạn kéo dài, USDA cho biết.

Hiện tượng El Nino đã chính thức chấm dứt từ cuối tháng Năm nhưng các nhà khoa học khí tượng đang cảnh báo hiện tượng La Nina sẽ mạnh lên từ nửa cuối năm 2016, gây mưa bão và ngập úng có thể sẽ tiếp tục gây thiệt hại cho cây cà phê, ảnh hưởng tới mùa thu hoạch cà phê niên vụ 2015/2016 tại Việt Nam.

1.2 Tác động của biến đổi khí hậu đến ngành cà phê Brazil

Dù nhiều nước sản xuất cà phê lớn trên thế giới bị ảnh hưởng nặng nề vì biến đổi khí hậu thì thời tiết thuận lợi tại các vùng trồng cà phê Arabica tại Brazil đã cho một mùa vụ được mùa. USDA dự báo tổng sản lượng cà phê niên vụ 2016/2017 tại Brazil sẽ đạt

55,95 triệu bao, trong đó sản lượng cà phê Arabica tăng mạnh hơn 21% so với niên vụ trước, đạt mức 43,85 triệu bao.

Nhưng, sản lượng cà phê Robusta niên vụ 2016/17 tại Brazil lại được dự báo giảm ở năm thứ hai liên tiếp, ước đạt 12,1 triệu bao, giảm 1,2 triệu bao so với niên vụ 2015/16. Nhiệt độ trên mức trung bình và các đợt khô hạn kéo dài tại bang Espirito Santo tiếp tục ảnh hưởng tiêu cực đến tiềm năng sản lượng cà phê tại bang này. Ngoài ra, tình trạng thiếu nước vẫn là vấn đề đối với bang Espirito Santo, vì thế hạn chế khả năng sử dụng biện pháp tưới tiêu đối với các nông trường cà phê, một tập quán phổ biến tại bang này.

1.3 Tác động của biến đổi khí hậu đến các nước sản xuất cà phê khác

Tại Colombia có hai giai đoạn thu hoạch cà phê trong năm. Giai đoạn thu hoạch chính từ tháng 10 đến tháng 12, sản xuất gần 60% tổng sản lượng cà phê Colombia. Giai đoạn thứ hai từ tháng 4 đến tháng 6, tức vụ cà phê Mitaca, chủ yếu tại miền trung Colombia.

Sản xuất cà phê hiện nay tại Colombia vẫn mạnh do hiện tượng El Nino chỉ tác động nhẹ tới các vùng trồng cà phê nước này. Nhưng, USDA dự báo, sản lượng cà phê Colombia sẽ giảm trong niên vụ 2016/17 xuống 13,3 triệu bao do ảnh hưởng lũ lụt và mưa do hiện tượng La Nina gây ra trong giai đoạn thu hoạch cà phê vụ giữa năm hay vụ cà phê Mitaca.

Cho dù mô hình thời tiết có ảnh hưởng tối thiểu đối với sản xuất cà phê, người trồng cà phê và các quan chức Chính phủ Colombia vẫn thận trọng về tác động của biến đổi khí hậu đến sự phát triển cây trồng và thu hoạch cà phê.

Hiện tượng thời tiết La Nina được dự báo trở thành hiện thực vào cuối năm 2016 và nửa đầu năm 2017 có thể ảnh hưởng đến giai đoạn ra hoa đối với vụ cà phê Mitaca 2016/17. Điều kiện ẩm ướt dễ dẫn đến dịch nấm gỉ sét lá cà phê nhưng mối đe dọa đó sẽ được giảm thiểu nhờ chương trình tái canh cà phê chủng loại cây cà phê có sức kháng bệnh gỉ sét lá tốt vào những năm đầu thập niên 2010.

Theo báo cáo ngày 12/5/2016 của USDA, Indonesia đã trải qua hiện tượng El Nino nghiêm trọng trong niên vụ 2015/16, dẫn đến hạn hán trên phần lớn quần đảo này. Thời tiết khô hạn gây gián đoạn quá trình ra hoa và chín hạt cà phê tại Indonesia, do đó kỳ vọng sản lượng cà phê nước này sẽ giảm trong niên vụ 2016/17. Thời tiết khô hạn diễn ra tại các vùng thấp như Nam Sumatra và Java, nơi gần 75% cà phê robusta của Indonesia được trồng. Người trồng cà phê và giới thương nhân kỳ vọng sản lượng cà phê robusta của Indonesia sẽ giảm gần 15%. Sản xuất cà phê arabica chủ yếu diễn ra ở Bắc Sumatra, hầu như không chịu ảnh hưởng bởi El Nino.

Sản lượng cà phê niên vụ 2016/17 có thể thấp hơn niên vụ 2015/16 do điều kiện phát triển của hoa cà phê kém và đợt mưa nuôi hoa (tháng 3-tháng 4) ảnh hưởng cả về diện tích thu hái và số lượng cây cho trái. Mưa nuôi hoa là cực kỳ quan trọng cho việc đậu

trái nhưng lượng mưa trong các tháng 2 và 3 cộng với thiếu nước tưới đã ảnh hưởng đến đậu trái của cả cà phê arabica lẫn robusta.

Trong suốt mùa mưa đông bắc (tháng 10-12), các vùng cà phê nhận lượng mưa trên trung bình, đặc biệt trong tháng 12, cà phê gặp phải một đợt dịch bệnh làm trái non rụng nhiều, nguyên đợt đó không sản lượng ảnh hưởng giảm một ít.

2. Kinh tế Mỹ và chính sách tiền tệ của Cục dự trữ liên bang Mỹ (Fed)

Thông tin quan trọng nhất trong tháng Sáu là Fed sẽ công bố lãi suất vào lúc 1 giờ rạng sáng thứ Năm, 16/6 (giờ Việt Nam), đưa ra đánh giá về tình hình kinh tế và Chủ tịch Fed sẽ họp báo về chính sách tiền tệ cũng như những đánh giá mới nhất về bức tranh kinh tế Mỹ và toàn cầu.

Hôm 06/6, Chủ tịch Fed Janet Yellen không tiết lộ thời điểm Fed sẽ tăng lãi suất nhưng vẫn có quan điểm tăng lãi suất trong thời gian gần nhất khi các điều kiện kinh tế cho phép. Tuy nhiên, các thành phần tham gia thị trường vẫn duy trì dự báo Fed sẽ giữ nguyên lãi suất tại cuộc họp này.

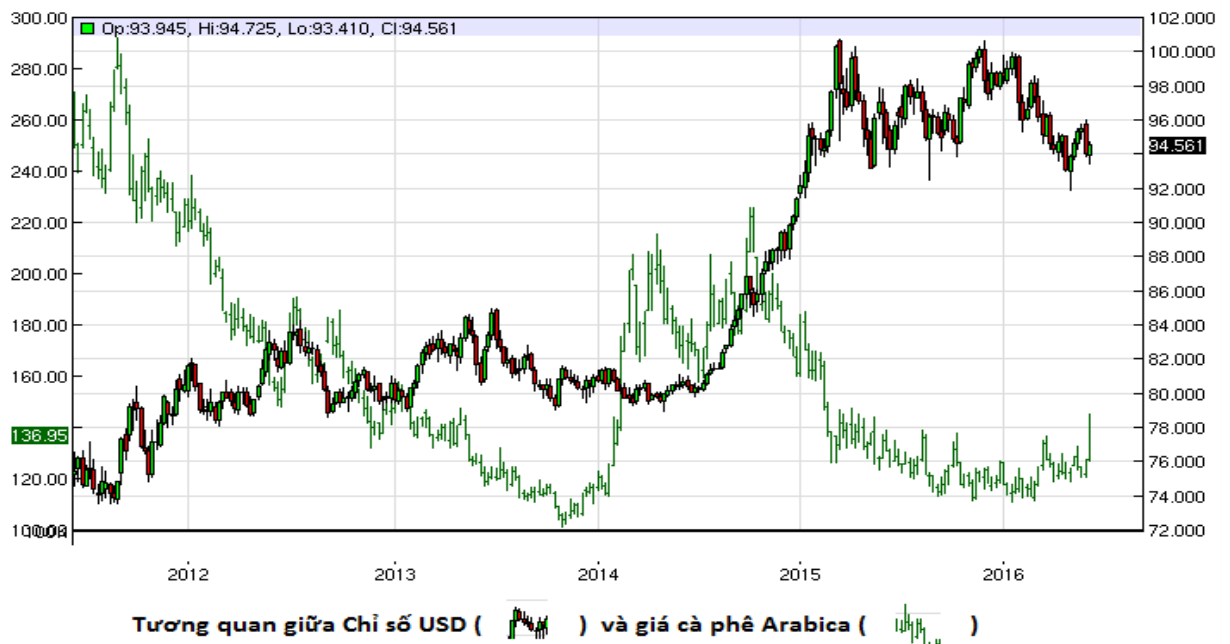
Sau 9 năm không tăng lãi suất và giữ chính sách nới lỏng tiền tệ thì Fed đã tăng lãi suất lần đầu tiên vào tháng 12/2015 đồng thời đưa ra bình luận sẽ tăng lãi suất từ từ và thận trọng trong năm 2016 theo diễn biến của tình hình kinh tế Mỹ cũng như toàn cầu. Trong 1/2 đầu năm 2016, Fed vẫn chưa có động thái tăng lãi suất và các nhà phân tích đang dự báo Fed sẽ tăng lãi suất trong kỳ họp tháng 7 hoặc tháng 9 sau khi giảm thấp kỳ vọng tăng lãi suất trong tháng 6.

Gần đây, việc Vương quốc Anh tổ chức trưng cầu dân ý vào ngày 23/6 để quyết định việc đi hay ở lại Liên minh Châu Âu đang tác động mạnh tới quyết sách của Fed. Ngược lại, nếu Fed ra tay trước, có nghĩa là tăng lãi suất trước ngày 23/6 thì sẽ có tác động không nhỏ tới cuộc trưng cầu dân ý này.

Nhưng, không có gì là không thể xảy ra và nếu Fed tăng lãi suất ngay trong giữa tháng 6 thì thị trường toàn cầu sẽ rúng động.

Đồng USD tăng giá thường khiến giá cả hàng hoá suy giảm và ngược lại. Đồng USD tăng giá mạnh mẽ từ cuối năm 2014 đến đầu năm 2016 là yếu tố chủ yếu khiến giá cà phê giảm mạnh từ giữa tháng 11/2014 đến cuối tháng 2/2016.

Từ đầu năm 2016, chỉ số USD giảm mạnh là nguyên nhân khiến giá cà phê nhảy vọt từ đầu tháng 3/2016 đến đầu tháng 6/2016.



Diễn biến của Chỉ số USD còn tác động mạnh tới diễn biến hầu hết các thị trường khác, qua đó các thị trường khác biến động lại gián tiếp hay trực tiếp tác động lên giá cà phê.

Do vậy, diễn biến của chỉ số USD là yếu tố quan trọng trong nghiên cứu, phân tích và dự báo giá cà phê.

Chỉ số USD tăng mạnh trong những năm qua do Fed có khuynh hướng thắt chặt trong khi Châu Âu, Trung Quốc, Nhật Bản,... đang nói lỏng. Từ đầu năm 2016, kinh tế Mỹ khựng lại, tình hình bất ổn toàn cầu gia tăng khiến Fed do dự trong việc tăng lãi suất nên Chỉ số USD giảm trở lại khiến giá cà phê gia tăng.

a) Chỉ số USD hay USD Index là gì ?



Chỉ số USD đo tương quan của đồng USD so với 6 loại tiền tệ lớn khác trên thế giới đó là đồng Euro (EUR), đồng yên Nhật (JPY), đồng bảng Anh (GBP), đồng Canada (CAD), đồng franc Pháp và đồng SEK (SEK) Thụy Điển.

Nếu chỉ số công nghiệp Dow Jones cho biết thông tin tổng thể về giá trị của thị trường chứng khoán Mỹ thì chỉ số USD cho biết diễn biến về thay đổi giá trị của đồng USD đối với các loại tiền tệ khác.

Chỉ số USD (USDX) thể hiện được điều này thông qua mối tương quan đối với 6 loại tiền tệ lớn khác trong rổ tiền tệ.

Chỉ số USD tăng hay giảm sẽ ảnh hưởng tới các đồng tiền khác và ngược lại.

b) Thời điểm khởi đầu của chỉ số là khi nào?

Chỉ số USD được tính toán như trung bình hình học giá trị của sự thay đổi tỷ giá 6 loại tiền tệ khác đối với đồng USD so với thời điểm khởi đầu là năm 1973. Chỉ số USD đo giá trị của đồng USD. USDX đo lường giá trị tổng quát của đồng Dollar tương ứng với mức cơ bản là 100,000.

Thời điểm khởi đầu của chỉ số là vào tháng 3 năm 1973. Đó là lúc những quốc gia lớn nhất thế giới ngồi lại với nhau tại thủ đô Washington và tất cả đồng ý cho phép đồng tiền của họ lưu hành tự do qua lại lẫn nhau. Khởi đầu của chỉ số còn được xem là “thời kì nền tảng”.

c) Khái niệm “rổ” tiền tệ

Chỉ số Dollar U.S. liên quan đến sáu ngoại tệ:

1. Đồng Euro (EUR)
2. Đồng Yên (Nhật)
3. Bảng Anh (Anh)
4. Đồng Loonie (Canada)
5. Đồng Kronas (Thụy Điển)
6. Đồng Francs (Pháp)

d) Công thức tính chỉ số USD

Đây là một công thức hết sức phức tạp và đòi hỏi tính chặt chẽ cao

$$\text{USDX} = 50.14348112 \times \text{EURUSD}^{(-0.576)} \times \text{USDJPY}^{(0.136)} \times \text{GBPUSD}^{(-0.119)} \times \text{USDCAD}^{(0.091)} \times \text{USDSEK}^{(0.042)} \times \text{USDCHF}^{(0.036)}$$

d) Chỉ số USD nên được đọc ra sao?

Ví dụ, hiện tại bạn đọc thấy con số trên biểu đồ là 86.212. Nó có nghĩa đồng Dollar đã rớt 13.788% kể từ lúc khởi đầu của chỉ số (86.212 – 100.000).

Nếu bạn đọc thấy 120.650 nghĩa là giá trị của đồng Dollar đã tăng 20.650% kể từ lúc khởi đầu của chỉ số (120.650 – 100.000).

e) Chỉ số USD liên quan đến bao nhiêu nước?

17 nước (trong đó có 12 nước trong khu vực sử dụng đồng Euro và 5 nước khác với tiền tệ thể hiện bằng chỉ số USD) có giao dịch thương mại lớn với Mỹ. Những nước này đồng thời có thị trường ngoại hối phát triển mạnh với tỷ giá hối đoái điều chỉnh tùy theo những đối tượng tham gia vào thị trường. Chỉ số USD được tính 24h/ngày, 7 ngày/tuần.

Bởi vì chỉ số USD được tính toán dựa trên giá trị tỷ lệ ngoại hối, chỉ số này nhiều khi có thể khác với giá trị tính toán sử dụng dữ liệu từ những nguồn khác.

17 quốc gia chỉ chiếm một phần nhỏ trên thế giới song rất nhiều đồng tiền khác phải theo sát chỉ số USD. Chính điều này khiến Chỉ số USD trở thành công cụ rất tốt để đo lường sức mạnh toàn cầu của đồng USD.

f) Tại sao chỉ số USD lại quan trọng đối với cà phê?

Chỉ số USD tăng, về mặt lý thuyết, sẽ gây áp lực tiêu cực lên giá cả hàng hóa định giá bằng đồng USD.

Tuy nhiên, trong từng trường hợp cụ thể, không chắc chắn rằng, giá cả hàng hóa tỷ lệ nghịch với sức mạnh đồng USD.

Thông thường, giá cà phê dao động ngược chiều với USD. Ví dụ như thời gian gần đây, chỉ số USD tăng từ 78 điểm lên 100 điểm đã khiến giá cà phê giảm mạnh.

Nhưng, qua thực tế trong năm 2014, đồng USD tăng giá liên tục nhưng giá cà phê lại tăng cùng chiều. Kinh tế Mỹ phát triển đã làm gia tăng nhu cầu sử dụng cà phê, nên giá cà phê có thể tăng. Nhưng nền kinh tế Mỹ phát triển thì đồng USD cũng có giá.

Cần phải biết rằng, trong cùng một thời điểm, có rất nhiều yếu tố ảnh hưởng tới giá cà phê. Trong bối cảnh hiện nay, yếu tố cung - cầu ít quan trọng hơn tác động của sự biến động của đồng USD.

Đồng USD biến động, lại chi phối sức mạnh các đồng tiền nội tệ của Brazil, Việt Nam, Colombia, Indonesia, Ấn Độ, ..., là các nước xuất khẩu cà phê hàng đầu thế giới. Và chi phối sức mạnh của các đồng tiền của các nước nhập khẩu nhiều cà phê như Euro và JPY. Chính vì thế, sự biến động của giá trị đồng USD sẽ ảnh hưởng tới hoạt động xuất nhập khẩu cà phê do ảnh hưởng tới các cặp tỷ giá nêu trên.

Do vậy, chỉ số USD có tác động trực tiếp và gián tiếp tới giá cà phê, theo nhiều cách khác nhau.

Hiện nay, chính sách điều hành tiền tệ của Fed đang chi phối mạnh chỉ số USD. Ngày 16/12/2015, Fed đã quyết định tăng lãi suất lần đầu tiên sau 9 năm và có thể sẽ tiếp tục tăng lần thứ 2 trong những tháng tới.

Đầu tháng 6/2016, chỉ số USD giảm xuống mức thấp nhất là 91,92 điểm (khiến giá cà phê tăng vọt lên đỉnh cao của năm 2016) nhưng ngay sau đó đã hồi phục mạnh mẽ lên 94,66 điểm (khiến giá cà phê giảm mạnh trở lại) để chờ quyết định lãi suất của Fed vào rạng sáng thứ Năm 16/6/2016, giờ Việt Nam.

Dự kiến, thông điệp của FOMC trong kỳ họp giữa tháng 6/2016 về kinh tế Mỹ, kinh tế toàn cầu, lãi suất của Fed và họp báo của Chủ tịch Fed Janet Yellen sẽ khiến các thị trường toàn cầu biến động mạnh.

Thị trường cà phê đóng cửa giao dịch trước khi có các thông tin nêu trên nên sẽ chịu tác động trong phiên giao dịch ngày thứ Năm.

3. Chính sách tiền tệ của NHTW Trung Quốc (BPOC):

Đồng Nhân dân tệ giảm 1,5% trong tháng 5 và tiếp tục xuống gần mức đáy ghi nhận vào tháng 1 nhưng ảnh hưởng của việc này chưa nhiều tới diễn biến thị trường toàn cầu.

Ngày 13/6, Ngân hàng Trung ương Trung Quốc (PBoC) ấn định tỷ giá tham chiếu đồng nhân dân tệ ở mức 6,5805 nhân dân tệ đổi 1 USD, tương ứng mức giảm giá 0,32% so với phiên trước. Đây mà mức giảm giá mạnh nhất kể từ 30/5.

Các nhà hoạch định chính sách Trung Quốc đang làm tất cả những gì có thể để hạ giá đồng Nhân dân tệ với một tốc độ đủ nhanh để vừa kích thích xuất khẩu nhưng cũng đủ thận trọng để tránh gây ra một đợt hoảng loạn nữa cho thế giới.

Sau khi tăng trong tháng 3, xuất khẩu của Trung Quốc đã bắt ngờ giảm trở lại trong tháng 4, và các nhà phân tích trong một khảo sát của Bloomberg dự báo xuất khẩu của nước này có thể sẽ tiếp tục giảm 4% trong tháng 5. Một khảo sát khác cũng dự báo dự trữ ngoại hối của Trung Quốc có thể đã giảm 19 tỷ USD trong tháng 5 xuống còn 3,2 nghìn tỷ USD.

Tuy nhiên, sự mất giá của đồng Nhân dân tệ lần này có vẻ hơi khác. Thế giới không trở nên hoảng loạn, và dòng vốn không bị rút ra khỏi Trung Quốc.

Ngược lại, dòng vốn đang trở lại với với thị trường chứng khoán nước này.

Hiện tượng này hoàn toàn trái ngược với những gì diễn ra vào tháng 1 năm nay hay hồi tháng 8 năm ngoái khi đồng Nhân dân tệ bị phá giá mạnh khiến cả thế giới trở nên hoảng loạn và dòng vốn đã thực sự tháo chạy khỏi Trung Quốc.

Bối cảnh mất giá của đồng Nhân dân tệ đợt này, ngoài yếu tố nội tại của kinh tế Trung Quốc, còn được cho là do có yếu tố tác động từ bên ngoài vì đà giảm của Nhân dân tệ giờ đây có sự đóng góp không nhỏ của việc đồng USD mạnh lên, còn hồi đầu năm nay là do áp lực rút vốn khỏi Trung Quốc và những vấn đề như Trung Quốc đang trên đà giảm tốc rõ rệt.

Đầu năm nay, sự mất giá mạnh của đồng Nhân dân tệ được dẫn dắt bởi tình trạng đầu cơ bên ngoài. Lần này, sự sụt giảm được đi kèm bởi sự điều chỉnh song song của tỷ giá tham chiếu từ Ngân hàng Nhân dân Trung Quốc - một động thái chính sách mang tính chỉ dẫn. Hồi tháng 8/2015, PBOC đã phá giá sốc đồng nội tệ, gây chấn động cho thị trường quốc tế. Còn bây giờ, họ thực hiện điều đó trong 1 tháng hoặc lâu hơn.

Một yếu tố nữa khiến thế giới vẫn bình tĩnh là thị trường chứng khoán của Trung Quốc không có biến động tiêu cực như những lần mất giá gần đây của đồng Nhân dân tệ.

Đầu tháng Sáu năm 2016, Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF) vừa đưa ra cảnh báo rủi ro nợ doanh nghiệp của Trung Quốc có thể gây ra một cuộc khủng hoảng lớn nếu chính quyền nước này không thể giải quyết vấn đề.

Tổng số nợ vay của Trung Quốc đã ở mức 237% so với tổng sản phẩm nội địa (GDP) trong quý 1 năm nay. Nguyên nhân là do chính sách cho vay mang tính chất “kích thích” của chính phủ Trung Quốc.

Diễn biến của Nhân dân tệ và kinh tế Trung Quốc đang tác động mạnh tới toàn cầu và diễn biến này có ảnh hưởng lớn tới đồng nội tệ của các nước sản xuất cà phê như Brazil và Việt Nam, vì Trung Quốc hiện là đối tác lớn nhất của 2 nước này.

Nhân dân tệ giảm giá thường làm cho đồng BRL và VNĐ giảm giá.

4. Chính sách tiền tệ của NHTW Brazil và tỷ giá USDBRL

Đồng nội tệ BRL của Brazil tăng giá mạnh mẽ từ cuối tháng 2 đến nay (hay tỷ giá USDBRL giảm) là nguyên nhân chủ yếu khiến giá cà phê tăng.

Tỷ giá USDBRL đã giảm từ mức 4,1552 xuống 3,3622 vào ngày 09/06 do căng thẳng chính trị tạm lắng, Tổng thống tạm quyền và thống đốc NHTW mới thay thế đã có niềm tin với nhân dân trong việc khôi phục nền kinh tế lớn thứ 7 thế giới thoát khỏi suy thoái và tham nhũng. Đồng USD giảm giá cũng góp phần giúp đồng BRL tăng giá.

Tuy nhiên, sau 10/06, đồng USD tăng giá trở lại, đồng BRL lại suy yếu.

Giá cà phê quay đầu giảm giá trở lại và tương lai vẫn tiếp tục phụ thuộc sức mạnh của đồng tiền này.



Tỷ giá USDBRL trong 15 năm qua



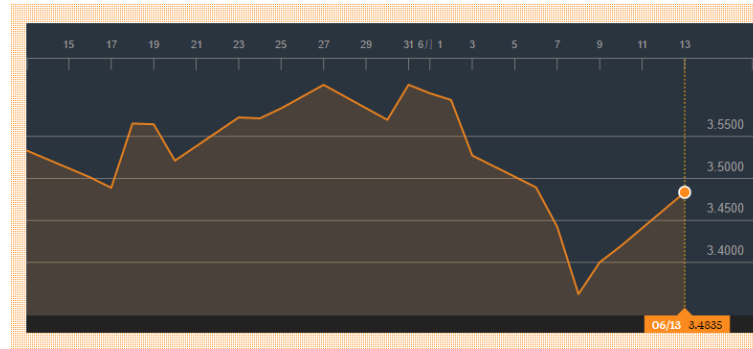
Thông thường, giá cà phê dao động trái chiều với tỷ giá USDBRL

Năm 2011, tỷ giá USDBRL giảm còn 1,5 là cơ sở giúp giá cà phê thế giới tăng lên đỉnh cao. Từ giữa năm 2011 đến đầu năm 2016, tỷ giá USDBRL tăng vọt là nguyên nhân khiến giá cà phê bị suy giảm mạnh.

Sức mạnh của đồng BRL phụ thuộc vào sức khỏe của nền kinh tế Brazil, quyết tâm chống tham nhũng của Chính phủ mới, chính sách tiền tệ của NHTW Brazil, chính sách tiền tệ của Fed và nhiều nước khác, đặc biệt là Trung Quốc và Châu Âu.

Brazil là nước xuất khẩu hàng hoá. Do đó, giá cả hàng hoá tăng sẽ hỗ trợ đồng BRL và ngược lại.

Trước thêm cuộc họp chính sách tiền tệ quan trọng của Fed và trước diễn biến tăng giá của USD từ mức 91,93 lên mức 94,50 vào ngày 13/06, tỷ giá USDBRL tăng trở lại đã khiến giá cà phê suy yếu.



Tỷ giá USDBRL – 13/06/2016 - Nguồn: Bloomberg

5. Thị trường hối đoái và giá cà phê

Đồng USD là đồng tiền tham chiếu trong hầu hết các giao dịch cà phê. Tính biến động tỷ giá hối đoái của đồng USD so với các đồng nội tệ của các nước xuất khẩu cà phê hàng đầu thế giới (9 nước) cũng có sức ảnh hưởng đến giá cà phê do các nước này chiếm đến 75,7% khối lượng cà phê xuất khẩu trung bình trong giai đoạn 1990 - 2014.

Bảng dưới đây cho biết hệ số tương quan giữa giá cà phê và các cặp tỷ giá giữa đồng USD so với đồng tiền của 9 nước xuất khẩu cà phê hàng đầu thế giới (giai đoạn 1990 - 2014).

	Arabica tương lai / New York	Robusta tương lai / London
Arabica tương lai / New York	1.00	
Robusta tương lai / London	0.81	1.00
BRL/US\$ *(Brazilian real/US dollar)	-0.49	-0.66
COP/US\$ (Colombian peso/US dollar)	-0.08	-0.28
ETB/US\$ (Ethiopian birr/US dollar)	0.58	0.32
GTQ/US\$ (Guatemalan quetzal/US dollar)	0.17	-0.05
INR/US\$ (Indian rupee/US dollar)	0.26	0.09
IDR/US\$ (Indonesian rupee/US dollar)	0.15	-0.05
MXN/US\$**(Mexican peso/US dollar)	0.29	-0.03
UGX/US\$ (Ugandan shilling/US dollar)	0.38	0.11
VND/US\$ (Vietnamese dong/US dollar)	0.46	0.21

* Brazil: Tỷ giá từ tháng 7/1994

** Mexico: Tỷ giá từ tháng 10/1992

Nguồn dữ liệu: ICO

Quan sát dữ liệu ở trên có thể thấy, đáng chú ý có 4 nước xuất khẩu cà phê cho hệ số tương quan thuộc nhóm cao, gồm Brazil, Ethiopia, Việt Nam và Uganda. Hệ số tương quan đối với tỷ giá USDBRL (đồng real của Brazil) lần lượt là -0.49 đối với thị trường New York và -0.66 đối với thị trường London. Hệ số tương quan đối với tỷ giá USD/ETB (đồng birr của Ethiopia) lần lượt là 0.58 đối với thị trường New York và 0.32 đối với thị trường London. Hệ số tương quan đối với tỷ giá USD/VND là 0.46 so với giá cà phê arabica tương lai tại New York và hệ số tương quan đối với tỷ giá USD/UGX (đồng shilling của Uganda) là 0.38 so với giá cà phê arabica tương lai tại New York.

Thị trường cà phê robusta tương lai tại London vốn nhạy cảm với tình hình cung cầu cà phê robusta, có mối quan hệ rất yếu đối với tỷ giá hối đoái của các nước sản xuất cà phê robusta chính. Chỉ có đồng real của Brazil có mối quan hệ mạnh đối với giá cà phê robusta tương lai tại London. Nói cách khác, đồng USD mạnh lên so với đồng real của Brazil thường đi kèm với đà giảm giá của giá cà phê robusta.

Đồng EUR có hiệu lực vào tháng 1/1999 và trở thành đồng tiền năng động trong các giao dịch từ tháng 1/2002. Cần chú ý rằng Liên minh Châu Âu (EU) là điểm đến của hơn 50% khối lượng xuất khẩu cà phê các loại trung bình hàng năm từ các nước xuất khẩu. Chính vì vậy, biến động của đồng EUR cũng nên được xem xét khi phân tích mối tương quan với giá cà phê.

Đồng EUR cũng có vị thế đồng tiền tham chiếu trong các giao dịch cà phê như đồng USD. Trong giai đoạn 2002 - 2014, khối lượng xuất khẩu các loại cà phê trung bình hàng năm đến Châu Âu đạt 51,1 triệu bao, trong đó 47,6 triệu bao đến các nước EU, so với mức 21,7 triệu bao đến khu vực Bắc Mỹ.

Bảng số liệu sau đây cho biết hệ số tương quan giữa giá cà phê và các cặp tỷ giá (trong đó có tỷ giá EUR/USD) trong giai đoạn 2002 - 2014.

	Arabica tương lai / New York	Robusta tương lai / London
Arabica tương lai / New York	1.00	
Robusta tương lai / London	0.83	1.00
Euro to US\$	-0.60	-0.73
BRL/US\$ *(Brazilian real/US dollar)	-0.70	-0.76
COP/US\$ (Colombian peso/US dollar)	-0.75	-0.84
ETB/US\$ (Ethiopian birr/US dollar)	0.76	0.67
GTQ/US\$ (Guatemalan quetzal/US dollar)	-0.09	-0.26
INR/US\$ (Indian rupee/US dollar)	0.19	0.24
IDR/US\$ (Indonesian rupee/US dollar)	0.11	0.25
MXN/US\$**(Mexican peso/US dollar)	0.57	0.54
UGX/US\$ (Ugandan shilling/US dollar)	0.65	0.55
VND/US\$ (Vietnamese dong/US dollar)	0.76	0.71

Nguồn dữ liệu: ICO

Theo bảng dữ liệu ở trên thì có nhiều hệ số tương quan âm khá mạnh giữa giá cà phê và tỷ giá hối đoái tham chiếu đồng USD. Đáng chú ý có đồng EUR, đồng BRL (real của Brazil) và đồng COP (peso của Colombia). Nói cách khác, đồng USD tăng giá so với các đồng tiền này thường đi kèm với đà giảm giá của giá cà phê. Ngoài ra, mối tương quan này thể hiện khá mạnh khi tham chiếu đồng tiền của các nước Ethiopia, Mexico, Uganda và Việt Nam, cho thấy tỷ giá hối đoái các đồng tiền này so với đồng USD và giá cà phê thường cùng xu hướng. Tuy nhiên, tỷ giá hối đoái các đồng tiền của các nước khác (Guatemala, Ấn Độ và Indonesia) so với đồng USD không thể hiện mối tương quan mạnh đối với giá cà phê.

Mối quan hệ giữa giá cà phê thế giới và tỷ giá USDBRL cũng đáng chú ý, bên cạnh đồng EUR. Các yếu tố tiền tệ này trở thành chỉ báo tốt về xu hướng thị trường cà phê. Mối quan hệ mật thiết đó cũng cho phép chúng ta dự báo được xu hướng thị trường cà phê và triển vọng xuất khẩu cà phê thế giới trong tương lai gần. Các phân tích thực nghiệm khác nhau khẳng định rằng trong dài hạn đa số các trường hợp thì đồng USD tăng giá thường khiến cho giá cà phê giảm. Ngoài ra, tỷ giá EURUSD tăng cũng thường đi kèm đà tăng giá cà phê và ngược lại.

6. Brexit

Ngày 23/6 tới, nước Anh sẽ bước vào cuộc trưng cầu dân ý lịch sử về việc ở lại hay rời khỏi Liên minh châu Âu (EU), còn được gọi là Brexit.

Nguy cơ Brexit càng ngày càng gia tăng do niềm tin vào EU của người Anh và cả của nhiều người dân các nước thuộc EU đang giảm sút nghiêm trọng. Cần có một sự thay đổi và đó là Brexit.

Nếu Brexit xảy ra, theo các chuyên gia, đồng Euro sẽ giảm mạnh còn đồng USD sẽ tăng mạnh. Tuy nhiên, khả năng các đồng tiền biến động cực mạnh và lên xuống liên tục chứ không dao động một chiều.

Brexit xảy ra sẽ gây ra các cơn địa chấn cho toàn cầu. Chủ tịch Fed cũng vừa thừa nhận rằng Brexit là mối quan tâm lớn của Fed trong việc điều hành chính sách tiền tệ và cảnh báo Brexit sẽ gây chao đảo nền tài chính thế giới vốn đang rất phức tạp.

Diễn biến của Brexit sẽ phản ánh qua sự biến động của đồng Bảng Anh (GBP) và Euro (EUR). Từ đó, chỉ số USD sẽ biến động theo và thị trường toàn cầu sẽ chao đảo, đặc biệt là các thị trường chứng khoán và hàng hoá. Tính đến ngày 13/6, tỷ lệ người Anh muốn Brexit diễn ra đang tăng cao.

7. Các báo cáo về cung cầu cà phê thế giới

Gia cà phê và thị trường cà phê thông thường biến động theo sát các báo cáo về cung cầu cà phê của các cơ quan chính phủ các nước, các tổ chức quốc tế, các hiệp hội quốc tế hay tại các nước sản xuất cà phê và của các doanh nghiệp cà phê lớn.

Sau đây là các báo cáo quan trọng đáng quan tâm để có các thông tin về cung cầu cà phê, chính sách quản lý ngành hàng của Chính phủ, các dự báo của các tổ chức, các dữ liệu thống kê khác.

- Báo cáo về ngành cà phê của từng nước sản xuất cà phê và của ngành cà phê toàn cầu của Bộ Nông nghiệp Mỹ, xuất bản 2 lần/năm, vào giữa năm và vào cuối năm dương lịch.
- Báo cáo hàng tháng của Tổ chức Cà phê Quốc tế.
- Báo cáo cam kết thương nhân của Ủy ban Thương mại Hàng hoá Tương lai của Mỹ (CFTC) hàng tuần, vào thứ 3 và thứ 6.
- Báo cáo của nhà quản lý các sàn giao dịch cà phê.
- Báo cáo của Ngân hàng Thế giới, Tổ chức Tiền tệ quốc tế,...
- Các báo cáo của các cơ quan quản lý nhà nước, các hiệp hội cà phê của các nước sản xuất cà phê như: CONAB, Bộ NN & PT NN Việt Nam, Tổng cục Thống kê, Hải quan, GCA, Vicofa,...
- Báo cáo của các tập đoàn đa quốc gia như Ecom, Olam, Rabobank, Safras e Mercado, Volcafe,...
- Các báo cáo thời tiết của các hãng dự báo thời tiết uy tín tại các vùng trồng cà phê như Somar.

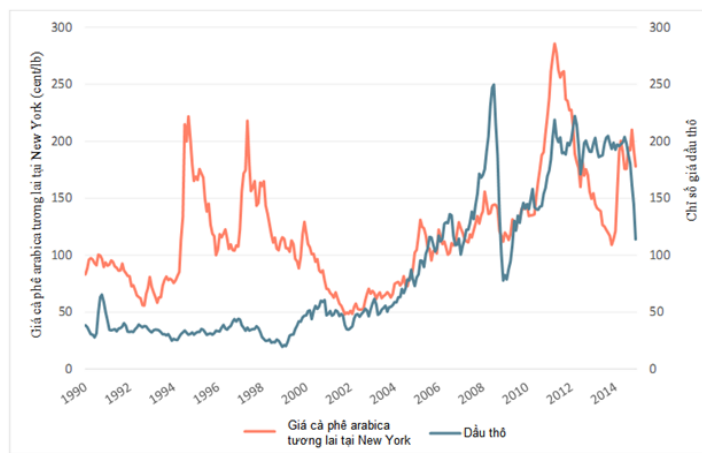
8. Mối tương quan giữa giá dầu thô và giá cà phê

Dầu đóng vai trò quan trọng trong ngành nông nghiệp hiện đại. Dầu dùng làm nhiên liệu cho các phương tiện vận tải và máy móc nông nghiệp. Khi giá nhiên liệu (dầu) tăng lên thì chi phí đầu tư chăm sóc và thu hoạch cà phê cũng sẽ tăng theo, từ đó có thể ảnh hưởng đến giá cà phê.

Nói cách khác, giá dầu tăng có thể khiến cho chi phí đầu vào cho hoạt động sản xuất cà phê tăng lên, dẫn đến khả năng người nông dân sẽ giảm mức độ sử dụng nguồn tài chính đầu tư ban đầu (như phân bón, nhiên liệu) do những khoản chi phí này quá đắt đối với họ. Khi đó, tình trạng giảm mức độ đầu tư đầu vào cho sản xuất cà phê sẽ dẫn đến viễn cảnh giảm năng suất và sản lượng cà phê, từ rong phạm vi của phân tích này sẽ tiến hành phân tích so sánh giữa giá cà phê và giá dầu, mối quan hệ giữa giá cà phê và tỷ giá

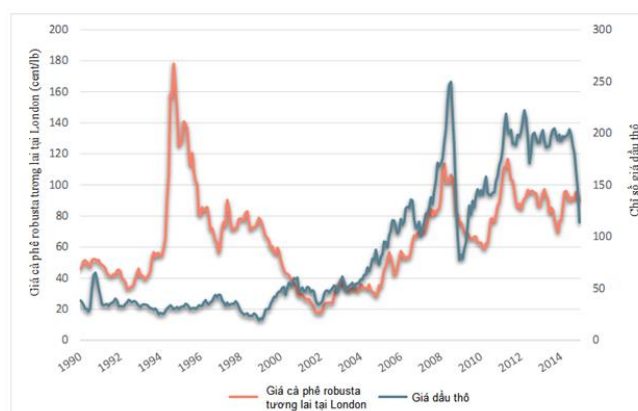
USD so với các đồng tiền nội tệ của các nước xuất khẩu cà phê được chọn. Mục đích nhằm phân tích bản chất mối quan hệ giữa giá cà phê và giá dầu cũng như dao động của đồng USD.đó có thể ảnh hưởng đến giá cà phê theo chiều hướng tích cực.

Khi giá nhiên liệu (dầu) tăng lên thì chi phí đầu tư chăm sóc và thu hoạch cà phê cũng sẽ tăng theo, từ đó có thể ảnh hưởng đến giá cà phê. Nói cách khác, giá dầu tăng có thể khiến cho chi phí đầu vào cho hoạt động sản xuất cà phê tăng lên, dẫn đến khả năng người nông dân sẽ giảm mức độ sử dụng nguồn tài chính đầu tư ban đầu (như phân bón, nhiên liệu) do những khoản chi phí này quá đắt đối với họ. Khi đó, tình trạng giảm mức độ đầu tư đầu vào cho sản xuất cà phê sẽ dẫn đến viễn cảnh giảm năng suất và sản lượng cà phê, từ đó có thể ảnh hưởng đến giá cà phê theo chiều hướng tích cực.



Chỉ số giá dầu thô và giá cà phê arabica tương lai tại New York – Nguồn: ICO

Để hiểu rõ hơn về mối tương quan giữa giá dầu và giá cà phê, chúng ta hãy tham khảo biểu đồ thể hiện mối tương quan giữa giá dầu với giá cà phê arabica tương lai tại New York và giá cà phê robusta tại London. Chỉ số giá dầu thô được sử dụng làm giá tham chiếu cho các sản phẩm dầu. Các biểu đồ ở đây thể hiện diễn biến giá chỉ số dầu thô có mối tương quan tương đối cao với mức giá trung bình hàng tháng của cà phê arabica tương lai tại New York và cà phê robusta tương lai tại London trong giai đoạn 1990 – 2014.



Chỉ số giá dầu thô và giá cà phê robusta tương lai tại London – Nguồn: ICO

Theo nghiên cứu của các chuyên gia Tổ chức Cà phê Quốc tế (ICO), mối tương quan giữa chỉ số giá dầu thô và giá cà phê được thể hiện qua phân tích hồi quy với phương trình sau đây:

$$Y = aX + b$$

Trong đó, Y là biến giải thích hay biến phụ thuộc, thể hiện giá cà phê; X là biến giải thích và thể hiện chỉ số giá dầu thô (là biến số đóng vai trò trong việc giải thích sự biến đổi của một biến độc lập trong phân tích hồi quy); a là độ dốc của đường hồi quy, chỉ phạm vi mối quan hệ giữa chỉ số giá dầu thô và giá cà phê; b là biến ngẫu nhiên.

Các chuyên gia ICO cũng đưa ra phân tích dữ liệu giai đoạn từ tháng 1/2002 - tháng 12/2014 cho thấy hệ số tương quan đáng kể giữa giá cà phê và chỉ số giá dầu thô, theo bảng dưới đây.

	Dầu thô	Arabica tương lai / New York	Robusta tương lai / New York
Dầu thô	1		
Arabica tương lai / New York	0.78	1	
Robusta tương lai / London	0.90	0.83	1
ICO Composite	0.83	0.99	0.88
Colombian Milds	0.74	0.96	0.79
Other Milds	0.77	0.99	0.82
Brazilian Naturals	0.79	1.00	0.84
Robustas	0.91	0.83	1.00

Nguồn dữ liệu: ICO

Theo dữ liệu phân tích thì có mối tương quan tích cực khá mạnh giữa chỉ số giá dầu thô và giá cà phê khi hệ số tương quan dao động từ 0.74 đến 0.91, cho thấy giá cà phê và chỉ số giá dầu thô biến động theo cùng xu hướng.

Nhìn chung, mối quan hệ giữa giá cà phê và chỉ số giá dầu thô không thực sự nổi bật trong cả giai đoạn 1990 - 2014 nhưng lại gây chú ý trong giai đoạn 2002 - 2014.

9. Báo cáo cam kết thương nhân

Các cam kết của thương nhân (Commitments of Traders - COT) là một báo cáo tổng hợp sự thay đổi vị thế mua hay bán trên các thị trường hàng hóa của các tổ chức phát hành mỗi thứ Ba hàng tuần bởi CFTC - Ủy ban Thương mại hàng hóa tương lai Hoa Kỳ.

Báo cáo COT cung cấp số liệu phân tích về sự thay đổi vị thế các hợp đồng mở trên các thị trường của 20 hoặc nhiều hơn các thương nhân giữ các vị thế tương đương hoặc cao hơn mức báo cáo được thiết lập bởi CFTC.

Có hai loại báo cáo COT, gồm Long Format và Short Format. Các báo cáo Short Format cho số liệu về vị thế riêng biệt về các hợp đồng mở của nhóm Reportable và Nhóm Nonreportable. Đối với Nhóm Reportable, dữ liệu bổ sung, thay đổi so với báo cáo trước đó, được cung cấp từ vị thế nắm giữ của các nhà thương mại và phi thương mại, nhóm kinh doanh hoán đổi, tỷ lệ phần trăm các hợp đồng mở theo từng nhóm, và số lượng thương nhân.

Các báo cáo Long Format, ngoài các thông tin trong bản báo cáo Short Format, cung cấp thêm các dữ liệu thống kê theo năm, và khi thích hợp, cho thấy mức độ nắm giữ vị thế của 4 và 8 nhà kinh doanh lớn nhất thị trường.

Báo cáo bổ sung tổng hợp các vị thế trên thị trường tương lai và quyền chọn (Options) bao gồm vị thế của các nhà thương mại, phi thương mại, các quỹ đầu tư chỉ số và các nhà đầu cơ trên 12 loại nông sản được lựa chọn (trong đó có cà phê). Báo cáo bổ sung cho tương lai tổng hợp và vị trí lựa chọn của phi thương mại, thương mại, và Index Traders trong 12 mặt hàng nông sản được lựa chọn.

Báo cáo COT thường được công bố vào ngày thứ Sáu, lúc 03 giờ 30 p.m, giờ CST .

Trên thị trường cà phê, các chủ thể giao dịch MUA hay BÁN các hợp đồng cà phê tương lai hay kỳ hạn, các hợp đồng quyền chọn, và số lượng mua bán của họ được CFTC thống kê hàng tuần trong báo cáo COT.

Báo cáo COT liệt kê số lượng Mua hay Bán các Hợp đồng mở - Open Interest của các nhóm chủ thể tham gia thị trường để đảm bảo sự minh bạch và để các nhà đầu tư tham gia có số liệu thống kê, có các đánh giá tổng thể về thị trường cà phê nhằm giao dịch có định hướng và minh bạch hơn.

Các chủ thể tham gia thị trường cà phê và được CFTC thống kê giao dịch, gồm:

Producer/Merchant/Processor/User:

Tạm dịch là: Nhà sản xuất / Thương mại / Chế biến / Người sử dụng

Nhóm này được gọi chung là Nhóm Thương Mại. Đây là nhóm chủ thể thương mại, mua bán và liên quan trực tiếp đến quá trình sản xuất, chế biến, đóng gói vận chuyển cà phê từ nông dân, người sản xuất đến tận tay người tiêu dùng.

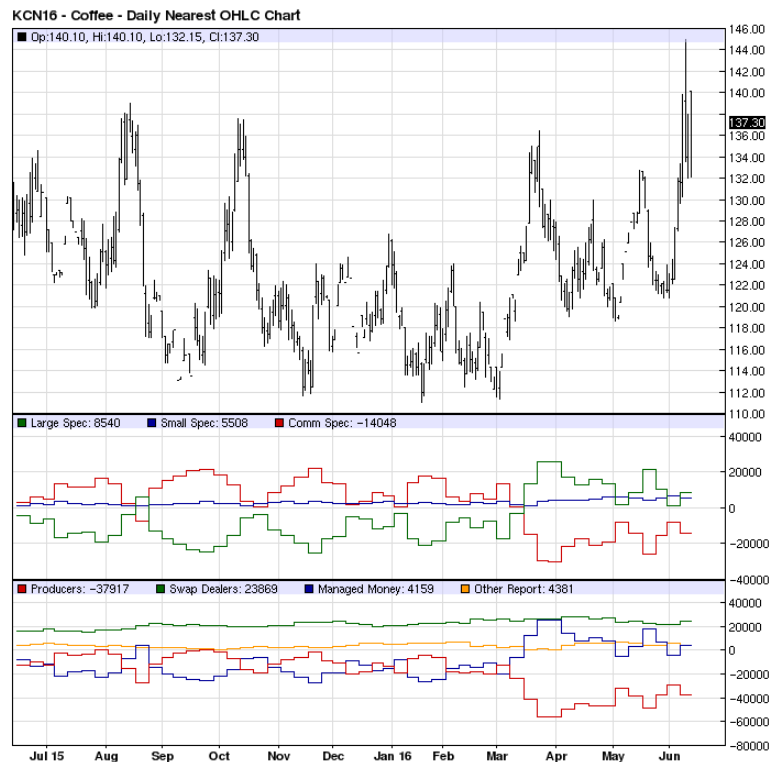
Nhóm chủ thể này sử dụng các công cụ phái sinh trên thị trường cà phê kỳ hạn hay quyền chọn để quản lý rủi ro và bảo hiểm (hedge) là chủ yếu. Các rủi ro liên quan đến sự biến động khó lường của giá cà phê khiến cho tổn thương lợi nhuận trong quá trình kinh doanh hàng thực.

Các công ty xuất khẩu cà phê tại Việt Nam, các thương nhân mua bán thông qua các công ty nhập khẩu cà phê, các nhà rang xay cà phê đều nằm trong nhóm này.

Swap Dealer/Index Trader

Swap Dealer: Có thể là các quỹ đầu tư (investment fund, mutual fund, hedge fund), các công ty kinh doanh cà phê... dùng các công cụ phái sinh trên thị trường cà phê để bảo hiểm rủi ro, giảm thiểu các rủi ro trong hoạt động kinh doanh của mình.

Index Trader: Các quỹ đầu tư chỉ số, các nhà đầu tư chỉ số, thông thường là các ngân hàng, các định chế tài chính lớn. Họ tham gia thị trường cà phê chủ yếu trên việc phân tích các chỉ số hàng hóa, kinh doanh các nhóm hàng, trong đó có cà phê mà thực chất họ không bao giờ biết đến hoạt động kinh doanh hàng thật.



Money Manager

Các chủ thể đang quản lý quỹ, quản lý vốn cho các nhà đầu tư cá nhân hay tổ chức khác. Họ là các công ty tài chính, các quỹ đầu tư, quỹ hưu trí hay các công ty tư vấn kinh doanh hàng hóa (commodity trading advisor) hay các quỹ huy động nguồn vốn (commodity pool operator)...

Other reportables

Các chủ thể khác không được liệt kê vào các loại trên.

Non reportables

Là các số liệu chưa được phân vào các chủ thể trên và các chủ thể có quy mô nhỏ không được liệt kê ở các mục trên.

Chương IV: CUNG CẦU CÀ PHÊ

Khái niệm:

- Nguồn cung cà phê toàn cầu
- Tiêu thụ cà phê toàn cầu
- Các yếu tố ảnh hưởng tới cung cầu cà phê

Thực hành:

- Theo anh chị, cà phê đang thừa hay thiếu? Tại sao?
- Anh chị liệt các báo cáo về sản lượng cà phê mà mình biết?



Các nước sản xuất cà phê hàng đầu thế giới bao gồm Brazil, Việt Nam, Colombia và Indonesia. Trong khi đó, tiêu thụ cà phê tập trung tại Châu Âu, Mỹ, Nhật Bản.

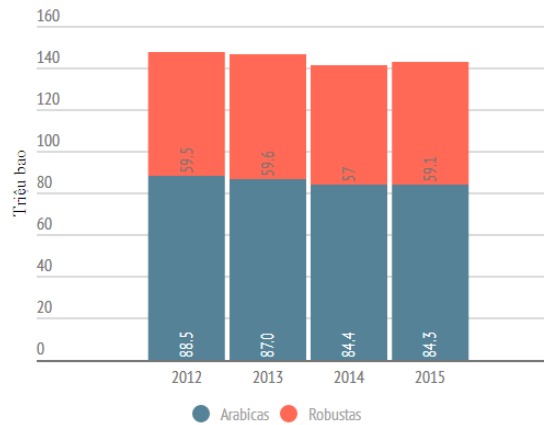
Hiện nay, các thị trường mới nổi trong ngành cà phê thế giới rất đáng quan tâm, bao gồm: Hàn Quốc, Trung Quốc, Nga, Lào,...

1. Báo cáo của Tổ chức Cà phê Quốc tế về cung cầu cà phê toàn cầu - Dự báo niên vụ 2016/17

Theo cập nhật mới nhất từ Tổ chức Cà phê Quốc tế (ICO) ngày 31/5/2016, xuất khẩu cà phê 7 tháng đầu niên vụ 2015/16 (từ tháng 10/2015 đến 4/2016) của thế giới tăng 0,7% so với cùng kỳ niên vụ trước. Xuất khẩu cà phê arabica tháng 4 trên toàn cầu đạt 9,32 triệu bao, so với mức 10,14 triệu bao ở cùng năm ngoái.

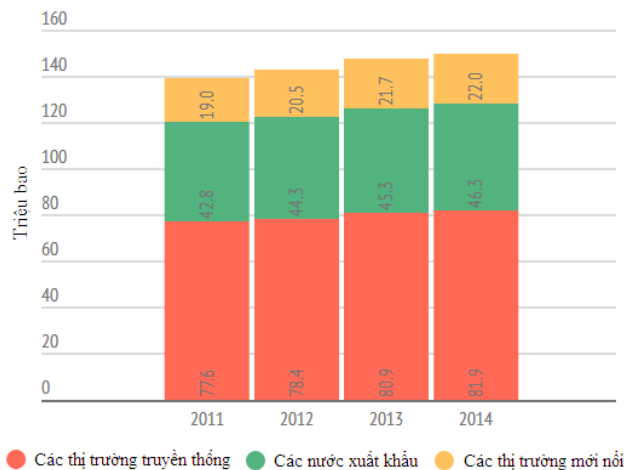
Trong 12 tháng qua, tính đến tháng 4/2016, xuất khẩu cà phê arabica trên toàn cầu đạt 71,14 triệu bao, so với mức 68,57 triệu bao của cùng kỳ 12 tháng trước đó còn xuất khẩu cà phê robusta đạt 41,26 triệu bao, so với mức 44,82 triệu bao ở cùng kỳ 12 tháng trước đó. Sản lượng cà phê thế giới niên vụ 2015/16 ước đạt 143,4 triệu bao loại 60kg,

tăng 1,4% so với niên vụ trước; trong đó sản lượng cà phê arabica ước giảm 0,1% trong khi sản lượng cà phê robusta ước tăng 3,7%.



ICO ước tính sản lượng cà phê thế giới niên vụ 2015/16

Tiêu thụ cà phê thế giới ước đạt 150,2 triệu bao loại 60kg trong năm 2014, duy trì tỷ lệ tăng trưởng trung bình hằng năm 2,5% kể từ năm 2011.



ICO tiếp tục đánh giá nhu cầu cà phê duy trì mạnh tại nhiều nước, đặc biệt tại các thị trường truyền thống (Canada, EU, Nhật Bản, Na Uy, Thụy Sĩ, Mỹ, một số nước khác) nhưng tiềm năng lớn nhất ở các thị trường mới nổi (Algeria, Úc, Nga, Hàn Quốc, Thổ Nhĩ Kỳ, một số nước khác) và tại các nước xuất khẩu cà phê.

Một số thông tin khác:



Độ chênh lệch giá giữa cà phê Arabica và Robusta - Nguồn: ICO



Sản lượng cà phê tại Brazil từ niên vụ 2009/10 đến niên vụ 2016/17 - Nguồn: ICO

Crop year commencing	2012	2013	2014	2015	% change 2014-15
TOTAL	144 949	146 580	142 508	144 752	1.6%
Arabicas	88 184	86 997	84 686	84 635	-0.1%
Colombian Milds	11 523	13 488	14 571	14 853	1.9%
Other Milds	29 131	26 852	25 941	27 293	5.2%
Brazilian Naturals	47 530	46 657	44 173	42 488	-3.8%
Robustas	56 765	59 583	57 822	60 117	4.0%
Africa	16 668	16 271	16 109	17 129	6.3%
Asia & Oceania	42 554	46 452	45 676	47 906	4.9%
Mexico & Central America	18 595	16 615	17 436	18 462	5.9%
South America	67 131	67 243	63 287	61 255	-3.2%

In thousand bags

Full production data are available on the ICO website at www.ico.org/trade_statistics.asp

Sản lượng cà phê tại các khu vực sản xuất cà phê - Nguồn: ICO

Crop year commencing	2012	2013	2014	2015	% change 2014-15
TOTAL	144 949	146 580	142 508	144 752	1.6%
Arabicas	88 184	86 997	84 686	84 635	-0.1%
Colombian Milds	11 523	13 488	14 571	14 853	1.9%
Other Milds	29 131	26 852	25 941	27 293	5.2%
Brazilian Naturals	47 530	46 657	44 173	42 488	-3.8%
Robustas	56 765	59 583	57 822	60 117	4.0%
Africa	16 668	16 271	16 109	17 129	6.3%
Asia & Oceania	42 554	46 452	45 676	47 906	4.9%
Mexico & Central America	18 595	16 615	17 436	18 462	5.9%
South America	67 131	67 243	63 287	61 255	-3.2%

In thousand bags

Full production data are available on the ICO website at www.ico.org/trade_statistics.asp

Sản lượng cà phê xuất khẩu của các khu vực sản xuất cà phê - Nguồn: ICO

	May-15	Jun-15	Jul-15	Aug-15	Sep-15	Oct-15	Nov-15	Dec-15	Jan-16	Feb-16	Mar-16	Apr-16	May-16
New York	2.41	2.43	2.38	2.36	2.28	2.15	2.08	1.95	1.82	1.76	1.62	1.58	1.53
London	3.02	3.12	3.35	3.43	3.43	3.37	3.35	3.31	3.23	3.04	2.92	2.78	2.64

Triệu bao loại 60 kg

Tồn kho cà phê tại các sở giao dịch cà phê New York và London - Nguồn: ICO

Calendar years	2012	2013	2014	2015	CAGR (2012-2015)
World total	143 348	148 003	150 339	152 149	2.0%
Exporting countries	44 441	45 445	46 494	47 292	2.1%
Importing countries	98 907	102 558	103 845	104 857	2.0%

CAGR: Compound Annual Growth Rate
In thousand bags

Tiêu thụ cà phê toàn cầu - Nguồn: ICO

World coffee consumption In thousand 60kg bags

Calendar years	2011	2012	2013	2014	CAGR
World total	139 826	143 130	147 730	150 209	2.4%
Africa	9 227	9 839	10 690	10 456	4.3%
Asia & Oceania	28 570	28 123	29 588	31 155	5.4%
Central America & Mexico	5 074	5 150	5 157	5 219	0.9%
Europe	49 371	49 460	50 480	50 884	1.0%
North America	25 618	25 730	26 931	27 679	2.6%
South America	23 967	24 828	24 884	24 816	1.2%
Exporting countries	42 940	44 453	45 468	46 654	2.8%
Brazil	19 573	20 178	20 146	20 271	1.2%
Indonesia	3 333	3 584	4 042	4 292	8.8%
Ethiopia	3 383	3 387	3 463	3 656	2.6%
Mexico	2 354	2 354	2 354	2 354	0.0%
Philippines	2 150	2 250	2 438	2 675	7.6%
Vietnam	1 600	1 694	1 869	2 050	8.6%
India	1 829	1 938	2 025	2 125	5.1%
Venezuela	1 650	1 650	1 650	1 650	0.0%
Colombia	1 341	1 439	1 448	1 475	3.2%
Thailand	856	1 108	1 148	1 213	12.3%
Madagascar	454	435	415	395	-4.6%
Dominican Republic	378	378	381	386	0.7%
Honduras	345	345	345	345	0.0%
Guatemala	343	353	363	373	2.8%
Haiti	340	340	340	340	0.0%
Côte d'Ivoire	317	317	317	317	0.0%
El Salvador	275	275	280	283	0.9%
Peru	250	250	250	250	0.0%
Cuba	220	220	220	220	0.0%
Costa Rica	375	375	375	375	0.0%
Others	1 574	1 585	1 601	1 610	0.8%
Importing countries	96 886	98 677	102 262	103 556	2.2%
European Union	40 765	41 018	41 862	42 214	1.2%
USA	22 044	22 232	23 417	23 767	2.5%
Japan	7 015	7 131	7 435	7 494	2.2%
Russian Federation	3 754	3 696	3 648	4 021	2.3%
Canada	3 574	3 498	3 514	3 913	3.1%
Algeria	1 942	2 117	2 125	2 154	3.5%
South Korea	1 801	1 714	1 780	1 911	2.0%
Australia	1 407	1 631	1 542	1 543	3.1%
Saudi Arabia	1 000	1 186	1 279	1 330	10.0%
Ukraine	1 324	1 238	1 338	1 215	-2.8%
Switzerland	1 035	1 047	1 123	1 028	-0.2%
Turkey	633	681	789	929	13.6%
Israel	592	572	585	582	-0.5%
Sudan	572	412	796	690	6.4%
Norway	785	723	763	729	-2.4%
Egypt	67	452	726	463	90.2%
Lebanon	407	418	613	580	12.5%
Argentina	587	756	800	558	-1.6%
Morocco	464	633	635	546	5.6%
South Africa	538	504	493	525	-0.8%
Others	6 579	7 020	7 019	7 365	3.8%

© International Coffee Organization

Data as at 31 March 2016 - next update July 2016

Tiêu thụ cà phê toàn cầu - Nguồn: ICO

2. Báo cáo giữa kỳ của Bộ Nông nghiệp Mỹ về ngành cà phê toàn cầu

Về sản lượng, xuất khẩu, tiêu thụ, tồn kho cà phê từ các nước sản xuất hàng đầu thế giới, trong tháng 5, Dịch vụ Nông nghiệp nước ngoài thuộc Bộ Nông nghiệp Mỹ (USDA) đã liên tiếp công bố số liệu ước tính cung cầu cà phê niên vụ 2016/17 của Brazil, Colombia, Indonesia, Việt Nam, Ấn Độ và một số nước sản xuất nhỏ khác.

2.1 Brazil

USDA cho biết Văn phòng Thương mại Nông nghiệp (ATO) của Tổng Lãnh sự quán Hoa Kỳ tại Sao Paulo, Brazil dự báo sản lượng cà phê Brazil trong niên vụ 2016/17 ước đạt 55,95 triệu bao loại 60kg, tăng 6,55 triệu bao so với ước tính niên vụ 2015/16. ATO đã tiến hành khảo sát trên các nông trường cà phê tại các vùng sản xuất cà phê chính (Minas Gerais, Espirito Santo, Sao Paulo và Parana) để quan sát quá trình phát triển mùa vụ, hình thành hạt, đồng thời thu thập thêm thông tin từ các nguồn tin của Chính phủ Brazil, văn phòng nông nghiệp các bang, các hiệp hội người trồng cà phê, các hợp tác xã và giới thương nhân làm cơ sở đánh giá sản lượng.

a) Arabica:

ATO dự báo sản lượng cà phê Arabica của Brazil niên vụ 2016/17 đạt 43,85 triệu bao, tăng 21% so với niên vụ trước.

Quá trình phát triển hoa thuận lợi giữa tháng 9 và tháng 11/2015 tại tất cả các vùng sản xuất và điều kiện thời tiết nhìn chung thuận lợi trong suốt giai đoạn phát triển kết hạt có thể góp phần dẫn đến năng suất cà phê tốt hơn kỳ vọng so với mùa trước. Kích thước hạt lớn hơn các niên vụ trước cũng góp phần gia tăng sản lượng.

b) Robusta:

Tuy nhiên, sản lượng cà phê Robusta niên vụ 2016/17 kỳ vọng giảm ở năm thứ hai liên tiếp, ước đạt 12,1 triệu bao, giảm 1,2 triệu bao so với niên vụ 2015/16.

Nhiệt độ trên mức trung bình và các đợt khô hạn kéo dài tại bang Espirito Santo tiếp tục ảnh hưởng tiêu cực đến tiềm năng sản lượng cà phê tại bang này. Ngoài ra, tình trạng thiếu nước vẫn là vấn đề đối với bang Espirito Santo, vì thế hạn chế khả năng sử dụng biện pháp tưới tiêu đối với các nông trường cà phê, một tập quán phổ biến tại bang này.

Giai đoạn thu hoạch tại các vùng sản xuất cà phê Robusta bắt đầu vào tháng 3 và tháng 4, trong khi đó thu hoạch cà phê Arabica chỉ mới bắt đầu vào tháng 5. Kỳ vọng có khoảng 7-8 triệu bao cà phê Arabica thuần chế biến ướt sẽ được thu hoạch trong năm 2016. Brazil sẽ giành được thị phần quốc tế lớn hơn cà phê Colombia và các nước Trung Mỹ.

Năng suất cà phê Brazil niên vụ 2016/17 dự báo đạt 27,03 bao/ha, tăng 13% so với niên vụ trước (23,86 bao/ha.). Năng suất cà phê Arabica tăng bù lại thiệt hại sản lượng cà phê Robusta.

Sản lượng cà phê Brazil (triệu bao loại 60kg)					
Bang/Loại cà phê	MY 12/13	MY 13/14	MY 14/15	MY 15/16	MY 16/17
Minas Gerais	29.50	29.40	26.00	25.30	31.50
Southwest	15.70	15.00	14.00	12.20	17.00
Central-western	6.40	5.50	6.20	5.50	7.00
Southeast	7.40	8.90	5.80	7.60	7.50
Espirito Santo	15.20	15.80	16.40	13.00	11.80
Arabica	3.00	3.50	3.30	3.10	3.40
Robusta	12.20	12.30	13.10	9.90	8.40
Sao Paulo	5.40	4.60	4.60	4.30	5.40
Parana	1.80	1.70	1.00	1.20	1.10
Vùng khác	5.70	5.70	6.30	5.60	6.15
Arabica	2.40	2.60	2.40	2.20	2.45
Robusta	3.30	3.10	3.90	3.40	3.70
Tổng	57.60	57.20	54.30	49.40	55.95
Arabica	42.10	41.80	37.30	36.10	43.85
Robusta	15.50	15.40	17.00	13.30	12.10
Nguồn: ATO/Sao Paulo					

**So sánh ước tính sản lượng cà phê theo bang và loại cà phê tại Brazil
từ niên vụ 2012/13 - 2016/17**

Về tiêu thụ cà phê, ATO/Sao Paulo dự báo tiêu thụ cà phê nội địa của Brazil trong niên vụ 2016/17 sẽ ổn định ở mức 20,51 triệu bao (19,4 triệu bao cà phê rang xay/nghiên và 1,11 triệu bao cà phê hòa tan). Nếu so với niên vụ 2015/16, tình hình tiêu thụ cà phê phản ánh sự suy giảm kinh tế Brazil và sự thay đổi về mô hình tiêu thụ, dù nhu cầu cà phê đối với các hộ gia đình Brazil vẫn cao.

Năm	Tiêu thụ cà phê rang xay và hòa tan nội địa (triệu bao loại 60kg, kg/năm)			Tiêu thụ bq đầu người (kg)	
	Rang/Nghiên	Hòa tan	Tổng	Rang	Cà phê hạt
2001	13.00	0.60	13.60	3.91	4.88
2002	13.30	0.74	14.04	3.86	4.83
2003	12.90	0.80	13.70	3.72	4.65
2004	14.10	0.80	14.90	4.01	5.01
2005	14.60	0.90	15.50	4.11	5.14
2006	15.40	0.93	16.33	4.27	5.34
2007	16.10	1.00	17.10	4.42	5.53
2008	16.68	0.98	17.66	4.51	5.64
2009	17.37	1.02	18.39	4.65	5.81
2010	18.06	1.07	19.13	4.81	6.02
2011	18.60	1.12	19.72	4.88	6.10
2012	19.25	1.08	20.33	4.98	6.23
2013	19.00	1.08	20.08	4.87	6.09
2014	19.25	1.08	20.33	4.89	6.12
2015	19.40	1.11	20.51	4.90	6.12
Nguồn: Hiệp hội Công nghiệp Cà phê Brazil (ABIC)					
Chú ý: Ước tính liên quan giai đoạn tháng 11 - tháng 10					

Tiêu thụ cà phê rang xay và hòa tan nội địa Brazil - Nguồn: ABIC

Về xuất khẩu cà phê, ATO/Sao Paulo dự báo tổng xuất khẩu cà phê Brazil niên vụ 2016/17 đạt 35,23 triệu bao loại 60kg, giảm nhẹ (770.000 bao) so với niên vụ trước, do tồn kho cà phê giảm từ niên vụ 2015/16. Xuất khẩu cà phê hạt dự báo đạt 32 triệu bao trong khi xuất khẩu cà phê hòa tan dự báo đạt 3,2 triệu bao. ATO/Sao Paulo ước tính xuất khẩu cà phê niên vụ 2015/16 đạt 36 triệu bao loại 60kg, giảm nhẹ từ mức kỷ lục ở niên vụ trước (36,573 triệu bao). Trong đó, xuất khẩu cà phê hạt ước đạt 32,72 triệu bao, trong khi xuất khẩu cà phê hòa tan ước đạt 3,25 triệu bao. Đồng real giảm giá với mức trung bình 43,5% từ năm 2014 đến năm 2015 làm tăng tính cạnh tranh của cà phê Arabica của Brazil trên các thị trường quốc tế.

Về tồn kho cà phê, ATO/Sao Paulo dự báo tồn kho cà phê cuối vụ của Brazil đối với niên vụ 2016/17 ước đạt 2,53 triệu bao, tăng nhẹ so với mùa trước (2,255 triệu bao), tuy nhiên vẫn ở mức thấp lịch sử.

Vào tháng 01/2016, Chính phủ Brazil thông qua Công ty Cung ứng Quốc gia (CONAB) của Bộ Nông nghiệp, Gia súc và Cung ứng thực phẩm (MAPA) đã công bố khảo sát đầu tiên dự báo sản lượng cà phê Brazil niên vụ 2016/17, mức dự báo khoảng 49,12 – 51,94 triệu bao loại 60kg, tăng 5,89 – 8,71 triệu bao so với ước tính niên vụ 2015/16 (43,23 triệu bao gồm 32,04 triệu bao cà phê Arabica và 11,18 triệu bao cà phê Robusta). CONAB dự báo sản lượng cà phê Arabica niên vụ 2016/17 của Brazil đạt khoảng 37,73 – 39,86 triệu bao trong khi sản lượng cà phê robusta ước đạt khoảng 11,38 – 12,07 triệu bao.

Sau đó, ngày 25/5/2016, CONAB đã công bố khảo sát cà phê lần thứ hai cho niên vụ 2016/17, ước tính sản lượng cà phê Brazil niên vụ 2016/17 sẽ đạt 49,7 triệu bao (gồm 40,27 triệu bao cà phê arabica), tăng nhẹ so với ước tính đầu năm nay.

Tính đến thời điểm hiện nay, biên độ dự báo sản lượng cà phê Brazil niên vụ 2016/17 từ các tổ chức uy tín dao động trong khoảng 49,13 – 58,40 triệu bao.

Tên tổ chức	Thời gian ước tính lần đầu trong năm	Ước tính sản lượng (triệu bao, 60kg)	Thời gian cập nhật	Ước tính sản lượng (triệu bao, 60kg)
CONAB	20/01/2016	49,13 – 51,94	25/5/2016	49,7 (40,27 Arabica)
Terra Forte	03/02/2016	54,17		
IBGE	04/02/2016 11/3/2016	49,7 (38,9 Arabica)	07/4/2016	50,2 (+1,0%, 39,2 Arabica)
Olam	28/02/2016	55-56		
Comexim	01/3/2016	56,25 (44,35 Arabica)		
Rabobank	09/3/2016	51,8		
Mercon	23/3/2016	58,05 (45,75 Arabica)		

Tên tổ chức	Thời gian ước tính lần đầu trong năm	Ước tính sản lượng (triệu bao, 60kg)	Thời gian cập nhật	Ước tính sản lượng (triệu bao, 60kg)
Safras e Mercado	03/5/2016	58,40 (42,8 Arabica)	18/6/2016	56,40
Wolthers Douque USA	19/5/2016	55,73		
USAD	20/5/2016	55,95		

Dự báo sản lượng cà phê Brazil của các tổ chức khác nhau

2.2 Việt Nam

Bộ Nông nghiệp Mỹ (USDA) vừa phát hành dự báo về ngành cà phê Việt Nam. Theo đó, sản lượng cà phê của Việt Nam (chủ yếu là Robusta) niên vụ 2016-2017 giảm 7% xuống 27,3 triệu bao.

Nhờ nông dân nỗ lực tưới tiêu, bằng cả nguồn nước từ hồ chứa và nguồn nước ngầm, nên bất chấp khô hạn, thiệt hại của niên vụ 2016-2017 trong thời kỳ cây cà phê ra hoa và kết trái (từ tháng 1 đến đầu tháng 3) được giảm thiểu đáng kể.

Tuy nhiên, USDA cũng cho biết thêm rằng vẫn có cơ sở để hạ dự đoán về sản lượng cà phê Việt Nam - nước sản xuất Robusta lớn nhất thế giới - do thời tiết khô hạn lại xuất hiện. *"Lượng mưa trong tháng 5/2016 thấp hơn nhiều so với cùng kỳ của 5 năm qua. Thiếu mưa trong tháng 5 đang gia tăng áp lực lên cây cà phê. Nếu tình trạng này kéo dài sang tháng 6, sản lượng cà phê của Việt Nam sẽ đối mặt với nguy cơ giảm hơn nữa"*, báo cáo của USDA.

Sản lượng cà phê của Việt Nam năm nay có thể giảm tới 15% nếu thời tiết khô hạn kéo dài, USDA cho biết.

Theo dự báo trong thời gian 10 ngày (từ 1-10/6) của Trung tâm Khí tượng Thủy văn Quốc gia, lượng mưa sẽ bằng cùng kỳ các năm trước trong khi nhiệt độ tại Đắk Lắk - tỉnh sản xuất cà phê chủ chốt, đóng góp 30% tổng sản lượng - sẽ cao hơn.

Sản lượng cà phê được dự đoán giảm xuống 27,3 triệu bao sẽ khiến xuất khẩu cà phê của Việt Nam giảm 2,1 triệu bao xuống 24,5 triệu trong niên vụ 2016-2017, theo Văn phòng USDA.

Xuất khẩu cà phê của Việt Nam đã vượt mức bình quân 5 năm qua kể từ tháng 3/2016 bất chấp lo ngại thời tiết khô hạn sẽ kéo giảm xuất khẩu.

Tháng 4, xuất khẩu cà phê đạt gần 186.000 tấn, tăng 3% so với tháng 4/2016, theo số liệu của Tổng cục Hải quan Việt Nam.

Xuất khẩu tăng chủ yếu do giới thương nhân xả bán lượng cà phê lưu kho từ vụ trước, đạt kỷ lục 29,3 triệu bao.

Bên cạnh đó, thời tiết khô hạn cũng đẩy giá Robusta tăng, tạo động lực cho xuất khẩu. Giá cà phê tại Đắk Lắk đã hồi phục 70% lên khoảng 37,500 đồng/kg kể từ tháng 4/2016.

USDA ước tính lượng cà phê lưu kho của Việt Nam sẽ xuống mức thấp nhất 3 năm ở 3,48 triệu bao do sản lượng giảm vì thời tiết bất lợi.

Hiện Việt Nam và Brazil cung cấp khoảng 60% tổng sản lượng Robusta toàn cầu. Nhưng USDA báo cáo rằng sản lượng cà phê Brazil năm nay tăng mạnh. Sự tăng mạnh này có thể bù đắp sự giảm sút sản lượng cà phê của nhiều nước khác, trong đó có Việt Nam.

Tuy nhiên, một số nhà quan sát đã phần nào bớt lo ngại về sản lượng Robusta của Việt Nam khi đã xuất hiện những cơn mưa trong tháng 4 với việc Olam International dự đoán sản lượng cà phê của Việt Nam niên vụ 2016-2017 giảm 5% so với dự đoán giảm 15% đưa ra trước đó.

Vào đầu tháng 6, Dịch vụ Nông nghiệp nước ngoài Bộ Nông nghiệp Mỹ (USDA) đã công bố báo cáo thường kỳ về cà phê Việt Nam, qua đó dự báo sản lượng cà phê Việt Nam niên vụ 2016/17 sẽ đạt 27,3 triệu bao, giảm khoảng 7% so với niên vụ trước do điều kiện thời tiết khắc nghiệt.

Chi tiết về sản lượng, USDA ước tính sản lượng cà phê Việt Nam niên vụ 2015/16 không thay đổi ở mức 29,3 triệu bao, tăng hơn 6,9% so với niên vụ trước do điều kiện thời tiết thuận lợi. USDA dự báo sản lượng cà phê Việt Nam niên vụ 2016/17 đạt 27,3 triệu bao, giảm khoảng 7% so với niên vụ 2015/16 do điều kiện thời tiết liên tục khắc nghiệt vì ảnh hưởng El Nino và khả năng theo sau là hiện tượng La Nina.

Cơ quan này ngại về mức độ nghiêm trọng và ảnh hưởng thời tiết khô hạn đối với quá trình phát triển mùa vụ cà phê tại các tỉnh sản xuất chủ chốt ở Tây Nguyên gồm các tỉnh Đắk Lắk, Đắk Nông, Gia Lai và Lâm Đồng. Do El Nino vốn bắt đầu vào năm 2015 và tiếp diễn sang năm 2016, những tháng đầu năm 2016 ghi nhận nhiệt độ nóng nhất. Thực tế có rất ít mưa, mực nước giảm dần, nhiệt độ tăng lên và độ ẩm rất thấp tại khu vực Tây Nguyên.

Những cơn mưa đầu tiên với mật độ tương đối đã xảy ra tại Tây Nguyên ở tuần cuối tháng 4 giúp cải thiện đáng kể độ ẩm trong rẫy cà phê. Tại tỉnh Kon Tum ở phía bắc Tây Nguyên đến phía nam Tây Nguyên, lượng mưa phân bố tốt tại các vùng trồng cà phê. Lượng mưa trung bình tháng ở nửa đầu tháng 4 giảm nhẹ so với cùng kỳ năm ngoái.

Trong tháng 4/2016, lượng mưa trung bình thấp hơn nhiều so với mức trung bình 10 năm qua.

Nhìn chung, hiện tại, thời tiết vẫn nóng và nắng với gió nhẹ vào ban ngày nhưng chuyển mây với mưa tương đối vào cuối chiều. Hầu hết các hồ dự trữ nước chỉ trữ được 30 -

50% so với dung tích thiết kế. Độ ẩm tương đối trung bình giảm thấp hơn 6,4% so với cùng kỳ trong 5 năm qua.

Trong niên vụ 2015/16, sản lượng cà phê tăng khoảng 7% so với niên vụ 2014/15 dù vẫn có điều kiện thời tiết khô hạn. Trong niên vụ 2016/17, dù lượng mưa hạn chế, thời tiết khô ráo, có gió và nắng trong quá trình cà phê ra hoa và kết hạt quan trọng (từ tháng 1 đến đầu tháng 3/2016) tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình phát triển hoa và kết hạt cà phê. Ở nơi lượng mưa rất thấp, người nông dân vẫn tiếp cận đủ nguồn nước ngầm và nước mặt để tưới cho các nông trường cà phê trong giai đoạn tháng 2 - 3 quan trọng.

Theo giới quan sát cà phê, dù khô hạn, thiệt hại đối với mùa vụ cà phê 2016/17 trong giai đoạn ra hoa và kết hạt ở mức tối thiểu. Ở một số vùng nơi người nông dân chỉ dựa vào mưa và nước mặt từ các dòng suối thì thời tiết khô hạn gây ra một số thiệt hại. Cây cà phê ở vùng khô hạn chỉ nhận được một hoặc hai lần tưới nước trong năm 2016, không đủ để duy trì quá trình ra hoa và hình thành hạt cà phê.

Vào nửa đầu tháng 5, hầu hết các vùng cà phê nhận lượng mưa từ nhẹ đến lớn. Điều này không chỉ mang lại thời tiết dịu mát mà còn giúp cải thiện độ ẩm đất và giúp người nông dân sử dụng phân bón cho cây cà phê. Tuy nhiên, lượng mưa trong nửa đầu tháng 5 thấp hơn nhiều so với cùng kỳ 5 năm trước. Việc thiếu mưa trong tháng 5 gây sức ép lên cây cà phê. Các mô hình dự báo hiện tại cho thấy lượng mưa sẽ giảm mạnh và thời tiết sẽ khô nóng trở lại vào cuối tháng 5. Nếu tình trạng thiếu mưa tiếp tục trong tháng 6 thì mùa vụ cà phê sẽ đối mặt với thiệt hại thêm nữa.

Khả năng cao xảy ra hiện tượng La Nina vào tháng 8-tháng 10/2016 sẽ mang đến nhiều mưa cho các vùng trồng cà phê. Tuy nhiên, thời điểm mưa đến có thể không có lợi cho chu kỳ phát triển cây cà phê. Mưa quá nhiều không tạo thuận lợi khi độ ẩm không khí cao sẽ hạn chế độ chắc của rễ, giảm mức độ quang hợp và dẫn đến tình trạng rụng hạt cà phê. Trong số 3 vùng sản xuất cà phê arabica chính tại Việt Nam: Lâm Đồng, Quảng Trị, Điện Biên/Sơn La thì Lâm Đồng (tỉnh sản xuất cà phê arabica lớn nhất Việt Nam với 16.000 ha) có thể là vùng chịu ảnh hưởng duy nhất bởi điều kiện hạn hán. Tuy nhiên, USDA ước tính sản lượng cà phê arabica sẽ nhận thiệt hại ít hơn do giai đoạn ra hoa sớm hơn một tháng so với cà phê robusta. Ước tính niên vụ 2016/17 thiệt hại khoảng 4,5% tổng diện tích cà phê arabica so với niên vụ 2015/16.

Province	Approximate Coffee Area in MY2014/15	Approximate Coffee Area in MY2015/16	Approximate Coffee Area in 2016/17 (old)	Approximate Coffee Area in 2016/17 (new)
Dak Lak	209,760	209,000		210,000
Lam Dong	151,565	154,000		155,000
Dak Nong	131,895	126,000		128,000
Gia Lai	83,168	80,000		82,000
Dong Nai	20,800	21,000		21,000
Binh Phuoc	15,646	16,000		16,000
Kontum	12,390	14,000		14,000
Son La	10,650	12,000		12,000
Ba Ria - Vung Tau	15,000	15,000		15,000
Quang Tri	5,050	5,050		5,000
Dien Bien	3,385	4,500		4,500
Others	5,700	5,700		5,700
Total	665,009	662,250		668,200

Sources: Provincial DARDs, MARD, Local exporters, Local traders.

USDA ước tính diện tích cà phê Việt Nam tính theo tỉnh

Trong niên vụ 2016/17, USDA ước tính sản lượng cà phê giảm 7% so với niên vụ 2015/16. Tuy nhiên đáng chú ý là nếu hiện tượng La Nina thành hiện thực trong nửa sau năm 2016 và ảnh hưởng đến Tây Nguyên thì mức độ giảm sản lượng có thể lớn hơn. USDA ước tính tổng diện tích cà phê trong niên vụ 2015/16 khoảng 662.250 ha và dự báo niên vụ 2016/17 khoảng 668.200 ha. Trong vòng 5 năm qua sản xuất cà phê đối diện với sự cạnh tranh mạnh mẽ từ sản xuất tiêu đen do thu nhập từ sản xuất tiêu trên mỗi hecta cao hơn cà phê. Gần đây, tăng trưởng diện tích trồng tiêu biến động ngang. Các nhà phân tích cho rằng các nhà sản xuất cà phê đang trồng số lượng nhỏ cây tiêu đen trên đất canh tác của mình để bổ sung thu nhập. Khi có thu nhập cao hơn, người trồng cà phê có thể dự trữ cà phê lâu hơn để kỳ vọng giá tăng.

Province	Coffee crop			Black pepper crop		
	Planted area	Production	Total Crop Value	Planted area	Production	Total Crop Value
Dak Lak	209,000			16,000		
Lam Dong	154,000					
Dak Nong	126,000			14,500		
Gia Lai	80,000			14,000		
Dong Nai	21,000			10,000		
Binh Phuoc	16,000			25,000		
Kontum	14,000					
Son La	12,000					
Ba Ria - Vung Tau	15,000					
Quang Tri	5,050			3,600		
Dien Bien	4,500					
Others	5,700			2,500		
Total	662,250	1,758,000	2,570	85,600	126,000	1,260

Sources: Provincial DARDs, MARD, Local exporters, Local traders.

So sánh sản xuất cà phê và tiêu đen của Việt Nam trong niên vụ 2015/16

Về tiêu thụ, USDA điều chỉnh ước tính tiêu thụ cà phê rang xay và nghiền trong nước với mức 2,25 triệu bao cho niên vụ 2015/16 và 2,5 triệu bao cho niên vụ 2016/17, do sự

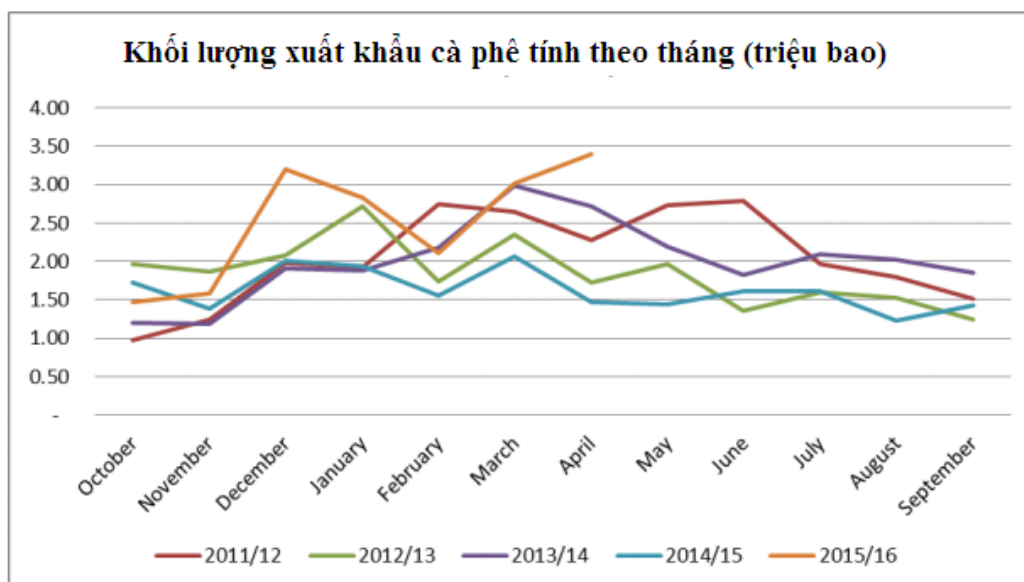
mở rộng tiếp tục của các cửa tiệm và cửa hàng cà phê. Một số sản phẩm cà phê địa phương mới sử dụng cà phê rang xay: cà phê gói lọc, cà phê collagen dành cho phụ nữ và cà phê sủi riêng hay cà phê nhân sâm được giới thiệu ở thị trường để thỏa mãn sự ưa thích và nhu cầu của người tiêu dùng.

Đối với cà phê hòa tan, theo Hiệp hội Cà phê Ca cao Việt Nam (Vicofa), tổng năng suất cà phê hòa tan mục tiêu của Việt Nam khoảng 2,67 triệu bao. Tuy nhiên, sản lượng thực tế chỉ đạt khoảng 50% năng suất. Căn cứ nhu cầu mạnh về sản phẩm cà phê hòa tan trong nước và nhu cầu xuất khẩu đang tăng, USDA ước tính tiêu thụ cà phê hòa tan đạt khoảng 350.000 bao trong niên vụ 2015/16 và 370.000 bao trong niên vụ 2016/17.

Theo Euromonitor, sự có mặt phổ biến của các chuỗi cà phê chuyên nghiệp cho phép người tiêu dùng dễ dàng tiếp cận thức uống cà phê mới chất lượng cao với giá cả phải chăng. Người tiêu dùng cũng có thể dễ dàng chuẩn bị cà phê uống liền để sử dụng ở văn phòng làm việc hoặc ở nhà. Tiêu thụ cà phê nội địa dự báo tiếp tục tăng trưởng, phản ánh sự mở rộng các cửa hiệu cà phê bán lẻ và sự phát triển mạnh mẽ của các ngành phụ phẩm bán lẻ khác phục vụ cà phê ở Việt Nam. Ngành bán lẻ cà phê mở rộng sẽ góp phần giúp tiêu thụ cà phê mạnh mẽ hơn trong tương lai gần.

Về thương mại cà phê, USDA điều chỉnh ước tính xuất khẩu cà phê Việt Nam niên vụ 2014/15 gồm cà phê hạt, cà phê rang xay và nghiền, cà phê hòa tan giảm từ mức 26,43 triệu bao xuống 21,53 triệu bao chủ yếu do xuất khẩu cà phê hạt giảm. Đối với niên vụ 2015/16, USDA ước tính tổng xuất khẩu cà phê đạt 28,07 triệu bao, tăng gần 31% so với niên vụ trước do cà phê robusta hạt của Việt Nam nổi lên trở thành nguồn cung cà phê lớn và xuất khẩu cà phê hòa tan và rang xay tăng.

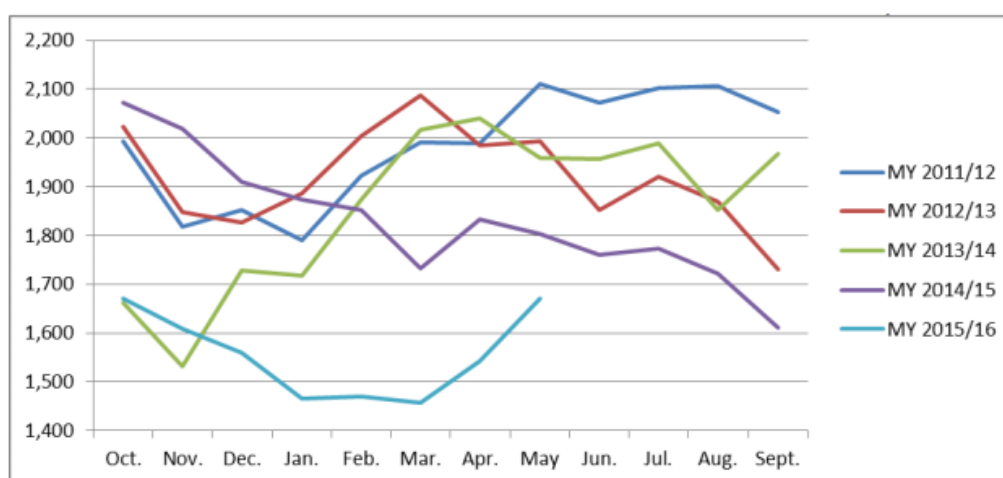
Theo dữ liệu thương mại, trong nửa đầu niên vụ 2015/16, Việt Nam xuất khẩu khoảng 14,11 triệu bao cà phê hạt, tăng khoảng 25% so với 6 tháng đầu niên vụ 2014/15. Theo giới thương nhân, tình hình cà phê conilon của Brazil cùng với mức phí vận chuyển đường biển từ Việt Nam sang EU giảm thấp bất ngờ đã thúc đẩy xuất khẩu cà phê robusta của Việt Nam trong nửa đầu niên vụ 2015/16. Việt Nam đã xuất khẩu hơn 203.000 tấn (hơn 3,38 triệu bao) cà phê trong tháng 4, tăng 13% so với tháng trước, theo Tổng cục Thống kê, đây là mức xuất khẩu tháng kỷ lục. Lũy kế xuất khẩu cà phê 7 tháng đầu niên vụ 2015/16 của Việt Nam đạt khoảng 17,62 triệu bao, tăng 25% so với cùng kỳ niên vụ trước. USDA duy trì ước tính xuất khẩu cà phê rang xay, nghiền và cà phê hòa tan trong niên vụ 2015/16 ở mức 550.000 bao cho cà phê rang xay và 1,5 triệu bao cho cà phê hòa tan tính tương đương cà phê hạt. USDA dự báo khối lượng tương tự đối với niên vụ 2016/17 do tăng trưởng các ngành này ít biến động.



Nguồn cung cà phê Việt Nam - Nguồn: USDA

Việt Nam tiếp tục nhập khẩu lượng nhỏ cà phê hạt cũng như cà phê rang xay và hòa tan từ các nước như Lào, Indonesia, Brazil, Bờ Biển Ngà và Mỹ. Nhập khẩu cà phê rang xay/nghiên của Việt Nam từ Mỹ tăng trong 2 năm qua do ngành cà phê bán lẻ mở rộng. Các nhãn hiệu Mỹ như Starbucks, McCafé và Dunkin Donuts đã thiết lập hoạt động tại Việt Nam trong những năm gần đây. Theo số liệu từ Global Trade Atlas (GTA), tổng nhập khẩu cà phê trong niên vụ 2015/16 của Việt Nam ước đạt 630.000 bao tương đương cà phê hạt, trong đó có khoảng 160.000 bao cà phê hòa tan, 20.000 bao cà phê rang xay và nghiền tính tương đương cà phê hạt và 450.000 bao cà phê hạt. USDA dự báo tổng nhập khẩu cà phê niên vụ 2016/17 của Việt Nam đạt 640.000 bao.

Về giá cà phê Việt Nam, giá xuất khẩu hàng tháng đối với cà phê robusta chưa phân cấp phổ thông trong niên vụ 2015/16 (giá FOB HCMC) giảm xuống mức thấp nhất trong vòng 5 năm qua trong giai đoạn từ tháng 1 đến tháng 3/2016. Giá tăng trong tháng 3 do tình hình hạn hán tại Việt Nam và Brazil.



Sources: Daktip, Vicofa, BCEC, and Local Exporters

Diễn biến giá cà phê Robusta qua các niên vụ

Giá cà phê robusta nội địa Việt Nam chưa phân cấp phổ thông trong 8 tháng đầu niên vụ 2015/16 giảm xuống mức rất thấp là 32.000 đồng/kg tại Lâm Đồng vào tháng 1/2016 so với mức 39.600 đồng/kg ở cùng kỳ năm ngoái. Giá chạm đáy trong tháng 2 và tháng 3 rồi phục hồi ổn định trong tháng 4-tháng 5 do thông tin thu hoạch cà phê không thuận lợi tại Brazil và tình hình hạn hán tại các vùng cà phê ở Việt Nam.

Common coffee beans (VND/kg)	Oct. 2015	Nov. 2015	Dec. 2015	Jan. 2016	Feb. 2016	Mar. 2016	Apr. 2016	May 2016
Dak Lak	35,700	40,616	39,718	32,200	31,300	31,400	33,900	36,400
Lam Dong	35,000	40,200	39,200	32,000	31,000	31,000	33,200	36,000
Gia Lai	35,500	40,400	39,500	32,100	31,100	31,100	33,300	36,500
Dak Nong	35,800	40,500	39,600	32,300	31,000	31,100	33,500	36,500
Common coffee beans (VND/kg)	Oct. 2014	Nov. 2014	Dec. 2014	Jan. 2015	Feb. 2015	Mar. 2015	Apr. 2015	May 2015
Dak Lak	40,750	40,616	39,718	40,403	39,850	38,050	39,200	36,900
Lam Dong	39,785	39,911	39,250	39,600	39,406	37,355	38,400	37,200
Gia Lai	40,931	40,674	39,809	40,200	39,775	38,295	39,200	37,400
Dak Nong	40,792	40,774	39,927	40,271	39,781	38,010	39,300	37,300

Source: Vicofa, Buon Ma Thuot Coffee Exchange Center (BCEC), Daktip and Local exporters.
Exchange rate: US\$1 = VND 21,620 as of April 8, 2015 (Source: Vietcombank)

Giá cà phê robusta nội địa tại các tỉnh sản xuất cà phê chính

Về tồn kho cà phê, không có số liệu chính thức về tồn kho cà phê Việt Nam, USDA ước tính tồn kho cà phê cuối vụ 2015/16 khoảng 4,99 triệu bao, tức giảm khoảng 21,66% so với tồn kho cuối vụ 2014/15 do khối lượng xuất khẩu tăng. USDA dự báo tồn kho cà phê cuối vụ 2016/17 khoảng 3,48 triệu bao, do sản lượng cà phê giảm do thời tiết khô hạn và dự báo xuất khẩu cà phê giảm nhẹ.

2.3 Colombia

Vào ngày 13/5/2016, USDA công bố điều chỉnh ước tính sản lượng cà phê Colombia đạt 13,6 triệu bao trong niên vụ 2015/16, tăng so với ước tính 13,4 triệu bao ở kỳ trước.

Sản xuất cà phê vẫn tăng trưởng mạnh do hiện tượng El Nino ảnh hưởng ở mức độ nhẹ. Dự báo sản lượng cà phê Colombia sẽ giảm trong niên vụ 2016/17 xuống 13,3 triệu bao do hiện tượng La Niña có thể gây ra mưa bão, lũ lụt trong giai đoạn thu hoạch cà phê vụ giữa năm (vụ cà phê Mitaca từ tháng 4 đến tháng 6/2017).

Cho dù mô hình thời tiết có ảnh hưởng tối thiểu đối với sản xuất cà phê, người trồng cà phê và các quan chức Chính phủ Colombia vẫn thận trọng về ảnh hưởng từ hiện tượng El Niño đến giai đoạn thu hoạch cà phê vụ Mitaca và triển vọng mưa lớn vào cuối năm 2016 do La Niña gây ra.

Hiện tượng thời tiết La Niña được dự báo trở thành hiện thực vào cuối năm 2016 và nửa đầu năm 2017 có thể ảnh hưởng đến giai đoạn ra hoa đối với vụ cà phê Mitaca 2016/17.

Điều kiện ẩm ướt dễ dẫn đến dịch nấm gỉ sét lá cà phê nhưng mối đe dọa đó sẽ được loại trừ nhờ chương trình tái canh cà phê chủng loại cây cà phê có sức kháng bệnh gỉ sét lá tốt.

Tại Colombia có hai giai đoạn thu hoạch cà phê trong năm. Giai đoạn thu hoạch chính từ tháng 10 đến tháng 12, sản xuất gần 60% tổng sản lượng cà phê Colombia. Giai đoạn thứ hai từ tháng 4 đến tháng 6, tức vụ cà phê Mitaca, chủ yếu tại miền trung Colombia.

Sản lượng cà phê Colombia hiện nay vượt mức trung bình lịch sử 13 triệu bao, cho thấy bước ngoặt giải quyết hoàn toàn ảnh hưởng dịch nấm gỉ sét lá từ năm 2008 – 2012.

USDA ước tính tiêu thụ cà phê tại Colombia vẫn không thay đổi trong niên vụ 2015/16 và niên vụ 2016/17 ở mức 1,4 triệu bao. Xuất khẩu cà phê Colombia trong niên vụ 2016/17 sẽ không thay đổi ở mức 12,3 triệu bao.

Xuất khẩu cà phê của Colombia tăng trưởng mạnh kể từ năm 2013, tương xứng với đà phục hồi sản lượng cà phê. Mỹ là thị trường tiêu thụ cà phê Colombia chủ yếu, khi nhập khẩu 43% cà phê xuất khẩu của Colombia. Các nước nhập khẩu khác: Nhật Bản (11%), Đức (8%), Bỉ (8%) và Canada (4%).

Về tồn kho, USDA ước tính tồn kho cà phê đầu niên vụ 2015/16 của Colombia đạt 536.000 bao. Trong niên vụ 2016/17, tồn kho cà phê đầu vụ sẽ tăng lên 671.000 bao, tồn kho cà phê cuối vụ sẽ giảm xuống 491.000 bao do không có chính sách hoặc cơ sở hạ tầng để duy trì tồn kho cà phê trong dài hạn. Ngoài ra, tồn kho giảm còn do dự báo sản lượng cà phê Colombia giảm và đồng peso của Colombia giảm giá kích thích xuất khẩu.

Coffee, Green	2014/2015		2015/2016		2016/2017	
	Market year begin: Oct-14		Market year begin: Oct-15		Market year begin: Oct-16	
Colombia	USDA Official	New Post	USDA Official	New Post	USDA Official	New Post
Area Planted	780	780	780	780		780
Area Harvested	640	640	640	640		640
Bearing Trees	2900	2900	2900	2900		3000
Non-Bearing Trees	1070	1070	1070	1070		970
Total Tree Population	3970	3970	3970	3970		3970
Beginning Stocks	961	966	866	536		671
Arabica Production	13300	13300	13400	13600		13300
Robusta Production	0	0	0	0		0
Other Production	0	0	0	0		0
Total Production	13300	13300	13400	13600		13300
Bean Imports	160	200	175	200		200
Roast & Ground Imports	0	0	0	0		0
Soluble Imports	85	50	75	50		50
Total Imports	245	250	250	250		250
Total Supply	14506	14516	14516	14386		14221
Bean Exports	11350	11693	11500	11430		11450
Rst-Grnd Exp.	90	75	80	80		80
Soluble Exports	685	800	650	800		800
Total Exports	12125	12568	12230	12310		12330
Rst, Ground Dom. Consum	1215	1105	1050	1105		1150
Soluble Dom. Consum	300	300	300	300		250
Domestic Use	1515	1412	1350	1405		1400
Ending Stocks	866	536	936	671		491
Total Distribution	14506	14516	14516	14386		14221

1000 Ha, Million Trees, 1000 60Kg Bags.

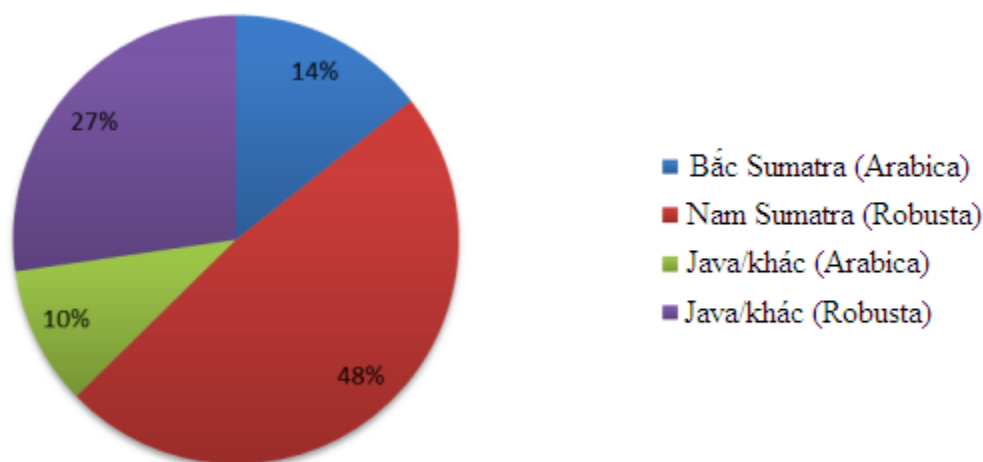
Tình hình sản xuất cà phê tại Colombia

2.4 Indonesia

Theo báo cáo ngày 12/5/2016 của USDA, Indonesia đã trải qua hiện tượng El Nino nghiêm trọng trong niên vụ 2015/16, dẫn đến hạn hán trên phần lớn quần đảo này.

Thời tiết khô hạn gây gián đoạn quá trình ra hoa và chín hạt cà phê tại Indonesia, do đó kỳ vọng sản lượng cà phê nước này sẽ giảm trong niên vụ 2016/17.

Thời tiết khô hạn diễn ra tại các vùng thấp như Nam Sumatra và Java, nơi gần 75% cà phê robusta của Indonesia được trồng. Người trồng cà phê và giới thương nhân kỳ vọng sản lượng cà phê robusta của Indonesia sẽ giảm gần 15%. Sản xuất cà phê arabica chủ yếu diễn ra ở Bắc Sumatra, hầu như không chịu ảnh hưởng bởi El Nino.



Sản xuất cà phê Indonesia theo chủng loại và khu vực –

Nguồn: Bộ Nông nghiệp Indonesia năm 2014

USDA kỳ vọng sản lượng cà phê Indonesia trong niên vụ 2016/17 sẽ giảm khoảng 15% ước đạt 10 triệu bao loại 60 kg, đồng thời nâng ước tính sản lượng cà phê niên vụ 2015/16 lên 11,75 triệu bao do người trồng cà phê báo cáo sản lượng cà phê trong năm ngoái tăng do điều kiện thời tiết thuận lợi.

2.5 Ấn Độ

Ngày 11/5/2016, USDA phát hành báo cáo thường kỳ cà phê hàng năm tại Ấn độ, dự báo sản lượng cà phê niên vụ 2016/17 của Ấn Độ ước đạt 5,17 triệu bao (310.180 tấn). Sản lượng cà phê niên vụ 2016/17 có thể thấp hơn niên vụ 2015/16 do điều kiện phát triển của hoa cà phê kém và đợt mưa nuôi hoa (tháng 3-tháng 4) ảnh hưởng cả về diện tích thu hái và số lượng cây cho trái. Mưa nuôi hoa là cực kỳ quan trọng cho việc đậu trái nhưng lượng mưa trong các tháng 2 và 3 cộng với thiếu nước tưới đã ảnh hưởng đến đậu trái của cả cà phê arabica lẫn robusta.

Coffee, Green	2014/2015		2015/2016		2016/2017	
Market Begin Year	Oct 2014		Oct 2015		Oct 2016	
India	USDA Official	New Post	USDA Official	New Post	USDA Official	New Post
Area Planted	412	423	410	410	-	408
Area Harvested	372	386	370	370	-	365
Bearing Trees	553	556	541	541	-	532
Non-Bearing Trees	79	82	91	91	-	100
Total Tree Population	632	638	632	632	-	632
Beginning Stocks	2,026	2,026	2,691	2,586	-	2,677
Arabica Production	1,630	1,633	1,490	1,490	-	1,417
Robusta Production	3,810	3,817	3,810	3,810	-	3,753
Other Production	-	-	-	-	-	-
Total Production	5,440	5,450	5,300	5,300	-	5,170
Bean Imports	1,080	1,157	1,000	1,000	-	1,008
Roast & Ground Imports	3	2	3	3	-	2
Soluble Imports	42	45	38	38	-	40
Total Imports	1,125	1,204	1,041	1,041	-	1,050
Total Supply	8,591	8,680	9,032	8,927	-	8,897
Bean Exports	3,200	3,358	3,500	3,500	-	3,577
Rst-Grnd Exp.	4	11	3	5	-	7
Soluble Exports	1,496	1,525	1,497	1,495	-	1,466
Total Exports	4,700	4,894	5,000	5,000	-	5,050
Rst,Ground Dom. Consum	770	770	650	650	-	667
Soluble Dom. Cons.	430	430	600	600	-	600
Domestic Consumption	1,200	1,200	1,250	1,250	-	1,267
Ending Stocks	2,691	2,586	2,782	2,677	-	2,580
Total Distribution	8,591	8,680	9,032	8,927	-	8,897
(1000 HA), (MILLION TREES), (1000 60 KG BAGS)						

Tình hình sản xuất và tiêu thụ nội địa cà phê tại Ấn Độ

Sản lượng cà phê Ấn độ niên vụ 2015/16 dự kiến không đổi ở mức 5,3 triệu bao. Con số này nhỏ hơn dự báo của Ủy ban Cà phê Ấn Độ sau mùa mưa là trong khung từ 5,9 đến 5,83 triệu bao vào tháng 12/2015.

Trong suốt mùa mưa đông bắc (tháng 10-12), các vùng cà phê nhận lượng mưa trên trung bình, đặc biệt trong tháng 12, cà phê gặp phải một đợt dịch bệnh làm trái non rụng nhiều làm giảm sản lượng.

Khái niệm:

- Thị trường cà phê Hàn Quốc
- Thị trường cà phê Lào
- Thị trường cà phê Nga

Thực hành:

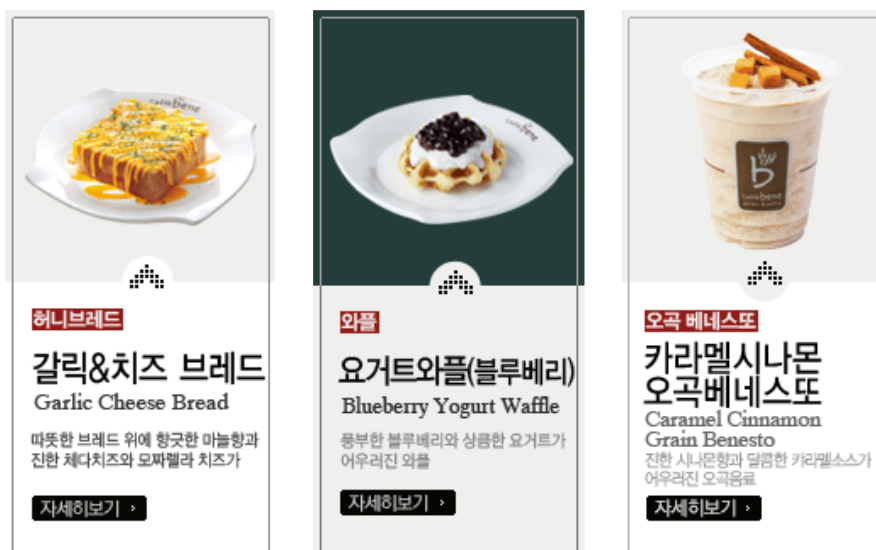
- Theo anh chị, điểm khác nhau giữa 3 thị trường cà phê tại Hàn Quốc, Lào và Nga là gì?
- Anh chị cho biết văn hoá cà phê là gì?



1. Thị trường Hàn Quốc

Hàn Quốc có diện tích nhỏ nhưng dân số lên tới gần 50 triệu người và đặc biệt có rất nhiều quán cà phê, gia tăng rất nhanh trong một số năm gần đây, năm 2011 có 12,381 quán tăng 54% so với năm 2010. Ngoài ra còn có cả những cửa hiệu cà phê lớn nhất thế giới của các tập đoàn Pascucci và Starbucks. Dân Hàn rất thích đến quán cà phê, khoảng 50% người được phỏng vấn cho biết đi quán cà phê 3-4 lần/tuần. Vào những năm 1990, giới tiêu dùng chính là sinh viên và giới trẻ nên nhiều loại hình quán cà phê tập trung quanh khu vực có trường đại học. Số lượng quán cà phê tăng nhanh vừa thể hiện sinh động sự gia tăng quy mô của ngành kinh doanh, vừa cho thấy tình yêu của người dân Hàn đối với cà phê và lòng nhiệt tình sáng tạo nên nền văn hóa cà phê của chính mình.

Ở Hàn Quốc có nhiều loại hình quán cà phê ít thấy ở những quốc gia khác. Từ “quán cà phê dịch vụ cưới” cho đến “quán cà phê bóí bài”. Còn ở “quán cà phê chơi game”, người chơi trả tiền theo giờ và có thể chơi trên 50 game khác nhau cùng với bạn bè, lựa chọn các món đồ chung chi nếu thua cuộc và có thể thưởng thức cả sinh tố Kiwi. Người yêu mèo có thể tới “quán cà phê mèo con” để vuốt ve, chơi với nhiều giống mèo khác nhau trong khi vừa chat với gia đình, người yêu, vừa uống tách chè xanh pha sữa. Các chuỗi cửa hiệu của các tập đoàn phục vụ nhiều loại thức uống hỗn hợp như đậu đen pha sữa, có khu vực dành cho người hút thuốc. Còn ở các quán cà phê nhỏ quanh các trường đại học giúp giới trẻ thư giãn qua thiết kế nội thất độc đáo, đáng yêu theo chủ đề. Thực phẩm phục vụ ở quán cà phê cũng rất đa dạng. Trên thực đơn có một số loại thức uống cơ bản có cà phê như Americano, Cafe Latte, Cafe Mocha... ngoài ra còn có nhiều loại thức uống khác không có cà phê và các món ăn nhẹ.



Dựa trên dịch vụ cung ứng, có thể chia quán cà phê ở Hàn Quốc thành 4 loại hình: *theo hệ thống*, *nhượng quyền*, *theo chủ đề* và *nhỏ xinh*. Các quán cà phê *theo hệ thống* có một số hệ thống nào đó giúp cho người tiêu dùng có nhiều lựa chọn khác nhau về số tiền phải chi trả và cung cấp nhiều dịch vụ khác nhau có tính tiền. Ví dụ ở một số quán cà phê *theo hệ thống* có đề ra quy định là mỗi khách hàng phải đặt hàng ít nhất một món; thanh toán bao gồm cả dịch vụ bổ sung, như một miếng bánh phô mai, tấm chắn cho những người phụ nữ mặc váy ngắn và vô số các loại bánh mì tự phục vụ. Quán cà phê *nhượng quyền* cũng tương tự như các chuỗi cửa hàng của các tập đoàn nước ngoài như Starbucks. Mặc dù có những điểm giống nhau nhưng quán cà phê *nhượng quyền* vẫn thể hiện nét Hàn trong thực đơn, thiết kế nội thất và đối tượng khách hàng mục tiêu. Một số quán cà phê *nhượng quyền* có thể tương tự với phần lớn quán cà phê *theo hệ thống*, nhưng quán cà phê *nhượng quyền* vẫn ít nhiều khác biệt so với quán cà phê *theo hệ thống* vì chúng không có hình thức chọn lựa thanh toán với các dịch vụ tương ứng. Quán cà phê *theo chủ đề* được thiết kế xoay quanh một chủ đề riêng. Điểm hấp dẫn của loại hình quán cà phê này là tập trung cơ bản vào một số hoạt động theo chủ đề hơn là

tập trung vào bán nước uống và món ăn nhẹ. Ví dụ như quán cà phê sách truyện hài hước, quán cà phê đồ ô chữ, và loại hình quán cà phê nhiều phòng, mỗi phòng đều trang bị tivi, máy tính, máy chơi game, wifi. Sau cùng là loại hình quán cà phê *nhỏ xinh*, là quán cà phê tư nhân, được trang trí rất nghệ thuật, tỉ mỉ, theo xu hướng lãng mạn. Các đồ vật trang trí và thực đơn thường phản ánh gu nghệ thuật của chủ nhân.

1.1 Lịch sử quán cà phê ở Hàn Quốc

Cửa hiệu cà phê xuất xứ từ thế giới Hồi giáo do cà phê dùng để thay thế cho rượu vào thế kỷ 15 và sau đó lan rộng sang nước Áo, Ý, và Anh Quốc vào những năm 1600. Khi du nhập vào châu Âu, cửa hiệu cà phê được gọi là “café”. Ngày nay ở khắp nơi trên thế giới quán cà phê (café) là nơi tập trung vào phục vụ cà phê nhưng có cả thức ăn nhẹ ở một số nền văn hóa. Kể từ khi quán cà phê đầu tiên của châu Âu mở ra tại thủ đô Vienna của Áo thì cà phê và quán cà phê gắn liền với phương Tây. Khi quán cà phê bắt đầu hành trình từ văn hóa Ả Rập vào châu Âu và Bắc Mỹ rồi sau đó đến Hàn Quốc, có lẽ không ai nghĩ rằng kết quả là sự kết hợp kỳ thú của “văn hóa phương Tây” với văn hóa Hàn Quốc ở phương Đông.

Cây cà phê không được trồng ở Hàn Quốc. Tại quốc gia này nhà vua Gojong là người đầu tiên được nếm thử cà phê. Đó là vào năm 1896 khi chị dâu của đại sứ Nga chiêu đãi nhà vua một tách cà phê. Đối với người Hàn, cà phê là thức uống kỳ lạ, họ luôn muốn khám phá các nền văn hóa khác do Hàn Quốc có nền văn hóa đồng nhất. Vì cà phê đến từ phương Tây và tương tự như thảo dược của châu Á là giới nhà giàu mới có tiền sử dụng, người ta coi đó như là biểu tượng của sự Tây hóa và hiện đại hóa.

Quán cà phê đầu tiên xuất hiện ở Hàn Quốc vào năm 1902. Sau khi kết thúc sự đô hộ của Nhật (1910-1945), người Nhật xây dựng các quán trà trong đó có bán cà phê. Kiểu quán cà phê hiện đại xuất hiện năm 1927. Thoạt đầu quán cà phê mở cho gia đình hoàng tộc và những người có địa vị cao trong xã hội, sau đó được coi như nơi hội họp của các chính trị gia, nơi tụ tập của văn nghệ sỹ, nơi gặp gỡ của doanh nhân. Quán cà phê rất kích thích dân Hàn vì họ được thưởng thức cà phê trong không khí của quán cà phê, ăn bánh bằng nĩa và uống cà phê trong tách trà thay vì dùng đũa để ăn kim chi và uống món súp truyền thống của Hàn Quốc bằng một cái bát lớn.

Vào giữa thế kỷ 20, quán cà phê tiếp tục tồn tại làm nơi gặp gỡ hơn là nơi người ta đến để uống cà phê, tuy nhiên đó là thời không dành cho công dân bình thường thưởng thức cà phê do giá quá cao. Vì quán cà phê là nơi tranh luận về chính trị, kinh tế, văn hóa, giáo dục, nghệ thuật, tôn giáo của những người có nghề nghiệp khác nên chính phủ Hàn Quốc hạn chế chặt chẽ cá nhân đến quán cà phê. Như vậy vào những năm 1950 quán cà phê ở Hàn Quốc rất giống với quán cà phê ở Paris vào cuối thế kỷ 17 khi “công an theo dõi chặt quán cà phê” do quán cà phê có chức năng như một định chế xã hội.

Trong những năm 1960 giá trị của cà phê lên rất cao vì cà phê bị cấm bán ở quán cà phê cùng với phong trào sử dụng sản phẩm nội địa của nhà độc tài là tổng thống Park cầm quyền sau cuộc đảo chính quân sự ngày 16/5/1961. Tuy nhiên trong những năm 1960 quán cà phê nói chung trở nên rộng mở nhiều hơn cho công dân tầng lớp trung lưu. Mặc dù quán cà phê vẫn dành cho người trưởng thành, nhưng cũng dần trở thành nơi hẹn hò phổ biến cho giới trẻ.

Quán cà phê theo chủ đề đầu tiên có lẽ là quán cà phê nhạc mở vào những năm 1970. Kiểu quán này có DJ nhận yêu cầu bài hát của khách hàng rồi chơi nhạc ghi âm sẵn. Quán tạo nên cảm giác tự do đối với sinh viên là những người không thể bộc lộ ý kiến chính trị một cách công khai vào những năm 1970.

Khi giữa các quán cà phê gia tăng cạnh tranh vào những năm 1980, họ đã tự trang trí gây sự khác biệt như đèn màu tím, thác nước trong nhà, để có thể tồn tại trên thị trường ngày càng quá đông đúc. Vào thời kỳ này, quán cà phê trải qua những biến đổi to lớn về không gian quán và thực đơn. Ví dụ, những quán cà phê mờ tối có vật ngăn tầm nhìn người khác chuyển đổi thành quán có nhiều ánh sáng và không khí ấm cúng hơn. Quán cà phê kiểu mới bắt đầu tập trung vào bán các loại cà phê thay vì bán trà và soda như truyền thống cũ.

Vào những năm 1990 người ta nghĩ rằng tiêu dùng cũng cần có phong cảnh riêng nên ưa chuộng những quán cà phê thiết kế nội thất gọn gàng, trật tự và chuyên bán cà phê. Lịch sử văn hóa cà phê Hàn Quốc có sự chuyển dịch lớn vào năm 1999 khi Starbucks xây dựng cửa hiệu cà phê nhượng quyền thương hiệu đầu tiên ở Seoul. Starbucks du nhập vào Hàn Quốc văn hóa mới, đó là văn hóa tự lấy mang đi, tự phục vụ không có những cô chạy bàn xinh đẹp và ngồi lại một mình ở quán cà phê đọc sách hoặc làm bài tập. Kể từ đó có nhiều cửa hiệu cà phê nhượng quyền gia nhập thị trường, đa dạng hơn về cà phê và không gian quán, đồng thời cũng xuất hiện nhiều quán cà phê nhượng quyền của địa phương cũng như quán nhỏ do tư nhân sở hữu.

1.2 Các đặc trưng chung của văn hóa cà phê Hàn Quốc

Trước hết người tiêu dùng chính của văn hóa cà phê Hàn Quốc là phụ nữ ở độ tuổi 20 - 30. Đàn ông Hàn Quốc không tham gia văn hóa uống cà phê với nhau vì họ thường nói về rượu và thường trò chuyện khi chơi thể thao. Mặt khác phụ nữ bị lôi cuốn bởi trang trí nội thất xinh xắn ở quán cà phê. Các quán cà phê nhượng quyền thương hiệu ở khu dân cư thường là nơi lui tới của phụ nữ trung niên với những cuộc gặp gỡ bắt chọt, còn ở trung tâm thành phố lớn là nơi thường xuyên lui tới của thanh niên trẻ. Dù sao thì phụ nữ trẻ cũng chiếm số đông ở tất cả các loại hình quán cà phê, đặc biệt là các quán cà phê theo chủ đề hoặc quán cà phê nhỏ xinh. Trang trí đẹp và thức uống lạ ở các quán cà phê Hàn Quốc phản ánh những sở thích của nữ giới, kể cả sở thích hay buôn chuyện hoặc ăn vặt những món ăn nhẹ, thích uống cà phê đều được coi như những sở thích của phụ nữ.

Quán cà phê Hàn Quốc còn có những thứ khác ngoài cà phê. Một trong những thứ đó là thức uống không có cà phê và đồ ăn nhẹ. Ngoại trừ các quán cà phê theo chủ đề là nơi khách hàng chú trọng vào các hoạt động theo chủ đề hơn là thực phẩm, phần lớn quán cà phê quảng cáo mạnh về thực đơn độc đáo của mình, coi đó là cách tạo sự khác biệt trên thị trường quán cà phê đã bão hòa ở Hàn Quốc.

Dù là loại hình quán cà phê nào, tất cả quán cà phê ở Hàn Quốc đều đầu tư vào trang trí. Tạo một môi trường lịch sự, thơm mát, tao nhã là yếu tố quyết định thành công vì môi trường không gian quán đóng vai trò quan trọng đối với thưởng thức cà phê của người tiêu dùng nói chung. Một số quán cà phê nhượng quyền vào Hàn Quốc không nắm bắt đặc trưng này, chỉ đưa vào văn hóa “lấy mang đi” (take out) nên cuối cùng bị thất bại.

Người Hàn coi quán cà phê là nơi “mang tính xã hội”. Người ta đến quán cà phê để tương tác với người khác. Ở Mỹ, nhiều người đến quán cà phê một mình và có thể sử dụng laptop hoặc điện thoại di động ngay cả khi họ đi cùng với một ai đó. Tuy nhiên ở Hàn Quốc thấy ai ngồi một mình ở quán cà phê là một chuyện lạ. Đa số người Hàn sử dụng quán cà phê để giao lưu xã hội với bạn bè hoặc tiến hành các hoạt động ở quán cà phê với bạn bè. Rất ít người đến quán cà phê một mình, chỉ có ở các quán cà phê nhượng quyền và một số quán cà phê chủ đề, như quán cà phê nghiên cứu, quán cà phê sách hài, nơi đó có những hoạt động có thể thực hiện một mình.

1.3 Các yếu tố góp phần vào sự đa dạng của văn hóa cà phê Hàn Quốc

Như trên cho thấy, cách tiếp thị theo thị trường ngách của các quán cà phê Hàn Quốc làm cho người Hàn cảm thấy được thư giãn và hài lòng. Vì đã có quá nhiều quán cà phê ở Hàn Quốc, giờ đây khó nhẩy vào thị trường để mở quán cà phê mới. Nhưng mặt khác thị trường cà phê cũng có vẻ như không có giới hạn nếu biết tạo ra sự khác biệt so với các quán cà phê hiện có. Mặc dù lịch sử văn hóa cà phê Hàn Quốc khởi đầu từ sự du nhập cà phê vào Hàn quốc cùng với sự tò mò, hiếu kỳ và tình yêu mạnh mẽ của người Hàn đối với thực phẩm từ nước ngoài, cho nên sự đa dạng của văn hóa cà phê hiện nay mang một số khía cạnh thuộc về văn hóa và nhờ đó làm cho nó phát triển. Có thể nêu các yếu tố góp phần vào sự đa dạng như quá trình hiện đại hóa nhanh, mật độ dân số cao, sự nhạy cảm với các xu hướng, văn hóa lựa đôi, sự nhấn mạnh tính thư giãn giải trí, và những quan niệm thuộc văn hóa – như chủ nghĩa tập thể hoặc đạo Khổng.

1.4 Quán cà phê Hàn có ý nghĩa gì đối với người Hàn?

a) Các chức năng của quán cà phê

Để hiểu được ý nghĩa của quán cà phê đối với người Hàn, cần phải hiểu họ sử dụng quán cà phê như thế nào. Đối với người Hàn, mỗi quán cà phê là một tập hợp của 4 nơi chốn, chúng có thể có những tương đồng cũng như khác biệt với quán cà phê. Trước hết, quán cà phê như là một nơi trú ngụ. Mặc dù thực phẩm ở quán cà phê có giá đắt

hơn nhiều so với ở nhà, nhưng chức năng của quán cà phê giống như là nhà ở vì nhiều người khi chờ đợi bạn đến thì vào chờ ở một quán cà phê nào đó. Quán cà phê “không xua đuổi” dù có ngồi lâu đến chừng nào đi nữa vì thanh toán tiền của khách hàng bao gồm không chỉ thực phẩm mà đã thanh toán cả khoảng không gian và thời gian ở trong quán cà phê. Đặc trưng tương tự như nhà mình, như nơi trú ngụ, khó tìm thấy ở nhà hàng là nơi người chủ luôn muốn khách hàng sớm rời khỏi khi ăn uống xong để nhà hàng đón khách mới.

Quán cà phê đôi khi có thể như nhà hàng vì có rất nhiều loại thức uống và đồ ăn nhẹ. Một số quán cà phê còn phục vụ bữa ăn trưa và buổi tối đầy đủ. Tuy nhiên sự khác biệt chính giữa nhà hàng và quán cà phê ở Hàn Quốc là có nhiều dạng nhà hàng khác nhau. Ví dụ: Nhà hàng chính thống hoặc chuỗi bán đồ ăn nhanh, thường cho biết tầng lớp trong xã hội hoặc đẳng cấp của một dịp tiếp đãi, trong khi đó mọi người có thể vào quán cà phê mà không lo lắng về thân phận xã hội.

Tên gọi quán cà phê (cafés) và cửa hiệu cà phê (coffee shop) có thể dùng hoán đổi cho nhau do cả hai nơi đều có phục vụ cà phê, đồ ăn nhẹ và không gian cho cá nhân. Tuy nhiên nếu có khác biệt nào đó đối với cửa hiệu cà phê đó là quán cà phê không chỉ phục vụ nhiều loại thực phẩm hơn mà còn bảo đảm thỏa mãn nhiều giác quan cùng một lúc.

Sau cùng, trong một chừng mực nào đó thì quán cà phê có thể được coi như nơi vui chơi giải trí. Ngày nay, quán cà phê theo chủ đề có thể cung cấp các dịch vụ trước đây không có như karaoke, điểm thu hút khách du lịch, mái che có kiến trúc đẹp và những trung tâm giải trí. Nhưng các quán cà phê Hàn Quốc còn có những điểm khác biệt nữa như bên cạnh các hoạt động vui chơi giải trí còn có không gian cho nghỉ ngơi thuận tiện.

Như vậy, các quán cà phê ở Hàn Quốc có rất nhiều chức năng. Lý do các quán cà phê ở Hàn Quốc có rất nhiều chức năng không phải do Hàn Quốc thiếu chỗ trú ngụ hoặc nhà hàng mà đó là do quán cà phê ở Hàn Quốc tồn tại như là “khoảng không gian” được “tạo ra và tiêu thụ” mang tính xã hội dựa trên các đặc trưng văn hóa và nhu cầu của người Hàn.

b) Các ý nghĩa quán cà phê Hàn Quốc mang lại cho người Hàn

Trước hết, đối với người Hàn quán cà phê có ý nghĩa là sự *dễ chịu*. Một mối với dòng xoáy không ngừng của công việc và nghĩa vụ, người Hàn tìm kiếm sự nghỉ ngơi khi có thể. Với họ, quán cà phê là nơi tốt nhất vì yên tĩnh và bầu không khí tự nhiên dễ chịu giúp cho những tâm hồn mệt mỏi được xả stress. Đối với hầu hết mọi người, quán cà phê như đón người ta vào một thế giới nhỏ, đẹp tách biệt với những đường phố đông đúc và bàn giấy đầy giấy tờ. Quán cà phê phục vụ chỗ ngồi tiện nghi dễ chịu cùng với các loại nước uống ngon đầy hương vị khiến cho người ta có thể hồi phục trước khi trở về với cuộc sống hằng ngày bằng cách thưởng thức một vài phút xa hoa khi ở quán cà phê.

Theo một cách nào đó, quán cà phê giống như nơi để tự suy ngẫm, là nơi để giữ cho tâm trí yên tĩnh. Do đó nhiều người tìm sự dễ chịu bằng cách đến quán cà phê một mình hoặc với người khác, và dành thời gian cho sự vô tư, không âu lo.

Thứ hai, đối với người Hàn quán cà phê có nghĩa là sự *tự do*. Khi nghĩ đến sự dễ chịu thì có thể nghĩ tới một nơi khác đó là nhà mình. Mặc dù quán cà phê và nhà đều mang lại môi trường ấm cúng, bao dung chào đón, nhưng quán cà phê có thể mang lại cho người ta sự riêng tư mà ở nhà không thể có.

Quan trọng hơn cả, quán cà phê là nơi người Hàn lấp đầy *hạnh phúc*. “Làm tươi mới cảm giác” là câu người Hàn thường dùng khi họ hy vọng thay đổi hoàn toàn trạng thái, bằng cách đi mua sắm hoặc thay đổi kiểu tóc. Nếm thức ăn nhẹ ngon lành và xem qua thực đơn ở một quán cà phê đẹp có thể làm cho người Hàn cảm thấy vui. Trang trí xinh đẹp làm mắt tươi vui trở lại, âm nhạc yên tĩnh làm mới lại đôi tai. Tùy thuộc vào việc chọn quán cà phê, họ có thể có một chuyến đi ảo mà như thực đến Châu Âu hoặc Hello Kitty. Bên cạnh làm tươi mới cảm giác, đối với con người sống trong thế giới bận rộn với hầu hết sự truyền đạt đều được thực hiện trên điện thoại di động, thì việc ngồi cùng bạn bè và đồng nghiệp để nói chuyện trực tiếp với nhau cũng là một dịp đáng quý. Ở đó phần nhiều người ta nói với nhau về cuộc sống, tình yêu, trường lớp hoặc công việc. Biết rằng phải trả tiền cho những món ăn nhẹ và thức uống để gặp nhau trao đổi những vấn đề bình thường, nhưng người Hàn vẫn rất thích thú với việc tán gẫu với những người thân quen vì không có gì quan trọng hơn là giữ cầu nối quan hệ tốt với người khác trong một xã hội dựa trên các mối quan hệ này.

1.5 Kết luận

Văn hóa cà phê Hàn Quốc là một sản phẩm của giao thoa văn hóa. Trong chừng mực nào đó, đây là kết quả của toàn cầu hóa bởi vì văn hóa cà phê đến từ bên ngoài Hàn Quốc. Nhưng dù sao văn hóa cà phê Hàn Quốc không cho thấy toàn cầu hóa đồng nghĩa với đồng nhất hóa. Nói cách khác, mặc dù Hàn Quốc chấp nhận văn hóa cà phê Tây phương nhưng người Hàn không tiêu thụ văn hóa cà phê nguyên bản mà đã thay đổi văn hóa cà phê thành một dạng khác dựa trên gu của người Hàn.

Do đó quán cà phê Hàn Quốc là một ví dụ của giao thoa văn hóa, thậm chí vượt quá khuôn khổ của sự thâm nhập nhau giữa toàn cầu và địa phương.

Theo George Ritzel, những nền văn hóa giao thoa nổi bật đều không làm giảm đi văn hóa địa phương hoặc văn hóa toàn cầu. Văn hóa cà phê của Hàn Quốc là một dạng văn hóa giao thoa hơn là thâm nhập nhau vì Hàn Quốc không sử dụng quán cà phê Tây phương để thay đổi chúng một chút ít mà người Hàn đã thực sự tạo ra một thứ văn hóa hoàn toàn mới.

2. Thị trường Lào

Cà phê được trồng tại Lào kể từ đầu những năm 1900. Sản xuất cà phê tại Lào được phân bố chủ yếu ở miền nam. Chủ yếu là Arabica, còn Robusta được trồng ở các khu vực có độ cao 1000 trên mực nước biển. Diện tích cà phê mít (excelsa) khá nhỏ. Sản xuất cà phê tại Lào áp dụng phương pháp canh tác hữu cơ.

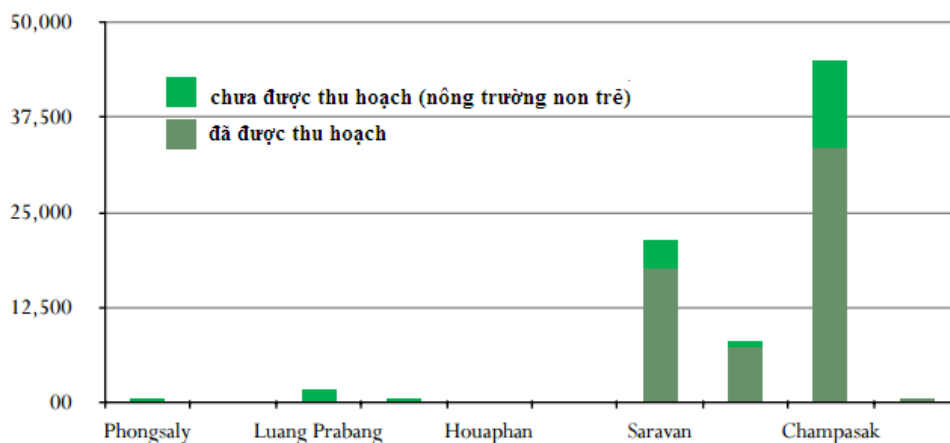
2.1 Diện tích trồng cà phê tại Lào

Trong vài năm trở lại đây, nhờ đầu tư trong nước và quốc tế đối với ngành cà phê nên nhu cầu và giá cà phê tại Lào cũng tăng dần. Từ đó, sản xuất cà phê đã được mở rộng đến những khu vực mới và thay thế diện tích cà phê già cỗi bằng chủng loại cà phê có năng suất cao hơn. Hiện tại Lào có khoảng 78.000 ha diện tích trồng cà phê, chủ yếu tập trung ở Cao nguyên Boloven, vốn được biết là trung tâm lịch sử và truyền thống cà phê Lào. Sản xuất cà phê tại khu vực này tập trung ở huyện Paksong ở tỉnh Champasak, huyện Thaténg ở tỉnh Sekong và huyện Laongam ở tỉnh Saravan. Vào năm 2011, các nông trường cà phê tại 3 huyện này có tổng diện tích hơn 70.000 ha, chiếm khoảng 95% tổng diện tích cà phê ở Lào. Các hộ nông dân quy mô nhỏ và vừa chiếm đến 80% tổng số nhà sản xuất cà phê tại nước này.

Trong những năm gần đây có hai xu thế lớn ở ngành cà phê tại Cao nguyên Boloven, đó là:

- Các nông trường cà phê Robusta được trồng lại và thay thế bằng cà phê Arabica bởi các hộ quy mô nhỏ;
- Các nông trường cà phê công nghiệp quy mô lớn phát triển đáng kể (chủ yếu là cà phê Arabica).

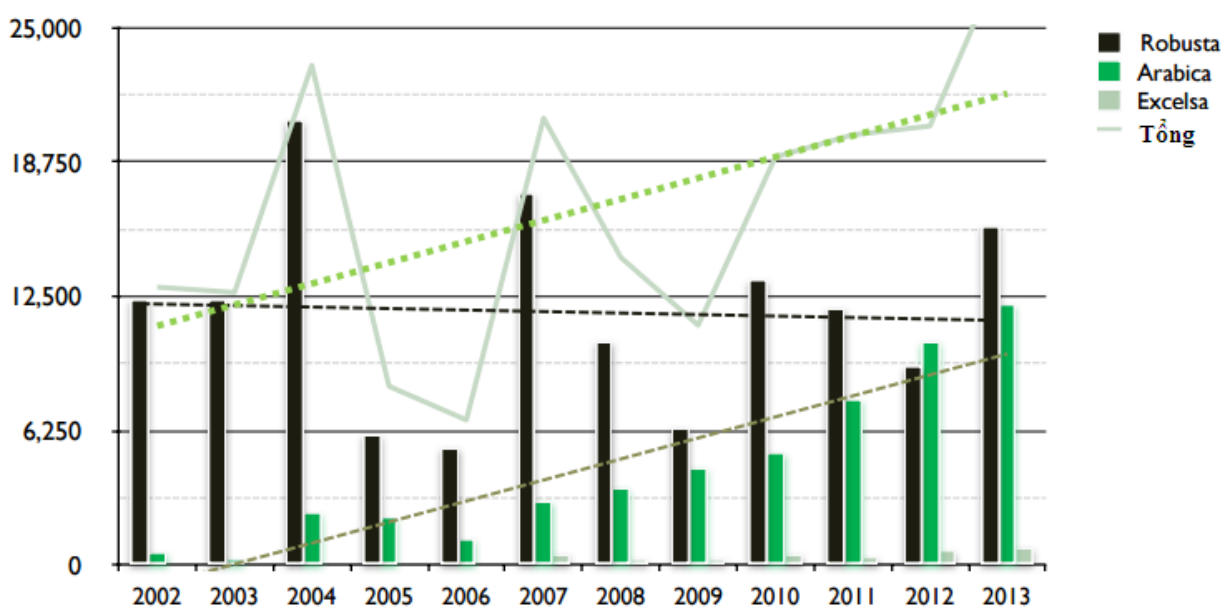
Ngoài ra, sản xuất cà phê cũng đã được mở rộng ở phía bắc Lào, tại các tỉnh Phongsaly, Xieng Khouang, Luang Prabang và Houaphan (diện tích vẫn còn ở mức thấp).



Nguồn: Sở Nông Lâm nghiệp các tỉnh liên quan

2.2 Sản lượng và xuất khẩu cà phê Lào

Trong vòng 10 năm qua, ước tính tổng khối lượng cà phê hạt xuất khẩu của Lào đạt khoảng 11.000 – 30.000 tấn, chiếm 0,4% thị phần cà phê thế giới. Sản lượng cà phê Robusta giảm do loại cà phê này nhạy cảm với điều kiện khí hậu tại nước này. Tuy nhiên tổng khối lượng cà phê xuất khẩu (tính cả Arabica và Robusta) có xu thế tiếp tục tăng. Theo số liệu xuất khẩu năm 2011 từ Hiệp hội Cà phê Lào (LCA), kim ngạch xuất khẩu cà phê của Lào đạt 63 triệu USD.



Nguồn: Hiệp hội Cà phê Lào (năm 2013)

Cà phê của Lào được xuất khẩu chủ yếu sang Châu Âu, một số nước Châu Á và Châu Mỹ.

2.3 Chiến lược phát triển ngành cà phê tại Lào (tầm nhìn đến năm 2050)

Chiến lược phát triển ngành cà phê tại Lào tập trung vào các mục tiêu chính sau đây:

- Phát triển sản xuất (diện tích, năng suất và sản lượng)

Sản xuất cà phê tại Lào đặt mục tiêu mở rộng diện tích khoảng 28.000 ha trước năm 2017 sau đó tăng thêm 130.000 ha vào năm 2025. Mục tiêu này bao gồm việc trồng lại các nông trường cà phê già cỗi khiến năng suất cà phê giảm đáng kể. Đặc biệt chú trọng mở rộng diện tích trồng cà phê tại Cao nguyên Boloven. Các vùng khác cũng được xem xét nếu có điều kiện trồng cà phê thích hợp và đảm bảo chất lượng cà phê.

Người trồng cà phê sẽ nhận được hỗ trợ về kỹ thuật, kiến thức quảng bá cà phê và đảm bảo chứng nhận chất lượng cà phê. Cơ quan chức năng tìm kiếm nguồn đầu tư trong và ngoài nước, đặc biệt từ các tổ chức quốc tế, các tổ chức phi chính phủ nước ngoài, các chuyên gia cà phê.

- Cung cấp các cơ chế tín dụng ưu đãi với các khoản vay lãi suất thấp và linh hoạt cho người trồng cà phê.
- Cải thiện chất lượng và thị trường nhằm tăng giá trị và lợi nhuận:

Cố gắng hạn chế độ nhạy và dễ bị tổn thương của sản xuất cà phê Lào với biến động giá cà phê thế giới bằng cách thúc đẩy hai mức độ chất lượng cà phê nhằm đáp ứng tiêu chuẩn cà phê chất lượng trung bình quốc tế phù hợp khi chế biến cà phê hòa tan và tăng 20% hoặc hơn về thị phần cà phê chất lượng cao của Lào.

- Xúc tiến cà phê chất lượng của Lào ra thị trường nội địa và quốc tế:

Để đạt mục tiêu này cần phát triển chiến dịch marketing, chiến dịch PR làm nổi bật những đặc điểm của cà phê Lào; tham gia vào các hội chợ cà phê quốc tế đối với nhãn hiệu cà phê Boloven; tổ chức marketing trong nước để người dân Lào hiểu được sản phẩm cà phê của nước mình; đồng thời lồng ghép vào hoạt động du lịch bằng các tour du lịch đến các nông trường cà phê tại Cao nguyên Boloven hoặc xây dựng các trung tâm triển lãm, các gian hàng cà phê tại các trung tâm du lịch với các thức uống cà phê miễn phí và thông tin quảng bá về thủ tục sản xuất cà phê khi hợp tác với ngành du lịch.

- Đảm bảo quyền sử dụng đất, quy hoạch đất và kế hoạch sử dụng đất của nhà sản xuất cà phê
- Cải thiện môi trường kinh doanh đầy cạnh tranh và giảm chi phí sản xuất
- Tăng cường năng lực của các thể chế và tổ chức ngành cà phê.

2.4 Cơ quan đại diện ngành cà phê Lào

- Hiệp hội Cà phê Lào (gồm các doanh nghiệp cà phê với 39 nhà xuất khẩu/kinh doanh, 6 nhà rang xay, 5 nhà sản xuất/nhóm sản xuất).
- Ủy ban Cà phê Quốc gia Lào (bộ phận công)/ Ban Cà phê Lào (bộ phận tư).
- 123 nhóm nhà sản xuất/nông dân tại 7 huyện ở các tỉnh phía nam tương đương khoảng 40.000 hộ gia đình.

3. Thị trường Nga

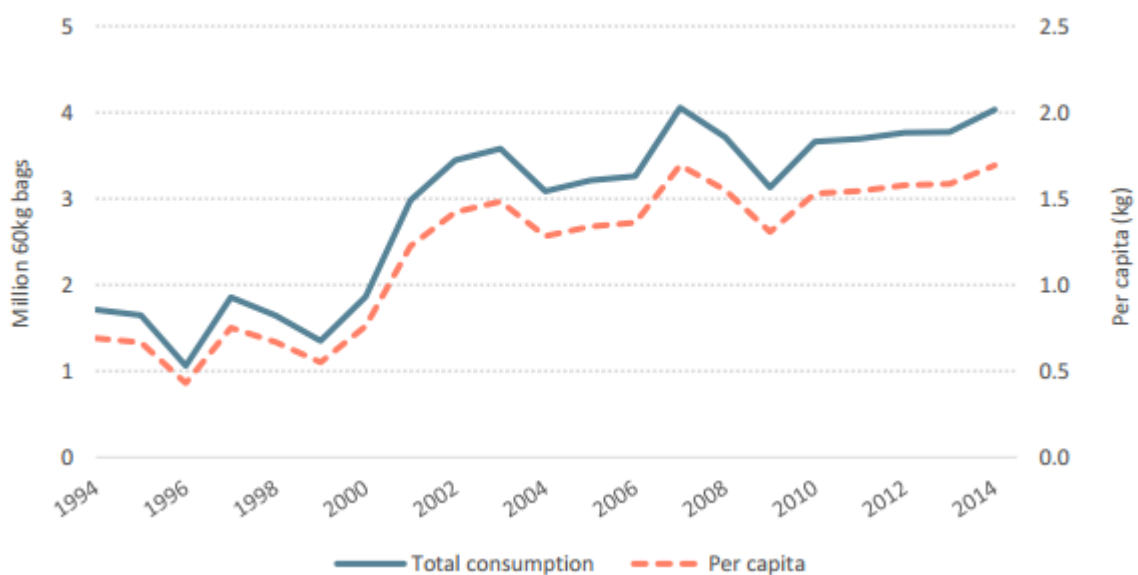
Thị trường cà phê tại Nga đang phát triển đáng kể trong 12 năm qua. Hiện nay Nga là nước tiêu thụ cà phê lớn thứ 8 thế giới và một trong những thị trường tiêu thụ lớn nhất cho cà phê hòa tan. Vào năm 2014, Nga nhập khẩu 4,7 triệu bao cà phê loại 60kg, trong đó có hơn 700.000 bao được tái xuất khẩu sang các nước láng giềng. Thị trường nội địa tại Nga chịu sự chi phối bởi các công ty giải khát cà phê hòa tan nhưng sự mở rộng các chuỗi cà phê quốc tế cùng với các cửa hàng trong nước đang thúc đẩy nhu cầu

cà phê mới từ nước này. Tuy nhiên, Nga vẫn là nước tiêu thụ trà truyền thống, chiếm gần 2/3 thị trường nước uống nóng.

3.1 Tiêu thụ cà phê tại Nga

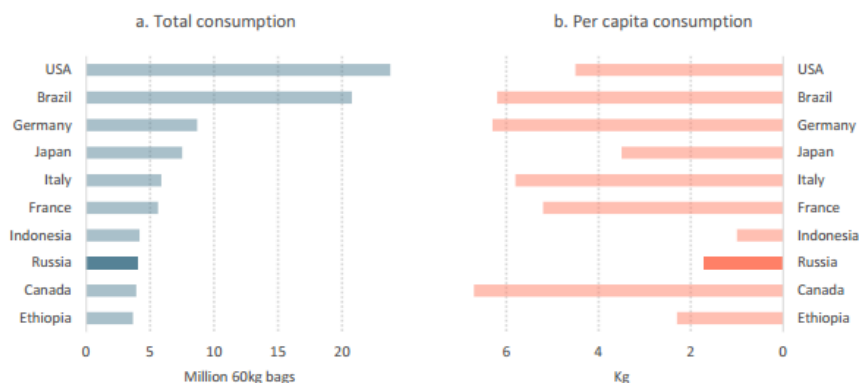
Tiêu thụ cà phê tại Nga chỉ đạt hơn 4 triệu bao trong năm 2014, nhiều hơn gấp đôi so với năm 2000. Phần lớn tăng trưởng tiêu thụ xảy ra trong giai đoạn 10 năm giữa 1998 và 2007, khi đó tỷ lệ tăng trưởng hàng năm vượt 10%, rơi vào thời kỳ phát triển kinh tế đáng kể của nước Nga. Tăng trưởng thị trường cà phê Nga đã chậm lại kể từ đó nhưng vẫn duy trì tỷ lệ ổn định 2,4% hàng năm trong vòng 5 năm qua. Giá trị thị trường tăng nhanh, theo ước tính của Hiệp hội các nhà sản xuất trà và cà phê Nga (Rusteacoffee) vào khoảng 2,5 tỷ USD vào năm 2011, tăng từ mức 750 triệu USD vào năm 2001.

Hình 1: Tiêu thụ cà phê tại Nga (1994-2014)



Với dân số khoảng 143 triệu người, tiêu thụ cà phê bình quân đầu người của Nga đạt 1,7 kg/người/năm, tăng gấp đôi so với năm 2000. Tính trên phương diện toàn cầu, đây là con số tương đối khiêm tốn, tương đương khoảng 120 tách cà phê/người/năm. Hình số 2 cho thấy mức tiêu thụ cà phê năm 2014 của Nga so với các nước tiêu thụ lớn khác.

Hình 2: Tiêu thụ cà phê tại top 10 nước tiêu dùng (năm 2014)

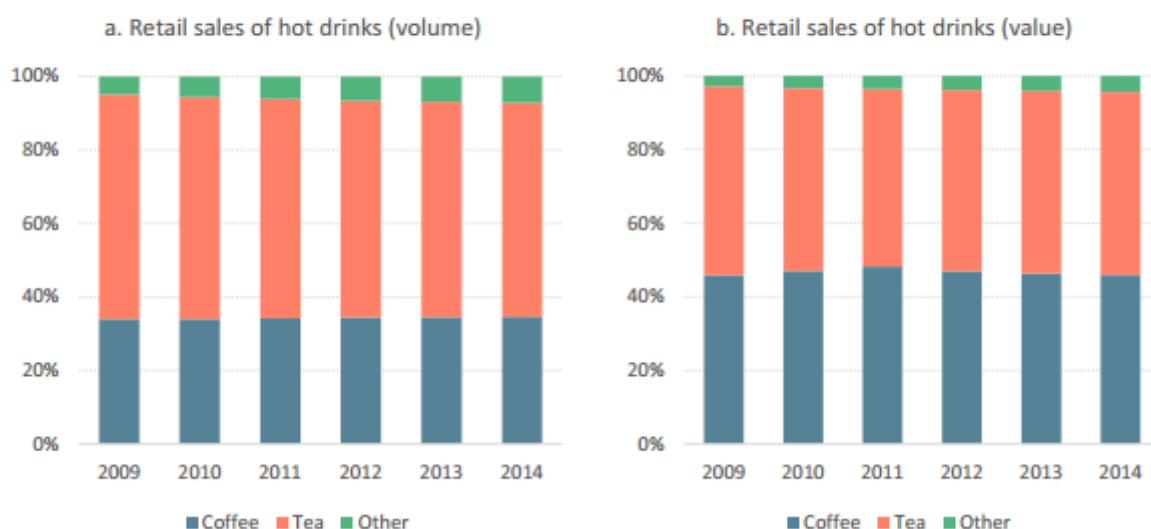


3.2 Cơ cấu thị trường

Dù tiêu thụ cà phê đang tăng trong những năm gần đây, thị trường nước uống nóng của Nga vẫn chịu sự chi phối bởi trà. Theo thông tin từ công ty nghiên cứu thị trường Euromonitor International, cà phê chỉ chiếm hơn 1/3 doanh số bán lẻ của Nga theo khối lượng, tăng lên 46% tính về kim ngạch (Hình số 3). Thị phần cà phê tăng lên khiêm tốn trong vài năm qua, nhưng triển vọng tăng trưởng thêm được đánh giá ở mức hạn chế.

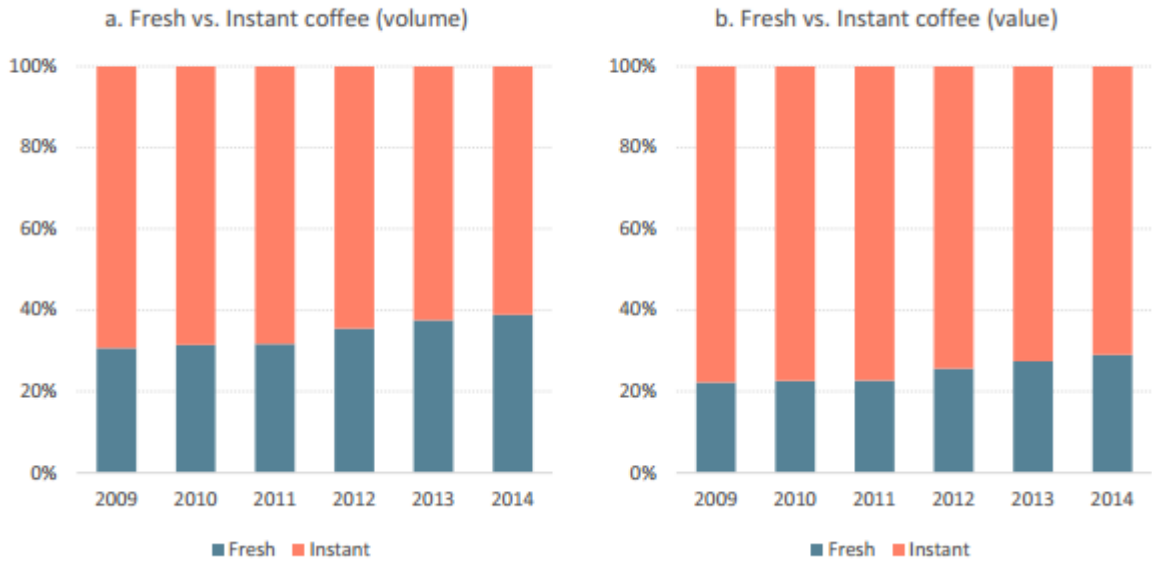
Hình 3: Thị trường nước uống nóng tại Nga

Figure 3: The Russian hot drinks market



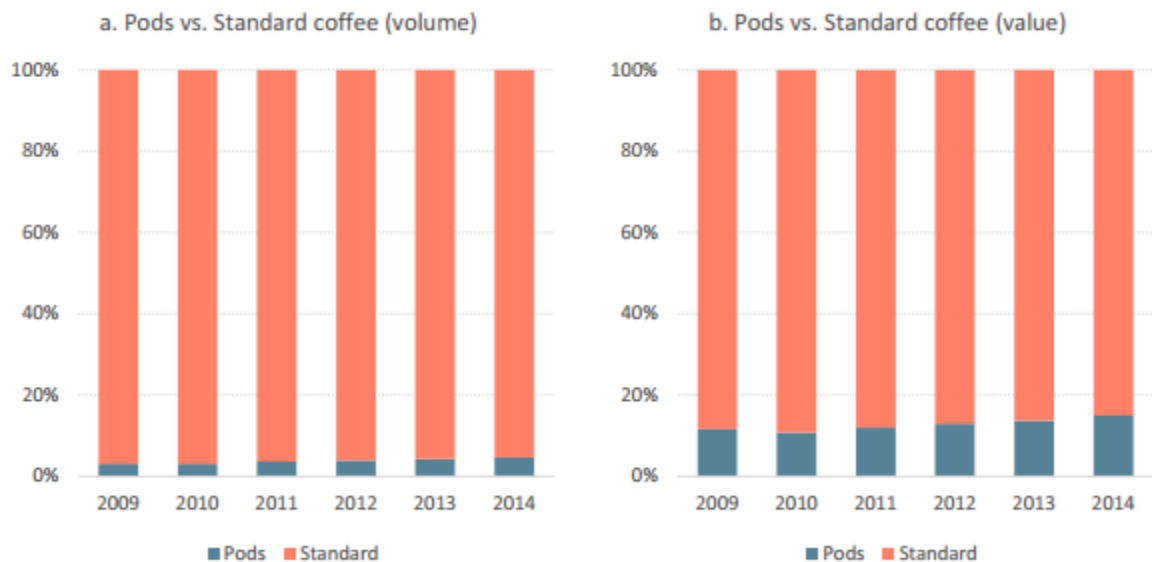
Tính riêng ngành cà phê, thị trường Nga cho thấy sự ưa thích mạnh mẽ đối với cà phê hòa tan uống liền nhiều hơn so với cà phê bột và cà phê sạch. Điều này cũng thường thấy đối với các nước có truyền thống uống trà; việc pha cà phê uống liền cũng tương tự như pha trà (chỉ cần thêm nước nóng) giúp cho việc tiêu thụ cà phê hòa tan dễ dàng như trà vậy. Khi thị trường trưởng thành, người tiêu dùng có khuynh hướng chuyển đổi sang cà phê sạch chất lượng cao, theo như Hình số 4. Theo Euromonitor, cà phê sạch chiếm 39% doanh số bán lẻ của Nga tính theo khối lượng vào năm 2014, tăng từ mức 31% vào năm 2009. Cà phê sạch hiện nay là động lực chính thúc đẩy tăng trưởng tiêu thụ cà phê tại Nga.

Hình 4: Doanh số bán lẻ cà phê tính theo loại hình (sạch và hòa tan)



Một sự phát triển thêm gần đây là sự xuất hiện của hộp cà phê tự phục vụ. Đây là một thành phần nhỏ trong toàn bộ thị trường, nhưng đang phát triển nhanh chóng, đặc biệt về kim ngạch. Trong 6 năm qua, tiêu thụ loại hình hộp cà phê tự phục vụ tại Nga tăng gấp đôi với tỷ lệ trung bình 20%/năm, tính đến nay là thành phần thị trường cà phê mạnh nhất. Vào năm 2014, tiêu thụ hộp cà phê tự phục vụ chiếm 2,8% doanh số bán lẻ cà phê sạch tính theo khối lượng và 9,4% tính theo kim ngạch. (Hình số 5).

Hình 5: Doanh số bán lẻ cà phê sạch theo thành phần



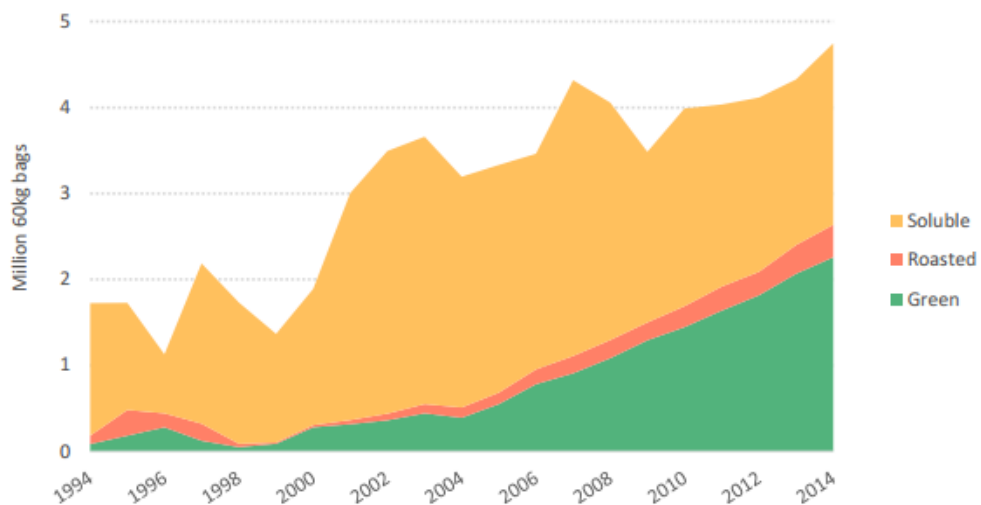
3.3 Thương mại quốc tế

Tổng khối lượng nhập khẩu và tái xuất khẩu cà phê của Nga đang tăng nhanh trong 20 năm qua. Nhìn chung, nhập khẩu cà phê của Nga đạt 4,7 triệu bao vào năm 2014, tăng trưởng với tỷ lệ 5,2%/năm kể từ năm 1994. Tăng trưởng chậm lại kể từ đó với mức

trung bình 4,4%/năm kể từ năm 2010. Điều đó giúp Nga trở thành nước nhập khẩu cà phê lớn thứ 8 thế giới, sau Mỹ, Đức, Nhật Bản, Ý, Bỉ, Tây Ban Nha và Canada.

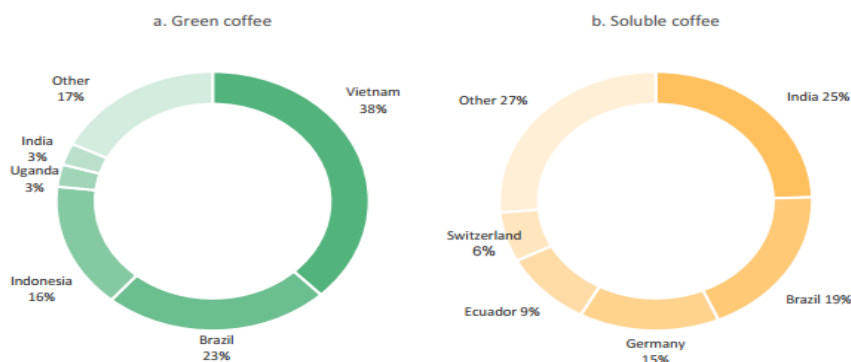
Hãy quan sát thống kê nhập khẩu cà phê của Nga từ năm 1994, có thể thấy rằng thị trường này từ lâu chịu sự chi phối bởi nhập khẩu cà phê hòa tan, nhưng cà phê hạt, chưa chế biến cũng đã tăng đáng kể trong 10 năm qua. Vào năm 1994, nhập khẩu cà phê hòa tan chiếm gần 90% tổng nhập khẩu cà phê của Nga nhưng đã giảm xuống mức 44% vào năm 2014, thấp hơn nhập khẩu cà phê hạt ở mức 48%. Hiện nay Nga nhập khẩu đáng kể cà phê hạt sau đó được chế biến chủ yếu thành cà phê hòa tan, bên cạnh cà phê rang xay cho nhu cầu tiêu thụ trong nước và cũng để tái xuất khẩu cho các nước láng giềng.

Hình 6: Nhập khẩu cà phê theo hình thức (1994 - 2014)



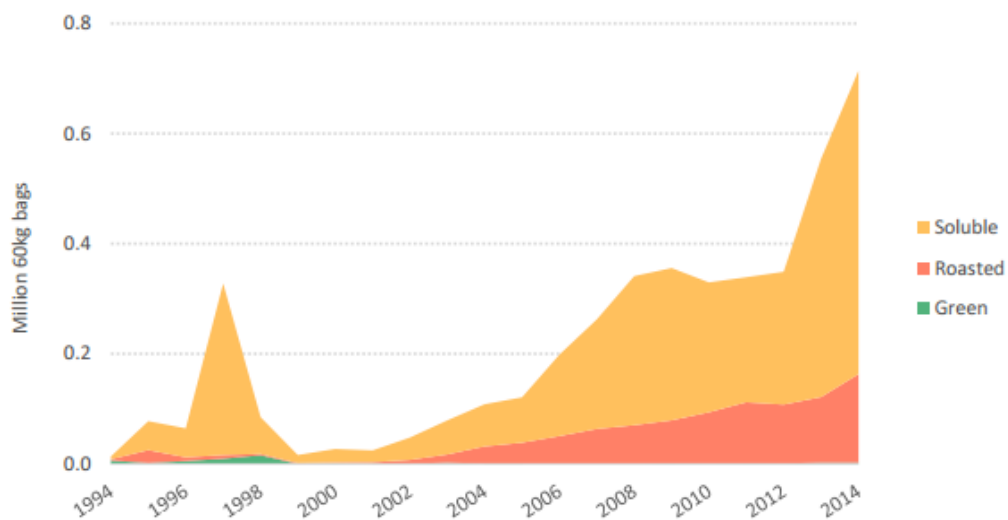
Như có thể thấy ở Hình số 7, hơn một nửa nhập khẩu cà phê hạt của Nga bắt nguồn từ hai nước: Việt Nam và Brazil. Hơn nữa, đa số nhập khẩu cà phê của Nga từ các nước sản xuất cà phê robusta chủ chốt (dù cà phê từ Brazil có thể là cà phê arabica hoặc robusta). Điều này tương ứng với thông tin cho rằng thị trường Nga chủ yếu bao gồm cà phê hòa tan uống liền, nói chung được chế biến từ cà phê robusta. Về phương diện nhập khẩu cà phê hòa tan, có sự phân chia giữa các nước sản xuất bao gồm các nước phát triển như Ấn Độ, Brazil và Ecuador và các nước tái xuất khẩu cà phê đã chế biến với quy mô lớn như Đức và Thụy Sĩ.

Hình 7: Nhập khẩu cà phê theo xuất xứ (trung bình giai đoạn: 2010 - 2014)



Như đề cập ở trên, Nga cũng đang phát triển ngành chế biến cà phê nội địa tương đối tiên tiến trong 10 năm qua. Hình số 8 dưới đây cho thấy tái xuất khẩu cà phê của Nga kể từ năm 1994, đạt mức cao nhất 714.000 bao vào năm 2014, tăng từ mức hầu như không đáng kể vào những năm 1990. Số liệu tái xuất khẩu này hoàn toàn bao gồm cà phê rang xay đã chế biến (23% trong năm 2014) và cà phê hòa tan (77%). Về điểm đến xuất khẩu, hơn một nửa cà phê được xuất khẩu sang Ucraina (trung bình 58% giữa năm 2010 - 2014), phần còn lại phân chia giữa các nước khác trong khu vực như Belarus (7%), Uzbekistan (5%), Georgia, Kazakhstan và Turkmenistan (4%).

Hình 8: Tái xuất khẩu cà phê theo hình thức (1994-2014)

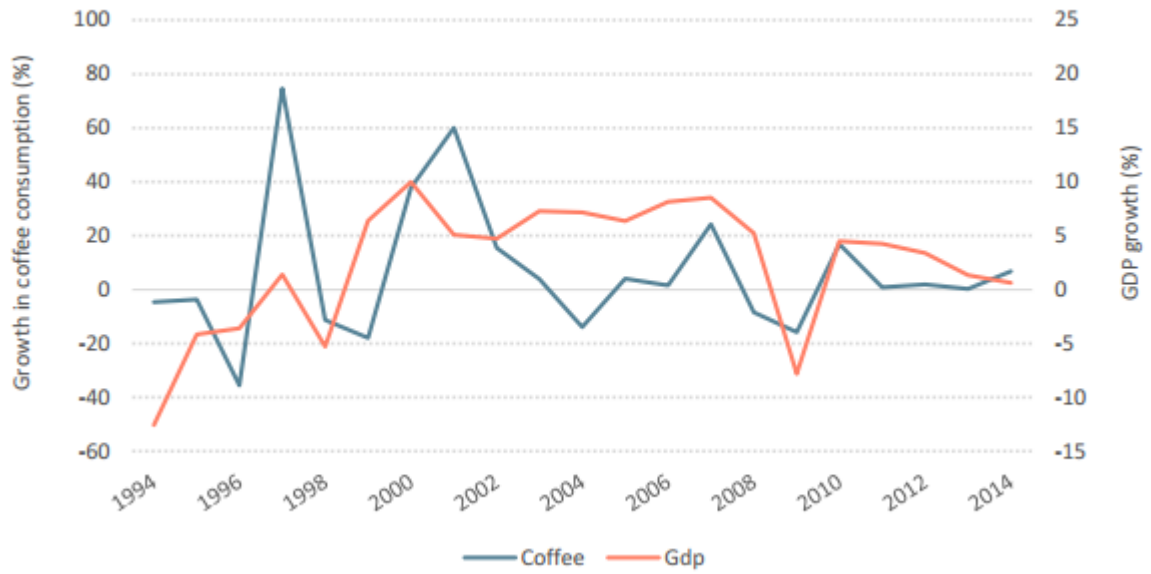


3.4 Triển vọng

Dù cà phê đang tăng thị phần tại Nga trong hai thập kỷ qua, tiềm năng tăng trưởng thêm nữa dường như có phần hạn chế. Những động lực thúc đẩy nhu cầu chính là giới thiệu những loại hình sản phẩm cà phê mới như máy chế biến tự phục vụ và cà phê rang xay chất lượng cao đang bắt đầu chiếm lĩnh được thị phần cà phê uống liền. Tuy nhiên, những khuynh hướng này nhìn chung phụ thuộc vào việc có một cộng đồng người tiêu dùng tương đối mạnh mẽ có sẵn nguồn thu nhập không phụ thuộc vào tăng trưởng kinh tế. Tiêu thụ cà phê, đặc biệt tại các thị trường mới nổi như Nga, chịu ảnh hưởng bởi tăng trưởng kinh tế, mà tăng trưởng kinh tế Nga phụ thuộc chủ yếu vào giá dầu. Ngân hàng Thế giới gần đây công bố dự báo tăng trưởng GDP thực của Nga trong các năm 2016, 2017 lần lượt với tỷ lệ +0,7% và +2,5%. Đây có thể là kết quả quan trọng của tăng trưởng ngành cà phê tại Nga.

Hơn nữa, Rusteacoffee báo cáo cà phê sẽ tiếp tục phát triển nhưng nhìn chung chỉ dễ dàng tiếp cận một thành phần dân số hạn chế và do đó sẽ không dễ dàng để đạt được tăng trưởng đáng kể về tiêu thụ cà phê. Lịch sử uống trà vốn dĩ đạt được vị thế trong văn hóa Nga cũng cho thấy sự khó khăn trong việc tiếp tục tăng trưởng ở ngành cà phê.

Hình 9: Tăng trưởng tiêu thụ cà phê và GDP (1994 - 2014)



Dù cà phê được kỳ vọng tiếp tục phát triển hơn nữa tại Nga, có thể sự phát triển sẽ hạn chế đối với các sản phẩm hộp cà phê tự phục vụ và tiêu thụ cà phê ngoài giai đình (tại các cửa hàng, tiệm cà phê nhỏ).