

Toàn cảnh diễn biến và các yếu tố ảnh hưởng đến giá cà phê Một số giải pháp góp phần phát triển ngành cà phê

Trần Khải Nam Trung

*Chuyên gia nghiên cứu thị trường cà phê
CTCP Nhịp điệu Toàn cầu 123*

Các biến động cung cầu cà phê toàn cầu, thời tiết diễn biến thất thường tại các vùng trồng cà phê, sự thay đổi chính sách điều hành tiền tệ của các ngân hàng trung ương lớn trên thế giới, các sự kiện kinh tế - địa chính trị và sự suy yếu của các thị trường hàng hóa là các yếu tố lèo lái giá cà phê trong niên vụ 2014/2015 cũng như tiếp tục chi phối giá cà phê trong niên vụ 2015/2016.

Hình 1: Lễ hội Cà phê Buôn Ma Thuột 2015 – Sự kiện lớn của ngành Cà phê Việt Nam



Bài tham luận này nêu ra các vấn đề sau:

1. Toàn cảnh giá cà phê niên vụ 2014/2015 và đầu niên vụ 2015/2016
2. Các yếu tố ảnh hưởng tới giá cà phê: Kinh tế vĩ mô, thời tiết và cung cầu cà phê toàn cầu
3. Dự báo kinh tế, thời tiết và xu thế giá cà phê
4. Một số giải pháp góp phần phát triển ngành cà phê

Từ đó, đưa ra các dự báo, các khuyến nghị, các giải pháp nhằm cải thiện môi trường kinh doanh cà phê tại tỉnh Đắk Lắk nói riêng và Việt Nam nói chung.

PHẦN 1

Toàn cảnh giá cà phê niên vụ 2014/2015 và đầu niên vụ 2015/2016

Mưa trên diện rộng tại các vùng trồng cà phê Brazil trong tháng 11/2014, các dự báo sản lượng cà phê, tồn kho cà phê Việt Nam đạt mức cao và Cục dự trữ liên bang Mỹ (FED) chấm dứt gói nới lỏng định lượng QE 3 vào ngày 1/11/2014 khiến đồng USD tăng mạnh đã khiến giá cà phê đảo chiều, khởi đầu xu thế giảm giá kéo dài suốt niên vụ 2014/2015 của giá cà phê

Hình 2: Diễn biến giá cà phê Arabica niên vụ 2014/2015 và đầu niên vụ 2015/2016



Nguồn: Barchart (2005)

Hình 3: Diễn biến giá cà phê Robusta niên vụ 2014/2015 và đầu niên vụ 2015/2016



Nguồn: Barchart (2005)

Tóm lược diễn biến giá cà phê và các yếu tố ảnh hưởng chủ yếu từng giai đoạn:

Tháng 10/2014: Giá cà phê tăng mạnh trong nửa đầu của tháng 10 do khô hạn ngắn hạn tại các vùng trồng cà phê Brazil và theo xu hướng chung của năm 2014 là tăng giá. Nhưng, nửa sau tháng 10, giá cà phê bắt đầu đảo chiều giảm mạnh. Nguyên nhân: Là do mưa trên diện rộng tại các vùng trồng cà phê Brazil, dự báo sản lượng cà phê và tồn kho cà phê Việt Nam tăng, chỉ số USD tăng cao sau khi Fed kết thúc QE 3.

Tháng 11/2014: Giá cà phê giảm nhẹ sau khi biến động mạnh trong tháng 10 nhưng xu thế xấu đi do đồng USD tăng và đồng nội tệ của Brazil (BRL) giảm.

Tháng 12/2014: Giá cà phê tiếp tục giảm trong tháng 12/2014 do USDA dự báo sản lượng cà phê Brazil niên vụ 2015/16 có thể phục hồi tương đối nhanh; Conab dự báo sản lượng cà phê Brazil niên vụ 2015/16 đạt khoảng 44,1 - 46,6 triệu bao, tăng một ít so với niên vụ 2014/15. Mặt khác, kinh tế Mỹ phát triển duy trì sức mạnh đồng USD liên tục tạo sức ép lên thị trường hàng hóa, trong đó có cà phê.

Tháng 01/2015: Giá cà phê tăng đầu tháng 1/2015 do thời tiết khô hạn tại Brazil vào đầu tháng nhưng dự báo thời tiết có mưa về cuối tháng đã khiến giá cà phê suy yếu trở lại.

Tháng 02/2015: Thị trường cà phê giảm giá mạnh trong tháng 2 do thời tiết thuận lợi cho cây cà phê tại Brazil góp phần gia tăng hoạt động xuất khẩu tại các nước sản xuất cà phê cũng như hoạt động bán không trên các sàn giao dịch cà phê kỳ hạn.

Tháng 3/2015: Thị trường cà phê thiết lập tháng giảm giá thứ 5 liên tiếp do các dự báo sản lượng cà phê Brazil niên vụ 2015/16 đạt mức cao và đặc biệt là do chỉ số USD đạt mức cao kỷ lục là 100,39 điểm. Tỷ giá USDBRL cũng tăng cao liên tục (đồng nghĩa

với việc đồng nội tệ của Brazil mất giá) gia tăng hoạt động bán không và xuất khẩu cà phê từ Brazil.

Tháng 4/2015: Giá cà phê tiếp tục chịu sức ép do báo cáo xuất khẩu cà phê Brazil đạt mức cao kỷ lục 36,8 triệu bao trong niên vụ 2014/15 (tháng 4/2014 - 3/2015); Conab tiếp tục duy trì dự báo sản lượng cà phê Brazil niên vụ 2015/16 ở mức 44,1 - 46,6 triệu bao. Tuy nhiên, giá cà phê hồi phục nhẹ trong tháng 4 do chỉ số USD giảm mạnh trở lại dưới 95 điểm.

Tháng 5/2015: Giá cà phê tiếp tục đà giảm trước tin niên vụ cà phê Brazil 2015/16 cho thấy thị trường không có quan ngại nguồn cung trung hạn; đồng real giảm giá gây sức ép lên giá cà phê; Conab hạ 2,3% ước tính sản lượng cà phê Brazil niên vụ 2015/16 xuống 44,3 triệu bao. Khủng hoảng nợ Hy Lạp lên cao trào và các chính sách nới lỏng định lượng của ECB đẩy đồng Euro giảm giá trở thành tiêu điểm quan tâm của giới kinh doanh cà phê.

Tháng 6/2015: Giá cà phê Robusta phục hồi mạnh do quan ngại nguồn cung cà phê từ Việt Nam tiếp tục hạn chế khi xuất khẩu cà phê Việt Nam trong tháng 5 giảm đến 40,4% so với cùng kỳ năm 2014, đạt 1,5 triệu bao. Giá cà phê arabica vẫn chịu sức ép do đồng real giảm giá so với USD và thông tin USDA báo cáo giữa năm dự báo thế giới dư cung cà phê 5 triệu bao trong niên vụ 2015/16. USD giảm giá, EUR phục hồi do Fed chưa tăng lãi suất, khủng hoảng nợ Hy Lạp có tín hiệu khả quan đã giúp cho giá cà phê tăng lại.

Tháng 7/2015: Thị trường cà phê suy yếu trở lại do đồng nội tệ của Brazil mất giá mạnh kỷ lục, xuống mức thấp nhất 12 năm so với đồng USD.

Tháng 8/2015: Giá cà phê giảm xuống mức thấp nhất trong vòng 19 tháng do các thị trường hàng hóa toàn cầu ảm đạm và thông tin kinh tế tiêu cực từ Trung Quốc trong việc phá giá đồng Nhân dân tệ và sự chao đảo của thị trường chứng khoán. Đồng USD biến động lớn (trong biên độ: 92,47 – 97,40 và tăng trước kỳ

vọng Fed tăng lãi suất vào cuộc họp tháng 9). Các báo cáo về hiện tượng El Niño năm 2015 có thể là một trong những hiện tượng mạnh nhất trong lịch sử có thể ảnh hưởng đến lượng mưa tại một số nước sản xuất cà phê cũng tác động tới giá cà phê trong tháng.

Tháng 9/2015: Giá cà phê giảm thêm trong tháng 9 và kết thúc niên vụ 2014/15 ở mức thấp nhất trong vòng 20 tháng do đồng real giảm giá mạnh so với đồng USD xuống mức thấp kỷ lục. Conab hạ ước tính sản lượng cà phê Brazil niên vụ 2015/16 cần theo dõi các mô hình thời tiết, đặc biệt tình trạng khô hạn tại các nước Trung Mỹ và ảnh hưởng El Niño tại các vùng trồng cà phê khác cũng không cứu vãn nổi đà giảm của giá cà phê.

Tháng 10/2015: Giá cà phê tăng giá lạc quan trong nửa đầu tháng 10 do đồng USD giảm giá, đồng nội tệ của Brazil (BRL) cùng các đồng tiền cà phê khác hồi phục so với USD và các dự báo thời tiết khô hạn tại các vùng trồng cà phê Brazil. Các yếu tố vĩ mô đảo chiều trong nửa sau tháng 10 đã khiến giá cà phê giảm mạnh. Dự báo thời tiết có mưa tại Brazil cũng là tác nhân khiến giá cà phê giảm mạnh. Trong 3 ngày cuối tháng 10, giá cà phê bật tăng mạnh, đặc biệt là giá cà phê Robusta.

Tháng 11/2015: Giá cà phê tiếp tục gia tăng trong những ngày đầu tháng nhưng sau đó giảm mạnh do đồng USD gia tăng lên 100,23 trong ngày 25/11, sát mức kỷ lục hồi tháng 3/2015 sau hàng loạt dữ liệu củng cố khả năng Fed sẽ tăng lãi suất trong kỳ họp tháng 12 tới. Giá cà phê giảm trong tháng 11 còn do thông tin thời tiết có mưa tại hầu hết các vùng trồng cà phê tại Brazil và USDA dự báo sản lượng cà phê của Việt Nam tăng.

Nhìn chung, từ giữa tháng 10/2014, giá cà phê kỳ hạn giảm mạnh là chủ yếu, đan xen những thời gian tăng giá ngắn hạn. Tại Việt Nam, giá cà phê đã giảm từ mức trên 40 triệu/tấn xuống dưới 35 triệu/tấn. Tuy vậy, giá cà phê nhân xô vẫn là một trong những

mặt hàng giảm giá ít nhất so với nhiều mặt hàng khác và so với Robusta hay Arabica.

Đồng USD tăng mạnh, đồng EUR và BRL giảm mạnh là các yếu tố ảnh hưởng chủ yếu tới giá cà phê. Các yếu tố thời tiết, bất ổn tài chính – địa chính trị như khủng hoảng nợ Hy Lạp, Trung Quốc phá giá đồng Nhân dân tệ, khủng hoảng giá dầu, bất ổn Trung Đông, khủng bố Paris, ... là các yếu tố đẩy nhanh quá trình suy yếu của giá cà phê.

Bảng 1: So sánh tương quan giá cà phê với giá vàng, chỉ số USD

Loại	01/10/2014	30/09/2015	Thay đổi	Tỷ lệ
Arabica	197,45 cent/lb	124,40 cent/lb	- 73,05	- 37%
Robusta	2.009 USD/tấn	1.564 USD/tấn	- 445	- 22%
Nhân xô	# 42,0 triệu/tấn	# 35.5 triệu/tấn	- 6,5	- 15.4%
Giá vàng	1208 USD/tấn	1115 USD/tấn	- 93	- 7%
Tỷ giá USDBRL	2,366	3,981	+ 1,615	+68%
Tỷ giá EURUSD	1,2622	1,1170	- 0,1452	- 11%
Chỉ số USD	87,32	94,86	(+)7,54	+ 8,6%

Nguồn: 123 Global (2015)

PHẦN 2

Các yếu tố ảnh hưởng tới giá cà phê

Kinh tế vĩ mô – Thời tiết – Cung cầu cà phê toàn cầu

1. Sự kiện và diễn biến kinh tế toàn cầu

Cục dự trữ liên bang Mỹ (Fed) chuẩn bị thắt chặt tiền tệ, trong khi đó phần còn lại của thế giới theo đuổi chính sách nới lỏng đã khiến đồng USD giữ vững sức mạnh so với hầu hết các đồng tiền khác trong rổ tiền tệ và khiến đồng nội tệ của các nước sản xuất cà phê suy yếu.

Chính sách tiền tệ của các ngân hàng trung ương lớn trên thế giới đang lèo lái tất cả các thị trường, trong đó có cà phê....

Nhìn chung, diễn biến trên thị trường toàn cầu đang bất lợi cho giá cà phê.

1.1 Chính sách tiền tệ của Fed

Ủy ban thị trường mở liên bang (FOMC) thuộc Fed quyết định giữ lãi suất không đổi trong cuộc họp Ủy ban thị trường mở liên bang (FOMC) vào tháng 10 và phát tín hiệu sẽ xem xét một cách nghiêm túc việc tăng lãi suất điều hòa vốn vào cuộc họp cuối cùng của năm 2015 vào ngày 15 – 16/12.

Trong thông cáo sau cuộc họp tháng 10, Fed đã thay đổi các quan điểm khiến các nhà phân tích tin rằng Fed đang chuẩn bị tâm lý cho nhà đầu tư về lần thắt chặt tiền tệ đầu tiên sau 9 năm.

Đó là việc thay đổi cách mô tả về chi tiêu hộ gia đình và đầu tư, từ “tốc độ tăng trưởng khiêm tốn” lên mức “tăng trưởng vững chắc”. Đồng thời, Fed cũng nhận định thị trường lao động đang hướng đến mức toàn dụng nhân công, bất chấp số liệu báo cáo việc làm trong thời gian gần đây suy yếu.

Fed giảm bớt lo ngại về kinh tế toàn cầu khi không còn nhận định tiêu cực về kinh tế toàn cầu như biên bản họp tháng 9/2015. Trong tháng 9, Fed đã ghi nhận: “*Những thay đổi của nền kinh tế toàn cầu và trên thị trường tài chính có thể kìm hãm các hoạt động kinh tế và có khả năng tạo thêm áp lực lên lạm phát trong tương lai gần*”.

Bản tuyên bố sau cuộc họp chỉ ra rằng, “*Fed sẽ xem xét cuộc họp chính sách tiếp theo có phải là thời điểm thích hợp để tăng lãi suất hay không*”. Trước đó, ngân hàng trung ương chỉ nhắc đến những điều kiện khiến Fed phải giữ lãi suất ở gần mức 0%. Fed phát tín hiệu “cuộc họp tiếp theo”, khả năng là cuộc họp tháng 12



tới. Trong đó, Fed sẽ xem xét “*toàn bộ các dữ liệu, bao gồm những cái thiện của thị trường lao động, và những dấu hiệu về áp lực lạm phát ngày càng tăng lên*”.

Dù không nói ra nhưng diễn biến kinh tế toàn cầu đang có nhiều bất ổn và quá trình nới lỏng tiền tệ của Trung Quốc, Châu Âu và Nhật Bản sẽ khiến Fed phải hết sức cân nhắc.

Phát biểu với báo giới vào ngày 12/11, Chủ tịch Cục Dự trữ Liên bang Mỹ, bà Janet Yellen đưa ra đại ý nhấn mạnh sự cần thiết phải xem xét lại chính sách tiền tệ đặc biệt mà các ngân hàng trung ương trên thế giới triển khai để đối phó với cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu kể từ năm 2008.

Bà có nói thêm về kinh tế giai đoạn hậu khủng hoảng và cách thức hoạch định chính sách là một cơ hội để đánh giá lại hiệu quả của các công cụ điều hành tiền tệ và tìm hiểu, nắm rõ hơn về tác động của các điều hành mới đối với thị trường.

Hôm 24/11, Bộ Thương mại Mỹ cho rằng GDP của nước này tăng 2.1% hàng năm, không phải 1.5% như báo cáo tháng trước, khi các doanh nghiệp ráo riết đẩy mạnh việc cắt giảm hàng tồn so với trước đó.

Tốc độ tăng trưởng kinh tế, được củng cố bởi việc cân nhắc chi tiêu đối với thiết bị đang gia tăng. Khả năng phục hồi này có thể giúp Fed tin tưởng hơn trong việc nâng lãi suất vào tháng tới.

Trong khi đó, chi tiêu cho tiêu dùng được xem xét giảm xuống đôi chút, với tốc độ duy trì sôi động, cho thấy giới tiêu dùng đang dư dả tiền mặt.

Hôm 25/11, Phòng Thương mại thuộc Cục Phân tích Kinh tế Mỹ công bố số liệu thu nhập cá nhân tháng 10 tăng 0.4%, bằng với dự đoán. Trong khi đó, tiêu dùng hộ gia đình tháng 10 tăng 0.1%, tiếp nối đà tăng 0.1% từ tháng trước đó. Chỉ số tiêu dùng cá nhân (PCE) cũng tăng 0.1%, nằm trong khoảng dự đoán của các chuyên gia trước đó là từ -0.1% đến 0.2%.

Chỉ số core PCE (không tính năng lượng và thực phẩm), không thay đổi. Tính theo năm, chỉ số này đạt 1.3%. Core PCE là chỉ số được Fed sử dụng khi xem xét đà tăng lạm phát cũng như quyết định nâng lãi suất lần đầu tiên trong gần một thập kỷ.

Chris Rupkey, chuyên gia kinh tế tài chính cấp cao tại MUFG Union Bank, New York cho biết: *“Kinh tế tiếp tục dịch chuyển cùng tốc độ tương ứng với tiềm năng. Với đà tăng trưởng như vậy, Fed đã nắm trong tay dữ liệu cần có để thấp lên kỳ vọng nâng lãi suất vào ngày 16/12”*.

Các nhà kinh tế kỳ cựu của ngân hàng Goldmans cùng đồng tình về khả năng Fed tăng lãi suất thêm 1% vào năm sau. Họ dự

đoán Mỹ sẽ tăng trưởng đủ nhanh để thúc đẩy FED tăng lãi suất mỗi quý một lần. Họ lấy dẫn chứng về thị trường lao động được thắt chặt, mức tiêu dùng ổn định và doanh số bán nhà cao hơn cùng mức tăng dành cho chi tiêu của chính phủ.

Nhà kinh tế Jan Hatzius và Zach Pandl đã viết: *“Chúng tôi kỳ vọng nền kinh tế sẽ khai thác được tiềm năng phát triển trong năm sau, “chậm mà chắc” thì sẽ sớm đạt được mục tiêu”*.

Trước kỳ vọng ngày càng gia tăng về việc Fed tăng lãi suất và đồng thời các ngân hàng trung ương lớn khác như ECB, BOJ, BPOC,... theo đuổi chính sách nới lỏng định lượng, chỉ số USD đã tăng lên mức quanh 100 điểm vào cuối ngày 25/11.

Lần cuối cùng FED giữ lãi suất ở mức 1 % là đầu năm 2008, từ sau đó, ngân hàng trung ương này đã giảm lãi suất về gần “0” để vực dậy nền kinh tế trong thời kỳ đại suy thoái.

1.2 Chính sách nới lỏng tiền tệ của Châu Âu, Nhật và Trung Quốc

Tại Châu Âu

Ngân hàng trung ương Châu Âu (ECB) sẽ tiếp tục “nới lỏng tiền tệ” cho tới khi lạm phát khởi sắc và có nghĩa vụ sử dụng tất cả các công cụ trong tay để vực dậy nền kinh tế, theo phát biểu từ ba quan chức cấp cao của ECB. Chủ tịch Mario Draghi tuyên bố rằng, ECB đang cân nhắc các chính sách nới lỏng mới, và sẽ ra quyết định vào cuộc họp tháng 12, dựa trên kỳ vọng lạm phát của các thành viên.

Cho tới thời điểm 13/11, giới đầu tư



gần như chắc chắn rằng Ngân hàng trung ương châu Âu (ECB) sẽ hạ lãi suất cho vay xuống – 0,3% (lãi suất âm) vào kỳ họp ngày 3/12 khi ông Mario Draghi, ra đầu rằng ông sẵn sàng mở rộng chương trình nới lỏng. Ông Draghi cho rằng các nguy cơ đe dọa đến kinh tế khu vực châu Âu là khá rõ ràng cũng như nhấn mạnh rằng, cuộc họp giữa các nhà hoạch định chính sách tháng sau sẽ đưa ra cách nhìn mới về chương trình nới lỏng tiền tệ hiện nay. Lãi suất cho vay lần đầu tiên bị hạ xuống dưới 0% năm ngoái, có nghĩa là khoản tiền gửi vượt quá tỷ lệ dự trữ bắt buộc của các ngân hàng sẽ bị ECB tính phí.

Phó Chủ tịch ECB V. Constancio cho biết, định chế này sẽ vẫn giữ lãi suất thấp và mở rộng bảng cân đối thông qua chương trình mua tài sản khối lượng lớn, cho tới khi lạm phát tăng trưởng đạt mục tiêu.

Chỉ số giá tiêu dùng (CPI) khu vực Eurozone trượt 0.1% trong tháng 9 và dự báo chỉ số này tiếp tục “dậm chân tại chỗ” trong tháng 10.

Trong khi đó, khảo sát của ECB chỉ ra kỳ vọng lạm phát sẽ không đạt được mục tiêu gần 2% cho tới năm 2017.

Ngân hàng trung ương Châu Âu bắt đầu khởi động chương trình mua tài sản với giá trị 60 tỷ Euro (66.42 tỷ USD)/tháng kể từ tháng 3 năm nay, trong nỗ lực kích thích tỷ lệ lạm phát yếu ớt.

Đặc biệt, Chủ tịch ECB, Mario Draghi tuyên bố hôm thứ 6 (20/10) rằng ECB đã sẵn sàng để thúc đẩy lạm phát của khối euro zone và cũng có thể hạ lãi suất để tăng mức độ ảnh hưởng của gói nới lỏng định lượng (QE).

Trong phiên giao dịch ngày 26/11, tỷ giá EURUSD dao động ở mức 1,0625 và vẫn đang trong xu hướng đi xuống.

Hình 4: Tỷ giá EURUSD giảm liên tục từ cuối năm 2014 đã khiến giá cả phê giảm



Nguồn: 123 Global (2015)

123 Global dự báo, đồng EUR sẽ giảm xuống ngang ngửa đồng USD vào tháng 12 tới, khi khác biệt chính sách tiền tệ giữa Fed và ECB ngày một gia tăng. Vào lúc này, Fed nhấn mạnh việc xem xét tăng lãi suất vào cuộc họp FOMC cuối năm, còn ECB lại đang “ám chỉ” có thể tăng cường nới lỏng trong phiên họp chính sách ngày 3/12.

Goldman Sachs Group Inc. dự báo tỷ giá EUR/USD sẽ tụt xuống 1,05 trước thềm cuộc họp ECB ngày 3/12 và năm 2015 kết thúc với sự cân bằng của 2 đồng tiền mạnh.

Tại Nhật Bản

Hôm 30/10, Ngân hàng trung ương Nhật Bản (BOJ) tuyên bố giữ nguyên chính sách tiền tệ, khi Thống đốc Haruhiko Kuroda cam đoan rằng, mức độ nới lỏng hiện tại đủ để đẩy lạm phát đạt mục tiêu 2%. Ông Kuroda vẫn kiên định với quan điểm trong những tháng gần đây rằng, nền kinh tế vẫn khỏe mạnh, với lợi nhuận khu vực doanh nghiệp khởi sắc và thị trường lao động thắt chặt. Đây sẽ là nhân tố kích thích lạm phát, một khi tác động từ giá dầu thấp lu mờ.

Trong phiên họp này, kết quả bỏ phiếu 8/1 thành viên Hội đồng quản trị BOJ thống nhất vẫn tăng cung tiền cơ sở cho nền kinh tế, ở mức 80 nghìn tỷ Yên (\$662 tỷ) hàng năm.

Trước đó, các quan chức chính phủ và Bộ trưởng tài chính Nhật cũng nhận định rằng, tăng cường nói lỏng vào thời điểm này là không cần thiết. Trong khi đó, tranh cãi vẫn nổ ra trong giới chuyên gia.

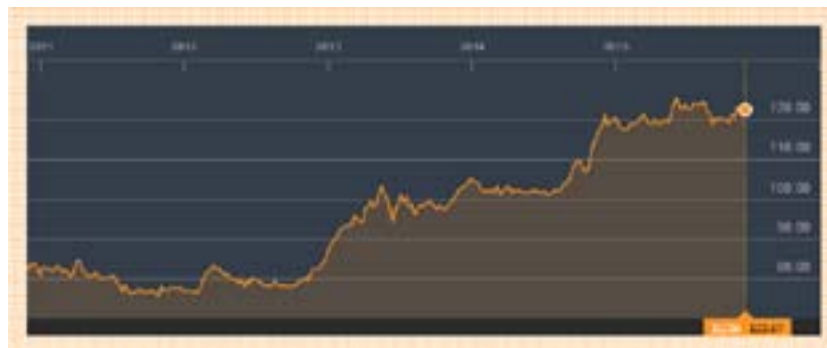
Các nhà kinh tế cũng nhận định, BOJ có thể phải lùi thời điểm dự kiến đạt mục tiêu lạm phát 2% sau tháng 9/2016. Hideo Hayakawa, cựu chuyên gia tại BOJ cho rằng, BOJ sẽ hạ dự báo tăng trưởng lạm phát xuống 0.3% năm 2015 và 1.6% năm 2016, trong khi giá dầu quanh quần ở mức đáy kỷ lục. Nhật công bố chỉ số CPI lõi (không tính giá thực phẩm) đi xuống tháng thứ 2 liên tiếp. Nếu trừ giá thực phẩm và năng lượng, CPI của Nhật tăng 0.9% trong tháng 9.

Biên bản cuộc họp công bố ngày 24/11 cho thấy một số thành viên hoạch định chính sách của Ngân hàng trung ương Nhật Bản (BOJ) tin rằng chênh lệch sản lượng thực tế và sản lượng tiềm năng là một trong những lý do khiến nước này không đạt được mục tiêu lạm phát 2%.

Các số liệu kinh tế gần đây trái chiều. Doanh số bán lẻ sụt giảm đột ngột trong tháng 9. Tuy nhiên, xuất khẩu tăng và sản lượng công nghiệp khởi sắc hơn dự đoán. Sẽ không phải lần đầu tiên BOJ giữ chính sách tiền tệ không đổi, trong khi giảm kỳ vọng BOJ sẽ có phiên họp chính sách tiếp theo vào ngày 18-19/11.

Hiện tại, đồng Yen Nhật đang ở vị thế yếu so với đồng USD trong nhiều năm nay.

Hình 5: Tỷ giá USDJPY vào ngày 26/11/2015



Nguồn: Bloomberg (2015)

Tại Trung Quốc

Tiếp theo các động thái phá giá đồng Nhân dân tệ hồi tháng 8/2015 Ngân hàng Trung ương Trung Quốc (PBOC) vừa hạ lãi suất tham chiếu và giảm tỷ lệ dự trữ bắt buộc cho các nhà băng, nhằm ngăn tăng trưởng giảm sâu, áp dụng từ ngày 24/10.

Sau đó, nhằm hỗ trợ thanh khoản cho các tổ chức tín dụng (TCTD), PBOC lại vừa cắt giảm các mức lãi suất cho vay cơ sở và áp dụng từ ngày 20/11.

Theo đó, lãi suất cho vay qua đêm được giảm xuống còn 2.75%; lãi suất cho vay kỳ hạn 7 ngày giảm xuống 3.25%. Các mức lãi suất trên bắt đầu áp dụng từ ngày 20/11.

Động thái này không phải là bước điều chỉnh chính sách lớn, song nó phát đi tín hiệu Trung Quốc vẫn đang nỗ lực nói lỏng tiền tệ để kích thích kinh tế.

Bloomberg nhận xét những biện pháp nói lỏng này cho thấy quyết tâm của Chính phủ Trung Quốc nhằm đạt mục tiêu tăng trưởng 7% năm nay, dưới sức ép giảm phát, dư thừa công suất và nhu cầu thế giới suy giảm. Đây là lần hạ lãi suất thứ 7 của Trung Quốc kể từ tháng 11/2014.

“Rõ ràng PBOC đang thực hiện nhiệm vụ nói lòng tiền tệ. Và họ đã làm được một năm rồi. Khi nền kinh tế đang mất đà, giảm phát đe dọa khối doanh nghiệp và sự mất cân bằng hạn chế tốc độ tăng trưởng, ngân hàng trung ương đang được chỉ đạo nói lòng thêm nữa. Và dĩ nhiên, việc này còn chưa kết thúc”, George Magnus - cố vấn kinh tế cấp cao tại UBS cho biết.

Quý III vừa qua, GDP Trung Quốc chỉ tăng 6,9% - thấp nhất từ năm 2009. Khi lạm phát chỉ bằng nửa mục tiêu của Chính phủ và chỉ số giá sản xuất đi xuống, rõ ràng các nhà hoạch định chính sách có rất nhiều lý do để nói lòng.

“Giới chức Trung Quốc đang đẩy nhanh tiến độ. Động thái kết hợp giảm lãi suất và hạ tỷ lệ dự trữ bắt buộc cho thấy Bắc Kinh rất kiên quyết kéo nền kinh tế khỏi vũng lầy và khởi động lại cỗ máy tăng trưởng”, Frederic Neumann – trưởng nhóm nghiên cứu kinh tế châu Á tại HSBC nhận xét.

Trung Quốc cần một mức tăng trưởng hàng năm đạt 6.53% trong 5 năm tiếp theo để đáp ứng chỉ tiêu của chính phủ, là tạo dựng một xã hội thịnh vượng vừa phải “moderately prosperous society”, ông Lý Khắc Cường, Thủ tướng Trung Quốc phát biểu hôm 23/10. Ông nhấn mạnh dự báo tăng trưởng yếu kém nhất trong 5 năm tới, cho thấy các nhà lãnh đạo đã sẵn sàng chấp nhận thời kỳ tăng trưởng chậm kể từ khi mở cửa thị trường 3 thập kỷ trước.

Theo ông Lý Khắc Cường, PBOC không nên sử dụng các gói nói lòng định lượng để đẩy tiền tràn ngập thị trường. Lời phát biểu này cho thấy PBOC không ủng hộ hướng đi của Mỹ và Nhật Bản, trong việc mua tài sản để tăng tính thanh khoản và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Bên cạnh đó, Trung Quốc sẽ tránh sử dụng việc phá giá NDT như một công cụ để thúc đẩy xuất khẩu.

Changyong Rhee, giám đốc phụ trách khối Châu Á - Thái Bình Dương của IMF, cho biết rằng ảnh hưởng từ Trung Quốc có thể gây ra đối với các nền kinh tế khác trong khu vực lớn hơn nhiều so

với ước tính. Nhìn vào thực tế thời điểm này, tốc độ tăng trưởng Trung Quốc năm 2015 có thể tiến gần tới mức 7% và “đánh bại” con số 6.8%.

IMF không nhận thấy dấu hiệu suy thoái sau chuỗi tăng trưởng mạnh mẽ của nền kinh tế lớn thứ 2 thế giới. Tuy nhiên, Quỹ tiền tệ quốc tế lo ngại hơn về tác động từ tăng trưởng chậm tại Trung Quốc tới các nước Châu Á khác, bởi mối quan hệ giao thương ngày càng gắn bó trong khu vực. Theo tính toán của IMF, tốc độ tăng GDP của Trung Quốc sụt 1% có thể làm “bốc hơi” 0.3% tăng trưởng toàn Châu Á.

1.3 Sự chao đảo của các thị trường mới nổi

Các thị trường mới nổi, dẫn đầu là Trung Quốc, Nga, Brazil đã và đang đứng trước sự suy giảm kinh tế đáng kể và các đồng nội tệ của các nước này đã mất giá kỷ lục so với đồng USD và các đồng tiền chính khác. Ba vấn đề chính mà các thị trường mới nổi phải đối diện, gồm việc lãi suất tại Mỹ sắp tăng, đồng USD đang lên giá khiến dòng vốn bị rút ra mạnh mẽ và triển vọng kinh tế toàn cầu đang bất ổn hơn bao giờ hết.

Sự phân hóa đang ngày càng hiện rõ giữa các nước xuất khẩu nguyên liệu và xuất khẩu hàng hóa. Đồng tiền của các nước xuất khẩu nguyên liệu đang rơi mạnh so với đồng USD trong vài năm qua và các quốc gia này sẽ đối mặt với thêm nhiều khó khăn khi trả nợ bằng USD.

Ngoài ra, sự mất giá đồng tiền ở các quốc gia này còn trở nên tồi tệ hơn bởi các yếu tố riêng biệt của từng quốc gia, như việc Nga đang bị các lệnh trừng phạt, Malaysia và Brazil gặp bê bối chính trị, Thổ Nhĩ Kỳ gặp rủi ro về an ninh còn Trung Quốc đối diện với nguy cơ suy giảm kinh tế.

Điều kiện kinh tế và rủi ro có thể khác nhau, nhưng các thị trường mới nổi đều có chung một điểm là đang nợ nhiều và sẽ gặp

hiều khó khăn hơn trong việc trả nợ so với trước.

Trong báo cáo cập nhật triển vọng kinh tế toàn cầu 2015 – 2016 của IMF, Kinh tế trưởng Maurice Obstfeld của định chế này nhận định: *“Trong tương lai gần, tăng trưởng kinh tế toàn cầu vẫn tương đối trì trệ và không đồng đều”*.

Các yếu tố đằng sau sự phục hồi trì trệ của kinh tế toàn cầu đó chính là nhu cầu tiêu thụ yếu, già hóa dân số và ở nhiều quốc gia đó còn là căng thẳng chính trị.

IMF khuyến cáo các nền kinh tế mới nổi sẵn sàng cho kịch bản Mỹ chuẩn bị thắt chặt chính sách tiền tệ, đồng thời hối thúc các nền kinh tế phát triển đối phó với những tàn tích khủng hoảng.

Kể từ khi Trung Quốc bắt ngờ phá giá Nhân dân tệ trong tháng 8, các đồng tiền thị trường mới nổi liên tục rớt giá và điều này đã dẫn đến áp lực giảm phát trong khi thế giới lại chưa chuẩn bị tốt để chống chọi với tình trạng này.

Chủ tịch ECB, ông Draghi từng cảnh báo: *“Triển vọng tăng trưởng kinh tế Eurozone vẫn đang đứng trước nguy cơ sa sút, được thể hiện rõ ràng qua những bất ổn ngày càng sâu sắc liên quan đến diễn biến tại các nền kinh tế thị trường mới nổi”*.

Sự sa sút của các thị trường mới nổi là một trong những nguyên nhân khiến Fed bỏ qua cơ hội tăng lãi suất trong tháng 9 và tháng 10. Trong bài phát biểu gây nhiều tranh luận gần đây, thành viên hội đồng thống đốc của Fed – Lael Brainard – đã xem áp lực giảm phát bắt nguồn từ các thị trường mới nổi là nguyên nhân chính chống lại việc thắt chặt chính sách.

Tác nhân dẫn đến lo lắng này là đà giảm giá của các đồng tiền mới nổi, một phần xuất phát từ lo ngại rằng lãi suất cao hơn tại Mỹ sẽ khiến dòng vốn rút khỏi các quốc gia thị trường mới nổi trong bối cảnh các nước này đang vật lộn với khoản nợ nước ngoài khổng lồ.

Tất cả những điều nói trên đều có nguy cơ trở thành một chu kỳ khép kín mà ở đó nỗi lo sợ Fed tăng lãi suất có thể khiến các đồng tiền thị trường mới nổi giảm sâu, qua đó châm ngòi cho mối lo lắng về tình trạng giảm phát và ngăn cản Fed hành động.

“Đó là một phản ứng tiêu cực”, nhận định của ông Robert Rennie, Trưởng bộ phận chiến lược thị trường toàn cầu tại Westpac, Sydney.

Ông cho biết thêm: *“Trung Quốc là người đầu tiên khơi mào với việc phá giá đồng Nhân dân tệ và rủi ro rút vốn khỏi các thị trường mới nổi tiếp tục gây sức ép”*.

1.4 Sự mất giá của các đồng tiền cà phê

Trong bối cảnh đang có nhiều xáo trộn trên toàn cầu và tại các thị trường mới nổi, các nước sản xuất cà phê lớn trên thế giới bao gồm Brazil, Việt Nam, Indonesia và Colombia cũng chịu nhiều tác động, đặc biệt là sự mất giá của các đồng nội tệ.

Về mặt lý thuyết, khi các đồng nội tệ của các nước sản xuất hàng mất giá thì xuất khẩu hàng hóa sẽ hưởng lợi. Tuy nhiên, nguồn cung gia tăng sẽ khiến giá hàng hóa sụt giảm.

Hiện tại, các đồng tiền cà phê đang giảm giá mạnh mẽ và ở vùng thấp kỷ lục so với USD nên giá cà phê đang dao động ở mức thấp trong nhiều năm qua.

1.5 Các yếu tố ảnh hưởng tới giá cà phê khác

Hầu hết các loại hàng hóa đều đang giảm giá xuống vùng thấp nhất trong nhiều năm qua, dẫn đầu là giá vàng và giá dầu. Giá cà phê giảm giá là nằm trong xu thế chung của sự giảm giá của hàng hóa toàn cầu, chứ không phải là do các “thế lực ngầm” hay “đầu cơ” làm giá.

Chỉ số Bloomberg Commodities Index, đo lường diễn biến của thị trường hàng hóa vẫn tiếp tục duy trì ở mức thấp trong 13 năm qua, thấp hơn cả mức đáy của thời kỳ khủng hoảng tài chính toàn

cầu 2008 hay khủng hoảng nợ công ở Eurozone năm 2012. Từ đầu mỏ đến đồng hay đường, có rất ít hàng hóa có thể thoát được kịch bản lao dốc.

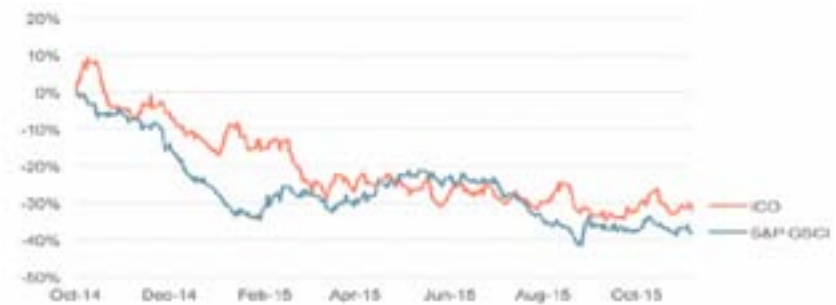
Hình 6: Chỉ số Bloomberg Commodities Index lao dốc



Nguồn: Bloomberg (2015)

Theo Tổ chức cà phê thế giới (ICO), giá cà phê đang đi theo quỹ đạo tương tự như giá hàng hóa toàn cầu, thể hiện qua chỉ số hàng hóa Standard & Poor GSCI. Phần lớn xu hướng giảm chủ đạo này trong năm chủ yếu là do những lo ngại về tăng trưởng kinh tế chậm lại tại Trung Quốc và khả năng tăng lãi suất cơ bản tại Mỹ.

Hình 7: Chỉ số chỉ báo ICO tổng hợp và Chỉ số hàng hóa S&P GSCI

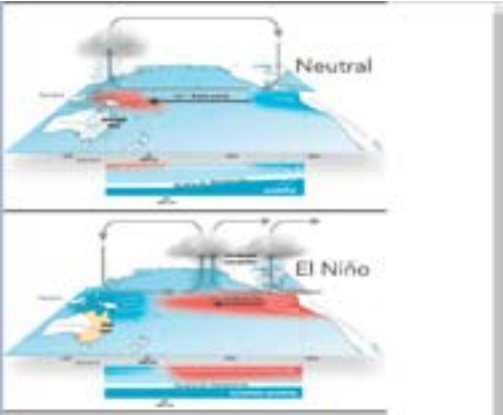


Nguồn: ICO (2015)

2. Thời tiết và biến đổi khí hậu

Hiện tượng thời tiết El Nino năm nay thuộc dạng mạnh nhất kể từ giai đoạn 1997 - 1998, đã gây ra tình trạng hạn hán kéo dài tại khu vực Đông Nam Á và một số vùng và lãnh thổ trên thế giới. Theo đánh giá của Cục khí tượng thủy văn Australia, hiện tượng này sẽ còn kéo dài đến năm 2016.

Hình 8: Hiện tượng El Nino



Nguồn: Viện nghiên cứu quốc tế về thời tiết và xã hội (2015)

Hiện tượng El Nino tác động đến sản xuất nông sản thế giới ngày một rõ nét.

Hiện tượng El Nino đã gây ra tình trạng hạn hán kéo dài tại Thái Lan, vốn là một trong 5 nước xuất khẩu gạo lớn nhất thế giới, đã ảnh hưởng nặng nề đến việc sản xuất và xuất khẩu lúa gạo nước này. Theo ghi nhận mới nhất của Bộ Nông nghiệp Mỹ, sản lượng gạo của Thái Lan thấp nhất trong vòng 10 năm qua và xuất khẩu dự kiến giảm 15% so với cùng kỳ năm 2014.

Ấn Độ, Indonesia, Malaysia... và nhiều quốc gia trong khu vực Đông Nam Á cũng bị ảnh hưởng nặng nề do hạn hán và lượng mưa thấp không đủ cung cấp nước sinh hoạt và tưới tiêu. Ấn Độ, nước sản xuất đường lớn thứ hai trên thế giới đang đứng trước nguy cơ mất mùa đường trong các niên vụ 2015/2016 và 2016/2017.

Việc sản xuất dầu cọ ở Malaysia, sản lượng ca cao ở Tây Phi, cà phê tại Brazil, lúa mì tại Australia... đều bị giảm sút do ảnh hưởng của hiện tượng thời tiết El Nino. Triều Tiên cũng vừa trải qua đợt hạn hán tồi tệ nhất trong vòng 100 năm, làm 30% diện tích lúa của quốc gia này bị khô hạn.

Không tránh khỏi vòng xoáy ảnh hưởng của hiện tượng El Nino, nền nông nghiệp Việt Nam cũng đang gánh chịu nhiều thiệt hại nghiêm trọng. Hàng chục ngàn đất canh tác ở Ninh Thuận, Bình Thuận, Khánh Hòa và Quảng Trị không thể gieo trồng do ảnh hưởng của nắng nóng kéo dài. Hàng ngàn hecta cà phê bị chết cháy ở khu vực Tây Nguyên, khiến cho dự báo sản lượng cà phê bị giảm mạnh. Theo thống kê, ngành trồng trọt Việt Nam đã bị chững lại trong suốt nửa đầu năm 2015 do ảnh hưởng của El Nino.

Nhìn chung, dù hiện tượng El Nino ảnh hưởng nghiêm trọng tới sản lượng nông sản từng quốc gia, nhất là những quốc gia phụ thuộc chủ yếu vào ngành nông nghiệp, nhưng thị trường thế giới vẫn không bị tác động nhiều. Điều này có thể giải thích là lượng

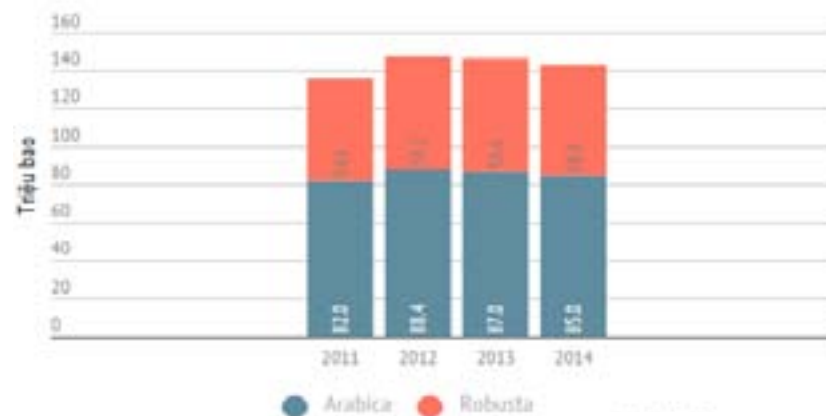
tồn kho các mặt hàng tại nhiều quốc gia còn quá nhiều. Do đó, khi mùa màng thất bát, sản lượng tồn kho sẽ được đem ra phục vụ xuất khẩu. Tuy sản lượng có bị giảm sút, nhưng điều này không gây ảnh hưởng gì nhiều đến thị trường tiêu thụ thế giới trong ngắn hạn nhưng chắc chắn sẽ ảnh hưởng trong dài hạn.

Tại Việt Nam, Chính phủ và Bộ NN-PTNT vừa ban hành Chỉ thị 8718/CT-BNN-TCTL về thực hiện các giải pháp phòng, chống hạn hán, xâm thực mặn năm 2016, đối phó với ảnh hưởng của hiện tượng El Nino. Các diện tích cà phê tại Tây Nguyên đang đối diện với khô hạn giữa mùa mưa và khả năng thiếu nước trên diện rộng trong mùa khô năm nay.

3. Cung cầu cà phê toàn cầu niên vụ 2014/15

Theo Tổ chức Cà phê Quốc tế (ICO) thì sản lượng cà phê thế giới niên vụ 2014/15 ước đạt 143,25 triệu bao loại 60 kg, giảm 2,3% so với niên vụ trước, trong đó sản lượng cà phê Arabica và Robusta đều giảm 2,3%.

Hình 9: Sản lượng cà phê toàn cầu từ 2011 - 2014



Nguồn: ICO (2014)

Bộ Nông Nghiệp Mỹ (USDA) cho biết sản lượng cà phê thế giới niên vụ 2014/15 ước đạt 146,3 triệu bao loại 60kg, giảm so với niên vụ trước (2013/14: 154,3 triệu bao). Nguyên nhân là do năng suất cà phê tại Brazil (51,2 triệu bao) và Việt Nam (28,2 triệu bao) đạt thấp hơn kỳ vọng vì ảnh hưởng hạn hán trong khi dịch nấm gỉ sét lá cũng khiến cho sản lượng cà phê tại Trung Mỹ sụt giảm.

Bảng 2: Sản lượng cà phê niên vụ 2014/2015 giảm so với 2 niên vụ trước, tiêu thụ tăng

	1970/71	1980/81	1990/91	2000/01	2010/11	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16
Production (thousand 60kg bags)									
Brazil	11,000	21,000	31,000	34,100	34,200	37,000	35,000	31,200	32,400
Vietnam	50	77	1,200	15,333	15,418	25,300	25,839	28,107	28,000
Colombia	8,000	13,500	14,500	10,500	8,525	9,007	12,075	12,500	13,000
Indonesia	2,330	3,300	7,400	6,400	6,325	10,300	9,000	8,800	11,000
Ethiopia	2,000	3,200	3,000	2,700	6,125	8,200	8,345	8,475	8,000
Madagascar	545	1,200	1,000	2,821	3,070	4,720	4,400	5,100	5,000
India	1,814	1,877	2,070	5,000	5,000	5,000	5,075	5,100	5,000
Uganda	2,007	2,733	2,700	3,007	3,212	3,600	3,950	3,500	3,600
Peru	1,114	1,175	1,170	2,004	4,700	4,300	4,250	2,800	3,000
Hawaii	3,100	3,800	4,000	4,000	4,000	4,000	3,000	3,000	3,000
Guatemala	1,000	2,700	3,200	4,700	3,000	4,070	3,415	3,275	3,215
Nicaragua	841	871	400	1,010	1,740	1,000	1,000	2,000	2,700
Malaysia	80	80	75	700	1,500	1,400	1,300	1,700	1,800
Cote d'Ivoire	1,200	2,140	2,000	2,000	1,570	1,070	1,400	1,400	1,300
Cote d'Ivoire	3,000	5,000	3,300	5,100	1,000	1,700	1,875	1,400	1,325
Tanzania, United Rep.	800	1,000	700	800	1,000	1,700	800	1,100	1,700
Thailand	10	201	700	1,000	800	800	800	900	900
Kenya	800	1,000	1,400	804	710	800	800	900	900
Papua New Guinea	401	800	904	1,041	800	800	800	810	800
Other	10,400	10,301	10,717	10,077	8,700	7,000	8,700	8,000	8,711
World	30,200	50,174	50,191	117,217	146,817	154,700	154,000	146,200	152,000
Consumption (thousand 60kg bags)									
European Union	n/a	n/a	n/a	n/a	41,300	43,270	41,400	43,875	43,000
United States	n/a	n/a	n/a	n/a	23,300	23,007	23,811	23,974	23,700
Brazil	8,000	7,075	8,000	13,100	16,400	26,710	26,210	26,300	26,000
Japan	n/a	n/a	n/a	n/a	1,070	7,000	7,700	7,775	7,700
Canada	n/a	n/a	n/a	n/a	4,200	4,200	4,000	4,000	4,075
Russian Federation	n/a	n/a	n/a	n/a	4,200	4,200	4,300	4,300	4,340
Philippines	400	432	810	900	3,070	4,400	5,000	5,000	5,000
Indonesia	800	1,230	1,200	1,200	1,000	2,070	2,700	2,000	2,700
Ethiopia	1,170	1,000	1,000	1,007	3,000	3,000	3,100	2,000	2,075
Korea, Rep.	n/a	n/a	n/a	n/a	1,070	1,000	2,100	2,240	2,200
Algeria	n/a	n/a	n/a	n/a	1,070	1,000	2,000	2,100	2,000
Mexico	1,070	1,000	1,000	970	3,470	2,000	2,110	1,940	2,075
Vietnam	31	30	100	417	1,207	1,000	2,000	2,000	2,100
China	n/a	n/a	n/a	n/a	900	1,000	1,700	1,000	1,700
Australia	n/a	n/a	n/a	n/a	1,445	1,000	1,015	1,000	1,000
Thailand	62	110	100	900	900	1,100	1,200	1,340	1,400
Switzerland	n/a	n/a	n/a	n/a	1,270	1,000	1,410	1,420	1,400
Colombia	1,340	1,070	1,070	1,000	1,100	1,200	1,300	1,400	1,300
India	600	607	1,234	900	1,231	1,100	1,200	1,200	1,250
Other	n/a	n/a	n/a	n/a	13,840	14,224	13,842	13,000	13,000
World	n/a	n/a	n/a	n/a	104,000	143,000	143,700	146,075	147,000

Nguồn: USDA (2015)

USDA báo cáo xuất khẩu cà phê thế giới niên vụ 2014/15 ước đạt 104,9 triệu bao. Trong đó Brazil xuất khẩu 32,5 triệu bao do nhu cầu từ Mỹ và Châu Âu mạnh. Việt Nam ước xuất khẩu 25 triệu bao cà phê, Colombia xuất khẩu 11 triệu bao cà phê và Indonesia xuất khẩu 5,1 triệu bao. ICO báo cáo xuất khẩu cà phê niên vụ 2014/15 giảm 3,1% xuống mức 110,75 triệu bao so với mức 114,24 triệu bao ở niên vụ trước. Trong đó, xuất khẩu cà phê Arabica đạt 68,40 triệu bao, giảm so với mức 69,70 triệu bao ở niên vụ trước; xuất khẩu cà phê Robusta đạt 42,35 triệu bao, giảm so với mức 44,53 triệu bao ở niên vụ trước.

Theo ICO, tiêu thụ cà phê toàn cầu năm 2014 ước đạt 149,2 triệu bao loại 60 kg, duy trì tỷ lệ tăng trưởng trung bình 2,3%/năm kể từ năm 2011.

Hình 10: Tiêu thụ cà phê toàn cầu tăng dần trong 4 năm qua (2011 – 2014)



Nguồn: ICO (2015)

Trong khi đó USDA cho biết tổng tiêu thụ cà phê toàn cầu niên vụ 2014/15 ước đạt 145,9 triệu bao.

USDA ước tính tồn kho cà phê toàn cầu cuối niên vụ 2014/15 đạt 33,5 triệu bao.

Bảng 3: Số liệu tồn kho cà phê cuối niên vụ (ending stocks) giai đoạn 2010-2014

	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15
Ending Stocks					
European Union	12,900	10,400	10,845	12,400	12,000
Brazil	2,906	2,238	9,068	10,746	5,757
United States	4,580	5,100	5,450	6,325	5,500
Japan	2,510	2,140	2,880	3,100	3,000
Vietnam	800	1,090	1,946	2,130	2,407
Other	4,924	4,680	4,961	5,289	4,883
Total	28,620	25,648	35,190	39,990	33,547

Nguồn: USDA (2015)

PHẦN 3

Dự báo kinh tế, thời tiết và xu thế giá cà phê



1. Việt Nam: Triển vọng kinh tế, lạm phát và tỷ giá USD/VND

Trong báo cáo Triển vọng Kinh tế Thế giới (WEO) cập nhật ngày 6/10, IMF đã nâng mạnh dự báo tăng trưởng của kinh tế Việt Nam cho năm 2015 và năm 2016.

Theo đó, IMF nhận định tốc độ tăng trưởng kinh tế của Việt Nam sẽ tăng tốc lên mức 6,6% trong năm nay và 6,4% vào năm 2016, sau khi đạt mức 6% năm 2014.

Những con số mới nhất này cao hơn nhiều so với mức dự báo đưa ra hồi tháng 4/2015, trong đó tổ chức này dự báo Việt Nam sẽ chỉ tăng trưởng 6% năm nay và 5,8% năm tới.

Theo IMF, trong khi kinh tế thế giới nói chung và các thị trường đang phát triển khác tăng chậm lại, Việt Nam lại tiếp tục tăng trưởng mạnh lên, một phần nhờ giá dầu giảm và nhu cầu nội địa tăng.

Trước đó, Ngân hàng Thế giới World Bank – WB) cũng nâng dự báo tăng trưởng của Việt Nam từ 6% lên 6,3% cho năm 2015 và từ 6,2% lên 6,3% cho năm 2016.

Con số dự báo cho năm 2016 của 2 tổ chức trên cũng có những trái chiều khi IMF dự báo kinh tế Việt Nam sẽ tăng trưởng chậm lại trong năm tới, còn WB dự báo tăng trưởng mạnh lên.

Dự báo về lạm phát không thay đổi nhiều so với báo cáo trước đó. Trong báo cáo mới nhất của mình, IMF cho rằng lạm phát của Việt Nam sẽ đứng ở mức 2,2% năm nay và 3% năm tới, thấp hơn đôi chút so với mức lần lượt là 2,5% và 3,2% trong dự báo hồi tháng 4.

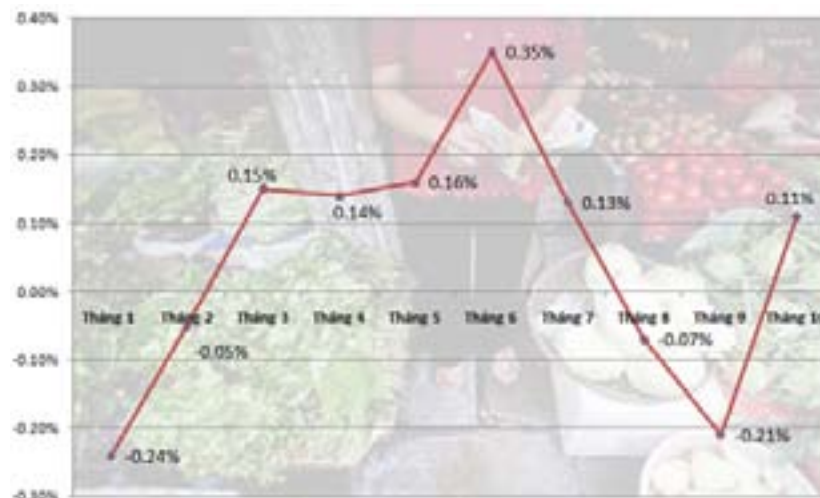
Lạm phát tại Việt Nam tăng nhẹ trong tháng 10 nhưng vẫn đang ở vùng thấp nhất trong nhiều năm qua.

Ủy ban Giám sát Tài chính quốc gia cũng đưa ra dự báo lạm phát năm 2015 xuống dưới 2% do những diễn biến gần đây của giá dầu. Cụ thể: Cơ quan Thông tin năng lượng Mỹ (EIA) đã đưa ra nhận định rằng, giá dầu WTI bình quân sẽ đạt 49 USD/thùng năm 2015 và 50 USD/thùng năm 2016, giảm so với dự báo tháng trước đó là 49,6 USD/thùng và 54,5 USD/thùng. EIA cho rằng vẫn phải tính đến trường hợp xấu nhất khi giá dầu có thể giảm tới mức 32 USD/thùng vào tháng 12/2015.

Lạm phát thấp sẽ giúp tiêu dùng phục hồi tốt hơn, hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp cũng cải thiện hơn. Bên cạnh đó, lạm phát thấp cũng giúp Chính phủ có nhiều dư địa hơn trong các chính sách vĩ mô như giảm lãi suất, đẩy mạnh tăng trưởng tín dụng, qua đó kích thích tăng trưởng kinh tế.

Số liệu vừa được Tổng cục Thống kê công bố cho thấy tính chung từ đầu năm, CPI mới tăng 0,51%, thấp xa so với ngưỡng 5% mà Quốc hội cho phép và mặt bằng giá hiện tương đương cùng kỳ năm ngoái.

Hình 11: Diễn biến chỉ số giá tiêu dùng từ đầu năm đến nay



Nguồn: GSO (2015)

Trong những tháng cuối năm chính sách tài chính tiền tệ trong nước được dự báo không có biến động lớn. Ngân hàng Nhà nước tiếp tục giữ mặt bằng lãi suất cho vay để kích cầu kinh tế gia tăng. Đồng thời cam kết điều hành linh hoạt để ổn định tỷ giá và tín dụng như hiện nay.

Tuy nhiên, trước những bất ổn lớn trên toàn cầu liên quan tới chính sách tiền tệ của các ngân hàng trung ương lớn, đặc biệt là FED và BPOC, cũng như sự biến động mạnh của giá vàng, giá dầu, tỷ giá USD/VNĐ cũng bị ảnh hưởng không nhỏ.

Tháng 11/2015, tỷ giá USD/VNĐ đang dao động mạnh. Tỷ giá USD/VNĐ vào ngày 26/11 mua vào ở mức 22,43 và bán ra ở mức 22,52.

Về mặt lý thuyết, tỷ giá USD/VNĐ tăng sẽ có lợi cho giá cà phê nhân xô và có lợi cho các nhà xuất khẩu cà phê.

Theo thông tin từ Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, kim ngạch xuất khẩu nông lâm thủy sản tháng 11 của cả nước ước đạt 2,57 tỷ USD, đưa giá trị xuất khẩu toàn ngành trong 11 tháng đạt 27,41 tỷ USD, giảm 1,9% so với cùng kỳ năm 2014.

Giảm mạnh nhất đó là ngành hàng cà phê, giảm đến 27,7% về khối lượng và giảm 30,2% về giá trị so cùng kỳ năm 2014. Cụ thể, tháng 11 xuất khẩu cà phê ước đạt 85.000 tấn với giá trị đạt 162 triệu USD, đưa khối lượng xuất khẩu cà phê 11 tháng ước đạt 1,13 triệu tấn với tổng giá trị 2,3 tỷ USD.

2. Dự báo triển vọng kinh tế thế giới năm 2016

Trong báo cáo cập nhật Triển vọng kinh tế thế giới công bố ngày 7/10, IMF dự báo tốc độ tăng Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của kinh tế toàn cầu chỉ đạt 3,3% trong năm nay, giảm 0,1% so với mức dự báo đưa ra hồi tháng Bảy. IMF cũng hạ tốc độ tăng GDP của kinh tế thế giới trong năm 2015 từ 4% xuống còn 3,8%.

Các chuyên gia IMF cho biết việc hạ dự báo tăng trưởng kinh tế toàn cầu trong hai năm 2014 và 2015 xuất phát từ thực trạng hoạt động kinh tế yếu kém trong nửa đầu năm nay, đặc biệt ở Eurozone, Nhật Bản, Trung Đông, các nước Mỹ Latinh và Caribe.

Xung đột địa chính trị ở Ukraine và bất ổn ở Trung Đông khiến giá xăng dầu thế giới tăng cũng là nguyên nhân ảnh hưởng đến các giao dịch thương mại quốc tế, đe dọa tăng trưởng kinh tế thế giới.

Theo nhà kinh tế trưởng của IMF Olivier Blanchard, kinh tế thế giới vẫn đang phục hồi nhưng ở mức rất yếu do sự phát triển không đồng đều giữa các nước.

Báo cáo Triển vọng kinh tế thế giới năm 2016 do tổ chức kinh tế danh tiếng Conference Board có trụ sở tại New York (Mỹ) công bố ngày 9/11 nhận định, tương lai của nền kinh tế thế giới tiếp tục là một ẩn số khó đoán định, với tốc độ tăng trưởng khó có thể thoát khỏi trạng thái “ì ạch” trong 5 năm tới.

Conference Board dự đoán trong năm 2016, tăng trưởng Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của thế giới chỉ đạt 2,8%, mức tăng rất khiêm tốn so với mức 2,5% dự kiến của năm 2015.

Nhiều tổ chức cũng đã đưa ra các dự báo của mình về tốc độ tăng trưởng của 2 nền kinh tế lớn nhất thế giới là Mỹ và Trung Quốc trong năm 2016.

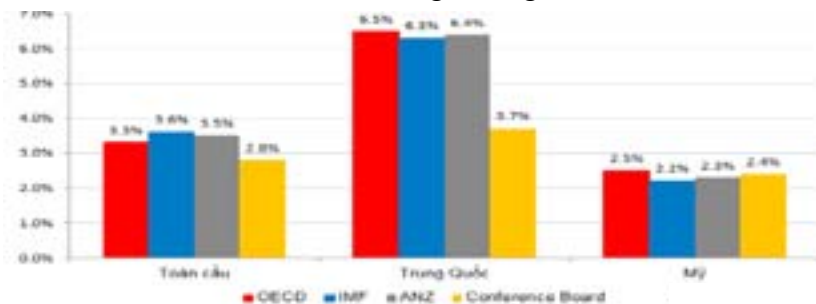
OECD dự báo tăng trưởng năm 2016 của Trung Quốc ở mức 6,5%, IMF và ANZ chỉ dự báo ở gần mức này.

Trong khi đó, Conference Board thậm chí dự báo nền kinh tế lớn thứ 2 thế giới chỉ tăng trưởng 3,7% trong năm 2016.

Đối với Mỹ, dự báo tốc độ tăng trưởng năm 2016 dao động nhẹ trong khoảng 2,2-2,5%. Đây được coi là tốc độ tăng trưởng trung bình của nền kinh tế số 1 thế giới, ít thay đổi so với năm 2015.

Ngân hàng thế giới đã tổng hợp các dự báo cho kinh tế toàn cầu, Mỹ và Trung Quốc như sau:

Hình 12: Dự báo tăng trưởng GDP 2016



Nguồn: WB (2015)

3. Dự báo chính sách của các ngân hàng trung ương lớn

Cục dự trữ liên bang Mỹ - FED:

Gần như chắc chắn Fed sẽ bắt đầu tăng lãi suất điều hòa vốn vào kỳ họp FOMC tháng 12 (vào hai ngày 15 – 16/12) và sẽ duy trì đà tăng lãi suất một cách thận trọng, từ từ trong thời gian sau đó.

Điều này cho thấy xu thế chính của đồng USD là tăng và nếu vậy, về mặt lý thuyết, giá cả hàng hóa, trong đó có cà phê, sẽ suy yếu, kéo dài đà giảm giá của các thị trường này.

Ngân hàng trung ương Châu Âu – ECB:

ECB sẽ có cuộc họp chính sách lãi suất vào ngày 3/12/2015 và nhiều khả năng sẽ quyết định theo đuổi chính sách nới lỏng định lượng, ngược lại hoàn toàn chính sách của Fed.

Các nhà kinh tế đang dự báo ECB duy trì chính sách lãi suất âm trong tương lai gần.

Khủng hoảng tại Bồ Đào Nha, Hy Lạp và các bất ổn tại Trung Đông, Ukraine, Syria sẽ tiếp tục gây bất lợi cho kinh tế Eurozone.

Điều này cho thấy xu thế chính của đồng tiền chung Châu Âu là giảm giá so với USD. Euro giảm giá sẽ tác động xấu lên giá cà phê và nền kinh tế Châu Âu sa sút sẽ không có lợi cho nhu cầu sử dụng cà phê.

Ngân hàng nhân dân Trung Hoa – BPOC:

Kinh tế Trung Quốc phát triển chậm lại và nhiều bất ổn liên quan thị trường chứng khoán sẽ khiến nền sản xuất của thế giới bị ảnh hưởng, kiềm hãm tăng trưởng của thế giới.

Mặt khác, chính sách phá giá đồng nhân dân tệ và chính sách nới lỏng tiền tệ (bao gồm hạ lãi suất và giảm tỷ lệ dự trữ bắt buộc) sẽ là một trong những nguyên nhân khiến thị trường toàn cầu bất ổn, khó đoán.

Trung Quốc là đối tác thương mại lớn của Brazil và Việt Nam nên những chuyển động tại quốc gia có nền kinh tế lớn thứ 2 toàn cầu này chắc chắn sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới nền kinh tế cũng như chính sách tiền tệ của hai quốc gia sản xuất cà phê hàng đầu thế giới.

Trung Quốc cũng đang nổi lên là nhà sản xuất cà phê nhưng trong tương lai 2 – 3 năm tới vẫn chưa tác động nhiều vào cung cầu cà phê toàn cầu.

Ngân hàng trung ương Nhật Bản – BOJ:

Cũng giống như ECB, BOJ đang áp dụng chính sách nới lỏng tiền tệ và đồng Yen Nhật (JPY) đang có vị thế rất yếu so với USD. Chính vì thế, trong năm 2016,

Về mặt lý thuyết, JPY suy yếu sẽ khiến chỉ số USD mạnh thêm và gây tác động tiêu cực tới giá cà phê.

Các thị trường mới nổi

Nền kinh tế của các thị trường mới nổi tiếp tục phụ thuộc vào sự lên xuống của giá hàng hóa và năng lượng cũng như luồng vốn đầu tư từ bên ngoài.

Việc Mỹ sắp tăng lãi suất sẽ ảnh hưởng tới tỷ lệ lãi suất và chính sách tiền tệ tại các thị trường mới nổi, trong đó có Việt Nam. Do đó, thay vì trông đợi vào các nền kinh tế bên ngoài, các thị trường mới nổi cần tập trung vào nền kinh tế nội địa, bảo đảm rằng có một sự ổn định trong nền kinh tế, theo đó, thu nhập của người dân được thúc đẩy bởi hoạt động kinh doanh tốt hơn, giúp mang lại mức lương cao hơn, tạo ra sức mua lớn hơn, và mang lại mức tăng trưởng cao hơn.

Ông Ataman Ozyidirim, Giám đốc nghiên cứu về các chu kỳ kinh doanh và tăng trưởng của Conference Board, nhận định: “Thế giới khó có thể sớm trở lại thời kỳ bùng nổ tăng trưởng như đã từng sau thời kỳ Đại suy thoái. Mô hình tăng trưởng hiện nay gợi nhớ lại thập niên 1980 của thế kỷ trước, khi đó các nền kinh tế chủ chốt đã phải tiến hành cải cách và cơ cấu lại vì những mô hình tăng trưởng của họ đã trở nên lỗi thời. Giờ đây, các công ty nói riêng và các quốc gia nói chung một lần nữa lại cần phải đề ra

Được thành lập vào năm 1916, Conference Board là một tổ chức nghiên cứu độc lập, cộng tác với gần 1.200 công ty quốc doanh và tư nhân cùng nhiều tổ chức khác tại 60 quốc gia.

những chiến lược mới đầy táo bạo thì mới có thể phát triển trong môi trường mới.”

Các thị trường mới nổi và đang phát triển dự kiến đạt mức tăng trưởng 2,9% trong năm 2015, cao hơn chưa tới 1 điểm so với các nền kinh tế phát triển (trước đây, nhóm nền kinh tế non trẻ này thường tăng trưởng cao hơn các nền kinh tế “già cả” từ 4-5 điểm). Điều này phản ánh thực tế nhiều thị trường đang phát triển chủ chốt đang phải hứng chịu đòn dập những cơn gió ngược đến từ bên ngoài lẫn tự tạo ra ở bên trong.

Sang năm 2016, các thị trường mới nổi sẽ có sự cải thiện đôi chút, có thể tăng trưởng 3,5% và tình hình sẽ theo chiều hướng tốt dần lên, đạt mức tăng trưởng trung bình 4% trong giai đoạn 2016-2020, trước khi quay đầu giảm xuống còn 3,6% trong giai đoạn 2021-2025.

Trong khi đó, hôm 19/11, Goldman Sachs Group vừa đưa ra bản đánh giá về các thị trường mới nổi. Theo đó, sau 3 năm đầy thất vọng, thị trường mới nổi chuẩn bị vượt qua thời kỳ đầy khốn khó,

Khi kinh tế tăng trưởng trở lại và đồng nội tệ yếu hơn sẽ giúp loại bỏ tình trạng mất cân bằng kinh tế, “2016 có thể là năm tài sản của thị trường mới nổi chạm đáy và bắt đầu hồi phục”, chiến lược gia Kamakshya Trivedi tại Goldman Sachs cho biết hôm thứ Năm 19/11. “Thị trường mới nổi đang có triển vọng tăng trưởng tốt hơn kể cả khi không thể trở lại thời hoàng kim trong những năm 2000”.

Goldman Sachs cùng nhiều nhà đầu tư tỏ ra lạc quan về các nền kinh tế mới nổi sau khi đồng nội tệ các nước này giảm xuống mức kỷ lục và chứng khoán giảm 51 điểm phần trăm so với chứng khoán các thị trường phát triển trong 3 năm qua.

Goldman Sachs cũng dự đoán các nước đang phát triển sẽ tăng trưởng 4,9% trong năm 2016 so với 4,4% trong năm nay, đánh dấu sự tăng tốc đầu tiên kể từ năm 2010. Tuy tốc độ tăng trưởng này

vẫn chưa như kỳ vọng trong dài hạn, song cũng giúp cải thiện niềm tin của nhà đầu tư trong bối cảnh “bi quan tràn ngập” như hiện nay.

Mặc dù các nước như Colombia, Nam Phi, Thổ Nhĩ Kỳ và Malaysia vẫn cần phải giải quyết tình trạng mất cân bằng tài khoản vãng lai, nhưng các nước khác, kể cả Nga, Ấn Độ và Ba Lan, đã có những tiến bộ đáng kể, đủ để tài sản của các nước này tăng giá. Về khía cạnh định giá, đồng tiền của thị trường mới nổi không còn “đắt đỏ” nữa.

Rủi ro lớn nhất là “sự mất giá đáng kể” của nhân dân tệ, theo Goldman Sachs. USD mạnh lên và tăng trưởng kinh tế Trung Quốc chậm lại có thể khiến các nhà hoạch định chính sách nền kinh tế lớn thứ 2 thế giới này phải cho phép nội tệ giảm giá, gây hiệu ứng lan tỏa đến các thị trường mới nổi khác.

4. Dự báo thời tiết

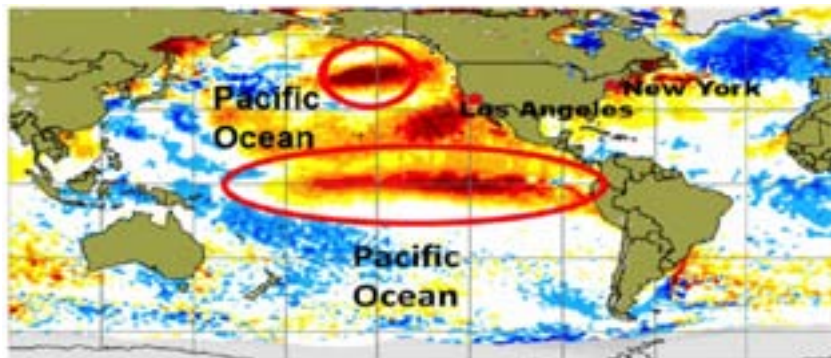
El Nino, hiện tượng mặt nước biển nóng dần lên ở khu vực rìa Thái Bình Dương, gây bất thường đối về thời tiết. Nhiều nước sản xuất cà phê ở quanh vành đai chịu ảnh hưởng của hiện tượng El Nino này, theo đó có thể dẫn đến tình trạng khô hạn tại các nước Đông Nam Á như Việt Nam và Indonesia, tại Châu Mỹ La Tinh là Colombia nhưng lại mang đến thời tiết ẩm ướt nhiều mưa thuận lợi cho quá trình phát triển các vựa cà phê tại Brazil

Theo đánh giá của nhà khí tượng học, tiến sỹ Doug Gillham tại hãng thời tiết The Weather Network, hiện tượng El Nino sẽ đạt đỉnh trong khoảng thời gian từ tháng 12/2015 - tháng 2/2016.

Theo báo cáo tháng 10 của Tổ chức Cà phê Quốc tế (ICO), nhìn về phía trước, do thiếu mưa từ ảnh hưởng hiện tượng El Nino có thể khiến sản lượng cà phê thế giới trong năm tới sụt giảm, đặc biệt thời tiết khắc nghiệt có khả năng ảnh hưởng trực tiếp đến sản lượng cà phê tại Indonesia và Việt Nam.

Theo thông tin cảnh báo từ Vicofa, mùa vụ 2015/16 sản lượng cà phê Việt Nam có thể giảm mạnh do ảnh hưởng của hiện tượng

El Nino ở cường độ mạnh. Các tín hiệu về lượng mưa thấp hơn tại các tỉnh Tây Nguyên và nguồn nước thiếu hụt vào cuối năm nay do hiện tượng thời tiết El Nino đang làm tăng quan ngại sụt giảm sản lượng cà phê niên vụ 2015/16.



Nhìn chung, biến đổi khí hậu và hiện tượng El Nino sẽ có nhiều tác động tới sản xuất nông nghiệp, đời sống của người nông dân và có thể ảnh hưởng tới sản lượng cây trồng. Tuy nhiên, ảnh hưởng thực sự của El Nino như thế nào thì chưa có số liệu thống kê rõ ràng.

5. Dự báo sản lượng cà phê niên vụ 2015/16

USDA dự báo sản lượng cà phê toàn cầu niên vụ 2015/16 phục hồi 6,4 triệu bao so với niên vụ trước lên mức 152,7 triệu bao do sản lượng cà phê đạt kỷ lục tại Indonesia và Honduras cũng như mức phục hồi sản lượng cà phê khiêm tốn từ Brazil.

Xuất khẩu và tiêu thụ cà phê toàn cầu dự báo đạt số liệu kỷ lục, khiến dự trữ cà phê cuối vụ 2015/16 có thể xuống mức thấp nhất trong vòng 4 năm.

Trong một báo cáo vào ngày 25/8/2015, Ngân hàng Rabobank, ngân hàng thương mại lớn và uy tín của Hà Lan, duy trì dự báo sản lượng cà phê toàn cầu niên vụ 2015/16 ước đạt mức 150,4 triệu bao so với mức 142,7 triệu bao ở niên vụ 2014/15. Tuy

nhien, ngân hàng này tăng ước tính thiếu hụt nguồn cung cà phê toàn cầu niên vụ 2015/16 lên 1,9 triệu bao từ mức 1,5 triệu bao theo ước tính vào tháng 4 năm nay.

Sau đó vào ngày 26/8/2015, Công ty Volcafe dự báo nguồn cung cà phê toàn cầu trong niên vụ 2015/16 sẽ thiếu hụt khoảng 3,5 triệu bao khi sản lượng ước đạt 149,6 triệu bao theo dự báo của E D & F Man, công ty mẹ của Volcafe.

Mới đây, Rabobank vừa cập nhật đánh giá của mình, họ dự báo rằng niên vụ 2015/2016 thế giới thiếu hụt thêm 800.000 bao, lên mức 2,7 triệu bao, lý do là El Nino đang hoạt động mạnh thực sự và gây nên tình trạng khô hạn tại các nước sản xuất chính.

Theo Rabobank, các vùng trồng cà phê Mexico và Trung Mỹ đang khá khô, đặc biệt khi đang trong thời kỳ hoa cần nước để kết trái, buộc chúng tôi phải hạ ước báo sản lượng niên vụ 2015/2016 xuống, trừ Honduras là nước có sự gia tăng sản lượng.

Về sản lượng cà phê Brazil niên vụ 2015/16 có nhiều dự báo khác nhau của các tổ chức uy tín trong ngành cà phê, dao động trong khoảng 40 - 50 triệu bao.

Trong báo cáo giữa năm (tháng 6/2015), USDA dự báo sản lượng cà phê Arabica niên vụ 2015/16 của Brazil tăng 3,8 triệu bao lên 38,0 triệu bao do điều kiện thời tiết thuận lợi trong hầu hết giai đoạn phát triển hoa và kết hạt dù trong tháng 1/2015 thời tiết khô hạn hơn mức trung bình tại bang các bang Minas Gerais, Sao Paulo - hai bang chiếm khoảng 80% tổng sản lượng cà phê Brazil. Điều này trái ngược với năm ngoái hạn hán kéo dài và nhiệt độ cao khiến sản lượng cà phê giảm mạnh dù ở năm được mùa theo chu kỳ năm được năm mất.

Sản lượng cà phê Robusta của Brazil niên vụ 2015/16 dự báo giảm 2,6 triệu bao xuống mức 14,4 triệu bao do năng suất giảm do lượng mưa dưới mức trung bình và nhiệt độ trên mức trung bình tại bang Espirito Santo, nơi đa số trồng cà phê Robusta.

Tổng sản lượng gồm cả phê Arabica và Robusta của Brazil niên vụ 2015/16 dự báo tăng 1,2 triệu bao ước đạt 52,4 triệu bao. Tuy nhiên tổng nguồn cung cả phê vẫn giảm do dự trữ cả phê chuyển vụ từ năm ngoái giảm.

Mới đây, theo báo cáo ngày 16/11/2015 của USDA, Văn phòng Thương mại Nông nghiệp (ATO) thuộc Tổng Lãnh sự quán Mỹ tại Sao Paulo, Brazil đã điều chỉnh ước tính sản lượng cà phê Brazil niên vụ 2015/16 xuống mức 49,4 triệu bao loại 60kg, giảm 9% so với ước tính điều chỉnh niên vụ 2014/15 (54,3 triệu bao), nguyên nhân điều chỉnh giảm do năng suất đạt dưới mức trung bình và kích cỡ hạt cà phê nhỏ tại một số vùng trồng cà phê. Sản lượng cà phê Arabica ước đạt 36,1 triệu bao trong khi sản lượng cà phê Robusta ước đạt 13,3 triệu bao.

Giai đoạn thu hoạch cà phê niên vụ 2015/16 tại Brazil đã hoàn thành trong tháng 10. Báo cáo của ngành cà phê địa phương cho biết kích cỡ hạt cà phê năm nay dưới mức trung bình so với niên vụ trước và chất lượng hạt cà phê chịu ảnh hưởng bởi thời tiết có mưa trong giai đoạn thu hoạch ở một số khu vực.

Bảng 4: Sản lượng cà phê Brazil tính theo bang/khu vực từ niên vụ 2011/12 đến niên vụ 2015/16

Brazilian Coffee Production (Million 60-kg bags)					
State/Variety	MY 11/12	MY 12/13	MY 13/14	MY 14/15	MY 15/16
Minas Gerais	23.50	29.50	29.40	26.00	25.30
Southwest	11.50	15.70	15.00	14.00	12.20
Central-western	4.50	6.40	5.50	6.20	5.50
Southeast	7.50	7.40	8.90	5.80	7.60
Espirito Santo	13.50	15.20	15.80	16.40	13.00
Arabica	2.70	3.00	3.50	3.30	3.10
Robusta	10.80	12.20	12.30	13.10	9.90
Sao Paulo	4.10	5.40	4.60	4.60	4.30
Parana	1.90	1.80	1.70	1.00	1.20
Others	6.20	5.70	5.70	6.30	5.60
Arabica	2.50	2.40	2.60	2.40	2.20
Robusta	3.70	3.30	3.10	3.90	3.40
Total	49.20	57.60	57.20	54.30	49.40
Arabica	34.70	42.10	41.80	37.30	36.10
Robusta	14.50	15.50	15.40	17.00	13.30

Source: ATO/Sao Paulo

Nguồn: ATO/Sao Paulo, Brazil (2015)

Bảng 5: Thống kê dự báo sản lượng cà phê Brazil niên vụ 2015/16

Tên tổ chức	Thời gian dự báo	Mức dự báo (triệu bao)	Thời gian cập nhật dự báo	Mức cập nhật dự báo
Conab	09/6/2015	44,3	29/9/2015	42,15
Neumann	02/6/2015	47,8		
Guaxupe	29/5/2015	50,0		
Terra Forte	26/5/2015	47,28	14/8/2015	47,28
Safras&Mercado	14/5/2015	50,4	19/8/2015	50,4
USDA	12/5/2015	52,4	16/11/2015	49,4
Volcafe	28/7/2015	50,4	26/8/2015	48,3
Marex Financial	27/4/2015	49,0		
Mercon Group	27/4/2015	50,1		
Wolthers Douque	09/4/2015	45,6		
Comexim	01/4/2015	48,6		
INTL FCStone	25/3/2015	44-45,5		
Ecom Trading	13/3/2015	49,75		
Cecafe Brazil	12/3/2015	40,3-43,25		
NCC Brazil	31/7/2015	40,3 - 43,25	19/8/2015	40,3
Terra Corretora			06/8/2015	45,0 - 47,0
Procafe	3/2015	41,0 - 43,0	05/8/2015	Thấp hơn 20% - 30% so với dự báo tháng 3/2015
IBGE	10/10/2015	42,8	10/11/2015	43,76
Commmerzbank			12/8/2015	40,0
Intelligent Coffee Insights			13/8/2015	46,1
Rabobank	4/2015	48,5	25/8/2015	48,5

Nguồn: 123 Global (2015)

Nhìn tổng quan, giới phân tích cho rằng căn cứ các ước tính gần đây thì con số gần 48 triệu bao có thể dễ thành hiện thực và như thế nguồn cung cà phê Brazil niên vụ 2015/16 có thể thiếu hụt gần 4 triệu bao.

Các dự báo nêu ra chỉ là số liệu tham khảo và có tác động tới giá cà phê trong từng thời điểm khác nhau. Hiện tượng El Nino đang là một trong những yếu tố tác động mạnh tới sản lượng thực tế của các nước sản xuất cà phê trong khi sự gia tăng dân số, đặc biệt là quyết định bỏ chính sách 1 con của Trung Quốc có thể làm gia tăng nhu cầu sử dụng cà phê trong tương lai.

ATO tại São Paulo ước tính tồn kho cà phê cuối niên vụ 2015/16 của Brazil đạt 5,2 triệu bao, giảm 4,2 triệu bao so với niên vụ trước.

Vào ngày 31/3/2015, CONAB công bố khảo sát tồn kho cà phê tư nhân năm 2015, gồm tồn kho trong người trồng cà phê, các hợp tác xã, nhà xuất khẩu, nhà rang xay và ngành chế biến cà phê hòa tan. Tồn kho cà phê tư nhân ước đạt 14,37 triệu bao, giảm 65 so với niên vụ trước (15,22 triệu bao).

Bảng 6: Tồn kho cà phê tư nhân tại Brazil

Brazilian Private Coffee Carry-Over Stocks (60-kg Bags)						
	Mar 31, 2013 - 2012 crop		Mar 31, 2014 - 2013 crop		Mar 31, 2015 - 2014 crop	
	Arabica	Conillon	Arabica	Conillon	Arabica	Conillon
Industry	2,011,060	747,097	982,826	356,836	1,355,135	494,815
Roasters	1,989,992	667,720	932,035	275,748	1,295,319	299,020
Soluble	21,068	79,377	50,791	81,088	59,816	195,796
Exporters	1,517,667	208,684	2,989,296	197,656	2,938,293	276,280
Cooperatives	6,007,017	363,035	5,744,444	152,474	5,336,967	158,968
Others	2,830,366	253,349	4,446,601	347,439	3,352,626	455,962
Total	12,366,110	1,572,165	14,163,167	1,054,405	12,983,021	1,386,026
Grand Total	13,938,275		15,217,572		14,369,047	

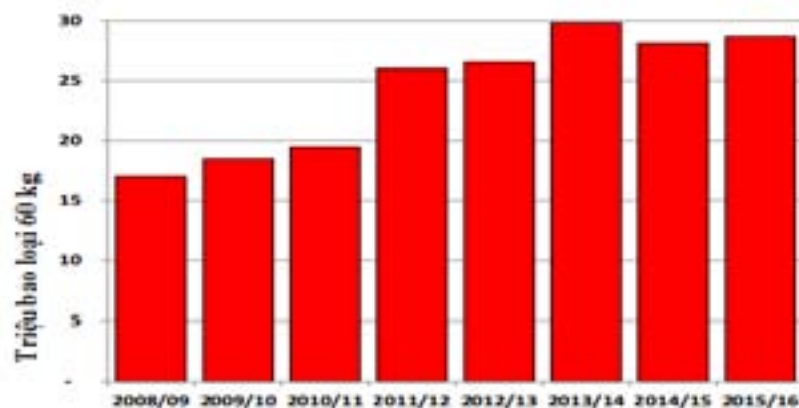
Source: CONAB, Annual Carry Over Stock Surveys - Reference Month = March 31st.

Nguồn: CONAB (2015)

Về sản lượng cà phê Việt Nam, trong báo cáo thường niên của USDA vào giữa năm 2015, Bộ Nông nghiệp Mỹ dự báo trong niên vụ 2015/16 Việt Nam sẽ sản xuất khoảng 28,6 triệu bao (tương đương 1,7 triệu tấn), tăng 400.000 bao so với niên vụ trước, nguyên nhân tăng sản lượng do năng suất cà phê cải thiện nhờ điều kiện thời tiết thuận lợi.

Trong giai đoạn từ tháng 1 đến tháng 3 năm 2015, các vùng trồng cà phê chính tại Tây Nguyên trải qua thời tiết khô ráo và có nắng, điều kiện thời tiết thường thấy trong giai đoạn này, thuận lợi cho cây cà phê được tưới tiêu. Mùa mưa bắt đầu như kỳ vọng vào tháng 4, lượng mưa dù thấp hơn mấy năm trước song vẫn thuận lợi để các vựa cà phê ra hoa và phát triển hạt bình thường, xoa dịu quan ngại thiếu nguồn cung nước và hạn hán. Diện tích trồng cà phê ước tính gần như không thay đổi so với năm ngoái sau khi có sự mở rộng diện tích khá khiêm tốn ở các tỉnh Lâm Đồng và Đắk Lắk trong khi diện tích thu hẹp ở tỉnh Gia Lai do sự cạnh tranh của cây tiêu.

Hình 13: Sản lượng cà phê Việt Nam qua các năm theo USDA



Nguồn: USDA (2015)

Hiện nay, Hiệp hội Cà phê Ca cao Việt Nam (Vicofa) dự báo sản lượng cà phê Việt Nam niên vụ 2015/16 sẽ giảm xuống mức 22,2 triệu bao, giảm khoảng 20% so với niên vụ trước do ảnh hưởng hiện tượng El Nino.

Theo khảo sát của hãng tin Reuters vào tháng 7/2015, sản lượng cà phê của Việt Nam trong niên vụ 2015/16 sẽ đạt khoảng 28,8 triệu bao.

Vào ngày 28/8/2015, căn cứ những chuyển khảo sát thực tế tại các nông trường cà phê, Công ty Volcafe đã hạ dự báo sản lượng cà phê Việt Nam năm nay xuống 30,0 triệu bao, giảm 600.000 bao so với ước tính vào tháng 3/2015 song vẫn cao hơn mức sản lượng 27,4 triệu bao trong niên vụ 2014/15.

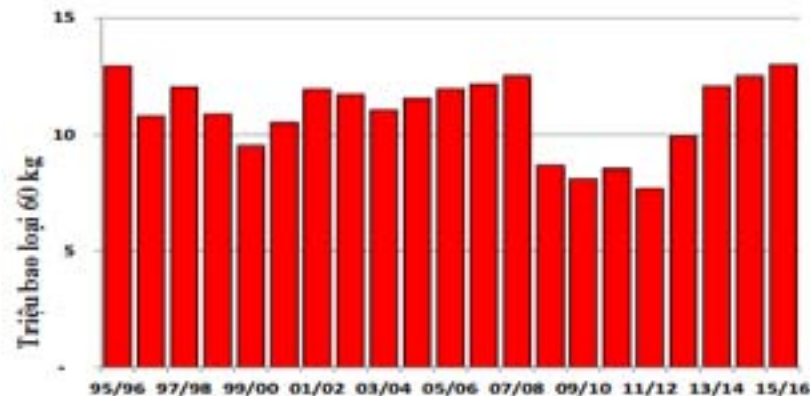
Xu thế giảm giá chung của thị trường cà phê Robusta kéo dài hơn một năm qua khiến cho một bộ phận người nông dân ở Việt Nam xem xét việc đẩy mạnh việc tái canh cà phê hoặc chuyển đổi trồng hồ tiêu để có nguồn thu nhập thay thế. Xu thế giảm một số diện tích cà phê để trồng hồ tiêu trong người nông dân có thể đe dọa sản lượng cà phê robusta trong những năm tới. Việt Nam là nước sản xuất hồ tiêu lớn nhất thế giới, đồng thời là nước cung ứng cà phê Robusta lớn nhất thế giới.

Tuy nhiên, sản lượng cà phê giảm mạnh tại Việt Nam là điều chưa thể xảy ra sớm. Theo đánh giá của Carlos Mera, một nhà chiến lược hàng hóa tại Ngân hàng Rabobank International ở London, năng suất đang tăng dần trong khi nhu cầu tiêu thụ cà phê Robusta toàn cầu cũng tăng. “Người nông dân sẽ không phá bỏ một tỷ lệ lớn cà phê để trồng cây tiêu,” Mera cho biết. “Sản lượng cà phê Việt Nam có thể tăng lên mức 29,4 triệu bao trong niên vụ 2015/16”.

Về sản lượng cà phê của Colombia niên vụ 2015/16, theo báo cáo giữa năm, USDA dự báo mức tăng 500.000 bao lên mức 13,0 triệu bao, mức cao nhất trong vòng 2 thập kỷ qua sau vài năm sản lượng dưới mức trung bình do dịch nấm gỉ sét lá cà phê tràn

lan và sâu đục thân cà phê tàn phá. Dịch nấm gỉ sét lá ban đầu ảnh hưởng khoảng 40% diện tích cà phê như sau đó giảm đáng kể nhờ chương trình trồng lại cà phê hoàn thành được gần một nửa tổng diện tích. Colombia chủ yếu sản xuất cà phê arabica dịu sạch, là nước sản xuất cà phê arabica lớn thứ hai thế giới, sau Brazil.

Hình 14: Biểu đồ sản lượng cà phê Colombia qua các năm



Nguồn: USDA (2015)

Ngày 04/8/2015, Bộ Tài chính Colombia dự báo sản lượng cà phê niên vụ 2014/15 của Colombia đạt 13 triệu bao, khá sát với dự báo của nhiều tổ chức uy tín ở địa phương, trong đó có Liên đoàn Người trồng cà phê Colombia (FNC) dự báo mức sản lượng khoảng 12,5 - 13 triệu bao. Chú ý rằng sản lượng cà phê 6 tháng đầu năm nay của Colombia đã đạt 6.246.000 bao.

Gần đây xuất hiện nhiều bình luận về ảnh hưởng của hiện tượng El Nino đối với các vùng trồng cà phê Colombia có thể tác động đến sản lượng cà phê năm nay, nhưng sản lượng cà phê Colombia liên tục tăng ổn định trong nhiều năm qua cho nên chỉ khi xảy ra điều kiện thời tiết khô hạn hơn bình thường trong thời gian kéo dài thì mới có thể làm giảm đáng kể sản lượng cà phê của nước này.

Theo FNC, có khoảng 3,4 tỷ cây cà phê mới đã được trồng trong chương trình thay thế cà phê già cỗi trong vòng 6 năm qua và kết quả chương trình này đang ảnh hưởng tích cực đến năng suất trung bình của các nông trường cà phê. Năng suất trung bình bao gồm sự kết hợp cà phê già cho năng suất thấp hơn cộng với cà phê mới có sức kháng bệnh cao cho năng suất cao hơn trong vòng 15 năm với kết quả trung bình 1.120 kg/héc-ta. Chương trình trồng lại cà phê ở Colombia vẫn tiếp tục, theo đó nhiều nông trường cà phê đã được trồng lại trong hai năm qua sắp cho sản lượng, do đó nếu không có yếu tố thời tiết tiêu cực không lường trước thì có thể năng suất cà phê trung bình sẽ tiếp tục cải thiện. Từ đó, khả năng sản lượng cà phê hàng năm của Colombia hiện nay đạt mục tiêu 13 triệu bao thì vẫn có thể đạt mục tiêu 15 triệu bao trong vòng 3-4 năm tới.

Mới đây nhất theo báo cáo ngày 10/11/2015 của USDA, sản lượng cà phê Colombia có thể vượt kỳ vọng do ảnh hưởng từ hiện tượng thời tiết El Niño ở mức độ thấp. Dù có dấu hiệu cho thấy tình trạng hạn hán do El Niño có thể nghiêm trọng hơn trong năm 2016, ảnh hưởng tiêu cực đối với sản xuất cà phê tại Colombia có thể hạn chế.

Vì thế, dự báo sản lượng cà phê Colombia niên vụ 2015/16 được điều chỉnh tăng từ mức 12,7 triệu bao lên mức 13,4 triệu bao loại 60 kg. Sản lượng cà phê Colombia sẽ đạt mức kỷ lục chưa từng thấy kể từ đầu thập niên 1990 do chương trình tái canh đạt thành công lớn với giống cà phê có sức kháng bệnh rỉ sét lá và điều kiện thời tiết thuận lợi. Chương trình tái canh cà phê có sức kháng bệnh rỉ sét lá đã đạt gần 70% tổng diện tích cà phê tại Colombia. Liên đoàn Người trồng Cà phê Colombia (FEDECAFE) ước tính năng suất cà phê trung bình tăng lên 15 bao/ha từ mức 10 bao/ha cách đây 5 năm. Đây là kết quả trực tiếp của chương trình tái canh cà phê và do độ tuổi trung bình của cây cà phê giảm từ 15 năm

xuống 7 năm. Chương trình tái canh cà phê có sức kháng bệnh rỉ sét lá và điều kiện thời tiết bình thường đã giúp cho năng suất cà phê duy trì mạnh.

Ngành cà phê Colombia đã phát triển mạnh mẽ từ năm 2011, nhờ vào các giải pháp hỗ trợ quyết liệt và kịp thời của Chính phủ. Việt Nam cần phải học tập cách làm của Colombia để cải cách ngành cà phê.

Theo 123 Global

Bảng 7: Sản lượng cà phê Colombia ngày càng phục hồi nhờ chương trình tái canh cà phê

MONTH	MY 2008/09 (1,000 bags)	MY 2009/10 (1,000 bags)	MY 2010/11 (1,000 bags)	MY 2011/12 (1,000 bags)	MY 2012/13 (1,000 bags)	MY 2013/14 (1,000 bags)	MY 2014/15 (1,000 bags)
DEC	939	944	807	656	651	1,098	1,001
JAN	931	760	979	843	770	1,111	1,111
FEB	1,103	821	1,044	755	964	1,111	1,086
MAR	876	515	908	555	872	1,011	1,088
APR	868	648	764	571	623	876	1,029
MAY	755	629	779	576	617	826	800
JUN	549	647	523	580	970	832	924
JUL	702	822	671	689	913	1,090	1,585
AUG	683	780	871	714	911	944	1,280
SEP	542	787	130	668	1,011	1,236	1,463
OCT	597	615	466	565	770	1,151	1,564
NOV	467	530	439	519	860	922	1,058
Total	8,664	8,098	8,823	7,653	9,927	12,114	13,833

Nguồn: FEDECAFE (2015)

Mức sản lượng nêu trên vượt mức trung bình lịch sử 12 triệu bao, cho thấy sự phục hồi hoàn toàn sau ảnh hưởng tồi tệ của dịch rỉ sét lá cà phê giai đoạn 2008 – 2012. Sản lượng cà phê niên vụ 2014/15 đã vượt mức 12 triệu bao thiết lập vào năm 1994.

Cho dù điều kiện thời tiết hạn hán nghiêm trọng do hiện tượng El Niño đã không thành hiện thực như dự báo, người trồng cà phê và quan chức chính phủ vẫn thận trọng và tiếp tục theo dõi những chuyển đổi mô hình thời tiết. Tuy nhiên, hạn hán ở mức độ nhẹ ảnh hưởng đến sản xuất cà phê trước giai đoạn thu hoạch cà phê từ tháng 4- tháng 6 vô tình khiến cho cây cà phê phát triển ít lá hơn và nhiều trái hơn. Ngoài ra, tình trạng hạn hán đó không

hỗ trợ cho dịch rỉ sét lá lan tràn và loại bỏ ảnh hưởng tiêu cực của dịch bệnh này đến sản xuất cà phê. Tuy nhiên, nếu hạn hán nghiêm trọng kéo dài sẽ gây ảnh hưởng nghiêm trọng và vẫn là mối quan ngại.

Dù điều kiện thời tiết thuận lợi hỗ trợ sản xuất phục hồi, tình trạng thiếu lực lượng lao động nông nghiệp và lương tối thiểu tăng lên cũng làm tăng chi phí sản xuất, ảnh hưởng đến việc kiểm soát côn trùng gây hại như sâu đục trái cà phê. Chi phí đầu tư (nhân công, phân bón, kiểm soát côn trùng) chăm sóc cà phê tăng lên cùng với giá cà phê xuống thấp khiến cho thu nhập từ cà phê của người nông dân từ đó cũng ảnh hưởng.

Tồn kho cà phê đầu niên vụ 2015/16 của Colombia sẽ giảm xuống mức 536.000 bao do xuất khẩu cà phê tăng so với niên vụ trước do đồng peso suy yếu và tính cạnh tranh cà phê Colombia cải thiện trên thị trường quốc tế. Tồn kho cà phê cuối niên vụ 2015/16 sẽ giảm xuống mức 311.000 bao do không có chính sách hoặc cơ sở hạ tầng để dự trữ cà phê dài hạn và do đồng peso giảm giá so với đồng USD kích thích thương mại cà phê Colombia.

Các nước Trung Mỹ và Mê-hi-cô chiếm 1/5 sản lượng cà phê arabica thế giới. Dịch nấm gỉ sét lá cà phê tiếp tục ảnh hưởng xấu đến sản lượng cà phê của hầu hết các nước trong khu vực này. USDA dự báo sản lượng cà phê khu vực này tăng 750.000 bao lên mức 16,7 triệu bao trong niên vụ 2015/16, chủ yếu do sản lượng cà phê Honduras dự báo tăng lên mức kỷ lục 5,9 triệu bao, nhờ bộ phận các vựa cà phê có sức kháng bệnh gỉ sét lá khá tốt trong chương trình trồng mới cà phê gần đây đã đến giai đoạn trưởng thành và cho năng suất. Sản lượng cà phê Nicaragua dự báo tăng 5% lên mức 2,2 triệu bao do điều kiện thời tiết thuận lợi trong giai đoạn trổ hoa cũng như chương trình trồng mới cà phê đem lại kết quả tốt. Sản lượng cà phê các nước Mê-hi-cô, Guatemala và El Salvador kỳ vọng không thay đổi, lần lượt ở mức 3,3 triệu bao,

3,2 triệu bao và 700.000 bao trong niên vụ 2015/16 do các nước này tiếp tục đối phó với dịch nấm gỉ sét lá và sản lượng đạt dưới mức trước khi xảy ra nạn dịch này. Trong khi đó, sản lượng cà phê Costa Rica dự báo giảm gần 5% xuống 1,4 triệu bao do lượng mưa hạn chế gây trở lại cho quá trình cà phê ra hoa dẫn đến năng suất giảm trong năm thứ hai liên tiếp.

Hình 15: Sản lượng cà phê các nước Trung Mỹ qua các năm theo USDA



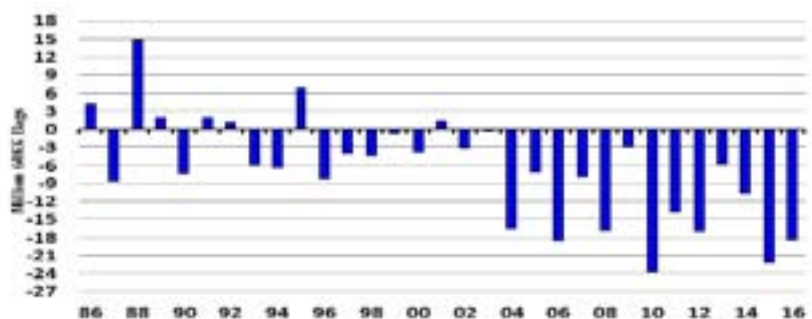
Nguồn: USDA (2015)

Đối với các nước sản xuất cà phê khác, theo báo cáo giữa năm USDA, dự báo sản lượng cà phê **Indonesia** niên vụ 2015/16 tăng 2,2 triệu bao lên mức kỷ lục 11,0 triệu bao do điều kiện thời tiết thuận lợi trong giai đoạn cà phê ra hoa và kết hạt, dù quá trình thu hoạch ở một số khu vực có thể bị chậm do mưa đến trễ hơn kỳ vọng. Năng suất cà phê hai mùa trước đạt thấp do mưa lớn trong thời kỳ kết hạt cà phê. Indonesia là nước sản xuất cà phê robusta lớn thứ ba thế giới, sau Việt Nam và Brazil.

Tuy nhiên, theo báo cáo ngày 15/11/2015, USDA cho biết năng suất cà phê Indonesia kỳ vọng giảm trong niên vụ 2015/16 do thời tiết khô hạn bởi hiện tượng El Nino. Trong đó chủ yếu cà phê robusta có thể tránh được ảnh hưởng tồi tệ nhất của tình trạng khô hạn do cà phê robusta được thu hoạch trước giai đoạn khô hạn bắt đầu vào tháng 7/2015 nhưng cà phê arabica thì chịu ảnh hưởng đáng kể do thời tiết khô hạn bất thường. Sản lượng cà phê robusta niên vụ 2015/16 kỳ vọng không thay đổi ở mức 9,3 triệu bao tương đương cà phê hạt, sản lượng cà phê arabica giảm 10% ước đạt 1,305 triệu bao. Tổng sản lượng cà phê niên vụ 2015/16 của Indonesia dự báo đạt 10,6 triệu bao.

Ngoài ra, USDA còn dự báo sản lượng cà phê **Ấn Độ** niên vụ 2015/16 tăng 100.000 bao lên mức 5,2 triệu bao chủ yếu do sản lượng cà phê robusta tăng tại Karnataka, bang sản xuất cà phê lớn nhất nước này. Trong khi đó sản lượng cà phê arabica của Ấn Độ trong cùng niên vụ dự báo gần như không thay đổi sau mức giảm 15% trong năm ngoái do thời tiết khác nghiệt. USDA cũng dự báo sản lượng cà phê **Ethiopia** không thay đổi ở mức 6,5 triệu bao, mức sản lượng được duy trì suốt 4 năm qua. Ethiopia là nơi bắt nguồn cà phê arabica, là nước sản xuất cà phê lớn nhất Châu Phi và lớn thứ bảy tính trên toàn thế giới.

Hình 16: Cán cân cà phê thế giới = Sản lượng – Tiêu thụ



Nguồn: USDA (2015)

Nhìn chung bức tranh cung cầu cà phê cho thấy khả năng niên vụ cà phê 2015/16 thế giới có thể thiếu hụt nguồn cung cà phê ở năm thứ 3 liên tiếp.

6. Dự báo xu hướng giá cà phê

Về mặt phân tích cơ bản:

Đồng USD mạnh và các đồng tiền khác, đặc biệt là các đồng nội tệ của các nước sản xuất cà phê suy yếu sẽ gây bất lợi lớn cho giá cà phê.

Sự suy yếu của các thị trường hàng hóa toàn cầu, trong đó giá vàng và giá dầu thấp, sẽ tác động tiêu cực lên thị trường cà phê.

Giảm phát lan rộng tại nhiều nước cũng góp phần đẩy giá cà phê xuống thấp.

Hiện tại, giá cà phê kỳ hạn (Arabica và Robusta) đã giảm quá nhiều trong năm 2015 và đã ngang giá với mức giá sản xuất nền tốc độ giảm có thể từ từ. Tại Việt Nam, giá cà phê nhân xô giảm chậm hơn giá cà phê kỳ hạn nhưng nếu duy trì mức dưới 35 triệu/tấn trong vài tháng nữa thì lực bán hàng sẽ tăng mạnh, gây tổn thương cho giá cà phê kỳ hạn. Sức kháng giá đã duy trì sự ổn định của giá cà phê trên 35 triệu/tấn trong năm 2015 có thể bị lung lay vì nhiều nhà kinh doanh sẽ không đủ tiềm lực tài chính để giữ hàng.

Nguồn cung cà phê toàn cầu thiếu hụt cũng có thể ảnh hưởng có lợi cho giá cà phê. Tuy nhiên, tồn kho cà phê cuối vụ 2014/2015 ở mức cao (đặc biệt là ở Việt Nam) nên trong ngắn hạn, yếu tố nguồn cung thiếu hụt chưa thể giúp giá cà phê tăng mạnh.

Hiện tượng El Nino là một ẩn số cho ngành cà phê và cho giá cà phê trong niên vụ tới.

Về mặt phân tích kỹ thuật:

Các phân tích kỹ thuật của 123 Global nêu ra dưới đây chỉ là tham khảo, nhưng khả năng giá cà phê giảm dưới 30 triệu/tấn hay giá cà phê Robusta giảm dưới 1400 USD/tấn là không hề nhỏ.

Theo phân tích kỹ thuật này, khả năng giá cà phê Robusta trên sàn giao dịch cà phê kỳ hạn ICE Futures Europe sẽ có thể giảm nhiều từ nay tới giữa năm 2016 và chỉ có thể phục hồi đôi chút trong nửa cuối niên vụ.

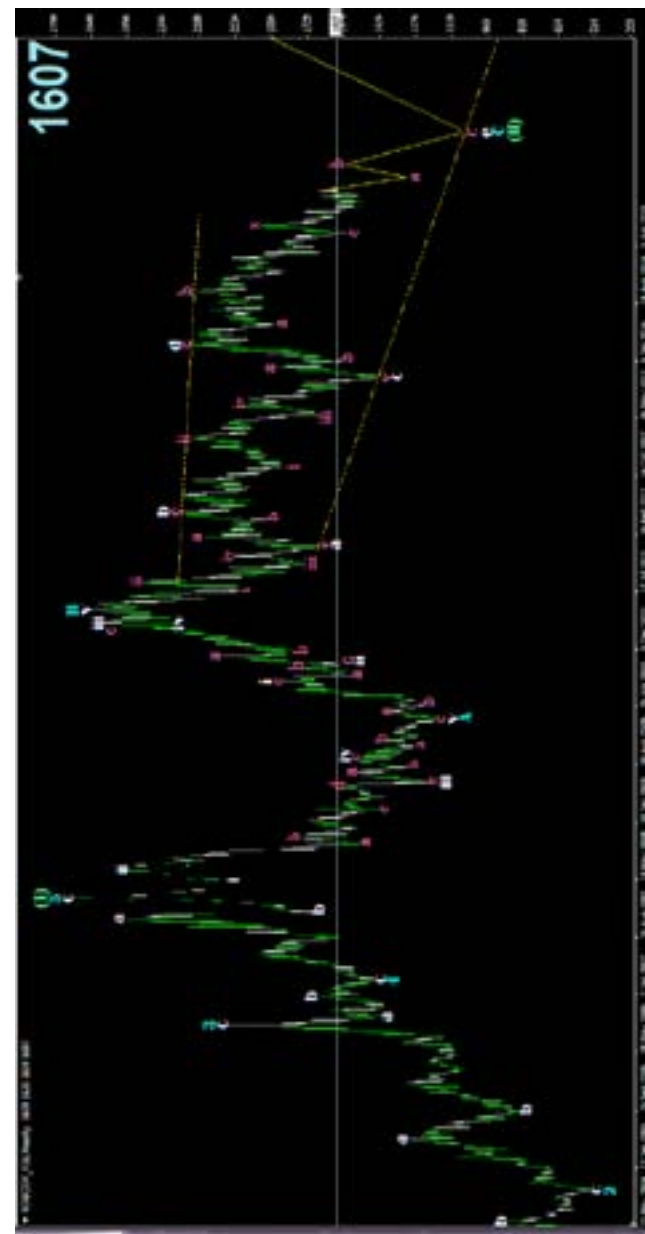
Một số chuyên gia phân tích của các tổ chức khác lại đang kỳ vọng giá cà phê sẽ khó giảm sâu do mức giá hiện tại của cà phê đã ở dưới giá thành sản xuất. Nhưng lịch sử đã chứng minh, có những giai đoạn giá cà phê xuống sâu, bất chấp có dưới giá thành sản xuất hay không.

Các phân tích kỹ thuật trong bài viết này chỉ là tham khảo nhưng giá cà phê đã đang dịch chuyển theo các bước sóng Elliott khá chuẩn mực. Điều này cho thấy, khả năng còn 1 sóng giảm kéo dài đến giữa năm 2016, trước khi phục hồi trở lại.

Các phân tích cơ bản về tình hình kinh tế vĩ mô đang ủng hộ quan điểm về phân tích kỹ thuật này. Chỉ có những bất thường của thời tiết tác động mạnh tới sản lượng cà phê trong tương lai mới có thể giúp giá cà phê không giảm sâu.

Mô hình tương lai của giá cà phê Robusta trong biểu đồ dưới đây chỉ là khái quát, không đề cập tới các sóng tăng giảm điều chỉnh.

Hình 17: Dự báo xu thế giá cà phê Robusta



Nguồn: 123 Global (2015)

PHẦN 4

Một số giải pháp góp phần phát triển ngành cà phê

Ngành cà phê Đắk Lắk nói riêng và Việt Nam nói chung đang có những khiếm khuyết, tồn tại sau đây:

- Số lượng cây cà phê già cỗi tăng nhanh, làm ảnh hưởng tới chất lượng và nguồn cung cà phê. Mặt khác, người dân vẫn khó tiếp cận nguồn vốn vay tái canh cà phê khiến chương trình tái canh cây cà phê chậm tiến độ.

- Quá trình thu hoạch và bảo quản sau thu hoạch còn nhiều bất cập dẫn chất lượng cà phê giảm sút.

- Người dân và doanh nghiệp thiếu thông tin chuyên ngành dẫn đến giảm hiệu quả kinh tế của việc sản xuất và kinh doanh cà phê.

- Chỉ dẫn cà phê Buôn Ma Thuột là một tài sản của tỉnh Đắk Lắk cũng như là một tài sản quốc gia, có giá trị lớn trong việc nâng cao thương hiệu, giá trị kinh tế ngành cà phê nhưng cho đến nay vẫn chưa được sử dụng hiệu quả.

- Nền kinh tế Việt Nam đang khu vực hóa, toàn cầu hóa sâu rộng với nhiều Hiệp ước, Hiệp định thương mại đã ký kết và sắp ký kết, đặc biệt là Hiệp định Đối tác Kinh tế Chiến lược xuyên Thái Bình Dương (TPP) vừa kết thúc đàm phán vào ngày 5/10/2015. Ngành cà phê đang đứng trước nhiều cơ hội lẫn thử thách to lớn. Nhưng, người dân và doanh nghiệp cà phê vẫn chưa nắm bắt được.

- Giá trị xuất khẩu cà phê chưa cao do chủ yếu là xuất khẩu cà phê nhân xô, xuất khẩu cà phê chế biến sâu chưa xứng tầm với vị thế của ngành cà phê Việt Nam trên trường quốc tế.

Nhằm từng bước nâng cao hiệu quả kinh tế từ cây cà phê cho người dân, hỗ trợ doanh nghiệp hoạt động kinh doanh tốt hơn và ngành cà phê phát triển mạnh hơn, các cơ quan quản lý nhà nước cần có nhiều giải pháp mới và hành động quyết liệt. Chúng tôi

mạnh dạn có một số giải pháp, khuyến nghị nhằm góp phần phát triển ngành cà phê tỉnh Đắk Lắk nói riêng và ngành cà phê Việt Nam nói chung.

Thứ nhất là đẩy mạnh chương trình tái canh cây cà phê

Trong bối cảnh giá cà phê giảm thấp, số lượng cây cà phê già cỗi gia tăng và hiện có nhiều chương trình hỗ trợ của Chính phủ, các cơ quan quản lý nhà nước và đặc biệt là chương trình hỗ trợ tín dụng của NHNN thì đây chính là thời điểm cần đẩy mạnh chương trình tái canh cây cà phê tại tỉnh.

Chương trình tái canh cây cà phê đẩy mạnh vào thời điểm giá cà phê xuống thấp sẽ khiến người dân dễ chấp nhận hơn nhưng các cơ quan quản lý nhà nước cần có các giải pháp để đảm bảo sinh kế cho người dân trong giai đoạn tái canh.

Chương trình tái canh cây cà phê không những giúp cải thiện chất lượng cà phê trong vài năm tới mà còn khiến làm giảm diện tích cà phê đang thu hoạch giúp hỗ trợ giá cà phê (vì nguồn cung cà phê giảm ngắn hạn khi một lượng lớn cây cà phê bị chặt bỏ).

Một điều cần lưu ý là cần thay đổi phương pháp thống kê, không nên thống kê tổng diện tích phải tái canh mà cần phải có thống kê chính xác số lượng cây cà phê già cỗi của từng vườn cà phê để từ đó có phương pháp tái canh từng phần cho từng hộ nông dân, nhằm đảm bảo sinh kế cho người dân.

Thứ hai là hỗ trợ và tạo điều kiện tối đa cho doanh nghiệp cà phê chế biến sâu

Sản lượng xuất khẩu cà phê chế biến sâu (cà phê rang, cà phê bột, cà phê hòa tan) của tỉnh Đắk Lắk và của cả nước chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong kim ngạch xuất khẩu cà phê Việt Nam.

Các cơ quan quản lý nhà nước cần có một chương trình hành động cụ thể và khẩn trương để hỗ trợ Chi hội nhà rang xay cà phê Buôn Ma Thuột, các doanh nghiệp cà phê rang xay đẩy mạnh hoạt

động sản xuất cả phê chế biến sâu, quan trọng nhất là về cơ sở hạ tầng, trang thiết bị, các cơ chế đặc thù và nguồn nhân lực.

Thứ ba là thành lập “Trung tâm Thông tin – Tư vấn – Dịch vụ ngành cà phê”

Các cơ quan quản lý nhà nước cần nghiên cứu và triển khai thành lập một “Trung tâm Thông tin – Tư vấn – Dịch vụ ngành cà phê” bao gồm nhiều tổ hợp và nhằm mục đích tổng hợp, huy động mọi nguồn lực của xã hội phục vụ ngành cà phê.

- Cung cấp thông tin chuyên ngành cà phê một cách chính thống, khoa học, kịp thời cho người dân, doanh nghiệp và tổ hợp các dịch vụ hỗ trợ ngành cà phê thông qua:

- * Một thư viện chuyên ngành cà phê.
- * Một cổng thông tin chuyên ngành cà phê cho tỉnh Đắk Lắk.
- * Một trung tâm triển lãm và xúc tiến thương mại sản phẩm cà phê Đắk Lắk, triển lãm và đổi chứng vật tư nông nghiệp.
- * Một trung tâm hỗ trợ, dịch vụ để giúp người dân, doanh nghiệp tiếp cận trực tiếp các chính sách hỗ trợ của nhà nước, các chương trình hỗ trợ của các tổ chức nước ngoài, cũng như tạo điều kiện để các nhà xuất nhập khẩu giao thương thuận lợi.
- * Một tổ hợp tín dụng cho ngành hàng cà phê cần được nghiên cứu thành lập, bao gồm đại diện tất cả các tổ chức tín dụng nhằm mục đích cho người dân và doanh nghiệp tiếp cận trực tiếp với các dịch vụ tín dụng.
- * Một trung tâm đổi chứng chất lượng cà phê nhân và rang xay.

- Huấn luyện đào tạo, tư vấn cho người dân và doanh nghiệp các kỹ năng canh tác, thu hoạch, bảo quản sau thu hoạch,... Đặc biệt, trong bối cảnh khu vực hóa, toàn cầu hóa một cách sâu rộng như hiện nay của Việt Nam, việc tư vấn chuyên sâu về kiến thức thương mại quốc tế, các kiến thức pháp luật trong giao thương quốc tế trở nên hết sức bức thiết.

Thứ tư là đẩy mạnh công tác tuyên truyền và cấp quyền sử dụng Chỉ dẫn cà phê Buôn Ma Thuột

Chỉ dẫn cà phê Buôn Ma Thuột là một tài sản quốc gia nhưng chưa được người dân và doanh nghiệp cà phê trong tỉnh quan tâm tìm hiểu và sử dụng.

Việc đẩy mạnh công tác tuyên truyền và cấp quyền sử dụng chỉ dẫn này sẽ nâng cao thương hiệu ngành cà phê Việt Nam cũng như giá tăng giá trị hạt cà phê Việt Nam.

Thứ năm là đề xuất phối hợp với một trường Đại học trên địa bàn thành lập ngành học: “Cà phê học” hoặc thành lập Trường Cà Phê Tây Nguyên.

Với vị thế là ngành hàng chủ lực mang lại kim ngạch xuất khẩu hàng tỷ USD hàng năm, với vị thế quốc gia sản xuất cà phê hàng đầu thế giới, với sinh kế của hàng triệu người dân cũng như với sự tham gia của hàng ngàn doanh nghiệp, tổ chức,... ngành cà phê Việt Nam cần thành lập một trường đào tạo chuyên ngành hoặc ít nhất cũng thành lập ngay một ngành học về cà phê, tạm gọi là “Cà phê học”.

Tản mạn về thưởng thức cà phê...

Trần Khải Nam Trung

*Chuyên gia nghiên cứu thị trường cà phê
CTCP Nhịp điệu Toàn cầu 123*

Cốc cà phê ấm nồng...

Không phải là sính ngoại, nhưng mỗi khi về Sài Gòn, tôi lại tìm đến Starbucks để thưởng thức một cốc cà phê Espresso ấm nồng trong một không gian thiết kế cách tân, thoải mái và cảm nhận sự đón tiếp ân cần.

Cốc cà phê ngon hẳn hơn nơi khác một phần vì công nghệ rang xay tuyệt hảo của Starbucks, một phần vì những câu chữ tiếp thị thật tuyệt vời...

“Cốc cà phê Espresso hoàn hảo luôn bắt đầu bằng các hạt cà phê Arabica chất lượng cao nhất được rang theo thông số kỹ thuật của chúng tôi. Kể từ khi chúng tôi phát triển Espresso Roast cách đây hơn 30 năm, chúng tôi đã tiếp tục hoàn thiện quy trình rang và trộn để đảm bảo loại cà phê rang sẫm màu hơn này cung cấp độ ngọt vị caramel, tính chua dịu và độ đậm đà. Để giữ mùi vị đó, chúng tôi xay tươi hạt cà phê cho mỗi lần pha. Và hạt cà phê espresso của chúng tôi luôn được tìm nguồn cung ứng một cách có đạo đức và 100% được



Một góc quán cà phê Starbucks ở Sài Gòn

chứng nhận của Fairtrade. Vì vậy, chúng không chỉ có vị ngon – mà bản chất thực sự ngon. Tuy nhiên, hạt cà phê espresso mới chỉ là sự bắt đầu. Một cốc cà phê espresso ngon cần có sữa ngon. Cần có kỹ năng và thời gian để đun sôi sữa thành bọt bong bóng nhỏ màu sẫm. Đây là bọt siêu nhỏ có vị ngọt nhất và nhiều kem nhất. Thách thức của nhân viên pha chế là trộn sữa nóng với cà phê espresso dưới 10 giây. Sau đó, lớp bọt dày ở trên mặt cà phê mới được rót bắt đầu tan ra và hương vị thay đổi. Vì vậy, nhân viên pha chế phải định lượng thời gian chuẩn để tạo ra cốc cà phê hoàn hảo cho bạn”. - (Trích đoạn từ Starbucks.vn)

Ly cà phê đá Sài Gòn

Nhưng, nhìn cảnh khách hàng xếp hàng nghiêm chỉnh trong vội vã, để chờ mua cà phê, chờ nhận cà phê, ngỡ ngàng với những động tác pha chế điêu luyện của Starbucks, rồi chen nhau tìm cái chỗ mà ngồi, tôi buộc phải uống nhanh, uống vội theo kiểu Mỹ để ra đường tìm quán cóc nhâm nhi ly cà phê đá Sài Gòn truyền thống, dù có một chút âu lo về “chất lạ” trong ly cà phê này.

Nói như vậy không phải vì tôi đang cố sù sụ cho loại cà phê không rõ nguồn gốc nơi quán cóc mà là vì thói quen đã trở thành hình thành từ lâu và vì cái bản tính dễ dãi của mình.

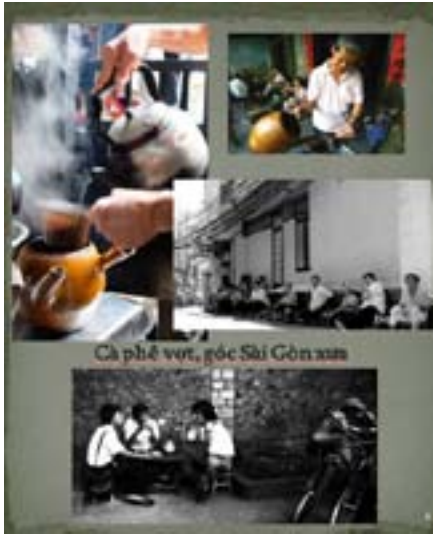
Nhu cầu đích thực về chất lượng cà phê của người Việt...

Theo người Pháp vào Việt Nam, trải qua hàng trăm năm, cây cà phê đã phủ xanh khắp vùng đất đỏ bazan trù phú và cho người Việt loại thức uống quyến rũ, đam mê...

Trong tâm thức nhiều người, những quán cà phê cóc đã trở thành một phần của kỷ niệm, của cuộc đời.

Vậy mà, cà phê vọt, một trong những loại hình quán cà phê cổ xưa nhất ở Việt Nam đang gần như thất truyền.

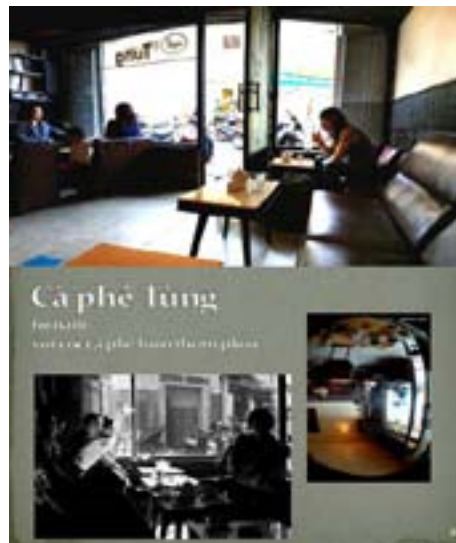
Ở Sài Gòn chỉ còn vài quán cà phê vọt và quán nào cũng có tuổi đời bằng tuổi một đời người.



Ở Đà Lạt, cà phê Tùng đã tồn tại hơn 60 năm nhưng hương vị cà phê vẫn thơm phức, ấm nồng trong lòng bao thế hệ...

Thời gian trôi qua, thế giới càng hiện đại thì dù vẫn vương hoài niệm nhưng con người vẫn cuốn theo những niềm đam mê. Các quán cà phê hiện đại mọc lên. Trào lưu cà phê Trung Nguyên, Phúc Ban Mê, Mê Trang đã từng là một thời thượng.

Con người không những thêm một ly cà phê ngon mà còn thích những khung cảnh đẹp, những bản nhạc hay và phong cách phục vụ chất lượng cao. Những quán cà phê đẹp lộng lẫy, sang trọng thì nhau ra đời như Cát Đằng, Thềm Xưa, Miền Đồng Thảo... ở Sài Gòn; Thiên Đường Mexico, Làng cà phê Trung Nguyên, Arul... ở Buôn Ma Thuột; Thanh Thủy, Diễm Xưa ở Đà Lạt;... Trong số đó, cà phê *Du Miên* ở Gò Vấp và cà phê *Gió và Nước* ở Bình Dương có thể xem là những kiệt tác của làng cà phê Việt.



Rồi có người nói, có thể do kinh tế suy thoái, Việt Nam trải qua một giai đoạn giảm phát, các quán cà phê giá rẻ ra đời. Nhưng thật ra, quan trọng hơn là nhu cầu cà phê sạch, cà phê nguyên chất bùng phát trong bối cảnh nhiều tổ chức, cá nhân đã làm ra những loại cà phê kém chất lượng, cà phê bẩn trộn hóa chất độc hại,... cà phê ghé đầu với khẩu hiệu:

“Cà phê nguyên chất” ra đời hàng loạt và được đón nhận nồng nhiệt khắp mọi miền đất nước.



Cùng thời điểm đó, các đại gia cà phê nước ngoài mà điển hình là Starbucks đã nhảy vào cuộc chơi khiến làng cà phê Việt rung động.

Và có thể nhờ vào trào lưu cà phê ghé đầu, vào các đại gia như Starbucks, doanh nghiệp cà phê Việt Nam mới ngộ ra rằng, chất lượng cà phê mới là số 1 và kẻ đó là sự phục vụ vì nhu cầu của “Thượng Đế cà phê”.

Người Việt có quyền uống cà phê thật sự là cà phê trên mảnh đất sản xuất cà phê hàng đầu thế giới!

Phải thay đổi!

Đã từ lâu, người Việt quen với ly cà phê pha chế giản đơn nhưng lại không chắc rằng đó là cà phê.

Đã từ lâu, người Việt uống cà phê không phải nguyên chất mà đôi khi chỉ toàn là hóa chất độc hại.

Bây giờ, các tập đoàn cà phê hàng đầu thế giới đổ bộ vào Việt Nam để quảng bá, giành thị trường nội địa với cà phê ngon, cà phê sạch và cà phê đậm chất cà phê thì chúng ta mới bàng hoàng nhận ra cần phải có sự thay đổi...

Sự thay đổi phải từ căn nguyên và bên cạnh đó chúng ta cũng phải học hỏi, đơn cử là học hỏi Starbucks nhiều điều...

Năm 1971, từ một cửa hàng đơn lẻ tại chợ Pike Place lâu đời ở Seattle, Starbucks đã trở thành một nhà rang xay và bán lẻ cà phê đặc biệt hàng đầu trên thế giới, với hơn 17,400 cửa hàng ở 60 quốc gia.

Phải mất nhiều ngày nhiều tháng mới ngộ ra rằng, để thay đổi cần phải nhiều tháng, nhiều năm với nỗ lực và quyết tâm cao độ của toàn ngành cà phê.

Phải có một chuỗi giải pháp để thay đổi...

Chúng ta cần làm gì để thay đổi?

Có quá nhiều điều cần làm để thay đổi, nhưng theo tôi, quan trọng hơn hết là các vấn đề sau:

Thứ nhất, nhà quản lý cần xây dựng bộ tài liệu chuẩn về chất lượng cà phê rang xay và cà phê hòa tan.

Thứ hai, nhà rang xay cần nâng cao chất lượng sản phẩm cà phê của mình bằng cách áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật vào khâu chế biến và có chính sách phát triển dài hạn dựa trên nguyên liệu đầu vào có xuất xứ rõ ràng. Bên cạnh đó, thương hiệu cà phê rang xay chắc chắn phải gắn liền với đạo đức kinh doanh.

Thứ ba, người tiêu dùng hãy nói “Không” với cà phê không rõ nguồn gốc...

Nhưng, việc đầu tiên trong tất cả là hãy bắt đầu thay đổi suy nghĩ ngay từ hôm nay!

Cà phê rang xay Việt Nam:

Cơ hội và thách thức

Nguyễn Xuân Lợi

Giám đốc Công ty CP Đầu Tư & Phát Triển An Thái

Tổng quan

Việt Nam là nước xuất khẩu cà phê nhân hàng đầu thế giới nhưng thị trường cà phê rang xay, hòa tan lại chỉ mới trong giai đoạn đầu phát triển một cách chuyên nghiệp.

Cà phê đóng góp 2% GDP của cả nước, 30% GDP các tỉnh Tây Nguyên, tạo công ăn việc làm cho trên 2 triệu lao động trực tiếp và gián tiếp. Năm 2013, theo Tổ chức Cà phê Quốc tế (ICO) sản lượng cà phê Việt Nam đứng thứ 2 trên thế giới, chiếm 18,9% về thị phần, thương mại chiếm 19,8%. Năm 2014, Việt Nam xuất khẩu trên 1,6 triệu tấn cà phê, đạt 3,6 tỷ đô la Mỹ.

Nhiều năm trước, thị trường cà phê rang xay và hòa tan của Việt Nam với rất nhiều loại có thương hiệu hoặc không, nhưng chủ yếu là cà phê truyền thống. Nhưng gần đây, thị trường cà phê rang xay và hòa tan của Việt Nam ngày càng trở nên hấp dẫn, cạnh tranh khốc liệt, được thể hiện bằng việc các nhà máy chế biến cà phê lớn liên tục ra đời và hoạt động hết công suất.

Thêm vào đó, với sự tham gia của nhiều thương hiệu cà phê đặc biệt như Starbucks thì thị trường sẽ phân chia lại và định hình rõ ràng hơn 2 loại cà phê đại trà và cà phê đặc biệt.

Tiêu thụ cà phê trong nước tăng nhanh (với 2/3 là cà phê bột rang xay và 1/3 là cà phê hòa tan) do sự phát triển mạnh về số lượng và quy mô của các quán cà phê, các cửa hàng bán lẻ cà phê cũng như của các chuỗi cung ứng thực phẩm khác kèm cà phê, đồng thời do nhu cầu ngày càng tăng của một dân số trẻ trung, hiện đại.

Công nghiệp chế biến cà phê của Việt Nam hiện nay cũng đã có những bước tiến lớn và đạt thành công đáng khích lệ.

Theo nghiên cứu của IAM về thói quen sử dụng cà phê, 65% người tiêu dùng có sử dụng cà phê Việt Nam uống cà phê bảy lần trong tuần, nghiêng về nam giới (59%). Riêng về cà phê hòa tan thì có 21% người tiêu dùng sử dụng cà phê hòa tan từ 3 đến 4 lần trong tuần và hơi nghiêng về nhóm người tiêu dùng là nữ (52%). Tỷ lệ sử dụng cà phê tại nhà (in home) và bên ngoài (out of home) là ngang nhau 49%/50%. Thời gian uống cà phê phổ biến nhất là từ 7 đến 8 giờ sáng. Quán cà phê tại Việt Nam có thể tìm thấy tại mọi góc ngách, phổ biến đa dạng, đa kiểu tạo sự thuận tiện nhất cho người uống cà phê.

Theo báo cáo tổng quan về ngành cà phê Việt Nam của Bộ Nông nghiệp Mỹ (USDA), tiêu thụ cà phê trong nước tiếp tục khởi sắc và xuất khẩu cà phê hòa tan tăng mạnh.

Thống kê của Nielson Việt Nam cho thấy đang có 20 nhà sản xuất cà phê hòa tan tại Việt Nam và tiêu thụ cà phê hòa tan tại Việt Nam tăng 5% trong năm 2014.

USDA dự báo việc mở rộng khu vực bán lẻ cà phê sẽ góp phần gia tăng tiêu thụ nội địa trong tương lai gần. Niên vụ 2014/2015, tiêu thụ nội địa tại Việt Nam ước đạt 2,08 triệu bao hay 125,000 tấn, tăng 4% so với niên vụ trước.

Trong 6 tháng đầu của niên vụ 2014/2015, Việt Nam xuất khẩu được 572,000 bao cà phê hòa tan (hay 34 ngàn tấn) tới 64 nước trên thế giới, là lượng xuất khẩu cao nhất trong 5 năm qua. Như vậy, có thể dự báo sản lượng cà phê hòa tan xuất khẩu từ Việt Nam trong niên vụ 2014/2015 tăng 44% đạt 1,3 triệu bao hay (78 ngàn tấn).

Bảng: Xuất khẩu cà phê hòa tan từ Việt Nam

STT	Thị trường xuất khẩu	Khối lượng (bao loại 60kg)
1	EU – 28	94,698
2	Nhật	72,743
3	Mỹ	68,892
4	Nga	58,472
5	Phillipines	57,764
6	Đài Loan	31,955
7	Trung Quốc	29,300
8	Thái Lan	28,799
9	Singapore	23,623
10	Cote d’Ivoire	18,021
11	Khác	88,511
Tổng cộng		572,778

Nguồn: USDA (2015)

Việt Nam cũng nhập khẩu một lượng nhỏ cà phê hạt, cà phê rang xay và cà phê hòa tan từ một số nước khác như: Lào, Indonesia, Brazil, Cote d’Ivoire và Mỹ.

Hệ thống bán lẻ cà phê tại Việt Nam trong 2 năm gần đây đã xuất hiện các thương hiệu hàng đầu thế giới như Starbucks và McCafe, Dunkin Donuts cũng đang mở cửa hàng đầu tiên tại Hà Nội.

Thống kê cho thấy, trong 6 tháng đầu niên vụ 2014/2015, tổng lượng cà phê nhập khẩu vào Việt Nam là 123,000 bao loại 60 kg hay 7,400 tấn.

Các nhà rang xay cà phê hàng đầu thế giới vào Việt Nam mang theo cà phê của họ, bán lẻ cho người dân Việt Nam ngày càng trẻ trung và sành điệu.

Thực trạng

Mặc dù cà phê rang xay Việt Nam đã có những tín hiệu khởi sắc trong những năm gần đây, với nhiều doanh nghiệp đã bước đầu tạo dựng được thương hiệu, nhưng hiện tại, có quá nhiều cá nhân và tổ chức tham gia chế biến cà phê rang xay với quy mô nhỏ lẻ, công nghệ lạc hậu, không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, thậm chí pha trộn hóa chất độc hại.

Mặt khác, nhiều nhà rang xay nhỏ lẻ đã tham gia chế biến cà phê dựa trên kinh nghiệm, theo gu truyền thống nên đã giảm dần sức cạnh tranh và không thỏa mãn nhu cầu an toàn thực phẩm trong thời kỳ khu vực hóa, toàn cầu hóa.

Cơ hội

Trào lưu và thói quen thưởng thức cà phê trong nước đang thay đổi nhưng với tốc độ chậm nên sẽ tạo cơ hội cho nhà rang xay có thời gian nhiều hơn cho việc cải tiến chất lượng và gu sản phẩm của mình.

Các nhà rang xay lớn của thế giới đang có kế hoạch đầu tư vào Việt Nam nhưng họ chưa xem thị trường Việt Nam là mục tiêu lớn nên áp lực cạnh tranh trong vòng một vài năm tới là chưa đáng kể. Mặc dù vậy, áp lực cạnh tranh sẽ tăng dần theo thời gian và đặc biệt khi Việt Nam hòa nhập vào quá trình khu vực hóa, toàn cầu hóa một cách sâu rộng. Hiện tại, các nhà rang xay lớn của thế giới đến Việt Nam chủ yếu là tìm nguồn nguyên liệu. Tất nhiên, mô hình của Starbucks rất đáng để học hỏi.

Nhu cầu tiêu thụ cà phê nội địa đang tăng nhanh, lượng người uống cà phê theo gu truyền thống và theo các trào lưu mới của thế giới đều tăng nhanh. Điều này tạo ra cơ hội lớn cho sự phát triển của nhà rang xay và đồng thời cũng giúp cho các nhà rang xay tạo ra sản phẩm không quá khác biệt giữa hai thị trường trong nước và quốc tế.

Nhu cầu sử dụng cà phê nguyên chất, cà phê sạch đang bùng

nỗ, tạo thuận lợi cho các nhà rang xay chân chính mở rộng thị trường và gia tăng doanh số bán lẻ.

Cơ chế quản lý nhà nước trong hoạt động chế biến cà phê rang xay chưa quá khắt khe nên sẽ tạo một khoảng thời gian để các nhà rang xay cải tiến chất lượng phù hợp, kịp thời.

Nguồn nguyên liệu cho rang xay tại Việt Nam đang rất thuận lợi cả về lượng và chất do người trồng cà phê đang ngày càng quan tâm hơn đến chất lượng cà phê nhân xô do mình sản xuất.

Giá nguyên liệu đang giảm thấp dần trong bối cảnh mặt bằng lãi suất thấp đang tạo cơ hội huân lợi cho nhà rang xay.

Hàng rào thuế quan và phi thuế quan được giảm hoặc xóa bỏ theo các Hiệp ước FTA hay Hiệp định TPP sẽ tạo cơ hội lớn để các nhà rang xay tăng cường xuất khẩu. Riêng về vấn đề xuất xứ hàng hóa, các nhà rang xay tại Buôn Ma Thuột sẽ tận dụng được quyền sử dụng *Chỉ dẫn địa lý cà phê Buôn Ma Thuột* để tạo lợi thế cạnh tranh to lớn.

Thách thức

Nhu cầu ngày càng cao và khắt khe của người tiêu dùng cà phê tại Việt Nam là một thách thức lớn cho sự phát triển của nhà rang xay. Nhà rang xay phải thay đổi tư duy từ “phối trộn cà phê” sang “áp dụng quy trình, công nghệ và thiết bị mới” để cho ra các sản phẩm đáp ứng nhu cầu. Nhà rang xay cần phải có tiềm lực mạnh về tài chính, nhân sự và kiến thức trong bối cảnh mới để chiến thắng trong cạnh tranh.

Với tiến trình hội nhập khu vực hóa, toàn cầu hóa của Việt Nam khi tham gia các Hiệp ước FTA, đặc biệt là Hiệp định TPP, nhiều cơ hội đang mở ra cho ngành cà phê nói chung và cho các nhà rang xay nói riêng, nhưng bên cạnh đó là nhiều thách thức lớn. Trong đó, quan trọng nhất là vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm, xuất xứ hàng hóa và

Cơ chế quản lý nhà nước sẽ ngày càng hoàn thiện với các quy định có lợi cho nhà rang xay chân chính nhưng đây cũng là một thách thức lớn vì nhà rang xay phải nỗ lực hết mình trong việc xây dựng chiến lược phát triển phù hợp.

Cuối cùng, thách thức lớn nhất của nhà rang xay trong bối cảnh hiện nay là chứng thực được “chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm” cũng như tạo dựng được thương hiệu thân thiện, để xóa tan thành kiến cho rằng nhiều loại cà phê không rõ nguồn gốc, “cà phê bẩn” trong mắt người tiêu dùng Việt Nam.



An Thái Group là Tập Đoàn kinh doanh đa ngành nghề với hoạt động chính là sản xuất – kinh doanh các sản phẩm cà phê. Tập Đoàn bao gồm năm công ty thành viên, với ba công ty hoạt động sản xuất bên cạnh hai Công ty chuyên làm nhiệm vụ kinh doanh, phân phối, xuất khẩu và ngành nghề khác. Với chiến lược phát triển trên 3 lĩnh vực nòng cốt là Sản xuất Cà phê – Sản xuất phân bón sinh học – Kinh doanh nội địa và xuất khẩu, Tập đoàn An Thái đã tạo cho mình một thế đứng vững chắc trên thị trường trong và ngoài nước. Nhờ nền tảng nội lực tốt, quy trình sản xuất hiện đại - chuyên nghiệp, chủ động trong nguyên liệu đầu vào cùng với quản trị doanh nghiệp bài bản, Tập đoàn An Thái luôn

khẳng định được vị thế của mình trong những ngành hàng An Thái Group tham gia.

CÁC THÀNH VIÊN CỦA ANTHAIGROUP:

- 1) Công ty TNHH An Thái
- 2) Công ty Cổ phần Đầu tư và Phát triển An Thái
- 3) Công ty Cổ phần Thương mại An Phú
- 4) Công ty Cổ phần Sài Gòn An Thái
- 5) Công ty Cổ phần UDCNSH An Thái

Máy rang RoastMaster™ 60

Giải pháp mới tạo hương vị cà phê



Bühler – Mang đến giải pháp sáng tạo trong chế biến cà phê.

Máy rang cà phê được ví như “Trái tim và Linh hồn” trong dây chuyền chế biến cà phê rang xay. Với máy rang RoastMaster™ 60 bạn có thể kiểm soát được hoàn toàn quá trình tạo ra hương vị cà phê và đảm bảo tính đồng nhất về chất lượng cà phê qua từng mẻ rang.

Mỗi sản phẩm cà phê rang đòi hỏi một quá trình rang riêng để tạo ra hương vị đặc trưng của nó. Máy rang RoastMaster 60 đáp ứng những nhu cầu đó vì có tính linh hoạt cao đối với quá trình rang. RoastMaster 60 sẽ là giải pháp rất tốt giúp cho việc sáng tạo trong quá trình phát triển sản phẩm mới thông qua khả năng thiết lập biểu đồ rang tinh vi và phức tạp hơn. Công nghệ trồng rang tiên tiến của máy RoastMaster™ 60 đảm bảo tính ổn định, hiệu quả và an toàn trong quá trình rang.

Việc tối ưu nhiệt độ, thời gian và giảm độ nhiệt độ rang phải được sao lưu và lập lại chính xác theo từng mẻ rang để đảm bảo chất lượng cà phê có tính đồng nhất cao. Quá trình rang đa bước của RoastMaster™ 60 cho phép tối ưu hóa quá trình rang tạo hương

vị cà phê cũng như đảm bảo được tính đồng nhất. Máy được thiết kế điều khiển tự động hoàn toàn trong quá trình rang. Màn hình điều khiển với giao diện thân thiện bao gồm PLC Siemens, máy tính hệ điều hành Windows và màn hình cảm ứng 12.5” giúp cho việc vận hành dễ dàng hơn.

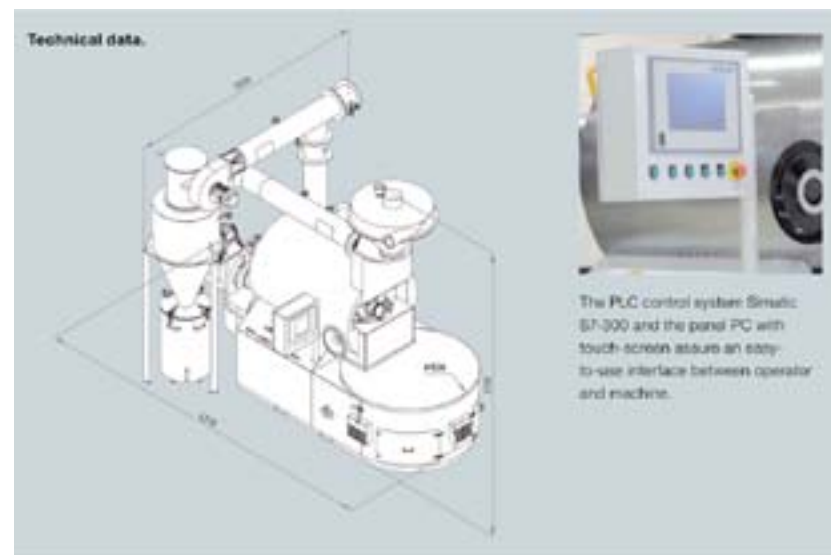
Giá trị gia tăng

- Công nghệ trồng rang tiên tiến.
- Giá cả hấp dẫn, mang lại giá trị cao.
- Tuần hoàn khí nóng, tối ưu nhiệt lượng rang
- Năng suất: 60kg/mẻ, có thể lên đến 270kg/h
- Quá trình rang đa bước điều khiển bằng màn hình cảm ứng
- Tiêu chuẩn an toàn cao

Máy Roaster™ 60 có 2 phiên bản: có tuần hoàn khí nóng và không tuần hoàn khí nóng. Tuần hoàn khí nóng cho phép tối ưu nhiệt lượng khi rang, tiết kiệm lên đến 30% nhiệt lượng so với không tuần hoàn khí nóng.

Với công nghệ buồng đốt tiên tiến đảm bảo cho quá trình truyền nhiệt hiệu quả và đồng nhất từ khí nóng đến hạt cà phê nhằm đảm bảo chất lượng, hương vị cà phê tốt nhất. Với tùy chọn làm mát nhanh bằng nước cho phép dừng chính xác ở nhiệt độ rang mong muốn.

Quá trình vận hành rang tự động hoàn toàn và được quản lý bằng công thức rang. Với màn hình cảm ứng lớn giúp việc giám sát vận hành và các thông số rang một cách dễ dàng. Hệ thống có độ an toàn cao đảm bảo vận hành sản xuất liên tục. Máy rang được trang bị hệ thống phun nước dùng cho trường hợp khẩn cấp.



Công ty TNHH Buhler Viet Nam

235 – 241 Cộng Hòa, P13, Q. Tân Bình, Hồ Chí Minh, Việt Nam

T +84 8 38120740; +84 (0) 906 852 332 (Hùng);

+84 (0)938 535 651 (Hiếu)

F +84 8 38120811

Email: hung.vo@buhlergroup.com; hieu.pham@buhlergroup.com

www.buhlergroup.com

Khẩu vị cà phê pha chế lạnh làm biến đổi thị trường cà phê Mỹ trong những tháng hè

Nguyễn Hoàng Mỹ Phương / theo Reuters

Tại các quán cà phê ở Mỹ, công việc kinh doanh thường “ấm đạm” khi thời tiết nóng lên. Tuy nhiên, với cơn sốt mới nhất là cà phê pha chế lạnh (cold brew) đã chuyển từ sự mê đắm nhất thời thành thức uống chính thống, hình mẫu tiêu thụ cà phê theo mùa truyền thống đang được làm sáng tỏ.

Do cà phê pha chế lạnh thường dùng lượng cà phê nhiều hơn so với cà phê đá truyền thống nên nó có thể thúc đẩy nhu cầu tiêu thụ cà phê của Mỹ, bù đắp phần nào tác động của việc tiêu thụ cà phê single-serve phổ biến bởi Keurig Green Mountain (đã được giới thiệu trong nội san tháng trước).

Peet's Coffee & Tea, một trong những chuỗi cà phê lớn nhất của Mỹ với khoảng 400 cửa hàng, đã thay cà phê đá truyền thống bằng cà phê pha chế lạnh trong tháng 6/2015, và đã chứng kiến doanh số cà phê pha chế lạnh vượt doanh số cà phê đá hồi năm ngoái khoảng 70%. “Chúng tôi đã dành tất cả các nguồn lực vào cà phê pha chế lạnh”, tổng giám đốc Tyler Ricks của Peet's cho biết, và lưu ý rằng những sản phẩm mới này có vị dễ chịu, tươi mới hơn và thiếu “cảm giác chát và đắng” của cà phê đá. Đối với Peet's, báo cáo tổng số doanh thu năm ngoái là 540 triệu đô la Mỹ, tập trung vào cà phê pha chế lạnh là một phần của nỗ lực làm chậm sự sụt giảm doanh số theo mùa mà nhiều nhà rang xay ước tính vào khoảng 15-20%.

Những “tay chơi” khác cũng đã nhảy vào “cuộc chơi”, bao gồm chuỗi cà phê lớn nhất của Mỹ là Starbucks. Starbucks đã

tung ra thức uống cà phê pha chế lạnh tại 2.800 cửa hàng trong mùa hè này. Hector Mai, quản lý của nhà hàng Guy & Gallard ở Manhattan, cũng bắt đầu phục vụ cà phê pha chế lạnh vào mùa hè này và đã nhận thấy sự sụt giảm trong doanh số bán trà đá. “Rồi một ngày nào đó, sẽ không có cà phê đá như thường lệ,” Mai cho biết, trong khi rót một cốc cà phê pha chế lạnh bằng khí nitơ của Gillies Coffee có trụ sở tại Brooklyn từ một vòi nước, giống như rót bia.

Ngâm và chờ đợi

Cà phê pha chế lạnh được pha bằng cách ngâm cà phê rang xay trong nước lạnh từ 12-24 tiếng, trong khi cà phê đá truyền thống được pha bằng cách làm lạnh cà phê pha chế nóng và dùng kèm với đá.

Tuy nhiên, với nhiệt độ mát mẻ và thiếu vắng sự di chuyển cũng có nghĩa là không trích xuất nhiều hương vị lẫn sắc thái từ mỗi hạt cà phê so với cà phê đá truyền thống hoặc cà phê nóng, khiến các hãng rang xay như Peet's, Gillies và Brooklyn Roasting Company dùng lượng cà phê rang xay nhiều hơn trong phương pháp pha chế lạnh này. Michael Pollack, đối tác quản lý của Brooklyn Roasting, sử dụng gấp đôi lượng cà phê trong cà phê pha chế lạnh của mình, và cho biết rằng ông sử dụng hạt cà phê với tốc độ nhanh gấp hai lần trong mùa hè so với các mùa khác.

Và do đó, phần chi phí cho nguyên liệu của Peet's cao hơn và giá của một cốc cà phê pha chế lạnh cỡ nhỏ là 2,45 đô la Mỹ so với cà phê đá cỡ nhỏ 2 đô la Mỹ. Tại Starbucks, 3,25 đô la Mỹ là giá của một cốc cà phê pha chế lạnh cỡ lớn, nhiều hơn 60 xu so với cà phê đá cỡ lớn.

Công ty Gillies có lịch sử 175 năm rang cà phê ở Brooklyn đã nhảy vào xu hướng này bằng cách tung ra loại cà phê pha chế lạnh trong thùng (khoảng 40 lít) có vòi, cung cấp cho các quán cà phê

và nhà hàng địa phương như Guy & Gallard trong tháng 4/2015. Hiện tại, công ty vận chuyển khoảng 65 thùng/ tuần cho khoảng 50 khách hàng, chủ tịch Donald Schoenholt của Gillies cho biết từ nhà máy rang cà phê của công ty gần bờ sông Brooklyn. Dù chỉ chiếm khoảng 3% của công việc kinh doanh với doanh số 1 triệu pound/ năm của công ty, nhưng Schoenholt cho biết bước vào “cuộc chơi” là rất quan trọng để thu hút những người uống cà phê trong những tháng mùa hè. “Chúng tôi nghĩ rằng 2, 3, 4, 5 năm kể từ bây giờ, chúng ta sẽ thấy một sự gia tăng đáng kể” trong doanh số cà phê vào mùa hè, Schoenholt nói trong khi rót một cốc cà phê pha chế lạnh từ vòi nước.

Từ chai nhỏ (375ml) đến Starbucks

Không phải tất cả cà phê pha chế lạnh đều sử dụng lượng cà phê cao hơn, một số hãng rang xay cà phê đặc biệt tranh luận rằng với cách pha chế này đã không trích xuất được toàn bộ hương vị tiềm năng của hạt cà phê chất lượng.

Tuy nhiên, cơn khát của người Mỹ đối với cà phê pha chế lạnh đã tăng trong nhiều năm qua. Năm ngoái, theo dữ liệu của Beverage Marketing Corporation, họ tiêu thụ 90 triệu gallon (1 gallon = 3,78 lít) cà phê pha sẵn (ready-to-drink), từ Frappuchinos đóng chai của Starbucks đến cà phê pha chế lạnh chứa trong hộp giấy của Stumptown, tăng 52% so với năm 2009. Ngược lại, doanh số bán hàng của nước ngọt có gas, mặc dù vẫn tràn ngập thị trường cà phê, đã giảm trong năm năm liên tiếp ở mức 12.800 triệu gallon hồi năm ngoái - giảm 9% từ năm 2009. Ngoài ra, theo dữ liệu từ công ty nghiên cứu thị trường Mintel, tỷ lệ phần trăm các quán cà phê và nhà hàng phục vụ cà phê đá tăng từ 19% trong năm 2009 lên 24% trong năm 2013.

Cà phê pha chế lạnh được phổ biến khi Stumptown Coffee Roasters có trụ sở tại Portland bắt đầu bán cà phê pha sẵn trong chai “lùn và mập” vào năm 2011. Hiện nay, với lối vào của Star-

bucks, cà phê pha chế lạnh đã trở thành thức uống chủ đạo. “Có gã khổng lồ Starbucks tham gia vào cuộc chơi sẽ ảnh hưởng rất nhiều đến thị trường cà phê pha chế lạnh”, nhà đồng sáng lập Pol-lack của Brooklyn Roasting cho biết.

Sự phổ biến của phương pháp pha chế này có thể hỗ trợ cho nhu cầu cà phê Mỹ. Nó có thể được xem là một đối trọng của sự phát triển của cà phê single-serve mà nhiều người cho là hạn chế nhu cầu do đã làm giảm sự lãng phí cà phê.

Theo dự báo của Bộ Nông nghiệp Mỹ (USDA), trong năm tới, tiêu thụ cà phê của Mỹ lần đầu tiên sẽ giảm trong năm tới trong sáu năm qua. “Nếu chúng ta có thể tạo ra điều gì đó hấp dẫn hơn, có lẽ nó sẽ khiến (sự sụt giảm này) bớt khó chịu hơn một chút,” Brett Struwe của Caribou Coffee cho biết.

Schoenholt nhớ lại khi bước vào cửa hàng tiện lợi tại Brooklyn vào mùa hè này và ghi nhận số lượng lớn cà phê lạnh pha sẵn đã chiếm lĩnh không gian trên kệ so với các thức uống yêu thích truyền thống của người tiêu dùng Mỹ trong những tháng mùa hè.

“Chúng tôi đang chiến thắng,” ông nói.

Cà phê single-serve và thay đổi thói quen tiêu dùng cà phê tại Mỹ

Biên soạn: Nguyễn Hoàng Mỹ Phương

Người Mỹ đang chi tiêu nhiều tiền vào cà phê hơn bao giờ hết, nhưng đây là lần đầu tiên trong sáu năm, họ uống ít cà phê hơn khi cuộc cách mạng cà phê single-serve biến đổi các thói quen pha cà phê của đất nước uống nhiều nhất thế giới này.

Tiêu thụ cà phê tại Mỹ

Tiêu thụ cà phê ở Mỹ dự kiến sẽ giảm xuống 23,7 triệu bao (1 bao = 60kg) trong niên vụ 2015/16 sắp tới, từ 24 triệu bao trong niên vụ kết thúc vào tháng Chín và là đợt giảm đầu tiên kể từ năm 2009/2010, theo dự báo của Bộ Nông nghiệp Mỹ (USDA) trong báo cáo định kỳ sáu tháng.

Đây sẽ là quốc gia duy nhất trong số tám nước tiêu thụ cà phê hàng đầu thế giới suy giảm trong tiêu thụ, với tổng nhu cầu toàn cầu tăng gần 2 triệu bao lên mức 147,6 bao.

Báo cáo cung cấp thêm bằng chứng rằng sự phổ biến ngày càng tăng của cà phê single-serve, với sự thống trị của K-Cup Keurig Green Mountain, đang có tác động lớn đối với nhu cầu cà phê nhân của Mỹ.

Khi người Mỹ chuyển từ cà phê rang xay truyền thống sang cà phê single-serve, họ chỉ đang pha những gì họ có ý định uống, giảm lượng cà phê đổ bỏ xuống cống.

“Trước đây người ta từng pha một ấm cà phê, còn bây giờ họ chỉ pha một cốc,” PedroGavina, ông chủ hãng cà phê rang xay Gavina&Sons có trụ sở tại thành phố Vernon, California. “Chúng ta đang mất đi một người tiêu dùng là cái bồn rửa chén”.

Trong tháng 2/2015, theo báo cáo của Reuters, người Mỹ đang mua ít cà phê hơn khi cà phê single-serve giúp tăng hiệu quả tiêu thụ, hạn chế lượng cà phê mà hãng rang xay sẽ cần phải mua cho mỗi người tiêu dùng.

Sở hữu của máy pha cà phê single-serve đã tăng vọt trong năm 2015, với hơn 1/4 các hộ gia đình Mỹ có một máy, tăng từ 15% trong năm 2014, theo cuộc khảo sát của Hiệp hội Cà phê Quốc gia (NCA) trong tháng 3/2015.

Máy pha cà phê single-serve vẫn chưa đạt được một mức độ phổ biến tương tự ở các nước khác ngoài Mỹ.

Trong khi tiêu thụ khối lượng giảm, người Mỹ đã chi tiêu 11,9 tỷ đô la, một mức kỷ lục, vào cà phê trong năm 2014, và dự kiến sẽ chi tiêu 12,8 tỷ đô la trong năm 2015 và 13,6 tỷ đô la trong năm 2016, theo dự báo của hãng nghiên cứu thị trường Mintel. Hãng rang xay thường tính mức phí trả thêm khổng lồ cho cà phê single-serve.

Ngoài tác động của cà phê single-serve, dân số già đi cũng đã góp phần làm giảm tiêu thụ, người Mỹ uống 1,85ly/ngày, mức thấp nhất kể từ năm 2010, theo cuộc khảo sát của NCA cho thấy.

Làn sóng thưởng thức cà phê thứ ba – cà phê single-serve

Được mệnh danh là “làn sóng bùng nổ thứ ba của cà phê”, khu vực cà phê cao cấp ngày càng tăng- được thúc đẩy bởi người tiêu dùng tìm kiếm hương vị cao cấp và sự hiểu biết tốt hơn về nguồn gốc hạt cà phê - hiện đang ngày càng xuất hiện ở nhà bếp và bữa tối trong nhà hàng trên khắp lục địa. “Mỹ đã tiếp tục tiêu thụ mạnh và làn sóng thứ ba đã là một phần của điều đó”, Kona-Haque, trưởng bộ phận nghiên cứu tại ED&FMan nói.

“(Nó) trở thành chủ đạo,” ThomasCopples, kinh tế gia tại Tổ chức Cà phê Quốc tế (ICO) cho biết. “Sự chuyển hướng cà phê đặc biệt đã giúp cho tăng trưởng”.

Trong làn sóng thứ ba, cà phê bắt đầu được nhìn nhận giống như rượu vang, và nổi lên loại máy pha cà phê espresso và single-

serve tại nhà. Ở đây, bài viết muốn tập trung vào thị trường cà phê single-serve.

Có thể cho rằng đây là sự phát triển “dữ dội” nhất trong kinh doanh kể từ khi StarbucksCorp bùng nổ với chuỗi quán cà phê trong cuối những năm 1980. Đây thậm chí có thể nói đây là sự kiện lớn nhất kể từ LuigiBezzera với bằng sáng chế máy pha cà phê năm 1901.

Năm 2009, Folgers thuộc sở hữu của J.M.SmuckerCo. đã dẫn đầu thị trường cà phê single-serve, với thị phần 17,9% và doanh số 1,5 tỷ đô la Mỹ, theo số liệu từ công ty nghiên cứu thị trường Euromonitor. Trong nhóm dẫn đầu máy pha cà phê single-serve, KeurigGreen Mountain đứng ở vị trí thứ bảy, với thị phần 2,7% và doanh số bán hàng 224 triệu đô la Mỹ.

Nhưng đến năm 2012, Keurig đã chiếm ngôi vị đầu bảng và duy trì tiếp tục trong năm 2013, thị phần của nó đã tăng lên đến 18,8%, trong khi Folgers 13,6%, và doanh thu 2,3 tỷ đô la Mỹ, đã tăng gần gấp đôi so với Folgers 1,7 tỷ đô la Mỹ.

Cà phê single-serve đã trở thành một thịnh hành trong thế giới cà phê trong vòng vài năm qua. Trong thực tế, Packaged Facts ước tính rằng tổng doanh số bán lẻ cà phê single-serve tại Mỹ đã tăng 82% từ 1 tỷ đô la trong năm 2011 đến hơn 1,8 tỷ đô la trong năm 2012, và dự kiến sẽ đạt được 5 tỷ đô la vào năm 2016. Trên thực tế, cà phê single-serve chiếm khoảng 25% tổng doanh thu cà phê tại cửa hàng tạp hóa và nó đang tiếp tục tăng.

Nó thật sự đơn giản và có thể được tóm gọn trong một từ: **Thuận tiện.**

Một số người sẵn sàng hy sinh chất lượng cao cho sự thuận tiện, nhưng họ không nhận thức được rằng đó chưa phải là cách đúng. Có những công ty đang giúp các nhà rang xay đặt cà phê đặc biệt của họ vào K-Cup, và thậm chí có những viên nang có thể được lấp đầy với từng loại cà phê mà người tiêu dùng yêu thích và pha bằng máy pha cà phê K-Cup tương thích.

Cà phê single-serve giúp loại bỏ sự lãng phí. Bằng cách pha cà phê một cốc tại một thời điểm sẽ giúp làm giảm sự lãng phí cà phê. Thường có những lúc mà cả một ấm cà phê không được uống hết và cuối cùng là phải đổ bỏ. Bằng cách sử dụng chiến thuật phục vụ một lần, người tiêu dùng sẽ có thể uống cạn món cà phê yêu thích của họ.

Do đó, người tiêu dùng có đủ khả năng thử một loại cà phê cao cấp tại quán cà phê phục vụ loại single-serve, mang đến cơ hội lựa chọn để thử các loại cà phê khác nhau mà bị “cháy túi”.

Và trong khi cà phê single-serve hiệu quả và thuận tiện hơn, một số người tiêu dùng cho biết đơn giản là nó không giống như vị của một cốc cà phê pha theo kiểu truyền thống.

“Đây chắc chắn là điều bạn bỏ lỡ - tươi mới, âm thanh, và hương vị”, Cindy Glickert, một đại lý đồ cổ sống ở Kirkland, Washington cho biết. “Nhưng bạn từ bỏ điều đó vì sự tiện lợi”.

Liệu cà phê single-serve có tác động xấu đến nông dân?

Thị trường cà phê single-serve đang phát triển mạnh mẽ và có thể nhiều người nghĩ rằng điều đó có lợi cho kinh doanh cà phê rang xay, nhưng hóa ra lại là điều ngược lại.

Tại sao?

Các máy này hiệu quả hơn. Chỉ cần suy nghĩ về cách bạn thường pha một ấm cà phê với máy pha cà phê nhỏ giọt tự động, chỉ để cuối cùng đổ một phần của nó xuống cống. Càng ít cà phê bạn lãng phí, thì bạn mua cà phê càng ít.

Mỗi tách cà phê single-serve *chứa chỉ hơn 6 hạt cà phê cho mỗi ounce chất lỏng*, so với 10 hạt cà phê theo cách pha truyền thống theo tiêu chuẩn của Hiệp hội Cà phê Đặc biệt của Mỹ (SCAA), ước tính của Nate Hrobak, một người mua cà phê ở Caribou Coffee tại Minneapolis, một trong những chuỗi cà phê đặc biệt lớn nhất ở Mỹ.

Một mặt, điều này tốt hơn cho người tiêu dùng đang tiết kiệm tiền. Ít lãng phí cũng tốt hơn cho môi trường, đặc biệt là ở các vùng khô cằn như California. Nhưng các hãng rang xay đang cảm thấy khó khăn. “Thị trường cà phê đã bị mất người tiêu dùng tốt nhất của mình: bồn rửa chén,” Hernandodela Roche, phó chủ tịch cao cấp của công ty dịch vụ tài chính INTLFCStoneInc, nói với Bloomberg. “Các nhà rang xay đang nói với chúng ta rằng cà phê single-serve đã làm giảm nhu cầu tiêu thụ cà phê.”

Như vậy, có thể cà phê single-serve cuối cùng lại là nạn nhân của sự thành công của chính mình? Nhìn qua, bất cứ điều gì làm giảm tiêu thụ sẽ có vẻ đang chống lại ngành công nghiệp nói chung. Nhưng nếu nghĩ kỹ hơn, vấn đề không phải là suy giảm số lượng cốc cà phê mà chúng ta uống mà đó là vấn đề tỷ lệ hạt cà phê tiêu thụ. Một mặt, dường như là tin tốt (cuối cùng thì chúng ta không uống ít cà phê đi mà chỉ là đang lãng phí ít hơn). Mặt khác, khi người tiêu dùng khôn ngoan nhận thấy sự lãng phí ở những giai đoạn khác nhau trong chuỗi cà phê, họ có thể sẽ sớm nhận ra rằng họ phải trả cho sự lãng phí của người khác.

Thêm vào đó, “Nếu mua một máy pha cà phê ở nhà, bạn có lẽ không chỉ nhìn chằm chằm vào nó,” Carlos Mera, nhà phân tích của Rabobank nói và chỉ vào các dữ liệu nhu cầu tăng cao, thậm chí ở châu Âu. Ông cho biết thêm, máy pha cà phê single-serve là việc chuyển tiêu thụ cà phê từ cửa hàng bán lẻ về nhà của người tiêu dùng. “Hiện tượng cà phê single-serve là việc mang xu hướng tiêu dùng cao cấp về nhà của bạn”, ông nói.

Độc quyền và bảo vệ môi trường

Các sản phẩm cà phê single-serve nhận những lời chỉ trích từ các nhóm môi trường vì các gói nhựa và cà phê xay đã sử dụng tại bãi chôn lấp và không thể tái chế. Keurig ước tính 9,8 tỷ gói K-Cup đã được bán ra trong năm kết thúc ngày 27/9, tăng 13%. Keurig, công ty đứng đầu ngành công nghiệp cà phê single-serve, sản xuất đủ vỏ quả cà phê nhựa hồi năm ngoái để vòng quanh trái

đất hơn 10 lần, theo ước tính của một chuyên gia phân tích. Một video clip trên YouTube bắt chước các bộ phim ăn khách mô tả người ngoài hành tinh trông giống như vỏ nhựa Keurig đang xâm nhập trái đất.

Lý do Keurig bắt buộc vào vỏ nhựa lúc này là vì dường như không có cách nào khác giữ cho cà phê bên trong tươi mới, theo Monique Oxender, Giám đốc phát triển bền vững của công ty. Và K-Cup được làm bằng chất dẻo tổng hợp với các bộ phận không có cách nào dễ dàng để tách các thành phần để tái chế. Trong tuyên bố trên trang web của mình, công ty cho biết “cam kết rằng 100% tất cả các gói K-Cup sẽ là sản phẩm có thể tái chế vào năm 2020”.

Tuy nhiên, cũng có ý kiến cho rằng máy pha cà phê single-serve giúp tiết kiệm điện khi chúng không cần phải liên tục giữ ấm cho ấm cà phê. Và những người ủng hộ K-Cup cho rằng mọi người uống cà phê hiệu quả hơn khi không lãng phí đồ bỏ. Và điều đó có ý nghĩa gì? Oxender nhấn mạnh rằng cà phê là một loại cây trồng cần rất nhiều nước, và ít cà phê bị lãng phí hơn tức là ít nước bị lãng phí hơn.

Ngoài ra, Keurig đã từng là trung tâm của cuộc tranh cãi gần đây do việc bổ sung các “công nghệ khóa” (“lock-out technology”) vào hệ thống pha cà phê tại nhà thế hệ thứ hai của mình. Máy mới sẽ không thể dùng cho thương hiệu nào khác ngoài K-Cup. K-Cup được cấp bằng sáng chế bởi Keurig năm 2012, sau đó, các thương hiệu như Folgers và Maxwell House, và những công ty khác, bắt đầu sản xuất phiên bản tương thích Keurig của riêng họ. Hiện nay Keurig đang thực hiện các cuộc đàm phán quan trọng với các công ty nước giải khát hàng đầu như Starbucks và Dunkin’ Donuts trong khi cũng phát triển công nghệ ngăn ngừa việc sử dụng các đối thủ cạnh tranh của K-Cup. Các đối thủ cạnh tranh đã lên án những hành động này là vi phạm luật chống độc quyền nhằm ngăn chặn sự độc quyền thị trường.

Văn hóa cà phê Hàn Quốc

TS. Trịnh Đức Minh

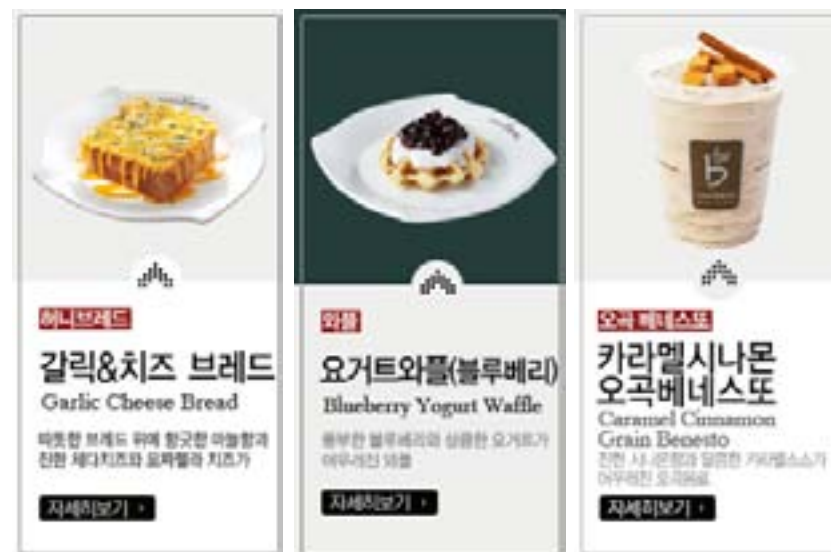
Chủ tịch Hiệp hội Cà phê Buôn Ma Thuột

Tác giả JungHee Jang công bố bài viết khá lý thú từ một nghiên cứu xã hội học về văn hóa cà phê vốn còn ít được nghiên cứu thấu đáo ở nước ta. Tôi lược dịch và trích đăng những nội dung chính mong độc giả, nhất là cộng đồng cà phê của chúng ta tham khảo làm phong phú diện mạo văn hóa cà phê nước nhà cũng như sớm có những nghiên cứu sâu hơn góp phần nâng cao, khai thác những giá trị còn chưa được soi chiếu từ góc nhìn xã hội học, dân tộc học.

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 bói 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 chăn 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.

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 ném 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 sĩ, 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 thìa để ăn kim chi và uống món súp truyền thống của Hàn Quốc bằng một cái bát lớn.



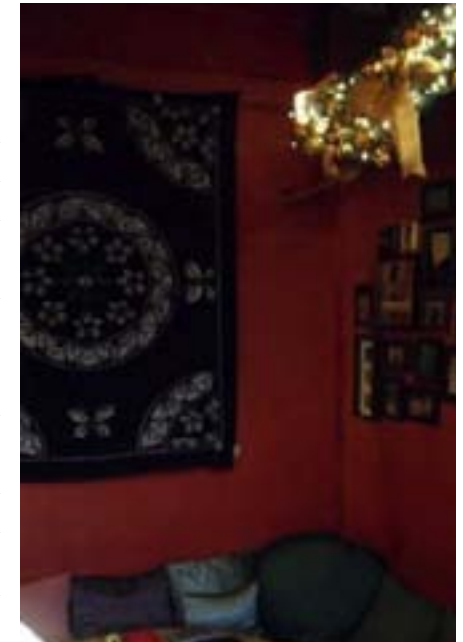
Vào giữa thế kỷ 20, quán cà phê tiếp tục tồn tại làm nơi gặp gỡ hơn là nơi người ta đến để uống cà phê, tuy nhiên đó là thời không dành cho công dân bình thường thưởng thức cà phê do giá quá cao. Vì quán cà phê là nơi tranh luận về chính trị, kinh tế, văn hóa, giáo dục, nghệ thuật, tôn giáo của những 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 cấm 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.



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 bất chợt, 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 thú khác ngoài cà phê. Một trong những thú đó là thức uống không có cà phê và đồ ăn nhẹ. Ngoài 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, tươi tắn, 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.

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 nhảy 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.

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

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.

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 môi 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 *hanh 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. Ném 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.

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 Ritze, 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.

Nguồn: <https://www.cmu.edu/dietrich/modlang/docs/.../jangE.pdf>

Nâng cao vai trò của phụ nữ trong ngành cà phê

Lê Thị Mỹ Tâm

123 Global – 123chienluoc.com

Cà phê là một ngành hàng quan trọng tại một số nước Châu Mỹ, Châu Phi và Đông Nam Á, trong đó có Việt Nam. Cà phê mang về kim ngạch xuất khẩu và tạo thu nhập cho các hộ nông dân.

Ngành cà phê thể hiện vai trò trong ba phương diện kinh tế quan trọng. Về phương diện thứ nhất, ngành cà phê tạo thu nhập trực tiếp, tạo việc làm và sản phẩm. Về phương diện thứ hai, cà phê được sử dụng làm đầu vào cho ngành chế biến (rang xay). Về phương diện thứ ba, cà phê được sử dụng cho nhu cầu tiêu thụ trong nước và xuất khẩu. Các hoạt động này làm tăng chuỗi giá trị và góp phần phát triển kinh tế cả nước.

Phát triển bền vững cộng đồng cà phê là một chiến lược quan trọng, bao hàm đến mối quan tâm bình đẳng xã hội giữa các thế hệ, trong đó có bình đẳng giới.

Một nền kinh tế cà phê bền vững cần dựa trên sự kết hợp của nhiều yếu tố khác nhau trong chuỗi giá trị, đặc biệt nhà sản xuất (bao gồm nông dân nữ) là mắt xích yếu nhất trong mối quan hệ về quyền.

Nói chính xác hơn, một người nông dân cà phê bền vững sẽ đáp ứng các mục tiêu môi trường và xã hội dài hạn có thể cạnh tranh hiệu quả với các thành phần khác trong thị trường cà phê.

Trao quyền cho phụ nữ

Chúng ta phải làm nhiều hơn để đáp ứng nhu cầu cà phê ngày càng tăng. Một cách làm quan trọng để tăng năng suất trong ngành cà phê là trao quyền cho phụ nữ trong chuỗi giá trị cà phê.

Chúng ta cần thừa nhận phụ nữ đóng vai trò quan trọng trong ngành nông nghiệp này và chúng ta cần thúc đẩy để cho phụ nữ những cơ hội để khám phá triệt để tiềm năng của mình.

Có nhiều chứng cứ rõ ràng về tầm quan trọng của phụ nữ trong nông nghiệp – từ đề tài của Tổ chức Lương Nông Liên Hiệp Quốc (FAO) cho đến nghiên cứu toàn diện của Viện Chất lượng Cà phê (CQI) được trình bày tại Diễn đàn Cà phê Toàn cầu tại Milan hồi cuối tháng 9/2015.



Một phụ nữ vác cà phê tại vùng Cauca tại Colombia – Nguồn: CIAT

Tổ chức FAO ước tính, tùy vào mỗi quốc gia, phụ nữ chiếm khoảng 20 – 50% lực lượng lao động nông nghiệp và chiếm 3 – 20% chủ sử dụng đất. Tuy nhiên, phụ nữ ít tiếp cận hơn nam giới đối với các nguồn lực sản xuất. Có khoảng cách về giới đáng kể

đôi với việc tiếp cận đất đai, tín dụng, thuốc trừ sâu và phân bón cũng như các dịch vụ khuyến nông. Phụ nữ cũng thường hạn chế hơn về thời gian do gánh nặng việc nhà và việc đồng áng. Các hộ gia đình do phụ nữ làm trụ cột thường sở hữu ít đất đai hơn và đầu ra sản phẩm nông nghiệp ít có khả năng bán ra thị trường hơn trường hợp của nam giới.

Chính sự mất cân bằng này khiến cho phụ nữ có năng suất lao động kém hơn nam giới.

Một nghiên cứu thực hiện do tổ chức phi chính phủ “Twin” tại London thực hiện cho thấy rằng ở một số vùng tại Đông Phi, thu nhập của nông dân là phụ nữ từ sản xuất cà phê thấp hơn 40% so với người trồng cà phê là nam giới.

Tuy nhiên, nghiên cứu cho thấy rằng khoảng cách về giới sẽ mất đi nếu phụ nữ được trao cùng mức độ tiếp cận đối với các yếu tố và kỹ năng sản xuất như nam giới. Khi đó, phụ nữ sẽ đạt mức năng suất lao động như nam giới và có thể cải thiện đáng kể thu nhập từ sản xuất nông nghiệp.

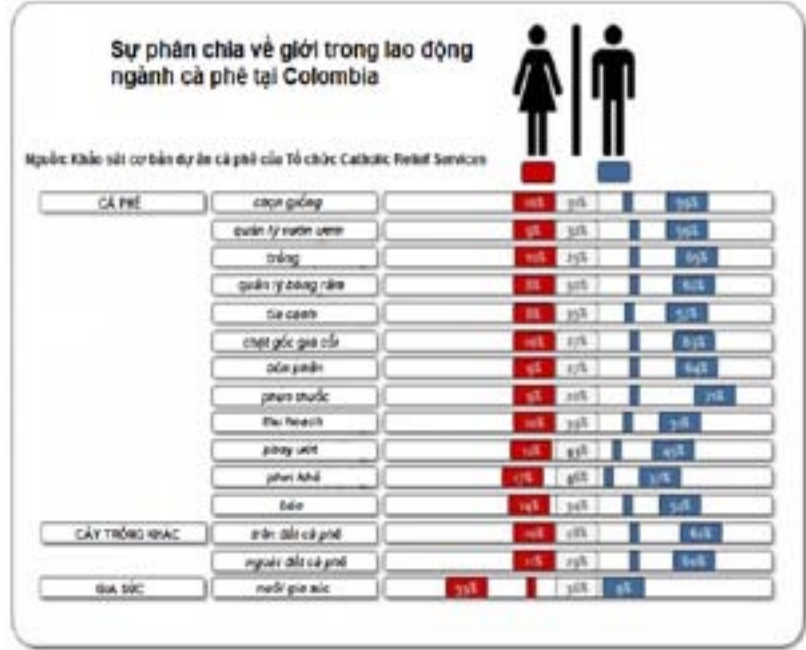
Theo FAO, việc xóa bỏ khoảng cách về giới này có thể làm tăng năng suất của các nông trường do phụ nữ lãnh đạo thêm 20 - 30%.

Thúc đẩy bình đẳng giới trong ngành cà phê

Các cơ quan chức năng, giới chuyên môn ngành cà phê cần tiếp tục cộng tác để khắc phục những hạn chế đã và đang cản trở năng suất lao động của phụ nữ.

Chẳng hạn, phụ nữ cần được tham gia tập huấn kỹ thuật. Khả năng tiếp cận tài chính của phụ nữ cần được cải thiện. Vai trò của phụ nữ trong việc tìm kiếm thị trường tiêu thụ sản phẩm cần được tăng cường để khắc phục rào cản do các chuẩn mực văn hóa định hình. Các biện pháp này rất quan trọng, góp phần tăng năng suất trong ngành cà phê.

Liên đoàn Cà phê Quốc gia Colombia (FNC) đang nỗ lực mở rộng tập huấn kỹ thuật cho phụ nữ (và cả nam giới) thông qua các dịch vụ khuyến nông của Liên đoàn để nâng cao lợi nhuận từ cà phê cho người nông dân. Kết quả thực hiện đầy hứa hẹn: Số lượng người nông dân sản xuất cà phê đặc biệt tăng lên và họ được cấp chứng nhận không chỉ theo tiêu chuẩn Fair Trade USA mà còn theo nhiều tiêu chuẩn tại Bắc Mỹ và Châu Âu.



Tuy nhiên, nỗ lực thúc đẩy bình đẳng giới không nên giới hạn ở nhà sản xuất. Tăng cường vai trò của phụ nữ trong toàn bộ chuỗi giá trị cà phê cực kỳ quan trọng. Chẳng hạn, phụ nữ vẫn thiếu đại diện ở các cơ quan sản xuất và có quá ít phụ nữ giữ vai trò lãnh đạo trong ngành cà phê.

Trong vài năm qua, ngành cà phê đã có những bước phát triển quan trọng khi chuyển thể lời kêu gọi bình đẳng giới thành những

hành động cụ thể. Đã có nhiều sáng kiến khác nhau trong ngành cà phê nhằm thúc đẩy các cơ hội bình đẳng thông qua các sáng kiến đối với các nhà sản xuất cà phê, người tiêu thụ cà phê cũng như các nhà hoạch định chính sách cà phê.



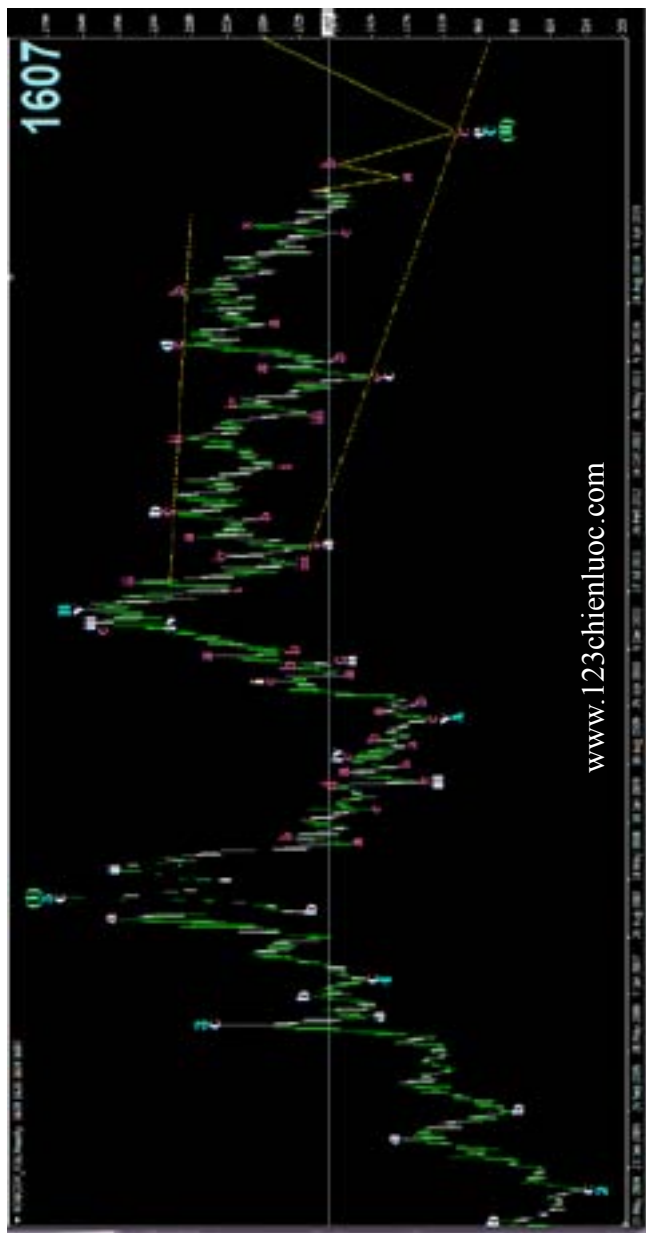
Cộng hòa Dân chủ Congo trở thành nước thứ 6 ở Châu Phi gia nhập mạng lưới hiện chương toàn cầu của Liên minh Cà phê Phụ nữ Quốc tế (IWCA)

Tổ chức Cà phê Quốc tế (ICO), một tổ chức liên chính phủ, đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc giao lưu trao đổi giữa các bộ phận công và tư về các vấn đề giới. ICO cũng đã lồng ghép vấn đề giới thông qua phân tích giới sâu sắc trong thiết kế các dự án và các can thiệp hỗ trợ việc trao quyền cho phụ nữ, thông qua các nhóm sản xuất nữ hoàn toàn. ICO tiếp tục làm việc với các thành viên và đối tác nhằm tạo ra sự hiểu biết sâu sắc hơn về tầm quan trọng của bình đẳng giới trong ngành cà phê.

Điều quan trọng là phải thừa nhận bình đẳng giới vừa là một quyền con người cơ bản, vừa là nền tảng cần thiết cho một cộng đồng cà phê thịnh vượng về phương diện kinh tế. Quan niệm này

được phản ánh rõ trong chương trình phát triển bền vững mới của Liên Hiệp Quốc vào ngày 25/9/2015 tại New York: Mục tiêu 5 - Hoàn tất bình đẳng giới và trao quyền cho tất cả phụ nữ và trẻ em gái.

Nói tóm lại, để thúc đẩy tăng trưởng ở ngành cà phê một cách toàn diện và linh hoạt trong dài hạn, các ngành chức năng ngành cà phê cần phát triển các giải pháp nhằm tăng cường tính bền vững về môi trường và xã hội của hoạt động sản xuất cà phê. Cần tạo môi trường thuận lợi cho phụ nữ để phấn đấu và trở thành những nhà lãnh đạo trong tất cả các lĩnh vực của ngành cà phê.



Nguồn: 123 Global (2015) www.123chienluoc.com

CÔNG TY CỔ PHẦN NHỊP ĐIỆN TOÀN CẦU 123

Trụ sở : 27 Nguyễn Trường Tộ, Phường Tân Thành,
Quận Tân Phú, Tp. Hồ Chí Minh
VPĐD : 121 Lê Quý Đôn, Tp. Buôn Ma Thuột, tỉnh Đắk Lắk
Điện thoại: (0500) 370.2626 – 370.2727
Hotline : 0962 15 39 39
Website : www.123chienluoc.com

Công ty cổ phần Nhịp Điện Toàn Cầu 123 - 123 Global chuyên hoạt động trong lĩnh vực về phân tích thị trường, cụ thể là:

- * Cung cấp thông tin thị trường miễn phí và có phí thông qua:
 - website: www.123caphe.com (miễn phí),
 - www.123chienluoc.com (có phí) và SMS.
- * Tổ chức các khóa huấn luyện đào tạo về "Phân tích và dự báo giá cả thị trường" dành cho công ty và cá nhân.
- * Phối hợp với Hiệp hội Cà phê Buôn Ma Thuột tổ chức và duy trì hàng tháng chuỗi Hội thảo – Tọa đàm "Kinh doanh cà phê hiệu quả" với sự tham gia của các chuyên gia trong ngành.
- * Ngoài ra, với mong muốn góp phần làm phong phú thêm kiến thức về ngành cà phê cho nhiều đối tượng, 123 Global hướng đến phát triển:
 - * Xây dựng và phát hành Nội san chuyên ngành cà phê và phân tích dự báo giá cả dưới sự đồng ý của Bộ Thông tin Truyền thông.
 - * Tổ chức các cuộc thi thường xuyên về thị trường cà phê.
 - * Với sứ mệnh là góp phần nâng cao vị thế ngành cà phê Việt Nam trên trường quốc tế, 123 Global cam kết sẽ mang lại những giá trị đích thực cho cộng đồng cà phê Việt Nam

Mục lục

Diễn biến giá cà phê

1. Toàn cảnh diễn biến và các yếu tố ảnh hưởng đến giá cà phê - Một số giải pháp góp phần phát triển ngành cà phê.....1

Biên soạn: Trần Khải Nam Trung, Chuyên gia nghiên cứu thị trường cà phê, CTCP Nhịp điệu Toàn cầu 123 (123 Global)

Cà phê rang xay

2. Tản mạn về thưởng thức cà phê.....56

Biên soạn: Trần Khải Nam Trung, Chuyên gia nghiên cứu thị trường cà phê, CTCP Nhịp điệu Toàn cầu 123 (123 Global)

3. Cà phê rang xay Việt Nam: Cơ hội và thách thức.....62

Biên soạn: Nguyễn Xuân Lợi, Giám đốc Công ty CP Đầu Tư & Phát Triển An Thái

4. RoastMasterTM 60: Giải pháp tiên tiến cho cà phê rang....69

Biên soạn: Công ty TNHH Buhler Viet Nam

Văn hóa thưởng thức cà phê

5. Khẩu vị cà phê pha chế lạnh làm biến đổi thị trường cà phê Mỹ trong những tháng hè.....72

Biên soạn: Nguyễn Hoàng Mỹ Phương / theo Reuters

6. Cà phê single-serve và thay đổi thói quen tiêu dùng cà phê tại Mỹ.....76

Biên soạn: Nguyễn Hoàng Mỹ Phương

8. Văn hóa cà phê Hàn Quốc.....82

Biên soạn: Trịnh Đức Minh, Chủ tịch Hiệp hội Cà phê Buôn Ma Thuật

Cà phê và bình đẳng giới

9. Nâng cao vai trò của phụ nữ trong ngành cà phê.....94

Biên soạn: Lê Thị Mỹ Tâm, CTCP Nhịp điệu Toàn cầu 123

Chịu trách nhiệm nội dung:

Trần Khải Nam Trung

Chủ tịch Hội đồng Quản trị CTCP Nhịp điệu Toàn cầu 123

Các tác giả tham gia viết bài:

Trần Khải Nam Trung

Trịnh Đức Minh

Nguyễn Xuân Lợi

Lê Thị Mỹ Tâm

Nguyễn Hoàng Mỹ Phương

Huỳnh Nhật Hà

Và các cộng sự

Với sự hợp tác của:

Công ty CP Đầu Tư & Phát Triển An Thái

LôB03 – B04 Khu CN Hòa Phú – Tp. Buôn Ma Thuột – tỉnh Đắk Lắk

Công ty TNHH Buhler Việt Nam

235 – 241 Cộng Hòa, P13, Q. Tân Bình, Hồ Chí Minh, Việt Nam

Giấy phép xuất bản số: /GPTL-STTTT cấp ngày 01 tháng 12 năm 2015. của Sở Thông tin và Truyền thông tỉnh Đắk Lắk. In tại công ty TNHH một thành viên In Đắk Lắk, số lượng 500 cuốn, khổ 14 x 20 cm, in xong và nộp lưu chiểu tháng 12 năm 2015.