

**VIỆN CHÍNH SÁCH VÀ CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN NÔNG NGHIỆP
NÔNG THÔN**

DỰ ÁN CHUYỂN ĐỔI NÔNG NGHIỆP BỀN VỮNG - VNSAT

BÁO CÁO

**THỊ TRƯỜNG ĐỐI THỦ CẠNH TRANH –
THỊ TRƯỜNG CÀ PHÊ INDONESIA**

Hà Nội, 2018

MỤC LỤC

I. GIỚI THIỆU CHUNG	3
1.1. Tổng quan tình hình của Indonesia.....	3
1.1.1. Kinh tế.....	3
1.1.2. Xã hội.....	Error! Bookmark not defined.
1.1.3. Chính trị	Error! Bookmark not defined.
1.1.4. Văn hóa	Error! Bookmark not defined.
1.2. Sự cần thiết của báo cáo	3
II. THỰC TRẠNG NGÀNH CÀ PHÊ CỦA INDONESIA	7
2.1. Biến động sản xuất	7
2.2. Hoạt động chế biến và sơ chế sản phẩm.....	10
2.3. Chính sách hỗ trợ sản xuất.....	11
III. THƯƠNG MẠI CÀ PHÊ INDONESIA.....	11
3.1. Xuất khẩu.....	11
3.2. Nhập khẩu	14
3.3. Tiêu dùng trong nước	15
3.4. Biến động giá cà phê trong nước.....	17
3.5. Chính sách thương mại	17
IV. KẾT LUẬN VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO VIỆT NAM.....	18
4.1. Kết luận.....	18
4.2. Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam	19
PHỤ LỤC.....	20
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	22

DANH MỤC HÌNH

Hình 1: Tốc độ tăng trưởng GDP và GDP bình quân đầu người của Indonesia giai đoạn 2007-2017	Error! Bookmark not defined.
Hình 2: Thống kê các nhóm tôn giáo ở Indonesia	Error! Bookmark not defined.
Hình 3: Diện tích sản xuất cà phê của Indonesia (nghìn ha).....	8
Hình 4: Sản lượng cà phê của Indonesia (nghìn tấn)	8
Hình 5: Lượng và giá trị xuất khẩu cà phê giai đoạn 2010-2017	11
Hình 6: Xuất khẩu cà phê theo tháng của niên vụ 2017/18	12
Hình 7: Thị trường xuất khẩu cà phê chính của Indonesia năm 2017	13
Hình 8: Lượng và giá trị nhập khẩu cà phê của Indonesia giai đoạn 2013-2017	14
Hình 9: Cơ cấu thị phần của các quốc gia xuất khẩu cà phê sang Indonesiatrong năm 2017 (%).....	14
Hình 10: Tiêu dùng cà phê của Indonesia.....	15
Hình 11: Lượng cà phê uống liền (RTD) của Indonesia tiêu thụ qua kênh off-trade giai đoạn 2012-2017	16
Hình 12: Diễn biến giá cà phê Robusta tại Lampung, Indonesia trong niên vụ 2017/18 (nghìn Rupia Indonesia/kg).....	17
Hình 13: Diễn biến giá cà phê Arabica tại Medan, Indonesia trong niên vụ 2017/18 (nghìn Rupia Indonesia/kg).....	Error! Bookmark not defined.

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1: Một số chỉ tiêu kinh tế của Indonesia	5
Bảng 2: Đặc điểm các vùng trồng cà phê của Indonesia	Error! Bookmark not defined.

I. GIỚI THIỆU CHUNG

1.1. Sự cần thiết của báo cáo

Indonesia là nhà sản xuất cà phê lớn thứ tư trên thế giới từ năm 2014. Để có được vị thế này, cây cà phê đã được trồng ở Indonesia vào cuối những năm 1600 – dưới thời của đế chế Hà Lan và từ đó đóng một phần quan trọng trong sự phát triển cả về kinh tế lẫn văn hóa lịch sử của đất nước.

Nhờ sự phát triển cây cà phê sớm, Indonesia tạo được nhiều thương hiệu cà phê được thị trường quốc tế biết đến, do đó xây dựng được các thương hiệu cà phê tương đối bền vững.

Trong khuôn khổ hoạt động xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu ngành hàng lúa gạo và cà phê của dự án Chuyển đổi nông nghiệp bền vững VnSAT, báo cáo phân tích thị trường đối thủ cạnh tranh về ngành cà phê – thị trường Indonesia được xây dựng nhằm mục đích nắm bắt và hiểu thông tin về tình hình sản xuất, thương mại ngành cà phê của Indonesia - nhà sản xuất và xuất khẩu cà phê lớn thứ hai thế giới, đồng thời là đối thủ cạnh tranh của Việt Nam tại nhiều thị trường như Hoa Kỳ, châu Âu, Nhật Bản.

Báo cáo tổng quan thị trường cà phê Indonesia được tiến hành với 4 phần chính sau: (i) Giới thiệu chung về Indonesia; (ii) Thực trạng sản xuất ngành cà phê Indonesia; (iii) Thực trạng thương mại của ngành cà phê Indonesia; và (iv) cuối cùng rút ra kết luận và một số lưu ý cho Việt Nam.

Những thông tin tổng hợp và phân tích trong báo cáo này được mong đợi sẽ là nguồn tham khảo để đưa ra những giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh ngành cà phê Việt Nam.

1.2. Tổng quan tình hình của Indonesia

1.2.1. Thông tin chung

Tên đầy đủ: Cộng hòa Indonesia

Thủ đô: Jakarta

Diện tích: 1,904,569 km²

Dân số: 270.599.131 (tháng 10/2019), đứng thứ 4 thế giới

Dân tộc: Javanese 40.6%, Sundanese 15%, Madurese 3.3%, Minangkabau 2.7%, Betawi 2.4%, Bugis 2.4%, Banten 2%, Banjar 1.7%, và các dân tộc khác chiếm 29.9%

Tôn giáo: Đạo hồi 86.1%, Tin lành 5.7%, Thiên chúa giáo La Mã 3%; Ấn Độ Giáo 1.8% và các đạo khác

Tiền tệ: Rupiah –IDR

Vị trí địa lý: Thuộc Đông Nam Á. Indonesia gồm 13.487 hòn đảo, khoảng 6.000 trong số đó không có người ở. Các hòn đảo nằm rải rác ở cả hai phía đường xích đạo. Năm hòn đảo lớn nhất là Java, Sumatra, Kalimantan (phần Borneo thuộc Indonesia), New Guinea (cùng chung với Papua New Guinea), và Sulawesi. Indonesia có biên giới trên bộ với Malaysia trên hòn đảo Borneo và Sebatik, Papua New Guinea trên đảo New Guinea, và Đông Timor trên đảo Timor. Indonesia cũng có chung biên giới với Singapore, Malaysia, và Philippines ở phía bắc và Australia ở phía nam bằng một dải nước hẹp. Hơn 2/3 lãnh thổ là rừng mưa nhiệt đới.

Khí hậu: Khí hậu nhiệt đới xích đạo, lượng mưa lớn quanh năm.

1.2.2. Kinh tế

Kinh tế Indonesia là một nền kinh tế thị trường trong đó chính phủ đóng vai trò chủ đạo. Nó có hơn 164 công ty sở hữu quốc doanh, hoạt động kinh doanh các mặt hàng cơ bản như dầu mỏ, gạo, và điện lực. Trong cuộc khủng hoảng tài chính ở châu Á từ giữa năm 1997, chính phủ đã nắm lấy một tỉ lệ đáng kể các tài sản thuộc sở hữu tư nhân. Trong thập kỷ 1960, nền kinh tế đã suy giảm nghiêm trọng vì sự bất ổn chính trị, một chính phủ trẻ và không có kinh nghiệm, và chủ nghĩa kinh tế quốc gia yếu kém, dẫn tới tình trạng nghèo đói nghiêm trọng. Sau khi chế độ Sukarno sụp đổ hồi giữa thập niên 1960, chính sách Trật tự Mới đã mang lại một mức độ kỷ lục cho chính sách kinh tế nhanh chóng làm giảm lạm phát, ổn định tiền tệ, tái cơ cấu nợ nước ngoài, và thu hút đầu tư cũng như viện trợ từ nước ngoài. Indonesia là thành viên duy nhất của OPEC tại Đông Nam Á, và sự bùng nổ giá dầu mỏ thời thập niên 1970 đã mang lại một nguồn thu xuất khẩu lớn giúp duy trì tốc độ tăng trưởng kinh tế cao. Sau những cải cách thêm nữa hồi thập niên 1980, Đầu tư nước ngoài đổ vào Indonesia, đặc biệt vào những khu vực chế tạo phát triển nhanh và định hướng xuất khẩu, và từ năm 1989 tới năm 1997, kinh tế Indonesia phát triển với tốc độ trung bình trên 7%.

Indonesia là nước chịu tác động mạnh nhất từ cuộc Khủng hoảng tài chính Đông Á năm 1997–1998. Tỷ giá tiền tệ nước này so với đồng đô la Mỹ đã giảm từ khoảng 2.000 Rp tới 18.000 Rp, và nền kinh tế giảm 13,7%. Từ đó đồng rupiah đã ổn định ở mức trong khoảng 10.000 Rp/dollar, và đã xuất hiện dấu hiệu khôi phục kinh tế quan trọng tuy còn chậm chạp. Sự bất ổn chính trị, cải cách kinh tế chậm chạp và tham nhũng ở mọi cấp độ chính phủ và kinh doanh từ năm 1998 đã ảnh hưởng tiêu cực tới sự phục hồi kinh tế. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng GDP đã vượt 5% trong cả hai năm 2004 và 2005, và được dự báo sẽ còn tăng thêm. Mặc dù vậy, tốc độ tăng này chưa đủ mạnh để dẫn tới một sự thay đổi lớn trong tỷ lệ thất nghiệp, và mức tăng lương, giá nhiên liệu và gạo tăng cao càng làm trầm trọng hơn vấn đề đói nghèo. Năm 2006, ước tính 17,8% dân số sống dưới mức mức nghèo khổ, 49,0% dân số sống với chưa tới 2 đô la mỗi ngày, và tỷ lệ thất nghiệp ở mức 9,75%.

Người Hoa là thế lực chi phối nền kinh tế Indonesia. Người Hoa chỉ chiếm 2,5% trong tổng dân số Indonesia, nhưng lại kiểm soát tới trên 70% kinh tế nước này, trong đó kiểm soát trên 75% ngành sản xuất bánh mì, miến, kiểm soát 80% ngành may mặc, 65% ngành nhuộm và 80% ngành lâm sản. Cuối năm 1993, 68% doanh nghiệp quy mô lớn của Indonesia do người Hoa kiểm soát.

Do ảnh hưởng từ cuộc khủng hoảng kinh tế Mỹ và tăng trưởng chậm của kinh tế toàn cầu, giá nhiên liệu tăng cao, chính phủ Indonesia nhận định nền kinh tế đất nước cũng không thể phát triển cao hơn nữa trong thời gian tới. Mục tiêu tăng trưởng kinh tế của Indonesia phấn đấu đạt mức ổn định từ 4-6%/năm trong giai đoạn 2008-2013, đảm bảo an ninh lương thực quốc gia, chuyển dịch cơ cấu kinh tế sang công nghiệp và dịch vụ, kìm chế thâm hụt ngân sách và tỷ lệ thất nghiệp, tăng cường xuất khẩu các sản phẩm phi dầu khí với mức tăng trung bình khoảng 10%/năm.

Trong những năm gần đây, mặc dù được đánh giá là một nền kinh tế bất ổn nhưng Indonesia đã đạt được những kết quả rất khả quan. Năm 2017, Indonesia, nền kinh tế lớn nhất khu vực Đông Nam Á, đã chính thức cán mốc tổng sản phẩm trong nước (GDP) 1 nghìn tỷ USD. Tháng 9/2019, Chính phủ Indonesia đã phác thảo ba kịch bản dự báo tăng trưởng kinh tế cho giai đoạn 5 năm tới, nhằm tăng cường khả năng chống chịu của nền kinh tế trước các mối đe dọa biến động toàn cầu. Bộ trưởng Bộ Kế hoạch Phát triển Quốc gia cho biết, kịch bản lạc quan là GDP của Indonesia đạt mức tăng trung bình 6% trong 5 năm tới. Kịch bản kém lạc quan hơn là tăng trưởng đạt 5,7%, cao hơn khá nhiều so với kịch bản bi quan (5,4%). Bộ Kế hoạch Phát triển Quốc gia đã chuẩn bị một số gói giải pháp nhằm đạt được mục tiêu tăng trưởng, trong đó có việc triển khai bảy chương trình phát triển trong 5 năm tới.

Các chương trình mục tiêu nói trên bao gồm giảm tỷ lệ hộ nghèo xuống dưới 7%, giảm tỷ lệ thất nghiệp xuống không quá 4%, giảm chênh lệch phát triển giữa các khu vực, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực thông qua các chương trình dạy nghề và phát triển cơ sở hạ tầng, không chỉ hạ tầng đường bộ, điện, sân bay và cảng biển mà cả nước sạch. Ngoài ra, Chính phủ Indonesia cũng dành ưu tiên ứng phó với biến đổi khí hậu, bao gồm cả phòng chống cháy rừng.

Bảng 1: Một số chỉ tiêu kinh tế cơ bản của Indonesia

Năm	2016	2017	2018	2019 (dự kiến)	2020 (dự kiến)
Tốc độ tăng trưởng GDP	5.03%	5.07%	5.17%	5.05%	5.11%
CPI	3.53%	3.81%	3.20%	3.60%	3.50%
Xuất khẩu hàng hóa (Tỷ USD), giá FOB	177.9	205.0	218.5	229.5	241.3

Nhập khẩu hàng hóa (tỷ USD), giá FOB	170.8	194.7	229.9	238.1	246.5
--------------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------

Nguồn: Ngân hàng Thế giới

1.2.3. Nền nông nghiệp Indonesia

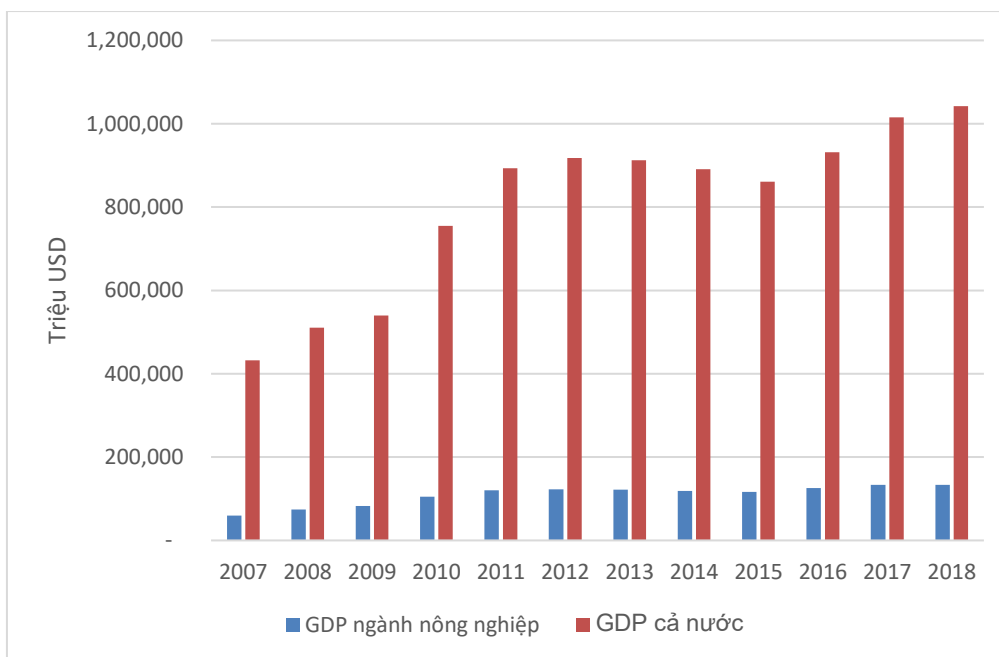
Ngành nông nghiệp Indonesia vẫn còn tụt hậu xa so với các nước láng giềng trong khu vực và chưa đáp ứng đủ nhu cầu trong nước. Mặc dù đã liên tục nâng cao được năng suất trong thập kỷ qua trong khi số lao động trong ngành giảm sút, song nông nghiệp Indonesia hiện vẫn còn thua kém các nước láng giềng trong khu vực Đông-Nam Á.

Theo Cơ quan Thống kê Quốc gia Indonesia (BPS) xác nhận số lao động (từ 15 tuổi trở lên) trong ngành nông nghiệp nước này đã giảm từ 40,61 triệu người năm 2003 xuống còn 38,86 triệu người năm 2013, trong khi trong cùng kỳ sản lượng lúa gạo đã tăng từ 52,14 triệu tấn lên 69,27 triệu tấn, tương ứng với mức tăng trung bình 3,9%/năm. Trong giai đoạn này, sản lượng ngô cũng tăng trung bình 7,16%/năm, từ 10,89 triệu tấn lên 18,84 triệu tấn.

Ngoài số lao động nông nghiệp từ 15 tuổi trở lên, số hộ gia đình nông dân ở Indonesia cũng đã giảm trong thập kỷ qua, từ mức 31,13 triệu hộ xuống còn 25,13 triệu hộ. Trong đó đảo Java - khu vực sản xuất nông nghiệp lớn nhất đất nước “Vạn Đảo” có số hộ nông dân giảm từ 17,91 triệu hộ xuống còn 13,42 triệu hộ, đảo Sumarta và Sulawesi - khu vực trồng lúa lớn thứ hai và ba cũng trong tình trạng tương tự.

Hiện nay, ngành nông nghiệp đóng góp 12,8% vào GDP của đất nước. Do đó, Chính phủ Indonesia cần phân bổ ngân sách nhiều hơn cho lĩnh vực nông nghiệp và hối thúc chính quyền các cấp ưu tiên phát triển nông nghiệp như các lĩnh vực giáo dục hay y tế, để có thể khai thác hết thế mạnh và tiềm năng nông nghiệp của địa phương.

Hình 1: GDP ngành nông nghiệp Indonesia so với GDP cả nước từ 2007 đến nay



Nguồn: Ngân hàng Thế giới

Việc quản lý đất nông nghiệp thiếu chặt chẽ cũng gây không ít khó khăn cho ngành nông nghiệp tại địa phương. Năm 2010, khoảng 100.000 héc-ta đất nông nghiệp Indonesia đã bị chuyển giao cho các nhà máy và ngành bất động sản, gây nhiều thách thức cho việc đáp ứng nhu cầu trong nước đối với một số mặt hàng nông sản chiến lược.

Thêm vào đó, tuy năng suất trong những năm gần đây được cải thiện, song Indonesia vẫn phụ thuộc nặng nề vào nhập khẩu nông sản, từ gạo đến đậu tương và đường mía.

Về mặt công nghệ, ngành nông nghiệp Indonesia hiện tụt hậu so với nước láng giềng Malaysia tới 10 năm. Indonesia cần tăng cường và đầu tư nhiều hơn nữa vào việc đưa tiến bộ khoa học kỹ thuật và công nghệ vào sản xuất nông nghiệp mới có thể giảm được sự phụ thuộc vào nhập khẩu nông sản - bước đầu tiên để đạt được mục tiêu tự đảm bảo lương thực và an ninh lương thực.

Ngoài ra, các ngân hàng nông nghiệp cũng cần phải phát huy được vai trò như một nguồn cung tài chính quan trọng cho việc đưa tiến bộ khoa học kỹ thuật và công nghệ vào sản xuất nông nghiệp.

II. THỰC TRẠNG NGÀNH CÀ PHÊ CỦA INDONESIA

2.1. Biến động sản xuất

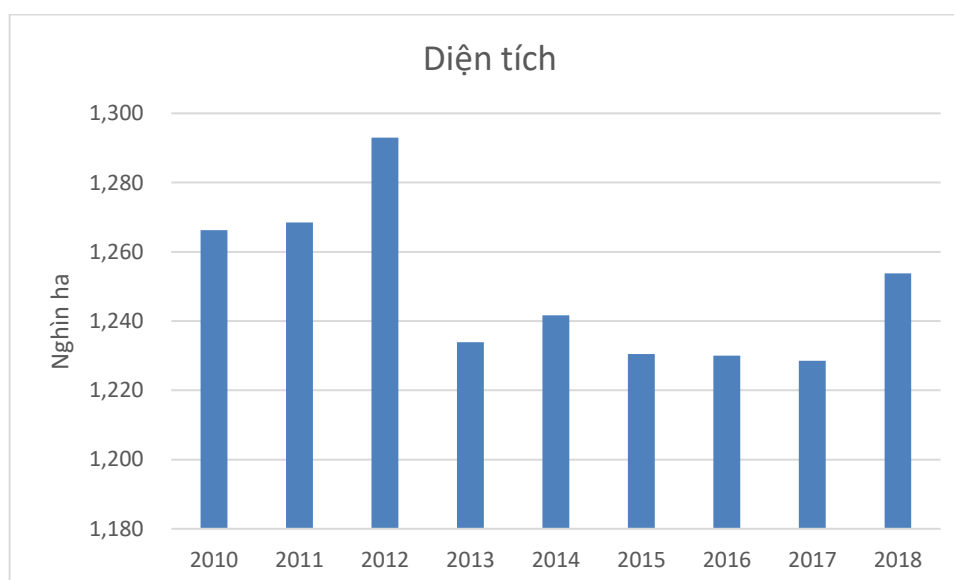
Indonesia có khoảng 1,24 triệu ha trồng cà phê, với 933 ha nông trại Robusta và 307 ha nông trại Arabica (theo thống kê của Indonesia Investments). Hơn 90% các nông trại trong số này có quy mô nhỏ, khoảng 1 – 2 ha mỗi nông trại. Trái ngược với các đối thủ như Việt Nam, Brazil, Indonesia không có các đồn điền cà phê lớn và gặp nhiều khó

khả năng về sản lượng cũng như tính nhất quán trong chất lượng, do đó khó có khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Các tỉnh of Lampung, Bengkulu và South Sumatra tại miền nam đảo Sumatra là các khu vực sản xuất cà phê Robusta chính của Indonesia, chiếm khoảng 75% tổng sản lượng cà phê của nước này. Nguồn cung cà phê từ khu vực này được vận chuyển từ cảng Panjang tại Lampung. Cà phê Arabica chủ yếu trồng tại miền bắc Sumatra và Java.

Diện tích sản xuất cà phê tại Indonesia trong 6 năm trở lại đây giảm nhiều do người dân trồng cà phê thua lỗ và chuyển đổi sang trồng cây khác. Bên cạnh đó, theo dữ liệu của Bộ Nông nghiệp, sản lượng cà phê Indonesia đã giảm khoảng 8% trong 5 năm vừa qua. Nông dân cho biết thời tiết thất thường, thiếu chăm sóc vườn cây và chuyển sang các cây trồng khác là nguyên nhân khiến năng suất cà phê Indonesia giảm.

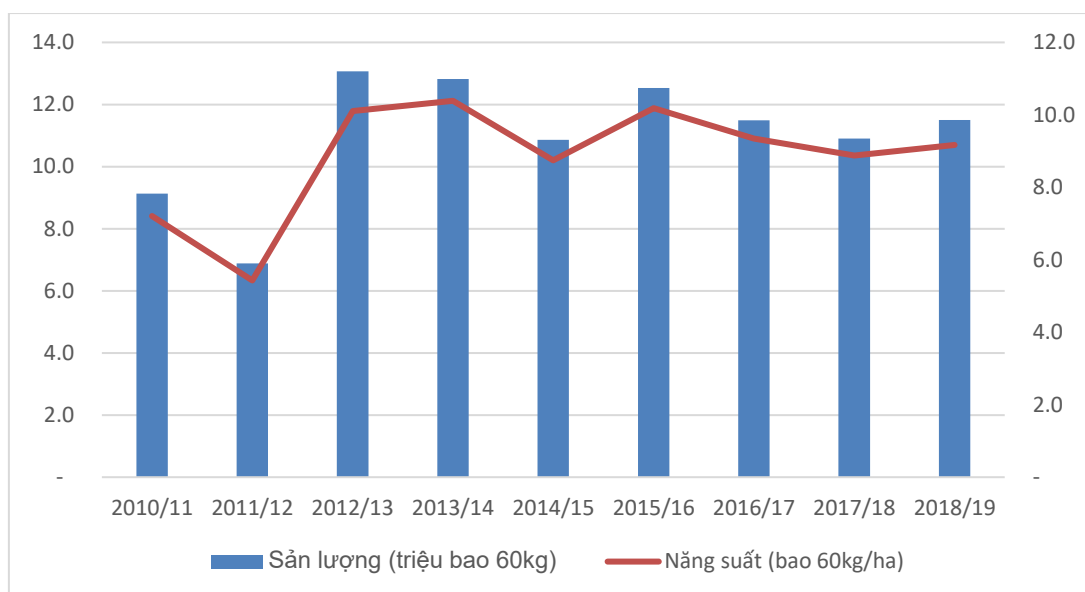
Hình 2: Diện tích trồng cà phê tại Indonesia từ 2010-2018



Nguồn: FAO

Sản lượng cà phê Robusta chiếm khoảng 72% tổng sản lượng cà phê của Indonesia. Hiện có khoảng 2 triệu nông dân Indonesia tham gia ngành hàng cà phê với năng suất bình quân hàng năm đạt khoảng 9-10 bao 60kg/ha (tương đương mức 5,4-6 tạ/ha, thấp hơn rất nhiều so với mức bình quân 23 tạ/ha của Việt Nam). Tổng sản lượng cà phê của Indonesia trong năm 2019 được dự báo đạt 700.000 tấn.

Hình 3: Sản lượng và năng suất cà phê tại Indonesia từ 2010-2019



Nguồn: ICO và FAO

Các khu vực canh tác cà phê nổi tiếng tại Indonesia bao gồm:

- Cà phê Sumatra: Trong nhiều năm, cà phê từ hòn đảo lớn nhất trong quần đảo Indonesia này được gọi đơn giản là ‘Mandheling’ hoặc ‘Lintong’. Trong đó ‘Mandheling’ – được đặt theo tên của người Mandail có nguồn gốc ở Bắc Sumatra, và ‘Lintong’ là tên một thị trấn nhỏ ở phía nam của hồ Toba. hầu hết cà phê Sumatra được canh tác bởi các hộ sản xuất nhỏ (trung bình từ hai ha trở xuống thay vì các hợp tác xã).

- Đảo Java – cái tên gần như đồng nghĩa với cà phê trong tiếng địa phương. Hầu hết cà phê Arabica của hòn đảo được trồng trên năm khu vực thuộc sở hữu của chính phủ, bao gồm hơn 4.000 ha là: Blawan (Belawan, Blauan), Jampit (Djampit), Kayumas, Tugosari và Pancoer. Những đồn điền rộng lớn này nằm trên cao nguyên núi lửa Ijen ở độ cao khoảng 1.370 mét. Đây là nơi đầu tiên cây cà phê được trồng ở Indonesia và xuất khẩu đi nước ngoài từ hơn 100 năm trước bởi thực dân Hà Lan và sau đó được chính phủ Indonesia kích hoạt lại vào cuối những năm 1950, sau khi giành độc lập.

- Đảo Sulawesi: Hầu hết cà phê của Sulawesi được sản xuất bởi những nông hộ nhỏ, chịu trách nhiệm cho khoảng 95% sản lượng của hòn đảo. Mặc dù một số loại cà phê chế biến ướt, nhưng đa số vẫn được xử lý bằng phương pháp Giling Basah.

Một số bất cập trong sản xuất cà phê tại Indonesia:

Hầu hết cà phê của Indonesia được trồng bởi các nông hộ nhỏ với quy mô trang trại trung bình từ 1 ha trở xuống.

Trên quốc đảo này có 10 ngôn ngữ chính, nhưng có tới 748 ngôn ngữ địa phương khác đang được sử dụng. Để duy trì sản xuất & chất lượng cà phê, các bên liên quan cần giao tiếp qua rất nhiều thứ tiếng “mẹ đẻ”.

Đồng thời, có tới 922 hòn đảo có người ở vĩnh viễn, vì vậy giao thông là vấn đề lớn đối với cà phê Indonesia khi mà di chuyển và vận chuyển hàng hóa qua một chuỗi các hòn đảo là một trở ngại về hậu cần.

Cuối cùng, nhưng không kém phần quan trọng, phải kể đến trình trạng bất bình đẳng giới đối với phụ nữ trồng cà phê. Một số phụ nữ nông thôn ở Java chỉ nhận được 1,75 đô la mỗi ngày khi hái cà phê (ít hơn mức lương tối thiểu hợp pháp). Một phần là do nông dân trồng cà phê không được hưởng lợi nhiều từ chuỗi cung ứng, mặt khác chỉ vì họ là phụ nữ.

2.2. Hoạt động chế biến và sơ chế sản phẩm

Khác với các quốc gia Nam Mỹ (như Brazil, Colombia, Costa Rica...) hầu hết sản xuất loại hạt Arabica chất lượng cao, phần lớn sản lượng cà phê của Indonesia là các loại Robusta chất lượng thấp. Tuy nhiên, các giống cà phê Arabica của Indonesia có độ axit thấp và đậm đà hơn (strong bodies), khiến chúng trở nên lý tưởng để pha trộn với các loại cà phê có độ axit cao hơn từ Trung Mỹ và Đông Phi.

Ngày nay đa phần cà phê Indonesia được chế biến ướt, tuy nhiên ở các vùng như Sulawesi và Sumatra kỹ thuật chế biến ‘Giling Basah’ (Một phương pháp truyền thống gần như độc nhất trong thế giới cà phê) vẫn được sử dụng. Theo cách này, sau khi thu hái người nông dân sẽ xát vỏ quả cà phê trong một máy xay thủ công được gọi là ‘Luwak’. Các hạt cà phê, vẫn còn được bọc bởi một lớp chất nhầy sẽ được ngâm nước, sau đó hong khô và mang đến nhà máy để sát bỏ vỏ trấu (độ ẩm vẫn còn ở khoảng 35%). Cuối cùng chúng được trải ra sân phơi để hạ độ ẩm xuống dưới 12% trong 3 ngày tiếp theo.

Hình 4: Sản lượng cà phê chế biến tại Indonesia từ năm 2010-2019



Nguồn: USDA

Cà phê Arabica tại Sumatra là độc nhất, một phần do quá trình sấy cà phê độc đáo tại đây. Trong khi nông dân tại các nước khác cố gắng bắt chước quy trình sấy này nhưng các nhà nhập khẩu cho biết kết quả không đáng tin cậy và chỉ có quy mô nhỏ. Loại cà phê Arabica Sumatra vốn là thành phần chính trong công thức Christmas Blend của Starbucks, có mặt trên thị trường hơn 30 năm qua.

Indonesia có rất nhiều cái tên để cung cấp cho thị trường cà phê đặc sản, với các hồ sơ hương vị riêng biệt và độc đáo tùy thuộc vào khu vực và chế biến. Đáng chú ý nhất trong gần một nghìn hòn đảo này là Sumatra & Java; tuy nhiên, các đảo khác của Sulawesi, Flores và Bali cũng sản xuất cà phê với chất lượng nổi trội.

2.3. Chính sách hỗ trợ sản xuất

Là nước sản xuất cà phê lớn thứ 4 thế giới nhưng Indonesia sản xuất chủ yếu cà phê Robusta vốn là loại cà phê chất lượng thấp hơn Arabica và sản lượng cà phê Robusta của Indonesia liên tục giảm trong các năm gần đây. Thực trạng này đã khiến chính phủ Indonesia quyết định tái canh 8.850ha diện tích cà phê năng suất thấp và tăng thêm 200ha diện tích trồng mới cà phê tại trung Kalimantan. Theo báo cáo từ cơ quan trồng trọt của Bộ Nông nghiệp nước này, chỉ riêng trong năm 2017, 2,66 triệu USD đã được phân bổ cho mục đích trên.

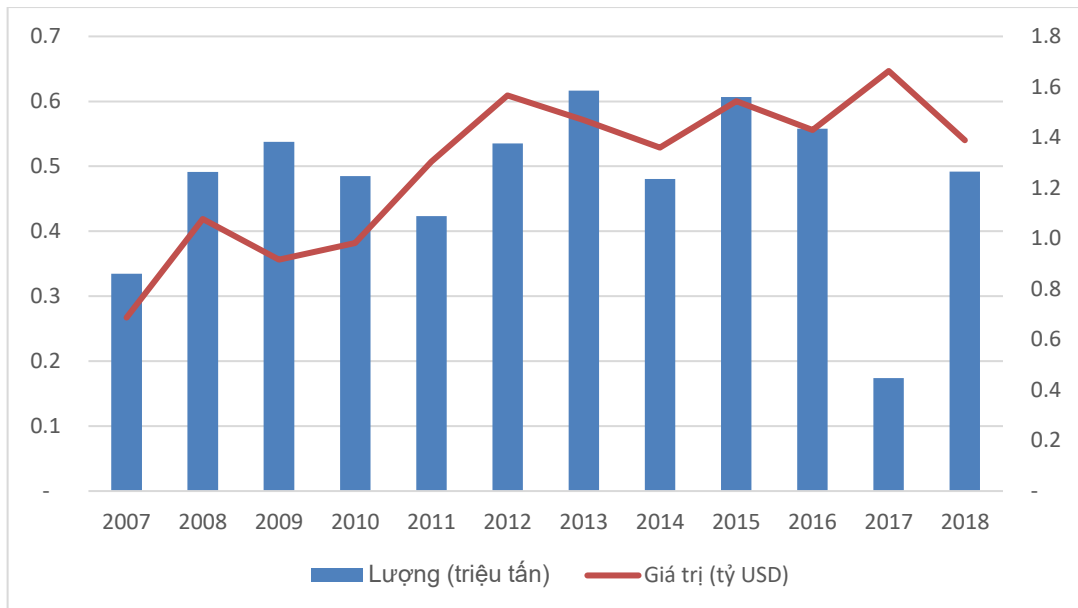
Bên cạnh các chương trình tái canh cà phê và đăng ký chỉ dẫn địa lý của chính phủ Indonesia, còn có sự tham gia hỗ trợ của các Hiệp hội ngành hàng. Tháng 10/2019, Hiệp hội ngành hàng và các nhà xuất khẩu cà phê Indonesia (AICEI) cho biết nước này dự kiến sẽ tăng quy mô gieo trồng cà phê thêm 50 – 60% trong vòng 5 năm tới. Indonesia đang tìm cách liên kết chặt chẽ các bên trong ngành hàng cà phê, đặc biệt là các nhà máy chế biến – rang xay nhằm giúp đỡ các hộ nông dân tiếp cận vốn và nâng cao năng suất. Indonesia hiện yêu cầu Bộ Nông nghiệp nước này và Viện nghiên cứu cà phê và cacao phối hợp nhằm giúp nông dân nước này lựa chọn đúng các loại phân bón, hạt giống chất lượng cao và phương thức canh tác giảm thiểu sâu bệnh và có năng suất cao.

III. THƯƠNG MẠI CÀ PHÊ INDONESIA

3.1. Xuất khẩu

Indonesia là nước xuất khẩu cà phê lớn thứ 4 thế giới. Tuy nhiên trong 3 năm gần đây khối lượng và giá trị xuất khẩu cà phê của nước này đang có xu hướng giảm. Xuất khẩu cà phê của Indonesia trong năm 2018 đạt 491,6 nghìn tấn với giá trị kim ngạch đạt gần 1,4 tỷ USD, tăng mạnh so với năm 2017, tuy nhiên vẫn thấp hơn mức xuất khẩu năm 2015 và 2016 lần lượt là 19% và 18% về lượng, 10% và 2,8% về giá trị. Giá xuất khẩu bình quân cà phê của Indonesian năm 2018 đạt 2.921 USD/tấn, tăng 15,1% so với năm 2017, và tăng 55,5% so với năm 2010.

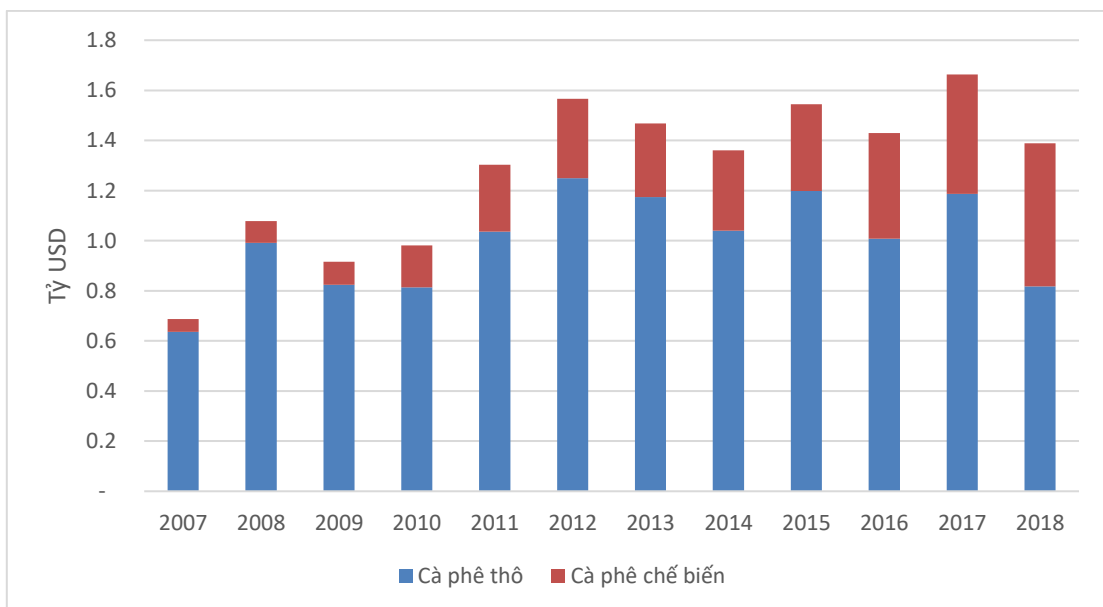
Hình 5: Lượng và giá trị xuất khẩu cà phê giai đoạn 2010-2018



Nguồn: Trademap

Về cơ cấu xuất khẩu cà phê, Indonesia chủ yếu vẫn xuất khẩu cà phê thô, nhưng tỷ trọng xuất khẩu cà phê chế biến tăng khá mạnh trong 12 năm qua, từ mức 7,4% năm 2007 lên đến 41,1% năm 2018. Nhờ đó, giá trị kim ngạch thu về và giá cà phê xuất khẩu bình quân cũng tăng mạnh.

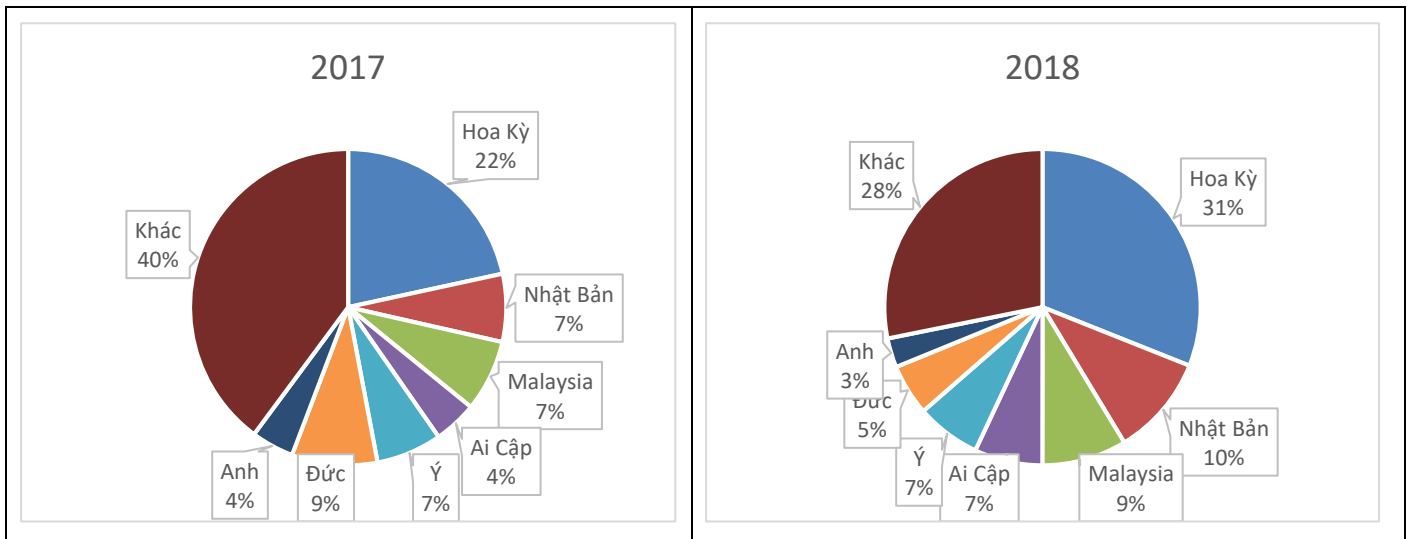
Hình 6: Cơ cấu xuất khẩu cà phê thô và chế biến Indonesia từ 2007-2018



Nguồn: Trademap

Đối với cà phê nhân xô, các thị trường xuất khẩu chính của Indonesia trong năm 2018 vẫn là Hoa Kỳ (31%), Nhật Bản (10%), Malaysia (9%) và Ai Cập (7%). Sản phẩm xuất khẩu chính vào thị trường Hoa Kỳ là cà phê rang xay và cà phê đặc sản chất lượng cao, trong khi với thị trường Nhật Bản là cà phê nhân xô và cà phê hòa tan cao cấp.

Hình 7: Top thị trường chính xuất khẩu cà phê nhân xô năm 2017 và 2018

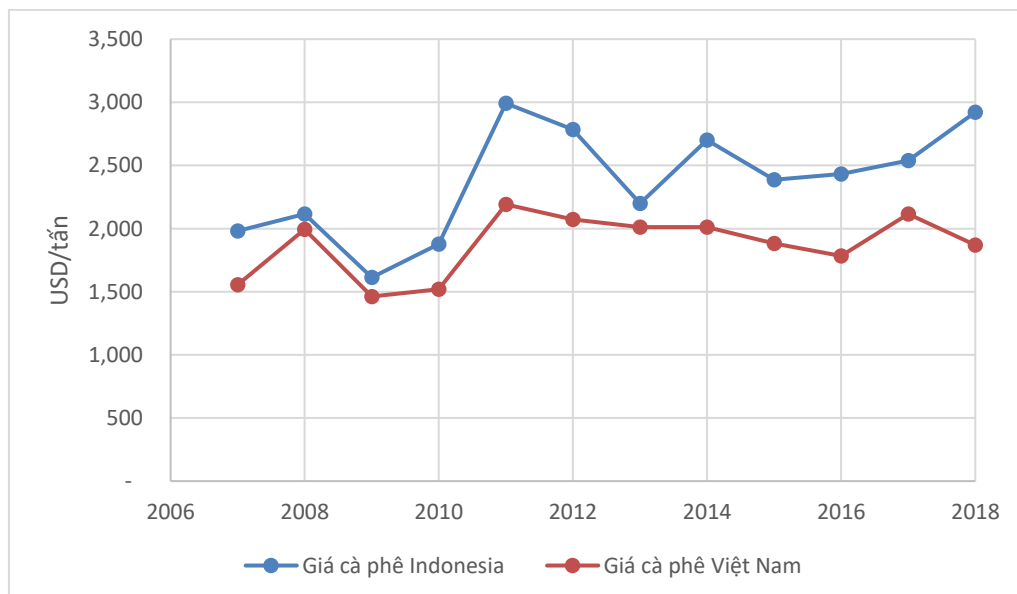


Nguồn: Trademap

Hiệp hội các nhà Công nghiệp và Xuất khẩu Cà phê Indonesia (the Association of Indonesian Coffee Exporters and Industries – AIKEI) cho biết sẽ gia tăng sản lượng cà phê thêm 50 – 60% trong vòng 5 năm tới để đón đầu sức tiêu thụ gia tăng của các thị trường mới nổi, nhất là Trung Quốc với dân số “khổng lồ”, bất chấp tuyên bố của Brazil mới đây là kỳ vọng sẽ trở thành nhà sản xuất robusta hàng đầu để thay thế Việt Nam.

Tuy được đánh giá là nước sản xuất cà phê nhân xô với chất lượng không cao, tuy nhiên Indonesia đã biết tận dụng lợi thế để phát huy được đặc trưng sản phẩm của mình. Nhờ đó, giá trị xuất khẩu cà phê của nước này cũng thường cao hơn Việt Nam nhờ vào tăng tỷ trọng cà phê chế biến sâu. Trong 12 năm qua, giá xuất khẩu bình quân cà phê Indonesia luôn giữ ở mức cao hơn Việt Nam từ 300-500 USD/tấn.

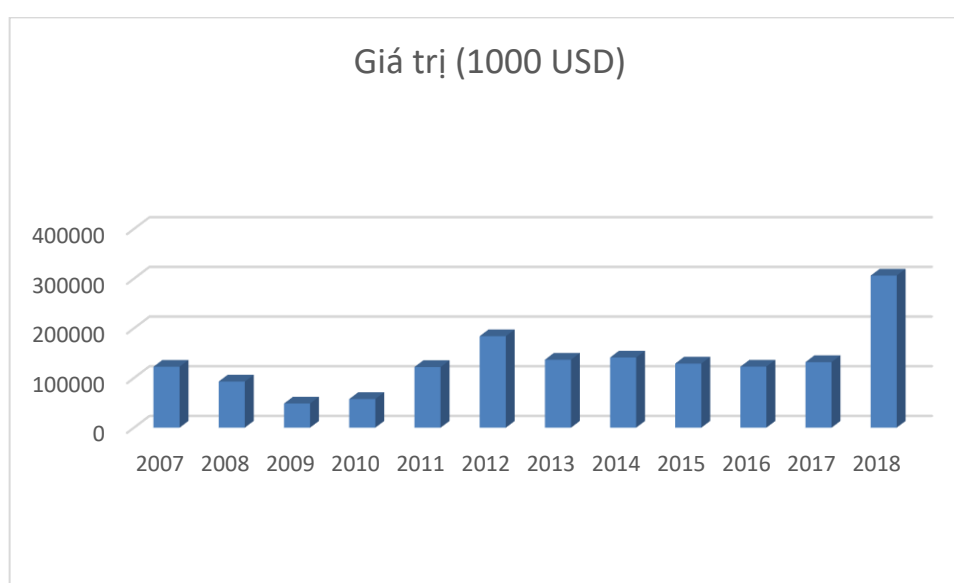
Hình 8: Giá xuất khẩu cà phê không tan bình quân năm từ 2007-2018



3.2. Nhập khẩu

Do nhu cầu tiêu thụ tăng đáng kể trong vài năm trở lại đây nên lượng nhập khẩu cà phê vào Indonesia cũng tăng nhanh chóng. Trong năm 2018, nhập khẩu cà phê của Indonesia đạt 306 triệu USD, tăng mạnh 132% so với năm 2017. Điều này là do sự bùng nổ tiêu thụ cà phê nội địa của Indonesia trong 2 năm vừa qua cùng với việc giá cà phê quốc tế giảm sâu, trong khi sản xuất trong nước thường xuyên không đủ đáp ứng tiêu dùng.

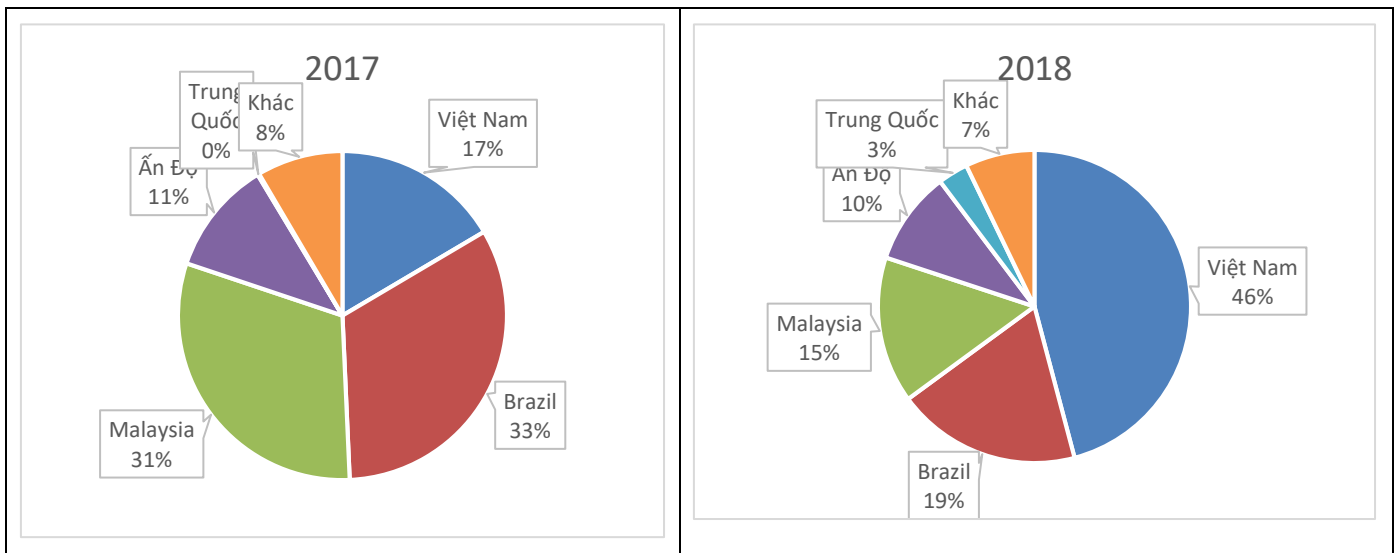
Hình 9: Giá trị nhập khẩu cà phê của Indonesia giai đoạn 2007-2018



Nguồn: Trademap

Indonesia chủ yếu nhập khẩu cà phê nhân xô thô để sử dụng làm nguyên liệu cho sản xuất chế biến cà phê nhân xô và cà phê hòa tan phục vụ nhu cầu tiêu thụ nội địa. Do đó, các nhà cung cấp chính của nước này chính là các quốc gia sản xuất cà phê lớn như Việt Nam và Brazil.

Hình 10: Cơ cấu thị phần của các quốc gia xuất khẩu cà phê sang Indonesia trong năm 2017 - 2018 (%)



Nguồn: Trademap

Trong năm 2018, quốc gia xuất khẩu cà phê lớn nhất vào Indonesia là Việt Nam với kim ngạch đạt 140 triệu USD, chiếm đến 46% tổng kim ngạch nhập khẩu cà phê của Indonesia. Vị trí thứ 2 thuộc về Brazil với kim ngạch 58,4 triệu USD, chiếm 19% thị phần. Ba thị trường lớn tiếp theo là Malaysia, Ấn Độ và Trung Quốc chiếm thị phần lần lượt là 15%, 10% và 3%.

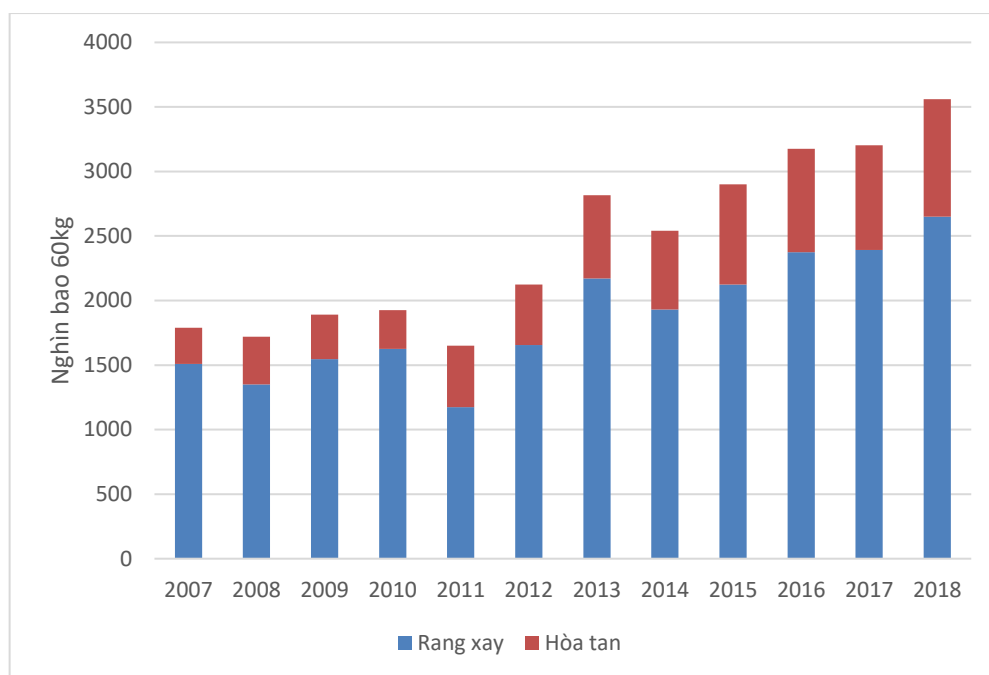
Bộ Nông nghiệp Mỹ dự báo nhập khẩu cà phê nhân xô niên vụ 2019/20 dự kiến sẽ giảm 511.000 bao từ 1.676 triệu bao trong niên vụ 2018/19 xuống còn 1.165 triệu bao do các nhà rang xay tăng cường mua hàng nội địa khi giá tiếp tục giảm. Kể từ đầu năm 2017, giá Robusta đã giảm 33% trong khi hạt Arabica đã giảm gần 15%.

3.3. Tiêu dùng trong nước

Tiêu dùng cà phê tại Indonesia đã tăng gấp đôi trong 10 năm qua do ngày càng nhiều người trẻ Indonesia bị ảnh hưởng bởi thói quen tiêu dùng cà phê tại Úc và Mỹ – các nước có đồng sinh viên Indonesia theo học.

Theo số liệu của ICO, tiêu dùng cà phê ở Indonesia đã tăng gấp 1,38 lần trong 7 năm qua, đưa đất nước này trở thành một trong những thị trường cà phê phát triển nhanh nhất thế giới.

Hình 11: Tiêu thụ cà phê nội địa của Indonesia từ 2007-2018



Nguồn: ICO và USDA

Bộ Nông nghiệp Mỹ dự báo mức tiêu thụ cà phê của Indonesia niên vụ 2019/20 sẽ đạt mức 4,9 triệu bao, tăng 600.000 bao so với niên vụ 2018/19. Nhu cầu của người tiêu dùng đối với các sản phẩm cà phê vẫn còn mạnh, đặc biệt là trong lực lượng lao động trẻ và thành thị đang thúc đẩy doanh số bán hàng tại một số cửa hàng cà phê mới tại các không gian công cộng như trung tâm mua sắm, trung tâm giao thông và tòa nhà văn phòng.

Bảng 2: Sự phát triển của chuỗi các thương hiệu cà phê lớn tại Indonesia năm 2016 và năm 2019

Thương hiệu cà phê	Khai trương lần đầu	Số cửa hàng	
		2016	2019
Starbucks	2002	248	418
Excelso	1991	126	140
Coffee Toffee	2006	155	157
Coffee Bean & Tea	2001	108	101
Maxx Coffee	2015	50	88
Kopi Kenangan	2017	-	154
Fore Coffee	2018	-	60

Nguồn: USDA

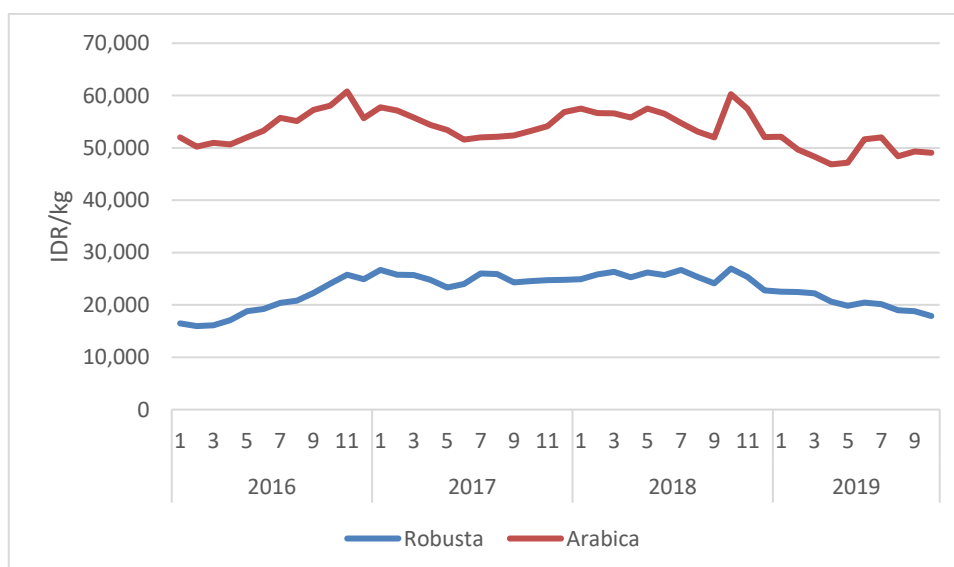
Các công ty lớn trong thị trường cà phê chuỗi cửa hàng là Starbucks với 44,5% giá trị thị phần, tiếp theo là Excelso Cafe (11,2%), Coffee Bean & Tea (9%) và Coffee Toffee (3,6%). Những khách hàng gần đây trong phân khúc cửa hàng bán lẻ cà phê hạng

trung bao gồm Kopi Kenangan và Fore Coffee, những thương hiệu được biết đến với việc sản xuất cà phê mới pha của hạt cà phê địa phương. Các công ty khởi nghiệp này đã mở rộng nhanh chóng bằng cách điều hành hầu hết các cửa hàng của “Pick-up” (hoặc take-away - khách hàng mang đi), thay vì các quán cà phê ngồi uống tại quán. Mặc dù văn hóa quán cà phê ngày càng phát triển, nhiều người Indonesia vẫn thích sử dụng cà phê hòa tan dạng gói gói và các sản phẩm cà phê ba trong một vì sự tiện lợi và giá cả phải chăng.

3.4. Biến động giá cà phê trong nước

Trong niên vụ 2018/19, giá cà phê trong nước của Indonesia chủ yếu diễn biến theo xu hướng giá cà phê quốc tế. Giá cà phê Robusta gần như liên tục giảm từ đầu năm, từ mức 22.528 Rupia Indonesia/kg trong tháng 1 xuống mức thấp nhất là 17.862 Rupia Indonesia/kg vào tháng 10 năm 2019. Bình quân giá cà phê Robusta thu mua tại Lampung của nước này trong niên vụ vừa qua đạt 20.395 Rupia Indonesia/kg, giảm 19,9% so với năm 2018.

Hình 12: Diễn biến giá cà phê Robusta tại Lampung và cà phê Arabica tại Medan từ 2016 - nay (nghìn Rupia Indonesia/kg)



Nguồn: USDA

Tương tự, giá cà phê Arabica bình quân niên vụ 2018/2019 đạt khoảng 49.458 Rupia Indonesia/kg, thấp hơn 11,4% so với mức giá bình quân năm trước (khoảng 55.851 Rupia Indonesia/kg). Mức giá cao nhất đạt được vào tháng 1 là 52.101 Rupia Indonesia/kg, giá thấp nhất vào tháng 4/2019 là 46.849 Rupia Indonesia/kg.

3.5. Chính sách thương mại

Trong những năm qua, chính phủ Indonesia đã ban hành nhiều chính sách mới nhằm thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Indonesia nói chung cũng như xuất khẩu cà phê nói riêng.

Để cải thiện và thu hẹp tình trạng thâm hụt thương mại đang diễn ra ở nước này, trong 6 tháng đầu năm 2018, Chính phủ Indonesia một mặt đang tập trung nhiều biện pháp nhằm thúc đẩy xuất khẩu, mặt khác sử dụng nhiều biện pháp phòng vệ thương mại để thúc đẩy sản xuất trong nước, hạn chế nhập khẩu. Indonesia đang tìm cách mở rộng các thị trường xuất khẩu, tránh phụ thuộc vào các thị trường truyền thống.

Indonesia hiện cũng đang tích cực thúc đẩy và đàm phán các hiệp định thương mại tự do (FTA) cả về song phương lẫn đa phương với một số đối tác lớn như Hàn Quốc, Úc, Ấn Độ, EU, Hiệp định RCEP... Các FTA Indonesia tham gia: Indonesia hiện là thành viên của FTA ASEAN, và FTA giữa ASEAN với một số đối tác. Hiện Indonesia đang tiến hành đàm phán các FTA với một số quốc gia như Peru, Kenya, Mozambique, Nam Phi và Morocco, Hàn Quốc, Thổ Nhĩ Kỳ, Úc, Ấn Độ, EU, Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện (CEPA) với Hội đồng hợp tác vùng vịnh, Hiệp định RCEP.

Về lĩnh vực cà phê, theo chính sách cà phê quốc gia của Indonesia, Indonesia đã đề ra chiến lược để trở thành nhà sản xuất cà phê và cà phê cao cấp hàng đầu thế giới vào năm 2025.

Giám đốc các vấn đề đồn điền thuộc Bộ Nông nghiệp, ông Achmad Mangga Barani cho biết “Chiến lược cà phê quốc gia của Indonesia đến năm 2025 là tăng khối lượng xuất khẩu, tăng giá trị gia tăng để có thể cạnh tranh trên thị trường quốc tế.” Hiện Indonesia không còn xuất khẩu cà phê nguyên liệu thô nhưng chất lượng cà phê đã qua chế biến của nước này vẫn chưa được khách hàng đánh giá cao.

Theo chương trình phát triển cà phê tới năm 2025 của chính phủ Indonesia, diện tích trồng cà phê Robusta sẽ vẫn được duy trì là 1,23 triệu ha, và sản lượng tăng lên 865 ngàn tấn, năng suất đạt 1000 kg /ha/năm. Trong đó lượng xuất khẩu loại cà phê này dự kiến sẽ được tăng lên 505 ngàn tấn/năm và thu nhập của nông dân trồng cà phê sẽ được tăng lên 3.000USD/năm.

Chính phủ cũng có kế hoạch mở rộng diện tích trồng cà phê Arabica lên 236 ngàn ha, sản lượng tăng từ 81 ngàn tấn lên mức 193 ngàn tấn, năng suất đạt 1.200kg/ha/năm, trong đó xuất khẩu 135 ngàn tấn.

Để đạt được mục tiêu trên, chính phủ Indonesia đã ban hành nhiều chính sách đầu tư nhằm hỗ trợ phát triển cơ sở vật chất và cơ sở hạ tầng bao gồm cầu, đường, cảng, và các phương tiện giao thông liên lạc đồng thời đảm bảo nguồn năng lượng. Ngoài ra, để hỗ trợ phát triển ngành cà phê quốc gia, chính phủ cũng sẽ đảm bảo hỗ trợ về mặt tài chính từ cả ngân hàng và các tổ chức phi ngân hàng.

IV. KẾT LUẬN VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO VIỆT NAM

4.1. Kết luận

Cà phê là một trong những mặt hàng xuất khẩu quan trọng nhất của Indonesia, đem lại nguồn thu nhập lớn cho nông dân. Khác với Việt Nam, Indonesia từ lâu đã tạo

dựng được danh tiếng từ các loại cà phê đặc sản. Các loại cà phê được bán kèm chỉ dẫn địa lý như Sumatra, Java, Bali, Sulawesi... đều được đánh giá cao bởi chất lượng.

Đáng chú ý là cà phê Indonesia phần lớn được chế biến bằng phương pháp chế biến ướt, nhờ đó tạo ra một phẩm chất vị cao hơn cho cà phê, giúp cà phê của Indonesia có chất lượng cao, có lợi thế cạnh tranh với cà phê của các nước khác. Trong khi đó, tỷ lệ cà phê chế biến ướt của Việt Nam vẫn còn thấp, theo thống kê của MARD năm 2016 tỷ lệ cà phê chế biến ướt chỉ chiếm 15%. Phần lớn người dân vẫn thực hiện phương pháp chế biến khô nên làm cho chất lượng hạt cà phê của Việt Nam khó cạnh tranh với các nước khác.

Indonesia hiện có khoảng 74 triệu người thuộc tầng lớp trung lưu, chiếm gần 1/3 dân số nước này. Số lượng các hộ gia đình ở Indonesia có thu nhập bình quân hàng năm từ 5.000 USD đến 15.000 USD, được dự kiến là sẽ tăng từ 36% tổng dân số lên trên 58% tổng dân số vào năm 2020. Hơn 60 triệu người lao động Indonesia có thu nhập thấp dự kiến sẽ trở thành tầng lớp trung lưu vào thập kỷ tới, qua đó sẽ làm tăng đáng kể nhu cầu tiêu dùng tại Indonesia. Vì vậy, Indonesia sẽ là thị trường xuất khẩu giàu tiềm năng cho cà phê Việt Nam, bởi nhu cầu của người dân Indonesia đối với những mặt hàng này đang tăng mạnh, trong khi năng lực sản xuất trong nước của Indonesia cả khách quan và chủ quan hiện chưa đáp ứng đủ nhu cầu tiêu dùng trong nước.

4.2. Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam

Dựa vào cơ sở thực trạng thị trường cà phê Indonesia đã phân tích trên, ngành cà phê Việt Nam trong thời gian tới cần tập trung vào các vấn đề sau để nâng cao khả năng cạnh tranh của cà phê Việt Nam với cà phê Indonesia nói riêng và với các nước xuất khẩu cà phê lớn khác nói chung:

Phát triển ngành cà phê bền vững bằng việc phát triển mạnh công nghiệp chế biến để nâng cao giá trị nông sản, nhất là trong giai đoạn ngành cà phê đang tiến vào kỳ cạnh tranh mạnh mẽ như hiện nay. Xác định con đường tạo ra giá trị gia tăng cho sản phẩm chỉ có thể là đầu tư vào chế biến sâu, doanh nghiệp Việt Nam cần năng động, có những bước chuyển mình tích cực, quan tâm đầu tư vào chế biến, có nhiều cố gắng trong việc đẩy mạnh sản xuất cà phê bột và cà phê hòa tan.

Đồng thời, đẩy mạnh công tác xúc tiến, tìm kiếm thị trường, quảng bá sản phẩm cà phê, nhất là sản phẩm cà phê có thương hiệu, có chỉ dẫn địa lý của Việt Nam. Bên cạnh đó, tích cực cung cấp thông tin, hỗ trợ DN về thị trường xuất khẩu cà phê trên thế giới, nhất là các thị trường mà hiện nay Việt Nam chưa xuất khẩu.

PHỤ LỤC

Bảng 1: Diện tích và sản lượng cà phê của Indonesia

Niên vụ	Sản lượng (triệu bao 60kg)	Năng suất (bao 60kg/ha)	Diện tích (nghìn ha)
2010/11	9,1	7,2	1.266,2
2011/12	6,9	5,4	1.268,5
2012/13	13,1	10,1	1.293,0
2013/14	12,8	10,4	1.233,9
2014/15	10,9	8,7	1.241,7
2015/16	12,5	10,2	1.230,5
2016/17	11,5	9,3	1.230,0
2017/18	10,9	8,9	1.228,5
2018/19	11,5	9,2	1.253,8

Nguồn: USDA & FAO

Bảng 2: Lượng và giá trị xuất khẩu cà phê của Indonesia

Năm	Lượng (triệu tấn)	Giá trị (tỷ USD)	Giá cà phê xuất khẩu BQ (USD/tấn)
2007	0,3	0,7	1.980
2008	0,5	1,1	2.115
2009	0,5	0,9	1.613
2010	0,5	1,0	1.878
2011	0,4	1,3	2.992
2012	0,5	1,6	2.785
2013	0,6	1,5	2.198
2014	0,5	1,4	2.701
2015	0,6	1,5	2.386
2016	0,6	1,4	2.432
2017	0,2	1,7	2.538
2018	0,5	1,4	2.921

Nguồn: Trademap

Bảng 3: Tiêu thụ nội địa cà phê của Indonesia (nghìn bao 60kg)

Năm	Rang xay	Hòa tan
2007	1.510	280
2008	1.350	370
2009	1.545	345
2010	1.625	300
2011	1.175	475
2012	1.655	470
2013	2.170	645
2014	1.930	610
2015	2.125	775
2016	2.375	800
2017	2.393	810
2018	2.650	910
2019	3.100	1.200

Nguồn: USDA

Bảng 4: Giá cà phê Robusta tại Lampung và giá cà phê Arabica tại Medan, Indonesia niên vụ 2017-2018 (Rupi Indonesia/kg)

	Robusta	Arabica
Tháng 4/2017	24.812	54.384
Tháng 5/2017	23.318	53.420
Tháng 6/2017	23.976	51.575
Tháng 7/2017	25.981	51.989
Tháng 8/2017	25.873	52.139
Tháng 9/2017	24.289	52.359
Tháng 10/2017	24.545	53.223
Tháng 11/2017	24.704	54.154
Tháng 12/2017	24.787	56.846
Tháng 1/2018	24.930	57.495
Tháng 2/2018	25.855	56.625
Tháng 3/2018	26.317	56.591
Tháng 4/2018	25.265	55.820

Nguồn: USDA

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Agroinfo, <http://agro.gov.vn>
2. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, <https://www.mard.gov.vn/>
3. Bộ Công thương Việt Nam, <http://www.moit.gov.vn>
4. Bộ Nông nghiệp Mỹ (USDA),
<https://apps.fas.usda.gov/psdonline/app/index.html#/app/home>
5. International Coffee Organization (ICO), <http://www.ico.org>
6. Ngân hàng thế giới WB, <https://www.worldbank.org>
7. Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF), <https://www.imf.org>
8. Trademap, <https://www.trademap.org>
9. Trang ngoại giao kinh tế trực tuyến - Bộ ngoại giao, <http://ngkt.mofa.gov.vn>
10. Trang thông tin nông sản toàn cầu, <https://gappingworld.com>
11. Vietnambiz, Báo cáo thị trường cà phê các quý năm 2018