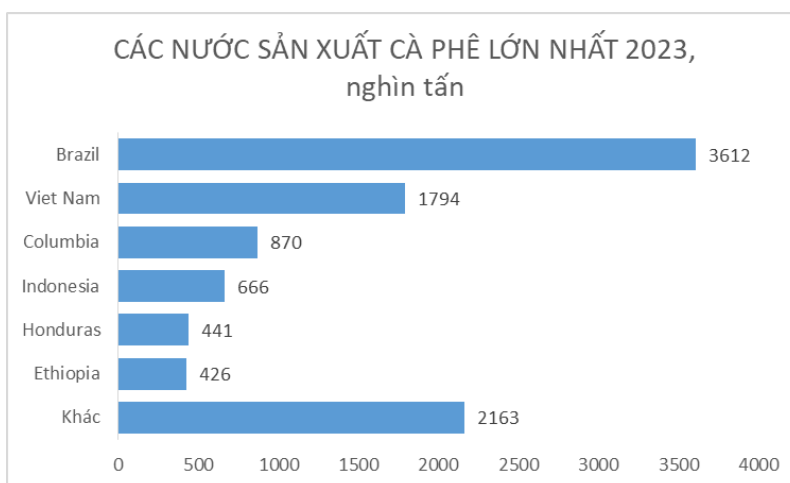


Thị trường cà phê tại LB Nga năm 2023. Xu hướng thị trường trong năm 2024

Các yếu tố chính thúc đẩy sự tăng trưởng của thị trường cà phê toàn cầu là: đô thị hóa nhanh chóng, dân số tăng nhanh, thói quen uống cà phê ở ngoài, doanh số bán lẻ trên thương mại điện tử ngày càng tăng, nhu cầu cà phê đặc sản ngày càng tăng. Rõ ràng, tất cả những yếu tố này dẫn đến sự gia tăng tiêu thụ cà phê hạt ở các nền kinh tế mới nổi. Sự gia tăng tiêu thụ cà phê ở các nước này đã dẫn đến tăng công suất chế biến, lắp đặt dây chuyền rang, v.v., do người tiêu dùng bắt đầu thích đồ uống cà phê chất lượng cao hơn từ những hạt cà phê mới rang. Từ việc chỉ mua cà phê hòa tan giá rẻ và cà phê đóng gói với hạn sử dụng dài, người tiêu dùng đã chuyển sang mua cà phê mới rang, đắt tiền hơn. Đồng thời, các nước sản xuất cà phê đã và đang không nằm trong số những nước tiêu thụ cà phê chủ yếu.

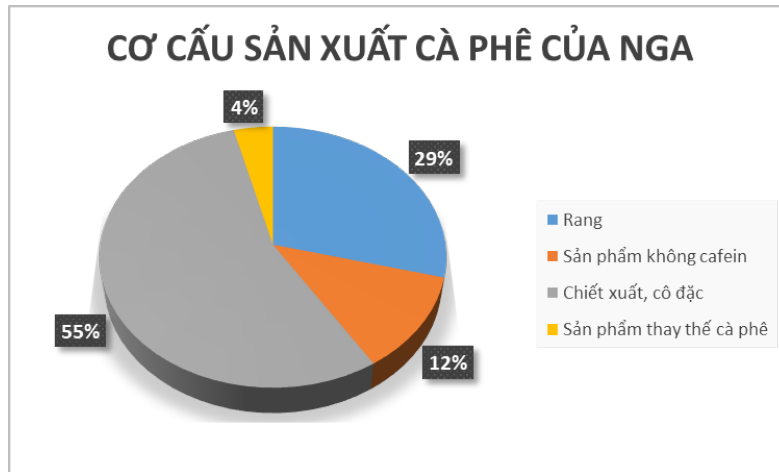


Brazil vẫn là nước sản xuất hàng đầu, tiếp theo là Việt Nam, Colombia và Indonesia. Điều đáng nói là năm 2023, điều kiện thời tiết không thuận lợi đã làm giảm sản lượng thu hoạch cà phê ở Brazil và Indonesia, điều này được dự đoán sẽ khiến giá cà phê tăng 10–20%.

Theo tổng kết năm 2023, thị trường cà phê Nga đạt 220 nghìn tấn (tăng 5% so với năm 2022), trong khi xét về mặt giá trị, dung lượng thị trường lên tới 210 tỷ rúp (tương đương 2,4 tỷ USD và tăng 24%), tăng trưởng chủ yếu đến từ cà phê hòa tan. Ở Nga, mức tiêu thụ cà phê hạt là 0,6 kg bình quân đầu người mỗi năm, chiếm 37% tổng lượng tiêu thụ cà phê (1,6 kg, bao gồm cả cà phê hòa tan). Nga vẫn là quốc gia của cà phê hòa tan, dung lượng thị trường cà phê hòa tan tăng 11% về lượng và tăng 23% về mặt giá trị. Do giá liên tục tăng trong 3 năm qua, một số người tiêu dùng đã chuyển từ cà phê hạt sang cà phê hòa tan.

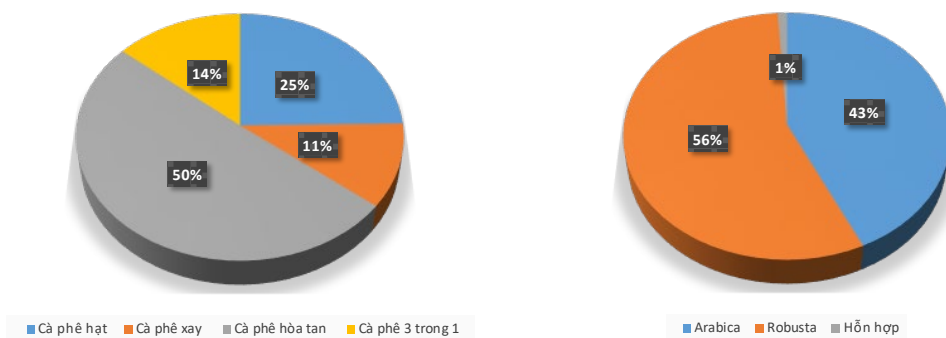
Ở phân khúc cà phê hòa tan, nguồn cung nhập khẩu giảm 5% và xuất khẩu giảm 27%.

Năm 2023, sản lượng cà phê hòa tan vượt 100 nghìn tấn (tăng 4% so với năm 2022), nhưng điều đáng lưu ý là năm 2024 xu hướng này vẫn sẽ tiếp tục, nhưng ở mức khoảng 2%. Hơn 50% cơ cấu sản xuất trong nước là chiết xuất và cô đặc, điều này cho thấy chu trình sản xuất cà phê hòa tan được nội địa hóa trong nước. Sản lượng cà phê hạt tăng hơn 30% vào năm 2023, đồng nghĩa với việc thị trường đang thích ứng sau những áp lực trừng phạt (năm 2022 giảm 4%).



Cơ cấu sản xuất cà phê hạt tương quan với cơ cấu tiêu thụ; Vì vậy, các nhà sản xuất cà phê rang chính nằm ở khu vực Moscow và Leningrad. Thực tế là người tiêu dùng ở các siêu đô thị đã quen với cà phê mới rang nên cơ sở sản xuất được đặt gần những nơi tiêu thụ chính.

TỈ LỆ KHỐI LƯỢNG NHẬP KHẨU CÀ PHÊ RANG CỦA NGA

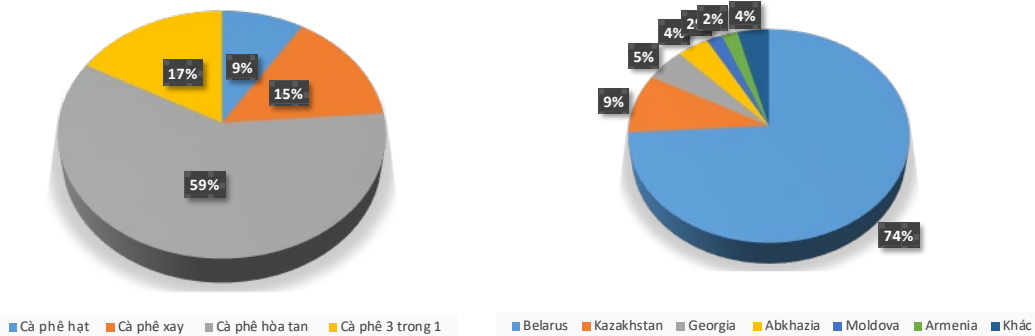


Sau khi thị trường thích ứng với đặc điểm logistics, trong năm 2023 lượng nhập khẩu cà phê hạt tăng tăng 40% về khối lượng, đạt 210 nghìn tấn. Tăng 50% và mặt giá trị vì do ảnh hưởng bởi biến động tỉ giá hối đoái của đồng rúp trong nửa cuối năm 2023. Cà phê nhân được cung cấp chủ yếu từ Việt Nam và chủ yếu là Robusta. Brazil trong lịch

sử không chỉ là quốc gia sản xuất hàng đầu mà còn là nhà cung cấp cà phê chính cho Nga, tiếp theo là Colombia, Guatemala, Indonesia, v.v.

Nga xuất khẩu cà phê chủ yếu sang các nước thuộc Liên Xô cũ và chủ yếu bao gồm cà phê hòa tan (60%) và cà phê 3 trong 1 (17%), trong đó cà phê rang xay chiếm 15%.

TỈ LỆ KHỐI LƯỢNG XUẤT KHẨU CÀ PHÊ RANG CỦA NGA



Thị trường cà phê Nga vẫn còn nhiều triển vọng phát triển do mức tiêu thụ bình quân đầu người thấp – ở mức 1,6 kg/người. Tiềm năng tăng trưởng trong ngắn hạn sẽ phụ thuộc vào việc thay thế tiêu thụ cà phê hòa tan bằng cà phê hạt. Trong trung hạn, đến năm 2026, mức tiêu dùng bình quân đầu người sẽ tăng khoảng 15%. Năm ngoái, thị trường cà phê Nga bắt đầu hồi phục sau các lệnh trừng phạt áp đặt lên Nga, trong khi các nhà nhập khẩu cà phê chủ chốt vẫn là các tập đoàn xuyên quốc gia cả cà phê hòa tan và rang xay. Áp lực trừng phạt đã khiến một số nhà sản xuất rời khỏi Nga hoặc đổi chủ, dẫn đến giảm chủng loại và tăng giá.

Những xu hướng quyết định thị trường cà phê Nga trong năm 2024:

Tác động của lệnh trừng phạt

Các lệnh trừng phạt đã và sẽ tiếp tục tác động đến thị trường tiêu dùng Nga, trong đó có thị trường cà phê. Những khó khăn về logistics, chi phí cung ứng tăng cao và không đồng đều đã làm phức tạp đáng kể hoạt động kinh doanh trong giai đoạn 2022–2023. Ngày nay, cần phải tính đến tác động của các biện pháp trừng phạt thứ cấp, điều này sẽ ảnh hưởng đến hệ thống thanh toán và nguồn cung. Các nhà sản xuất cần tính đến những khó khăn trong việc cung cấp linh kiện thiết bị cũng như cà phê nguyên liệu do việc khó khăn trong thanh toán.

Cà phê mang đi

Trong 5 năm qua, thị trường cà phê có những thay đổi đáng kể và điều này liên quan đến nhiều khía cạnh, trong đó có văn hóa tiêu dùng. Vì vậy, nếu cho đến năm 2018, việc tiêu thụ cà phê tập trung ở nhà, tại nơi làm việc và trong nhà hàng cũng như quán cà phê, thì dần dần hình thức mang đi không chỉ trở nên phổ biến mà còn có chất lượng cao hơn và dễ tiếp cận hơn với người tiêu dùng, đã được phát triển tích cực ở các thành phố lớn. Một bổ sung quan trọng cho sự phát triển của cà phê giá cả phải chăng là việc lắp đặt máy bán hàng tự động ở các khu vực có lượng người qua lại cao, bao gồm các cửa hàng tạp hóa và trung tâm mua sắm. Giá thường cố định bất kể loại cà phê nào và dao động từ 100 đến 150 rúp mỗi ly.

Cà phê hòa tan

Điều quan trọng cần lưu ý là, mặc dù thực tế là thị trường cà phê hạt đang phát triển tích cực nhưng nhu cầu vẫn được chia đều giữa những người yêu thích cà phê hạt và cà phê hòa tan. Tình trạng này là do tuổi trẻ và sự trưởng thành của thế hệ 40–55 tuổi diễn ra vào những năm 1993–1997, khi các thương hiệu hàng đầu thế giới mới đến Nga. Tất nhiên, mức tiêu thụ ổn định không chỉ gắn liền với lòng trung thành mà còn gắn liền với sự tiện lợi trong tiêu dùng, cũng như thói quen thưởng thức một loại đồ uống nào đó với giá cả phải chăng. Ngày nay, các nhà sản xuất cà phê “3 trong 1”, tập trung vào xu hướng “giá cả phải chăng cho khẩu phần”, mang đến cho người mua cơ hội mua loại cà phê yêu thích của họ tại khu vực thanh toán.

Các nhà sản xuất 3 trong 1 hàng đầu, hiểu được tầm quan trọng của giá cả đối với đối tượng mục tiêu của mình, đang tích cực phát triển thị trường và hơn 30 năm nhận diện thương hiệu góp phần ổn định doanh số bán hàng.

Giá là lý lẽ chính khi mua hàng

Sự nhạy cảm của người Nga đối với giá thực phẩm ngày càng trở nên rõ ràng ở hầu hết các loại sản phẩm, và trong một năm rưỡi qua, xu hướng này cũng trở nên rõ rệt trên thị trường cà phê. Việc tăng giá của tất cả các sản phẩm thực phẩm dẫn đến việc người mua thường xuyên xem lại giỏ hàng tiêu dùng và tiếp tục tiết kiệm. Người mua thích khuyến mãi, mua cà phê với giá chiết khấu hoặc với số lượng nhỏ hơn, thường từ bỏ tỷ lệ chất lượng giá cả đã được chấp nhận trước đó. Đây chính xác là những gì xu hướng tiếp theo có liên quan

Ít Arabica hơn, nhiều Robusta hơn

Xu hướng tạo ra những hỗn hợp cà phê rẻ tiền với tỷ lệ cà phê Robusta cao đang nhanh chóng có đà phát triển. Vì vậy, nếu 5 năm trước thị trường cố gắng nêu bật cà phê 100% Arabica là lợi thế cạnh tranh thì ngày nay người tiêu dùng tập trung vào giá của cả gói cà phê, cũng như cốc cà phê. Do đó, các nhà sản xuất bắt đầu tăng tỷ trọng cà phê Robusta: nếu các hỗn hợp trước đây chứa 10–20% cà phê Robusta thì ngày nay tỷ lệ này có thể vượt quá 50%. Kết quả là giá giảm, có nghĩa là người tiêu dùng có thể được cung cấp đồ uống hợp lý hơn.

Cà phê sữa

Sữa là chất trung hòa tuyệt vời những mô tả tiêu cực về cà phê, vì vậy lượng tiêu thụ cà phê có sữa ngày càng tăng trên thị trường: ví dụ: tỷ lệ cà phê cappuccino là khoảng 40%. Ngoài ra, người tiêu dùng thường cho thêm đường và si-rô để cà phê có hương vị thơm ngon. Đây chính là lý do khiến cà phê sữa ngày càng được ưa chuộng.

Cà phê rang xay

Trong hơn 10 năm qua, các doanh nghiệp rang xay cà phê đã phát triển tích cực trên thị trường Nga. Những doanh nghiệp đi theo hướng này có ngưỡng đầu tư thấp để tham gia thị trường - ở mức 10–50 triệu rúp (100 000 - 500 000 USD) và thường được coi là một doanh nghiệp gia đình. Ngày nay, hầu hết các thành phố lớn ở Nga đều có doanh nghiệp như vậy hoạt động và ở toàn Nga có ổn định khoảng 200 doanh nghiệp. Vấn đề của những doanh nghiệp này là doanh nghiệp nhỏ thường khó phát triển thành doanh nghiệp vừa, doanh nghiệp gặp khó khăn về vốn lưu động và do đó khó khăn về chất lượng. Người tiêu dùng không phải lúc nào cũng nhận ra rằng cà phê là một sản phẩm sống, vụ thu hoạch sẽ khác nhau theo từng năm và hương vị sẽ khác nhau tùy thuộc vào quốc gia xuất xứ. Cà phê rang “thật” là sản phẩm tự nhiên nên hương vị có thể khác nhau tùy từng đợt. Vì vậy, việc nâng cao sự hiểu biết của người tiêu dùng về khía cạnh này là rất quan trọng, nhưng trong thời kỳ thống nhất các sản phẩm thực phẩm, người tiêu dùng ưu tiên một sản phẩm đại chúng ổn định hơn và rẻ hơn.

Thương hiệu riêng

Hàng năm, các chuỗi bán lẻ đang tích cực tăng tỷ trọng thương hiệu riêng của mình trong doanh thu ở tất cả các loại thực phẩm, bao gồm cả cà phê, đồng thời một số chuỗi đang phát triển quán cà phê trong cửa hàng, đồng nghĩa với việc nhu cầu về cà phê hạt cũng ngày càng tăng. Chuỗi Perekrestok và Azbuka Vkusa đang tích cực phát

triển hình thức quán cà phê, từ đó cạnh tranh với hình thức quán cà phê giá cả phải chăng và đồ ăn nhanh. Các nhà rang xay cũng phải đưa ra lựa chọn: hợp tác với chuỗi nhãn hiệu riêng hoặc cạnh tranh. Nếu một nhà sản xuất quyết định cạnh tranh, thì điều quan trọng là anh ta phải phát triển những góc ngách mới, thị hiếu mới và quảng bá thương hiệu của mình nhiều nhất có thể.

Thị trường cà phê ở Nga đang trở nên cạnh tranh hơn cả về cà phê nhân và cà phê rang. Mất mùa ở Brazil và Indonesia sẽ dẫn đến giá cả thế giới tăng cao và người tiêu dùng Nga chưa sẵn sàng cho việc tăng giá hơn nữa. Tất cả những điều này sẽ dẫn đến sự cạnh tranh về giá liên tục trên thị trường, đồng nghĩa với việc năm 2024 sẽ là một năm khó khăn đối với ngành kinh doanh cà phê.

Thương vụ Việt Nam tại LB Nga