

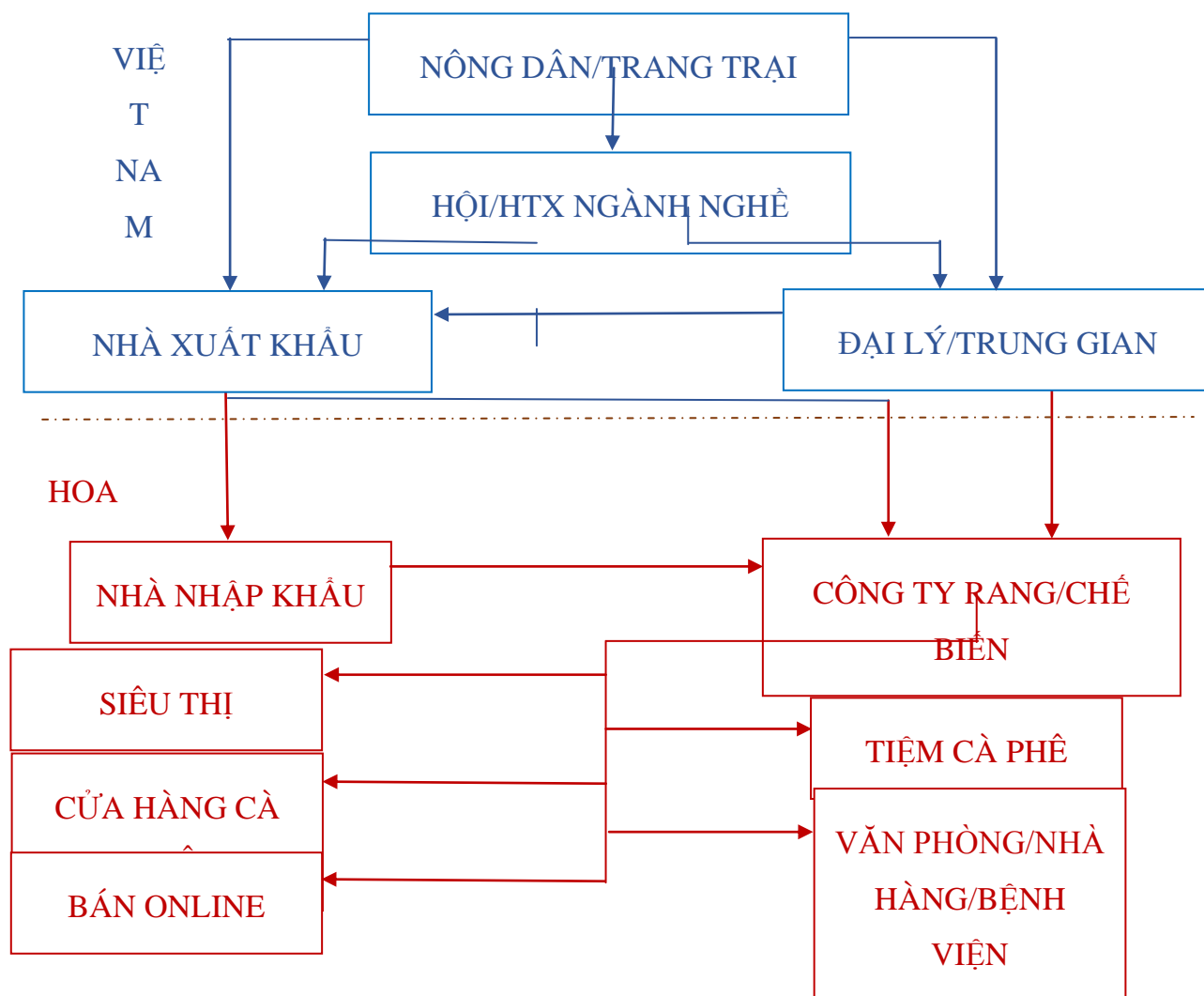
CÀ PHÊ CHUẢ RANG (HS 090111) – THỊ TRƯỜNG HOA KỲ

CẤU TRÚC THƯƠNG MẠI

Cấu trúc thương mại của ngành cà phê ở Hoa Kỳ thường có những kênh giao thương tương tự với ở Đức, Hà Lan, Nhật Bản ... Cà phê thô thường được các nhà buôn, đại lý và thương nhân quốc tế mua từ các nước xuất khẩu như Brazil, Colombia, Việt Nam, indonesia ... Các công ty rang xay lớn nhất ở Hoa Kỳ cũng duy trì các công ty mua hàng của riêng họ để trực tiếp mua nguyên liệu từ nguồn gốc. Tuy nhiên, các công ty rang xay có xu hướng chủ yếu mua cà phê từ các nhà thương mại quốc tế hoặc từ các đại lý chuyên nhập khẩu ở các nước sản xuất.

Thương mại quốc tế đóng một vai trò quan trọng trong việc tiếp thị và phân phối cà phê trên toàn thế giới. Cà phê thường được giao thương với giá FOB, nhưng nhiều nhà rang xay, đặc biệt là ở Hoa Kỳ, lại thích mua với phương thức giao tại cảng đến (Ex-dock), và những công ty rang có quy mô nhỏ thường thích mua lẻ tại kho của cảng nhập. Điều này cho phép nhiều nhà môi giới tham gia thương mại hoạt động và thực hiện các chức năng hữu ích, mặc dù xu hướng giao thương trực tiếp đang phát triển làm giảm đi số lượng nhà môi giới tại thị trường Hoa Kỳ.

Về cơ bản thương mại cà phê giúp cho dòng cà phê từ nước xuất khẩu đến nhà rang xay và cuối cùng là đến tay người tiêu dùng. Thương nhân và đại lý chịu trách nhiệm nhận cà phê từ cảng và thực hiện tất cả các công việc để giao cà phê nhân đến nhà máy rang.



Để mua trực tiếp cà phê từ người sản xuất, phần lớn các công ty nhập khẩu, các công ty rang/xay cà phê mua nguyên liệu từ các trang trại cà phê có quy mô nhỏ. Các trang trại quy mô lớn có xu hướng bán cho các công ty xuất khẩu nội địa, đây là những công ty chiếm thị phần lớn và rất mạnh trong thu mua nguyên liệu tại nước bản địa.

Các nông dân, trang trại một mặt bán cho hợp tác xã, hội ngành nghề, mặt khác chính họ đứng ra thành lập và tham dự các hội/HTX để tham gia giao thương với các đối tác lớn trong và ngoài nước, tăng vị thế trong giao thương với các nhà nhập khẩu nước ngoài

hoặc nhà xuất khẩu trong nước.

Đại lý, cấp trung gian là các thương nhân hoạt động cung cấp dịch vụ cho nông dân, sát với nông dân nhất nhằm hỗ trợ đưa cà phê ra thị trường. Phần lớn các đại lý/trung gian bán hàng cho các công ty xuất khẩu trong nước, tuy nhiên trong xu hướng hiện nay, có một số nhỏ bán trực tiếp cho các công ty rang/xay của nước ngoài.

Cấu trúc thương mại của cà phê

Ngành công nghiệp cà phê của Hoa Kỳ được tổ chức rất tốt, hoạt động rất mạnh và rất đầy đủ thông tin. Việc tìm ra đối tượng chính và kênh phân phối thích hợp cho nhà xuất khẩu Việt Nam là rất quan trọng và cần thiết.

➤ Nhà môi giới và đại lý

Thương nhân địa phương/nhà xuất khẩu có thể đóng một vai trò rất quan trọng nếu bạn có số lượng hạn chế có sẵn hoặc khi cà phê của bạn không thuộc loại chuyên ngành. Họ cũng có thể phù hợp với các công ty thiếu nguồn lực tài chính để thực hiện các hoạt động thương mại ...

Các đại lý làm trung gian giữa các nhà xuất khẩu cà phê với các nhà rang xay lớn hoặc các công ty cà phê khác. Một số hoạt động độc lập, trong khi một số khác được các công ty lớn thuê mua. Bạn sẽ cần đến kênh này nếu:

- Bạn bị hạn chế kinh nghiệm về xuất khẩu sang Hoa Kỳ và do đó cần hướng dẫn về các hoạt động xuất khẩu của bạn;
- Bạn cần một người trung gian với kiến thức để đánh giá và lựa chọn người mua hàng thích hợp;
- Bạn cần một đối tác đáng tin cậy và có uy tín trong ngành cà phê;

- Bạn phải sẵn sàng tâm lý cũng như tài lực để thanh toán chi phí cho các đại lý, nhà môi giới.

➤ **Thương nhân, nhà nhập khẩu**

Các nhà nhập khẩu đóng một vai trò quan trọng trong thị trường cà phê. Họ hoạt động rộng khắp, quản lý chuỗi cung ứng, điều phối nguồn cung... Các nhà nhập khẩu thực hiện các hoạt động tiền tài chính, quản lý biến động giá cả và thiết lập các mối liên hệ giữa các nhà sản xuất và người mua cuối cùng cũng như với các công ty rang xay.

Các công ty nhập khẩu quy mô lớn thường có yêu cầu số lượng tối thiểu về lượng hàng cung cấp và cũng như yêu cầu cao về chất lượng. Đồng thời, họ hỗ trợ mạnh mẽ cho các dịch vụ hậu cần, tiếp thị và hoạt động tài chính.

Các công ty nhập khẩu chuyên ngành thu mua các loại cà phê có chất lượng cao hoặc cà phê nguyên chất với một lượng nhỏ hơn. Đối với các công ty này, sản phẩm cần có những chuyên biệt khác nhau như về chỉ dẫn địa lý, tiêu chuẩn hữu cơ, UTZ hoặc Rainforest ...

Thương nhân đóng vai trò quan trọng cho các nhóm sản phẩm cà phê. Trong cấu trúc thương mại việc thâm nhập thị trường ở cấp độ này là tốt nhất. Tuy nhiên việc buôn bán chỉ tập trung trong 1 nhóm các công ty thương mại. Phần còn lại giành cho các nhà buôn chuyên biệt cho các sản phẩm chuyên biệt (chất lượng cao, có nguồn gốc riêng biệt). Nhóm này rất có triển vọng cho các nhà sản xuất từ các quốc gia đang phát triển. Bên cạnh nhà buôn, các công ty chế biến (rang) cà phê cũng đóng vai trò là nhà buôn cho chính họ.

➤ **Công ty rang**

Các công ty rang cà phê thường xuyên tìm nguồn hàng thông qua các nhà nhập khẩu.

Nhà rang xay phân phối sản phẩm cuối cùng cho ngành bán lẻ và dịch vụ thực phẩm. Họ có thể hoạt động dưới nhãn hiệu riêng của họ hoặc nhãn hàng của nhà bán lẻ.



Các công ty rang thường thực hiện việc phân tích và đánh giá chất lượng hạt cà phê thông qua việc xác định bất kỳ khiếm khuyết nào có thể xảy ra trong quá trình sau thu hoạch như lên men, sấy khô và bảo quản. Họ cũng thực hiện pha trộn ra những hương vị khác nhau tùy thuộc vào nhu cầu thị trường.

Sau khi cà phê đã được rang sẽ được đóng gói và phân phối đến các nhà bán lẻ và chuỗi dịch vụ thực phẩm. Vì việc lưu trữ rất tốn kém đối với các nhà bán lẻ, nên họ rất kỹ trong việc tính toán lượng hàng lấy vào, bán ra.

Hiện nay các công ty rang có quy mô nhỏ đang gia tăng về số lượng. Họ nhập khẩu cà phê xanh trực tiếp các nhà nhập khẩu. Các công ty này thường chế biến ra các loại cà phê có hương vị khác biệt, hoặc đưa ra các dòng cà phê nguyên chất với chất lượng cao. Việc cung cấp cho các nhà rang cà phê có quy mô nhỏ rất thú vị nếu bạn có một sản phẩm đặc thù, chuyên biệt và sẵn sàng tham gia vào một quan hệ đối tác lâu dài.

Nhóm đối tác chính của bạn là ai? Cách thức để thâm nhập thị trường. Kênh phân phối thích hợp cho nhà xuất khẩu Việt Nam

Nhóm đối tác mục tiêu quan trọng nhất tại Hoa Kỳ cho các nhà xuất khẩu mặt hàng cà phê - HS 090111 của Việt Nam là các nhà nhập khẩu và các nhà bán sỉ. Hiện nay, các nhà xuất khẩu Việt Nam chủ yếu xuất khẩu cà phê thô nên ngoài các nhà nhập khẩu và nhà bán sỉ, các đại lý và nhà môi giới cũng có vai trò quan trọng nhất định trong hoạt động mua bán cà phê.

Là một doanh nghiệp xuất khẩu, việc thâm nhập vào thị trường Hoa Kỳ sẽ phụ thuộc vào

chất lượng cà phê của bạn và sản lượng của bạn cũng như chiến lược của công ty bạn (ví dụ như cung cấp thị trường thông qua trung gian hoặc trực tiếp cho người dùng cuối).

Nếu bạn là một nhà xuất khẩu hạt cà phê? Và bạn có thể cung cấp số lượng lớn hơn (mười container hoặc hơn)? Nếu có, bạn nên nhìn vào thị trường Hoa Kỳ thông qua các công ty nhập khẩu lớn. Đức có một số nhà nhập khẩu cà phê lớn nhất trên thế giới, như: Neumann Kaffee Groupe, InterAmerican Coffee, Benecke, List & Beisler, Hacofco, Rehm Coffee.

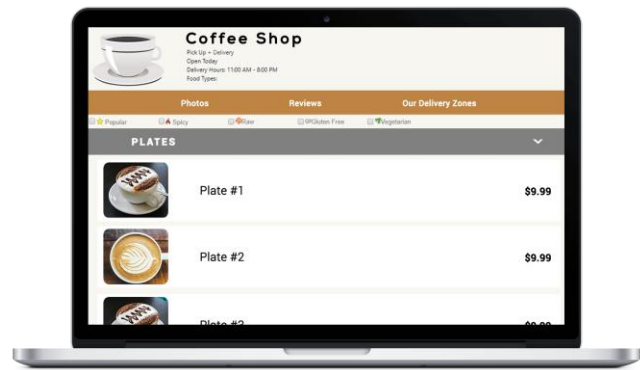
Các xu hướng về cấu trúc thương mại

Các xu hướng của cấu trúc thương mại đã miêu tả trong toàn bộ các cấu trúc trên, nhưng có một số xu hướng quan trọng là:

- Việc buôn bán và chế biến cà phê vẫn tiếp tục có xu hướng tập trung.
- Nhu cầu sử dụng các sản phẩm hữu cơ ngày càng tăng, một số lượng các nhà máy chế biến nhỏ tại Hoa Kỳ cũng gia tăng.
- Sự gia tăng và mong đợi các sản phẩm cà phê hữu cơ và cà phê có chứng nhận Fair-Trade.
- Việc bán qua hệ thống siêu thị gia tăng làm thị trường cà phê hữu cơ gia tăng. Việc thâm nhập vào thị trường của sản phẩm này cũng bị ảnh hưởng nhiều vào yếu tố này.

1. Vai trò của thương mại điện tử.

Các nhà kinh doanh trên thế giới đang thực sự quan tâm đến thương mại điện tử. Các công ty vừa và nhỏ tại các quốc gia đang phát triển cũng cần phải quan tâm



đến thương mại điện tử.

Internet có vai trò hữu hiệu trong kinh doanh thông qua thanh toán, kết nối liên lạc giữa nhà sản xuất và khách hàng, logistic... nhưng chưa phải là phương tiện bán hàng.

Danh sách tổng hợp.

Thông qua việc sử dụng Internet, bạn có thể tự tạo ra được một danh sách các khách hàng tiềm năng. Nhưng trước khi bắt đầu, xin hãy đọc phần cấu trúc thương mại (kênh phân phối) của ngành (product/country) và dựa vào đó để nhận diện nhóm đối tác bạn đang quan tâm. Với phương pháp này, bạn sẽ tiết kiệm được thời gian nhờ chuẩn bị tốt và có thể tìm được đối tác dài hạn một cách dễ dàng. Xin lưu ý rằng việc xây dựng một danh sách với những khách hàng triển vọng đòi hỏi bạn phải đầu tư nhiều thời gian. Vì vậy bạn cần có thời gian để làm quen với các website và các cơ sở dữ liệu được đề cập dưới đây.

Nguồn tư liệu: Dùng các nguồn thông tin sau để xây dựng một danh sách tổng hợp.

- <https://coffeebeaned.com/coffee-importers/>: tìm kiếm danh sách các nhà nhập khẩu cà phê, các công ty chế biến cà phê tại Hoa Kỳ.
- <http://www.ncausa.org/>: Hiệp hội cà phê Hoa Kỳ: tìm kiếm danh sách các thành viên của hiệp hội và các báo cáo thị trường cà phê của Hoa Kỳ.
- <http://www.ncausa.org/About-NCA/Membership/Member-List>: danh sách thành viên của Hiệp hội cà phê Hoa Kỳ.
- <https://gearpatrol.com/2018/06/04/25-best-coffee-roasters-america/>: danh sách các công ty chế biến cà phê tại Hoa Kỳ

Tạo danh sách ngắn từ danh sách tổng hợp.

Sau khi có được danh sách tổng hợp, bạn sẽ có trong tay rất nhiều công ty nhưng không

phải công ty nào cũng có triển vọng. Bạn sẽ phải sàng lọc để có được một danh sách ngắn (short list). Những gợi ý sau có thể giúp ích cho bạn trong việc sàng lọc:

- Kiểm tra thông tin trên website của các công ty (về quy mô, chính sách tìm kiếm nguồn hàng, sản phẩm, chiến lược cạnh tranh...)
- Gọi điện đến các công ty và/hoặc các hiệp hội để có thêm thông tin chi tiết.
- Đồng thời tận dụng thư điện tử (email), tốt nhất là sau khi đã gọi điện.

Từ các thông tin có được, có thể rút ra một danh sách rút gọn, là nhưng công ty, đối tác thích hợp và có tiềm năng nhất.

Tiếp cận đối tác

Địa điểm tốt nhất để bạn gặp được các khách hàng tiềm năng là tại hội chợ thương mại về thực phẩm. Một số hội chợ đáng chú ý trong năm 2019 như Coffee Fest New York 2019, Coffee Fest Los Angeles 2019, Specialty Coffee Expo Boston 2019, SIAL Shanghai 2019, Anuga 2019, Tea&Coffee World Cup 2019 ... là nơi các nhà xuất khẩu có thể gặp đối tác, là nơi họ có thể xác định được giá cả sản phẩm và xác định chính xác những sản phẩm cần thiết cho thị trường.



Thiết lập các mối quan hệ thông qua các hướng dẫn thương mại hoặc thông qua sự gặp gỡ trực tiếp các công ty mà bạn quan tâm. Tập trung vào các sản phẩm truyền thống, tham quan công ty và gửi hàng mẫu, bao gồm cả những dữ liệu kỹ thuật chi tiết, là phương pháp đánh giá đúng các nhà nhập khẩu. Nếu đạt được sự trả lời tích cực, bạn có thể mời các khách hàng tiềm năng đến Việt Nam.

Các nhà môi giới cũng có vai trò trong việc kết



nổi thị trường, đặc biệt đối với các đối tác mới, và các website cũng là 1 cơ hội để tìm kiếm đối tác. Bước đầu tiên sau khi tìm kiếm đối tác thương mại thường là yêu cầu các nhà nhập khẩu cung cấp bảng giá và chi tiết về bao bì. Sau khi đạt được các mối quan hệ, việc đánh giá tiềm lực của đối tác là việc nên làm để có được các thông tin hữu ích; nhà xuất khẩu còn phải đánh giá mức độ quan hệ với các đối tác; vị trí của đối tác và khả năng về tài chính và mức độ tin cậy của đối tác.

Bạn cũng có thể liên lạc với nhà nhập khẩu qua điện thoại để tự giới thiệu về mình. Trước tiên bạn phải có được tên của người quản lý chịu trách nhiệm nhập hàng. Kế đến bạn nên sắp xếp một cuộc nói chuyện điện thoại ngắn với người đó và giữ liên lạc qua thư điện tử (email), trong thư nhớ đề cập đến cuộc điện đàm mà bạn đã thực hiện. Sau vài ngày, gọi điện cho người phụ trách mua hàng một lần nữa để xem họ có quan tâm đến lời đề nghị của bạn hay không. Có thể họ sẽ muốn bạn gửi một tờ bướm giới thiệu về sản phẩm của công ty của bạn.

Khuyến nghị

- Đầu tư vào các mối quan hệ lâu dài: Cho dù bạn đang làm việc thông qua các nhà nhập khẩu hoặc nhà rang xay, điều quan trọng là phải thiết lập các mối quan hệ chiến lược và bền vững. Điều này sẽ giúp bạn quản lý rủi ro tại thị trường, nâng cao chất lượng sản phẩm và đạt được sự cân bằng về chất lượng/giá cả hợp lý.
- Cung cấp cho người mua thông tin chính xác các loại cà phê bạn có như cách chế biến, xuất xứ và tiêu chuẩn phân loại chính thức.
- Tìm người mua phù hợp với triết lý kinh doanh và khả năng xuất khẩu của bạn (về chất lượng, khối lượng và giấy chứng nhận).
- Tuân thủ tuyệt đối các quy định và điều luật của Hoa Kỳ.