

I. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ CUNG – CẦU.

1. Cầu hàng hóa (Demand-D)

Cầu hàng hóa là khối lượng hàng hóa hay dịch vụ mà người mua có khả năng mua và sẵn sàng mua ở các mức giá khác nhau trong một thời gian nhất định.

Điều kiện xuất hiện cầu:

Nhu cầu dành cho hàng hoá + khả năng thanh toán hàng hoá đó.

Lượng cầu là khối lượng hàng hóa hay dịch vụ mà người mua có khả năng mua và sẵn sàng mua ở mức giá đã cho trong một thời điểm nhất định.

Cầu là tập hợp của các lượng cầu.

Luật cầu: Số lượng hàng hóa hoặc dịch vụ được cầu trong khoảng thời gian đã cho tăng lên khi giá của hàng hóa, dịch vụ giảm xuống và ngược lại, giả định các yếu tố khác không đổi.

2. Các yếu tố ảnh hưởng đến cầu.

1.1. Giá của chính hàng hóa đó (P_x).

Theo luật cầu, khi giá của hàng hóa tăng thì lượng cầu của hàng hóa đó giảm và ngược lại. Giá P_x được coi là yếu tố nội sinh duy nhất làm di chuyển đường cầu.

1.2. Thu nhập của người tiêu dùng (I).

Đối với hàng hóa xa xỉ, tốc độ tăng của cầu lớn hơn tốc độ tăng của thu nhập, giá của hàng hóa xa xỉ biến thiên cùng chiều với lượng cầu.

Đối với hàng hóa thiết yếu, thu nhập và cầu có quan hệ tỉ lệ thuận.

Đối với hàng hóa thứ cấp, sau khi tăng đến một mức nhất định, thu nhập và cầu có quan hệ tỉ lệ nghịch.

1.3. Giá của hàng hóa có liên quan (P_y).

Hàng hóa bổ sung: Khi giá của hàng hóa này tăng lên thì cầu về hàng hóa kia giảm xuống và ngược lại, với giả định các yếu tố khác là không đổi.

Hàng hóa thay thế: Khi giá của hàng hóa này tăng lên thì cầu về hàng hóa kia cũng tăng lên và ngược lại., với giả định các yếu tố khác là không đổi.

1.4. **Sở thích hay thị hiếu (T).**

Sở thích và cầu có mối quan hệ thuận chiều.

1.5. **Quy mô thị trường hay dân số (N).**

Quy mô thị trường và cầu có mối quan hệ thuận chiều.

1.6. **Kỳ vọng của người tiêu dùng (E).**

Kỳ vọng đề cập đến sự mong đợi hay dự kiến của người tiêu dùng về sự thay đổi trong tương lai các nhân tố ảnh hưởng tới cầu hiện tại. Ví dụ, nếu người tiêu dùng dự đoán giá của hàng hóa nào đó trong tương lai sẽ tăng lên thì cầu về hàng hóa đó ở hiện tại sẽ tăng và ngược lại.

2. **Cung hàng hóa (Supply-S)**

Cung hàng hóa là khối lượng hàng hóa và dịch vụ mà người bán có khả năng bán và sẵn sàng bán ở các mức giá khác nhau trong một thời gian nhất định.

Điều kiện xuất hiện cung: Khả năng bán + Mong muốn bán.

Lương cung là khối lượng hàng hóa hay dịch vụ mà người bán sẵn sàng bán và có khả năng bán ở các mức giá đã cho trong một thời điểm nhất định.

Cung là tập hợp của các lương cung.

Luật cung: Luật cung được phát biểu như sau: Số lượng hàng hóa hoặc dịch vụ được cung trong khoảng thời gian đã cho tăng lên khi giá của hàng hóa, dịch vụ tăng lên và ngược lại, giả định các yếu tố khác không đổi.

3. **Các yếu tố ảnh hưởng đến cung.**

3.1. **Giá của chính hàng hóa đó (Px).**

Theo luật cung, khi giá của hàng hóa tăng thì lượng cung của hàng hóa đó tăng và ngược lại, khi giá của hàng hóa giảm thì lượng cung giảm xuống, với giả định các yếu tố khác không đổi.

3.2. **Công nghệ sản xuất (T)**

Công nghệ góp phần làm giảm chi phí sản xuất từ đó lợi nhuận tăng và doanh nghiệp tăng đầu tư mở rộng sản xuất. Công nghệ thêm vào đó làm tăng năng suất.

Từ hai nguyên do trên, khi công nghệ càng tiên tiến thì ở mỗi mức giá nhất định, lượng cung hàng hóa càng tăng.

3.3. Giá cả của các yếu tố đầu vào (Pi).

Giá của các yếu tố đầu vào tăng thì lượng cung của hàng hóa đó giảm và ngược lại, nếu giá yếu tố đầu vào giảm thì lượng cung hàng hóa đó tăng.

3.4. Chính sách thuế và trợ cấp (Tax).

Chính phủ đánh thuế vào doanh nghiệp làm giảm lợi nhuận của doanh nghiệp, doanh nghiệp sẽ thu hẹp quy mô sản xuất làm lượng cung giảm và ngược lại.

Khi doanh nghiệp được trợ cấp, lợi ích của doanh nghiệp tăng lên, doanh nghiệp tăng đầu tư mở rộng sản xuất làm lượng cung tăng và ngược lại.

3.5. Số lượng nhà sản xuất (N).

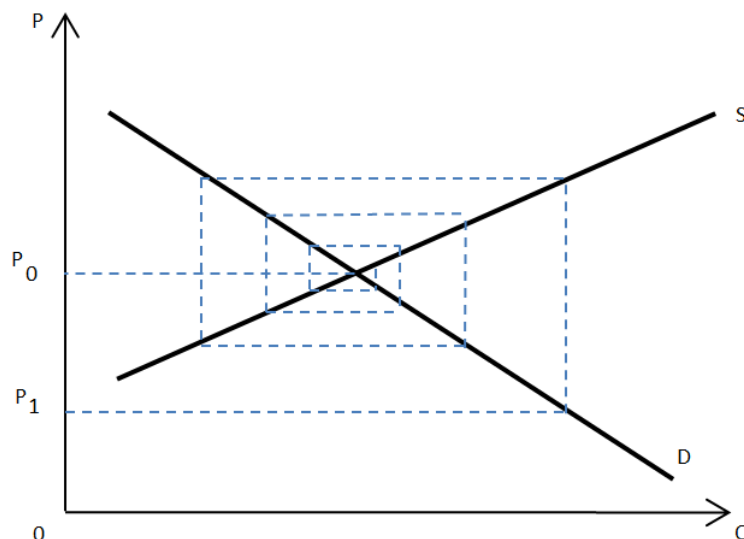
Số lượng nhà sản xuất cùng cung ứng một sản phẩm càng nhiều thì lượng cung trên thị trường càng lớn và ngược lại.

3.6. Kỳ vọng của người sản xuất (E).

Kỳ vọng đề cập đến sự mong đợi hay dự kiến của người sản xuất về sự thay đổi trong tương lai các nhân tố ảnh hưởng tới cung hiện tại.

Ví dụ, nếu người sản xuất dự đoán giá của hàng hóa nào đó trong tương lai sẽ tăng lên thì cung về hàng hóa đó ở hiện tại sẽ tăng và ngược lại.

4. Cơ chế hình thành giá cả thị trường cân bằng.



Mức giá cân bằng của thị trường là mức giá mà tại đó khi cung và cầu không đổi, lượng cung sẽ bằng lượng cầu.

Khi mức giá thực tế thấp hơn mức giá cân bằng, người tiêu dùng muốn mua nhiều hơn còn người sản xuất sẽ bán ít hơn. Trên thị trường xuất hiện tình trạng dư cầu hàng hóa (thiếu hụt). Do hàng hóa khan hiếm nên giá của hàng hóa có xu hướng tăng lên.

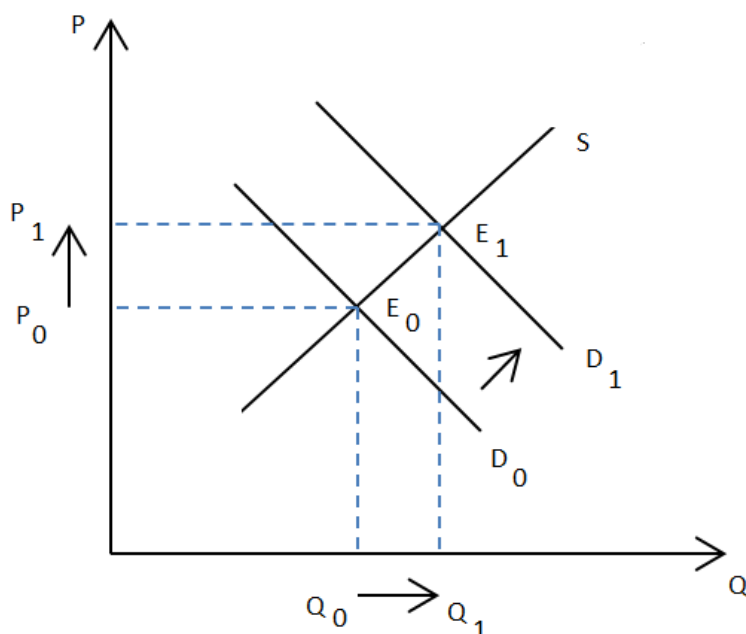
Khi mức giá thực tế tăng cao hơn mức giá cân bằng, tại mức giá đó, người sản xuất muốn bán nhiều hơn còn người tiêu dùng sẽ mua ít đi. Khi đó trên thị trường xuất hiện tình trạng dư cung hàng hóa (dư thừa). Do hàng hóa dư thừa nên giá của hàng hóa có xu hướng giảm xuống.

Hai quá trình này lặp lại cho đến khi mức giá thực tế bằng với mức giá cân bằng.

Khi thị trường đang ở trạng thái cân bằng. Nếu cầu hàng hóa trên thị trường tăng, tức là người tiêu dùng muốn mua nhiều sản phẩm hơn. Mà lượng cung trên thị trường chưa kịp thay đổi, thị trường xuất hiện trạng thái dư cầu (thiếu hụt). Do hàng hóa khan hiếm nên giá của hàng hóa tăng.

Trên đồ thị ta thấy: Ban đầu thị trường ở trạng thái cân bằng E_0 với mức giá P_0 và sản lượng Q_0 . Khi cầu về hàng hóa tăng, trên đồ thị đường D_0 dịch chuyển lên trên và sang phải thành đường D_1 . Khi đó thị trường cân bằng tại điểm E_1 với mức giá P_1 và sản lượng Q_1 (với $P_1 > P_0$ và $Q_1 > Q_0$).

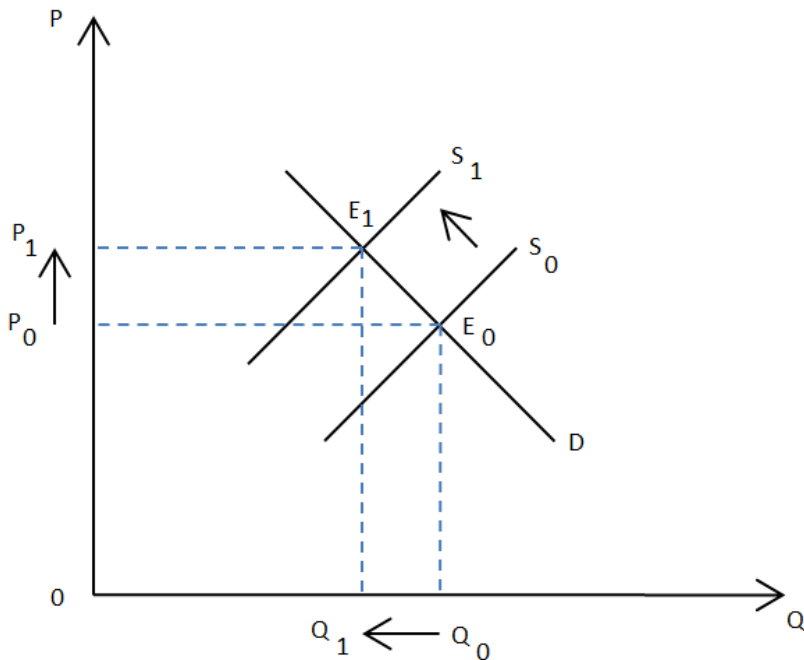
Tương tự, ta có thể giải thích cho trường hợp cầu hàng hóa giảm.



Tương tự, khi thị trường đang ở trạng thái cân bằng. Nếu cung hàng hóa trên thị trường giảm, tức là người sản xuất không muốn bán sản phẩm ra thị trường. Mà lượng cầu hàng hóa trên thị trường chưa kịp thay đổi, thị trường xuất hiện trạng thái dư cầu (thiếu hụt). Do hàng hóa khan hiếm nên giá hàng hóa tăng.

Trên đồ thị ta thấy: Ban đầu thị trường ở trạng thái cân bằng E_0 với mức giá P_0 và sản lượng Q_0 . Khi cung về hàng hóa giảm, trên đồ thị đường S_0 dịch chuyển lên trên và sang trái thành đường S_1 . Khi đó thị trường cân bằng tại điểm E_1 với mức giá P_1 và sản lượng Q_1 (với $P_1 > P_0$ và $Q_1 < Q_0$).

Tương tự, ta có thể giải thích cho trường hợp cung hàng hóa tăng.



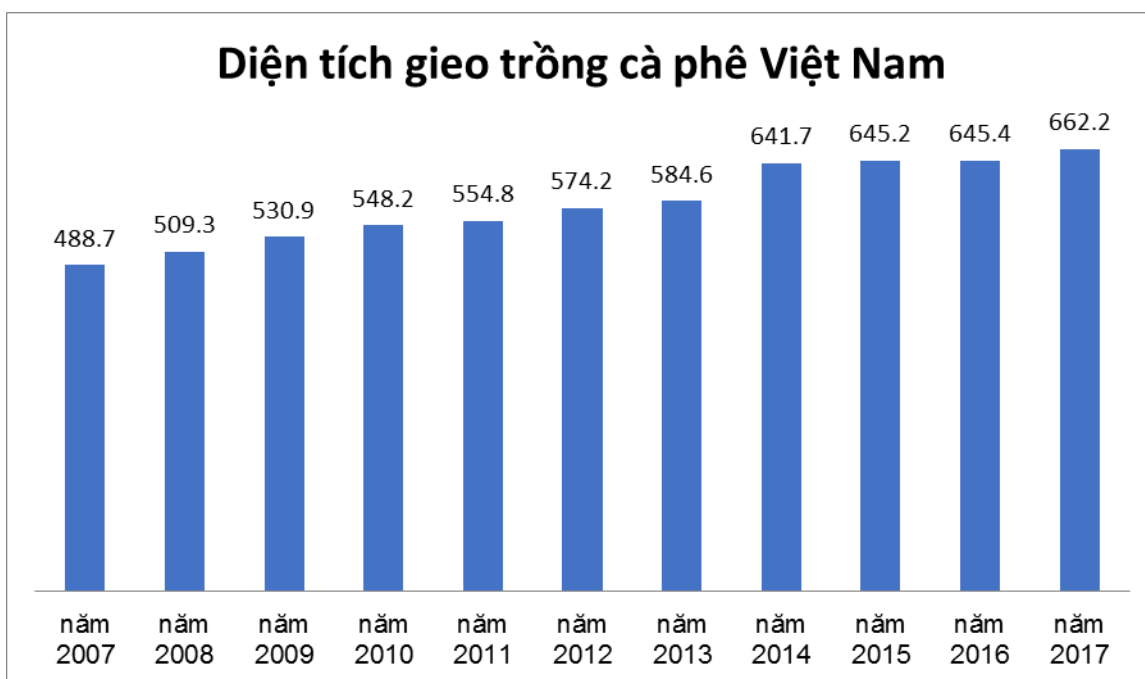
II. THỰC TRẠNG THỊ TRƯỜNG CÀ PHÊ VIỆT NAM 2007-2017

1. Cung, cầu và giá bán cà phê hiện nay

1.1 Tình hình cung Cà phê Việt Nam hiện nay.

1.1.1 Thực tế diện tích cà phê Việt Nam

Các khu vực trồng cà phê đã được phát triển và mở rộng trong các năm gần đây.



(Nguồn: Tổng hợp từ Tình hình kinh tế xã hội – Tổng cục thống kê)

Diện tích cà phê Việt Nam từ 488.7 đã tăng lên 662.2 (nghìn ha) qua 10 năm canh tác, đưa Việt Nam trở thành nước sản xuất cà phê lớn thứ hai thế giới (sau Brazil). Nhờ vào diện tích sản xuất lớn, khiến cho nguồn cung cà phê hầu như luôn dồi dào và đáp ứng được nhu cầu của thị trường, không bị rơi vào tình trạng thiếu hụt.

1.1.2 Sản lượng và chất lượng cà phê.

Lượng sản xuất của cà phê qua mỗi năm đều tăng cao đáng kể trong vòng 10 năm qua kể từ 2007. Diện tích tăng lên kéo theo sản lượng tăng lên đều qua các năm.

Năm	Sản lượng (nghìn tấn)
2007	850
2008	996.3
2009	1050
2010	1105.7
2011	1167.9
2012	1292.4
2013	1289.5
2014	1395.6
2015	1445
2016	1467.9

(Nguồn: Tổng hợp từ Tình hình kinh tế xã hội – Tổng cục thống kê)

Năng suất cà phê của Việt Nam trung bình đạt 2,5 tấn/ha, cao gấp 3 lần so với năng suất cà phê bình quân của thế giới đã một lần nữa chứng minh được thực tế nguồn cung cà phê tại Việt Nam không hề khan hiếm.

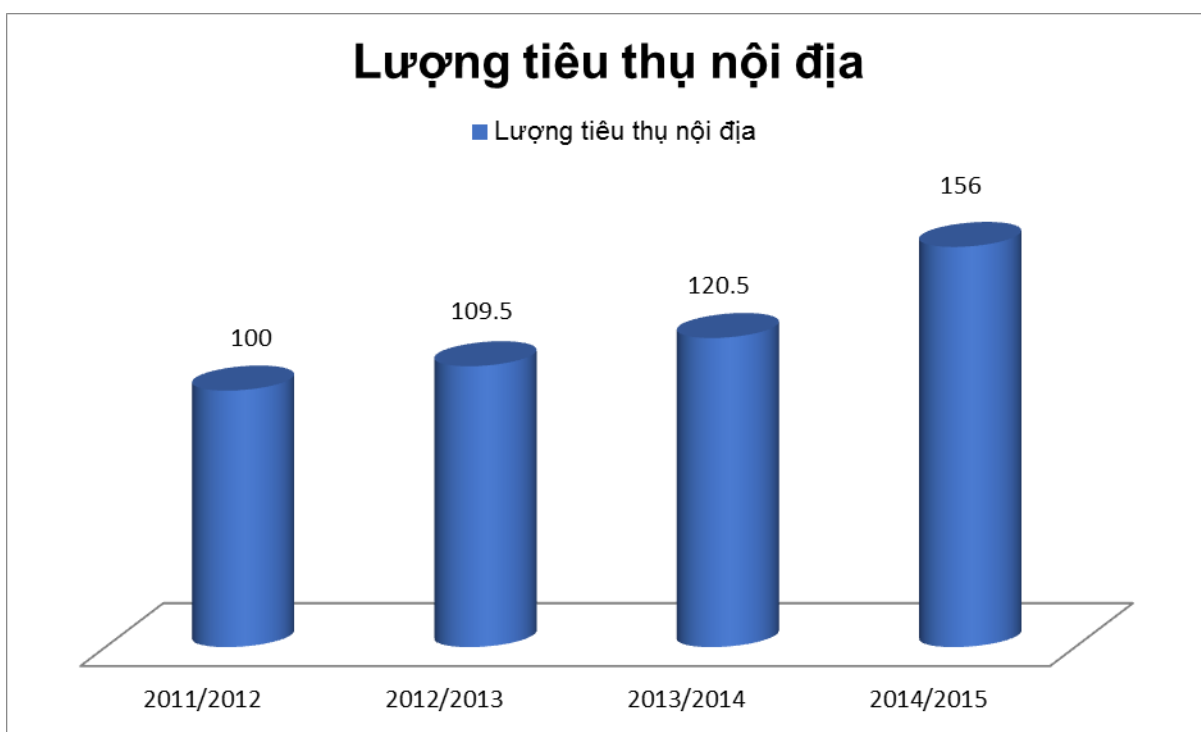
Có thể nói, sản xuất của Việt Nam đã đạt mức tăng trưởng cao về diện tích, sản lượng cũng như năng suất. Theo Bộ NN&PTNT, đến năm 2030, Việt Nam có chủ trương không tăng diện tích, thậm chí phải giảm diện tích cà phê ở những nơi không có lợi thế. Tập trung chế biến sâu, đẩy mạnh liên kết để phát triển thương mại nhằm tăng giá trị ngành cà phê Việt Nam.

1.2 Tình hình cầu cà phê ở Việt Nam.

1.2.1 Tiêu thụ trong nước

Theo như thống kê, có khoảng 19.2% tiêu thụ cà phê, trong đó 47% tiêu thụ cà phê uống liền và 53% tiêu thụ cà phê bột. Tuy nhiên, vào các dịp lễ tết thì số lượng người tiêu dùng cà phê cũng tăng lên đáng kể.

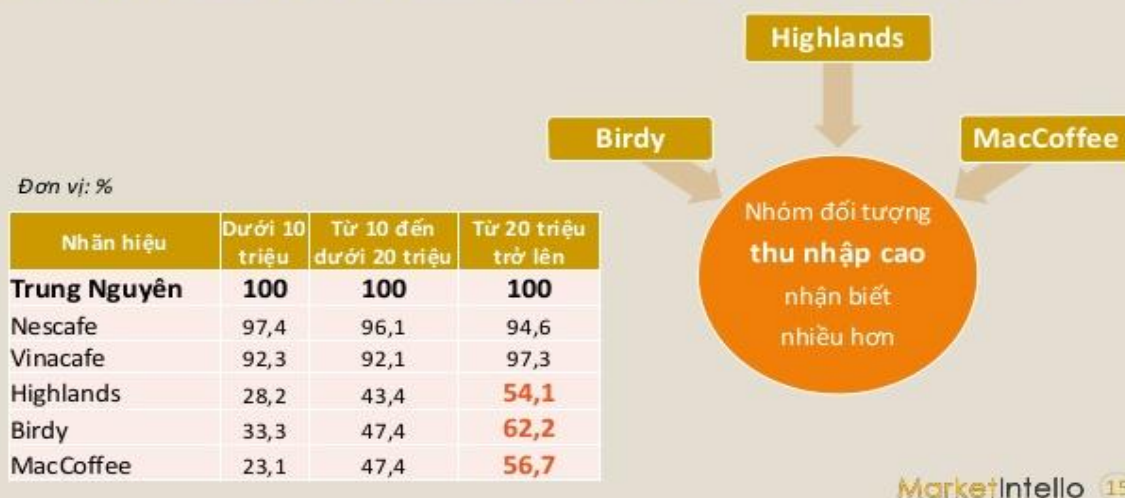
Thị trường cà phê tiêu thụ ở Việt Nam phân chia rõ ràng, cà phê rang xay chiếm 2/3 tổng lượng cà phê được tiêu thụ, còn lại là cà phê hòa tan.



(Nguồn: Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ USDA và Hiệp hội cà phê quốc tế ICO)

Lượng tiêu thụ nội địa tăng trung bình 11.75% trong giai đoạn 2011-2016. Lượng cà phê tiêu thụ bình quân đầu người tại Việt Nam khoảng 1.15kg/người/năm, trong đó ở Hồ Chí Minh là 1.3kg/người/năm, còn Hà Nội là 0.43kg/người/năm.

MỨC ĐỘ NHẬN BIẾT CÁC NHÃN HIỆU – PHÂN THEO THU NHẬP



Tiêu thụ cà phê đầu người tăng dần từ nhóm có thu nhập thấp nhất đến nhóm có thu nhập cao nhất, phần nào thể hiện, cà phê là loại hàng hoá thông thường so với thu nhập của phần đông dân số.

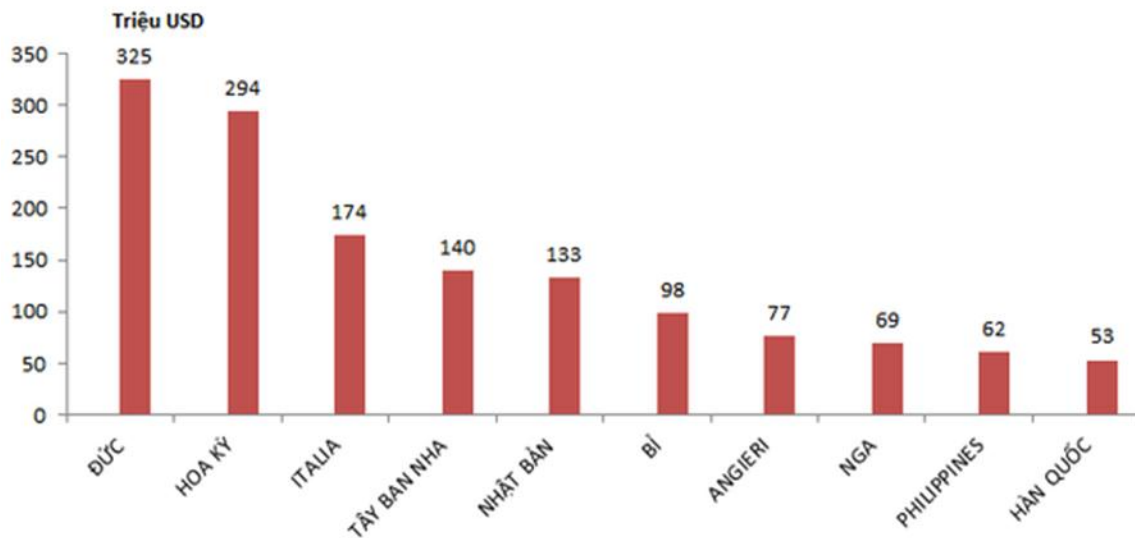
Cà phê được tiêu thụ phổ biến ở thành thị. Mức tiêu thụ bình quân của người thành thị cao gần gấp 2 lần so với nông thôn. Điều này được coi là hiện tượng dễ hiểu, khi thu nhập tại thành thị luôn có xu hướng cao hơn nhiều lần so với thu nhập tại các vùng nông thôn Việt Nam.

Giá nội địa

Giá cà phê trong nước tăng giảm theo xu hướng của cà phê trên thị trường thế giới, do nhiều yếu tố trong môi trường kinh tế quốc tế thay đổi và chi phối bên cạnh yếu tố cung- cầu thị trường. Trong mùa vụ 2016/17 giá cà phê Robusta trung bình giao động trong khoảng 42.000-43.000 VNĐ/kg, giảm mạnh do thời tiết của Tây Nguyên chịu ảnh hưởng của gió mùa.

1.2.2 Tiêu thụ ngoài nước

Việt Nam cung cấp khoảng 19% tổng lượng cà phê xuất khẩu và khoảng 70% lượng cà phê Robusta giao dịch trên toàn cầu.



Xuất khẩu cà phê chế biến của Việt Nam



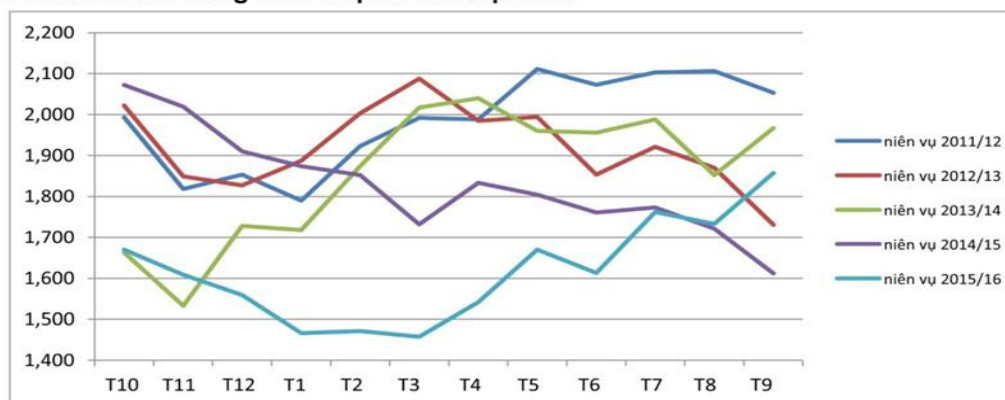
Cà phê Việt Nam được xuất khẩu hơn 84 nước trên thế giới. Mỹ và Đức là hai thị trường tiêu thụ cà phê truyền thống lớn nhất của Việt Nam với thị phần lần lượt là 15,4% và 13,9%.

Giá xuất khẩu

Niên vụ cà phê 2007- 2008 với kim ngạch xuất khẩu lần đầu tiên vượt ngưỡng 2 tỷ USD.

Năm 2009, giá cà phê thế giới giảm mạnh, dẫn đến thị trường trong nước cũng rớt giá theo.

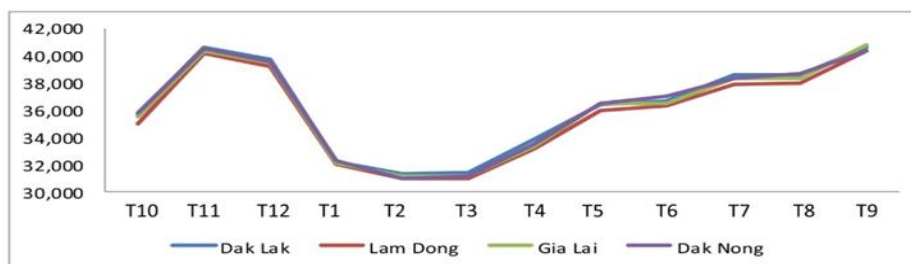
Giá xuất khẩu trung bình cà phê của Việt Nam



Nguồn: Sở NN&PTNT địa phương, Bộ NN&PTNT, công ty xuất khẩu địa phương, thương lái địa phương.

Giá cà phê trong nước

Giá cà phê Robusta tại một số khu vực trồng chính niên vụ 2015/16



Nhìn vào biểu đồ ta thấy giá cà phê qua các niên vụ có sự biến động.

Niên vụ 2013-2014, giá xuất khẩu trung bình là 1.796 USD/tấn.

Sang đến niên vụ 2015/16, giá xuất khẩu của hạt cà phê Robusta tươi đã giảm xuống mức thấp nhất trong vòng 5 niên vụ qua.

Tuy nhiên, nhìn vào biểu đồ niên độ 2014/15 có xu hướng giảm đều, so sánh với niên độ 2015/16 có thể thấy niên độ 2015/16 đã có dấu hiệu khởi sắc.

Nhìn chung trong giai đoạn 2007-2017 giá cà phê sụt giảm nghiêm trọng do ảnh hưởng của các yếu tố sản xuất, tự nhiên và cầu của thị trường. Sự sụt giảm này sẽ được lí giải một cách dễ hiểu thông qua tình hình về cung của Cà phê trong phần tiếp theo.

2. Các nhân tố ảnh hưởng đến cung cà phê.

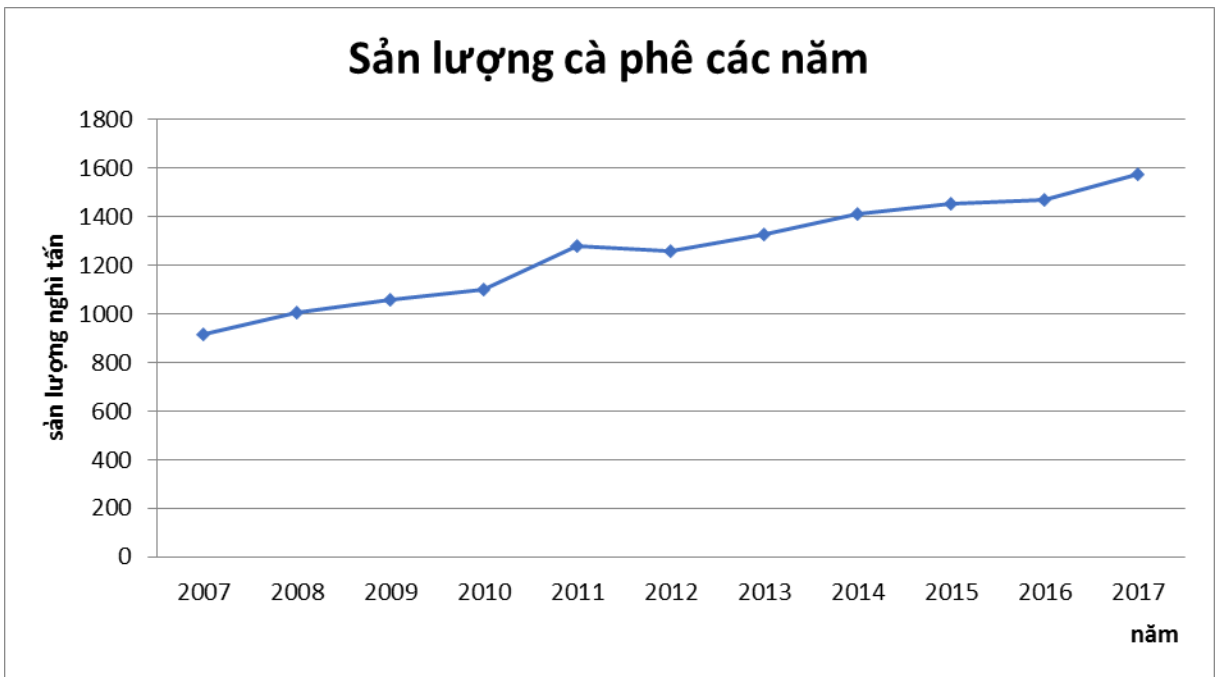
2.1 Diện tích trồng và sản lượng cà phê ở nước ta.

Bảng diện tích gieo trồng cà phê ở Việt Nam từ năm 2007 đến 2017:

Năm	Diện tích gieo trồng cà phê tại Việt Nam (nghìn ha)
2007	488,7
2008	509,3
2009	530,9
2010	538,5
2011	554,8
2012	586,2
2013	623
2014	637
2015	641,2
2016	645,2
2017	662,2

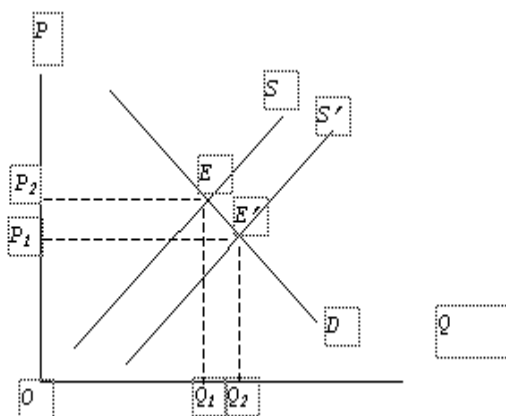
(Nguồn: Tổng cục thống kê)

Từ bảng số liệu ta thấy, diện tích gieo trồng cà phê tăng lên đều qua các năm. Diện tích trồng cà phê Việt Nam ngày càng được mở rộng trong vài năm trở lại đây. Vì vậy, sản lượng nước ta cũng tăng lên.



Trong giai đoạn này sản lượng cà phê có nhiều biến động nhưng nhìn chung sản lượng vẫn tăng qua các năm.

Diện tích gieo trồng cà phê cũng như sản lượng cà phê tăng khiến cho sản lượng cà phê tăng dẫn đến cung cà phê cũng tăng qua các năm, đường cung dịch phải.



2.2 Công nghệ chế biến, trồng trọt, chăm sóc cây cà phê

Trong giai đoạn 2007-2017 công nghệ chế biến, trồng trọt, chăm sóc cây cà phê đã được phát triển mạnh mẽ với quy mô rộng lớn và chất lượng tốt hơn.

Nhờ có công nghệ kỹ thuật phát triển mạnh mẽ mà sản lượng cà phê tăng dẫn đến cung cà phê cũng tăng.

2.3 Yếu tố tự nhiên

Yếu tố thời tiết có thể quyết định đến tình trạng được mùa hay mất mùa trong sản xuất cà phê Việt Nam. Điển hình là năm 2017 được coi như là một năm thiên nhiên dành nhiều ưu đãi cho việc nuôi trồng cây cà phê, tuy nhiên, việc được mùa cà phê cũng tạo ra sức ép dư cung quá nhiều, khiến cho giá cà phê sụt giảm nghiêm trọng, khiến nhà nước phải thực hiện chính sách áp đặt giá sàn vào thị trường Cà phê trong năm 2017 để bảo hộ sản xuất.

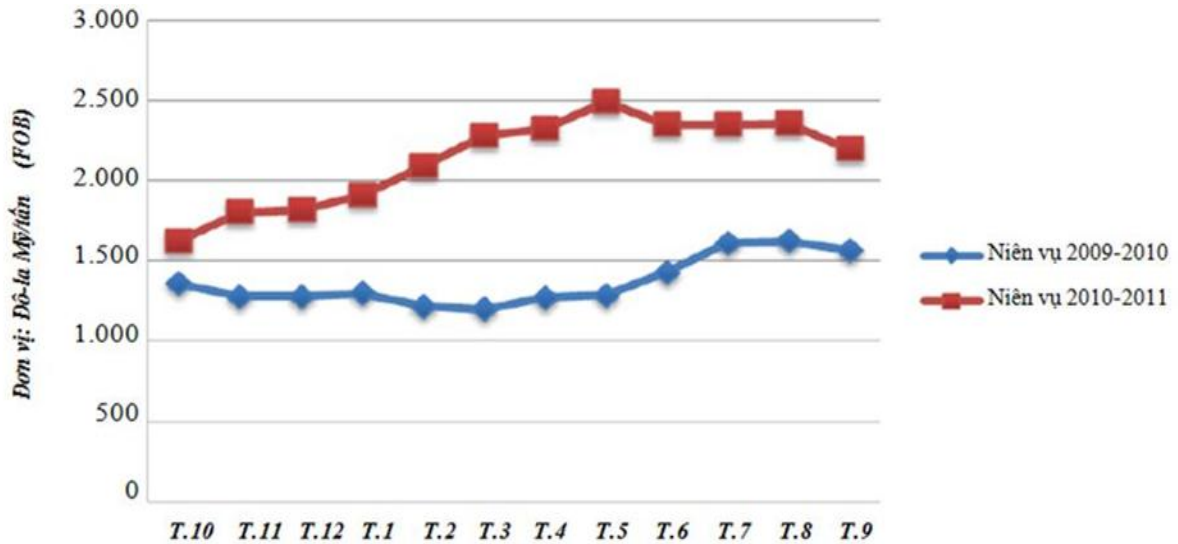
2.4 Giá các yếu tố đầu vào.

Bên cạnh yếu tố về diện tích trồng cà phê, và chi phí nhân công đã được đề cập tại trước đó, giá cà phê còn chịu sự chi phối của các yếu tố đầu vào khác, ví dụ như giá của phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, và các loại hàng hoá phụ trợ. Các loại hàng hoá này có tính chất ổn định, ko thay đổi quá nhiều, chính vì thế ít làm ảnh hưởng tới giá của cà phê.

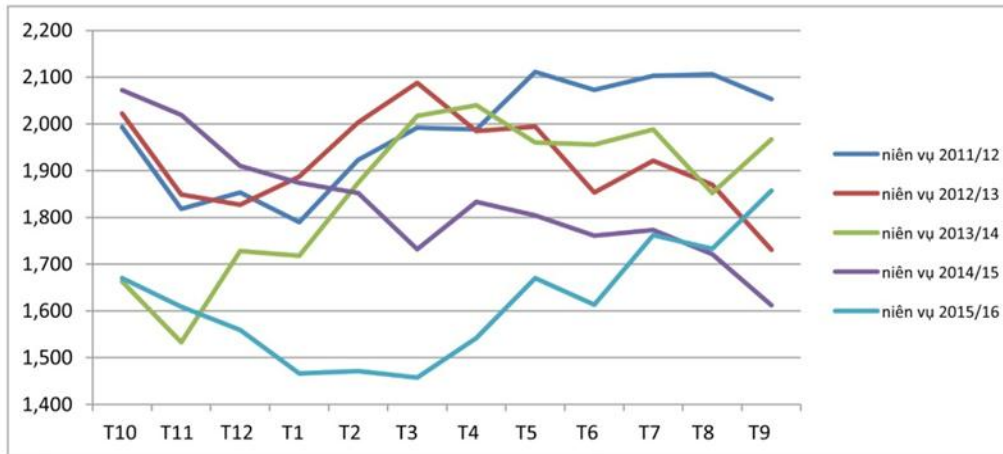
2.5 Giá cà phê trong nước và xuất khẩu

Niên vụ cà phê 2007- 2008 với kim ngạch xuất khẩu lần đầu tiên vượt ngưỡng 2 tỷ USD. Năm 2009, giá cà phê thế giới giảm mạnh, dẫn đến thị trường trong nước cũng rớt giá theo.

Hình: Giá xuất khẩu cà phê trung bình của Việt Nam mùa vụ 2009-2010 và 2010-2011



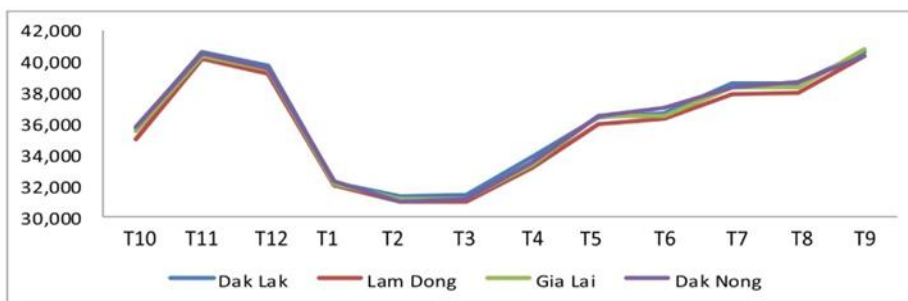
Giá xuất khẩu trung bình cà phê của Việt Nam



Nguồn: Sở NN&PTNT địa phương, Bộ NN&PTNT, công ty xuất khẩu địa phương, thương lái địa phương.

Giá cà phê trong nước

Giá cà phê Robusta tại một số khu vực trồng chính niên vụ 2015/16



Nguồn: Trung tâm Xúc tiến thương mại – Đầu tư – Du lịch Dak Lak; Vicofa và Trung tâm giao dịch cà phê Buôn Ma Thuột

Nhìn vào biểu đồ ta thấy ở mùa vụ 2009/2010 và 2010/2011 giá cà phê có nhiều biến động nhưng nhìn chung là giảm.

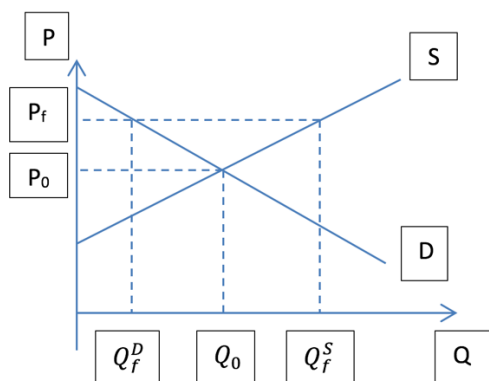
Còn trong niên vụ 2015/16, giá xuất khẩu đã giảm xuống mức thấp nhất trong vòng 5 niên vụ vừa qua.

Co dẫn của cung theo giá

Dựa trên những phân tích của các yếu tố ảnh hưởng đến cung và lượng cung, chúng ta có thể nói rằng cung cà phê là co dẫn theo giá. Cà phê là một loại nông sản có tính mùa vụ, khi giá tăng lên, người sản xuất sẽ khó khăn hơn để điều chỉnh đầu vào để tăng đầu ra cho hàng hoá, chính vì thế, cung của cà phê ít co dẫn theo giá.

Nhìn chung trong giai đoạn 2007-2017 giá cà phê đang có sự sụt giảm nghiêm trọng dẫn đến lợi nhuận nhà sản xuất giảm khiến cho cung cà phê cũng giảm. Trước tình hình đó, Chính phủ đã tiến hành hỗ trợ ngành cà phê bằng một loạt các biện pháp và trợ cấp khác nhau. Những chính sách của chính phủ đã tác động đến giá cà phê từ đó điều chỉnh thị trường về mức cân bằng.

Chính phủ có thể kiểm soát giá bằng cách trực tiếp áp đặt **giá sàn**.



Việc chính phủ quy định giá sàn là để đảm bảo lợi ích cho nhà sản xuất, đặc biệt là cho nông dân khi giá nông sản trên thị trường trở nên quá rẻ. Vì vậy, giá sàn có xu hướng lớn hơn giá cân bằng ($P_f > P_0$). Việc quy định giá sàn làm cho lượng cung Q_f^S vượt lượng cầu Q_f^D gây nên dư thừa thị trường. Khi đó chính phủ sẽ tiến hành mua tạm trữ để ổn

3. Các nhân tố ảnh hưởng đến cầu

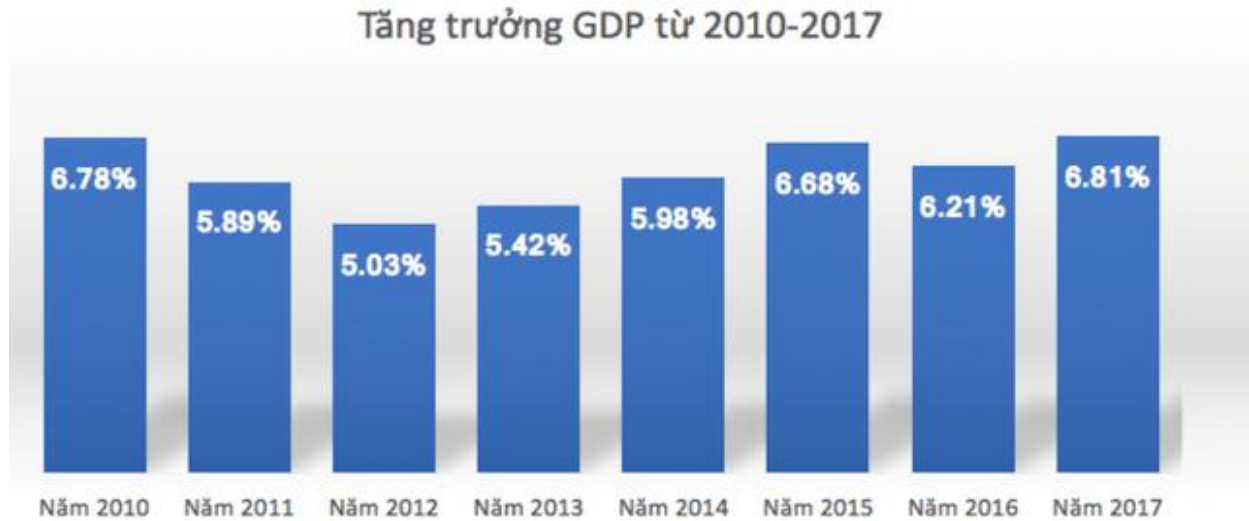
3.1 Giá của chính hàng hóa cà phê:

Do chịu ảnh hưởng tiêu cực từ hiệu ứng El Niño, theo BMI Research sản lượng cà phê niên vụ 2016-2017 giảm 8,5% xuống còn 26,4 triệu bao (60 kg/bao), mức thấp nhất kể từ niên vụ 2011-2012. Do đó làm giá cà phê tăng làm lượng cầu về cà phê giảm đi.

Thị trường cà phê trong nước biến động giảm trong tháng 8/2017 theo xu hướng của thị trường thế giới. So với tháng trước, giá cà phê các tỉnh Tây Nguyên giảm 1.000 – 1.100 đ/kg xuống còn 44.000 – 44.700 đ/kg. Dẫn tới hiện trạng các đại lý và các nhà xuất khẩu Việt Nam hiện vẫn đầu cơ cà phê chờ thời điểm để bán với mức giá cao hơn.

3.2 Thu nhập người tiêu dùng

Theo số liệu vừa công bố của Tổng cục Thống kê, tổng sản phẩm trong nước (GDP) năm 2017 ước tính tăng 6,81% so với năm 2016. GDP bình quân đầu người ước tính đạt 53,5 triệu đồng, tương đương 2.385 USD, tăng 170 USD so với năm 2016.



(Nguồn: Tổng cục thống kê)

Năm	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
tiêu thụ cà phê	858	900	1,064	1,101	1,189	1,292	1,420	1,556

Khi thu nhập tăng thì cầu đối với hầu hết hàng hóa đều tăng. Xét mối tương quan giữa thu nhập và sản lượng tiêu thụ, có thể nói rằng cà phê là hàng hóa thông thường. Do khi thu nhập tăng kéo theo cầu về cà phê tăng.

3.3 Quy mô thị trường và thị hiếu người tiêu dùng

Việt Nam tuy là nước sản xuất cà phê lớn thứ 2 thế giới, nhưng lượng tiêu thụ cà phê của Việt Nam lại thấp hơn nhiều so với các quốc gia sản xuất cà phê khác (Việt Nam: 5% vs Brazil: 50%).

Thực tế cho thấy, tiêu dùng cà phê của cả nước chỉ khoảng 56.000 tấn, chiếm chưa đến 6% trong tổng sản lượng cà phê làm ra, cho thấy quy mô thị trường cà phê nội địa của Việt Nam là ko lớn. Cụ thể:

Năm	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
tiêu thụ	858	900	1,064	1,101	1,189	1,292	1,420	1,556

cà phê								
--------	--	--	--	--	--	--	--	--

Đơn vị: Nghìn bao

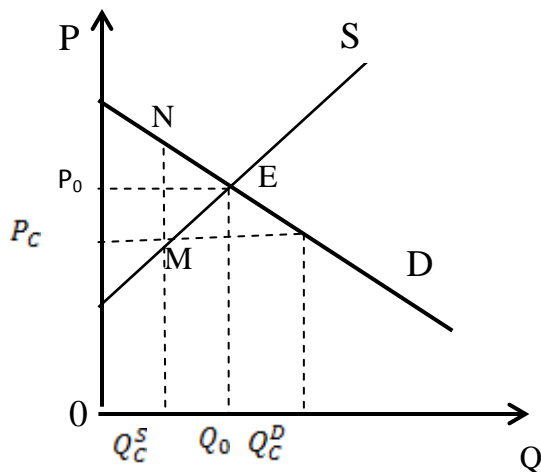
(Nguồn: USDA, Vicofa, BMI)

Theo số liệu điều tra VLSS, trung bình, người Việt Nam tiêu thụ khoảng 1,25kg cà phê/năm. Bao gồm cà phê tiêu thụ trong ngày thường và cà phê uống trong dịp lễ tết.

Co dẫn của cầu theo giá và thu nhập

Cà phê tại thị trường Việt Nam không phải là một mặt hàng được tiêu dùng quá nhiều, tuy nhiên 90% trong toàn bộ khối lượng thị trường tiêu thụ cà phê là những người dùng trung thành, chính vì thế khi đặt cà phê trong thị trường của chính nó, cà phê được coi là một loại hàng hoá thiết yếu, vì dù giá có tăng nhưng người yêu cà phê vẫn sẽ mua, chỉ có khoảng 10% những người dùng cà phê quyết định sự thay đổi của cầu khi giá thay đổi, chính vì vậy có thể kết luận rằng: hàng hoá cà phê có cầu ít co giãn theo giá. Thêm vào đó, cà phê không phải là một sản phẩm có giá quá cao so với phần đông dân số, giá biến động trong biên độ không lớn, vì vậy sự thay đổi của giá so với thu nhập là không đáng kể.

Tóm lại, trong giai đoạn 2010-2017 cầu về cà phê giảm đi. Chính vì vậy, nhằm khuyến khích tiêu dùng Chính phủ đã quy định trần để đảm bảo lợi ích cho người tiêu dùng.



Chính phủ không quy định giá trần, thị trường cân bằng tại điểm E (P_0, Q_0).

Chính phủ quy định giá trần, $P_c < P_0$ làm cho $Q_c^D > Q_c^S$ gây nên thiếu hụt thị trường.

Khi đó Chính phủ sẽ khắc phục bằng cách: chính sách nhập khẩu sản phẩm, Chính phủ là người cung sản phẩm thiếu hụt hoặc Chính phủ trợ cấp cho người sản xuất để hộ tăng đầu tư mở rộng sản xuất.

4 Những thuận lợi và khó khăn trong phạm vi kinh tế vi mô

4.1 Thuận lợi

- Lợi thế về điều kiện tự nhiên.

Việt Nam nằm trong vành đai nhiệt đới, lượng mưa phân bố, đất đỏ bazan thích hợp là các yếu tố cơ bản này tạo cho Việt Nam lợi thế mà các nước khác không có được.

- Lợi thế về nhân công

Sản xuất cà phê là loại hình yêu cầu nhiều nhân công có tính mùa vụ, không cần có kỹ thuật hay chuyên môn quá cao, chính vì thế có thể dễ dàng huy động được nhân công tại một quốc gia có dân số trẻ như Việt Nam.

4.2 Khó khăn

- Công nghệ chăm sóc còn hạn chế

Công nghệ ứng dụng trong gieo trồng và thu hoạch cây cà phê còn tồn đọng nhiều sự kém phát triển, công cụ còn lạc hậu yêu cầu nhiều nhân công, chưa ứng dụng được nhiều công nghệ cao trong sản xuất.

- Việc sản xuất cà phê còn mang tính tự phát, nhỏ lẻ

Diện tích canh tác trung bình của mỗi hộ dân chỉ từ 0,5 đến 1 hecta đã dẫn đến làm cho chi phí đầu tư tăng cao, sản phẩm kém ổn định, khó tiếp cận với những tiến bộ khoa học và thị trường tiêu thụ.

- Khó khăn trong việc dự báo

Với việc bị chi phối bởi nhiều yếu tố, cũng như yếu tố thời tiết, tình trạng được mùa và mất mùa, khiến cho công tác dự báo sự biến động của giá cà phê gặp nhiều khó khăn, dẫn đến những tình huống bất khả kháng.

III. DỰ BÁO GIÁ CÀ PHÊ TRONG GIAI ĐOẠN 2018 – 2020

1. Cung cà phê

1.1 Mô hình sản xuất mới

Từ năm 2016, chính phủ đang định hướng để sản xuất cà phê bền vững hay cà phê có chứng nhận loại hình cà phê bền vững phổ biến hiện nay như: 4C (nguyên tắc chung cho cộng đồng cà phê). Qua kiểm tra thực tế của Bộ Khuyến nông, các mô hình trồng cà phê 4C tiết kiệm được lượng phân bón từ 10-20%, giảm được từ 50 - 60% về thuốc bảo vệ thực vật, và giúp tiết kiệm 30% lượng nước tưới so với mô hình truyền

thống. Qua tính toán chung, trồng 1 ha cà phê theo tiêu chuẩn 4C, người dân sẽ tiết kiệm được vốn đầu tư từ 14-26 triệu đồng và năng suất thì tăng lên từ 10-15%. Hiện nay số lượng áp dụng tiêu chuẩn 4C đang tăng lên giúp người dân giảm chi phí sản xuất, tăng lợi nhuận, và tăng lượng cung.

1.2 Sức ép từ giá nguyên vật liệu đầu vào.

Giá phân bón tăng lên do lượng cung từ Trung Quốc giảm và thuế bảo vệ môi trường Chính phủ áp dụng. Theo điều tra 99% hộ dân có dùng phân bón để sản xuất: chi phí phân bón chiếm tỉ lệ cao nhất 41% tổng chi phí sản xuất cà phê. Với việc chi phí yếu tố đầu vào ngày càng tăng lên người dân sẽ muốn thu hẹp sản sản xuất vì lợi nhuận giảm.

Thêm vào đó từ năm 2016, khó khăn trong việc tìm kiếm công nhân mùa vụ khi giá nhân công tại chỗ chỉ khoảng 150.000 đồng/người/ngày, giờ tăng lên 200.000-220.000 đồng/ngày. Không được chăm sóc thu hoạch kịp thời gây ảnh hưởng tới sản lượng chất lượng cà phê làm lượng cung giảm.

1.3 Sức ép từ yếu tố tự nhiên.

Trong những năm gần đây, do sự ảnh hưởng của việc nóng lên toàn cầu gây ảnh hưởng rất nhiều đến sản lượng cà phê. Năm 2016 nông dân Việt Nam bị chịu ảnh hưởng nặng khi hạn hán xảy ra, làm giảm lượng cung, điều này cũng lý giải cho việc giá tăng vào năm 2016. Theo những biến đổi thời tiết gần đây của Việt Nam các năm sau hạn hán sẽ còn xảy ra, công tác phòng chống hạn hán chưa được đảm bảo, dẫn tới lượng cung sẽ có nguy cơ sụt giảm.

Năm 2017 được mùa nhưng mất giá tiếp diễn ra càng khiến cho người nông dân muốn chuyển sang trồng cây tiêu có giá cao hơn và trông chăm sóc dễ hơn. Giá cà phê dao động trong khoảng 30.000đ đến hơn 40.000đ trong khi giá tiêu từ 60.000 – xung quanh 70.000đ. Nếu tình trạng trồng cây không thu được lãi như mong đợi liên tiếp diễn ra thì trong mùa vụ tiếp theo có khả năng diện tích trồng cà phê sẽ giảm và lượng cung sẽ giảm.

3. Cầu về cà phê của Việt Nam

Người Việt Nam ngày càng ưa thích sử dụng cà phê. Bên cạnh đó, theo số liệu cục thống kê Việt Nam đưa ra Tổng sản phẩm trong nước (GDP) năm chi 2017 ước tính tăng 6,81% so với năm 2016. Thu nhập của người dân tăng mạnh mức chi tiêu cho cà phê cũng tăng. Theo báo cáo Ngành Nông nghiệp Việt Nam Quý 3/2017 của BMI Research, trong giai đoạn từ năm 2005-2015, lượng tiêu thụ cà phê của Việt Nam tăng

trường mạnh từ 0,43 kg/đầu người/năm lên 1,38 kg/đầu người/năm. Dân số Việt Nam có khoảng 60 triệu người đang trong tỉ lệ lao động – Họ là đối tượng có nhu cầu sử dụng cà phê lớn nhất

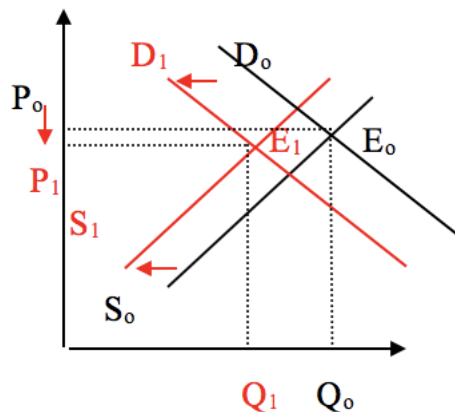
=> Cầu về cà phê của người tiêu dùng trong nước tăng.

Nhiều công ty nước ngoài như: RITA VÕ, KING COFFE ... đã lập kế hoạch đầu tư nhà máy rang xay sản xuất cà phê ở Việt Nam trong thời gian 2018-2030. Điều này tạo ra một tiềm năng lớn cho nhà sản xuất cà phê nội địa và sẽ làm tăng lượng cầu với cà phê Việt Nam

Tuy nhiên, Cầu cà phê từ phía các doanh nghiệp mua để bán XNK lại chững lại và có xu hướng giảm nhẹ do lượng dự trữ trong kho niên vụ vẫn còn. Bên cạnh đó từ 2018, cầu cà phê của doanh nghiệp xuất khẩu giảm vì họ kì vọng giá giảm dẫn đến chi phí kho bãi tăng lên từ hoạt động đầu cơ, buộc họ phải mua đầu vào với giá thấp thì mới thu đc lợi từ kinh doanh chênh lệch

Xét trên tổng thể, dù lượng cầu nội địa từ phía người tiêu dùng tăng nhưng lượng cầu từ phía các doanh nghiệp xuất khẩu và giảm làm cho tổng cầu về cà phê giảm nhẹ

Kết luận: Dựa trên những phân tích về Cung- Cầu thông qua các sự kiện có khả năng sẽ xảy ra và ảnh hưởng đến thị trường Cà phê như trên, chúng ta có thể đưa ra phỏng đoán tương lai: Cung cà phê có thể sẽ giảm, Cầu cà phê có thể giảm nhẹ.



Ban đầu: Thị trường CB tại $E_0(P_0, Q_0)$

Do yếu tố ngoại sinh

$Q_D \downarrow \rightarrow$ Đường cầu dịch trái

$Q_S \uparrow \uparrow \rightarrow$ Đường cung dịch phải

TTCB tại $E_1(P_1, Q_1)$

