

# Mục lục

## **Phần 1: Cà phê rang xay**

*Tản mạn về cà phê rang xay...* ..... 2

Biên soạn: Trần Khải Nam Trung

*Tổng quan thị trường cà phê rang xay và hòa tan của Việt Nam*..... 4

Biên soạn: Lê Thị Mỹ Tâm

*Làn sóng thưởng thức cà phê Việt*..... 8

Biên soạn: Nguyễn Hoàng Mỹ Phương

*Cà phê single-serve và thay đổi thói quen tiêu dùng cà phê tại Mỹ*.....12

Biên soạn: Nguyễn Hoàng Mỹ Phương

## **Phần 2: Giá cà phê ẩm đạm trong tháng 7/2015 và xu hướng tháng 8/2015**

*Tổng quan thị trường cà phê tháng 7/2015* ..... 17

Biên soạn: 123 Global

*Đánh giá xu hướng giá cà phê tháng 8/2015* ..... 19

Biên soạn: 123 Global

## **Phần 3: Tài liệu tham khảo**

*Cà phê hòa tan*..... 21

*Espresso*..... 23

*Capuccino*..... 27

*Kỹ thuật rang xay cà phê cơ bản*..... 28

*Tiêu chuẩn kỹ thuật của một số loại cà phê nhân* ..... 31

## PHẦN 1

# Cà phê rang xay

## *Tản mạn về cà phê rang xay...*

### 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 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)*



Một góc quán cà phê Starbucks ở Sài Gòn

## **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, bỡ ngỡ 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 sùs cho loại cà phê không rõ nguồn gốc nơi quán cóc mà là vì thói quen đã trót hình thành từ lâu và vì cái bản tính dễ dãi của mình.

### **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!

Biên soạn: Trần Khải Nam Trung

# Tổng quan thị trường cà phê rang xay và hòa tan của Việt Nam

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.

Trong tương lai 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. Tiêu biểu có thể kể đến là Công ty Cổ phần Vinacafe Biên Hòa (Vinacafe) với thương hiệu cà phê hòa tan hơn 30 năm và đang lấn sân qua cà phê rang xay.

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) xuất bản ngày 19 tháng 5 năm 2015, 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. Vinacafe Biên Hòa chiếm 41% thị phần với mạng lưới hơn 140,000 chi nhánh, đại lý phân phối rộng khắp. Nestle đứng thứ 2

với 26% thị phần. Trung Nguyên đứng thứ 3 với 16% thị phần còn Trần Quang đứng thứ 4 với 15% thị phần. Số còn lại chỉ chiếm 2%.

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
<b>Tổng cộng</b>		<b>572,778</b>

*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. Còn các nhà rang xay cà phê của Việt Nam, ngoài Vinacà phê và Trung Nguyên, bao giờ sẽ mang cà phê của ta ra xứ người?

Các thông tin đáng chú ý trong ngành cà phê Việt Nam năm 2015:

1. Đã có 235 tổ chức và doanh nghiệp trong và ngoài nước tham gia Lễ hội cà phê Buôn Ma Thuột 2015, một lễ hội quảng bá cà phê Việt Nam. Đây là một bước tiến trong việc mở rộng tiêu thụ cà phê trong nước và hội nhập quốc tế.
2. Chính phủ Việt Nam phê duyệt chương trình tái canh cây cà phê với tổng diện tích lên tới 120,000 ha. Ngân hàng Nhà nước dự định cho vay với tổng nguồn tín dụng là 12 ngàn tỷ đồng.
3. Việt Nam và Indonesia ký kết biên bản ghi nhớ về nâng cao chất lượng cà phê Robusta và quản lý nguồn cung cà phê.
4. Trung Nguyên ký kết hợp tác chiến lược với Global Hotel Management Group để cung cấp các dòng sản phẩm cà phê cao cấp qua Trung Đông và Châu Phi. Cà phê của Trung Nguyên cũng đã được Tập đoàn bán lẻ Walmart phân phối tại Chile, Brazil, Mexico, và Trung Quốc.
5. Nestle Việt Nam khai trương nhà máy tại Trị An, Đồng Nai trị giá 80 triệu USD để sản xuất cà phê lọc caffeine. Đây là nhà máy thứ hai về dạng này của Nestle trên thế giới. Nestle đã đầu tư khoảng 450 triệu USD tại Việt Nam và là tổ chức thu mua khoảng 25% sản lượng cà phê nhân xô của Việt Nam hàng năm.
6. Neumann Gruppe của Đức đã đầu tư xây dựng nhà máy thứ 2 của mình tại Phước An, Đồng Nai với tổng trị giá 12 triệu USD và công suất xử lý 26 tấn cà phê mỗi giờ nhằm xuất khẩu trên toàn thế giới.
7. Massimo Zanetti Beverage Group (MZB Group) đã khai trương nhà máy rang xay cà phê của nước ngoài đầu tiên tại Việt Nam tại khu công nghiệp Mỹ Phước III thuộc Bình Dương, với công suất 3,000 tấn.
8. Công ty Intimex cũng mở nhà máy chế biến cà phê nhân tại Mỹ Phước II với giá trị 80 tỷ đồng và công suất tối đa 90,000 tấn/năm.
9. Theo phóng viên Thông tấn xã Việt Nam (TTXVN) tại Pháp, hai sản phẩm cà phê Aroma và Intensity của công ty Sobica J.S.C. Việt Nam đã đoạt giải tại cuộc thi có tên: "Cuộc thi quốc tế lần thứ nhất cà phê rang xay tại các nước sản xuất" do Hiệp hội nâng cao giá trị nông sản Pháp (AVPA) tổ chức. Lễ trao giải đã diễn ra tối 12/6 tại Tòa thị chính Quận 4, thành phố Paris.



*Hình ảnh nhận giải thưởng của bà Vũ Thị Thu Hằng, Giám đốc phát triển thị trường của công ty Sobica J.S.C. Việt Nam*

Phát biểu tại lễ trao giải, ông Philippe Juglar, Chủ tịch AVPA cho biết Ban tổ chức đã nhận được 70 sản phẩm cà phê đại diện cho 15 nước xuất khẩu cà phê hàng đầu trên thế giới như Việt Nam, Colombia, Cameroun, Peru, Mexico, Costa Rica, Gabon, Panama...

Trao đổi với phóng viên TTXVN tại Pháp, bà Vũ Thị Thu Hằng, Giám đốc phát triển thị trường của công ty Sobica cho biết cả hai sản phẩm đoạt giải đều được trồng trên vùng đất Tây Nguyên trong đó sản phẩm cà phê Aroma là sự phối trộn của 3 dòng Arabica ngon nhất của Việt Nam và cà phê Intensity là sự kết hợp của Arabica Đà Lạt và Robusta Buôn Ma Thuật.

Trong khi đó, ông Philippe Juglar đánh giá cao chất lượng cà phê Việt Nam và hương vị đậm đà của nó. Chính vì vậy, ngay từ lần đầu tham gia, cà phê Việt Nam đã đoạt giải trong cuộc so tài với các nước có chất lượng cà phê hàng đầu thế giới.

**Biên soạn: Lê Thị Mỹ Tâm**

## *Làn sóng thưởng thức cà phê Việt*

Về mặt thưởng thức cà phê, song song với việc cây cà phê được đưa vào Việt Nam là sự tồn tại cách thưởng thức cà phê riêng biệt. Từ những năm 1990, Việt Nam đã bắt nhịp với các làn sóng thưởng thức cà phê trên thế giới, mặc dù có độ trễ hơn so với thế giới nhưng dường như độ trễ thời gian đó ngày càng rút ngắn trong thời đại toàn cầu hóa khi mà thế giới xóa nhòa ranh giới thời gian và không gian.

Các làn sóng này cùng tồn tại song song, không loại trừ lẫn nhau mà bổ sung và ảnh hưởng qua lại tạo nên sự sinh động cho mặt biển là thị trường tiêu thụ cà phê tại Việt Nam.

### *Làn sóng số 0*

Số 0 ở đây không có nghĩa là “không có gì”, nếu hiểu được tầm quan trọng của số 0 trong việc hoàn thiện hệ đếm như ngày hôm nay, có lẽ bạn sẽ có suy nghĩ khác về làn sóng được đặt tên là số 0 này.

Khoảng thập niên 60, chưa có nhiều quán cà phê như bây giờ mà chỉ có những tiệm nước (tên gọi các quán hủ tíu mì của người Hoa có bán cả cà phê), hiếm thấy người Việt kinh doanh mặt hàng này. Tiệm tạp hóa nào thời này cũng có bán cà phê và trang bị máy xay chạy bằng điện. Khi khách hàng mua, người bán mới xúc cà phê hạt vào túi giấy, cân đủ rồi cho cà phê hạt vào máy xay làm không khí xung quanh thấm đẫm mùi hương ngào ngạt. Thường các gia đình công chức mua cà phê về, tự pha phin (phin đọc theo âm tiếng Pháp của từ *filtre* có nghĩa là cái lọc) uống và dùng điếm tâm tại nhà trước khi đi làm việc, còn người lao động, tiểu thương thì lại ưa ra các quán đầu hẻm để thưởng thức ly cà phê vọt (hay còn gọi là cà phê bít tất) đầu ngày.

Nếu người Pháp uống cà phê theo cách pha phin thì người Hoa có cách pha chế bằng vọt, pha xong cà phê vẫn được để trong cái siêu đất, luôn đặt trên bếp than, nên còn được gọi là cà phê “kho”. Ở các tiệm nước của người Hoa còn có kiểu uống cà phê vọt chấm giò cháo quẩy hoặc bánh tiêu. Chấm giò cháo quẩy vào cà phê pha phin không ngon bằng cà phê pha vọt bởi ly cà phê vọt có độ nóng đúng mức hơn. Ngoài ra, còn có kiểu cà phê bơ, tức là cà phê được chấm thêm chút xíu bơ khiến cho cà phê vọt ra vẻ “Tây” hơn.

Sau năm 1975, đất nước khó khăn, cà phê cũng các mặt hàng khác bị ngăn sông cấm chợ. Do đó, cà phê trở thành hàng hiếm, vậy thì cà phê đâu mà người ta ngồi uống lê la khắp nẻo? “Cái khó ló cái khôn” – cà phê thì ít nên cau khô, bắp rang, đậu nành rang được tận dụng sáng tạo – muốn cà phê đen và thơm hơn thì có đậu nành, sánh đặc bắt mắt thì có bắp rang, nhân nhá thêm chút vị chất thì đã có cau khô. Ngoài ra, để giữ vị đậm đà cho cà phê có thể dần chút nước mắm ngon khi rang, giống như dân Nam bộ uống nước dừa dần thêm tí muối. Cho đến giờ gu uống cà phê có độ sành của bắp vẫn là khẩu vị của một số người lớn lên trong thời kỳ sau 1975.



Thập niên 80 nổi bật với cà phê vỉa hè, không phải vì ngon mà vì rẻ tiền, chỉ với cây dù lớn che tạm nắng mưa, vài cái bàn nhỏ với vài ba cái ghế là thành quán cà phê.

Như vậy, cách thưởng thức cà phê ở làn sóng số 0 này hoặc pha bằng phin theo kiểu Pháp hoặc bằng vợt (bít tất) theo các tiệm nước của người Hoa với nhiều biến thể khác nhau như cà phê vợt chầm giò quẩy hoặc bánh tiêu, cà phê bơ... Khi hoàn cảnh đất nước ở tình trạng ngăn sông cấm chợ thì “có còn hơn không”, cà phê được trộn thêm các nguyên liệu khác ngoài cà phê như cau khô, bắp rang, đậu nành rang và cả... nước mắm.

### ***Làn sóng thứ nhất***

Nếu làn sóng thưởng thức cà phê thứ nhất xuất hiện trên thế giới vào thế kỷ 19 thì đến đầu những năm 90 của thế kỷ 20, làn sóng này mới có mặt tại Việt Nam.

Food Empire Holdings (Singapore) đã cho ra đời MacCoffee, sản phẩm cà phê hòa tan “3 in 1” đầu tiên tại Việt Nam, góp phần thay đổi thói quen uống cà phê của người tiêu dùng tại đây.

Đầu những năm 1990, khi thị trường còn trống trải, cà phê hòa tan “3 in 1” của Vinacafe gần như thống lĩnh với sự ra mắt sản phẩm này đầu tiên cho người Việt Nam vào năm 1993.

Trước năm 2003, cà phê hòa tan là thị trường của MacCoffee, Vinacafe và một số nhãn hiệu ngoại nhập. Nhưng đến đầu năm 2003, với tiềm lực tài chính mạnh và kinh nghiệm tiếp thị toàn cầu, Nescafe nhảy vào thị trường với khẩu hiệu “Khởi đầu ngày mới” và thị phần đã nhanh chóng bị chia lại. Cuối năm 2003, thị trường cà phê hòa tan đón thêm gương mặt mới là G7 “3 in 1” của Trung Nguyên.

Theo thống kê của Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, năm 2015 CTCP Tập đoàn Trung Nguyên và Công ty TNHH Nestle Việt Nam là 2 doanh nghiệp có công suất sản xuất cà phê 3 trong 1 dự kiến đạt mức 32,000 tấn/năm – cao nhất hiện nay và tăng đến 50% so với công suất hoạt động năm 2013. Đối với chế biến cà phê hòa tan và cà phê 3 trong 1, hiện tổng công suất các nhà máy chế biến cà phê hòa tan và cà phê 3 trong 1 đạt 96,000 tấn/năm, dự kiến đến năm 2015 công suất sẽ tăng lên 168,000 tấn/năm.

### ***Làn sóng thứ hai***

Nhìn lại trước đây, hầu hết người Việt vẫn quen thưởng thức cà phê theo kiểu truyền thống, chỉ ở những khách sạn, nhà hàng lớn mới phục vụ cà phê “Tây”. Đến giữa năm 1996, cà phê Trung Nguyên bắt đầu xuất hiện và nhanh chóng mở chuỗi quán. Năm 2002, Highlands Coffee ra đời, phục vụ cà phê truyền thống của Việt Nam lẫn cà phê uống theo phong cách quốc tế.

Nhưng cho đến năm 2007 tới nay, những thương hiệu cà phê quốc tế mới thật sự bước chân vào Sài Gòn như hệ thống Gloria Jeans Coffees, Illy, The Coffee Bean & Tea Leaf, Angel In Us Coffee, NYDC (New York Dessert Cà phê), Starbucks..., chiếm lĩnh các khoảng trống đất giá dưới chân các tòa cao ốc, trung tâm mua sắm sang trọng. Trong đó, sự kiện tốn không ít giấy mực của báo chí là hàng dài người kiên nhẫn xếp hàng chờ đợi để uống cốc cà phê “biểu tượng Mỹ” khi Starbucks khai trương quán đầu tiên ở Việt Nam vào tháng 2/2013 tại ngã sáu trung tâm

Sài Gòn. Nếu tản bộ dọc theo con phố sầm uất nhất Sài Gòn, ta có thể bắt gặp tên tuổi của những thương hiệu cà phê lớn trên thế giới mời gọi khách hàng bởi các phong cách rất riêng của mình.

Ở làn sóng thứ hai này ở Việt Nam, ngoài nhu cầu thưởng thức cà phê chất lượng cao (specialty coffee) còn có nhu cầu “thưởng thức” các cuộc tán gẫu cùng bạn bè tại quán cà phê, “thưởng thức” không khí và phong cách của từng quán cà phê, và nhiều thứ khác nữa.

Ngoài ra, còn các các “gợn sóng” khác như thưởng thức cà phê nguyên chất, cà phê sạch hay cà phê mang đi (takeaway) khi “cái khó ló cái khôn” vào thời kỳ trước đã trở thành sự vi phạm đạo đức kinh doanh khi gian dối thậm chí là gây ra tai hại cho sức khỏe người người tiêu dùng. Theo sau sự ra mắt “coffee to go” Passio đầu tiên ở Quận 1, thành phố Hồ Chí Minh là Buzz, Castus, Poppio hay Sen Passion... Trung Nguyên cũng triển khai mô hình cà phê G7 Express, vừa bán cà phê vừa bán bánh mì để khách mua mang đi.

### ***Làn sóng thứ ba***

Làn sóng thứ ba chỉ manh nha hình thành tại Việt Nam gần đây với sự ra đời của các quán cà phê muốn chính cà phê cất lên tiếng nói như [a] cà phê, The Workshop, Người Sài Gòn... Tại đây, có thể thưởng thức cà phê được pha chế thủ công bởi các “nghệ nhân” bằng nhiều loại bộ lọc khá lạ lẫm với nhiều người như Syphon, Woodneck, Kone, Chemex, V60, French press, Aeropress, Kalita Wave... Bạn cũng có thể biết hôm nay mình đang uống loại hạt cà phê nào, có xuất xứ nguồn gốc rõ ràng (chẳng hạn hạt cà phê vùng Cầu Đất, Đà Lạt), độ cao so với mực nước biển, ngày thu hoạch, hương vị...

Ngoài ra, còn có Sagaso với dòng cà phê đóng viên single-serve cho thị trường Việt Nam.

### ***Khai thác các làn sóng cà phê Việt***

Việt Nam nổi danh là nước có sản lượng cà phê xuất khẩu đứng thứ hai trên thế giới sau Brazil nhưng phần lớn (hơn 90%) là xuất khẩu dưới dạng cà phê nhân (thô), chỉ một lượng nhỏ được chế biến, tiêu thụ trong nước. Thế nhưng lượng cà phê Robusta xuất khẩu khổng lồ kia hầu như chỉ được dùng để pha trộn khi sản xuất cà phê hòa tan và người tiêu dùng cà phê hòa tan ở các nước gần như không biết rằng mình đang thưởng thức một phần cà phê Việt Nam trong đó, ngoại trừ Trader Joe’s có đề cập đến cà phê Việt Nam trong nguồn gốc cà phê mà Trader Joe’s đóng gói<sup>1</sup>.

Cà phê là vật “hữu hình” (Hannah Arendt, 1978) mà chúng ta có thể nhìn thấy được, thậm chí là nếm, ngửi và chạm vào được. Hiện hình và ẩn hình là hai trạng thái của thực thể hữu hình. Trên thị trường tiêu thụ quốc tế, cà phê Việt Nam dường như đang ở dạng “ẩn hình”, tức là bị cái gì đó che khuất. Vậy thì “cái gì đó” ở đây có thể là gì?

Chúng ta đang sống trong một xã hội đã và đang trong bước chuyển mình từ xã hội công nghiệp với tâm điểm là sản xuất và hàng hóa vật chất theo lý thuyết của Marx, sang xã hội thông tin, trong đó sở hữu hàng hóa vật chất đã được thay thế phần lớn bằng sở hữu thông tin liên quan đến hàng hóa hoặc liên quan đến ý nghĩa của hàng hóa.

<sup>1</sup><http://www.traderjoes.com/fearless-flyer/article/1390>

Như vậy, một trong những “cái gì đó” làm *ấn hình* cà phê Việt trong thị trường tiêu thụ có thể chính là *thông tin*. Chúng ta khai thác thông tin để làm *hiện hình* cà phê Việt như thế nào?

Hạt cà phê vẫn là hạt cà phê, nhưng khẩu vị của người thưởng thức thì không ngừng thay đổi trong thế giới hàng hóa. Ở đây, thông tin khẩu vị (taste), theo triết gia người Pháp Pierre Bourdieu (1930-2002), ngầm chứa các thông tin xã hội. Lấy ví dụ rượu vang, bạn có thể thấy những loại hàng hóa thông thường đã được đẳng cấp hóa, nâng việc thưởng thức lên đến mức “nghệ thuật” và nâng cao giá trị của rượu vang lên rất nhiều lần. Và đó là điều mà làn sóng thứ ba đang hướng tới.

Tất cả các hoạt động của chúng ta vẽ nên hình dạng của thế giới xã hội xung quanh; đồng thời, các hoạt động này cũng được hình thành bởi chính thế giới xã hội đó (structuration, Giddens 1984).

Như vậy, một tách cà phê không tự dừng lại nằm trong tay của bạn. Hàng ngày, chúng ta liên tục tiếp nhận vô vàn thông tin từ mọi nguồn ở xung quanh ta. Bạn lựa chọn.

Bạn có thể tận hưởng làn sóng số 0 ngầm chảy âm ỉ trong ký ức quán cà phê Cheo Leo hình thành từ năm 1938, trước cả thời gian xảy ra Đệ Nhị Thế Chiến (1939-1945), lần hiện vật là cái lò nung để ủ nóng cà phê ngẫu nhiên như một kiệt tác nghệ thuật, với những dòng chảy nâu quánh kết tinh của 75 năm, mang trầm tích của bao người đến và đi cùng các câu chuyện của họ. Hay ghé quán cà phê vợt với tuổi đời hơn 60 năm của ông Đặng Ngọc Côn và bà Phạm Ngọc Tuyết được xem là một trong số rất ít quán cà phê vợt còn sót lại của Sài Gòn, nằm khiêm tốn trong con hẻm 330 phường 1, đường Phan Đình Phùng, quận Phú Nhuận.

Bạn có thể đến quán cà phê cụ thể, đơn giản vì quán có góc nhìn phố phường rất đẹp. Bạn cũng có thể chọn uống cà phê hữu cơ (hay còn gọi là “cà phê sạch”), cà phê giảm bớt lượng caffeine (decaffeinated) hay cà phê được “mua bán công bằng” (“fair trade”), hay cà phê từ vườn của một bác nông dân trên Tây Nguyên đầy nắng gió. Bạn cũng có thể quyết định tẩy chay cà phê từ một số nước mà ở đó không quan tâm đến quyền con người và gây tổn hại cho môi trường.

Quyết định uống cà phê loại nào và mua ở đâu đã trở thành những quyết định lựa chọn phong cách sống (lifestyle). Khi bạn quyết định, cùng với hàng triệu người khác, bạn đã vẽ nên thị trường cà phê và điều đó sẽ ảnh hưởng đến cuộc sống của những người trồng cà phê sống cách xa bạn hàng ngàn cây số.

***Mong rằng với nỗ lực thay đổi của các công ty kinh doanh cà phê trong nước lẫn sự lựa chọn tinh tế của người tiêu dùng như bạn và tôi sẽ giúp cà phê Việt Nam từ ấn hình chuyển sang hiện hình trên bản đồ tiêu thụ cà phê cả trong lẫn ngoài nước.***

**Biên soạn: Nguyễn Hoàng Mỹ Phương**

**Tài liệu đọc thêm:**

1. Nguyễn Hoàng Mỹ Phương (2015), *Làn sóng thưởng thức cà phê Việt*, Sài Gòn Giải Phóng Thứ 7.
2. Nguyễn Hoàng Mỹ Phương (2015), *Các làn sóng thưởng thức cà phê trên thế giới*, Sài Gòn Giải Phóng Thứ 7.

3. Nguyễn Hoàng Mỹ Phương (2015), *Nông sản trong xã hội thông tin*, Tuổi trẻ Cuối tuần.
4. Nguyễn Hoàng Mỹ Phương (2014), Trả lời phỏng vấn: *Bán tin Thị trường nông sản cuối tuần – VTC16*.
5. Nguyễn Hoàng Mỹ Phương (2013), *Cà phê và khủng hoảng niềm tin*, Tuổi trẻ Cuối tuần.

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

**N**gười 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 không 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”, KonaHaque, trưởng bộ phận nghiên cứu tại ED&FMan nói.

“(Nó) trở thành chủ đạo,” ThomasCopple, 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 không 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”.

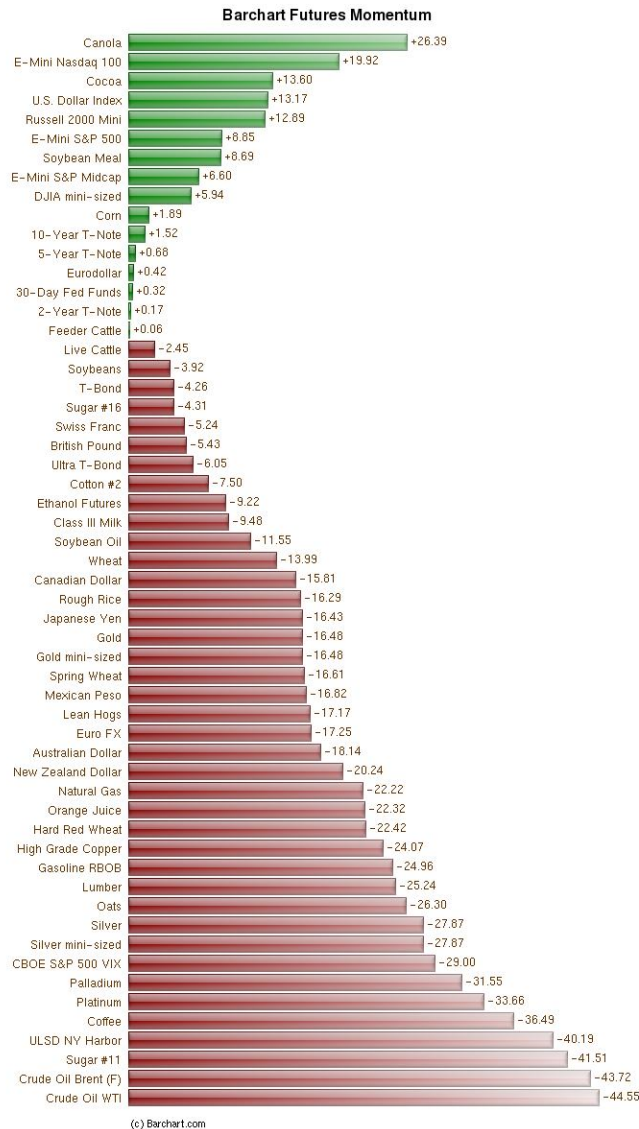
Tuy nhiên, cũng có ý kiến cho rằng máy pha cà phê single-serve giúp tiết kiệm điện khi chúng không cần phải liên tục giữ ấm cho ấm cà phê. Và những người ủng hộ K-Cup cho rằng mọi người uống cà phê hiệu quả hơn khi không lãng phí đồ bỏ. Và điều đó có ý nghĩa gì? Oxender nhấn mạnh rằng cà phê là một loại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

**Biên soạn: Nguyễn Hoàng Mỹ Phương**

## PHẦN 2

# Giá cà phê ẩm đậm trong tháng 7/2015 và xu hướng tháng 8/2015



Cà phê Arabica là một trong những sản phẩm giảm giá nhiều nhất trong rổ sản phẩm giao dịch tại ICE Futures US, New York. Từ đầu năm 2015, giá cà phê đã giảm 35,49% và từ đỉnh cao 232 trong 52 tuần qua, thiết lập vào ngày 13/10/2014, giá cà phê Arabica đã giảm 45,71%. Chỉ số USD tăng 13,17% là nguyên nhân chính khiến giá cà phê sụt giảm.



## Tổng quan thị trường cà phê tháng 7/2015

Trong 2/3 tháng 7/2015, giá cà phê thế giới đã giảm khá nhiều trên cả hai sàn giao dịch ICE Futures US (ở NewYork) và ICE Futures Europe (ở London) khiến giá cà phê nhân xô giảm mạnh về quanh 36 triệu/tấn vào ngày 22/7/2015.

Nguyên nhân khiến giá cà phê giảm lại là các yếu tố khách quan của thị trường tài chính, địa chính trị toàn cầu chứ không phải là các yếu tố nội tại của ngành cà phê.

Chỉ số USD tăng mạnh, đồng nội tệ BRL của Brazil mất giá và tác động từ cuộc khủng hoảng nợ dai dẳng của Hy Lạp khiến Châu Âu lao đao và đồng Euro lao dốc là những yếu tố khách quan ảnh hưởng tiêu cực tới giá cà phê trong tháng 7/2015.

Chỉ số USD tăng mạnh từ mức dưới 94 điểm vào cuối tháng 6 lên mức 98,50 trong ngày đầu tuần này do kỳ vọng Fed sớm tăng lãi suất cơ bản vào tháng 9/2015 là yếu tố ảnh hưởng lớn nhất tới giá cà phê.

Tuy nhiên, kỹ thuật trên đồ thị NGÀY của chỉ số USD lại đang cho các tín hiệu rằng chỉ số USD sẽ có thể giảm trở lại trong vài ngày tới. Đây là một thông tin có thể có lợi cho giá cà phê.

Đồng Euro đã giảm mạnh do ảnh hưởng trực tiếp từ khủng hoảng nợ Hy Lạp. Đồng Euro giảm giá gây bất lợi cho giá cà phê, bởi vì Châu Âu là thị trường nhập khẩu cà phê lớn nhất thế giới và giá cà phê thường dao động cùng chiều với giá trị đồng Euro. Biểu đồ so sánh giữa tỷ giá EURUSD với giá cà phê Arabica đã nói lên sự tương quan đó.



Đồng nội tệ Brazil (BRL) giảm giá xuống vùng thấp nhất trong hơn 10 năm qua do kinh tế Brazil suy thoái, nạn tham nhũng hoành hành và do tác động của hoạt động rút vốn ra khỏi các thị trường mới nổi. Đồng BRL giảm giá sẽ khiến các nhà xuất khẩu cà phê Brazil tăng cường bán ra nhờ hưởng lợi từ sự chênh lệch tỷ giá hối đoái. Các nhà phân tích cho rằng, đồng BRL giảm là nguyên nhân trực tiếp khiến giá cà phê Arabica sụt giảm mạnh.



**Tỷ giá USDBRL không ngừng leo thang trong thời gian gần đây, gây áp lực lên giá cà phê**

Trong khi đó, các thông tin về cung cầu cà phê lại có nhiều mâu thuẫn nhau về dự báo nguồn cung cà phê thế giới, đặc biệt là dự báo sản lượng cà phê Brazil, giữa báo cáo **Tổng quan về ngành cà phê toàn cầu** vào 19/6/2015 của Bộ Nông nghiệp Mỹ (USDA) và báo cáo **Thị trường cà phê toàn cầu tháng 6/2015** vào ngày 09/7/2015 của Tổ chức cà phê thế giới (ICO).

USDA dự báo sản lượng cà phê Brazil tăng nên nguồn cung cà phê toàn cầu không đáng lo ngại trong khi ICO lại dự báo ngược lại, dẫn đến dự báo nguồn cung toàn cầu là thiếu hụt. Do vậy, rất khó đánh giá chính xác tác động của các báo cáo cung cầu lên giá cà phê trong tháng 7/2015.

Tháng 7/2015, giá cà phê đang giảm thấp khiến sức kháng giá của nông dân các nước trồng cà phê gia tăng, mức đầu tư cho sản xuất cà phê cũng được dự báo sụt giảm, đồng thời các nhà rang xay và các nhà đầu tư lớn đang trong giai đoạn nghỉ hè, nên dẫn đến sự trì trệ trong hoạt động giao dịch cà phê toàn cầu. Khối lượng giao dịch trên hai sàn giao dịch cà phê lớn tại ICE giảm mạnh là một minh chứng.

Thị trường cà phê Arabica dao động trong biên độ hẹp trong tháng 7, với biên độ là: “123,65 – 133,05” cent/lb và đóng cửa tại mức 126,40 cent/lb vào ngày 21/7/2015 trên kỳ hạn giao tháng 9/2015.

Thị trường cà phê Robusta dao động trong biên độ: “1663 – 1792” USD/tấn trong tháng 7 và đóng cửa tại mức 1664 USD/tấn vào ngày 21/07/2015 trên kỳ hạn giao tháng 9/2015, mức đóng cửa sát mức thấp nhất trong tháng.

Thị trường cà phê nhân xô tại Việt Nam rất ảm đạm. Những người còn hàng thật thì co cụm, không giao dịch trong khi giá cà phê lại giảm về quanh 36 triệu/tấn nên không khí càng tẻ nhạt.

## Đánh giá xu hướng giá cà phê tháng 8/2015

Các phân tích và dự báo nêu dưới đây hoàn toàn dựa trên các phân tích kỹ thuật, chỉ mang tính tham khảo. Trước diễn biến phức tạp kinh tế - địa chính trị toàn cầu và các thông tin khác, không có gì là không thể xảy ra. Do vậy, các phân tích và dự báo của [www.123chientluoc.com](http://www.123chientluoc.com) chỉ mang tính thời điểm.

Các cập nhật, hiệu chỉnh,... nếu có, sẽ được thể hiện trong các bản tin hàng ngày tại [www.123chientluoc.com](http://www.123chientluoc.com) hoặc trong Nội san chuyên ngành cà phê – Tháng 8/2015.

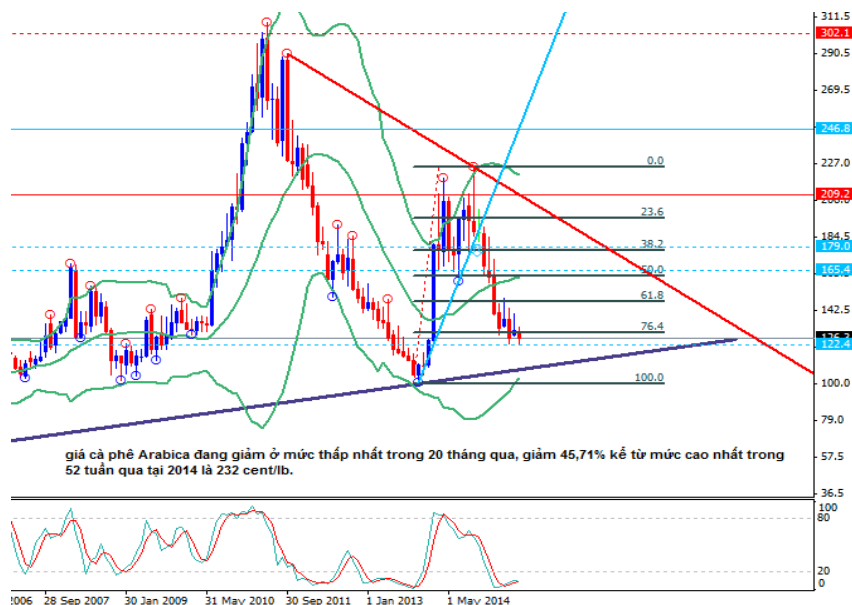
Tham khảo dự báo đầy đủ hơn tại [www.123chientluoc.com](http://www.123chientluoc.com) !

### Arabica

Giá cà phê Arabica đang dao động ở vùng thấp nhất trong 52 tuần qua và dưới đường trung bình 20 ngày (tại 129 cent/lb) và 100 ngày (tại 137,40 cent/lb), dưới đường trung bình Bollinger, Stochastic nằm ở vùng quá bán nhưng dấu hiệu cất lên không rõ ràng.

Tuy nhiên, giá cà phê Arabica vẫn dao động quanh mức Fibonacci 76,4% trên đồ thị tháng của chu kỳ dài hạn nên tiềm năng tăng mạnh vẫn cao, nếu giá đóng cửa cuối tháng trên 132 cent/lb.

Các phân tích sóng của [www.123chientluoc.com](http://www.123chientluoc.com) cũng ghi nhận đây là giai đoạn bắt đầu một sóng tăng dài hạn mới nên là cơ hội mua vào tốt.



Hiện tại, nếu các nhà kinh doanh cà phê cần thực hiện các lệnh giao dịch cân đối, bảo hiểm rủi ro hàng mặt, có thể thực hiện lệnh Mua dài hạn, ở vùng 124 – 126 cent/lb, mức lợi nhuận có thể lớn với mục tiêu trên 140 cent/lb trong đầu tháng 8/2015 và điểm dừng lỗ là 119,95 cent/lb. Đây là một chiến lược kinh doanh tham khảo, giả định.

Về dài hạn, [www.123chienluoc.com](http://www.123chienluoc.com) vẫn cho rằng giá cà phê sẽ tăng cao trở lại, dù hàng hóa toàn cầu đang ở trong bối cảnh rất ảm đạm.

## Robusta

Giá cà phê Robusta sau khi tăng mạnh mẽ trong tháng 6/2015 đã giảm trở lại theo như phân tích trong **Nội san chuyên ngành cà phê – Tháng 6/2015** của 123 Global.

Cuối tháng 6/2015, [www.123chienluoc.com](http://www.123chienluoc.com) dự báo rằng: “Giá cà phê Robusta giao tháng 7/2015 đã hoàn thành sứ mệnh tăng giá khi chuẩn bị kết thúc giao dịch. Robusta giao tháng 9/2015 đang gặp kháng cự mạnh là đường trung bình 100 ngày tại 1845 USD/tấn và nếu vượt qua, giá cà phê sẽ tăng mạnh. Tuy nhiên, các phân tích của [www.123chienluoc.com](http://www.123chienluoc.com) cho thấy giá cà phê này có thể bị bán mạnh trong khu vực 1830 – 1850 USD/tấn”.



Dự báo của [www.123chienluoc.com](http://www.123chienluoc.com) trong cuối tháng 6/2015

Qua tháng 7/2015, giá cà phê Robusta đã giảm khá nhiều, hơn 150 USD cho mỗi tấn.

Trên kỳ hạn giao tháng 9/2015, giá cà phê Arabica đang giảm sát về mức 1650 USD/tấn vào cuối ngày 21/7/2015. Các phân tích của [www.123chienluoc.com](http://www.123chienluoc.com) cho rằng, giá cà phê này đang giảm theo sóng 2 và khả năng vùng 1640 – 1660 sẽ là đáy của sóng giảm này.

Sóng 3 tăng giá sẽ hình thành trong cuối tháng 7 và đầu tháng 8/2015.

**Biên soạn: 123 Global**

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

### Tài liệu tham khảo 1

## Cà phê hòa tan

Cà phê hòa tan (soluble coffee) hay cà phê uống liền (instant coffee) là một loại đồ uống bắt nguồn từ cà phê dưới dạng bột cà phê và đã được nếm nếm sẵn theo khẩu vị và được chế biến bằng phương pháp rang xay sấy khô.

Cà phê hòa tan được uống ngay bằng cách chế với nước sôi và khuấy đều là có thể sử dụng. Loại cà phê này có thể bảo quản được lâu và dễ sử dụng.

Cà phê hòa tan xuất hiện trên thị trường vào những năm 1950 và đã phát triển nhanh chóng và trở thành một trong những loại hình cà phê phổ biến nhất. Tính trên bình diện toàn cầu, cà phê hòa tan luôn tạo ra một mức doanh thu ổn định trên 20 tỷ USD, giá trị này tương đương so với doanh thu của các chuỗi quán cà phê. Hiện nay, thị phần cà phê hòa tan trong hơn nửa thế kỷ đang chịu sự thống trị của hãng Nescafe.

Quy trình chế biến cà phê đi qua ba bước để khử nước trong cà phê, chuyển cà phê sang dạng những hạt nhỏ như bột (granule). Ba bước đó là: Khử "giai đoạn đầu" (pre-stripping), khử những chất hoà tan được của cà phê (soluble coffee solids) và sấy khô.

### ***Khử giai đoạn đầu:***

Trước khi khử những chất hoà tan, các hợp chất dễ bay hơi được loại bỏ. Thường thì việc này được thực hiện bằng cách cho hơi đi qua lớp cà phê đã được rang và xay.

### ***Khử những chất hoà tan của cà phê:***

Nước được sử dụng như một dung môi. Những chất hoà tan có thể được khử bằng ba cách: khử bằng bộ lọc (percolation batteries), khử bằng hệ thống "nước ngược" (counter-current system) và phương pháp hỗn hợp (slurry extraction).

Phương pháp khử bằng bộ lọc: Cà phê được giữ trong một hệ thống ống. Sau đó nước nóng được cho qua hệ thống và khử những chất hoà tan có trong cà phê. Những chất này được tách khỏi hệ thống, còn cà phê sau khi đã tách chiết thì được thải ra ngoài.

Phương pháp khử bằng hệ thống "nước ngược": Cà phê được giữ trong một ống máng nghiêng, sau đó được đẩy lên trên nhờ hai đỉnh quay với tốc độ cao. Nước nóng sau đó được đưa vào phần trên của ống máng, làm những chất hoà tan trong cà phê bị khử và dung dịch thoát ra qua phần đáy ống máng.

Phương pháp khử hỗn hợp: Cà phê và nước được trộn lẫn với nhau trong một bể, sau đó được tách ra nhờ bơm li tâm.

### **Sấy khô:**

Có hai phương pháp chính dùng để sấy khô: Sấy đông lạnh (freeze drying) và Sấy phun (spray drying).

Sấy đông lạnh: Ở phương pháp này, nước trong cà phê bốc hơi để lại một dung dịch có nồng độ cà phê cao. Sau đó dung dịch này được làm lạnh đến  $-40^{\circ}\text{C}$ , tạo ra các tinh thể đá. Nhờ quá trình thăng hoa (chất rắn chuyển sang dạng hơi), đá được tách ra khỏi tinh thể. Phần hạt khô còn lại chính là cà phê uống liền.

Phương pháp sấy phun: Sau quá trình bốc hơi tự nhiên, dung dịch cà phê đậm đặc được phun từ một tháp cao vào buồng chứa không khí nóng. Sự lưu thông khí nóng trong buồng này tách nước ra khỏi dung dịch và để lại bột cà phê khô.



Cuộc chiến trên thị trường cà phê hòa tan đã bắt đầu từ 4 đại gia...

**Tài liệu tham khảo 2**

# Espresso

**M**ặc dù chỉ là một cách pha cà phê, nhưng khi phân loại, Espresso vẫn đứng thành một phần riêng biệt vì tính chất đặc trưng, sự phức tạp trong pha chế và vì cả sự phổ biến của nó nữa. Phương pháp này đòi hỏi phải có các quá trình rang, xay, trộn và pha riêng biệt. Ngày nay, Espresso đã trở nên phổ biến tới mức, nếu bạn chưa từng uống Espresso cũng tương đương với việc bạn chưa bước chân vào Thế Giới Uống Cà Phê! Vậy bạn hãy hé mở cánh cửa để khám phá nghệ thuật của vị ngọt và đắng.



Cái tên Espresso bắt nguồn từ nước Ý. Trong tiếng Ý, Espresso được gọi là “express”, nghĩa là cà phê có thể được phục vụ cho khách hàng ngay lập tức. Cách pha cà phê Espresso được quy định bởi bốn chữ M’s: “...Macinazione nghĩa là cách xay cà phê, Miscela là cà phê trộn, Macchina là máy pha cà phê, và Mano là bàn tay khéo léo của người thợ pha cà phê...”. Cà phê Espresso sẽ trở nên hoàn hảo nhất nếu bốn chữ “M” trên được thực hiện đúng.

1. Trộn Espresso: Mục đích của việc trộn cà phê Espresso là để tạo ra một loại cà phê có mùi vị đặc biệt mà không loại cà phê riêng lẻ nào có được. Những loại cà phê thường được dùng là cà phê từ Brazil, Mexico, Panama và Peru. Mỗi loại cà phê khác nhau lại cho mùi vị, độ chua, độ đậm đặc và dư vị khác nhau.

2. Rang Espresso: Hương thơm và vị ngọt là hai yếu tố quan trọng của một tách Espresso ngon. Vì vậy, mục đích của việc rang cà phê Espresso là để giữ lại hương thơm và vị ngọt, cũng như giảm tối đa vị chua và đắng. Việc này có thể được thực hiện bằng cách chọn đúng thời điểm kết thúc, thường là ở thời kỳ hạt nổ lần thứ nhất.

3. Xay Espresso: Người ta thường dùng máy xay kiểu Burr để xay cà phê Espresso. Vì khi tiếp xúc với không khí, những hợp chất chứa hương vị của cà phê rất dễ bị mất đi, quá trình xay phải diễn ra càng nhanh càng tốt. Thời gian xay hợp lý là từ 23-28 giây. Thêm nữa, dụng cụ cũng phải được thay hàng ngày để tránh việc cà phê hút ẩm và mất nhiều thời gian xay hơn.

4. Pha Espresso: Pha Espresso được đánh giá là một “nghệ thuật”, và người pha cà phê Espresso có thể lấy đây làm một cơ hội để thể hiện đầy đủ tài nghệ pha cà phê của mình. Một tách Espresso hoàn hảo phải có vị ngọt đặc biệt và hương thơm hấp dẫn của cà phê mới xay. Vị của Espresso vừa đậm đà, lại vừa thanh thoát. Thêm vào đó, ít phút sau khi uống, vị thơm của cà phê vẫn lưu lại trong vòm họng.

Espresso là phương pháp pha cà phê chuẩn mực của cà phê Italy. Độ dẻo và thông minh. Máy pha cà phê espresso là tác phẩm nghệ thuật thực sự do người Italy sáng tạo ra. Cà phê được pha ở áp suất rất cao. Một cái bơm, bơm nước qua một ống xoắn bằng đồng. Nước được đun nóng nhanh trong hệ thống ống đồng đó lên đến nhiệt độ gần 100°C (không dưới 90°C). Áp lực đẩy nước qua bột cà phê được nén chặt trong một cái lọc. Nước chảy nhanh qua bột cà phê, qua một cái lọc kim loại thẳng vào cốc chỉ trong vài chục giây. Kết quả là một ly cà phê nóng, đặc và đậm đầy hương thơm, tuy thế mà vẫn không đắng mà êm và xốp nhẹ như kem.

Đến ngày hôm nay phương pháp pha cà phê này được coi là ưu việt nhất bởi vì những lý do sau: Pha ly nào xay bột cà phê cho ly đó, cà phê giữ được hương thơm hơn, mà người uống có thể yêu cầu điều chỉnh để bột cà phê xay thô, xay vừa hay xay mịn, tùy ý thích. Nước nóng già nên hương thơm của cà phê được chiết xuất ra ở hiệu suất tối đa và không bị bay đi mất. Nước nóng được xục qua nhanh, bột cà phê không bị cháy nên không đắng và lượng caffeine tan vào nước cũng không quá nhiều như khi lọc cà phê trong nước trong thời gian dài hơn. Bộ lọc tinh có thể sử dụng được, nhờ áp lực cao của nước, vì thế trong cà phê không có vẩn đục như khi chỉ nhờ trọng lực để đẩy nước chạy qua cà phê.

Giờ đây, với máy pha cà phê, mỗi ly cà phê espresso vào buổi sáng đối với bạn thật đơn giản.

Dù có sự khác biệt trong phương pháp pha chế, nhưng các nguyên tắc chung nhất, căn bản nhất để có một tách cà phê ngon vẫn là: nước sôi, ngâm, thấm qua phin và thấm thấu nhờ áp suất. Theo đó, dù bạn chọn phương pháp nào thì vẫn cần phải có: nước ngon, không có chlorine trong nước, tinh khiết; nhiệt độ từ 90-95 độ C. Nếu nước không đủ nóng, các hương vị của cà phê sẽ không được chiết xuất hết, khiến cho thức uống có vị đắng. Ngoài ra các trang thiết bị dùng để pha chế cà phê cần phải sạch sẽ.

Cà phê Espresso là một loại cà phê có chứa chất cafein được làm ra dưới một áp suất cao để cho ra khoảng 30ml cà phê trong thời gian từ 20 – 30 giây.

Để làm ra một tách Espresso hoàn hảo thì cần rất nhiều yếu tố và kinh nghiệm. Dưới đây là những yếu tố và kinh nghiệm để làm ra được một tách Espresso hoàn hảo.□

#### 1. Hạt cà phê

- Hạt cà phê được sử dụng để pha chế cà phê phải là loại Arabica hoặc trộn chung với loại Robusta theo tỷ lệ dưới đây:

100% Arabica

90 – 10 (90% Arabica – 10% Robusta)



80 – 20 (80% Arabica – 20% Robusta)

## 2. Độ rang của cà phê hạt

- Có 4 kiểu rang:

Light (Sáng)

Medium (Nâu nhạt)

Brown (Nâu)

Dark (Nâu đen)

- Tùy vào cà phê xuất phát từ vùng nào, giống nào thì sẽ có cách rang thích hợp với loại cà phê đó.

## 3. Nhiệt độ sôi của nước

- Nhiệt độ sôi của nước phải dao động từ 88 - 95<sup>0</sup>C

## 4. Áp lực nước: 8 – 9,5 bar +-1

## 5. Thời gian chiết: 20 – 25 giây

## 6. Độ mịn của cà phê

- Độ mịn cà phê phải thích hợp với áp suất của máy để có thể chiết suất trong 20 – 25 giây. Điều này chứng tỏ kinh nghiệm sử dụng máy xay rất quan trọng. Độ nhuyễn thích hợp của bột cà phê sẽ đảm bảo một tách cà phê ngon với thời gian đúng. Điều chỉnh độ nhuyễn thích hợp là việc dễ thực hiện: nếu cà phê chảy nhanh quá thì điều chỉnh cho cà phê mịn hơn còn nếu cà phê chảy lâu quá thì điều chỉnh cho cà phê thô hơn.

## 7. Một lượng cà phê: 9gram

## 8. Lực nén: 15 – 20kg

Kết quả:

1. Một tách Espresso chuẩn (bao gồm bột) = 25 – 30ml

2. Nhiệt độ trong tách khoảng 67<sup>0</sup>C

3. Màu: Nâu vàng

4. Bột mịn trên bề mặt cà phê dày khoảng 3 – 4mm

5. Hương và vị: Rất thơm, không đắng, chua, thanh, hậu ngọt...

6. Lượng caffeine: 100mg/tách 30ml

Những yếu tố tạo nên một ly ESPRESSO hoàn hảo

- 1/ Lượng cà phê bột: 6,5gr - 8gr
- 2/ Tỷ lệ trộn cà phê Robusta/Arabica: Tùy theo sở thích người uống.
- 3/ Thời gian chiết xuất: 25 giây - 30 giây
- 4/ Lượng cà phê chiết xuất: 25 ml - 30 ml
- 5/ Áp suất máy cà phê: 9 bar
- 6/ Nhiệt độ nước: 90 độ.
- 7/ Lực nén cà phê: 15 kg - 25 kg
- 8/ Yếu tố quan trọng nhất là người pha còn được gọi là Barista, phải có đam mê và thấu hiểu được các nguyên lý cơ bản để tạo nên một ly Espresso hoàn hảo.

**Tài liệu tham khảo 3**

# Capuccino



Cappuccino (phát âm tiếng Ý: [kapputˈtʃino]; đọc như ca-pu-chi-nô) là một cách pha chế cà phê của Ý. Một cà phê cappuccino bao gồm ba phần đều nhau: cà phê espresso pha với một lượng nước gấp đôi (espresso lungo), sữa nóng và sữa sủi bọt. Để hoàn thiện khẩu vị, người ta thường rải lên trên tách cà phê cappuccino là bột ca cao và/ hay bột quế. Trong các quán cà phê ở Ý, người đứng bán ở bar (barista) thường dùng khuôn hay dùng thìa và bằng cách khuấy điệu nghệ trong lúc rắc bột để tạo thành các hình nghệ thuật.

Tên gọi của loại đồ uống này được cho là xuất phát từ tên gọi các nhà tu dòng Capuchin (tiếng La tinh: Ordo Fratrum minorum Cappucinatorum), màu áo thụng của các nhà tu này tương tự như tông màu nâu của một tách cà phê cappuccino hoàn hảo. Mũ của chiếc áo tu này được gọi trong tiếng Ý là cappuccio.

Theo lệ thường cà phê cappuccino được phục vụ trong tách làm bằng đá hay sứ, có thành dày và được hâm nóng trước. Ở quê hương của cà phê cappuccino, nước Ý, người ta gần như chỉ uống loại cà phê này vào lúc ăn sáng. Trong những năm gần đây cà phê cappuccino đã trở thành một trong những thức uống cà phê phổ thông nhất trên toàn thế giới.

Biến thể của cà phê cappuccino tại Đức, dùng kem sữa đã đánh đặc thay vì sữa sủi bọt, được gọi ở Ý là cappuccino con panna.

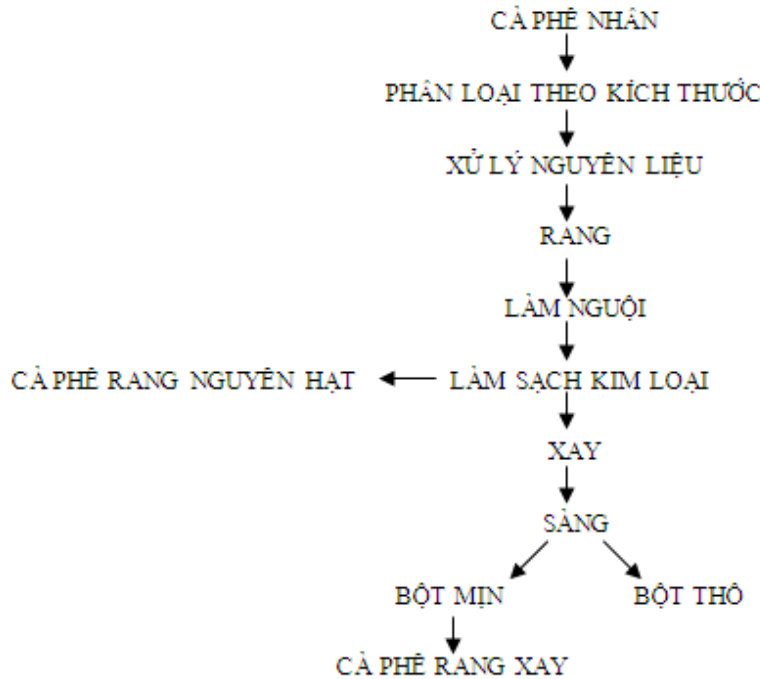
Ở Áo (đặc biệt là vùng phía đông), thường khi gọi cà phê cappuccino sẽ được phục vụ một "cà phê kéo dài" với kem sữa và một ít bột ca cao. Việc pha cà phê cappuccino với sữa sủi bọt thường không được biết đến. Nếu không muốn từ bỏ một tách cà phê cappuccino quen thuộc của mình, người ta phải gọi một "espresso ngắn trong một tách lớn với nhiều sữa sủi bọt" hay gọi một cà phê melange ở Viên, loại gần giống như cà phê cappuccino.



**Tài liệu tham khảo 4**

# Kỹ thuật rang xay cà phê cơ bản

Nguyên liệu dùng để sản xuất cà phê rang là cà phê nhân, sơ đồ công nghệ sản xuất cà phê rang như sau:



**Phân loại theo kích thước:**

Cà phê nhân trong quá trình bảo quản sẽ bị gãy nát, do đó cần phải phân loại theo kích thước để quá trình rang được dễ dàng và đều đặn hơn. Thông thường người ta dùng hệ thống sàng lắc gồm 2 ÷ 3 lưới sàng để phân loại.

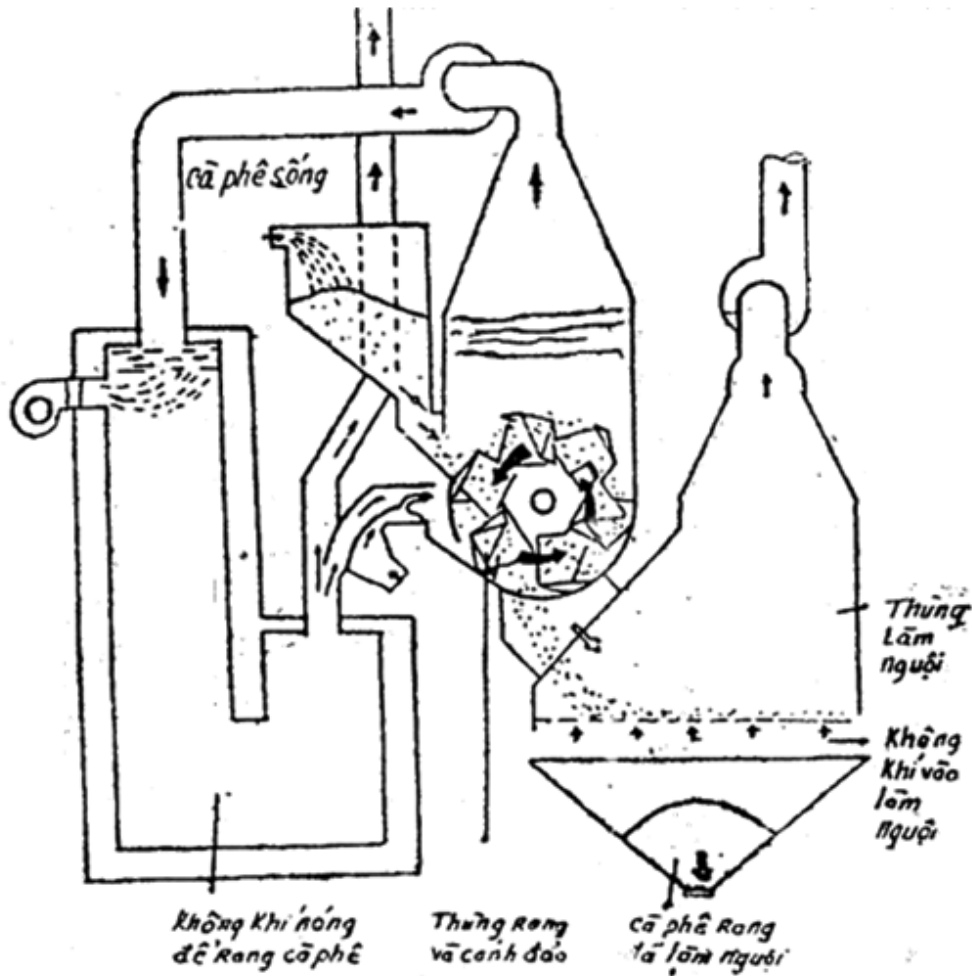
**Xử lý nguyên liệu:**

Trong quá trình bảo quản, cà phê nhân hấp thụ nhiều mùi vị lạ, đặc biệt là mùi mốc, do đó, cần phải xử lý nguyên liệu. Các phương pháp xử lý nguyên liệu như sau:

- Xử lý bằng nước: Chỉ áp dụng đối với những loại cà phê nguyên liệu có chất lượng cao (trong thời gian bảo quản không có mốc). Người ta tiến hành ngâm nguyên liệu trong nước 5 phút, nước sẽ ngấm vào các mao quản của hạt và hòa tan các mùi vị lạ, sau đó vớt ra để ráo.
- Xử lý bằng dung môi hữu cơ: Sử dụng cho những loại nguyên liệu kém chất lượng hơn. Dung môi thường dùng rượu etilic 20 % V, thời gian xử lý 5 ÷ 10 phút, sau đó vớt ra để ráo.

**Rang:**

Đây là giai đoạn quan trọng nhất vì hương thơm tạo thành trong quá trình này. Ở các cơ sở sản xuất nhỏ, người ta tiến hành rang trong những thiết bị rang hình cầu hoặc hình trụ, lượng cà phê cho vào < 2/5 thể tích thiết bị, trên thân thiết bị có bố trí cửa để nạp và tháo nguyên liệu và các lỗ để thoát ẩm. Ở các cơ sở sản xuất lớn hơn, người ta thường sử dụng loại thiết bị rang kiểu đứng có sơ đồ cấu tạo như sau:



Nhiệt độ rang thường không chế trong khoảng 200 ÷ 2400 C. Quá trình này gồm ba giai đoạn:

- Ở nhiệt độ < 500 C ta thấy bốc ra nhiều khói trắng, chủ yếu là hơi nước và hơi dung môi, thể tích hạt không biến đổi. Cuối giai đoạn này ta thấy ngừng sinh khí, đây là dấu hiệu chuyển sang giai đoạn sau.
- Khi nhiệt độ tăng lên 1500 C thì trong hạt xảy ra quá trình tích khí nên thể tích của hạt tăng lên đột ngột, lúc này ta nghe thấy những tiếng nổ, hạt chuyển sang màu đen nhưng chưa bóng. Trong giai đoạn này ta thấy khí màu xanh thoát ra, chủ yếu là acrolein.

- Khi nhiệt độ lên 2200 C, giữ ở nhiệt độ này trong vòng 10 ÷ 15 phút, lúc này thể tích hạt không biến đổi nữa, sự sinh khí rất yếu ớt hoặc ngừng hẳn, hạt chuyển sang màu đen bóng.

Trong quá trình rang, để tăng chất lượng sản phẩm, người ta cho chất béo (dầu thực vật, bơ..) vào giai đoạn cuối của quá trình rang, chất béo sẽ giữ lại các chất thơm trên bề mặt của hạt.

Hạt cà phê rang đạt yêu cầu có mặt ngoài đen bóng, bên trong có màu cánh gián, mùi thơm nhẹ (tốt hơn mùi thơm mạnh vì khi pha sẽ ít có mùi), vị đắng chát.

### **Làm nguội:**

Quá trình làm nguội có thể thực hiện trong thiết bị rang kiểu đứng, dùng không khí để làm nguội, ở một số cơ sở sản xuất người ta có thể phun ẩm hoặc phun rượu để làm nguội nhằm mục đích tạo ra độ ẩm bảo quản (< 13 %) vì khi rang độ ẩm chỉ còn 0,5 ÷ 1 %. Ngoài ra việc phun rượu còn có tác dụng là tạo ra phản ứng ester hóa có mùi thơm.

Có một số nơi dùng dung dịch đường, tỷ lệ 2 % để phun vào cà phê đã rang nhằm mục đích làm nguội và bọc hạt cà phê một lớp màng mỏng để khỏi mất hương thơm.

Để tạo ra cà phê rang nguyên hạt thương phẩm, có thể phối trộn các loại cà phê lại với nhau để đáp ứng được khẩu vị của khách hàng.

Để tạo ra sản phẩm cà phê rang xay, cà phê rang nguyên hạt được đem đi xay nhỏ, bột cà phê xay phải lọt sàng 1,6 mm (90 %) nhưng phải được giữ lại trên sàng 0,95 mm. Bột cà phê xay có kích thước >1,6 mm được đem đi xay lại để đảm bảo yêu cầu trên.

Cà phê rang (đặc biệt là cà phê rang xay) rất dễ bị mất hương thơm, hấp phụ mùi lạ và dễ bị oxy hóa nên cần phải bao gói thật cẩn thận. Có thể dùng các loại bao bì như thủy tinh, polime, giấy thiếc... để tiến hành bao gói. Ngoài ra, có thể đóng gói chân không hoặc đóng gói với các chất khí như N<sub>2</sub>, CO<sub>2</sub>...



**Tài liệu tham khảo 5**

## **Tiêu chuẩn kỹ thuật của một số loại cà phê nhân**

**I. Cà phê Robusta chế biến khô (Unwashed)**

**1) Cà phê nhân chế biến khô Robusta, loại 1, sàng 18**

( Robusta coffee grade 1 on screen No. 18 )

- Độ ẩm (Moisture): 12,5% max
- Tỷ lệ hạt đen, vỡ (Black& Broken beans): 2% max
- Tỷ lệ tạp chất (Foreign matter): 0.5 % max
- Tỷ lệ hạt lạ (Other coffee beans): 0.5% max
- Tối thiểu 90% trên sàng (>90% on Screen No.): 18 (7.1mm)
- Quy cách đóng gói (Packing): 60kg trong bao đầy
- Tiêu chuẩn xuất khẩu (19.2 tấn/container)

**2) Cà phê nhân chế biến khô Robusta, loại 1, sàng 16**

( Robusta coffee grade 1 on screen No. 16 )

- Độ ẩm: 12,5% max
- Tỷ lệ hạt đen, vỡ: 2% max
- Tỷ lệ tạp chất: 0.5 % max
- Tỷ lệ hạt lạ: 0.5% max
- Tối thiểu 90% trên sàng: 16 (6.3mm)
- Quy cách đóng gói: 60kg trong bao đầy
- Tiêu chuẩn xuất khẩu (19.2 tấn/container)

**3) Cà phê nhân chế biến khô Robusta, loại 2, sàng 13**

( Robusta coffee grade 2 on screen No. 13 )

- Độ ẩm: 13% max
- Tỷ lệ hạt đen, vỡ: 5% max
- Tỷ lệ tạp chất: 1 % max
- Tỷ lệ hạt lạ: 1% max
- Tối thiểu 90% trên sàng: 13 (5.0mm)
- Quy cách đóng gói: 60kg trong bao đầy
- Tiêu chuẩn xuất khẩu (19.2 tấn/container hoặc 21.6 tấn/container thối )

## II. Cà phê Robusta chế biến ướt (Washed)

### 1) Cà phê nhân chế biến ướt Robusta, loại 1, sàng 18

- Độ ẩm (Moisture): 12,5% max
- Tỷ lệ hạt đen, vỡ (Black & Broken): 1% max
- Tỷ lệ tạp chất (Foreign matter): 0.2 % max
- Tỷ lệ hạt lạ (Other coffee beans): 0,2 % max
- Tối thiểu 90% trên sàng (>90% on screen No.): 18 (7.1mm)
- Quy cách đóng gói (Packing): 60kg trong bao đầy
- Tiêu chuẩn xuất khẩu (18 tấn/container)

### 2) Cà phê nhân chế biến ướt Robusta, loại 1, sàng 16

- Độ ẩm: 12,5% max
- Tỷ lệ hạt đen vỡ: 1% max
- Tỷ lệ tạp chất: 0.2 % max
- Tỷ lệ hạt lạ: 0,2 % max
- Tối thiểu 90% trên sàng: 16 (6.3mm)
- Quy cách đóng gói: 60kg trong bao đầy
- Tiêu chuẩn xuất khẩu (18 tấn/container)

### 3) Cà phê nhân chế biến ướt Robusta, loại 2, sàng 13

- Độ ẩm: 12,5% max
- Tỷ lệ hạt đen vỡ: 2% max
- Tỷ lệ tạp chất : 0.3 % max
- Tỷ lệ hạt lạ: 0,5 % max
- Tối thiểu 90% trên sàng: 13 (5.0mm)
- Quy cách đóng gói: 60kg trong bao đầy
- Tiêu chuẩn xuất khẩu (18 tấn/container)

### 4) Cà phê nhân chế biến ướt Robusta Special, loại 1, sàng 16, sàng 18

- Độ ẩm: 12,5% max
- Tỷ lệ hạt đen: 0% max
- Tỷ lệ hạt vỡ: 0.2% max
- Tỷ lệ tạp chất: 0.1 % max
- Tỷ lệ que, đá: 0.02% max
- Tối thiểu 90% trên sàng: 18 (7.1mm), sàng 16 (6.3mm)
- Quy cách đóng gói: 60kg trong bao tải đầy tấm dầu thực vật
- Tiêu chuẩn xuất khẩu (18 tấn/container)

**Ghi chú:** Các tài liệu tham khảo là sưu tầm hoặc tổng hợp từ nhiều nguồn khác nhau