

Tóm lược

Tài liệu khảo sát thị trường này cung cấp cho các nhà xuất khẩu ở các quốc gia đang phát triển thông tin chính về sự phát triển của thị trường cà phê, trà và ca cao Ba Lan. Báo cáo này cung cấp thêm thông tin nhằm bổ sung cho báo cáo của CBI: “Thị trường trà, cà phê và ca cao của EU”. Báo cáo này cũng bao gồm tổng quan và giải thích các sản phẩm chọn lọc liên quan, một số lưu ý về số liệu thống kê, cũng như thông tin về các tài liệu khác sẵn có về ngành này.

1. Mô tả thị trường: tiêu thụ và sản xuất

Tiêu thụ

Trọng tâm nghiên cứu của báo cáo này là cà phê, trà và ca cao đã được chứng nhận. Mặc dù thị trường gặp khó khăn khi phát triển tại Ba Lan, việc đạt được chứng nhận tại đây sẽ cải thiện việc xâm nhập thị trường EU. Việc tăng trưởng gặp khó khăn vì có sự chênh lệch rất cao về giá giữa sản phẩm hữu cơ và sản phẩm thông thường.

Có một vấn đề rất quan trọng khi đọc các thông tin trong phần này, hãy nhớ rằng thông tin cho ngành cà phê và trà có liên quan đến thông tin tiêu thụ của người tiêu dùng Ba Lan. Thông tin về nhu cầu công nghiệp cà phê và trà chưa chế biến không có sẵn, cho dù đây là ngành được xuất chủ yếu sang EU. Mặc dù sức tiêu thụ phản ánh nhiều thông tin về phát triển thị trường, nhưng việc tăng hay giảm tiêu thụ không có nghĩa là nhu cầu của các nhà máy xay và rang tăng/giảm. Hơn thế nữa, nhập khẩu cũng không cần thiết phải được tiến hành trực tiếp từ các quốc gia đang phát triển.

Một phần cà phê đã chế biến được nhập khẩu từ các quốc gia châu Âu khác, là sản phẩm mà các quốc gia đang phát triển đóng vai trò rất hạn chế. Đây là trường hợp của Ba Lan nơi mà cà phê đã chế biến chiếm 1/4 tổng lượng cà phê nhập khẩu. Hơn nữa, Đức là quốc gia đóng vai trò quan trọng trong việc nhập khẩu cà phê thô từ Ba Lan.

Trà có thể được đóng gói tại các quốc gia khác để xuất khẩu sang Ba Lan. Ngoài ra, trà giành cho nhà chế biến tại Ba Lan có thể được xuất khẩu từ các nhà buôn tại trung tâm thương mại của EU. Hầu hết trà được xuất khẩu trực tiếp vào Ba Lan từ các quốc gia đang phát triển và Ba Lan đóng vai trò kinh doanh trà cho Đông Âu. Như vậy, nhu cầu tại Ba Lan dĩ nhiên cao hơn so với sức tiêu thụ nội địa.

Cà phê

Ba Lan là một thị trường tiêu thụ trà lớn ở EU, chiếm 3,8% tổng sức tiêu thụ của EU (2007 – Theo Tổ chức cà phê quốc tế ICO). Thị trường cà phê tại Ba Lan đạt 92 ngàn tấn trong năm 2007. Trong khoảng từ 2005 – 2007, sức tiêu thụ cà phê giảm so với trước đây, ước chừng 130 ngàn tấn.

Mức tiêu thụ tính theo đầu người giảm từ 3,6kg/người/năm (2005) xuống 2,4kg/người/năm trong năm 2007. Đây là mức thấp hơn nhiều so với mức trung bình ở EU là 4,9kg/người/năm của EU. Tuy nhiên theo truyền thống người Ba Lan tiêu thụ nhiều trà hơn cà phê.

Mức tiêu thụ cà phê ở thị trường Ba Lan tốt hơn về mặt giá trị, vì có sự gia tăng về nhu cầu đối với các sản phẩm cà phê có giá cao và trung bình thay vì các sản phẩm có giá trung bình. Hơn nữa với tính tiện ích rộng rãi của cà phê hòa tan, sự thuận tiện và mức giá chấp nhận được của cà phê hòa tan đã kích thích sự phát triển của thị trường cà phê. Nhiều sản phẩm cà phê chức năng đã được tung ra thị trường trong 2 năm qua, với các thành phần thảo mộc.

Theo xu hướng tại của các quốc gia EU khác, nhiều quán cà phê và quán trà được mở ra (Euromonitor 2008). Sự nhận biết thương hiệu tại thị trường Ba Lan khá cao, vốn thường không xảy ra đối với thị trường hàng tiêu dùng có mức chuyển dịch nhanh.

Trà

Ba Lan là nhà tiêu thụ trà lớn ở EU chỉ đứng sau Anh, với mức thị phần chiếm 11% trong năm 2007. Tổng mức tiêu thụ trà ở Ba Lan diễn ra không ổn định trong khoảng thời gian 2003 – 2007. Trong toàn bộ giai đoạn này, mức tiêu thụ trà của Ba Lan giảm 2,3% mỗi năm. (Hiệp hội trà quốc tế - 2008). Mức tiêu thụ tính theo đầu người giảm 1% mỗi năm trong giai đoạn này, tổng cộng 0,8kg/người trong năm 2006.

Trà là thức uống rất phổ biến ở Ba Lan và có một truyền thống lâu đời. Trà đen được tiêu thụ rộng rãi, mặc dù mức tiêu thụ bị giảm trong một vài năm vừa qua. Theo các nguồn tin chuyên ngành, trà đen chiếm

khoảng 60% tổng lượng trà trên thị trường. Trà xanh chiếm khoảng 10% trên thị trường với phần còn lại được tính cho trà thảo mộc. Hầu hết trà thảo mộc tại thị trường Ba Lan là hoa cúc, xả và bạc hà.

Thị trường tập trung nhiều hơn cho sự thuận tiện, với trà túi lọc đã trở nên phổ biến trên thị trường Ba Lan. Hơn nữa, trà chức năng cũng đã trở nên phổ biến tại Ba Lan, với đặc tính giảm “stress”, giải độc và tăng cường năng lượng.

Cacao

Ba Lan là thị trường tiêu thụ cacao lớn, đứng thứ 6 trong EU, với thị phần chiếm 4,8% trong năm 2006/2007 (tổ chức cacao quốc tế - ICCO, 2006). Thị trường cacao Ba Lan tăng bình quân 2,6% trong khoảng 2002/2003 và 2006/2007, đạt 67 ngàn tấn.

Ba Lan là nhà chế biến cacao trung bình ở EU, với thị phần 1% (ICCO, 2006). Tổng sản lượng chế biến giảm 13% mỗi năm trong khoảng thời gian 2002/2003 và 2006/2007, đạt khoảng 12 ngàn tấn trong năm 2007/2008.

Mức tiêu thụ chocolate tính theo đầu người của Ba Lan thấp so với mức trung bình của Châu Âu, khoảng 0.8kg/người /năm (2006). Tuy nhiên, mức tiêu thụ này đang tăng lên. Giữa năm 2005 và 2006, mức tiêu thụ tăng 14%.

Xu hướng tiêu thụ

Theo Ủy ban Châu Âu, trong những năm tới, nền kinh tế của Ba Lan sẽ khả quan hơn so với các quốc gia láng giềng. Trong năm 2009, nền kinh tế vẫn phát triển thấp và nạn thất nghiệp gia tăng. Điều này ảnh hưởng đến mức tiêu thụ cà phê, trà và cacao sẽ bị giới hạn và chờ đợi một sự phát triển vững vàng cho cà phê và trà trong những năm sắp tới. Tuy nhiên, giá trị bán sẽ trở nên cao hơn và người tiêu dùng đang trông chờ sự lựa chọn rẻ hơn. Thị trường trà chức năng và trà thảo mộc sẽ phát triển nhanh nhất, trong khi đó trà xanh và trà đen có sự phát triển chậm hơn. Mức tiêu thụ của cacao cũng được trông đợi có sự phát triển hơn trong thời gian tới.

Sản xuất

Do điều kiện khí hậu, cà phê, trà và cacao không được trồng ở EU. Ba Lan hoàn toàn phụ thuộc vào việc nhập khẩu từ các quốc gia khác.

Ba Lan là nhà chế biến cacao lớn thứ 8 tại EU. Ba Lan chế biến cacao nhập từ các quốc gia đang phát triển, tuy nhiên việc chế biến đang được gia tăng tại các quốc gia khác như Hà Lan và Đức. Trà và cà phê được chế biến chủ yếu trong EU, và Ba Lan có một vài nhà chế biến. Để nắm thêm thông tin, vui lòng xem trong phần 2 của báo cáo này.

Cơ hội và thách thức

± Ba Lan vẫn là một thị trường quan trọng cho cà phê, thậm chí ngay cả khi thị trường bị giảm trong thời gian gần đây. Tuy nhiên, việc phát triển trong tương lai hứa hẹn có triển vọng tốt. Hiện tại, người Ba Lan vẫn có xu hướng uống cà phê tại nhà và chủ yếu uống các loại rẻ tiền. Xu hướng ra ngoài uống cà phê ở các quán chuyên bán cà phê vẫn chưa phát triển ở Ba Lan. Cho đến nay, các hạn chế này tạo cơ hội cho các nhà sản xuất các sản phẩm nhãn hiệu chuyên biệt trong nước (cà phê hữu cơ, cà phê có chứng nhận Fair-Trade, cà phê đặc biệt).

+ Tiêu thụ trà đen đang bị giảm đi. Cho đến nay, Ba Lan vẫn là thị trường lớn nhất EU về trà đen. Sự phát triển thị trường trà thảo mộc đưa ra một vài cơ hội cho các quốc gia đang phát triển. Hơn nữa, việc gia tăng tiêu thụ trà thảo mộc sẽ ảnh hưởng đến sức tiêu thụ các sản phẩm trà khác.

± Với việc gia tăng hoạt động của công nghiệp chế biến cacao trong nội địa, nhu cầu về cacao hạt được trông đợi sẽ tiếp tục giảm, trong khi đó nhập khẩu các sản phẩm cacao đã chế biến được xem là cần thiết để đáp ứng nhu cầu tăng cao trong thị trường nội địa.

- Khủng hoảng kinh tế ảnh hưởng đến việc bán các sản phẩm giá cao và ảnh hưởng đến việc nhập khẩu cà phê, trà và cacao chất lượng cao. Sự ảnh hưởng được mong chờ sẽ ít hơn ở các quốc gia EU khác.

± Việc phát triển của phân khúc sản phẩm hữu cơ đặc biệt tạo chú ý cho khách hàng Đức, từ khi phân khúc này thực sự là 1 thị trường phát triển cho các sản phẩm hữu cơ. Các nhà buôn người Đức tìm kiếm những cơ hội tốt tại thị trường Ba Lan, khi mà thị trường Ba Lan vẫn còn chưa phát triển.

Điều quan trọng cần ghi nhớ rằng một cơ hội cho nhà cung cấp tại một quốc gia đang phát triển đôi khi là một thách thức cho một người khác. Thông tin cung cấp nên được đánh giá tùy thuộc theo thực tế của mỗi nhà cung cấp.

Các nguồn thông tin hữu ích

- Các nguồn thông tin hữu ích về tiêu thụ và sản xuất cà phê, trà, cacao tại Ba Lan và EU có thể xem cụ thể tại phần 6 của báo cáo này. Euromonitor đưa ra một số thông tin về thị trường đồ uống tại Ba Lan, bao gồm cà phê, trà và cacao: <http://www.euromonitor.com>
- Ekogwarancja - <http://www.ekogwarancja.pl>
- Agro Bio-test - <http://www.agrobiotest.pl>

2. Các kênh thương mại để thâm nhập thị trường

Ba nhóm sản phẩm được thảo luận được phân phối theo cách khác nhau. Các kênh thương mại cho cà phê và trà có những đặc điểm chung, tuy nhiên có một số khác biệt như vai trò của hệ thống kho bãi và của các sàn đấu giá. Đặc biệt với thương mại cacao, với bốn sản phẩm chính là cacao hạt, cacao bột nhão, dầu cacao và cacao bột thì cấu trúc thương mại hoàn toàn khác biệt.

Nhìn chung, đối với các nhà sản xuất từ các quốc gia đang phát triển, các nhà buôn là kênh thương mại quan trọng nhất cho cả ba sản phẩm, tuy nhiên trong một số trường hợp các đại lý địa phương của khách mua hàng EU, hoặc các nhà chế biến EU cũng là kênh thương mại đáng chú ý.

Các tập đoàn đa quốc gia chi phối thị trường cà phê, trà và cacao Ba Lan. Sara Lee chi phối thị trường cà phê với nhãn hiệu Prima Café. Kraft, Tchibo và Nestlé chiếm thị phần lớn còn lại. Unilever dẫn đầu thị trường trà với ba nhãn hiệu chính tại Ba Lan là Saga, Lipton và Brooke Bond. Tuy nhiên các công ty này đối diện với sự cạnh tranh từ một số lượng nhỏ các công ty địa phương, là các công ty hoạt động trong cả ngành cà phê và trà. Ba Lan có nhu cầu về cacao hạt rất thấp, nhưng cũng có một vài công ty thương mại và phân phối các sản phẩm cacao chế biến và đặc biệt có một số lượng lớn các công ty chế biến thực phẩm (một vào trong số đó do người nước ngoài sở hữu).

Một điều quan trọng cần ghi nhớ là ở các kênh thương mại khác nhau, sẽ có các mức giá và các mức lợi nhuận khác nhau.

Một số kênh phân phối quan trọng – các cửa hàng trà đặc biệt với trà và cà phê chất lượng cao ở Ba Lan:

- Pozegnanie z Afryka - <http://www.pozegnanie.com>
- Dilmah - <http://www.dilmah.pl>
- Czas na Herbate - <http://www.herbata.net>

Một số công ty, cửa hàng quan trọng trong thị trường cà phê, trà và cacao của Ba Lan:

- Elite café, nhà chế biến và đại lý bán của nhãn hiệu Elite café, là nhãn hiệu phổ biến tại Ba Lan - <http://www.elite.pl>
- Mokate, nhà sản xuất cà phê, trà (xếp thứ hai tại Ba Lan), cacao, nước và kem cacao, là công ty đang gia tăng sự hoạt động tại các thị trường Trung và Đông Âu khác - <http://www.mokate.com.pl>
- Celiko, nhà sản xuất và phân phối các sản phẩm trà, cà phê nghiền nhỏ (granulated), cacao và kem cacao, trà thảo mộc - http://www.celiko.com.pl/english/about_us.html
- Premium Foods, là công ty chế biến trà lớn thứ ba tại Ba Lan với nhãn hiệu Vitax and Flosana, được Công ty Tata tea mua vào năm 2007, cũng là nhà phân phối của nhãn hiệu Tata - <http://www.premiumfoods.pl>
- Herbapol, công ty chế biến trà, tập trung chủ yếu vào các sản phẩm giành cho sức khỏe và trà thảo mộc <http://www.herbapol.com.pl>
- E-herbata, công ty chế biến trà thảo mộc - <http://e-herbata.pl>
- Zas-Pol, công ty chế biến trà thảo mộc - <http://www.zas-herbaty.com.pl>
- Natur-vit, công ty chế biến và phân phối trà thảo mộc và trà hữu cơ – <http://www.natur-vit.pl>

- Agros, nhà buôn cacao – <http://www.agrotrade.com.pl>
- Product Promotion Ltd., nhà buôn cacao - <http://www.pp.biz.pl>
- Ziolopex, nhà buôn các sản phẩm cacao - <http://www.ziolopex.com.pl/>
- DOTI Chocolate Garden, công ty sản xuất chocolate - <http://www.doti.pl>

3. Thương mại: nhập khẩu và xuất khẩu

Nhập khẩu

Cà phê

Ba Lan là quốc gia nhập khẩu cà phê hạng trung bình, đứng hạng thứ 10 trong EU và chiếm 2,2% tổng lượng nhập khẩu cà phê của EU. Trong năm 2007, lượng nhập khẩu đạt 153 triệu euro, tương đương 84 ngàn tấn, mức này tăng về giá trị 0,8%/năm, nhưng giảm 17% về khối lượng trong khoảng thời gian từ 2005 đến 2007. Có sự khác biệt lớn giữa sự phát triển về giá trị và khối lượng cho thấy sự thay đổi sang cà phê đã chế biến, loại có giá trị cao hơn. Hơn nữa, việc giảm đáng kể về khối lượng nhập khẩu phản ánh rõ rệt sự phát triển của thị trường cà phê. Hiện nay, hầu hết cà phê được nhập khẩu dưới dạng cà phê thô. Trong năm 2007, nhập khẩu cà phê thô đạt 87 triệu euro, trong khi đó cà phê đã chế biến chỉ đạt 66 triệu euro.

Ba Lan dựa vào các quốc gia EU có quy mô rộng hơn trong việc nhập khẩu cà phê. Đức chiếm 45% lượng cà phê nhập khẩu vào Ba Lan. Các quốc gia đang phát triển chiếm 40% tổng cà phê nhập khẩu, và khoảng 71% lượng cà phê thô nhập khẩu vào Ba Lan. Việt Nam là nhà cung cấp cà phê thô lớn nhất cho Ba Lan, ước tính 15 lượng nhập khẩu của Ba Lan.

Trà

Ba Lan là quốc gia nhập khẩu trà hạng trung bình, chiếm khoảng 6,4% tổng nhập khẩu trà của EU, đứng hàng thứ 5 trong các quốc gia EU. Thị phần nhập khẩu trà đen cao hơn (6,8%) và thị phần nhập khẩu trà xanh thấp hơn rất nhiều (4,7%).

Người Ba Lan là một trong số người tiêu thụ trà đen lớn nhất EU. Trong khoảng thời gian từ 2003 đến 2007, nhập khẩu trà tăng 4,3%/năm về giá trị, nhưng giảm 2,3%/năm về khối lượng. Trong năm 2007, nhập khẩu đạt 50 triệu euro, tương đương 28 ngàn tấn.

Các quốc gia đang phát triển chiếm thị phần lớn trong nhập khẩu trà của Ba Lan (75%). Tuy nhiên, nguồn nhập khẩu từ các quốc gia đang phát triển đang giảm khoảng 1,6%/năm trong khoảng thời gian từ 2003 đến 2007, chủ yếu vì nhập khẩu từ Trung Quốc đang bị giảm nhanh chóng (-18%), trong khi nhập khẩu từ Ấn Độ và Sri Lanka cũng đang bị giảm sút.

Hiện nay Sri Lanka chiếm 24% tổng nhập khẩu, tiếp theo là Ấn Độ (14%), Kenya (12%), Trung Quốc (6.6%), Indonesia (6.5%) và Việt Nam (6.4%). Tuy nhiên, nhập khẩu từ Đức (6.3%), Hà Lan (6.0%) và Bỉ (5.1%) đang phát triển rất nhanh

Như đã đề cập, Ba Lan chủ yếu nhập khẩu trà đen. Nhập khẩu tăng mỗi năm 2,4% về giá trị và 7,9% về khối lượng trong khoảng thời gian từ 2003 đến 2007, đạt 43 triệu euro, tương đương 25 ngàn tấn. Ngược lại, nhập khẩu trà xanh tăng khoảng 50% về giá trị và 35% về khối lượng, đạt 7,1 triệu euro, tương đương 3 ngàn tấn. Điều này cho thấy khách hàng người Ba Lan rất ưa thích và chấp nhận trà xanh, mức tiêu thụ đã gần đạt đến mức trung bình của toàn EU

Cacao

Ba Lan là quốc gia nhập khẩu cacao hạt hạng trung bình, cho dù đang bị sút giảm nghiêm trọng.. Trong năm 2007 Ba Lan xếp thứ 8 trong các quốc gia EU về nhập khẩu cacao, chiếm 1% tổng nhập khẩu của EU. Trong năm 2007, nhập khẩu cacao hạt đạt 267 triệu euro, tương đương 18 ngàn tấn, giảm trung bình mỗi năm 10% về giá trị và 3,6% về khối lượng (2003).

Ba Lan là quốc gia nhập khẩu cacao bột nhão lớn thứ 5 tại EU, chiếm 9,4% nhập khẩu của EU. Trong khoảng thời gian từ 2003 đến 2007, nhập khẩu cacao bột nhão tăng hàng năm 3,1% về giá trị và tăng 9,4% về khối lượng, ước tính đạt 61 triệu Euro, tương đương 32 ngàn tấn.

Ba Lan là quốc gia nhập khẩu dầu cacao lớn thứ 6 EU. Trong khoảng thời gian từ 2003 đến 2007, nhập

khẩu dầu cacao tăng trung bình 9,8% về giá trị và 5,7% về khối lượng, tổng cộng 76 triệu Euro, tương đương 21 ngàn tấn.

Nhập khẩu cacao bột giảm 1,8% về giá trị, nhưng lại tăng 20%/năm về khối lượng. Trong năm 2007, nhập khẩu cacao bột đạt 23 triệu Euro, tương đương 21 ngàn tấn.

Ba Lan nhập khẩu cacao hạt chủ yếu từ các quốc gia đang phát triển (76%), nhưng nhập khẩu từ các quốc gia đang phát triển đang bị giảm nhanh hơn so với tổng nhập khẩu. Các nhà cung cấp chủ yếu là Ivory Coast (38%), Togo (23%) and Ghana (14%). Đức là quốc gia EU cung cấp cacao hạt lớn nhất, chiếm 17%.

Các quốc gia đang phát triển đóng vai trò chủ yếu trong việc cung cấp cacao bột nhão cho Ba Lan, chiếm 39% tổng nhập khẩu trong năm 2007. Trong lĩnh vực này, nhập khẩu từ các quốc gia đang phát triển có xu hướng giảm dần, tạo ra lợi thế cho Đức (chiếm 28% tổng nhập khẩu). Quốc gia đang phát triển chủ yếu cung cấp cho Ba Lan là Coast (27%) and Ghana (12%).

Trong việc cung cấp dầu cacao và bột cacao, vai trò của các quốc gia đang phát triển thấp hơn so với vai trò của các quốc gia EU. Ivory Coast (chiếm 33% nhập khẩu dầu cacao, 2,1% nhập khẩu bột cacao) là quốc gia đang phát triển dẫn đầu trong việc cung cấp cho Ba Lan, trong khi đó Hà Lan (chiếm 49% nhập khẩu dầu cacao và 41% nhập khẩu bột cacao) là nhà cung cấp quan trọng nhất của Ba Lan.

Xuất khẩu

Ba Lan là quốc gia xuất khẩu cà phê lớn thứ 9 ở EU, chiếm 1,8% xuất khẩu của EU. Khoảng cách từ các nhà xuất khẩu hàng đầu rất lớn. Trong năm 2007, xuất khẩu đạt 53 triệu tấn tương đương 18 ngàn tấn, trung bình tăng 21%/năm về giá trị từ năm 2003. Tuy nhiên, khối lượng giảm 2,5% hàng năm. Ba Lan chủ yếu xuất khẩu cà phê sang Đông Âu, Trung Âu và Đức.

Ba Lan đứng thứ 5 EU về xuất khẩu trà, chiếm 5,7% tổng xuất khẩu trà của EU. Trong khoảng 2003 và 2007, xuất khẩu tăng 21% hàng năm về giá trị và 11% về khối lượng, vượt xa các quốc gia khác. Trong năm 2007, xuất khẩu đạt 32 triệu Euro, tương đương 5,7 ngàn tấn.

Xuất khẩu cacao hạt của Ba Lan không đáng kể. Tuy nhiên, Ba Lan là quốc gia đứng thứ 5 EU về xuất khẩu cacao bột nhão. Trong năm 2007, xuất khẩu cacao bột nhão tăng nhanh, đạt 13,6 triệu Euro, tương đương 6,3 ngàn tấn. Tuy nhiên, xuất khẩu trong năm 2005 thậm chí cao hơn. Mặc dù Ba Lan đứng thứ 7 về xuất khẩu dầu cacao và thứ 8 về xuất khẩu bột cacao, nhưng chỉ chiếm khoảng 1% xuất khẩu của EU. Trong năm 2007, xuất khẩu dầu cacao đạt 5,8 triệu Euro, tương đương 1,5 ngàn tấn và xuất khẩu bột cacao đạt 7,6 triệu Euro, tương đương 7,7 ngàn tấn.

Cơ hội và thách thức

- + Ba lan có thể trở thành một thị trường hấp dẫn các nhà sản xuất trà tại các quốc gia đang phát triển, đặc biệt là trà đen. Tuy nhiên, nhập khẩu từ các quốc gia đang phát triển đang bị sụt giảm. Cho đến nay, thị phần của các quốc gia đang phát triển vẫn cao hơn mức của EU
- + Ba Lan cũng là thị trường hấp dẫn cho các nhà cung cấp cacao từ các quốc gia đang phát triển, đặc biệt là cacao bột nhão và dầu cacao.
- Thị trường cà phê của Ba Lan chủ yếu dựa vào nguồn nhập khẩu từ các quốc gia EU khác. Điều này có nghĩa các nhà sản xuất ở các quốc gia đang phát triển sẽ phải đối mặt với sự cạnh tranh mạnh mẽ khi mà họ muốn đi vào thị trường Ba Lan. Ngoài ra, thị trường nhập khẩu cà phê của Ba Lan phát triển không có triển vọng.

Cần phải nhớ rằng cơ hội của nhà cung cấp ở các quốc gia đang phát triển đôi khi trở thành thách thức cho người khác. Thông tin cung cấp nên được đánh giá tùy thuộc theo thực tế của mỗi nhà cung cấp.

Một số nguồn thông tin hữu ích

EU Expanding Exports Helpdesk: <http://exporthelp.europa.eu>

Eurostat – official statistical office of the EU : <http://epp.eurostat.ec.europa.eu;>

Understanding eurostat:

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/newxweb/assets/User_guide_Easy_Comext_20080117.pdf

4. Phát triển giá cả

Giá cả cà phê, trà và cacao trên thị trường Ba Lan không có sự chênh lệch lớn so với thị trường thế giới. Báo cáo này cung cấp các thông tin về sự phát triển của giá cả. Tuy nhiên, mức giá của cà phê, trà và (sản phẩm) cacao được cung cấp nên được sử dụng để tham khảo, khi mà mức giá còn tùy thuộc vào lợi nhuận và sự ưu tiên của người bán.

Giá cả của cà phê và cacao dễ thay đổi, nhưng giá cả trên thị trường được dự báo là có triển vọng tốt cho nhà sản xuất trong năm 2009. Giá bán lẻ cà phê tại thị trường Ba Lan có thấp hơn chút ít so với hầu hết các quốc gia thuộc EU khác, khoảng 6,94 Euro/kg (ICO, 2009).

5. Các yêu cầu tiếp cận thị trường

Khi một nhà sản xuất từ các quốc gia đang phát triển chuẩn bị tiếp cận thị trường Ba Lan, bạn cần phải biết được các yêu cầu tiếp cận thị trường của các đối tác thương mại và của chính quyền Ba Lan. Các yêu cầu này dựa trên các mối quan tâm về môi trường, an toàn - sức khỏe người tiêu dùng và xã hội. Bạn cần phải tuân thủ luật pháp EU và phải nhận thức được các yêu cầu phi luật pháp khác nữa mà các đối tác kinh doanh của bạn tại EU có thể đòi hỏi.

Để tìm hiểu thêm thông tin về các yêu cầu luật pháp và phi luật pháp, hãy sử dụng “Search CBI database” tại địa chỉ <http://www.cbi.eu/marketinfo>, chọn sản phẩm thực phẩm (organic food products) và Ba Lan trong mục tìm kiếm theo loại, nhấp chuột vào nút tìm kiếm (search) và nhấp vào phần “các yêu cầu tiếp cận thị trường (market access requirements).

Các thông tin bổ sung về bao bì có thể tìm thấy tại trang web ITC trong mục bao bì xuất khẩu: <http://www.intracen.org/ep/packit.htm>

Thông tin về thuế quan và hạn ngạch có thể tìm thấy tại <http://exporthelp.europa.eu>. Không áp dụng hạn ngạch cho cà phê, trà và cacao. Tuy nhiên, thuế nhập khẩu được áp dụng cho sản phẩm đã chế biến.

6. Thực hành kinh doanh

Thông tin tổng quát về cách kinh doanh như tiếp cận các đối tác kinh doanh tiềm năng, xây dựng các mối quan hệ, dự thảo bản chào hàng, xử lý hợp đồng (các phương thức thanh toán và điều kiện giao hàng) có thể tìm thấy trong các cuốn cẩm nang xuất khẩu của CBI “Lập kế hoạch xuất khẩu” (Export Planner) và “Xây dựng hình ảnh của bạn” (Your image builder). Hơn nữa, hiểu biết về văn hóa là một kỹ năng tối quan trọng nhằm bảo đảm thành công như là một nhà xuất khẩu.

Thông tin về các khác biệt văn hóa tại EU có thể tìm thấy trong Chương 3 của cuốn cẩm nang xuất khẩu của CBI “Xuất khẩu sang EU” (Exporting to the EU). Những cuốn cẩm nang này có thể tải về từ trang web <http://www.cbi.eu/marketinfo> - tìm tới mục “search publications”.

Để có thêm nhiều thông tin khi thực hành kinh doanh tại Ba Lan, tham khảo các website sau đây:

Các hiệp hội thương mại

- Liên đoàn cộng nghiệp thực phẩm Ba Lan / Polska Federacja Producentów Zywnosci (PFPZ) - <http://www.pfpz.pl/index>
- Polbisco - <http://www.polbisco.pl> (tiếng Ba Lan)

Các hội chợ thương mại

- Polagra-food: là hội chợ thương mại về thực phẩm chế biến lớn nhất ở Trung và Đông Âu. - <http://www.polagra-food.pl>
- Danh sách các hội chợ thương mại - <http://www.eng.arr.gov.pl/printer.php?client=html&inold=46>

Tạp chí thương mại

- Poradnik Handlowca - <http://www.poradnikhandlowca.com.pl>
- Przegląd Piekarski i Cukierniczy - <http://www.ppic.pl>

(Theo CBI – www.cbi.eu)