

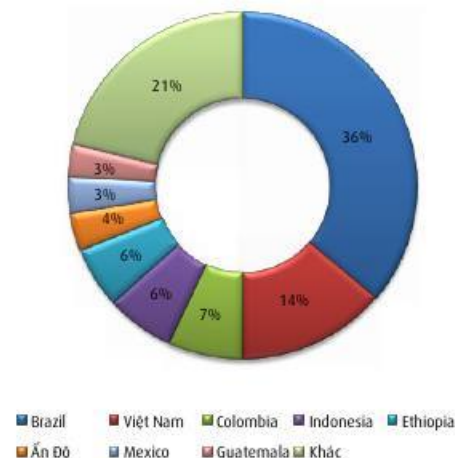
TÓM TẮT BÁO CÁO

Hiện nay, trên thế giới có khoảng hơn 25 triệu người trồng cà phê, đa số họ sống ở những nước đang phát triển, trồng cà phê ở quy mô nhỏ. Thị trường cà phê thế giới đã tăng lên gấp đôi trong giai đoạn 2000 – 2010. Trong khi đó nhu cầu tiêu thụ cà phê thế giới tăng khoảng 2%/năm cũng trong giai đoạn 2000 – 2010.

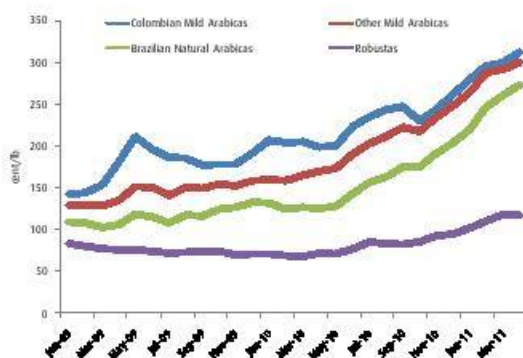
Cà phê hiện là loại cây trồng chiếm vị trí quan trọng trong nền nông nghiệp hàng hóa của thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng. Trên thế giới, cà phê là sản phẩm đứng thứ 5 trên thế giới về giá trị tiêu thụ, trong khi đó ở Việt Nam cà phê là một trong 3 mặt hàng nông sản xuất khẩu chiến lược quốc gia (chiếm xấp xỉ 15% tổng giá trị xuất khẩu nông sản Việt Nam). Tính đến hết năm 2010, diện tích cà phê của Việt Nam đạt xấp xỉ 540 ngàn ha, đứng thứ 4 thế giới, sản lượng đứng thứ 2 thế giới chỉ sau Brazil và đặc biệt là năng suất đứng đầu thế giới. Ngành cà phê cũng là ngành thu hút được một lượng lớn lao động, đặc biệt vào 3 tháng thu hoạch, số lượng lao động trong thời kỳ này có thể đạt tới hơn 700,000 lao động.

Trong năm 2010, xuất khẩu cà phê của Việt Nam đạt hơn 1.2 triệu tấn với giá trị ước đạt 1.85 tỷ USD. Hiện nay, cà phê Việt Nam đã có mặt tại 75 quốc gia trên thế giới, thị phần đạt 12% sản lượng thế giới (số liệu năm 2010, nguồn ICO). Những thị trường nhập khẩu cà phê chủ yếu của Việt Nam là Đức, Mỹ, Tây Ban Nha, Ý, Bỉ, Ba Lan, Hàn Quốc, Pháp, Anh và Nhật Bản, 10 quốc gia trên chiếm tỷ trọng trên 70% tổng giá trị xuất khẩu mặt hàng cà phê. Cà phê Việt Nam cũng là nguồn nguyên liệu chủ yếu của nhiều hãng sản xuất cà phê lớn trên thế giới, đáng chú ý có tập đoàn Nestle', Nestle' là một trong những khách hàng lớn nhất của cà phê Việt Nam, mỗi năm hãng này tiêu thụ khoảng 20% - 25% trong tổng lượng cà phê xuất khẩu của Việt Nam...

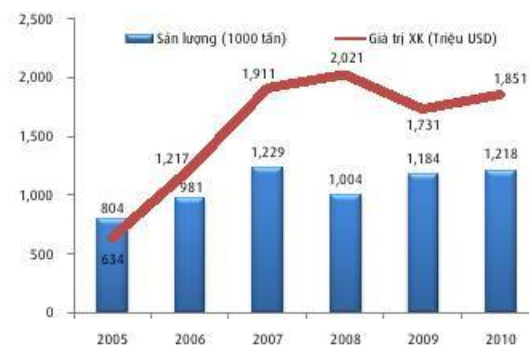
Với thế mạnh về sản xuất cà phê Robusta, và tốc độ tăng trưởng mạnh hai con số của dòng sản phẩm cà phê hòa tan, ngành cà phê được kỳ vọng sẽ đóng góp 3 tỷ USD xuất khẩu của Việt Nam trong năm 2011.



Tỷ trọng sản lượng cà phê theo quốc gia trên thế giới trong năm 2010, Nguồn: ICO



Diễn biến giá cà phê thế giới giai đoạn 2009 - 4/2011, Nguồn: ICO

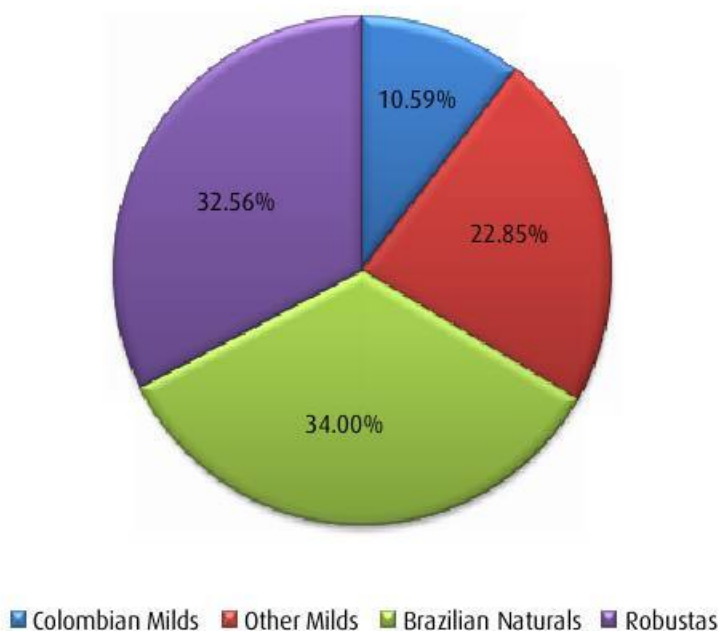


Sản lượng & kim ngạch XK cà phê Việt Nam giai đoạn 2005 - 2010, Nguồn: Bộ Công Thương

TỔNG QUAN NGÀNH CÀ PHÊ THẾ GIỚI

Mỗi ngày có khoảng 2.5 tỷ ly cà phê được tiêu thụ trên toàn thế giới và cà phê cũng là sản phẩm đứng thứ 5 trên thế giới về giá trị tiêu thụ. Thị trường cà phê thế giới có đặc điểm là giá cả ổn định và mức sản xuất có tác động trực tiếp vào thu nhập của người sản xuất và giá cả phải đối mặt với người tiêu dùng. Hiện nay, trên thế giới có khoảng hơn 25 triệu người trồng cà phê, đa số họ sống ở những nước đang phát triển, trồng cà phê ở quy mô nhỏ. Thị trường cà phê thế giới đã tăng lên gấp đôi trong 10 năm trở lại đây.

Cà phê là tên một chi thực vật thuộc họ Thiến thảo (Rubiaceae). Họ này bao gồm khoảng 500 chi khác nhau với trên 6.000 loài cây nhiệt đới. Chi cà phê bao gồm nhiều loài cây lâu năm khác nhau. Tuy nhiên, không phải loài nào cũng chứa caffein trong hạt, một số loài khác xa với những cây cà phê ta thường thấy. Chỉ có hai loài cà phê có ý nghĩa kinh tế. Loài thứ nhất có tên thông thường trong tiếng Việt là cà phê chè (tên khoa học: *Coffea arabica*), đại diện cho khoảng 61% các sản phẩm cà phê trên thế giới. Loài thứ hai là cà phê vối (tên khoa học: *Coffea canephora* hay *Coffea robusta*), chiếm gần 39% các sản phẩm cà phê. Ngoài ra còn có *Coffea liberica* và *Coffea excelsa* (ở Việt Nam gọi là cà phê mít) với sản lượng không đáng kể.



Biểu đồ 01: Tỷ trọng sản lượng cà phê theo chủng loại trên thế giới trong năm 2010, Nguồn: Hiệp hội cà phê thế giới (ICO)

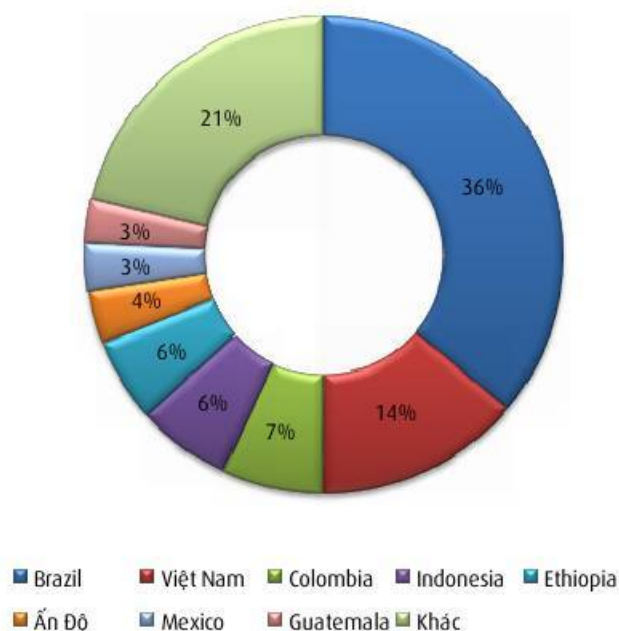
- Mild Arabica gồm có hai nhóm là “Colombian Mild” - Cà phê Arabica Colombia và “Other Mild” - các loại cà phê Arabica khác. Trong đó, “Colombian Mild” bao gồm cà phê sản xuất ở Colombia, Kenya, và Tanzania. Những nước có sản phẩm cà phê xếp trong nhóm “các loại Mild khác” bao gồm Guatemala, Mexico và Ấn Độ.

- Cà phê “Brazilian Natural” là loại cà phê Arabica hàm lượng caffein cao sản xuất ở Brazil và Ethiopia.

- Nhóm cà phê “Robusta” từ tất cả các nguồn khác nhau. Trong nhóm này, Việt Nam hiện đang là nước sản xuất và xuất khẩu lớn nhất, tiếp đó là Bờ Biển Ngà, Indonesia và Uganda

Nguồn Cung

Cà phê được trồng và chế biến ở nhiều quốc gia trên thế giới, chủ yếu là những nước gần xích đạo có khí hậu nhiệt đới như: Việt Nam, Indonesia, Ấn độ, Colombia, Brazil, Ethiopia... Hiện nay, Brazil là nước sản xuất cà phê lớn nhất thế giới với tỷ trọng 36% tổng sản lượng thế giới, tiếp đó là Việt Nam với 14%, Colombia đứng vị trí thứ ba với tỷ trọng 7%, Indonesia và Ethiopia là hai quốc gia có cùng tỷ trọng 6% tổng sản lượng cà phê thế giới. Hạt cà phê Arabica được trồng ở châu Mỹ La Tinh, Đông Phi, bán đảo Ả Rập hay châu Á. Hạt cà phê Robusta được trồng nhiều ở Tây và Trung Phi, phần lớn Đông Nam Á và ở một mức độ nào đó là Brazil.

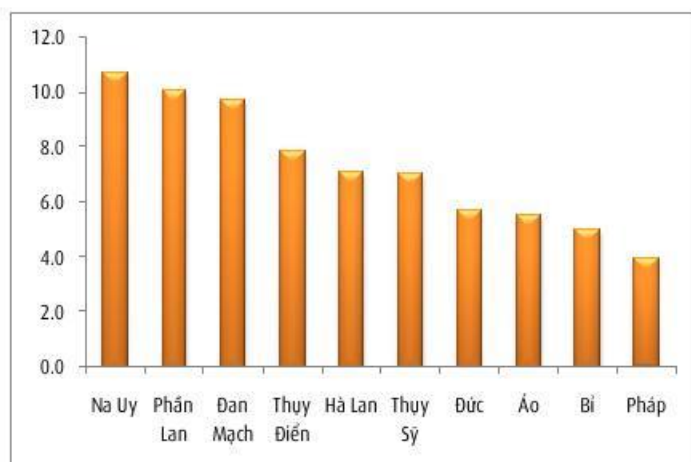


Biểu đồ 02: Tỷ trọng sản lượng cà phê theo quốc gia trên thế giới trong năm 2010, Nguồn: ICO

Arabica được các nhà sản xuất cà phê rang xay chất lượng cao ưa chuộng tại các thị trường truyền thống và phát triển như Bắc Mỹ và châu Âu, do vậy, dự báo nhu cầu tiêu thụ Arabica sẽ vẫn tương đối ổn định với tốc độ tăng trưởng đạt 0.7%/năm trong khi đó tốc độ tăng trưởng tiêu thụ sản phẩm cà phê Robusta lại được dự báo sẽ tiếp tục giữ mức tăng trưởng cao trên 5%.

Nguồn Cầu

Mỹ, Brazil và Đức là ba quốc gia tiêu thụ cà phê hàng đầu thế giới. Cả ba nước này tiêu thụ tổng cộng khoảng 37% sản lượng cà phê của thế giới. Tính riêng trong năm 2010 là tổng sản lượng tiêu thụ cà phê trên thế giới là 132 triệu bao loại 60kg, trong đó 21 triệu bao được tiêu thụ tại Mỹ, 19 triệu bao tại Brazil và 9 triệu bao tại Đức. Bình quân trong giai đoạn



Biểu đồ 03: Lượng tiêu thụ cà phê trên đầu người (kg/người) của top 10 quốc gia, Nguồn: Viện tài nguyên thế giới.

2000 – 2010, nhu cầu tiêu thụ cà phê thế giới tăng khoảng 2%/năm. Trong hai năm gần đây, mặc dù bị ảnh hưởng nhẹ bởi cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu khi chỉ tăng 0.9% trong năm 2009, nhu cầu tiêu thụ cà phê đã tăng trở lại 1.5% trong năm 2010. Đáng chú ý là có sự khác biệt rõ rệt về tốc độ tăng trưởng về nhu cầu tiêu thụ giữa những thị trường đã phát triển và đang phát triển. Bên cạnh xu hướng tăng trưởng chậm và ổn định của các thị trường truyền thống thì các thị trường mới nổi như Brazil, Trung Quốc, Việt Nam, Indonesia và Philippines lại có được tốc độ tăng trưởng nhanh đáng chú ý.

Khu vực Bắc Âu là khu vực có lượng tiêu thụ cà phê bình quân trên đầu người lớn nhất thế giới khi mà 4 nước dẫn đầu về sản lượng tiêu thụ trên đầu người đều thuộc khu vực Bắc Âu. Châu Âu tiếp tục là khu vực có tỷ lệ tiêu thụ bình quân đầu người lớn nhất, trong khi đó các quốc gia vốn có thể mạnh sản xuất cà phê lớn là Việt Nam hay Indonesia chỉ có mức tiêu thụ khiêm tốn với mức xấp xỉ 1kg/người/năm.

Với tốc độ phát triển mạnh mẽ, cà phê không còn đơn thuần chỉ là một sản phẩm nông nghiệp thuần túy, cà phê đã và đang đóng một vai trò quan trọng trong nền kinh tế thế giới. Trên thế giới đã công nhận và sử dụng rộng rãi thuật ngữ “coffee industry” - ngành cà phê; với tổng giá trị giao dịch toàn cầu là khoảng 100 tỷ USD. Chỉ đứng thứ hai sau dầu hỏa trong danh sách các loại hàng hóa cơ bản có giá trị giao dịch toàn cầu cao nhất. Không chỉ có đóng góp về giá trị nông sản chế biến mà cà phê còn là yếu tố có tác động lớn đến các lĩnh vực: tài chính, thương mại, đầu tư, du lịch, văn hóa... Bên cạnh các sản phẩm mang tính đầu cơ truyền thống như vàng bạc, đá quý, dầu mỏ, cà phê hiện nay cũng là một trong những mặt hàng được đầu cơ nhiều nhất trên thế giới.

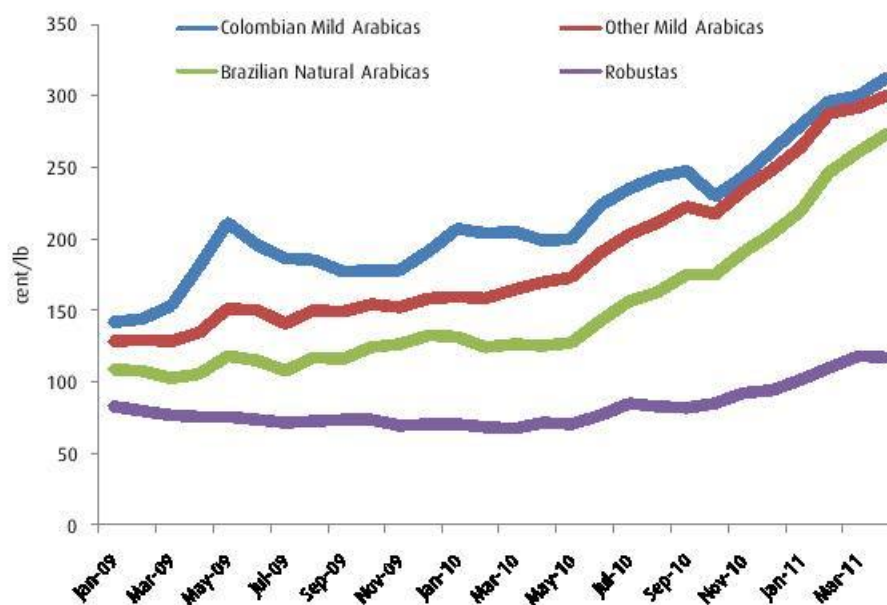
Những yếu tố ảnh hưởng, chi phối ngành cà phê thế giới:

- Cà phê thế giới được giao dịch trên thị trường hàng hóa thế giới, cụ thể là hai sàn giao dịch nông sản tại New York và London do đó giá cà phê thế giới một phần bị tác động và chi phối bởi diễn biến giao dịch trên các sở giao dịch hàng hóa nông sản. Đây cũng là nguyên nhân khiến cho ngành cà phê thế giới có độ nhạy cao trong mối quan hệ với tình hình kinh tế thế giới. Các nước trồng cà phê đang cần một cơ chế để đứng ra để đảm bảo sự hài hòa về lợi ích của các đối tượng có liên quan trong chuỗi giá trị cà phê, đặc biệt là cho người nông dân trồng

cà phê. Một OPEC của cà phê đang được mong chờ để khẳng định được vai trò và vị thế của thứ năng lượng cho nền kinh tế tương lai.

- Sản lượng cà phê tiêu thụ của thế giới bị phụ thuộc mạnh bởi nhóm Big Four gồm Nestlé, Kraft, Sara Lee và Maxwell House, và những hàng cà phê đặc biệt như Starbucks, Tullys... Giá trị thặng dư từ ngành cà phê chủ yếu chảy về túi các nước sở hữu những thương hiệu cà phê hàng đầu, trong khi đó giá trị thặng dư mà người chủ cây cà phê nhận lại chỉ chiếm một tỉ trọng tương đối nhỏ.
- Cà phê là nông sản phẩm nên chịu tác động lớn từ diễn biến thời tiết. Hai giống cây cà phê chính là Arabica và Robusta yêu cầu những điều kiện thời tiết riêng biệt. Trong khi Cà phê Arabica là một chủng cà phê ở vùng khí hậu cao, lạnh, có mưa nhiều, được trồng tốt nhất ở độ cao trên 1000 mét so với mặt nước biển thì Robusta lại thích hợp với khí hậu nhiệt đới nóng ẩm. Vụ thu hoạch cà phê phụ thuộc rất nhiều vào điều kiện khí hậu và đặc tính tự nhiên của cây cà phê – thông thường sau một vụ được mùa thì sản lượng thu hoạch cà phê của năm tiếp theo sẽ giảm sút.
- Trong khi các thị trường tiêu thụ cà phê truyền thống như Bắc Âu, Mỹ, Nhật Bản giữ mức độ tăng trưởng thấp và ổn định, thì các thị trường mới nổi như Brazil, Trung Quốc, Việt Nam, Indonesia và Philippines... đang có được sự gia tăng về nhu cầu tiêu thụ nội địa đáng chú ý với tốc độ gia tăng ấn tượng. Chỉ trong giai đoạn 5 năm từ 2006 đến 2010, Indonesia đã đạt được tốc độ tăng trưởng về tiêu thụ tới 8.3%, Philippines là 6.7%, Trung Quốc là 6.9%, Việt Nam là 6.3% và Brazil là 3.5%. Xu hướng tăng trưởng mạnh trong tiêu dùng cà phê của các nước đang phát triển sẽ mang tính quyết định tới diễn biến ngành cà phê thế giới trong những năm tới đây.

Diễn biến giá cà phê trên thế giới



Biểu đồ 04: Diễn biến giá cà phê thế giới giai đoạn 2009 – 4/2011, Nguồn: ICO

Sản lượng cà phê phụ thuộc nhiều vào diễn biến thời tiết, mất mùa và mưa nhiều tại Columbia trong giai đoạn 2009 đến nay là nguyên nhân đẩy giá sản phẩm cà phê Arabica tăng mạnh. Sản lượng cà phê của Columbia giảm mạnh từ khi những trận mưa lớn liên tục trong năm 2008 đã gây tổn thất nặng nề cho vụ thu hoạch cà phê ở đất nước này. Tốc độ đô thị hóa nhanh của Colombia cũng góp phần làm giảm sản lượng cà phê khi mà người nông dân chuyển dần lên thành thị và làm việc trong các nhà máy thay vì tiếp tục trồng cây cà phê.

Trong khi giá cà phê Arabica tăng mạnh hơn 100% trong giai đoạn 2 năm 2009 – 2011, thì giá cà phê Robusta tương đối ổn định khi chỉ dao động xung quanh mức giá 80 Cent/lb. Sản phẩm cà phê hòa tan có nguyên liệu đầu vào chủ yếu là Robusta đang có tốc độ tăng trưởng mạnh mẽ, trong khi đó giá cà phê Arabica ngày càng đắt đỏ là hai nguyên nhân chính giúp cho sản lượng cà phê Robusta tăng trưởng ổn định.

Dự báo Ngành cà phê thế giới niên vụ 2010/2011

Tổ chức Cà phê quốc tế (ICO) dự báo sản lượng cà phê toàn cầu niên vụ 2010/11 sẽ đạt mức 133 triệu bao, tăng 8.1% so với niên vụ trước. Trong tổng số 10 quốc gia xuất khẩu cà phê chính – chiếm 86% trong tổng sản lượng cà phê toàn cầu niên vụ 2010/11, có 8 quốc gia có sản lượng cà phê tăng so với niên vụ trước: Brazil (tăng 21.9% – đạt 48.1 triệu bao), Việt Nam (tăng 1.6% – đạt 18.5 triệu bao), Ethiopia (tăng 7.5% – đạt 7.45 triệu bao), Mexico (tăng 4.8 % – đạt 4.4 triệu bao), Guatemala (tăng 4.3% – đạt 4 triệu bao), Honduras (tăng 7.1% – đạt 3,83 triệu bao) và Uganda (tăng 10.8% – đạt 3.1 triệu bao).

Niên vụ cà phê 2011/12 đã bắt đầu tại một số nước xuất khẩu chính bao gồm Brazil, Ecuador, Papua New Guinea. Tại Brazil, mặc dù niên vụ 2011/12 là niên vụ thuộc chu kỳ cho sản lượng cà phê Arabica thấp, nhưng tổng sản lượng vẫn được kỳ vọng sẽ đạt mức 43 triệu bao. Những tiến bộ trong nông nghiệp có thể là yếu tố làm giảm sự khác biệt về sản lượng giữa các chu kỳ của cây cà phê Arabica tại Brazil.

Xuất khẩu cà phê toàn cầu tăng trong giai đoạn này được đóng góp chủ yếu bởi mức tăng xuất khẩu cà phê Arabica với 35.7 triệu bao, tăng 19.6% so với cùng kỳ niên vụ trước. Xuất khẩu cà phê Robusta trong giai đoạn này đạt mức tăng 7.6% so với cùng kỳ niên vụ trước, đạt 17.2 triệu bao. Trong số các nước xuất khẩu cà phê chính, tổng lượng xuất khẩu trong niên vụ 2010/11 tăng lên đáng kể ở Ethiopia (+104%), Ấn Độ (+65.5%), Colombia (+36.8%), Honduras (+31.9%), Peru (+27.9%), Brazil (+18.9%) và Việt Nam (+11.6%). Trong khi đó, xuất khẩu giảm ở Indonesia (-25.8%), Mexico (-18.7%), Uganda (-8.7%) và Guatemala (-3.6%). Hoạt động xuất khẩu mạnh do mức giá cao hiện tại đã làm hạn chế việc bổ sung trở lại lượng dự trữ cà phê ở các quốc gia xuất khẩu.

Thông tin được cung cấp bởi các thành viên của ICO cho thấy khối lượng dự trữ cà phê đầu niên vụ 2010/11 đạt khoảng 13 triệu bao, giảm 36,7% so với mức dự trữ đầu kỳ của niên vụ 2009/10.

TỔNG QUAN NGÀNH CÀ PHÊ VIỆT NAM

Cây cà phê được người Pháp đưa vào Việt Nam từ những năm 1850. Tuy nhiên, hoạt động sản xuất được thực hiện manh mún và thiếu tổ chức cho đến năm 1975 khi bắt đầu có những đợt di dân từ khu vực đồng bằng và duyên hải ven biển đến vùng cao nguyên, nơi có điều kiện thích hợp để trồng cà phê. Hoạt động sản xuất có được mở rộng tuy nhiên vẫn rất nhỏ lẻ. Đến năm 1986, khi công cuộc đổi mới được tiến hành, cây cà phê mới được đưa vào quy hoạch và tổ chức sản xuất quy mô lớn, tập trung. Đến năm 1988, Việt Nam trở thành nước xuất khẩu cà phê lớn thứ tư toàn thế giới (chiếm 6.5% sản lượng thế giới), đứng sau Brazil, Colombia và xấp xỉ bằng Indonesia.

Cho đến năm 1999, hoạt động xuất khẩu cà phê vẫn giới hạn cho doanh nghiệp nhà nước. Tuy nhiên, sau thời điểm này, các doanh nghiệp khối tư nhân đã được cho phép tham gia vào thị trường cà phê xuất khẩu. Gần 92% sản lượng cà phê của Việt Nam được xuất ra thị trường nước ngoài, chỉ có 8% tổng sản lượng cà phê sản xuất ra được tiêu thụ nội địa, đây là con số rất khiêm tốn so với thị trường tiêu thụ vốn đông dân của Việt Nam. Khoảng 85-90% diện tích cà phê hiện do các hộ nông dân nhỏ lẻ khai thác, khoảng 10-15% còn lại do các nông trường nhà nước khai thác.

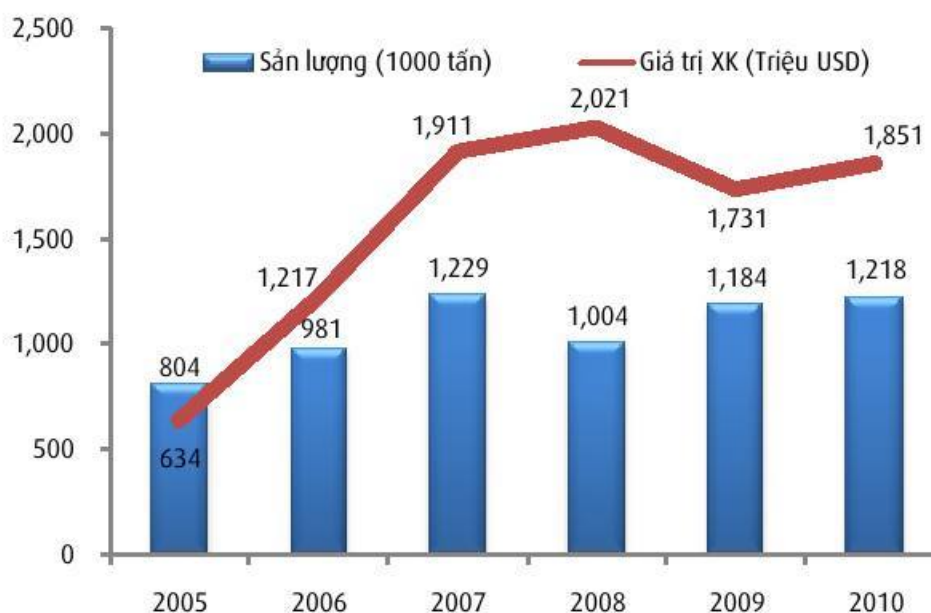
Người nông dân thường thu hoạch đồng thời xử lý tách hạt cà phê tại chỗ. Sau công đoạn này, một phần nhỏ cà phê được bán để tiêu thụ trong nước, còn lại phần lớn được bán cho các lái buôn. Lái buôn mua hàng của nông dân và bán lại cho các đơn vị chế biến và xuất khẩu (chủ yếu là doanh nghiệp nhà nước). Người nông dân bán cà phê cho lái buôn nhưng thường bị ép giá thấp và trực tiếp chịu tác động biến động giá xuất khẩu.

Việt Nam là thành viên mới nhất trong danh sách xếp hạng những quốc gia sản xuất cà phê lớn nhất thế giới. Tham gia vào thị trường này từ những năm 1990, Việt Nam hiện xếp thứ hai toàn thế giới sau Brazil về tổng sản lượng cà phê và là quốc gia xuất khẩu cà phê Robusta lớn nhất thế giới. Trong giai đoạn từ 1995 đến 2001, Việt Nam đã tăng gấp ba diện tích trồng cà phê, cải tiến công nghệ và giống cây cà phê để cải thiện hiệu suất thu hoạch hạt cà phê trên mỗi hecta canh tác. Trong khi người nông dân Colombia cần một triệu hecta đất canh tác để tạo ra khoảng 1/3 tổng lượng cung cà phê, thì người nông dân Việt Nam chỉ cần 2/3 triệu hecta để sản xuất ra hơn mười triệu bao cà phê mỗi năm. Tuy nhiên, trong giai đoạn 5 năm đó, do hệ thống tưới tiêu còn hạn chế không đáp ứng được thay đổi quy mô lớn và đợt xuất, đa phần diện tích canh tác không có đủ lượng nước cần thiết.

Về nguồn cung, hiện ngành xuất khẩu cà phê có trên 140 doanh nghiệp xuất khẩu, với 4 doanh nghiệp hàng đầu là TCT Cà phê Việt Nam, Cà phê 2/9, XNK Intimex, và Tập đoàn Thái Hòa. Các doanh nghiệp nhỏ lẻ tổ chức mua và xuất khẩu cà phê, đồng thời bán lại cho khoảng 20 doanh nghiệp nước ngoài có nhà máy hoặc cơ quan đại diện tại Việt Nam. Chiến lược ngành cà phê Việt Nam hiện nay là khuyến khích các nhà đầu tư nước ngoài (cũng như trong nước) đầu tư vào lĩnh vực cà phê rang xay, chế biến cà phê hòa tan như Nestlé, Olam, Vinacafe Biên Hòa, Cà phê Trung Nguyên.

Khuyến khích chuyển giao kỹ thuật trồng cà phê GAP, UTZ, Rain Forest, cà phê cân bằng thân thiện với môi trường để tăng chuỗi giá trị cà phê lên cao.

Thị trường cà phê Robusta giá rẻ và chất lượng thấp lớn mạnh khiến vị thế của Việt Nam trên thị trường cà phê thế giới tăng nhanh, tuy nhiên, cái giá phải trả ở đây là mất đi rừng và những biến đổi khác về môi trường. Với mức tăng trưởng tương đối ổn định về sản lượng cũng như giá trị xuất khẩu trong những năm trở lại đây, ngành cà phê Việt Nam tiếp tục củng cố vị trí thứ hai trên thế giới về trồng và sản xuất cà phê.



Biểu đồ 05: Sản lượng và Giá trị xuất khẩu cà phê của Việt Nam trong giai đoạn 2005 – 2010, Nguồn: Bộ Công Thương.

Trong ba năm trở lại đây, diện tích và sản lượng cà phê không có biến động mạnh. Ngành cà phê Việt Nam giữ tốc độ tăng trưởng tương đối ổn định về cả sản lượng sản xuất, lượng xuất khẩu cũng như tiêu dùng nội địa. Tỷ trọng sản lượng cà phê Arabica vẫn ở mức khiêm tốn so với cà phê Robusta khi tỷ trọng hai sản phẩm này lần lượt là 2.56% và 97.44%. Đáng chú ý là tốc độ tiêu thụ cà phê nội địa đang có mức tăng trưởng tương đối cao và ổn định, dự báo trong niên vụ 2010/2011 sản lượng tiêu thụ cà phê nội địa sẽ đạt mức tăng trưởng 12.1% so với cùng kỳ năm trước.

	2008/2009	2009/2010	2010/2011
	Thời gian bắt đầu niên vụ: Tháng 10 năm 2008	Thời gian bắt đầu niên vụ: Tháng 10 năm 2009	Thời gian bắt đầu niên vụ: Tháng 10 năm 2010
Diện tích gieo trồng (nghìn ha)	531	536	540
Diện tích thu hoạch (nghìn ha)	500	504	506
Cây mang hạt (triệu cây)	620	629	635
Cây không mang hạt (triệu cây)	75	80	83
Tổng số lượng cây (triệu cây)	695	709	718
Số lượng dự trữ ban đầu (nghìn bao)	1,561	2,130	1,747
Sản lượng cà phê Arabica (nghìn bao)	480	450	480
Sản lượng cà phê Robusta (nghìn bao)	17,520	17,050	18,253
Tổng sản lượng (nghìn bao)	18,000	17,500	18,733
Cà phê hạt nhập khẩu (nghìn bao)	70	75	80
Cà phê rang & nguyên hạt nhập khẩu (nghìn bao)	1	1	1
Cà phê hoà tan (nghìn bao)	25	25	27
Tổng nhập khẩu	96	101	108
Tổng cung	19,657	19,731	20,588
Cà phê hạt xuất khẩu (nghìn bao)	16,333	16,675	16,667
Cà phê rang & nguyên hạt xuất khẩu (nghìn bao)	25	25	50
Cà phê hoà tan (nghìn bao)	105	110	115
Tổng xuất khẩu (nghìn bao)	16,463	16,810	16,832
Cà phê rang & nguyên hạt được tiêu thụ trong nước (nghìn bao)	964	1,005	1,115
Cà phê hoà tan được tiêu thụ trong nước (nghìn bao)	100	110	135
Tổng tiêu thụ trong nước (nghìn bao)	1,064	1,115	1,250
Sử dụng trong nước (nghìn bao)	2,130	1,806	2,506
Tổng lượng phân phối (nghìn bao)	19,657	19,731	20,588
Sản lượng có thể xuất khẩu (nghìn bao)	16,936	16,385	17,483

Bảng 01: Một số chỉ tiêu ngành cà phê trong giai đoạn 2008 – 2011, Nguồn: Cục xúc tiến thương mại – Bộ Công Thương, SMEs tổng hợp

Những thuận lợi đối với ngành Cà phê Việt Nam

- Ngành cà phê hòa tan hứa hẹn nhiều triển vọng khi người tiêu dùng ngày càng đánh giá cao sự tiện lợi của dòng sản phẩm này. Thị trường cà phê Việt Nam hiện được phân chia thành 2 phân khúc rõ ràng: cà phê rang xay (cà phê phin) chiếm khoảng 2/3 sản lượng cà phê được tiêu thụ tại VN và cà phê hòa tan chiếm 1/3. Tập đoàn Nestle mỗi năm thu mua trung bình khoảng từ 20-25% sản lượng cà phê xuất khẩu của VN phục vụ cho việc sản xuất tại 15 nhà máy trên toàn thế giới. Nhu cầu trong nước dự kiến sẽ tăng với tốc độ 10.5%/năm trong giai đoạn 2008-2013 do thu nhập bình quân đầu người tăng và sản phẩm ngày càng được giới trẻ ưa chuộng nhờ đặc tính tiện lợi, phù hợp với nhịp sống đô thị hoá. Ngoài những tên tuổi kinh doanh cà phê hòa tan quen thuộc như NesCafe (Nestle), VinaCafe, G7Coffee (Trung Nguyên)... cuối năm 2006 vừa qua thị trường đã xuất hiện thêm các nhãn hiệu mới như Café Moment (Công ty CP Sữa VN - Vinamilk), Max Coffee (Singapore)... Tốc độ tăng trưởng của ngành cà phê hòa tan trên thế giới nói chung và tiêu thụ nội địa nói riêng tiếp tục hứa hẹn đem lại thành công cho ngành cà phê Việt Nam.
- Trong khi các nước xuất khẩu lớn như Brazil và Indonesia có khuynh hướng giảm sản lượng xuất khẩu cà phê Robusta và chuyển hướng sang sản xuất cà phê Arabica, ngành cà phê Việt Nam lại có tốc độ chuyển hướng tương đối chậm, tuy nhiên đây sẽ là một lợi thế. Khi mà tốc độ tăng trưởng nhu cầu cà phê hòa tan (nguyên liệu đầu vào là Robusta) đạt mức tăng trưởng hai con số và giá cà phê rang xay Arabica ngày càng tăng mạnh, ngành cà phê Việt Nam đang đứng trước cơ hội lớn do hiện nay Việt Nam đang xuất khẩu tới hơn 90% tổng sản lượng Robusta thu hoạch trong nước.
- Nhu cầu tiêu thụ nội địa tăng nhanh hơn sản lượng cà phê có thể xuất khẩu. Kinh tế phát triển đã đẩy nhanh quá trình đô thị hóa ở nhiều nước trồng cà phê và tạo ra những chuyển biến đáng kể đối với nhu cầu tiêu thụ cà phê thế giới, khiến những nước chuyên xuất khẩu cà phê trở thành những nước tiêu thụ cà phê hàng đầu. Trong nhiều thế kỷ qua, cà phê được vận chuyển từ Mỹ Latinh và châu Á sang các quốc gia phát triển ở phương Tây, nhưng hiện nay đang có sự thay đổi lớn khi cà phê ngày càng được tiêu thụ nhiều hơn tại thị trường bản địa. Nhu cầu tiêu thụ cà phê ở Mỹ Latinh và Đông Nam Á chiếm đến 88% trong số 2.5 triệu bao (loại 60kg) nhu cầu tăng thêm trong năm 2010. Việt Nam không chỉ hưởng lợi từ sự gia tăng nhu cầu của các nước đang phát triển nói chung mà còn là thị trường nội địa rộng lớn nói riêng.

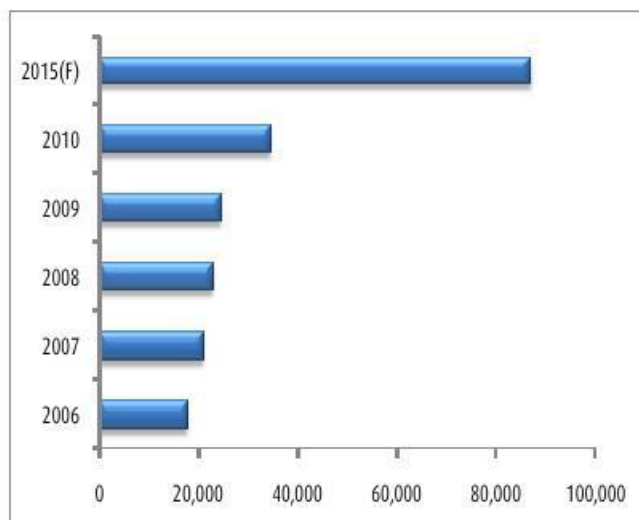
Những thách thức đối với ngành Cà phê Việt Nam

- Thị trường cà phê Robusta giá rẻ và chất lượng thấp lớn mạnh khiến vị thế của Việt Nam trên thị trường cà phê thế giới tăng nhanh, tuy nhiên, cái giá phải trả ở đây là mất đi rừng và những biến đổi khác về môi trường.
- Sự phụ thuộc quá nhiều vào xuất khẩu nên cà phê Việt Nam, theo dự báo của BMI, sẽ biến động theo cầu và giá cả cà phê Robusta thế giới. Từ năm 1989 đến năm 2004, những năm khủng hoảng của ngành cà phê, giá cà phê luôn ở mức rất thấp khiến cho các nhà sản xuất phải chịu rất nhiều thua lỗ do chi phí sản xuất cao hơn giá bán. Có một số lo ngại rằng việc sản xuất các loại cà phê giá rẻ ồ ạt khiến cung vượt quá cầu sẽ lại một lần nữa gây ra làn sóng giảm giá, từ đó tạo ra nhiều rào cản hơn cho nhà xuất trong việc mở rộng hoạt động sản xuất.
- Những thách thức mà ngành cà phê Việt Nam đang phải đối mặt trong tương lai gần bao gồm: Diện tích cà phê đang trở nên già cỗi; Phần lớn diện tích cà phê trồng không đúng quy cách; Chăm sóc không đúng kỹ thuật; Nguồn cây giống không đảm bảo; Việc sản xuất cà phê còn mang tính tự phát, nhỏ lẻ.
- Ngành cà phê là điển hình rõ nhất cho sự bất công trong phân phối tài sản thế giới, yêu cầu xác lập một thương hiệu nội địa bền vững là yêu cầu quan trọng cho một quốc gia sản xuất cà phê lớn như Việt Nam. Không xây dựng được thương hiệu đủ mạnh, ngành cà phê Việt Nam sẽ vẫn chỉ dừng lại ở giai đoạn đầu của chuỗi sản xuất cà phê.

Thị trường cà phê hòa tan tăng tốc

Theo thống kê của Hiệp hội cà phê Anh Quốc, năm 2000, tỷ trọng tiêu thụ cà phê hòa tan chỉ chiếm 13% trên tổng sản lượng tiêu thụ cà phê và chỉ sau 10 năm, con số này đã vượt ngưỡng 40%, hiện cà phê hòa tan vẫn tiếp tục tăng tốc mạnh và đe dọa tỷ trọng tiêu thụ của sản phẩm cà phê rang xay truyền thống. Hai quốc gia có tỷ lệ tiêu thụ cà phê hòa tan lớn là Anh với 81% và Nhật Bản với 63% trong khi đó tại thị trường truyền thống Mỹ, lượng tiêu thụ cà phê hòa tan chỉ chiếm 9%.

Theo số liệu của Tổ chức Cà phê Quốc tế (ICO) tiêu thụ cà phê của Việt Nam tăng trưởng 31% trong năm 2010, đạt 1,583 triệu bao trong đó cà phê hòa tan chiếm khoảng 38.5% tổng lượng tiêu thụ, cà phê rang xay chiếm khoảng 61.5%. Tốc độ tăng trưởng sản xuất cà phê hòa tan tăng chỉ khoảng 4.5% nhưng tăng trưởng về tiêu thụ cà phê hòa tan của Việt Nam vẫn đạt mức hai con số.



Biểu đồ 06: Tổng sản lượng cà phê hòa tan của Việt Nam (tấn), Nguồn: Bộ NN&PTNT

Thị trường cà phê hòa tan Việt Nam tăng trưởng mạnh trong những năm trở lại đây, bình quân 7.9%/năm trong giai đoạn 2003-2008 và được dự báo sẽ giữ mức tăng trưởng cao khoảng 10.5%/năm trong giai đoạn 2008-2013, theo khảo sát của Công ty Nghiên cứu Thị trường Euromonitor. Tính cho đến thời điểm hiện nay, thị trường cà phê hòa tan Việt Nam đang diễn ra “cuộc đua tam mã” giữa ba gương mặt tiêu biểu là Vinacafe (Công ty Cổ phần Cà phê Biên Hòa - Vinacafe); Nescafe (Nestlé - Thụy Sĩ) và G7 (Công ty Trung Nguyên), bên cạnh các nhãn hàng nhập khẩu khác. Cuộc đua chiếm lĩnh thị trường giữa 3 doanh nghiệp sẽ tiếp tục là liều thuốc kích thích cho sự phát triển của ngành cà phê Việt Nam.

Dự báo Ngành cà phê Việt Nam trong năm 2011

Thời điểm	Khối lượng (tấn) (r=12,5%)	Kim ngạch (USD) (r=14,4%)
Tháng 1*	145,304	282,794,437
Tháng 2*	144,275	303,146,498
Tháng 3*	160,569	365,007,403
Tháng 4*	126,187	302,130,631
Tháng 5**	102,311	246,241,220
Tháng 6**	106,895	254,020,770
Tháng 7**	85,452	205,301,807
Tháng 8**	69,637	165,827,217
Tháng 9**	59,909	142,181,022
Tháng 10**	57,679	138,340,294
Tháng 11**	81,084	198,280,499
Tháng 12**	165,463	409,343,215
Cộng	1,304,765	3,012,615,013
<p><i>Nguồn: Kết quả dự báo của Trung tâm Tin học và Thống kê</i> <i>Ghi chú: r-sai số dự báo; * Giá trị thực tế; ** Giá trị dự báo</i></p>		

Bảng 02: Dự báo khối lượng và kim ngạch xuất khẩu cà phê theo tháng của năm 2011.

Theo ước tính của ICO, sản lượng cà phê của Việt Nam trong niên vụ 2010/11 đạt khoảng 1.5 triệu bao (bao 60 kg), tức 1.11 triệu tấn, tăng 1.6% so với niên vụ trước. Trong khi đó, theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, trong 4 tháng đầu năm 2011 Việt Nam đã xuất khẩu được 698.3 nghìn tấn cà phê, đạt giá trị 1.5 tỉ đô la, tăng 47.5% về lượng và tăng gấp hơn 2 lần về giá trị (+128.9%) so với cùng kỳ năm ngoái. Bỉ và Mỹ là hai thị trường tiêu thụ cà phê lớn nhất của nước ta với thị phần lần lượt là 11.1% và 10.8%. Tiếp theo là các thị trường Đức, Ý và Tây Ban Nha.

Còn trong 5 tháng đầu năm nay, xuất khẩu cà phê đã vượt 1.8 tỉ đô la, trở thành mặt hàng nông sản đơn lẻ có kim ngạch xuất khẩu cao nhất. Dự báo xuất khẩu cà phê của năm 2011 sẽ đạt mức hơn 1,3 triệu tấn về lượng và hơn 3 tỷ USD về giá trị.

Với thế mạnh về sản xuất cà phê Robusta, và tốc độ tăng trưởng mạnh hai con số của dòng sản phẩm cà phê hòa tan, ngành cà phê được kỳ vọng sẽ đóng góp 3 tỷ USD xuất khẩu của Việt Nam trong năm 2011.

PHÂN TÍCH CÁC DOANH NGHIỆP CÀ PHÊ NIÊM YẾT

Hiện tại có ba doanh nghiệp sản xuất cà phê niêm yết là

- CTCP Vinacafe Biên Hòa (VCF)
- CTCP Cà phê An Giang (AGC)
- CTCP Tập đoàn Thái Hòa (THV)

	VCF	AGC	THV
Giá tham chiếu (Ngày 08/06/2011)	63,000	7,300	8,800
SLCP Lưu hành	26,579,135	8,300,000	55,000,000
Giá trị vốn hóa (tỷ đồng)	1,674.49	60.59	484.00
Cơ cấu sở hữu (%)			
Sở hữu Nhà nước	50.26	0.00	0.00
Sở hữu Nước ngoài	1.66	1.65	11.75
Sở hữu khác	49.08	98.35	88.25
Doanh thu 2010 (tỷ đồng)	1,301.66	1,082.38	2,273.94
Tăng trưởng DT (%)	27.50	(52.10)	(31.10)
LNST 2010 (tỷ đồng)	161.56	18.84	34.80
Tỷ suất lợi nhuận ròng (%)	12.40	1.70	1.90
EPS 2010 (VND)	6,079	2,306	866

Bảng 03: Một số chỉ số chính của ba doanh nghiệp VCF, AGC và THV, Nguồn: Stoxplus

Đây là ba doanh nghiệp có thể coi là đại diện cho ngành cà phê Việt Nam. Tuy cùng hoạt động trong ngành sản xuất sản phẩm cà phê, nhưng ba doanh nghiệp trên có sự khác biệt lớn trong cơ cấu sản xuất sản phẩm, khi mà

- Vinacafe Biên Hòa (VCF) có danh mục sản phẩm bao gồm cà phê rang xay (chiếm khoảng 0.5% tổng doanh thu), cà phê đen hòa tan (1.5%), cà phê sữa 3 trong 1 và cà phê nhân sâm 4 trong 1 (79%) và ngũ cốc dinh dưỡng (19%)
- Cà phê An Giang (AGC) lại tập trung chủ yếu vào sản xuất cà phê nhân xô Robusta chiếm chỉ trọng tới hơn 95%, còn lại là sản xuất điều nhân và tiêu.
- CTCP Thái Hòa (THV) giống như AGC tập trung chủ yếu là sản xuất cà phê nhân, cụ thể là 17.17% cà phê Arabica, 79.12% là cà phê Robusta và 3.71% là sản phẩm cà phê hòa tan và sản phẩm khác.

CTCP Vinacafe Biên Hòa (VCF)

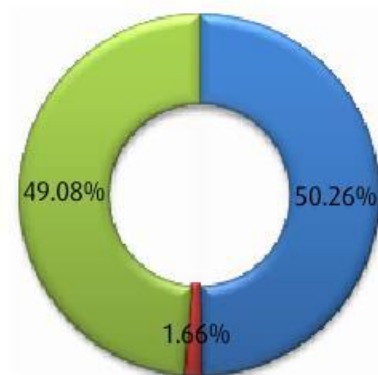
Vinacafe Biên Hòa (Vinacafe BH) được thành lập vào năm 1975 bằng hình thức mua lại nhà máy chế biến cà phê đầu tiên tại Việt Nam. Vinacafe Biên Hòa chỉ xuất khẩu 5 – 10% sản lượng, sản phẩm của Vinacafe Biên Hòa chủ yếu phục vụ thị trường nội địa.

Trong giai đoạn 2006 – 2010, VCF có mức tăng trưởng doanh thu rất ấn tượng, đạt 25%/năm. Tuy là công ty có truyền thống sản xuất cà phê, tuy nhiên, hiện nay sản phẩm ngũ cốc lại là sản phẩm có tốc độ tăng trưởng cao nhất với mức tăng bình quân giai đoạn 2006 - 2010 năm qua là 32%/năm, hiện dòng sản phẩm này chiếm 19% trong cơ cấu tổng doanh thu của VCF. Bên cạnh đó, VCF tiếp tục giữ lợi thế truyền thống về mặt hàng cà phê sữa hòa tan với mức tăng trưởng cao đạt 29%/năm trong cùng kỳ. Hiện tại, VCF đang tập trung vào việc nâng cao công suất hoạt động, tuy nhiên nhanh nhất là Q3/2012 khi nhà máy mới tại KCN Long Thành, Đồng Nai được đưa vào hoạt động thì VCF mới có khả năng đột phá về doanh thu và lợi nhuận.

Trong năm 2011, VCF dự kiến doanh thu sẽ đạt gần 2,000 tỷ đồng, tăng mạnh tới 53.7% so với năm 2010, tuy nhiên ước đạt lợi nhuận ròng 2011 lại khá thấp, chỉ ở mức 139.2 tỷ đồng, xấp xỉ mức dự kiến trong 2 năm 2009 và 2010, và giảm tới 13.8% so với LNST thực tế của năm 2010. Nhiều khả năng nguyên nhân chính khiến VCF không lạc quan về lợi nhuận ròng năm 2011 là do chi phí lãi vay và chi phí sản xuất cao, giá cà phê dự kiến tiếp tục ở mức cao. Bên cạnh đó, dự báo giá đường, một trong ba nguyên liệu chính sản xuất sản phẩm cà phê 3 trong 1, tiếp tục leo thang trong năm 2011 do nguồn cung thiếu hụt.

Đáng chú ý, giá trị hàng tồn kho tại thời điểm 31/12/2010 đạt 196.7 tỷ đồng, tăng mạnh 86.3% so với cùng kỳ năm trước, đây là một trong những yếu tố hứa hẹn tăng trưởng về doanh thu của VCF trong năm 2011.

Do vậy, trong năm 2011, VCF gần như không thể có bước đột phá về lợi nhuận vì các nhà máy hiện tại đã hoạt động gần hết công suất và chi phí đầu vào tăng cao, kết quả kinh doanh 2011 sẽ phụ thuộc nhiều vào kết quả doanh thu từ sản phẩm ngũ cốc.



■ Sở hữu Nhà nước
■ Sở hữu Nước ngoài
■ Sở hữu khác

Cơ cấu chủ sở hữu



Biến động giá và KLGD của VCF trong 6 tháng gần đây, Nguồn: CafeF

GT hàng tồn kho 2010 (tỷ đồng)	196.7
Tăng trưởng giá trị hàng tồn kho	86.3%
Doanh thu 2011 (tỷ đồng)	2,000.0
Tăng trưởng doanh thu 2011	53.7%
LNST 2011 (tỷ đồng)	139.2
Tăng trưởng LNST	-13.8%

Dự báo một số chỉ tiêu tài chính của VCF năm 2011, Nguồn: Stoxplus

CTCP Cà Phê An Giang (AGC)



■ Sở hữu Nước ngoài ■ Sở hữu khác

Cơ cấu chủ sở hữu



Biến động giá và KLGD của AGC trong 6 tháng gần đây, Nguồn: CafeF

GT hàng tồn kho 2010 (tỷ đồng)	169.3
Tăng trưởng giá trị hàng tồn kho	-22.0%
Doanh thu Q1/2011 (tỷ đồng)	77.5
Tăng trưởng doanh thu Q1/2011	-62.7%
LNST Q1/2011 (tỷ đồng)	2.1
Tăng trưởng LNST Q1/2011	327.3%

*Một số chỉ tiêu tài chính Q1/2011 của AGC,
Nguồn: Stoxplus (Tính đến hết ngày 8/6/2011,
AGC chưa có kế hoạch kinh doanh 2011)*

Công ty Cổ phần Cà phê An Giang (AGC) được chuyển sang hình thức công ty cổ phần vào ngày 3/01/2008, tăng vốn đầu tư từ 15 tỷ lên đến 83 tỷ. Với công suất chế biến 60,000 tấn/năm, AGC chiếm tỷ trọng xuất khẩu là 5% so với tỷ trọng xuất khẩu cả nước. Nguồn nguyên liệu chủ yếu của công ty là từ các tỉnh khu vực Gia Lai, Đắk Lắk, Đắk Nông, Lâm Đồng, Đồng Nai, Bình Phước ... thông qua các đại lý và công ty thu mua. Hiện An Giang có khoảng 50 nhà cung cấp thường xuyên giúp đáp ứng đủ nhu cầu sản xuất của công ty. Một số khách hàng lớn của công ty có thể kể đến như Nestle (chiếm xấp xỉ 50% sản lượng của AGC), tập đoàn cà phê Walter Matter, SunWah, Atlantic, Bero, Sucafina, Icona, Mercon, Intercon, Itochu, Volcafe, Sucre Export... Đặc biệt, cà phê nhân của AGC có chất lượng cao do được sơ chế với hệ thống hiện đại loại hạt xấu, làm bóng, phun màu... nên giá xuất khẩu cao hơn trung bình ngành.

Giá trị hàng tồn kho tại thời điểm 31/12/2010 của AGC là 169.3 tỷ đồng, giảm mạnh 22% so với cùng kỳ năm ngoái, đây không phải là một yếu tố tích cực cho kế hoạch sản xuất của năm 2011. Có thể thấy rõ điều này ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả kinh doanh quý I/2011, khi doanh thu Q1/2011 giảm mạnh 62.7% so với cùng kỳ năm ngoái. Tuy nhiên, AGC lại có được tín hiệu tích cực từ kết quả LNST với mức tăng trưởng 327.3% so với cùng kỳ năm ngoái. Bên cạnh khoản mục lợi nhuận khác 1.16 tỷ đồng, tăng trưởng lợi nhuận của AGC đến từ việc giảm mạnh giá vốn hàng bán. Nhiều khả năng trong năm 2011, tăng trưởng về LNST của AGC tiếp tục đến từ việc điều chỉnh giảm giá vốn hàng bán.

Bên cạnh mảng sản xuất chính là cà phê nhân, AGC còn hoạt động trong lĩnh vực khai thác cảng, vận tải, tuy nhiên, đây vốn không phải lợi thế của AGC, do đó không loại trừ rủi ro đến từ hai lĩnh vực này. Về lĩnh vực sản xuất cà phê nhân, chủ yếu sản phẩm của AGC là Robusta có mức giá tương đối ổn định, hệ thống khách hàng ổn định, điều này đồng nghĩa với việc đột biến về doanh thu và lợi nhuận của AGC sẽ chỉ đến từ việc duy trì giá vốn hàng bán ở mức thấp.

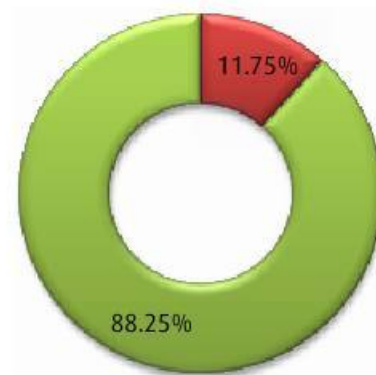
CTCP Thái Hòa (THV)

Công ty cổ phần Tập đoàn Thái Hòa Việt Nam tiền thân là Công ty TNHH Sản xuất và Thương mại Thái Hòa được thành lập năm 1996 với vốn điều lệ ban đầu là 0.5 tỷ đồng. Hiện nay, CTCP Tập đoàn Thái Hòa đang hoạt động theo mô hình công ty mẹ - công ty con với 11 ông ty con, sở hữu chi phối trên 51%, trong đó có 05 công ty sở hữu 100% vốn cổ phần với hệ thống chế biến hiện đại trên khắp các vùng cà phê của Việt Nam, THV cũng đang có kế hoạch mở rộng sản xuất sang thị trường Lào tiềm năng.

Cơ cấu doanh thu và lợi nhuận của các sản phẩm cà phê Arabica, Robusta, cà phê hòa tan và các sản phẩm khác qua các năm cho thấy THV chủ trương phát triển thế mạnh của mình là nâng tỷ trọng xuất khẩu cà phê Arabica. Với lợi thế đứng đầu Việt Nam về xuất khẩu Arabica cùng với biến động tăng giá kỷ lục của cà phê thế giới trong thời gian gần đây. Trong năm 2010, mặc dù doanh thu của THV giảm tới 31.1% và chi phí tài chính tăng mạnh tới 75.7% tuy nhiên mức giảm giá vốn hàng bán lên tới 38.22% đã giúp cho THV tăng trưởng mạnh mẽ LNST với mức tăng xấp xỉ 32 lần so với cùng kỳ năm 2010. Bước sang 2011 với lợi thế hàng tồn kho tăng cao 51.4%, THV tự tin đưa ra dự kiến doanh thu 2011 đạt 3,239 tỷ đồng, tăng 42.4% so với cùng kỳ năm 2010, LNST dự kiến cũng tăng mạnh 129.9% đạt xấp xỉ 80 tỷ đồng.

Công ty luôn duy trì mức dư nợ cao, tổng dư nợ ngắn hạn và dài hạn tại thời điểm cuối năm 2010 đã ở mức trên 2,000 tỷ đồng, đây là áp lực lớn lên hoạt động sản xuất kinh doanh của THV, đặc biệt trong giai đoạn lãi suất cho vay đang ở mức cao như hiện nay. Tuy nhiên, các khoản vay của THV chủ yếu là các khoản vay ngắn hạn, và được tài trợ bởi các hợp đồng xuất khẩu, do đó mặc dù tỷ giá biến động mạnh trong năm 2010, nhưng THV là doanh nghiệp xuất khẩu nên không chịu ảnh hưởng nhiều bởi yếu tố này.

Giá cà phê Arabica tiếp tục xu hướng tăng mạnh là cơ sở để THV đặt mục tiêu tăng trưởng ở mức cao trong năm 2011. THV thực hiện tăng vốn điều lệ lên 1,000 tỷ và phát hành 1,500 tỷ trái phiếu chuyển đổi đầy tham vọng trong năm 2011 chưa có kết quả rõ ràng, do đó nhiều khả năng kết quả sản xuất kinh doanh thực tế 2011 sẽ có nhiều biến động so với dự báo.



■ Sở hữu Nước ngoài ■ Sở hữu khác

Cơ cấu chủ sở hữu



Biến động giá và KLGD của THV trong 6 tháng gần đây, Nguồn: CafeF

GT hàng tồn kho 2010 (tỷ đồng)	1,524.2
Tăng trưởng giá trị hàng tồn kho	51.4%
Doanh thu 2011 (tỷ đồng)	3,239.0
Tăng trưởng doanh thu 2011	42.4%
LNST 2011 (tỷ đồng)	80.0
Tăng trưởng LNST	129.9%

Dự báo một số chỉ tiêu tài chính của THV năm 2011, Nguồn: Stoxplus

KHUYẾN NGHỊ ĐẦU TƯ

- Với thế mạnh về sản xuất cà phê Robusta, và tốc độ tăng trưởng mạnh hai con số của dòng sản phẩm cà phê hòa tan, ngành cà phê được kỳ vọng sẽ đóng góp 3 tỷ USD xuất khẩu của Việt Nam trong năm 2011. Ngành cà phê của Việt Nam đang đứng trước cơ hội tiến dần lên trong chuỗi giá trị sản xuất cà phê. Không chỉ dừng lại ở thế mạnh xuất khẩu cà phê truyền thống, thị trường trong nước rộng lớn là nơi các doanh nghiệp cà phê của Việt Nam tìm kiếm cơ hội, do đó cổ phiếu ngành cà phê hứa hẹn tiềm năng lớn trong dài hạn.
- Mặt khác, cà phê vốn là sản phẩm mang tính đầu cơ, cổ phiếu ngành cà phê có thanh khoản tốt và có sức bật tương đối mạnh so với thị trường, do đó phù hợp với cả xu hướng đầu tư ngắn hạn, lướt sóng.
- Trong ba doanh nghiệp cà phê niêm yết, VCF là cổ phiếu phù hợp hơn với NĐT trung và dài hạn, ít có khả năng tạo đột biến về doanh thu và lợi nhuận trong năm 2011 do phải đối mặt với chi phí nguyên vật liệu đầu vào tăng cao trong khi khả năng tăng giá thành sản phẩm là không cao do phải cạnh tranh mạnh mẽ với hai doanh nghiệp lớn trên thị trường cà phê hòa tan là Nestle' và Trung Nguyên
- Trong năm 2011, chúng tôi nhận định THV sẽ có lợi thế lớn do có lượng hàng tồn kho lớn đi cùng xu hướng giá cà phê Arabica tăng cao. Giá vốn hàng bán tiếp tục duy trì ở mức thấp trong niên vụ 2010/2011 và hưởng lợi từ xu hướng tăng giá cà phê thế giới cũng sẽ là những yếu tố thuận lợi hỗ trợ cho AGC. Tuy nhiên, AGC với sản phẩm chính là Robusta, có biến động giá không mạnh và sản lượng sản xuất hàng năm ổn định sẽ khó có thể tạo ra đột biến về kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh so với THV.

KHOẢNG PHÂN TÍCH - ĐẦU TƯ

Vũ Duy Khánh – Chuyên viên phân tích

Nguyễn Tiến Đạt – Chuyên viên phân tích

Nguyễn Thị Vân Anh – Chuyên viên phân tích

Đỗ Phạm Minh Tú – Chuyên viên phân tích

TRỤ SỞ CHÍNH:

39 Ngô Quyền, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Tel: (84-4) 22205678 (ext: 408)

Fax: (84-4) 22205668

Email: research@sme.vn

Website: <http://www.smes.vn>

CHI NHÁNH TP. HCM:

11 Trần Quốc Thảo, Quận 3, HCM

Tel: (84-8) 310147388

Fax: (84-8) 310308707

Email: research@sme.vn

Website: <http://www.smes.vn>

** Tất cả những thông tin nêu trong báo cáo phân tích này đã được xem xét cẩn trọng, tuy nhiên Công ty Cổ phần Chứng khoán SME (SMES) không chịu bất kỳ một trách nhiệm nào đối với tính chính xác của những thông tin được đề cập đến trong báo cáo. Mọi quan điểm cũng như nhận định phân tích trong bản tin cũng có thể được thay đổi mà không cần báo trước. Báo cáo chỉ nhằm mục tiêu cung cấp thông tin mà không hàm ý khuyến cáo người đọc mua, bán hay nắm giữ chứng khoán. Người đọc chỉ nên sử dụng báo cáo phân tích này như một nguồn thông tin tham khảo.*

SMES có thể có những hoạt động hợp tác kinh doanh với các đối tượng được đề cập đến trong báo cáo. Người đọc cần lưu ý rằng SMES có thể có những xung đột lợi ích đối với các nhà đầu tư khi thực hiện báo cáo phân tích này.

Báo cáo này có bản quyền và là tài sản của Công ty Cổ phần Chứng khoán SME (SMES). Mọi hành vi sao chép, sửa đổi, in ấn mà không có sự đồng ý của SMES đều trái luật. Bản quyền thuộc Công ty Cổ phần Chứng khoán SME, 2011.