

THEO NHẬN ĐỊNH CỦA NHIỀU CHUYÊN GIA, NGÀNH CÀ PHÊ KHÓ CÓ THỂ DUY TRÌ THÀNH TỰU XUẤT KHẨU TRÊN 3 TỶ ĐÔ LA MỖI NĂM DO NĂNG SUẤT VÀ SẢN LƯỢNG ĐÃ CHẠM NGƯỠNG GIỚI HẠN. LIỆU CÀ PHÊ CHẾ BIẾN CÓ LÀ MỘT HƯỚNG PHÁT TRIỂN PHÙ HỢP CHO NGÀNH CÀ PHÊ VIỆT NAM ĐỂ XÓA BỎ TÌNH TRẠNG ĐƯỢC MÙA MẤT GIÁ VÀ NÂNG CAO KIM NGẠCH XUẤT KHẨU TRONG NHỮNG NĂM TỚI?

● HỒNG TUYẾT

Chạm ngưỡng giới hạn

Năm 2012, cà phê Việt Nam xuất khẩu đạt 1,6 triệu tấn, kim ngạch đạt 3,4 tỷ đô la, đứng ở vị trí thứ 4 trong câu lạc bộ các ngành hàng nông, lâm, thủy sản có kim ngạch trên 2 tỷ đô la, đóng góp 13,2% vào tổng kim ngạch xuất khẩu toàn ngành nông lâm thủy sản và có tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng đầu trong nhóm 10 mặt hàng có tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu lớn nhất năm 2012. Lượng xuất khẩu trong năm 2012 tăng 55% so với năm 2011 và là mức cao kỷ lục trong lịch sử xuất khẩu cà phê Việt Nam. Lượng xuất khẩu tăng gấp rưỡi so với năm 2011 đã bù đắp cho sự sụt giảm về giá, nên kim ngạch xuất khẩu cả năm tăng gần 50% so với năm 2011.

Tuy nhiên triển vọng kim ngạch xuất khẩu cà phê Việt Nam trong tương lai tiếp tục giữ vững ở mức này khó có thể lặp lại do sản lượng bị hạn chế vì các vấn đề diện tích, năng suất và chất lượng vườn cây.

Diện tích canh tác cà phê đã lên tới gần 615.000 héc ta, cao hơn 23% so với quy hoạch tổng thể ngành đến năm 2020, do đó khó có khả năng tiếp tục mở rộng. Năng suất cà phê trung bình của Việt Nam đã đạt tới 2 tấn/héc ta, cao hơn gấp rưỡi so với năng suất trung bình của Indonesia và duy trì ổn định trong khoảng 5 năm vừa qua.

Đây cũng là mức năng suất cao nhất trong các quốc gia sản xuất cà phê Robusta, và vượt xa năng suất trung bình trong nhóm các nước sản xuất cà phê Arabica. Như vậy, khả năng tăng sản lượng thông qua tăng diện tích và tăng năng suất khá hạn chế, hệ

CÀ PHÊ CHẾ BIẾN:

Khe cửa HEP

vào thị trường thế giới



quả là lượng xuất khẩu một số năm tới khó có thể gia tăng mạnh. Mặt khác, trong hai loại cà phê cơ bản là Robusta và Arabica thì trên thị trường thế giới thì hương vị của Arabica được ưa chuộng hơn, và trong những năm gần đây có mức giá trung bình cao hơn Robusta từ 1,5 tới hai lần. Tuy nhiên, Việt Nam khó có thể gia tăng sản lượng cà phê Arabica do cả nước chỉ có tối đa 35.000 héc ta diện tích có điều kiện phù hợp để sản xuất Arabica, trong khi đó diện tích canh tác Arabica cả nước hiện nay ước đạt 32.000 héc ta.

Do đó, tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của ngành cà phê Việt Nam trong những năm tới cơ bản chỉ có thể dựa vào việc nâng cao giá trị của cà phê Robusta.

Dù đã hơn 30 năm kể từ khi những hạt cà phê Việt Nam đầu tiên được xuất khẩu nhưng tới tận năm

2011 thì trên 95% lượng cà phê xuất khẩu của Việt Nam vẫn ở dưới dạng cà phê nhân. Cà phê Việt Nam thường xuyên bị giao dịch ở mức trừ lùi trong khoảng từ 100-120 đô la/tấn; thậm chí có thời điểm lên tới trên 300 đô la/tấn so với mức giá Robusta giao dịch trên sàn London.

Mặt khác, giá cà phê nhân chỉ chiếm 7% trong chi phí chế biến sản phẩm cuối cùng. Và trong khi giá cà phê thô có những biến động đột ngột và có những giai đoạn suy giảm nghiêm trọng thì giá cà phê chế biến lại duy trì ổn định. Như vậy, xuất khẩu cà phê nhân đang bị thiệt tới hai lần. Thứ nhất là thiệt hại do cà phê Việt Nam phải chịu mức giá trừ lùi gần như là được mặc định trên thị trường thế giới và thứ hai là do xuất khẩu cà phê nhân nên chúng ta bị tác động bởi các biến động giá cả nhiều hơn mặt hàng cà phê chế biến.

Khe cửa hẹp

Tuy nhiên, liệu Việt Nam có nên phát triển ngành cà phê chế biến để xuất khẩu hay không khi thực tế cho thấy tổng kim ngạch xuất khẩu cà phê chế biến của các quốc gia sản xuất cà phê chỉ chiếm 4% trong tổng giá trị thương mại cà phê thế giới lên tới 29 tỉ đô la năm 2010. Con số này hoàn toàn tương tự như 20 năm trước đây; và phần lớn (99%) trong số này là cà phê uống liền; cà phê rang chưa bao giờ vượt quá 1% tổng giá trị cà phê xuất khẩu từ các quốc gia trồng cà phê.

Số liệu ước tính từ Tổ chức cà phê thế giới (ICO) cho thấy khoảng 100 triệu bao (bao 60 kg) hay 76% tổng lượng cà phê tiêu thụ trên thế giới (bao gồm cả lượng cà phê tiêu thụ tại các quốc gia sản xuất) là cà phê rang và cà phê bột. Tại các thị trường nhập khẩu chính, khoảng 75% lượng tiêu thụ là cà phê rang và cà phê bột, và trong đó 87% được rang nội địa.

Khối EU giao dịch khoảng 77% lượng xuất khẩu cà phê đã rang trên thế

giới trong năm 2010 trong khi đó các quốc gia sản xuất cà phê chỉ chiếm khoảng 1,5% lượng giao dịch cà phê đã rang; Mỹ, Canada và một số thị trường khác chiếm phần còn lại 21,5%.

Thị trường cà phê rang và cà phê bột trên thế giới hiện nay bị thống lĩnh bởi một số các công ty đa quốc gia lớn (Kraft Foods, Sara Lee/DE và Nestle). Mặc dù một số công ty rang xay nội địa vẫn tồn tại, nhưng chỉ chiếm thị phần nhỏ và chủ yếu là các thị trường ngách (niche market).

Đối với cà phê hòa tan, dung lượng thị trường thế giới hiện còn khá nhỏ, chỉ chiếm khoảng 23,6% (31,1 triệu bao vào năm 2010). Tốc độ tăng trưởng tiêu thụ mặt hàng này cũng ở mức rất khiêm tốn, trung bình đạt 3%/năm trong 15 năm qua. Mặt khác, chỉ 30% cà phê hòa tan tiêu thụ trên thế giới được sản xuất tại các quốc gia sản xuất cà phê còn 70% lượng cà phê hòa tan tại các nước nhập khẩu đã được chế biến thành cà phê hòa tan tại chính các quốc gia đó.

Nguyên nhân chính là do thị trường cà phê hòa tan thế giới hiện nay bị chiếm lĩnh bởi hai công ty đa quốc gia: Nestle và Kraft Foods với khoảng 75% thị phần toàn cầu; chỉ riêng Nestle cung cấp khoảng một nửa nhu cầu thế giới về cà phê uống liền.

Các công ty này thường sản xuất cà phê hòa tan tại các nhà máy riêng và hiếm khi thu mua cà phê hòa tan từ các nhà cung cấp độc lập. Mặt khác, các nước tiêu thụ cà phê lớn trên thế giới như Mỹ, các nước EU, Nhật... đánh thuế rất cao cà phê nhập khẩu đã qua chế biến. Bên cạnh đó, vấn đề sở thích của người tiêu dùng và vệ sinh an toàn thực phẩm đối với sản phẩm cà phê đã qua chế biến là những rào cản kỹ thuật rất khó khăn.

Như vậy, cà phê chế biến của Việt Nam chỉ có một khe cửa rất hẹp để bước vào thị trường thế giới nếu chúng ta không sáng tạo được ra một loại sản phẩm cà phê có hương vị và thương hiệu riêng độc đáo ■

