CÀ PHÊ CHƯA RANG (HS 090111) – THỊ TRƯỜNG Ý

THỐNG KÊ THƯƠNG MẠI VÀ ĐỐI THỦ CẠNH TRANH

1. Tổng khối lượng và giá trị nhập khẩu

Năm 2006, Ý là nhà nhập khẩu lớn thứ ba thế giới về sản phẩm cà phê của Việt Nam. Trong giai đoạn 2002-2006, trung bình xuất khẩu hàng năm của Việt Nam sang Ý tăng 29% về giá trị và 6% về khối lượng. Năm 2006, tổng xuất khẩu các sản phẩm này của Việt Nam vào Ý đạt 67.063 tấn, trị giá 87,336 triệu USD.

2. Các đối thủ cạnh tranh chính

Trong năm 2006, các quốc gia cung cấp cà phê lớn nhất của Ý gồm Brazil (chiếm 42% tỷ trọng nhập khẩu), Ấn Độ (12%), Việt Nam (11%), Colombia (8%), Indonesia (5%) và Guatemala (4%). Tại thị trường Ý, Việt Nam đứng vị trí thứ 3 trong các quốc gia xuất khẩu sản phẩm cà phê chưa rang. Ngoài Brazil chiếm thị phần lớn tại Ý, Ấn Độ là một đối thủ cạnh tranh chính của Việt Nam tại trường này. Trong năm 2006, Ấn Độ xuất vào thị trường Đức 92,743 triệu USD sản phẩm cà phê chưa rang, đứng hàng thứ 2 sau Brazil, tỷ trọng của Ấn Độ trong mặt hàng này là 12% (so với Việt Nam là 11%) và mức tăng trưởng hàng năm là 26% (Việt Nam: 29%): điều đó cho thấy Ấn Độ là đối thủ cạnh tranh chính của Việt Nam tại thị trường nay. Ngoài ra còn có Colombia và Indonesia (đứng thứ 4 và 5 tại thị trường này) cũng là đối thủ cạnh tranh chính của Việt Nam, cả 2 quốc gia này đều có mức độ tăng trưởng hàng năm từ 2002 – 2006 cao hơn Việt Nam (32% và 31%)

Bảng 1 - Các nhà cung cấp sản phẩm cà phê chưa rang lớn nhất vào thị trường Ý năm 2006

Quốc gia	Giá trị (triệu USD)	Số lượng (tấn)	Tăng trưởng về giá trị '02–'06 (%)
Thế giới	793,880	416.592	22
1. Brazil	333,019	153.099	27
2. Ấn Độ	92,743	53.450	26
3. Việt Nam	87,336	67.063	29
4. Colombia	59,686	23.895	32
5. Indonesia	37,512	28.000	31
6. Guatemala	29,425	10.345	13

Nguồn: Trademap (2008)

Một số nhà xuất khẩu hàng đầu các sản phẩm cà phê chưa rang của các nước cung cấp chính sang Ý gồm:

- COMEXIM Ltda - Santos, SP. (Brazil, www.comexim.com.br)
- BOURBONCOFFEES (Brazil, www.bourboncoffees.com/ing/index.html)
- CIA IGUACU DE CAFE SOLUVEL (Brazil, www.iguacu.com.br/eua/index.asp)
- ACEXBRAZIL (Brazil, www.acexbrasil.com.br/company.html)
- Porto Brazil - Santo Andre, SP. (Brazil, www.portobrazil.com)
- C.I. Old Spanish Main, Ltda. (Colombia, www.oldspanishmain.com)
- Eselen IndCof Exports - Chikmagalur, Karnataka. (Ấn Độ, www.eselencoffee.com)
- Rawther's Coffee - Bangalore, Karnataka. (Ấn Độ, www.rawther.co.in)
- Paradise Coffee – Jakarta. (Indonesia, www.paradise-coffee.com)

Tham khảo thêm tại : http://www.lucidcafe.com/cafebystate/export.html

http://www.thefoodworld.com/food-exporters-importers

3. Khuyến nghị

Các nhà xuất khẩu nên thiết lập quan hệ kinh doanh lâu dài với khách hàng. Tránh phải cạnh tranh với Brazil bằng cách tập trung sản xuất hàng chất lượng cao. Không nên chỉ tập trung vào sản xuất hàng giá rẻ. Tính kiên định và niềm tin là chìa khóa của thành công. Ngoài ra, hãy vào các trang web của các đối thủ cạnh tranh để biết thông tin và học hỏi từ họ.