

N i dung

- ▶ **Gi i thi u chung**
- ▶ **c i m c a ngành**
 - Di n tích tr ng
 - N ng su t ngành
 - Th tr ng ngành
 - S n ph m ngành
- ▶ **Cung c u cao su trên th gi i**
 - Ngu n c u
 - Ngu n cung
- ▶ **Tri n v ng phát tri n ngành**
 - Tình hình th gi i
 - Ngành cao su Vi t Nam
- ▶ **Phân tích SWOT**
- ▶ **Các doanh nghi p cao su niêm y t**

NGÀNH CAO SU



Gi i thi u chung

Cây cao su là cây công nghi p dài ngày, có kh n ng thích ng r ng, tính ch ng chu v i i u ki n b t l i cao và là cây b o v môi tr ng nên c nhi u n c có i u ki n t nhiên, kinh t - xã h i thích h p quan tâm phát tri n trên qui mô di n tích l n. Hi n nay, Vi t Nam ch tr ng và khai thác cây cao su t nhiên. Các gi ng cao su ang c tr ng là GT1, PR 225, PR 261, Hevea brasiliensis.... và m t s gi ng m i nh RRIV 4, RRIV 2.

Th i gian khai thác c a cây cao su th ng kéo dài kho ng 20 n m. Giai o n thi t k c b n c a lô cao su tính t n m tr ng c qui nh tu theo m c thích h p c a vùng t canh tác, trung bình giai o n này kéo dài t 6-8 n m. Giai o n này òi h i nhi u s u t v v t ch t, k thu t, phân bốn c ng nh là s ch m sóc. Tuy nhiên, ây là giai o n cây cao su cho ít m nh t. Lô cao su ki n thi t c b n có t 70% tr lên s cây h u hi u t tiêu chu n m c o thì c a vào c o m .

Vùng ông Nam B , Tây Nguyên, B c Trung B và m t s khu v c t i Nam Trung B là nh ng n i có i u ki n khí h u và t ai phù h p v i cây cao su, nên di n tích cao su ph n l n c tr ng các khu v c này. Trong ó, ông Nam B là khu v c có di n tích l n nh t.

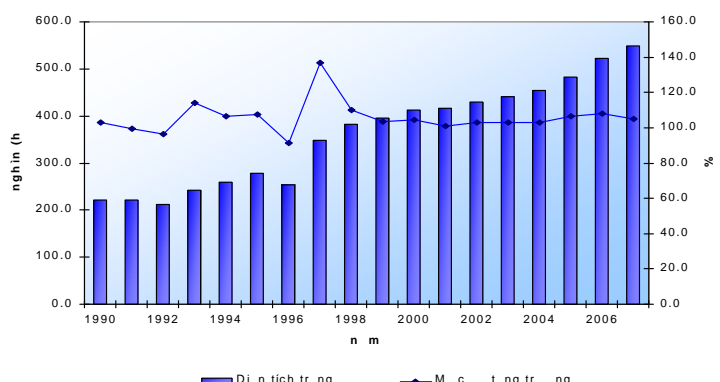
M c dù cao su có ngu n g c t Nam M , nh ng các qu c gia Châu Á m i là các qu c gia s n xu t chính ngành hàng này. Trong ó Malaysia, Thái Lan, Indonesia, n , Trung Qu c và Vi t Nam là các n c s n xu t chính. Các n c xu t kh u chính là Malaysia, Thái Lan, Indonesia và Vi t Nam. Thái Lan là qu c gia ng u trên th gi i v di n tích, n ng su t và s n l ng cao su. ng v trí th hai và th ba là Indonesia và Malaysia. Vi t Nam ng th t trên th gi i v ngu n cung c p cao su thiên nhiên.



c i m c a ngành

Di n tích tr ng

Trong t ng di n tích 500.000 ha tr ng cây cao su n c ta tính n n m 2007, có 63% di n tích ang tu i khai thác. D ki n n m 2010, di n tích cây cao su t m c 700.000 ha. Vùng ông Nam B , Tây Nguyên, B c Trung B và m t s khu v c t i Nam Trung B là nh ng n i có i u ki n khí h u và t ai phù h p v i cây cao su, nên di n tích cao su ph n l n c tr ng các khu v c này. C th : ông Nam B là 339.000 ha; Cao Nguyên là 113.000 ha; Trung tâm phía B c là 41.500 ha và Duyên H i mi n Trung là 6.500ha. Tuy nhiên, qu t tr ng m i cao su t i Vi t Nam hi n còn không nhi u. Các doanh nghi p Vi t Nam m r ng s n xu t ã chuy n h ng sang tr ng và khai thác t i n c b n Lào và Campuchia nh m th c hi n m c tiêu n n m 2015, T p oàn Cao su Vi t Nam s t di n tích tr ng cây cao su Lào và Campuchia là kho ng 100.000 ha/n c.



(Ngu n: T ng c c Th ng kê)

M i chi ti t xin liên h

Tr s chính:

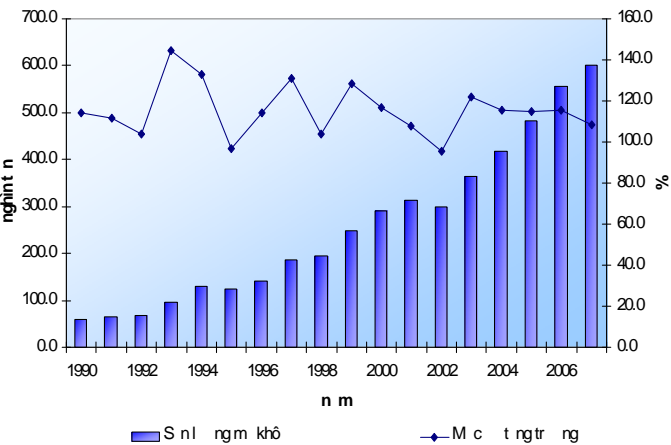
212 Tr n Quang Kh i (1 Lê Ph ng Hi u)
Qu n Hoàn Ki m, Hà N i, Vi t Nam
Tel: 84.4.8248686 / Fax: 84.4.9367082
Website: www.wss.com.vn



Năng suất ngành

Do điều kiện canh tác, đất đai khác nhau nên năng suất cao su của Việt Nam có sự khác nhau giữa các vùng, diện tích sản xuất, chi phí sản xuất khác nhau từ giống, nhân công, tưới tiêu, phân bón, thuốc trừ sâu, bệnh hại, quá trình sản xuất chế biến cao su. Trong thời gian qua, ngành cao su Việt Nam đã chú trọng đầu tư thâm canh nên đã nâng cao đáng kể năng suất trên một diện tích vườn cây, từ 1,73 tấn/ha năm 1995, tăng lên 1,96 tấn/ha năm 2006 và 2,07 tấn/ha năm 2007, cao su Việt Nam xếp thứ 2 trên thế giới về năng suất.

Năng suất của công nhân, có nhân công làm việc khai thác mủ cao su, tùy thuộc vào kinh nghiệm và sức khỏe của công nhân. Nguồn lực lao động dồi dào, chi phí lao động thấp góp phần vào việc áp dụng những pháp canh tác hiệu quả nên đã tạo ra lợi thế cạnh tranh của ngành cao su so với các ngành khác.



(Nguồn: Tổng cục Thống kê)

Các giống cây cao su được trồng chủ yếu ở Việt Nam:

STT	Tên giống	Năng suất TB (kg/ha/năm)
1	PB235	1.685
2	GT1	1.225
3	PB260	1.522
4	RRIM600 (mô tả giống tại Tây Nguyên)	1.275
5	VM515	1.708
6	PB255	1.918

Thị trường ngành

Thị trường trong nước

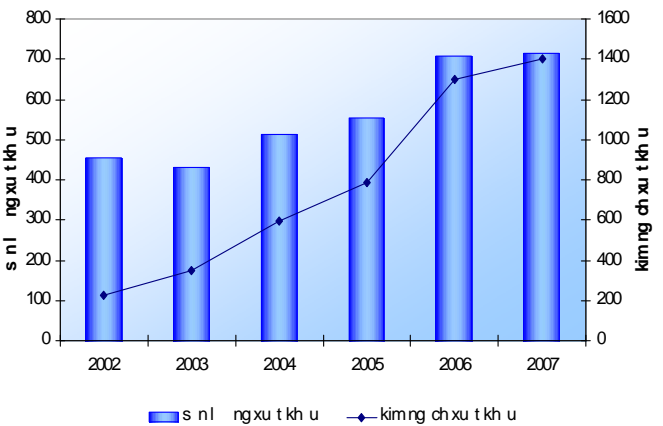
Thị trường trong nước khá nhỏ bé so với thị trường xuất khẩu. Nhu cầu sử dụng sản phẩm cao su của thị trường trong nước chỉ chiếm khoảng 10-15% tổng sản lượng cao su sản xuất hàng năm. Do đầu tư cho công nghiệp chế biến cao su còn thấp nên hiện nay chỉ có khoảng 20% cao su thiên nhiên chế biến. Các sản phẩm chế biến từ cao su tiêu thụ thị trường trong nước chủ yếu bao gồm: các loại lốp xe, dụng cụ tay cầm, băng chuyền, đai, phụ tùng trong sản xuất công nghiệp, và các mặt hàng sản phẩm dùng trong lĩnh vực y tế, phòng và an ninh như các loại lốp dùng cho các máy bay.

Trong các ngành có 3 doanh nghiệp sản xuất các sản phẩm cao su là Công ty cao su Sao vàng, Công ty cao su miền Nam và Công ty cao su An Giang. Việc xây dựng các công ty liên doanh sản xuất các sản phẩm cao su đã tăng lên trong những

năm gần đây. Điều đáng chú ý có nghĩa là một phần sản lượng cao su của các doanh nghiệp hiện nay được sản xuất trong nước làm nguyên liệu cho các nhà máy này.

Thị trường xuất khẩu

Cao su Việt Nam sản xuất chủ yếu xuất khẩu. Theo Hiệp hội Cao su Việt Nam, cao su xuất khẩu đứng vị trí thứ 7 trong số các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD và có ảnh hưởng lớn trong những mặt hàng có mặt xuất khẩu cao nhất. Xuất khẩu cao su đứng vị trí thứ hai sau gạo trong số các mặt hàng nông sản và vị trí cây cao su ngày càng góp phần quan trọng trong kim ngạch xuất khẩu của các nước.



(Nguồn: Tổng cục Hải quan; đơn vị: nghìn tấn, triệu USD)

Theo số liệu của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu cao su năm 2007 có mặt xuất khẩu tăng trưởng rất nhanh vào thị trường Nga, chiếm tỷ giá, ví dụ loại cao su SVR tăng từ 165 USD/tấn, thị trường Nhật Bản tăng trên 130 USD/tấn, tiếp theo là Trung Quốc khoảng trên 70 USD/tấn, Nhật Bản tăng 64 USD/tấn...

Lợi nhuận và giá cao su thiên nhiên xuất khẩu trong 7 tháng đầu năm 2008

Tháng	Xuất khẩu 2008			So 2007		
	Tấn	ngàn USD	USD/tấn	% tăng	% USD	% USD/tấn
1	51.515	116.985	2.271	78,8	109,2	138,6
2	31.186	72.658	2.330	95,4	123,5	129,5
3	40.894	102.247	2.500	107,0	140,7	131,5
4	37.721	96.496	2.558	84,7	111,2	131,3
5	26.576	70.573	2.656	53,4	70,2	131,3
6	48.360	140.001	2.835	90,5	127,8	141,3
7	71.960	216.457	3.008	105,8	167,3	158,1
Tổng	308.212	815.417	2.646	87,6	122,6	140,1
T7 / T6	148,8%	154,6%	103,9%			

(Nguồn: Hiệp hội Cao su VN tổng hợp từ nguồn Thông tin Thị trường, 7/2-8/2008)

Việt Nam đã mở hàng thị trường xuất khẩu cao su, sau Thái Lan, Indonesia và Malaysia. Việt Nam xuất khẩu cao su đến 40 nước và vùng lãnh thổ trên thế giới với thị trường XK lớn nhất là Trung Quốc (chiếm tới 64% tổng XK), tiếp theo là Singapore, Hàn Quốc, Đài Loan, Nga, Nhật, Hoa Kỳ...

Thị trường xuất khẩu cao su trong 7 tháng đầu năm 2008

TT	Thị trường	7 tháng 2008		So 7 tháng 2007 (%)		Thị phần (%)
		Tấn	1.000 USD	Lượng	Giá trị	
1	Trung Quốc	199.142	542.460	94,3	136,3	64,6
2	Hàn Quốc	16.147	36.962	92,1	121,0	5,2
3	Ấn Độ	13.144	33.778	88,2	113,0	4,3
4	Đài Loan	10.275	27.614	61,6	81,2	3,3
5	Nga	7.756	23.108	94,2	138,9	2,5
6	Nhật Bản	7.618	20.517	112,3	136,2	2,5
7	Malaysia	6.971	18.102	39,3	51,9	2,3
8	Hoa Kỳ	5.947	13.422	56,7	78,4	1,9
9	Thailand	5.452	12.480	113,5	140,2	1,8
10	Brazil	4.606	8.213	80,5	100,6	1,5
	Khác	31.154	78.761			10,1
	Tổng cộng	308.212	815.417	87,6	122,6	100

(Nguồn: Hiệp hội Cao su VN tính theo số liệu của Bộ NN-PTNT)

Thị trường xuất khẩu tự nhiên - Trung Quốc

Trung Quốc là thị trường xuất khẩu cao su thiên nhiên chủ yếu của Việt Nam trong năm 2007 với tỷ trọng chiếm khoảng 65% số lượng xuất khẩu. Nhu cầu cao su thiên nhiên của Trung Quốc là 1,7 triệu tấn/năm (năm 2007 tăng khoảng 40% so với năm 2006, tăng 10% so với năm 2005), trong khi sản xuất không đáp ứng nhu cầu phát triển của ngành công nghiệp chế biến các sản phẩm cao su. Vì vậy, các doanh nghiệp và sau này, Việt Nam vẫn là một trong những thị trường xuất khẩu cao su lớn vào Trung Quốc.

Từ năm 1995, sản lượng cao su thiên nhiên Việt Nam xuất khẩu sang Trung Quốc khá lớn và có sự tăng trưởng mạnh mẽ năm 2007. Sản phẩm Trung Quốc nhập khẩu từ Việt Nam là do gần 90% sản lượng SVR3L của Việt Nam thích hợp vì vì các sản phẩm cao su chủ yếu là các sản phẩm cao su. Vì vậy, các doanh nghiệp và sau này, Việt Nam vẫn là một trong những thị trường xuất khẩu cao su lớn vào Trung Quốc.

Sản phẩm ngành

Hiện nay, Việt Nam có bốn chủng loại sản phẩm cao su chính là:

- **Cao su khảm (SVR):** Là loại cao su mủ, trong đó có 3L chiếm tỷ lệ cao nhất (các sản phẩm mủ SVR 3L, L, 5 chiếm 71,7%). Ngoài ra còn có các loại khác như SVR 10, SVR 20 cũng đáp ứng tiêu chuẩn Việt Nam nhưng tỷ lệ không nhiều. Vì các sản phẩm SVRCV50, SVRCV60 theo yêu cầu của khách hàng.

Loại mủ công nghiệp (mủ kem, mủ li tâm): Loại này thường dùng làm các mặt hàng cao su như găng tay, bóng, ... chiếm tỷ lệ khoảng 3%, hiện nay chiếm 4,7%.

- **Loại cao su xông khói và cao su tẩy rửa công nghiệp (RSS hoặc ICR):** Chiếm khoảng 1,4%.
- **Cao su CR 2, 3 và 4:** loại này chiếm khoảng 0,2%.

Thị trường xuất khẩu cao su của Việt Nam trên thế giới chỉ chiếm khoảng 7% tính theo số lượng xuất khẩu. Nhưng do uy tín của cao su nên giá xuất khẩu cao su của Việt Nam còn thấp hơn so với giá cao su trên thị trường thế giới. Cùng một mặt hàng RSS1 nhưng giá cao su của Việt Nam bán trên thị trường kém Malaysia, Singapore và Mỹ. Hiện nay, giá cao su thấp còn do chủ yếu là cao su của Việt Nam chất lượng cao, chủ yếu là loại SVR 3L. Việt Nam hiện nay tập trung chuyển vào các sản phẩm cao su tự nhiên chất lượng cao, ví dụ 60% là cao su tự nhiên đã được xử lý và cao su tự nhiên đã được xử lý. Mặc dù hoạt động xuất khẩu cho ngành cao su trong những năm gần đây đã có quan tâm hơn nhưng quy mô sản xuất còn nhỏ, hoạt động theo hình thức gia công là chủ yếu khi cần cho sản xuất và chủ yếu là sản phẩm cao su công nghiệp chất lượng cao như mong muốn. Vì vậy, những mặt hàng thị trường cần và có giá cao như cao su ly tâm, SVR 10, 20... thì Việt Nam sản xuất ít; trong khi đó các loại SVR 3L giá thấp, thị trường trên thế giới cần ít thì lại là sản phẩm xuất khẩu chính của nước ta.

Chủng loại cao su xuất khẩu trong tháng 7/2008

Chủng loại	Lượng (tấn)	Lượng (%)	USD/tấn	Số cùng kỳ 2007 v/l (%)
SVR CV 50	371	0,5	3.132	-2,6
SVR CV 60	1.061	1,5	3.222	-59,7
SVR L	243	0,3	3.313	-65,1
SVR 3L	31.275	43,5	3.266	-6,8
SVR 5	1.489	2,1	3.156	-35,6
SVR 10	12.376	17,2	2.880	21,7
SVR 20	534	0,7	2.910	-65,9
CSR L	919	1,3	3.232	-47,6
CSR 5	337	0,5	3.036	49,1
CSR 10	947	1,3	2.985	-8,5
Cao su hỗn hợp	200	0,3	2.805	-93,0
Skim Block	731	1,0	2.717	199,1
RSS	710	1,0	3.349	-38,1
RSS 3	2.414	3,4	2.968	119,3
Latex	5.650	7,9	1.860	-35,3
Khác	12.703	17,7	2.962	
Tổng cộng	71.960	100	3.008	

(Nguồn: Hiệp hội Cao su VN tính theo số liệu của Thông tin Thương mại, 18/8/2008)

Chủng loại cao su xuất khẩu chủ yếu nhất trong tháng 7/2008 vẫn là SVR 3L (43,5%), kế tiếp là SVR 10 (17,2%), latex (7,9%). Hiện tại, các chủng loại xuất khẩu chủ yếu là cao su hỗn hợp (-93%). Riêng SVR 10, Skim và RSS 3 tăng so với cùng kỳ năm 2007.

Cung cấp cao su trên thế giới

Nguồn cung

Theo Tổ chức Nghiên cứu Cao su Quốc tế (IRSG), trung bình mỗi năm trên thế giới tiêu thụ khoảng 9,7 triệu tấn cao su tự nhiên, trong đó các sản phẩm dùng cho ngành công nghiệp chế biến sản phẩm chiếm tới 50% tổng nhu cầu. Dự kiến, tiêu thụ cao su thiên nhiên thế giới năm 2008 sẽ tăng khoảng 10,1 triệu tấn và năm 2020 sẽ là 31,3 triệu tấn.

Giá dầu mỏ - nguyên liệu sản xuất cao su tăng mạnh - tăng cao và thị trường giá mủ trên 100 USD/thùng. Điều này làm tăng chi phí sản xuất cao su tự nhiên, giá thành của cao su tự nhiên tăng cao, khiến các nhà sản xuất chuyển sang cao su tổng hợp thay thế cho cao su tự nhiên. Nhu cầu của các nước tiêu thụ thị trường tiềm năng như, các thị trường các nước kinh tế phát triển nhanh như Trung Quốc, Ấn Độ, Nga và Brazil; trong khi nguồn cung các nước sản xuất, các



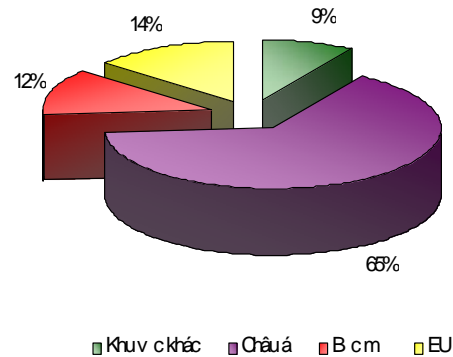
nhà nhập khẩu, nhất là các hãng sản xuất xe ô tô. Giá mủ cao su thối giảm liên tục trong 3 năm trở lại đây do nhu cầu tiêu thụ giảm nhanh, có thể là do giá cao su xuất khẩu giảm đáng kể là 2.475 USD/tấn. Giá mủ cao su quá cao vào năm 2007 khiến nhu cầu giảm và các nhà sản xuất không dám mua nữa, dẫn đến việc kho dự trữ không có hàng. Do vậy, nhu cầu về cao su thiên nhiên có đoán sẽ tiếp tục tăng trong những năm tới.

Nguồn cung

Trong khi nhu cầu tiêu thụ giảm thì giá cao su ngày càng tăng mạnh thì năm 2007, hầu hết các nhà sản xuất cao su lớn đều sản xuất mủ sữa. Thái Lan - nhà sản xuất cao su lớn nhất thế giới - sản lượng giảm khoảng 1,5%, xuất khẩu 3 triệu tấn do mùa lũ khiến cho hoạt động khai thác mủ gián đoạn và diện tích trồng cao su giảm. Nhà sản xuất cao su lớn thứ 2 thế giới, Indonesia, chỉ duy trì mức sản xuất 2,8 triệu tấn do nhu cầu thay đổi thị trường và nhu cầu xuất khẩu. Thêm vào đó vì cấu trúc giá cao su mới sản xuất bình thường do các yếu tố thị trường thay đổi, thì xuất khẩu, nguồn nhân lực, chi phí tài chính cao và tình trạng an ninh bất ổn. Tổng nguồn cung cao su thối giảm trong năm 2007 chỉ tăng 2% so với năm 2006. Trong khi đó, diện tích trồng mủ ở Braxin, Indonesia, Lào, Campuchia... có năm tăng trưởng đáng kể vào khai thác. Dự kiến năm 2008 sản lượng

sản xuất khoảng 9,7-9,8 triệu tấn. Nguồn cung cao su thiên nhiên dự báo sẽ còn khan hiếm ít nhất cho tới 2012. Mủ sản xuất phân tích dự báo giá cao su sản xuất khoảng 18% trong năm 2008, lên 3 USD/kg so với khoảng 2,5 USD/kg vào năm 2007.

Tiêu thụ cao su thiên nhiên



(Nguồn: IRSG, Năm 2007)

Triển vọng phát triển ngành

Tình hình thị trường

Ngành khai thác cao su của Việt Nam chủ yếu phụ thuộc vào xuất khẩu (hơn 80%) nên chịu ảnh hưởng lớn từ nhu cầu bên ngoài. IMF dự báo, tốc độ tăng trưởng của kinh tế toàn cầu sẽ giảm 4,9% năm 2007 xuống còn 3,7% năm 2008 và 3,8% năm 2009. Tuy nhiên, ngành công nghiệp sản xuất ô tô của Trung Quốc, Ấn Độ và các nước đang phát triển khác vẫn tăng trưởng mạnh với tốc độ phát triển trên 10%/năm. Đây là cơ sở mủ cho nhu cầu cao su của những nước này giảm đáng kể trong khi sản lượng cung ứng của xuất khẩu cao su thiên nhiên lớn nhất thế giới như Thái Lan và Indonesia liên tục giảm trong vài năm gần đây do thị trường không thu hút được nhà đầu tư mới vào cây cao su của 2 nước này. Cấu trúc trồng trọt hiện nay 80% là trồng mủ và diện tích cao su trồng mới rất thấp. Sản phẩm mủ cung cấp cho các nhà sản xuất cao su còn tiếp tục tăng cao trong khi chi phí sản xuất (nhân công và vốn cây) không thay đổi nhiều. Như vậy, lợi nhuận từ trồng tiêu thụ công nghệ mới của mủ như hiện nay của các doanh nghiệp khai thác cao su Việt Nam là rất thấp.

Hiện nay, châu Á là khu vực sản xuất cao su thiên nhiên lớn nhất, trong đó, 3 nhà sản xuất cao su thiên nhiên lớn nhất là Thái Lan, Indonesia và Malaysia của vùng Nam Á. Vì vậy, đây là thị trường trọng điểm cho ngành khai thác cao su của Việt Nam. Các nhà đầu tư nước ngoài sẽ tiếp tục đầu tư vào ngành công nghiệp khai thác cao su Việt Nam. Đó là do họ thu hút thêm vốn đầu tư, công nghệ và nâng cao năng lực xuất khẩu cao su Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Ngành cao su Việt Nam

Chỉ tiêu tăng trưởng xuất khẩu cao su tăng trong năm 2008 là 4%, giá tăng 12,4% - mức tăng khá khiêm tốn so với nhu cầu thị trường xuất khẩu chung. Tuy nhiên, nhu cầu trên cơ sở xuất

khẩu cao su năm 2007 (giảm 13% so với mức kỳ vọng) cho thấy thị trường tiêu thụ xuất khẩu trên xem ra không đáng. Theo báo cáo của Hiệp hội Cao su Việt Nam, cao su xuất khẩu chủ yếu tăng trưởng 760.000 tấn trong năm 2007 (giảm 13% so với mức kỳ vọng), nhưng vẫn còn 780.000 tấn cao su chưa phân phối được. Nguyên nhân là do thị trường không thu hút được các nhà đầu tư vào các tỉnh Tây Nguyên, nơi trồng cây nguyên liệu của các công ty lớn trong ngành, trong khi nguồn nhập khẩu cao su từ các nước láng giềng giảm do nhu cầu chung bị hạn chế. Việt Nam xuất khẩu 80% sản lượng mủ cao su sản xuất trong nước, còn lại phân phối mua cao su từ Thái Lan, Campuchia và Indonesia tái xuất. Tuy nhiên, sự tăng trưởng cao su công nghệ mới rất khó có thể tăng trưởng do cấu trúc thị trường chỉ cho các cây non trồng thành và lập kế hoạch, nhưng các cơ quan quản lý vận chuyển và xuất khẩu giá trị xuất khẩu, bị dự báo giá cao su trên thị trường duy trì mức tăng cao, do sản lượng trên thị trường thâm hụt nhiều.

Về chính sách, trong ngành khai thác mủ cao su thì Chính phủ xác định đây là một ngành xuất khẩu chủ lực của Việt Nam; trong khi này còn là loại cây trồng giúp người dân xóa đói giảm nghèo, cải thiện đời sống kinh tế xã hội vùng nông thôn, cung cấp nguyên liệu phát triển công nghiệp chế biến sản phẩm cao su và gỗ cao su nên rất khuyến khích việc đầu tư mở rộng diện tích trồng cao su. Chính phủ, từ năm 2007 Chính phủ đã chỉ đạo tăng diện tích trồng cây cao su từ 600 ngàn ha lên 1 triệu ha vào năm 2015. Chính phủ cho phép các doanh nghiệp đầu tư sang Lào và Campuchia nâng diện tích trồng cao su. Ngoài ra, nhà nước khuyến khích người dân trồng cao su công nghệ mới và thu lợi nhuận từ việc trồng cao su.

Như vậy, các yếu tố trong nước và ngoài nước đang mở rộng thị trường cho phát triển ngành cao su Việt Nam.

Phân tích SWOT

i m m nh	i m y u
<ul style="list-style-type: none"> - Nguồn nhân lực dồi dào và giá nhân công rẻ. Đây là một lợi thế đáng kể của Việt Nam khi ngành khai thác và sản xuất cao su là ngành cần rất nhiều lao động và chi phí lao động chiếm tỷ trọng lớn nhất (70%) trong chi phí giá thành sản xuất. - Hiện tại chỉ có 63% diện tích cao su của Việt Nam được đưa vào khai thác. Ngoài ra, các doanh nghiệp cao su của Việt Nam còn xuất nhập khẩu các sản phẩm cao su từ Lào và Campuchia. Như vậy, tiềm năng mở rộng diện tích trồng cây, tăng sản lượng cao su là rất lớn. Dự kiến diện tích trồng cây cao su sẽ tăng từ 500.000 ha năm 2007 lên 1 triệu ha vào năm 2015. - Việt Nam đã tham gia Consortium Cao su Quốc tế (IRCO), một tổ chức do 3 nước sản xuất cao su hàng đầu thế giới là Thái Lan, Indonesia và Malaysia sáng lập cùng hợp tác giám định giá cao su trên thị trường thế giới. Điều này sẽ làm các doanh nghiệp cao su Việt Nam tăng tính cạnh tranh giá bán. - Cao su của Việt Nam xuất khẩu sang Trung Quốc – thị trường nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam chiếm 40% giá trị xuất khẩu cao su, thu được 40% giá trị xuất khẩu còn 25%. 	<ul style="list-style-type: none"> - Trình độ tay nghề của công nhân chưa cao nên năng suất khai thác cao su thấp hơn so với các nước trong khu vực. - Công suất sản phẩm chưa phù hợp với nhu cầu của thị trường. Cao su xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu là sản phẩm cao su tự nhiên chưa có xử lý và đóng nguyên thùng như SVR 3L. Nhu cầu loại cao su này của thị trường thế giới, trừ Trung Quốc. - Tỷ lệ xuất khẩu sản phẩm thô còn rất lớn chiếm hơn 80% sản lượng cao su sản xuất, dẫn đến làm giảm giá trị xuất khẩu. - Thị trường tiêu thụ chủ yếu là Trung Quốc và các nước trong khu vực. Tiêu chuẩn kỹ thuật của cao su trước khi xuất khẩu vẫn chưa được uy tín cho Việt Nam. - Cao su Việt Nam hiện nay vẫn chưa có thị trường hi vọng trên thị trường thế giới nên luôn phải bán qua trung gian với giá thấp hơn so với các nước khác. Ngoài ra, tình trạng tranh mua tranh bán của các doanh nghiệp cao su Việt Nam với nhau cũng gây bất lợi cho thị trường. - Công nghệ khai thác, chế biến sản phẩm cao su chưa có sự đổi mới làm giảm giá trị và lợi ích kinh doanh của sản phẩm cao su Việt Nam khi xuất khẩu.
C h i	Thách thức
<ul style="list-style-type: none"> - Việc gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) mang lại những thách thức và cơ hội cho các sản phẩm cao su của Việt Nam. Việt Nam sẽ phải cạnh tranh với các nước xuất khẩu cao su sang thị trường này và có nhiều cơ hội thu hút đầu tư, chuyển giao công nghệ từ các nước phát triển. - Ngành công nghiệp ô tô thế giới, đặc biệt là của Trung Quốc và Hàn Quốc, đang có tốc độ phát triển rất nhanh nên nhu cầu sản xuất lốp xe là rất lớn, trong khi cao su là nguyên liệu chính sản xuất lốp xe. - Bên cạnh đó, cao su còn có sự cạnh tranh sản xuất với các sản phẩm khác như nhựa, thép, nhôm, giấy, v.v. - Giá dầu thô, nguyên liệu chính sản xuất cao su tăng cao, trong vài năm gần đây liên tục có biến động tăng khi nhu cầu cho các nhà sản xuất đã chuyển sang sản xuất cao su tự nhiên. Xu hướng này làm tăng nhu cầu và giá cả cao su nguyên liệu trong tương lai. 	<ul style="list-style-type: none"> - Thị trường tiêu thụ cao su hiện nay có những biến động khó lường, những tiêu chuẩn kỹ thuật ngày càng cao và đòi hỏi các quốc gia xuất khẩu cao su phải cải thiện chất lượng sản phẩm như Indonesia, Thái Lan... - Thị trường xuất khẩu cao su của Việt Nam còn thiếu sự đa dạng hóa. Trung Quốc vẫn là thị trường nhập khẩu chính (chiếm 60%) nên rủi ro là rất lớn. Chính sách thay đổi về chính sách nhập khẩu của ngành cao su cũng như sản xuất lốp xe, ô tô của chính phủ Trung Quốc cũng ảnh hưởng đến giá cao su của Việt Nam biến động theo. - Nền kinh tế thế giới đang trong giai đoạn suy thoái nên nhu cầu cao su cũng có thể biến động giảm sút.

Các doanh nghiệp cao su niêm yết

Bảng thông tin các doanh nghiệp cao su niêm yết

Tên công ty	Mã CK	Niêm yết	Vốn L (t VND)	Doanh thu (t VND)	Lợi nhuận (t VND)	EPS (VND)
CTCP cao su Phú	DPR	HOSE	400	704	230	5.801
CTCP cao su Hòa Bình	HRC	HOSE	161	334	133	8.382
CTCP cao su Thành Nam	TNC	HOSE	192,6	166	33,4	1.734
CTCP cao su Tây Ninh	TRC	HOSE	300	514	177,4	5.914

(Nguồn: Báo cáo tài chính kỳ m toán 2007)

Các mã chứng khoán thuộc ngành sản xuất cao su thiên nhiên là nhóm chứng khoán quan tâm của các nhà đầu tư vì khoảng 50.000 chứng khoán chuyên ngành này. Nếu không tính 5 mã chứng khoán có khối lượng giao dịch cao nhất thì STB, DPM, SSI, HPG và PPC thì khối lượng giao dịch trung bình của các chứng khoán trên sàn HOSE là 35.000 chứng khoán/phiên (Số liệu thống kê từ năm 2008 đến nay). Như vậy, chứng khoán cao su thuộc nhóm có tính thanh khoản trung bình khá trên thị trường. Trong đó, DPR là chứng khoán có tính thanh khoản nhất nhóm (trung bình 90.000 chứng khoán/phiên) và HRC là chứng khoán có khối lượng giao dịch ít nhất (trung bình 26.000 chứng khoán/phiên).

Nhóm công ty cao su có đặc điểm chung là vốn chủ sở hữu của Nhà nước và tư nhân hiện lên trên 51%. Trong đó, DPR, HRC và TRC trực thuộc Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam, còn chỉ chiếm 70% số vốn của cao su khai thác ở Việt Nam. Riêng đối với nhà đầu tư TNC là Ủy ban Nhân dân tỉnh Bà Rịa. Ngoài ra, tất cả các công ty ngoài các công ty cao su niêm yết trực thuộc tập đoàn cao su khác là 15% đến 25%. Vì vậy, công ty cao su, số lượng chứng khoán được giao dịch trên thị trường không nhiều.

Năng lực sản xuất của các công ty niêm yết trong ngành

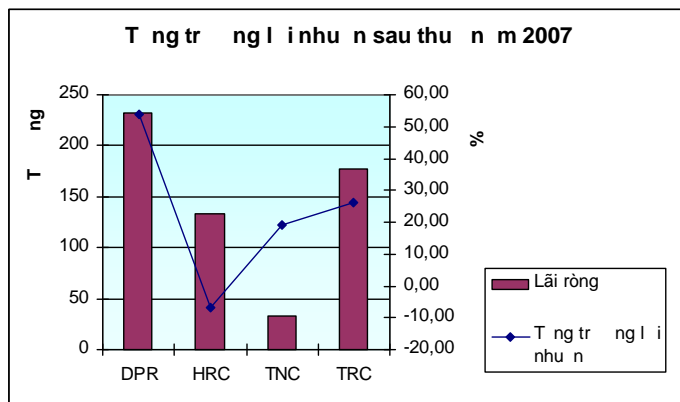
Về hoạt động sản xuất kinh doanh, các công ty khai thác cao su thiên nhiên niêm yết đều có khả năng cạnh tranh mạnh mẽ. DPR là công ty lớn nhất trong 4 công ty ngành cao su chỉ chiếm khoảng 5% tổng sản xuất cao su của cả nước.

Năm 2007	Diện tích trồng (ha)	Diện tích khai thác (ha)	Số lượng khai thác (tấn)	Năng suất (kg/ha/năm)
DPR	9.346	8.046	17.700	2.200
TRC	7.225	6.061	12.000	1.980
HRC	5.040	4.675	6.800	1.455
TNC	2.065	1.558	2.138	1.372

Về năng suất khai thác cao su thì có sự phân hóa rõ rệt của 4 công ty thành 2 nhóm. Nhóm thấp nhất là HRC và TNC, có năng suất khai thác thấp hơn mức trung bình ngành (1,8 tấn/ha) khá nhiều. Năm 2007, năng suất của hai công ty này chỉ đạt 1,455 tấn/ha và 1,372 tấn/ha. Nguyên nhân lý giải là do thời tiết khắc nghiệt, hạn hán kéo dài, mưa bão, lũ lụt xảy ra làm ảnh hưởng đến cây cao su đang tuổi sinh sản, không còn khả năng hấp thụ dinh dưỡng. Đặc biệt là bão số 9 vào cuối năm 2006 đã gây thiệt hại nghiêm trọng cho HRC trên diện rộng khi diện tích khai thác của công ty bị thu hẹp đáng kể. Trong khi đó, ngược lại không còn mưa bão nên trong năm 2008 và những năm sau công ty sẽ phải chờ thanh lý vốn cây kém hiệu quả, vốn cây thay thế do bị gãy đổ trên cao su và giá trị của nó sẽ giảm và có tính toán về chi phí sinh lý theo quy định, thời gian, khí hậu, ...

Tuy có một số tác động tiêu cực nhưng tình hình thị trường của nhóm hai công ty có DPR và TRC hoạt động hiệu quả. Hai công ty này xếp vào nhóm có năng suất khai thác cao nhất toàn ngành, đạt 2.200 kg/ha và 1.980 kg/ha. Lợi thế của hai công ty là do diện tích khá rộng do ảnh hưởng của các tài nguyên và nhân lực, vốn cây đang tuổi khai thác.

Kết quả hoạt động kinh doanh của các công ty niêm yết trong ngành

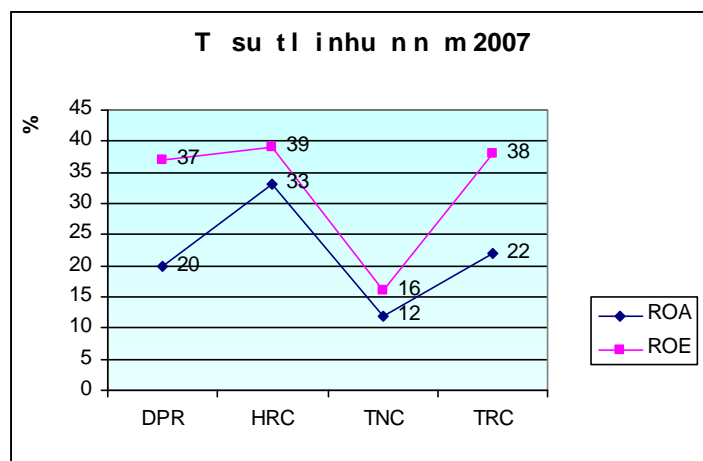


(Nguồn: WSS)

Nhìn chung, tổng lợi nhuận của các công ty trong năm 2007 đều tăng cao, trung bình 23%. Các công ty có mức lợi nhuận cao nhất là DPR với 54%. Nguyên nhân của sự tăng trưởng mạnh mẽ về lợi nhuận không phải do số vốn khai thác của các công ty cao su tăng lên nhiều mà do trong năm vừa qua, các công ty đã tận dụng giá cao của cao su để bán ra, đồng thời chi phí sản xuất cao su cũng giảm đi, kéo theo giá cao su thiên nhiên liên tục tăng mạnh. Riêng HRC thì lợi nhuận lại giảm sút so với năm trước.

do chu kỳ kinh tế suy thoái, khách quan là các doanh nghiệp đã gặp khó khăn về tài chính, làm giảm năng suất và sản lượng khai thác cao su. Năm 2008 diễn biến giá cao su thiên nhiên sẽ như thế nào thì không ai có thể dự đoán được, nhưng giá trị tuyệt đối của nó sẽ không còn cao.

Về mặt sinh lợi thì ngành khai thác cao su thiên nhiên nói chung, các doanh nghiệp cao su niêm yết riêng biệt có thể sinh lợi trên vốn chủ sở hữu (ROE) và trên tài sản (ROA) khá cao. Trong khi ROE, ROA trung bình của các doanh nghiệp niêm yết trên sàn HOSE là 10,3% và 19,9% thì hai chỉ tiêu này của các doanh nghiệp cao su niêm yết là 22% và 33%. Điều này có nghĩa là các doanh nghiệp cao su thu được lợi nhuận và 100% tài sản của công ty đem về 33% lợi nhuận. Trong 4 công ty, chỉ tiêu ROE và ROA của TNC là thấp nhất.



(Nguồn: WSS)

Đi n bi n giá giao d ch c a các công ty trong ngành



Biểu đồ của các doanh nghiệp niêm yết cao su trên sàn cho thấy: ngược lại, TNC ít có sự thay đổi còn ba công ty còn lại là HRC, DPR, TRC có những biến động trong biến động giá. Giai đoạn thứ hai xu hướng giá của ba công ty giảm khá sâu, trong đó HRC giảm mạnh nhất tiếp theo là TRC và DPR. Tuy nhiên, trong khoảng thời gian từ giữa tháng 6/2008 đến tháng 9/2008, giá của các mã này thường dao động trong mức 45.000-75.000 VND/công ty (cả ba công ty TRC đã có lúc tăng lên trên 80.000 VND).

Ph n g h ng phát tri n c a các công ty

Hình thức, từ HRC bắt đầu có chi nhánh sản xuất kinh doanh khi xuất phát từ kho vận của 60 tấn sang lĩnh vực tài chính – ngân hàng thì các doanh nghiệp cao su niêm yết còn lại vẫn tập trung chủ yếu vào hoạt động sản xuất kinh doanh truyền thống góp vốn thành lập các công ty con phân cao su mủ, mở rộng diện tích trồng cao su sang các khu vực mới trong nước như Tây Nguyên, Tây Bắc và sang Lào và Campuchia. Các hoạt động khác như xuất khẩu vào khu công nghiệp, chế biến gỗ mủ cao su thành đồ dùng. Còn DPR tập trung góp vốn xây dựng công ty DORUFOAM chuyên sản xuất hàng tiêu dùng như nệm, gối từ nguyên liệu mủ latex của công ty, sản xuất hóa phẩm và gia công sản phẩm xuất khẩu nguyên liệu thô, tiếp nhận vốn cho công ty. HRC góp vốn xuất thành lập các công ty cao su Việt Lào (vốn 400 triệu), cao su Lai Châu (vốn 200 triệu) và cao su Bình Long – Tà Thiệt (vốn 400 triệu). TRC cũng khi tham gia góp vốn thành lập Công ty cao su Việt – Lào cùng HRC. Trong vài năm trở lại, TRC cũng có kế hoạch mở rộng sang xuất khẩu vào khu công nghiệp Hiệp Thành và công ty chế biến và xuất khẩu gỗ. Tuy nhiên, mức góp vốn vào các công ty con của Cao su Tây Ninh chỉ là mức thấp.



Kết luận: Sản phẩm cao su xuất khẩu đang ngày càng khẳng định vị trí của mình trong các sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam, đóng góp vào sự phát triển chung của đất nước. Cây cao su không chỉ mang lại ý nghĩa kinh tế mà còn góp phần cải thiện đời sống của người dân. Nhờ vai trò quan trọng của ngành cao su, Việt Nam đã có chỉ số ưu tiên phát triển loại cây công nghiệp này, mở ra cơ hội phát triển mới cho ngành trong thời gian tới. Tuy nhiên, ngành cao su chủ yếu dựa vào các yếu tố bên ngoài, như biến động giá thị trường, chi phí phát triển ngành công nghiệp ô tô trong nước, nên các doanh nghiệp trong ngành cần có những biện pháp thích hợp trong việc chuyển đổi năng lực sản xuất, khai thác mới; phát triển thị trường, đa dạng hóa các thị trường có nhu cầu sử dụng các sản phẩm khai thác từ cây cao su. Có như vậy mới có thể hạn chế những tác động tiêu cực từ biến động thị trường đối với sự phát triển bền vững của ngành.

Khuyến cáo

Báo cáo phân tích này do Phòng Nghiên cứu - Phân tích, Công ty Chứng khoán Ph Wall (WSS) thực hiện trên cơ sở thu thập, tổng hợp, nghiên cứu các nguồn số liệu, thông tin đáng tin cậy và có tính chính xác cao tại thời điểm phát hành. Trong bản báo cáo có thể tồn tại những quan điểm cá nhân của người phân tích, chúng tôi không phải là quan điểm của WSS.

Báo cáo phân tích này chỉ mang tính chất tham khảo, do đó WSS không chịu trách nhiệm về bất kỳ thiệt hại nào phát sinh từ việc tham khảo hay sử dụng những thông tin trong bản báo cáo này. Chúng tôi khuyến cáo nhà đầu tư, ngoài việc tham khảo báo cáo phân tích của WSS thì nên kết hợp với việc tìm hiểu thêm các thông tin khác trước khi ra quyết định đầu tư.

Nhóm thực hiện

Vũ Ngọc Lan

Phan Lê Nga

Lê Thị Thu Phong

Nguyễn Việt Thắng

Giám đốc Khảo sát Phân tích - Đầu tư

Phó phòng Nghiên cứu - Phân tích

Chuyên viên Phân tích

Chuyên viên Phân tích

E-mail: lanvn@wss.com.vn

E-mail: ngapl@wss.com.vn

E-mail: phongltt@wss.com.vn

E-mail: thangnv@wss.com.vn