

**CHIẾN LƯỢC XUẤT KHẨU**  
**QUỐC GIA VIỆT NAM**  
**ĐỒ GỖ NỘI THẤT**

## Lời cảm ơn và miễn trừ trách nhiệm

Dự án hỗ trợ kỹ thuật “Chính sách thương mại và xúc tiến xuất khẩu của Việt Nam do Chính phủ Thụy Sĩ tài trợ (Dự án SwissTrade)” do Bộ Công Thương là Cơ quan chủ quản với hỗ trợ kỹ thuật của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC). Mục tiêu của Dự án nhằm hỗ trợ Việt Nam nâng cao thành tích xuất khẩu và năng lực cạnh tranh quốc tế của các doanh nghiệp vừa và nhỏ một cách bền vững thông qua việc cải thiện các điều kiện khung thuận lợi cho phát triển xuất nhập khẩu, tăng cường cơ chế đối thoại công – tư và phát triển hệ sinh thái năng động hỗ trợ xúc tiến xuất khẩu.

Tài liệu này được xây dựng dưới sự bảo trợ của Bộ Công Thương Việt Nam (MoIT) do Vụ Kế hoạch – Tài chính và Cục Xuất nhập khẩu chủ trì và Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) hỗ trợ kỹ thuật. Mục đích của tài liệu là định hướng phát triển thương mại của Việt Nam trong tương lai. Những phát hiện trong tài liệu dựa trên nghiên cứu sâu rộng và là kết quả của nhiều cuộc tham vấn với các bên liên quan cấp quốc gia, cấp ngành. Báo cáo này tóm tắt kết quả hoạt động thương mại và năng lực cạnh tranh của Việt Nam, bao gồm Kế hoạch hành động chi tiết để định hướng cho sự phát triển mạnh mẽ và nâng cấp hơn nữa trong tương lai. Nội dung tài liệu này được đưa vào Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hoá đến năm 2030, Kế hoạch hành động cấp quốc gia và cấp Bộ. Tài liệu này được xây dựng theo quy trình, phương pháp và hỗ trợ kỹ thuật trong khuôn khổ chương trình Chiến lược Phát triển Thương mại của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC)

Tài liệu này không phản ánh quan điểm chính thức của ITC, Tổng cục Kinh tế Liên bang Thụy Sĩ (SECO) hoặc Bộ Công Thương (MoIT). Việc đề cập đến doanh nghiệp, sản phẩm và thương hiệu sản phẩm trong tài liệu không có nghĩa là chúng tôi chứng thực cho các tổ chức và doanh nghiệp này. ITC không phải là đơn vị chỉnh sửa báo cáo này lần cuối.

### Lời cảm ơn

ITC ghi nhận và cảm ơn sâu sắc về hỗ trợ tài chính do SECO tài trợ, cũng như sự cống hiến của các thành viên trong nhóm nòng cốt, các chuyên gia trong nước và quốc tế đã tham gia vào quá trình xây dựng tài liệu này, và sự hỗ trợ chung do Ban Quản Lý Dự án Chính sách thương mại và Xúc tiến xuất khẩu của Thụy Sĩ của Bộ Công Thương.

*Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC)* là cơ quan chung của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và Liên Hợp Quốc (UN). Một trong những nhiệm vụ của ITC là thúc đẩy phát triển bền vững thông qua các cơ hội thương mại gia tăng, bộ phận Nghiên cứu và Chiến lược Xuất khẩu (RSE) đưa ra một bộ giải pháp chiến lược liên quan đến thương mại để tối đa hóa lợi ích phát triển từ thương mại. Các chiến lược và lộ trình phát triển thương mại do ITC hỗ trợ phù hợp với các mục tiêu thương mại của một quốc gia hoặc khu vực và được định hướng để đạt được các mục tiêu kinh tế cụ thể, mục tiêu phát triển hoặc mục tiêu cạnh tranh, theo các ưu tiên của quốc gia.

## Danh mục từ viết tắt

|              |  |                 |  |
|--------------|--|-----------------|--|
| <b>AFTA</b>  | Khu vực thương mại tự do ASEAN   | <b>PEFC</b>     | Chương trình chứng nhận chứng chỉ rừng quốc tế |
| <b>AKFTA</b> | Hiệp định thương mại tự do ASEAN-Hàn Quốc                              | <b>OEM</b>      | Sản xuất thiết bị gốc                          |
| <b>ASEAN</b> | Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á                                       | <b>ODM</b>      | Sản xuất thiết kế gốc                          |
| <b>CITES</b> | Công ước về buôn bán quốc tế các loài động, thực vật hoang dã nguy cấp | <b>RCEP</b>     | Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực    |
| <b>CPTTP</b> | Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương           | <b>R&amp;D</b>  | Nghiên cứu và phát triển                       |
| <b>ESG</b>   | Môi trường, Xã hội và Quản trị   | <b>RTA</b>      | Tự lắp ráp                                     |
| <b>EU</b>    | Liên minh Châu Âu  | <b>SME</b>      | Doanh nghiệp nhỏ và vừa                        |
| <b>EVFTA</b> | Hiệp định thương mại tự do Việt Nam-Liên minh Châu Âu                  | <b>SOHO</b>     | Căn hộ kiêm văn phòng                          |
| <b>FDI</b>   | Đầu tư trực tiếp nước ngoài  | <b>SWP</b>      | Sản phẩm gỗ hỗ trợ                             |
| <b>FLEGT</b> | Thực thi Lâm luật, Quản trị và Thương mại Lâm nghiệp                   | <b>USD</b>      | Đô la Mỹ                                       |
| <b>FTA</b>   | Hiệp định thương mại tự do   | <b>VAFS</b>     | Viện Khoa học Lâm nghiệp Việt Nam              |
| <b>FSC</b>   | Hội đồng quản lý rừng quốc tế  | <b>VCCI</b>     | Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam       |
| <b>TCTK</b>  | Tổng cục Thống kê  | <b>VFCO</b>     | Văn phòng Chứng chỉ Quản lý Rừng Bền vững      |
| <b>MARD</b>  | Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn                                 | <b>VFCS</b>     | Hệ thống chứng chỉ rừng Việt Nam               |
| <b>MONRE</b> | Bộ Tài nguyên và Môi trường  | <b>VNFOREST</b> | Tổng cục Lâm nghiệp Việt Nam                   |
| <b>MPI</b>   | Bộ Kế hoạch và Đầu tư  | <b>VNTLAS</b>   | Hệ thống đảm bảo gỗ hợp pháp Việt Nam          |
|              |  | <b>VPA</b>      | Thỏa thuận Đối tác Tự nguyện                   |

# Mục lục

|   |           |
|---|-----------|
| LỜI CẢM ƠN VÀ MIỄN TRỪ TRÁCH NHIỆM  | II        |
| DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT  | III       |
| DANH MỤC CÁC HÌNH   | VI        |
| <hr/>   |           |
| <b>TÓM TẮT</b>  | <b>1</b>  |
| <hr/>   |           |
| <b>NGÀNH CHẾ BIẾN GỖ VÀ MÔI TRƯỜNG QUỐC TẾ</b>  | <b>5</b>  |
| THƯƠNG MẠI TOÀN CẦU VỀ TẤT CẢ CÁC SẢN PHẨM TỪ GỖ CHÍNH ĐÃ GHI NHẬN MỨC TĂNG TRƯỞNG ỔN ĐỊNH TRONG NHỮNG NĂM QUA..... | 7         |
| XU HƯỚNG TOÀN CẦU TRONG XUẤT NHẬP KHẨU ĐỒ GỖ NỘI THẤT.....  | 8         |
| <hr/>   |           |
| <b>TỔNG QUAN NGÀNH ĐỒ GỖ NỘI THẤT VIỆT NAM</b>  | <b>11</b> |
| CƠ CẤU NGÀNH ĐỒ GỖ NỘI THẤT VIỆT NAM .....  | 11        |
| KIM NGẠCH THƯƠNG MẠI NGÀNH ĐỒ GỖ NỘI THẤT .....   | 13        |
| CÁC SÁNG KIẾN, CHÍNH SÁCH & KHUNG PHÁP LÝ HIỆN TẠI .....  | 18        |
| <hr/>   |           |
| <b>PHÂN TÍCH CHUỖI GIÁ TRỊ VÀ HẠN CHẾ NĂNG LỰC CẠNH TRANH</b>   | <b>22</b> |
| PHÂN TÍCH CHUỖI GIÁ TRỊ.....  | 22        |
| PHỤ LIỆU ĐẦU VÀO .....  | 23        |
| PHÂN TÍCH HẠN CHẾ CẠNH TRANH .....  | 27        |
| KHUNG THỂ CHẾ .....   | 28        |
| <hr/>   |           |
| <b>CON ĐƯỜNG PHÍA TRƯỚC</b>   | <b>38</b> |
| CƠ HỘI CHO NGÀNH ĐỒ GỖ NỘI THẤT VÀ CHẾ BIẾN GỖ VIỆT NAM .....   | 38        |
| CẢI THIỆN CẤU TRÚC CỦA CHUỖI GIÁ TRỊ .....  | 41        |
| CƠ HỘI ĐA DẠNG HÓA THỊ TRƯỜNG.....  | 43        |
| KHUÔN KHỔ CHIẾN LƯỢC.....   | 47        |

---

KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG

49

---

TÀI LIỆU THAM KHẢO

57

## Danh mục các hình

|  |    |
|--|----|
| <b>Hình 1:</b> Lĩnh vực chế biến gỗ - Bản đồ sản phẩm  | 6  |
| <b>Hình 2:</b> Xuất khẩu đồ gỗ nội thất và sản phẩm gỗ hỗ trợ toàn cầu (tỷ USD)  | 7  |
| <b>Hình 3:</b> Các nước xuất khẩu (trái) và nhập khẩu (phải) đồ gỗ nội thất (HS 9403) hàng đầu năm 2021                | 8  |
| <b>Hình 4:</b> Xu hướng gia tăng giá trị xuất khẩu đồ gỗ nội thất (HS 9403) của 10 nước xuất khẩu hàng đầu (2010-2021) | 9  |
| <b>Hình 5:</b> Nhu cầu sản phẩm gỗ khu vực Châu Á  | 9  |
| <b>Hình 6:</b> Phân bố địa lý của các doanh nghiệp chế biến gỗ tại Việt Nam  | 12 |
| <b>Hình 7:</b> Giá trị xuất khẩu đồ gỗ và sản phẩm gỗ hỗ trợ của Việt Nam (triệu USD)                                  | 14 |
| <b>Hình 8:</b> Các thị trường xuất khẩu hàng đầu cho đồ gỗ Việt Nam (HS 9403) năm 2021                                 | 15 |
| <b>Hình 9:</b> Cơ cấu xuất khẩu đồ nội thất bằng gỗ của Việt Nam năm 2021 theo sản phẩm (%)                            | 15 |
| <b>Hình 10:</b> Cán cân thương mại của sản phẩm gỗ hỗ trợ (triệu USD)  | 16 |
| <b>Hình 11:</b> FTA và các hiệp định khác của Việt Nam với các đối tác thương mại lớn                                  | 18 |
| <b>Hình 12:</b> Chuỗi giá trị ngành gỗ và đồ gỗ Việt Nam   | 26 |
| <b>Hình 13:</b> Lưới năng lực cạnh tranh xuất khẩu của DNNVV   | 28 |
| <b>Hình 14:</b> Năng suất lao động theo thành phần kinh tế (triệu đồng/lao động, giá so sánh 2010)                     | 30 |
| <b>Hình 15:</b> Trồng rừng sản xuất, theo hình thức sở hữu (%)   | 31 |
| <b>Hình 16:</b> Trồng rừng sản xuất, phân bố theo vùng (%)   | 33 |
| <b>Hình 17:</b> Giá trị gia tăng khác biệt giữa các sản phẩm nội thất  | 40 |
| <b>Hình 18:</b> Xu hướng gia tăng giá trị  | 41 |
| <b>Hình 19:</b> Thúc đẩy hợp tác chặt chẽ giữa doanh nghiệp FDI và DNNVV   | 42 |
| <b>Hình 20:</b> Trao quyền cho lực lượng lao động địa phương   | 42 |
| <b>Hình 21:</b> Cải thiện việc cung cấp nguyên liệu gỗ bền vững và hợp pháp  | 43 |
| <b>Hình 22:</b> Chuỗi giá trị tương lai ngành đồ gỗ nội thất   | 43 |

## Danh mục các bảng

|  |    |
|--|----|
| <b>Bảng 1:</b> Lượng nhập khẩu sản phẩm gỗ hỗ trợ (SWP)                      | 16 |
| <b>Bảng 2:</b> Chi tiết các công ty nhập khẩu gỗ                             | 23 |
| <b>Bảng 3:</b> Các tổ chức hỗ trợ ngành đồ gỗ nội thất                       | 28 |
| <b>Bảng 5:</b> Phân bố diện tích rừng Việt Nam, triệu ha                     | 37 |
| <b>Bảng 6:</b> Phân tích thị trường xuất nhập khẩu đồ gỗ (HS 9403), (tỷ USD) | 44 |

## Danh mục các hộp

|   |    |
|---|----|
| <b>Hộp 1:</b> Những điểm chính về Tổng quan Thương mại Toàn cầu                       | 10 |
| <b>Hộp 2:</b> Những điểm chính về Kim ngạch thương mại ngành đồ gỗ nội thất           | 17 |
| <b>Hộp 3:</b> Các chứng chỉ chính liên quan đến ngành gỗ                              | 19 |
| <b>Hộp 4:</b> Hạn chế về năng lực cạnh tranh ở cấp độ toàn bộ nền kinh tế: Cạnh tranh | 29 |
| <b>Hộp 5:</b> Hạn chế về năng lực cạnh tranh ở cấp độ toàn bộ nền kinh tế: Kết nối    | 33 |
| <b>Hộp 6:</b> Hạn chế về năng lực cạnh tranh ở cấp độ toàn bộ nền kinh tế: Thay đổi   | 36 |
| <b>Hộp 7:</b> Những điểm chính về Cơ hội  | 44 |
| <b>Hộp 8:</b> Những điểm chính về Đa dạng hóa thị trường                              | 45 |



# Tóm tắt

Việt Nam đã xây dựng nhiều quy hoạch và chiến lược phát triển cho ngành chế biến gỗ, tuy nhiên vẫn còn thiếu một nghiên cứu chuyên sâu về đồ gỗ nội thất, chuyên ngành chiếm phần quan trọng trong ngành chế biến gỗ nói chung. Trọng tâm của bản chiến lược xuất khẩu này là đồ gỗ nội thất (WF), đồng thời chúng tôi cũng xem xét phân tích một số sản phẩm gỗ hỗ trợ (SWP). SWP được nghiên cứu trong báo cáo này là những sản phẩm có tác động tổng hợp đến thị trường đồ gỗ nội thất chính, với tư cách là gỗ nguyên liệu, sản phẩm trung gian hoặc thành phần quan trọng trong dây chuyền lắp ráp đồ nội thất bằng gỗ.

Bản chiến lược này cung cấp kế hoạch chi tiết toàn diện cho 5 năm tới (2022-2027) nhằm phát huy tiềm năng của ngành đồ gỗ nội thất để thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu bền vững. Phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam tham gia sản xuất đồ gỗ nội thất là các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV). Mục tiêu của bản chiến lược là kết nối các doanh nghiệp nhỏ và vừa với chuỗi giá trị toàn cầu và nâng cao vị thế của Việt Nam trong chuỗi. Chiến lược đề xuất các chương trình và hoạt động có thể giúp Việt Nam trở thành một trung tâm toàn cầu về sản xuất/xuất khẩu đồ gỗ nội thất bền vững, hiện đại và hợp thời trang. Ví dụ, thông qua trang bị và nâng cao kỹ năng cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa về thiết kế sản phẩm, đổi mới sáng tạo, tiếp thị, v.v.

Đồ nội thất là thời trang, nên cần có nhiều kiểu dáng và sử dụng nhiều chất liệu đa dạng, vì người tiêu dùng ngày càng lưu ý tới xu hướng thời trang trên thị trường. Việt Nam có chỗ đứng vững chắc ở các mặt hàng ghế bọc, ghế khung, cũng như nội thất phòng ngủ, nhưng lại thiếu chiều sâu trong thiết kế riêng và các chủng loại đồ gỗ nội thất khác. Để phù hợp với xu hướng toàn cầu hướng tới đồ nội thất bằng gỗ hiện đại và hợp thời trang, Việt Nam phải học hỏi từ các nhà sản xuất toàn cầu khác, bắt tay vào sản xuất đồ nội thất sáng tạo và có giá trị gia tăng cao cũng như sản xuất đồ nội thất theo thiết kế riêng. Việt Nam cần đa dạng hóa sản phẩm, chuyển từ sản xuất đồ nội thất hoàn toàn bằng gỗ sang đồ nội thất sử dụng các vật liệu khác nhau hoặc vật liệu hỗn hợp, chẳng hạn như kim loại, nhựa, composite, thủy tinh, v.v. Hiện tại, đồ nội thất bằng vật liệu thay thế chỉ chiếm 2% đồ nội thất bằng gỗ, tuy nhiên thị phần của nó đang tăng đều đặn. Do đó, việc tăng cường sử dụng các vật liệu thay thế gỗ như mây, tre, mía, v.v. cũng có thể được xem xét.

Chủ yếu được thúc đẩy bởi những thay đổi trong dân số và lối sống, người tiêu dùng đang hướng tới các căn hộ và không gian sống có diện tích nhỏ. Bỏ qua những yêu cầu cứng nhắc về công năng và cấu trúc của sản phẩm, việc vận chuyển đồ nội thất sử dụng khái niệm đồ tự lắp ráp (RTA: ready-to-assemble) đang gia tăng, đặc biệt là đối với người tiêu dùng trẻ thuộc thế hệ Y và Z. Những ngôi nhà và căn hộ có diện tích nhỏ hơn, vốn là lựa chọn ngày càng phổ biến của thế hệ trẻ, đòi hỏi đồ nội thất phải cơ động, đa chức năng. Đồ gỗ nội thất đa chức năng và đồ nội thất làm từ ván gỗ công nghiệp là những sản phẩm đầy hứa hẹn của tương lai và Việt Nam nên xem xét bắt tay vào sản xuất những sản phẩm này.

Xu hướng theo đuổi kinh tế tuần hoàn và hàng hóa xanh trong đồ nội thất, sử dụng vật liệu tái chế bằng nhựa, kim loại, gỗ, giấy, thủy tinh, v.v. đang trên đà phát triển, nhất là ở Châu Âu. Trong bối cảnh đó, các nhà sản xuất đồ nội thất của Việt Nam cũng nên chủ động khám phá khả năng sản xuất đồ nội thất sử dụng nguyên liệu hỗn hợp tái chế, từ đó gia

tăng giá trị cho đồ nội thất, đồng thời phù hợp với xu hướng toàn cầu. Điều này đặc biệt quan trọng khi thế giới ngày càng có ý thức về môi trường và nhu cầu về đồ nội thất phát thải ít carbon dự kiến sẽ tăng lên. Do đó, việc mua sắm 'đồ nội thất xanh' cũng được dự kiến sẽ phát triển và chiếm lĩnh thị trường toàn cầu trong những năm tới.

Tương lai xuất khẩu đồ nội thất của Việt Nam dường như phụ thuộc vào khả năng tuân thủ các tiêu chí về môi trường, xã hội và quản trị (ESG) và đáp ứng các yêu cầu của thị trường về nguồn cung gỗ hợp pháp/bền vững. Ngày nay, khả năng tiếp cận thị trường đồ nội thất thường chịu các rào cản phi thuế quan hơn là các rào cản thuế quan. Với việc các nhà xuất khẩu đồ nội thất của Việt Nam ngày càng quan tâm tới tính bền vững và tính hợp pháp của nguồn gỗ, thể hiện qua việc ngày càng nhiều doanh nghiệp có chứng chỉ Chuỗi hành trình sản phẩm (CoC) và Quản lý rừng bền vững, khối lượng xuất khẩu sang các quốc gia có quy định nghiêm ngặt về tính hợp pháp của sản phẩm gỗ dự kiến sẽ tăng.

Bên cạnh nghiên cứu chuyên sâu, phân tích chuỗi giá trị và các hạn chế, chúng tôi cũng tập trung đưa ra chiến lược đổi mới và đa dạng hóa thị trường cho tương lai.

Người ta dự đoán rằng đa dạng hóa thị trường có thể trở thành một chiến lược tăng trưởng thiết yếu trong tương lai, không chỉ do những thay đổi về nhân khẩu học tại các thị trường mục tiêu, mà còn do điều kiện kinh tế thay đổi. Việt Nam nên sẵn sàng tìm kiếm các thị trường xuất khẩu thay thế, như các nước Trung Đông/Hội đồng Hợp tác Vùng Vịnh (GCC), Liên minh Châu Âu và các thị trường ở Châu Á - Thái Bình Dương. Mặc dù việc xuất khẩu đồ nội thất của Việt Nam sang Châu Âu trước đây bị hạn chế, Việt Nam cần nghiêm túc xem xét tăng cường tuân thủ các yêu cầu của thị trường để tiếp cận Châu Âu mạnh mẽ hơn, bởi đây là thị trường tiềm năng to lớn cho hàng xuất khẩu của Việt Nam.

Nhu cầu ở Châu Á-Thái Bình Dương dự kiến sẽ thúc đẩy tăng trưởng toàn cầu. Thị trường đồ nội thất toàn cầu dự kiến sẽ tiếp tục tăng trưởng, chủ yếu là nhờ thị trường tiêu dùng đang mở rộng nhanh chóng ở các nước Châu Á. Với dự đoán khu vực Châu Á sẽ phục hồi mạnh mẽ, Việt Nam cũng nên tăng cường các hoạt động xúc tiến để chiếm thị phần lớn hơn về đồ nội thất nhập khẩu tại Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc và Ấn Độ. Úc là một thị trường khác đáng để các nhà sản xuất đồ nội thất của Việt Nam theo đuổi, bởi nhu cầu về đồ nội thất ở nước này đang tăng lên do lĩnh vực nhà ở đang phát triển mạnh mẽ. Người ta ước tính rằng việc mua bán đồ nội thất trong nội bộ khu vực đang chiếm tỷ trọng lớn hơn trong xuất khẩu đồ nội thất.

Định hướng chiến lược của ngành đi theo một cách tiếp cận hợp nhất. Chiến lược trong 5 năm tới sẽ được xây dựng dựa trên mục tiêu đảm bảo tuân thủ các quy định về luật pháp, môi trường và tính bền vững nhằm tăng thị phần, đồng thời xây dựng cơ sở công nghiệp và mở rộng năng lực đổi mới nhằm thúc đẩy sự tham gia nhiều hơn của DNNVV vào chuỗi giá trị toàn cầu. Bước tiếp theo sẽ là nghiên cứu các cách thức cụ thể để nâng cao giá trị gia tăng và đa dạng hóa danh mục sản phẩm của Việt Nam, nhằm duy trì tính cạnh tranh trên thị trường truyền thống và mở rộng sang các thị trường mới nổi.

Bản chiến lược này là kết quả của quá trình tham vấn với các bên liên quan trong khu vực công và tư, dẫn đến sự hợp tác vô giá giữa các đối tác trong ngành. Các bên liên quan chính của khu vực tư nhân và các cơ quan ban ngành chịu trách

nhiệm đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc phân tích toàn diện về ngành. Các định hướng chiến lược tập trung vào thị trường này đã được các bên liên quan ưu tiên và được đưa vào kế hoạch thực hiện chi tiết. Chúng cung cấp một lộ trình rõ ràng mà Việt Nam có thể sử dụng nhằm giải quyết các hạn chế về thương mại và tối đa hóa giá trị gia tăng. Ngoài ra, cách tiếp cận toàn diện của bản chiến lược giúp đảm bảo cam kết tham gia của tất cả các bên liên quan. Chiến lược về ngành đồ gỗ nội thất này cung cấp cho Việt Nam một kế hoạch hành động chi tiết để đạt được tăng trưởng trong giai đoạn 5 năm tới. Chiến lược được phát triển trên cơ sở **một tầm nhìn thống nhất** và **ba mục tiêu chiến lược**.

## “ Việt Nam – trung tâm mới nổi về đồ gỗ nội thất bền vững, hiện đại và thời thượng ”

|  |   |   |
|--|---|---|
| <p><b>Mục tiêu Chiến lược 1:</b><br/>Đảm bảo tuân thủ các quy định về luật pháp, môi trường và tính bền vững để tăng thị phần trên toàn cầu</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1.1. Cải thiện việc cung cấp nguồn gỗ bền vững và hợp pháp</li> <li>• 1.2. Nâng cao hiệu quả, tính minh bạch và tuân thủ của tất cả các loại gỗ nhập khẩu vào Việt Nam</li> </ul> | <p><b>Mục tiêu Chiến lược 2:</b><br/>Xây dựng cơ sở công nghiệp và mở rộng năng lực đổi mới để thúc đẩy sự tham gia nhiều hơn của DNNVV vào chuỗi giá trị toàn cầu</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2.1. Nâng cao sức hấp dẫn và chất lượng đồ nội thất sản xuất tại Việt Nam</li> <li>• 2.2. Tăng tiềm năng xuất khẩu bằng cách xây dựng cơ sở công nghiệp</li> <li>• 2.3. Tăng tiềm năng xuất khẩu bằng cách tập trung vào kỹ năng và năng suất lao động</li> </ul> | <p><b>Mục tiêu Chiến lược 3:</b><br/>Tăng cường đa dạng hóa xuất khẩu, xem xét các xu hướng thị trường mới nổi để đảm bảo khả năng cạnh tranh lâu dài của ngành</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3.1. Đảm bảo khả năng cạnh tranh lâu dài của ngành đồ gỗ nội thất.</li> <li>• 3.2. Mở rộng phạm vi xuất khẩu sang các thị trường mới và mới nổi</li> </ul> |
|--|---|---|

Lộ trình xuất khẩu ngành đồ gỗ nội thất này cung cấp khuôn khổ cho các hành động phối hợp nhằm giảm thiểu điểm yếu và phát huy thế mạnh hiện có trong ngành sản xuất đồ nội thất của Việt Nam.



Photo: Links, 3.Teak Supper Decking (Substitute Photo for beside of Acknowledgements Page).jpg

# Ngành Chế Biến Gỗ và Môi Trường Quốc Tế

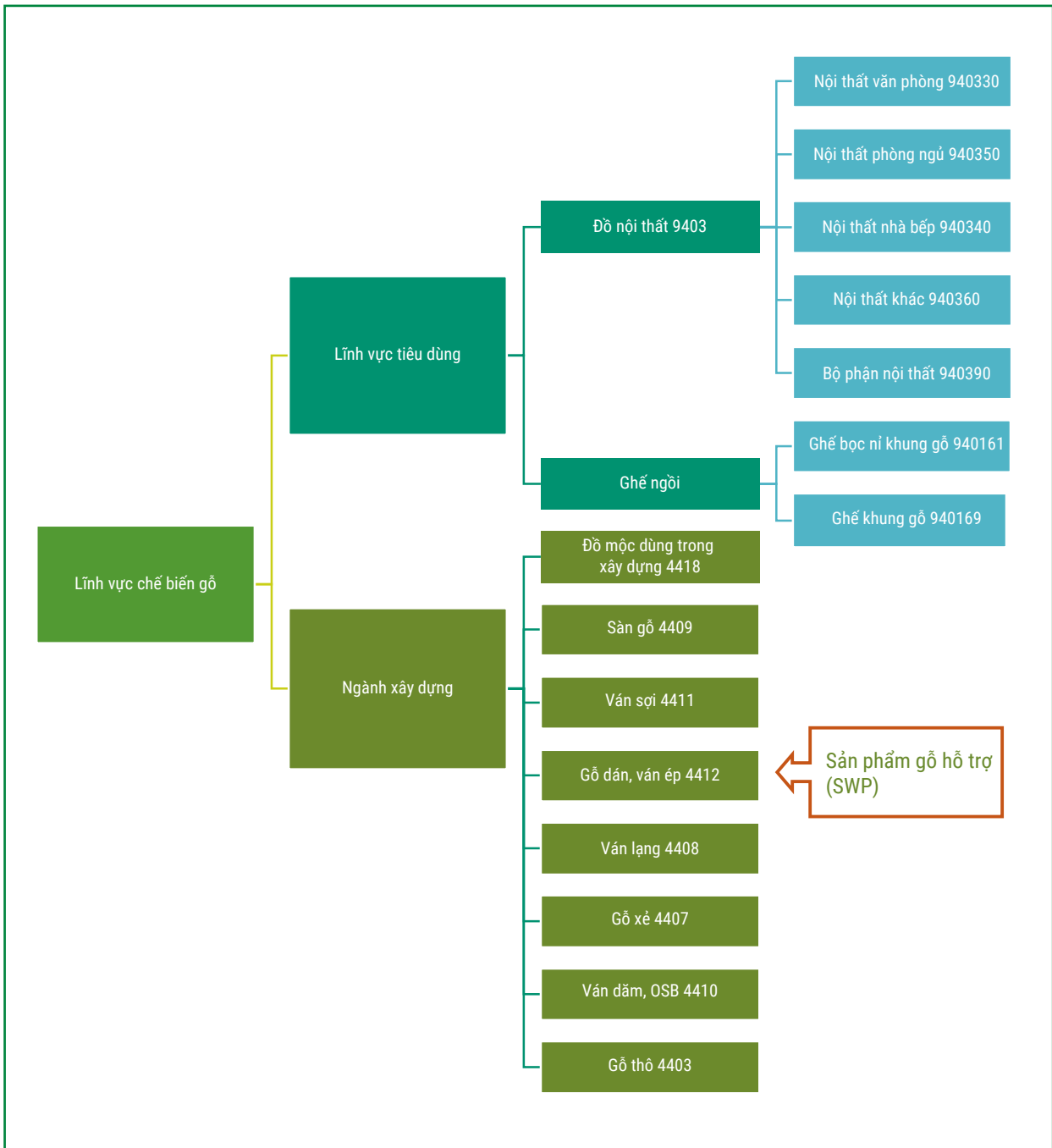
Gỗ và sản phẩm gỗ thường được bán ở dạng sơ chế hoặc thành phẩm cho ngành tiêu dùng, xây dựng và năng lượng. Trong số các sản phẩm gỗ thành phẩm dành cho người tiêu dùng, đồ nội thất đóng một vai trò quan trọng vì bao gồm nhiều loại mặt hàng như giường, kệ, tủ, ghế ngồi, v.v... dùng trong khu dân cư, thương mại, giáo dục, y tế, khách sạn và nhiều lĩnh vực khác. Đồ nội thất được sử dụng trong nhà bếp, buồng ngủ, văn phòng, khách sạn, nhà máy, và là các bộ phận trong phương tiện giao thông, công cụ, phụ kiện, v.v. Thị trường đồ nội thất về cơ bản được phân loại theo người dùng cuối. Các thành phẩm tiêu dùng từ gỗ khác bao gồm đồ thủ công mỹ nghệ, giấy và các sản phẩm từ giấy.

Khi phân tích về xuất khẩu, chúng tôi tập trung vào nhóm hàng nội thất tổng thể (mã HS 9403), bao gồm đồ nội thất bằng gỗ, đồ nội thất bằng kim loại, đồ nội thất bằng nhựa và đồ gỗ thay thế (đồ nội thất bằng tre, mây, bã mía, v.v.) và ghế ngồi bằng gỗ (mã HS 9401). Mã HS 9403 được chọn là đại diện cho đồ nội thất bằng gỗ vì trong tất cả các nguyên liệu được sử dụng để sản xuất đồ nội thất, gỗ là nguyên liệu cơ bản phổ biến nhất, chiếm gần 86% giá trị xuất khẩu của đồ nội thất Việt Nam<sup>1</sup>. Nhóm hàng này bao gồm đồ nội thất bằng gỗ cho phòng ngủ, nhà bếp, văn phòng, các bộ phận đồ nội thất và đồ nội thất khác. Mã HS 9401 được lấy làm đại diện cho ghế gỗ, trong đó ghế bọc khung gỗ và ghế khung gỗ chiếm tỷ trọng đáng kể. Các sản phẩm cũng có thể được phân loại thành đồ dùng trong nhà và ngoài trời.

---

1.- Nguồn: Dữ liệu Trung tâm Thương mại Quốc tế ITC

**Hình 1:** Lĩnh vực chế biến gỗ - Bản đồ sản phẩm



Nguồn: ITC

## Thương mại toàn cầu về tất cả các sản phẩm từ gỗ chính đã ghi nhận mức tăng trưởng ổn định trong những năm qua.

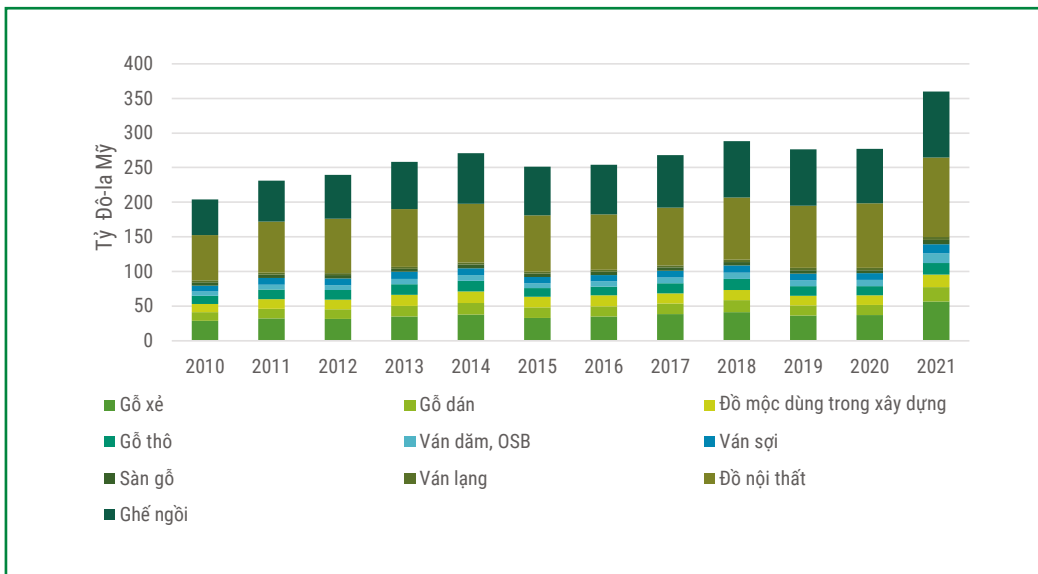
Các yếu tố như tăng trưởng dân số, nhân khẩu học, mức độ việc làm, cơ cấu tuổi dân số, tỷ lệ nhà xây mới, tốc độ đô thị hóa, tăng trưởng kinh tế và tổng sản phẩm quốc dân (GNP) có tác động đáng kể đến nhu cầu tiêu dùng và mua bán sản phẩm từ gỗ.<sup>2</sup> Ngoài ra, trạng thái trung hòa carbon của gỗ khiến gỗ trở thành vật liệu lý tưởng trong xây dựng và được coi là tương đối thân thiện với môi trường so với các vật liệu khác như gạch, bê tông, kim loại, nhựa, v.v. Theo Tổ chức Gỗ Nhiệt đới Quốc tế (ITTO), việc xây dựng các tòa nhà thân thiện với môi trường được dự báo sẽ tăng tốc trong những năm tới, thay cho nỗ lực của nhiều quốc gia nhằm giảm thiểu biến đổi khí hậu toàn cầu.

Như thể hiện trong Hình 2, bất chấp những thách thức toàn cầu, việc tiêu thụ đồ gỗ và sản phẩm gỗ hỗ trợ trên toàn thế giới vẫn ổn định và có xu hướng tăng dần. Trong số các sản phẩm gỗ hỗ trợ, gỗ xẻ, gỗ dán

plywood, gỗ thô, đồ mộc dùng trong xây dựng là những sản phẩm được giao dịch nhiều nhất.

Năm 2020, sản lượng gỗ xẻ toàn cầu đạt 486 triệu m<sup>3</sup>, tăng 1,8% so với năm 2019. Việc sản xuất gỗ xẻ tăng trưởng ổn định là nhờ sản xuất ngày càng tăng ở Châu Á-Thái Bình Dương, Châu Âu và Bắc Mỹ. Hoa Kỳ và Trung Quốc nằm trong số những quốc gia nhập gỗ xẻ chính với mức tiêu thụ tăng ổn định lần lượt là 34% và 11% trong giai đoạn 2016-2020. Tuy nhiên, từ năm 2020 đến 2021, nhập khẩu của Hoa Kỳ vẫn tăng khoảng 69% còn của Trung Quốc chỉ đạt 3%. Trong khi đó, sản lượng ván gỗ công nghiệp đạt 401 triệu m<sup>3</sup> vào năm 2020, tăng 1% so với năm trước. Các quốc gia sản xuất gỗ xẻ và ván gỗ công nghiệp hàng đầu là Trung Quốc, Hoa Kỳ, Canada, Nga và Đức. Sản xuất tại 5 quốc gia này lần lượt chiếm 58% và 69% sản lượng gỗ xẻ và ván gỗ của thế giới.<sup>3</sup>

**Hình 2: Xuất khẩu đồ gỗ nội thất và sản phẩm gỗ hỗ trợ toàn cầu (tỷ USD)**



Sự khác biệt giữa các khu vực nằm ở thành phần cấu tạo của các sản phẩm ván gỗ. Ví dụ, ở Bắc Mỹ và Châu Âu, các loại ván nhân tạo, tức là ván dăm và ván sợi, chiếm ưu thế so với các sản phẩm ván gỗ công nghiệp truyền thống như gỗ dán plywood. Ở Châu Á-Thái Bình Dương, đặc biệt là Trung Quốc và Việt Nam, gỗ dán là sản phẩm ván gỗ công nghiệp chính, mặc dù sản lượng ván dăm và ván sợi mật độ trung bình (MDF) cũng đang tăng đều. Các nước xuất khẩu và nhập khẩu gỗ dán

hàng đầu thế giới lần lượt là Trung Quốc (28% thị phần) và Hoa Kỳ (24% thị phần). Tuy nhiên, căng thẳng thương mại hiện tại giữa hai nước đã ảnh hưởng nghiêm trọng đến hoạt động thương mại về gỗ dán, dẫn đến thiếu hụt nguồn cung ở các thị trường khác.<sup>4</sup>

Việc sản xuất các loại gỗ công nghiệp như gỗ ghép thanh CLT và gỗ dán nhiều lớp glulam tiếp tục tăng trưởng ổn định ở các nước Châu Âu, chẳng hạn như

2.- Đánh giá thị trường lâm sản hàng năm của UNECE/FAO, 2019-2020

3.- [https://www.itto.int/biennial\\_review/?mode=searchdata](https://www.itto.int/biennial_review/?mode=searchdata)

4.- Đánh giá thị trường lâm sản hàng năm của UNECE/FAO, 2019-2020

Áo, Đức và Thụy Điển, do nhu cầu sử dụng gỗ trong xây dựng ngày càng tăng, bao gồm cả trong các tòa nhà cao tầng. Xu hướng tương tự cũng có thể thấy ở Úc và ở mức độ thấp hơn ở Nhật Bản. Dựa trên dữ liệu hiện có, có thể hiểu rằng sản phẩm này sẽ ngày càng được ứng dụng nhiều hơn trong việc xây dựng các tòa nhà bằng gỗ khi quá trình chuyển đổi sang nền kinh tế xanh gia tăng trên toàn cầu.

Bên cạnh đó, các nước xuất khẩu hàng đầu thế giới về ván lạng veneer là Trung Quốc (18% thị phần), Canada, Hoa Kỳ, Gabon và Ukraine; các nước nhập khẩu chính là Hoa Kỳ (11%), Trung Quốc, Ấn Độ và Việt Nam. Giá trị nhập khẩu mặt hàng này ở mỗi quốc gia trên tăng đều hàng năm trong giai đoạn 2017-2021, trong đó Nhật Bản và Đức có mức tăng trưởng cao nhất là 7%.

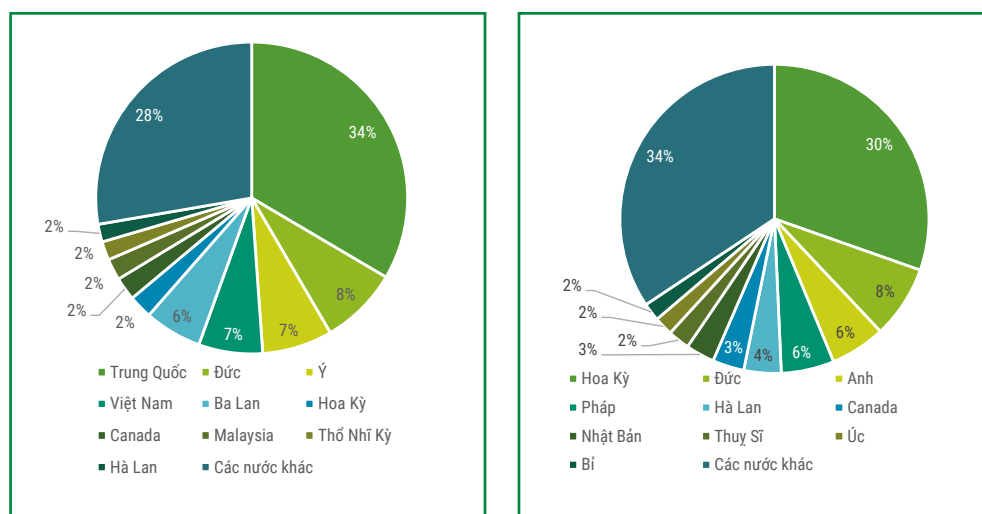
## Xu hướng toàn cầu trong xuất nhập khẩu đồ gỗ nội thất

Đồ nội thất bằng gỗ, với tư cách là hàng hóa, ngày càng được mua bán nhiều trên phạm vi quốc tế. Động lực chính của xu hướng này là sự hiện diện của chuỗi cung ứng toàn cầu. Các ước tính chỉ ra rằng khoảng 38% sản lượng đồ nội thất toàn cầu được giao dịch quốc tế.<sup>5</sup> Thị trường đồ nội thất toàn cầu được định giá 493 tỷ USD năm 2021 và dự kiến sẽ tăng lên 720 tỷ USD năm 2028<sup>6</sup>. Từ năm 2018 đến 2021, sản xuất đồ nội thất có mức tăng trưởng tích lũy hơn 14%, do nhu cầu về đồ nội thất kiểu căn hộ SOHO (căn hộ vừa có chức năng làm văn phòng vừa có chức năng lưu trú) tăng theo cấp số nhân khi đại dịch Covid-19 và các đợt giãn cách xã hội sau đó khiến làm việc tại nhà trở nên phổ biến ở nhiều quốc gia.

Các nước xuất khẩu đồ gỗ nội thất lớn nằm chủ yếu ở khu vực Châu Á - Thái Bình Dương, bao gồm Trung Quốc, Việt Nam và Malaysia, mặc dù một số nhà sản xuất ở Tây bán cầu vẫn tiếp tục giữ vị trí vững vàng trong hàng ngũ các nước xuất khẩu đồ nội thất hàng đầu, bao

gồm Đức, Ý và Ba Lan. Mặt khác, các nước tiêu dùng lớn vẫn là các nước OECD, vốn có tổng sản phẩm quốc gia (GNP) và sức mua tiêu dùng cao hơn. Hình 4 phản ánh xu hướng giá trị xuất khẩu sản phẩm nội thất (HS 9403) của 10 nước xuất khẩu hàng đầu thế giới trong giai đoạn 2010-2021. Giá trị xuất khẩu toàn cầu năm 2021 là 114 tỷ USD, so với 65 tỷ USD năm 2010. Trong khi xuất khẩu toàn cầu tăng trung bình 6,2%, xuất khẩu của tất cả các nền kinh tế đều tăng ổn định trong giai đoạn này. Điều này cho thấy thị trường đồ gỗ nội thất toàn cầu đang tăng trưởng ổn định. Trong số các nền kinh tế xuất khẩu lớn, Việt Nam có tốc độ tăng trưởng bình quân cao nhất trong giai đoạn 2010-2021 (21%), tiếp theo là Thổ Nhĩ Kỳ (16%), Hà Lan (14%) và Ba Lan (11%). Trong giai đoạn gần đây, tức là 2020-2021, nhu cầu xuất khẩu toàn cầu tăng 22,3%. Hình 3 (trái) thể hiện các nước xuất khẩu đồ gỗ hàng đầu năm 2021.

**Hình 3:** Các nước xuất khẩu (trái) và nhập khẩu (phải) đồ gỗ nội thất (HS 9403) hàng đầu năm 2021

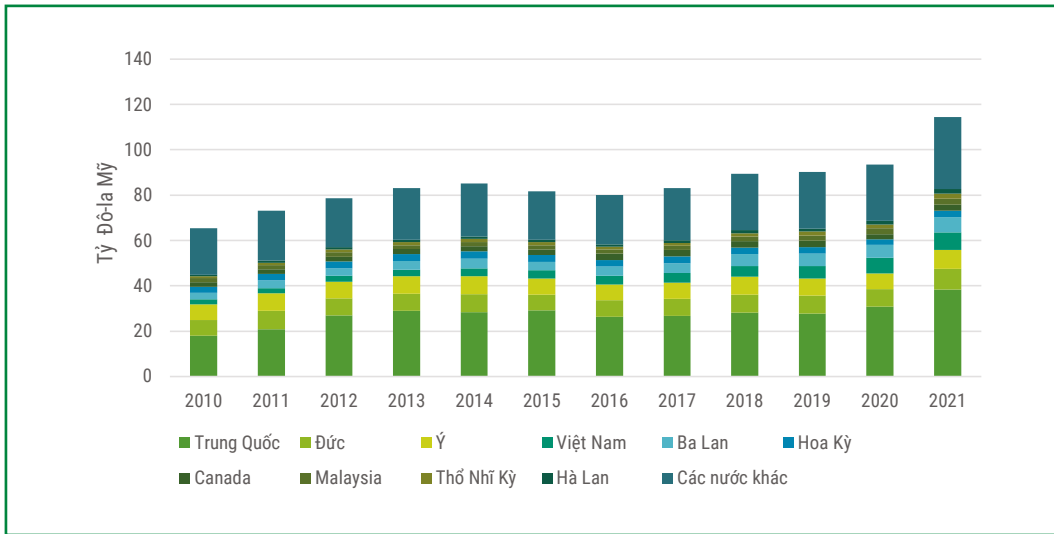


5- Báo cáo nhanh của Timberland tháng 4 năm 2021

6- Đánh giá thị trường lâm sản hàng năm của UNECE/FAO, 2019-2020



**Hình 4:** Xu hướng gia tăng giá trị xuất khẩu đồ gỗ nội thất (HS 9403) của 10 nước xuất khẩu hàng đầu (2010-2021)



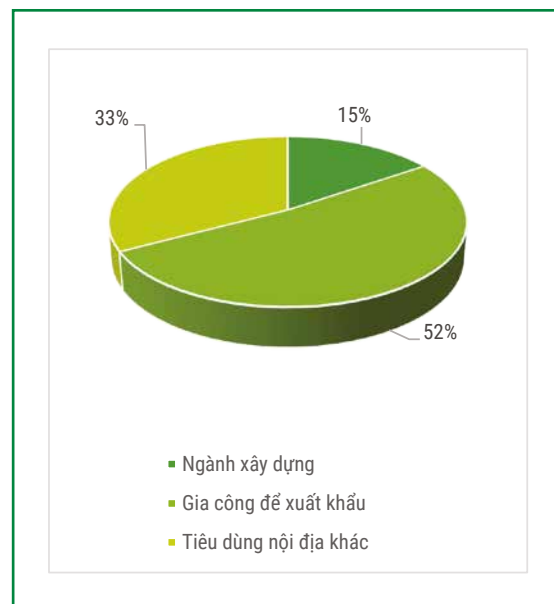
Năm 2021, các thị trường nhập khẩu đồ gỗ nội thất hàng đầu lần lượt là Hoa Kỳ, Đức, Vương quốc Anh, Pháp và Hà Lan, tiếp theo là Canada và Nhật Bản: Hình 3 (phải). Các thị trường này chiếm khoảng 60% tổng kim ngạch nhập khẩu (105 tỷ USD) và đều có tăng trưởng tốt trong năm 2021 so với năm 2020. Bất chấp những tác động

tiêu cực nặng nề của đại dịch Covid-19, nhu cầu nhập khẩu toàn cầu vẫn tăng 24% trong giai đoạn này. Nhìn dài hạn hơn, nhu cầu nhập khẩu đồ nội thất toàn cầu có tốc độ tăng trung bình là 5,7% trong giai đoạn 2010-2021. Hà Lan có mức tăng cao nhất (12%), tiếp theo là Hoa Kỳ (8%), Đức (5%) và Thụy Sĩ (4,6%).

## SẢN XUẤT ĐỒ NỘI THẤT THẾ GIỚI DỊCH CHUYỂN VỀ CHÂU Á- THÁI BÌNH DƯƠNG

Bản đồ sản xuất đồ nội thất đã thay đổi đáng kể trong 10 năm qua. Trước đây các nước Châu Âu có vai trò thống trị nhưng tỷ trọng của họ trong sản xuất toàn cầu đã giảm từ 42% năm 2007 xuống còn 25% vào năm 2021. Sự thay đổi này phần lớn là do tốc độ phát triển công nghiệp nhanh chóng và tăng trưởng bền vững ở các nền kinh tế mới nổi khu vực Châu Á-Thái Bình Dương, đặc biệt là Trung Quốc và Việt Nam. Các quốc gia Châu Á-Thái Bình Dương đã tăng thứ hạng toàn cầu về sản xuất và xuất khẩu đồ nội thất. Năm 2020, khu vực sản xuất đồ nội thất chính là Châu Á-Thái Bình Dương (54%), tiếp theo là Châu Âu (26%) và Bắc Mỹ (15%).<sup>7</sup> Trong khu vực Châu Á-Thái Bình Dương, Trung Quốc là nhà nước sản xuất đồ nội thất lớn nhất, nhưng quốc gia có mức tăng trưởng mạnh mẽ đáng chú ý lại là Việt Nam.

**Hình 5:** Nhu cầu sản phẩm gỗ khu vực Châu Á



7.- ibid

Hình 5 cho thấy tỷ lệ nhu cầu về gỗ và sản phẩm gỗ trong khu vực châu Á. Nhu cầu chủ yếu được thúc đẩy bởi ba yếu tố chính; xây dựng (15%), nhập khẩu để gia công cho mục đích xuất khẩu (52%) và tiêu dùng nội địa khác (33%). Điều này nhấn mạnh tầm quan trọng của Châu Á là trung tâm tái sản xuất toàn cầu đối với các sản phẩm gỗ<sup>8</sup>. Bất chấp suy thoái kinh tế ở các quốc gia phát triển, đặc biệt là Châu Âu và Hoa Kỳ, tăng trưởng ở các nước Châu Á vẫn tương đối cao. Các lý do chính thúc đẩy tăng trưởng của ngành bao gồm thu nhập khả

dụng tăng và đổi mới công nghệ<sup>9</sup>. Tỷ trọng tiêu thụ của khu vực Châu Á-Thái Bình Dương tăng gần gấp đôi, từ 26% năm 2008 lên gần 45% năm 2021. Phân khúc thị trường trung lưu rộng lớn ở cả Trung Quốc và Ấn Độ đã tạo nên tập người tiêu dùng lớn đòi hỏi có gỗ và sản phẩm gỗ chất lượng cao hơn. Điều này đã dẫn đến việc tăng cường sử dụng gỗ trong sản xuất đồ nội thất, đặc biệt là ván dăm và ván sợi mật độ trung bình MDF, đồng thời mở rộng nhanh chóng mặt hàng đồ nội thất tự lắp ráp (RTA) trên toàn cầu.

### Hộp 1: Những điểm chính về Tổng quan Thương mại Toàn cầu

- Sản xuất đồ nội thất toàn cầu đã chuyển từ các nước phát triển sang khu vực châu Á-Thái Bình Dương, đặc biệt là Trung Quốc và Việt Nam.
- Mức tiêu thụ đồ nội thất, mặc dù còn tương đối lớn ở các nước phát triển, đã sụt giảm do đại dịch Covid-19 và suy thoái kinh tế toàn cầu dưới tác động của xung đột Nga-Ukraine.
- Mức tiêu thụ đồ nội thất và phụ kiện đã tăng gấp đôi từ năm 2008 đến năm 2021 ở khu vực Châu Á-Thái Bình Dương do phân khúc thị trường trung lưu chiếm tỷ trọng lớn hơn, nhất là ở Trung Quốc và Ấn Độ, với thu nhập khả dụng cao hơn và đổi mới công nghệ.
- Nhu cầu về đồ nội thất tự lắp ráp, đóng gói phẳng, làm từ ván gỗ công nghiệp ngày càng tăng.

8.- Nguồn: Ratnasingam và cộng sự (2017)

9.- [http://www.mtc.com.my/images/cms/141/4\\_Sylvia\\_Weichenberger\\_-\\_CSIL.pdf](http://www.mtc.com.my/images/cms/141/4_Sylvia_Weichenberger_-_CSIL.pdf)

# Tổng quan Ngành Đồ gỗ Nội thất Việt Nam

## Cơ cấu ngành đồ gỗ nội thất Việt Nam

### LỢI THẾ ĐỊA PHƯƠNG CỦA VIỆT NAM TRONG CHẾ BIẾN GỖ ĐÃ GÓP PHẦN VÀO THÀNH CÔNG TRONG LĨNH VỰC ĐỒ GỖ NỘI THẤT.

Ngành sản xuất sản phẩm gỗ của Việt Nam được đánh giá là có tính cạnh tranh cao trên trường quốc tế. Lĩnh vực này dần phát triển vào những năm 1990, và tăng tốc kể từ những năm 2000. Theo số liệu thống kê năm 2020 của Tổng cục Thống kê, năm 2019 có 5.338 công ty đồ nội thất, sử dụng tổng số 384.254 lao động. Một số yếu tố chính góp phần vào thành công của Việt Nam với tư cách là quốc gia sản xuất và xuất khẩu đồ nội thất hàng đầu thế giới là khuôn khổ pháp lý có thể dự đoán được, doanh nghiệp nước ngoài có quy mô lớn, chi phí lao động thấp, lực lượng lao động dồi dào và cần cù,

khả năng nhập gỗ nguyên liệu dễ dàng, và vị trí địa lý thuận lợi. Các doanh nghiệp nhỏ và vừa có mối liên kết tương đối chặt chẽ với thị trường thế giới, thông qua các kênh phân phối khác nhau. Hơn nữa, chính phủ từ lâu đã hỗ trợ ngành gỗ và đồ nội thất bằng cách ban hành các quy định và biện pháp thúc đẩy phát triển chuỗi giá trị, từ cung cấp nguyên liệu (phát triển lâm nghiệp) đến khuyến khích đầu tư và thương mại. Bảng dưới đây liệt kê các yếu tố hỗ trợ và cản trở chính sẽ tiếp tục định hình ngành đồ gỗ nội thất của Việt Nam.

| Các yếu tố hỗ trợ   | Các yếu tố cản trở   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Khả năng cạnh tranh về chi phí.</li> <li>• Khung pháp lý có thể dự đoán được.</li> <li>• Môi trường đầu tư thuận lợi.</li> <li>• Thỏa thuận Đối tác Tự nguyện (VPA) với EU và một số Hiệp định Thương mại Tự do (FTA) khác.</li> <li>• Chủ trương trồng rừng trong nước tiếp tục đẩy mạnh sản xuất công nghiệp.</li> <li>• Hợp đồng ký kết trực tiếp với các công ty nội thất hàng đầu, đặc biệt thông qua các công ty có vốn nước ngoài.</li> <li>• Số lượng các công ty có Chứng nhận Chuỗi hành trình sản phẩm (CoC) và Quản lý Rừng bền vững tăng lên.</li> <li>• FDI tiếp tục thúc đẩy xuất khẩu</li> <li>• 10% thị phần toàn cầu về xuất khẩu đồ nội thất hiện tại.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Việc xuất khẩu dăm gỗ tăng lên có thể đe dọa nguồn cung nguyên liệu thô cho ngành chế biến gỗ trong nước.</li> <li>• Phụ thuộc nhiều vào nguyên liệu gỗ nhập khẩu: phải chịu sự giám sát chặt chẽ về tính bền vững và hợp pháp của nguồn cung gỗ.</li> <li>• Việc thiếu lao động có kiến thức và kỹ năng cao có thể cản trở khả năng đổi mới và tiến lên các nấc cao hơn trong chuỗi giá trị.</li> <li>• Việc đổi mới sáng tạo và thiết kế sản phẩm mới còn hạn chế và còn phụ thuộc vào người mua nước ngoài.</li> <li>• Tốc độ áp dụng các nguyên tắc phát triển bền vững tiếp tục gây băn khoăn về khả năng tăng trưởng của ngành chế biến gỗ nói chung.</li> <li>• Sự phụ thuộc vào một số thị trường lâu đời, bao gồm Hoa Kỳ, Nhật Bản và Vương quốc Anh; cần đa dạng hóa thị trường.</li> </ul> |

Với gần 100 triệu dân, tầng lớp trung lưu ngày càng mở rộng và tốc độ đô thị hóa nhanh chóng, thị trường nội địa về đồ nội thất và sản phẩm gỗ hỗ trợ của Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ, ước tính tiêu thụ tổng giá trị sản phẩm khoảng 4 tỷ USD năm 2021, tăng khoảng 40% so với năm 2017 và chiếm khoảng 21% tổng doanh thu toàn ngành chế biến gỗ.<sup>10,11</sup> Phúc (2017) chỉ ra rằng đồ

nội thất hướng đến thị trường nội địa có thể được phân thành bốn nhóm: xây dựng, nhà ở, khai thác mỏ và đóng thuyền, với thị phần ước tính lần lượt là 39%, 14%, 42% và 5%, tính theo khối lượng gỗ nguyên liệu đầu vào được sử dụng. Việc sản xuất cho thị trường trong nước bao gồm cả phong cách hiện đại cũng như các sản phẩm truyền thống.

10.– <https://kinhthedothei.vn/tieu-thu-go-thi-truong-noi-dia-tang-manh.html>.

11.– <https://nammywood.com.vn/tin-tuc/tieu-thu-go-thi-truong-noi-dai-tang-manh-35.html>

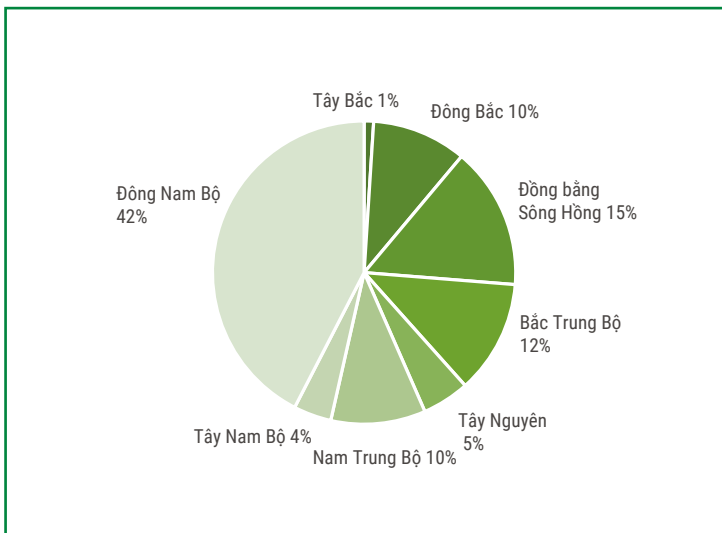
## MỘT LƯỢNG LỚN CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA ĐƯỢC PHÂN BỐ TRÊN KHẮP CÁC KHU VỰC ĐỊA LÝ

Theo báo cáo của VNFOREST tháng 4 năm 2022, Việt Nam có 5.580 doanh nghiệp địa phương và doanh nghiệp FDI chính thức đăng ký hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, chế biến và kinh doanh gỗ và lâm sản, tăng 57% so với năm 2016.<sup>12</sup> Trong khi 4.760 doanh nghiệp sản xuất đồ nội thất (bao gồm ghế gỗ), khoảng 2.600 nhà sản xuất trực tiếp tham gia xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ (VNFOREST, 2022b).

Bên cạnh các doanh nghiệp đã đăng ký chính thức còn có hàng nghìn cơ sở kinh doanh, chế biến gỗ và sản phẩm gỗ tại địa phương chưa đăng ký, hoạt động tại

khoảng 340 làng nghề đồ gỗ hoặc vùng địa lý gắn với nguyên liệu trên toàn quốc.<sup>13</sup> Hầu hết các cơ sở này là doanh nghiệp siêu nhỏ và nhỏ và được thành lập với quy mô sản xuất hộ gia đình (Quang và cộng sự, 2022a) Theo Tổng cục Thống kê Việt Nam (2020), đến năm 2019, Việt Nam có tổng số 12.952 doanh nghiệp liên quan đến gỗ (đăng ký và không đăng ký), cung cấp việc làm cho khoảng nửa triệu lao động. Theo định nghĩa về quy mô doanh nghiệp của Chính phủ, doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ chiếm 96,2%, doanh nghiệp vừa là 2,2% và doanh nghiệp lớn là 1,1%.<sup>14</sup> Doanh nghiệp FDI chiếm 30% tổng số doanh nghiệp quy mô lớn (GIZ và NEPCo, 2020).

**Hình 6:** Phân bố địa lý của các doanh nghiệp chế biến gỗ tại Việt Nam



Nguồn: VNFOREST, 2022b.

Việt Nam hiện có ba trung tâm sản xuất đồ gỗ chính:<sup>15</sup>

- **Khu vực Đồng Bằng Sông Hồng ở miền Bắc** (Hà Nội, Bắc Ninh, Nam Định): Chuyên sản xuất đồ gỗ nguyên khối truyền thống chủ yếu phục vụ thị trường trong nước và một phần xuất khẩu sang Trung Quốc.
- **Khu vực Đông Nam Bộ** (Tp. Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai): Chuyên sản xuất đồ nội thất theo phong cách phương Tây hướng đến thị trường xuất khẩu

như EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản, Hàn Quốc và một phần cho thị trường nội địa.

- **Khu vực Nam Trung Bộ** (tỉnh Bình Định): Chuyên sản xuất đồ nội thất phong cách phương Tây chủ yếu xuất khẩu sang thị trường EU, gần đây là thị trường Mỹ và một phần cho thị trường trong nước.<sup>16</sup>

Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh lân cận phía Nam như Bình Dương, Đồng Nai và Bình Định là nơi có 56% tổng số doanh nghiệp, bao gồm 70% trong số 600

12.- VNFOREST (2022b) Báo cáo "Kết quả phát triển trồng rừng lấy gỗ nguyên liệu phục vụ ngành chế biến gỗ và xuất khẩu" trình bày tại Hội thảo "Phát triển vùng sản xuất nguyên liệu phục vụ ngành chế biến gỗ và xuất khẩu" tổ chức tại thành phố Quy Nhơn, tỉnh Bình Định, ngày 22 tháng 4 năm 2022.

13.- Mỗi làng nghề này có trung bình từ 1.000 đến 2.000 hộ tham gia vào ngành gỗ (Forest Trends và NepCon – tên hiện tại Preferred by Nature, 2018).

14.- Dự thảo Đề án phát triển ngành chế biến gỗ bền vững, hiệu quả giai đoạn 2021-2030, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn.

15.- Phỏng vấn trực tiếp (tháng 7-tháng 9 năm 2022) và USDA (2020).

16.- Phỏng vấn trực tiếp đại diện Hiệp hội gỗ và lâm sản Bình Định (08/2022).

doanh nghiệp sản xuất đồ nội thất lớn nhất cả nước.<sup>17</sup> Ngành này đang tiếp tục mở rộng, với nhiều nhà máy

được mở ở các tỉnh phía Nam khác, bao gồm Tây Ninh, Bình Phước và Long An (USDA, 2020).<sup>18</sup>

## ĐÓNG GÓP QUAN TRỌNG CỦA SỐ LƯỢNG LỚN DOANH NGHIỆP FDI SẢN XUẤT ĐỒ GỖ

Việt Nam đã trở thành nhà cung cấp nổi tiếng về các sản phẩm gỗ, đặc biệt là đồ nội thất bằng gỗ. Cần lưu ý rằng sự hiện diện của một số lượng lớn các doanh nghiệp nước ngoài đã giúp thúc đẩy sự tăng trưởng nhanh chóng của ngành đồ nội thất Việt Nam. FDI đóng vai trò then chốt trong quá trình mở rộng và xuất khẩu đầy ấn tượng của ngành. Tính đến năm 2019, có 966 dự án FDI đang hoạt động trong lĩnh vực này, với tổng vốn đầu tư đăng ký hơn 6,2 tỷ USD.<sup>19</sup> Năm 2020, mặc dù chịu ảnh hưởng tiêu cực của đại dịch Covid-19, Việt Nam đã nhận thêm 811 triệu USD vốn FDI vào lĩnh vực này. Các dự án FDI đến từ 20 quốc gia và vùng lãnh thổ, chủ yếu từ các nước Châu Á. Dựa trên các dự án đăng ký mới, 5 quốc gia đầu tư lớn nhất trong giai đoạn 2018-2020 là Trung Quốc, Đài Loan, Hàn Quốc, Nhật Bản và Hồng Kông (Phúc và cộng sự, 2020 và 2021a). Các sản phẩm xuất khẩu chủ lực của doanh nghiệp FDI gồm đồ nội thất thuộc nhóm hàng HS 9403, ghế ngồi (HS 9401), ván dăm (HS 4410), ván lạng (HS 4408), ván sợi (HS 4411), gỗ dán (HS 4412); và ván gỗ (HS 4418). (Phúc và cộng sự 2020 và 2021a; USDA, 2020).

Năm 2019, xuất khẩu từ các doanh nghiệp FDI chế biến gỗ đạt 4,95 tỷ USD, tương đương gần 48% tổng kim ngạch xuất khẩu toàn ngành gỗ cộng lại (10,4 tỷ USD) (Phúc và cộng sự, 2020). Năm 2021, kim ngạch xuất khẩu từ các doanh nghiệp FDI chế biến gỗ đạt gần 7,5 tỷ USD, tăng 51,5% so với năm 2019, chiếm 50,4% tổng kim ngạch xuất khẩu ngành gỗ năm 2021.

Ước tính của Chương trình Xúc tiến Nhập khẩu Thụy Sĩ (SIPPO) cho thấy các doanh nghiệp FDI hiện chiếm khoảng 20% tổng số doanh nghiệp chế biến gỗ, nhưng giá trị xuất khẩu từ các doanh nghiệp này chiếm tới 80% tổng kim ngạch xuất khẩu của ngành tính trên cả nước.<sup>20</sup> Tăng cường sự phối hợp giữa các doanh nghiệp nhỏ và vừa trong nước với các doanh nghiệp FDI sẽ mang lại cơ hội lớn về sản xuất đồ nội thất có giá trị gia tăng cao, từ đó có thể giúp DNNVV của Việt Nam trở thành doanh nghiệp xuất khẩu đồ nội thất vững vàng hơn, có khả năng cạnh tranh trên thị trường toàn cầu.

## Kim ngạch thương mại ngành đồ gỗ nội thất

### NGÀNH ĐỒ GỖ NỘI THẤT VIỆT NAM PHÁT TRIỂN BẤT CHẤP SỰ BẤT ỔN TOÀN CẦU

Ngành chế biến gỗ của Việt Nam phải chịu một số trở ngại do đại dịch Covid-19 làm gián đoạn chuỗi cung ứng toàn cầu. Kinh tế thế giới đang trên đà phục hồi thì xung đột Nga-Ukraine nổ ra, làm gia tăng áp lực lạm phát. Tuy nhiên, bất chấp sự bất ổn của kinh tế toàn cầu và 3 mối đe dọa lớn - Covid, Xung đột và Biến đổi khí hậu, Việt Nam đã nổi lên là một trong những nước xuất khẩu đồ gỗ nội thất chủ lực của thế giới. Năm 2021, Việt Nam đứng thứ tư thế giới với tổng kim ngạch xuất khẩu trị giá 7,6 tỷ USD. Trong số các nước xuất khẩu lớn, Việt Nam có tốc độ tăng trưởng bình quân cao nhất trong giai đoạn 2010-2021 (21%). Ngay cả trong những năm Covid 2019-2021, Việt Nam

vẫn tăng trưởng trung bình 12,5%. Như thể hiện trong Hình 7, đồ nội thất (HS 9403) cùng với ghế gỗ (HS 9401) chiếm tỷ trọng lớn trong kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm làm từ gỗ trong những năm qua. Tuy nhiên, điều quan trọng cần lưu ý là đồ nội thất và ghế gỗ là thành phẩm có giá trị cao hơn so với gỗ thô/sản phẩm làm từ gỗ.

Căng thẳng địa chính trị giữa Trung Quốc và Hoa Kỳ cũng mang lại lợi ích cho Việt Nam. Việc Mỹ áp thuế nhập khẩu cao đối với các sản phẩm của Trung Quốc đã buộc nhiều nhà sản xuất của nước này phải chuyển hoạt động sang Việt Nam, hoặc thậm chí chỉ đơn giản

17.- <https://www.yumpu.com/en/document/read/4325081/the-Vietnamese-furniture-industry-ahk-Viet-Nam-ahks>

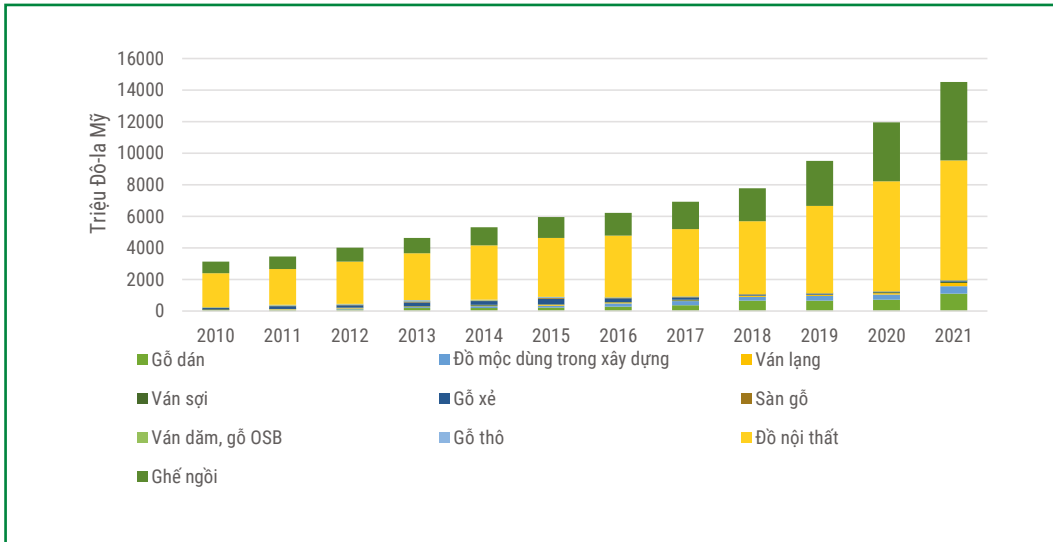
18.- [https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=VietNam%20Wood%20Processing%20Industry\\_Ho%20Chi%20Minh%20City\\_Viet-Nam\\_06-11-2020](https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=VietNam%20Wood%20Processing%20Industry_Ho%20Chi%20Minh%20City_Viet-Nam_06-11-2020)

19.- Theo VNFOREST (2022b), tổng số doanh nghiệp FDI đến tháng 4 năm 2022 là 767 doanh nghiệp.

20.- <https://www.sippo.vn/viva>

là chuyển các lô hàng qua Việt Nam để đến Hoa Kỳ. Điều này đã góp phần vào sự tăng trưởng ổn định của xuất khẩu đồ nội thất và sản phẩm gỗ của Việt Nam.

**Hình 7: Giá trị xuất khẩu đồ gỗ và sản phẩm gỗ hỗ trợ của Việt Nam (triệu USD)**



Nguồn: ITC

Hơn nữa, các hiệp định thương mại tự do với Liên minh Châu Âu và Vương quốc Anh đã mở ra những cơ hội thị trường mới, tận dụng trào lưu cải tạo nhà cửa ở nhiều nước phương Tây trong đại dịch Covid-19. Điều đáng chú ý là tất cả những chuyển biến trong ngành diễn ra dựa trên những lợi thế đặc thù của Việt Nam như lao

động giá rẻ và ngành chế biến gỗ vốn tương đối phát triển. Do đó, so với các đối thủ cạnh tranh trong khu vực, Việt Nam có tiềm năng thu được lợi ích cao từ các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, chẳng hạn như Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), và các cơ hội thương mại khác.

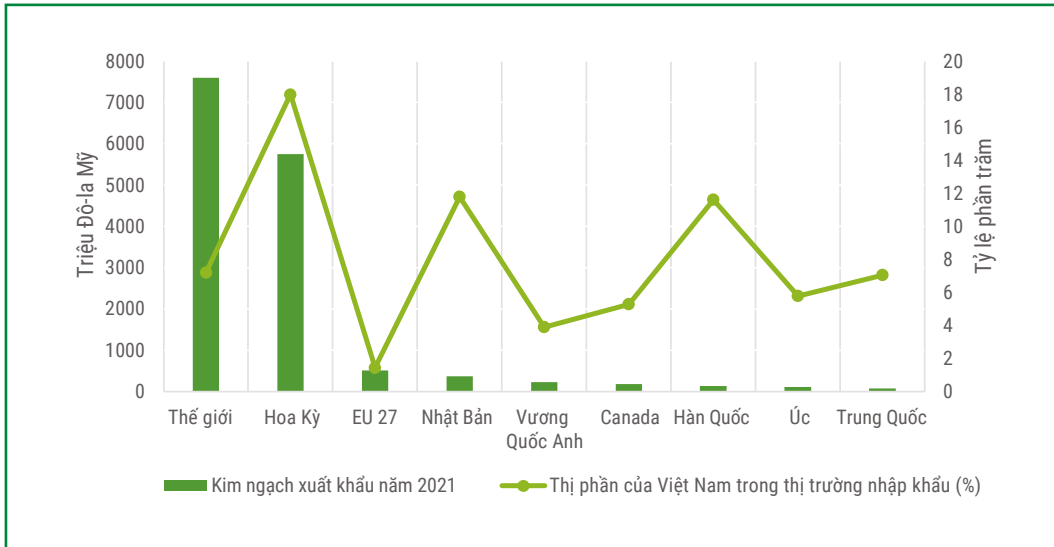
## MẶC DÙ PHỤC VỤ CHO CÁC QUỐC GIA NHẬP KHẨU ĐỒ GỖ HÀNG ĐẦU THẾ GIỚI, VIỆT NAM VẪN KHÔNG PHẢI LÀ ĐỐI THỦ CẠNH TRANH CHÍNH Ở HẦU HẾT CÁC THỊ TRƯỜNG NÀY

Việt Nam xuất khẩu đồ gỗ và các sản phẩm gỗ hỗ trợ sang khoảng 160 quốc gia và vùng lãnh thổ. Các thị trường nhập khẩu đồ gỗ nội thất hàng đầu thế giới cũng là thị trường xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam. Tuy nhiên, dù mức tăng trưởng tăng (38%), thứ hạng của Việt Nam về xuất khẩu toàn cầu đã tụt từ vị trí thứ ba năm 2020 xuống vị trí thứ tư năm 2021. Mặc dù Việt Nam xuất hàng sang tất cả các thị trường nhập khẩu hàng đầu, thị phần của Việt Nam là không đáng kể ở hầu hết các thị trường này; họ vốn chủ yếu nhập hàng từ các quốc gia như Trung Quốc, Ý và Ba Lan.

Các điểm đến hàng đầu cho hàng xuất khẩu của Việt Nam (và thị phần của Việt Nam trên thị trường đó) năm 2021 như sau; Hoa Kỳ (18%), Nhật Bản (11,8%), Vương quốc Anh (3,9%), Canada (5,3%), Hàn Quốc (11,6%), Úc (5,8%) và Trung Quốc (7,1%). Việt Nam xuất khẩu hơn 90% đồ nội thất sang các thị trường này. Cần lưu ý rằng

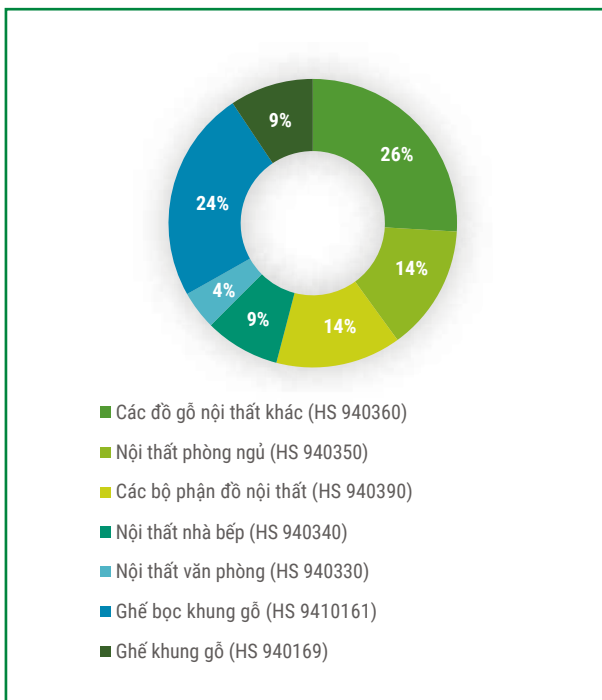
trong khi Việt Nam xuất khẩu 75,8% đồ nội thất sang Hoa Kỳ (Hình 8), thị phần của Việt Nam ở thị trường này chỉ là 18%. Trong khi đó, Việt Nam có sự hiện diện mạnh mẽ tại các thị trường khu vực như Nhật Bản, Hàn Quốc và Trung Quốc, gần 10%, mặc dù chỉ xuất 5%, 2% và 1% đồ nội thất sang các thị trường này. Trong số các nước EU, thị trường xuất khẩu đồ gỗ nội thất hàng đầu của Việt Nam là Đức, Pháp và Hà Lan, với thị phần tương ứng lần lượt là 1,5%, 1,6% và 2,2%. Tính tổng cộng, EU 27 (27 nước thuộc Liên minh Châu Âu) chiếm 6,8% tổng kim ngạch xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam nhưng thị phần của Việt Nam tại EU chỉ là 1,5%. Đồ nội thất xuất khẩu sang các thị trường này chủ yếu mang phong cách hiện đại và nguyên liệu gỗ được sử dụng để sản xuất các sản phẩm này là từ các nguồn hợp pháp ít rủi ro.

**Hình 8:** Các thị trường xuất khẩu hàng đầu cho đồ gỗ Việt Nam (HS 9403) năm 2021



Nguồn: Trung tâm Thương mại Quốc tế

**Hình 9:** Cơ cấu xuất khẩu đồ nội thất bằng gỗ của Việt Nam năm 2021 theo sản phẩm (%)



Nguồn: Trung tâm Thương mại Quốc tế

ANhu đã đề cập ở trên, riêng thị trường Hoa Kỳ đã chiếm 75,8% tổng kim ngạch xuất khẩu đồ nội thất (HS 9403) của Việt Nam năm 2021. Xu hướng này vẫn giữ nguyên đối với tất cả các sản phẩm đồ nội thất bằng gỗ xuất khẩu sang Mỹ, chẳng hạn 87,4% tổng kim ngạch xuất khẩu HS 940161 (ghế bọc khung gỗ) của Việt Nam là đến Mỹ. Hình 9 cho thấy sự phân chia theo sản phẩm của các sản phẩm đồ gỗ nội thất xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam. Đồ gỗ nội thất khác (HS 940360) và Ghế bọc khung gỗ (HS 940161) chiếm tỷ trọng xuất khẩu cao nhất trong nhóm hàng nội thất. Cần lưu ý rằng động lực thúc đẩy xuất khẩu đồ nội thất của Việt Nam tăng nhanh là do Mỹ áp thuế nhập khẩu 25% đối với đồ nội thất Trung Quốc, dẫn đến nhu cầu dịch chuyển sang Việt Nam giúp Việt Nam trở thành nước hưởng lợi chính từ căng thẳng thương mại giữa Trung Quốc và Hoa Kỳ.

Trong xuất khẩu các sản phẩm gỗ hỗ trợ, Việt Nam giữ thị phần cao nhất ở các mặt hàng Gỗ dán (HS 4412), Ván lạng (HS 4408) và Đồ mộc dùng trong xây dựng (HS 4418), lần lượt chiếm 5,4%, 5% và 2,5% thị phần trong xuất khẩu toàn cầu. Hoa Kỳ và các nước Đông Nam Á là những thị trường xuất khẩu chính cho sản phẩm gỗ hỗ trợ của Việt Nam.

## PHỤ THUỘC LỚN VÀO GỖ NGUYÊN LIỆU NHẬP KHẨU

Trong nhiều năm qua, Việt Nam luôn duy trì cán cân thương mại dương trong lĩnh vực đồ gỗ nội thất. Trong giai đoạn 2016 - 2020, giá trị xuất siêu đối với tất cả các sản phẩm đồ gỗ nội thất đều tăng với tốc độ ngày càng cao. Giá trị thặng dư thương mại giai đoạn 2020-2021

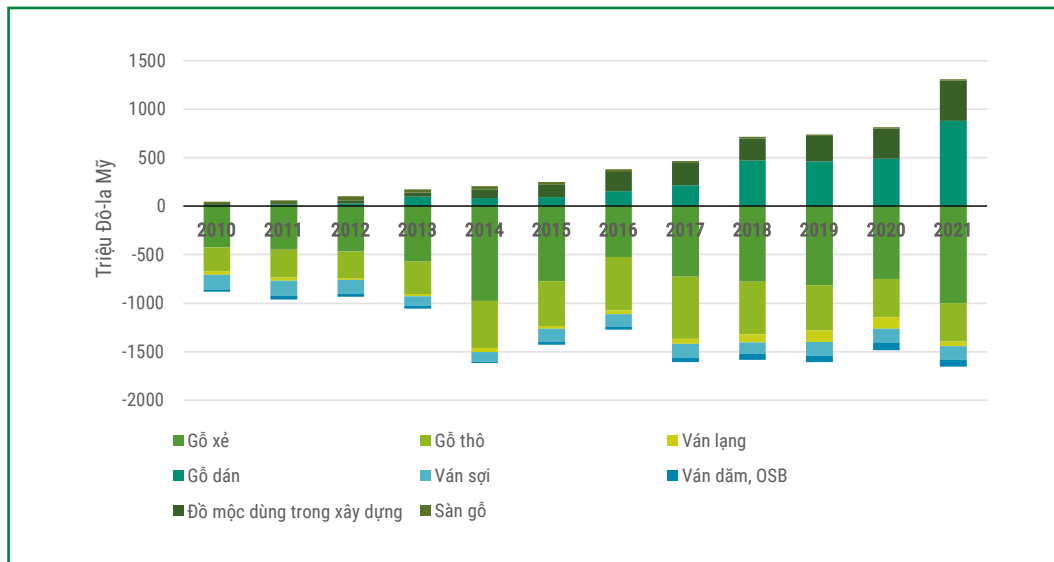
đối với hầu hết các sản phẩm gỗ nội thất tăng đột biến do tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cao. Thặng dư thương mại giảm đối với đồ nội thất văn phòng (HS 940330), ghế khung gỗ (HS 940169) và các bộ phận đồ nội thất (HS 940390) nhưng vẫn đạt giá trị dương.



Mặt khác, phần lớn các sản phẩm gỗ hỗ trợ liên tục ghi nhận cán cân thương mại âm (Hình 10). Nhập siêu cao nhất là đối với gỗ xẻ (HS 4407) và gỗ thô (HS 4403), tiếp đến là ván sợi (HS 4411), ván dăm OSB (HS 4410) và ván

lạng (4408). Tuy nhiên, gỗ dán (HS 4412), đồ mộc dùng trong xây dựng (HS 4418) và sàn gỗ (HS 4409) liên tục ghi nhận thặng dư thương mại. Trong thời kỳ đại dịch, giá trị thặng dư đối với gỗ dán tăng đột biến.

**Hình 10: Cán cân thương mại của sản phẩm gỗ hỗ trợ (triệu USD)**



Nguồn: ITC

Do sản xuất và xuất khẩu sản phẩm gỗ mở rộng nhanh chóng, nhu cầu gỗ nguyên liệu tăng 36% trong giai đoạn 2016-2021. Ngành chế biến gỗ của Việt Nam sử dụng cả nguyên liệu trong nước và nhập khẩu. Ước tính năm 2021, ngành sử dụng khoảng 41 triệu m<sup>3</sup> RWE (roundwood equivalent – tương đương gỗ tròn) gỗ và nguyên liệu từ gỗ, tăng so với mức 34,2 triệu m<sup>3</sup> năm 2017, tức tăng gần 20%<sup>21</sup> Năm 2021, nguồn gỗ trong nước từ

rừng trồng sản xuất, rừng trồng cao su, cây trồng phân tán ngoài rừng cung cấp 31,7 triệu m<sup>3</sup>, chiếm 77% tổng nhu cầu nguyên liệu. (VNFOREST, 2022b). Tuy nhiên, ước tính chỉ 30-40% nguồn cung trong nước này có thể được sử dụng trực tiếp cho sản xuất đồ nội thất (bao gồm cả đồ mộc dùng trong xây dựng). Còn lại 60-70% nguồn gỗ trong nước là thân, cành hoặc gỗ cỡ nhỏ chủ yếu phù hợp để sản xuất dăm gỗ hoặc viên gỗ nén<sup>22</sup>.

**Bảng 1: Lượng nhập khẩu sản phẩm gỗ hỗ trợ (SWP)**

| Sản phẩm          | Mã HS | Lượng nhập khẩu năm 2020 (m <sup>3</sup> ) | Lượng nhập khẩu năm 2021 (m <sup>3</sup> ) | Tăng trưởng sản lượng nhập khẩu giai đoạn 2020-2021 (%) |
|-------------------|-------|--|--|---|
| Gỗ xẻ (khối tròn) | 4407  | 2541569                                    | 2782007                                    | 10%   |
| Gỗ thô            | 4403  | 2019902                                    | 1930398                                    | -4%   |
| Ván sợi           | 4411  | 744665                                     | 823305                                     | 11%   |
| Gỗ dán            | 4412  | 604283                                     | 548680                                     | -9%   |
| Ván dăm, OSB      | 4410  | 434719                                     | 361784                                     | -17%  |
| Ván lạng          | 4408  | 275979                                     | 306159                                     | 11%   |

Nguồn: ITC

21.- VNFOREST, 2022b và <https://www.mard.gov.vn/Pages/hoi-nghi-phat-trien-vung-nguyen-lieu-phuc-vu-nganh-cong-nghiep-che-bien-go-xuat-khau.aspx>

22.- <https://baochinhpvu.vn/nganh-go-no-luc-giai-bai-toan-kho-102220422205647492.htm>



Nguyên liệu nhập khẩu từ hơn 100 thị trường cung cấp 9,3 triệu m<sup>3</sup>, tương đương 23% tổng lượng gỗ thô được sử dụng trong ngành năm 2021 (Cam và cộng sự, 2022). Gỗ xẻ, gỗ thô và ván sợi chiếm khối lượng cao nhất trong gỗ nhập khẩu. Nói cách khác, Việt Nam phụ thuộc rất nhiều vào nguồn cung gỗ nguyên liệu nước ngoài để sản xuất đồ nội thất xuất khẩu. Lý do bao gồm tỷ lệ mở rộng ngành sản xuất đồ nội thất tăng cao, lệnh cấm khai thác gỗ hoàn toàn trong rừng tự nhiên, nguồn cung cấp gỗ trong nước có quy mô nhỏ và chất lượng thấp, và nhu cầu ngày càng tăng từ người mua đồ nội thất quốc tế về gỗ có chứng nhận được khai thác một cách bền vững, đây là điều Việt Nam chưa đáp ứng được trên diện rộng.<sup>23, 24</sup>

Năm thị trường cung cấp gỗ tròn lớn nhất cho Việt Nam là Cameroon, Hoa Kỳ, Úc, Bỉ và Papua New Guinea. Nguồn cung từ năm thị trường này đạt 1 triệu m<sup>3</sup>, chiếm 52% tổng khối lượng và giá trị gỗ tròn nhập khẩu của Việt Nam năm 2021. Úc nổi lên như một thị trường mạnh cung cấp khối lượng lớn gỗ tròn cho Việt Nam (Cam và cộng sự 2022).

Năm nguồn cung cấp gỗ xẻ lớn nhất cho Việt Nam bao gồm Hoa Kỳ, Chile, Brazil, Canada và New Zealand. Nguồn cung từ các quốc gia này đạt 1,46 triệu m<sup>3</sup>, chiếm 52,6% tổng lượng gỗ xẻ vào Việt Nam năm 2021. Tổng cộng có 29 quốc gia cung cấp gỗ dán và ván gỗ công nghiệp cho Việt Nam, trong đó lớn nhất là Trung Quốc và Indonesia. Trung Quốc tiếp tục là nguồn cung lớn nhất, chiếm 91% tổng lượng và 89% tổng giá trị gỗ



Links, 4. Teak Veneer (Substitute at Page 11).jpg

dán nhập khẩu từ tất cả các thị trường năm 2021. Trung Quốc cung cấp 498.000 m<sup>3</sup> gỗ dán, tương đương 206 triệu USD, giảm 10,6% về lượng nhưng tăng 1% về giá trị so với năm 2020. Năm 2021, Indonesia xuất khẩu sang Việt Nam 26.0000 m<sup>3</sup>, tương đương 12,4 triệu USD, tăng 35% về lượng và 34% về giá trị so với năm 2020, chiếm gần 5% tổng lượng gỗ dán nhập khẩu vào Việt Nam (Cam và cộng sự, 2022).

## Hộp 2: Những điểm chính về Kim ngạch thương mại ngành đồ gỗ nội thất

- Việt Nam đã nổi lên là một trong những nước xuất khẩu đồ gỗ nội thất (HS 9403) chủ lực của thế giới, đứng thứ 4 thế giới năm 2021, với kim ngạch 7,6 tỷ USD.
- Các nước nhập khẩu đồ gỗ nội thất hàng đầu thế giới cũng là thị trường xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam. Chỉ riêng Hoa Kỳ đã chiếm 75,8% tổng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng HS 9403 của Việt Nam năm 2021.
- EU 27 chiếm 6,8% tổng kim ngạch xuất khẩu đồ nội thất của Việt Nam năm 2021. Đồ nội thất xuất khẩu sang các thị trường này chủ yếu là sản phẩm mang phong cách hiện đại, và gỗ nguyên liệu được sử dụng cho các sản phẩm này là từ các nguồn hợp pháp có rủi ro thấp.
- Các nhóm hàng xuất khẩu hàng đầu về đồ gỗ nội thất của Việt Nam năm 2021 bao gồm Đồ nội thất bằng gỗ khác (HS 940360) 26%, Ghế bọc khung gỗ (HS 940161) 24%, Đồ nội thất phòng ngủ (HS 940350) 14% và Các bộ phận đồ nội thất (HS 940390) 14 %.
- Việc ký kết một số hiệp định thương mại tự do mang lại nhiều cơ hội hơn cho hoạt động thương mại đồ gỗ của Việt Nam.
- Nhân công rẻ và ngành chế biến gỗ tương đối phát triển tạo lợi thế cho Việt Nam xuất khẩu đồ gỗ nội thất trên toàn cầu.
- Năm 2021, năm thị trường cung cấp gỗ tròn lớn nhất cho Việt Nam là Cameroon, Hoa Kỳ, Úc, Bỉ và Papua New Guinea; và năm nguồn cung cấp gỗ xẻ lớn nhất cho Việt Nam bao gồm Hoa Kỳ, Chile, Brazil, Canada và New Zealand.

23.- Việt Nam đã áp dụng lệnh cấm khai thác từ năm 2014 và áp dụng lệnh cấm khai thác toàn bộ đối với rừng tự nhiên kể từ năm 2016.

24.- Chỉ 30-40% gỗ cung cấp trong nước có thể trực tiếp sản xuất đồ nội thất, 60-70% được dùng cho sản xuất dăm gỗ và viên gỗ nén (<https://baochinhphu.vn/nganh-go-no-luc-giai-bai-toan-kho-102220422205647492.htm>).

## Các sáng kiến, chính sách & khung pháp lý hiện tại

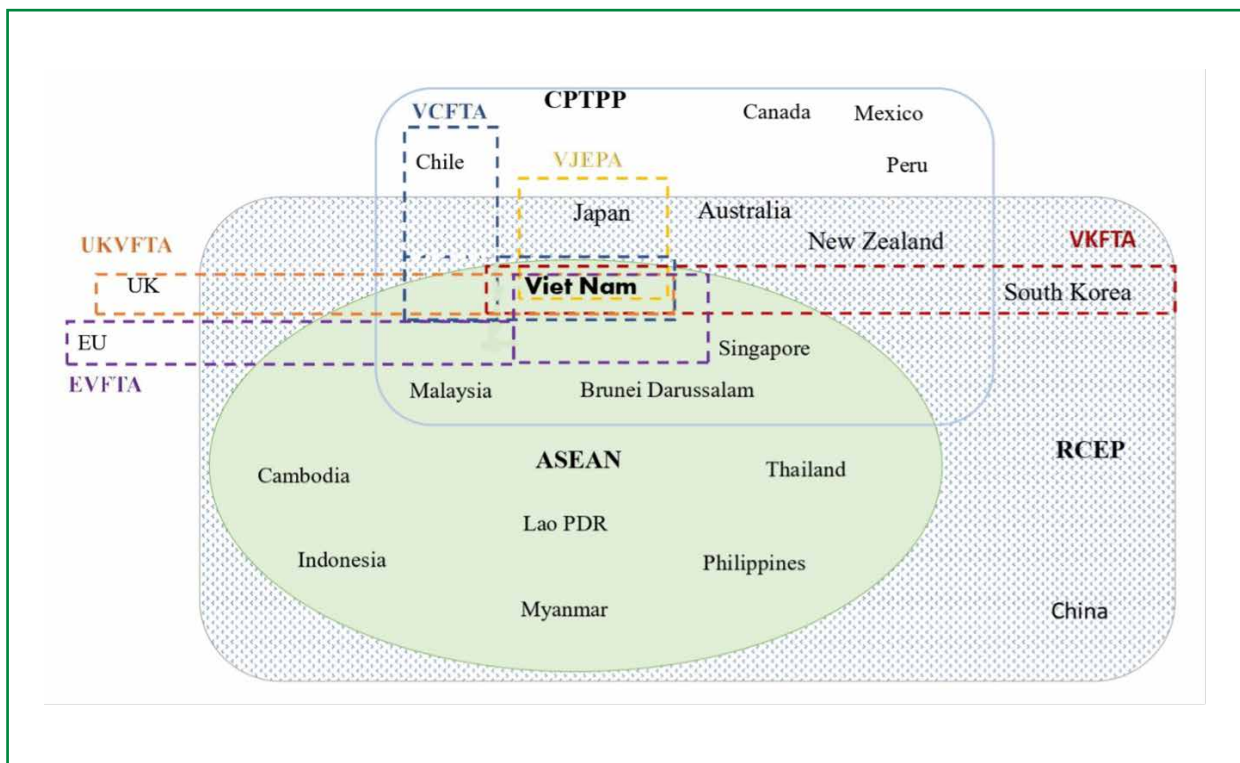
### CÁC CHỨNG NHẬN, HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI VÀ CAM KẾT

Ngành gỗ Việt Nam đã phát triển nhanh chóng trong những năm gần đây. Điều này có được nhờ những cải cách trong hệ thống pháp luật trong nước khuyến khích mở cửa thương mại, đi kèm với các Hiệp định Thương mại Tự do mới được ký kết như Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), Hiệp định Thương mại Tự do giữa Việt Nam và EU (EVFTA), và Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP). Các Hiệp định thương mại tự do mới được ký kết mà Việt Nam là thành viên đều có những điều khoản khuyến khích cam kết toàn diện ở mức độ cao giữa các nước đối tác. Điều này giúp các doanh nghiệp gỗ trong nước hội nhập tốt hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu hiện tại về

sản phẩm gỗ, tạo hiệu ứng lan tỏa tích cực đến các khách hàng tiềm năng.

Ngoài ra, mặc dù không phải là một FTA, hiệp định song phương của Việt Nam với Hoa Kỳ mang lại cho các nhà sản xuất Việt Nam ưu thế trên thị trường đồ nội thất Hoa Kỳ so với các nhà xuất khẩu Trung Quốc. Việt Nam cũng được hưởng lợi từ các sáng kiến và hiệp định thương mại hài hòa và công nhận lẫn nhau trong khuôn khổ ASEAN. Tiếp tục hướng tới mở cửa thương mại, Việt Nam hiện đang đàm phán Hiệp định Thương mại Tự do với các nước EFTA (Na Uy, Iceland, Liechtenstein và Thụy Sĩ).

**Hình 11:** FTA và các hiệp định khác của Việt Nam với các đối tác thương mại lớn



Gỗ có nguồn gốc từ các khu rừng hợp pháp và được quản lý bền vững đang trở thành tiêu chuẩn thương mại toàn cầu chứ không phải là ngoại lệ. Nhiều nhà bán lẻ đồ gỗ nội thất toàn cầu, chẳng hạn như IKEA và B&Q, đang yêu cầu các nhà cung cấp tuân thủ các yêu cầu này. Những ngày tháng việc mua hàng chỉ đơn giản dựa trên chi phí sắp kết thúc, khi các yếu tố khác trở nên quan trọng hơn trong quyết định mua hàng. Việc đáp ứng các yêu cầu về chứng nhận môi trường để đảm bảo

rằng đồ nội thất bằng gỗ có nguồn gốc hợp pháp và bền vững đang trở thành điều kiện tiên quyết cho các nhà sản xuất mong muốn thâm nhập các thị trường trọng điểm như Hoa Kỳ và EU.

Trong bối cảnh này, thuật ngữ 'gỗ bền vững' được dùng để chỉ gỗ được thu hoạch hợp pháp và theo cách bảo vệ các cây khác trong rừng, cũng như các tuyến đường thủy, động vật hoang dã và môi trường nơi gỗ được khai

thác. Đối với nguồn gỗ nhập khẩu, tính bền vững cũng có nghĩa là thu hoạch gỗ theo cách tôn trọng quyền của người dân bản địa trong khu vực có gỗ. Với phương pháp khai thác gỗ bền vững, tốc độ trồng cây mới phải nhanh hơn tốc độ đốn hạ cây nhằm đảm bảo rừng sẽ mọc lại.

Thuật ngữ 'gỗ có nguồn gốc hợp pháp' được dùng để chỉ loại gỗ có thể được truy xuất nguồn gốc từ điểm thu hoạch đến mục đích sử dụng cuối cùng, và đã được

khai thác bằng cách trả các loại thuế và lệ phí cần thiết. Ngoài ra, và quan trọng nhất, kiểm toán viên bên thứ ba có thể xác minh nguồn gốc và sự tuân thủ của gỗ theo tiêu chuẩn chứng nhận hoặc hướng dẫn đã được phê duyệt. Đương nhiên, hầu hết các thị trường đồ gỗ nội thất lớn trên thế giới đều có quy định về môi trường hoặc chứng nhận để đảm bảo tính bền vững và hợp pháp mà tất cả các nhà cung cấp phải tuân thủ. Các quy định chính về môi trường liên quan đến đồ gỗ nội thất được trình bày trong hộp 3.

### Hộp 3: Các chứng chỉ chính liên quan đến ngành gỗ

#### Chương trình chứng nhận chứng chỉ rừng quốc tế (PEFC)

PEFC là liên minh toàn cầu hàng đầu về các hệ thống chứng chỉ rừng quốc gia từ năm 1999. Là một tổ chức phi chính phủ, phi lợi nhuận quốc tế, liên minh này có mục tiêu thúc đẩy quản lý rừng bền vững và chuỗi hành trình sản phẩm (CoC) thông qua chứng nhận của bên thứ ba độc lập.

#### Hội đồng quản lý rừng quốc tế (FSC)

FSC là tổ chức đa phương phi lợi nhuận quốc tế, thành lập từ năm 1993 để thúc đẩy quản lý các khu rừng trên thế giới một cách có trách nhiệm. FSC đặt ra các tiêu chuẩn về lâm sản, chứng thực và dán nhãn chứng nhận sản phẩm thân thiện với môi trường.

#### Thực thi Lâm luật, Quản trị và Thương mại Lâm nghiệp (FLEGT)

Kế hoạch Hành động FLEGT được EU xây dựng từ năm 2003 để chống khai thác và buôn bán gỗ bất hợp pháp. Các khu vực và quốc gia trọng tâm được Kế hoạch Hành động hướng tới là Trung Phi, Nam Mỹ nhiệt đới và Đông Nam Á. FLEGT cho phép kiểm soát việc nhập khẩu gỗ vào EU từ các quốc gia tham gia Thỏa thuận Đối tác Tự nguyện (VPA) song phương.

#### Hệ thống đảm bảo gỗ hợp pháp Việt Nam (VNTLAS)

VNTLAS được Việt Nam triển khai vào năm 2020 nhằm đảm bảo các sản phẩm gỗ được chứng nhận hợp pháp theo yêu cầu cụ thể đối với từng giai đoạn của chuỗi cung ứng, từ trong rừng hoặc từ điểm nhập khẩu đến điểm bán hoặc xuất khẩu cuối cùng.

#### Hệ thống chứng chỉ rừng Việt Nam (VFCS)

VFCS là chương trình quốc gia do Văn phòng Chứng chỉ Quản lý Rừng Bền vững (VFCO) xây dựng và vận hành, nhằm thực hiện quản lý rừng bền vững và chứng chỉ rừng tại Việt Nam.

Việt Nam đã ký Thỏa thuận Đối tác Tự nguyện (VPA) về Thực thi Lâm luật, Quản trị và Thương mại Lâm nghiệp (FLEGT). Đây là một hiệp định thương mại song phương có tính ràng buộc pháp lý nhằm cải thiện quản lý rừng và thúc đẩy thương mại gỗ hợp pháp từ Việt Nam sang EU. Theo VPA, Việt Nam đã xây dựng Hệ thống đảm bảo gỗ hợp pháp (VNTLAS) để đảm bảo tính hợp pháp của gỗ nhập khẩu và sẽ xây dựng hệ thống cấp phép FLEGT cho các sản phẩm gỗ xuất khẩu sang EU.

Việt Nam cũng đã tham gia Công ước về buôn bán quốc tế các loài động, thực vật hoang dã nguy cấp (CITES), và trở thành quốc gia ký kết chính thức từ năm 1994.

Mục đích của Công ước là đảm bảo rằng việc buôn bán quốc tế các mẫu động vật và thực vật hoang dã không đe dọa đến sự tồn tại của loài đó.<sup>25</sup>

Đáng chú ý, ngày 1/10/2021, Việt Nam và Hoa Kỳ ký kết thỏa thuận chống khai thác và buôn bán gỗ trái phép với mục tiêu giải quyết những lo ngại của Hoa Kỳ về hoạt động khai thác gỗ trái phép và buôn bán gỗ bất hợp pháp tại Việt Nam, nhằm bảo vệ môi trường và tài nguyên thiên nhiên.<sup>26</sup> Thỏa thuận bao gồm các cam kết của Việt Nam nhằm cải thiện Hệ thống đảm bảo gỗ hợp pháp; loại khỏi chuỗi cung ứng thương mại gỗ bị tịch thu (tức là gỗ bị thu do vi phạm luật pháp trong nước hoặc

25. – <https://cites.org/eng/disc/what.php>.

26. – Hoạt động này còn được gọi là cuộc điều tra Mục 301 về Gỗ Việt Nam, theo Mục 301 của Đạo luật Thương mại Hoa Kỳ năm 1974.

quốc tế); xác minh tính hợp pháp của gỗ khai thác trong nước bất kể điểm đến xuất khẩu là ở đâu; và làm việc với

các quốc gia nguồn có rủi ro cao để tăng cường công tác hải quan tại biên giới và hợp tác thực thi pháp luật.<sup>27</sup>

## CÁC CHÍNH SÁCH, CHƯƠNG TRÌNH/DỰ ÁN HỖ TRỢ

Chính phủ Việt Nam đã ban hành nhiều quy định, chính sách và chương trình nhằm quản lý và hỗ trợ hoạt động của các tổ chức (bao gồm cả doanh nghiệp) và cá nhân nhằm đảm bảo tính hợp pháp, hiệu quả và bền vững (về kinh tế, xã hội, môi trường) của việc khai thác, sử dụng và kinh doanh gỗ và các sản phẩm từ gỗ. Các chính sách, chương trình này được ban hành phù hợp với yêu cầu quản lý trong nước của Việt Nam cũng như cam kết đối với các công ước, hiệp định quốc tế có liên quan mà Việt Nam là thành viên.

Liên quan đến chế biến và thương mại gỗ và sản phẩm gỗ, một trong những quy định quan trọng là **Nghị định 102/NĐ-CP** ban hành Hệ thống đảm bảo gỗ hợp pháp Việt Nam (hay **VNTLAS**).<sup>28 29</sup> Nghị định này là cột mốc cho việc thực hiện VPA EU-Việt Nam nói trên. Nghị định có hiệu lực từ ngày 30/10/2020 quy định về Hệ thống đảm bảo gỗ hợp pháp Việt Nam (VNTLAS) cho xuất khẩu và nhập khẩu; tiêu chí, thẩm quyền, thủ tục phân loại doanh nghiệp vừa chế biến vừa xuất khẩu gỗ; và cấp giấy phép FLEGT. Nghị định đưa ra quy định về xuất nhập khẩu gỗ theo phương pháp tiếp cận dựa trên rủi ro về loại gỗ (rủi ro thấp/rủi ro cao về tính hợp pháp của gỗ) và nguồn gốc địa lý của gỗ (vùng địa lý tích cực/không tích cực). Điều 5 Nghị định quy định tiêu chí xác định quốc gia thuộc vùng địa lý tích cực xuất khẩu gỗ vào Việt Nam.<sup>30</sup> Điều 6 của Nghị định quy định tiêu chí xác định gỗ thuộc loại rủi ro nhập khẩu vào Việt Nam.<sup>31</sup> Và Điều 12 quy định về tiêu chí phân loại doanh nghiệp.<sup>32</sup>

■ Tiếp nối VNTLAS, tháng 11/2020, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (NN&PTNT) ban hành **Quyết định 4832/QĐ-BNN-TCLN** công bố danh sách 51 quốc gia thuộc vùng địa lý tích cực.<sup>33</sup> Các quốc gia nằm ngoài danh sách này được coi là nguồn không tích cực hoặc rủi ro cao.

■ Trong giai đoạn 2020-2022, Bộ NN&PTNT ban hành nhiều quyết định công bố, cập nhật danh mục các loại gỗ đã nhập khẩu vào Việt Nam. Quyết định mới nhất **2752/QĐ-BNN-TCLN** tháng 7/2022 công bố danh mục 837 loại gỗ đã nhập khẩu vào Việt Nam tính đến hết tháng 6/2022.<sup>34</sup> Các loại gỗ thuộc danh mục CITES theo quy định của pháp luật Việt Nam hoặc không có trong danh mục 837 loại trên được coi là loại gỗ có rủi ro cao.

■ Năm 2021, Bộ NN&PTNT ban hành **Thông tư 21/TT-BNNPTNT** quy định về phân loại doanh nghiệp chế biến, xuất khẩu gỗ. Thông tư này có hiệu lực từ ngày 01 tháng 5 năm 2022 và áp dụng cho doanh nghiệp vừa chế biến vừa xuất khẩu gỗ, và tổ chức, cá nhân có hoạt động liên quan đến chế biến và xuất khẩu gỗ. Theo đó, các doanh nghiệp được phân thành 2 nhóm. Nhóm I là doanh nghiệp tuân thủ các quy định của pháp luật trong thành lập và hoạt động doanh nghiệp, cũng như tuân thủ các quy định về nguồn gốc gỗ hợp pháp.<sup>35</sup> Nhóm II là các doanh nghiệp không đáp ứng bất kỳ tiêu chí nào để được xếp vào Nhóm 1.

Bên cạnh VNTLAS, việc quản lý, truy xuất nguồn gốc lâm sản, trong đó có gỗ, trên lãnh thổ quốc gia được quy định tại **Thông tư 27/TT-BTTTT** do Bộ NN&PTNT ban hành năm 2018.<sup>36</sup> Văn bản này có hiệu lực từ ngày 01/01/2019 và quy định về quản lý và truy xuất nguồn gốc lâm sản. Thông tư quy định về: (1) Trình tự, thủ tục khai thác cây rừng thông thường, (2) Hồ sơ pháp lý về lâm sản, kiểm tra truy xuất nguồn gốc lâm sản, (3) Đánh dấu mẫu vật các loài thuộc Danh mục cây rừng nguy cấp, quý, hiếm; các loài cây rừng hoang dã thuộc các Phụ lục của CITES; và các sản phẩm gỗ hoàn thiện.<sup>37</sup>

27.- <https://ustr.gov/about-us/policy-offices/press-office/press-releases/2021/october/ustr-announces-agreement-between-united-states-and-Viet-Nam-resolve-timber-section-301-investigation>

28.- <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Thuong-mai/Nghi-dinh-102-2020-ND-CP-quy-dinh-He-thong-bao-dam-go-hop-phap-Viet-Nam-451590.aspx>

29.- Nghị định 102 đã có kế hoạch sửa đổi.

30.- Điều 5 Nghị định 102: 1.

31.- Điều 6 Nghị định 102: 1.

32.- Điều 12 Nghị định 102: 1.

33.- <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Xuat-nhap-khau/Quyết-dinh-4832-QĐ-BNN-TCLN-2020-cong-bo-Danh-muc-cac-loai-goi-da-nhap-khau-vao-Viet-Nam-458434.aspx>

34.- <https://luatVietNam.vn/xuat-nhap-khau/quyet-dinh-2752-qd-bnn-tcln-bo-nong-nghiep-va-phat-trien-nong-thon-226519-d1.html>

35.- <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Doanh-nghiep/Thong-tu-21-2021-TT-BNNPTNT-phan-loai-doanh-nghiep-che-bien-va-xuat-khau-go-499499.aspx>

36.- <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Linh-vuc-khac/Thong-tu-27-2018-TT-BNNPTNT-quy-dinh-quan-ly-truy-xuat-nguon-goc-lam-san-402849.aspx>

37.- Thông tư 27 đang trong quá trình được thay thế bằng thông tư mới.





Links, 5. Substitute From beside of Page 56.jpg

Tháng 3/2022, Thủ tướng Chính phủ ban hành [Quyết định 327/QĐ-TTg](#) phê duyệt Đề án phát triển ngành chế biến gỗ bền vững, hiệu quả giai đoạn 2021-2030.<sup>38</sup> Đến năm 2030, Đề án đặt mục tiêu phát triển ngành chế biến gỗ thành ngành kinh tế quan trọng; xây dựng và phát triển thương hiệu sản phẩm gỗ Việt Nam có uy tín trên thị trường trong và ngoài nước; phấn đấu đưa Việt Nam vào nhóm các nước hàng đầu thế giới trong lĩnh vực sản xuất, chế biến và xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ. Các mục tiêu cụ thể của Đề án bao gồm:

- a) Giá trị xuất khẩu gỗ và lâm sản dự kiến lần lượt đạt 20 tỷ USD và 25 tỷ USD vào năm 2025 và 2030, trong đó kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ đạt hơn 18,5 tỷ USD vào năm 2025 và hơn 20,4 tỷ USD vào năm 2030.
- b) Giá trị gỗ và sản phẩm gỗ tiêu thụ trong nước dự kiến lần lượt đạt 5 tỷ USD và hơn 6 tỷ USD vào năm 2025 và 2030.
- c) Hơn 80% các cơ sở chế biến và lưu trữ gỗ dự kiến sẽ có khả năng áp dụng công nghệ sản xuất tiên tiến.
- d) 100% gỗ và sản phẩm gỗ xuất khẩu hay tiêu thụ trong nước đều được làm từ gỗ nguyên liệu hợp pháp hoặc gỗ được cấp chứng chỉ quản lý rừng bền vững.

Đề án cũng quy định tổng thể các nhiệm vụ, giải pháp bảo đảm đạt được các mục tiêu nêu trên. Liên quan đến nguồn cung gỗ nguyên liệu trong nước, Đề án đặt mục tiêu đến năm 2030:

- Có ít nhất 0,5 triệu ha và 1 triệu ha diện tích rừng được cấp chứng chỉ quản lý bền vững vào năm 2025 và 2030.

- Trồng 1 tỷ cây xanh.
- Phấn đấu đáp ứng tối thiểu 80% nhu cầu gỗ nguyên liệu cho hoạt động sản xuất, chế biến.

Một số chính sách nổi bật khác bao gồm:

[Decision 493/QĐ-TTg](#) by the Prime Minister in April 2022 on approving the strategy for merchandise exports and imports by 2030.

[Quyết định 493/QĐ-TTg](#) của Thủ tướng Chính phủ tháng 4/2022 phê duyệt Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa đến năm 2030.

[Chỉ thị 08/CT-TTg](#) của Thủ tướng Chính phủ tháng 3/2019 về các giải pháp phát triển nhanh, bền vững ngành chế biến gỗ và lâm sản ngoài gỗ để xuất khẩu.

[Chỉ thị 25/CT-TTg](#) của Thủ tướng Chính phủ tháng 8/2018 về một số nhiệm vụ, giải pháp phát triển sản xuất, đẩy mạnh xuất khẩu.

[Nghị định 39/NĐ-CP](#) của Chính phủ tháng 3/2018 quy định một số điều của luật hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa.

[Quyết định 38/QĐ-TTg](#) của Thủ tướng Chính phủ tháng 9/2016 ban hành một số chính sách bảo vệ, phát triển rừng và hỗ trợ đầu tư cơ sở hạ tầng, giao nhiệm vụ công ích cho các công ty nông lâm kết hợp.

38.- <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Linh-vuc-khac/Quyiet-dinh-327-QD-TTg-2022-De-an-phat-trien-nganh-cong-nghiep-che-bien-go-ben-vung-506116.aspx>

# Phân tích chuỗi giá trị và hạn chế năng lực cạnh tranh

## Phân tích chuỗi giá trị

### NGUYÊN LIỆU ĐẦU VÀO

Nguyên liệu gỗ bao gồm gỗ tự nhiên (gỗ khúc tròn hoặc gỗ xẻ) và các loại ván gỗ công nghiệp là nguyên liệu đầu vào quan trọng nhất trong ngành chế biến đồ nội thất. Các nhà chế biến gỗ của Việt Nam lấy gỗ nguyên liệu từ rừng trồng trong nước và thông qua nhập khẩu. Gỗ trong nước được sử dụng để sản xuất đồ nội thất với

phong cách hiện đại chủ yếu phục vụ xuất khẩu và một phần cho thị trường trong nước. Để sản xuất một sản phẩm nội thất, đôi khi gỗ trong nước cũng được trộn lẫn với gỗ nhập khẩu, chẳng hạn dùng gỗ nhập khẩu làm ván lạng veneer để phủ lên ván ghép thanh từ gỗ trong nước.

### GỖ TRONG NƯỚC

**Nguồn cung cấp và chủng loại:** Nguồn gỗ trong nước bao gồm rừng trồng sản xuất, rừng trồng cao su, diện tích/cây trồng phân tán ngoài rừng và đất công. Năm 2021, các nguồn trong nước cung cấp 31,7 triệu m<sup>3</sup> RWE (chiếm 77% tổng số) gỗ thô đầu vào được sử dụng trong ngành chế biến gỗ. Keo, cao su, bạch đàn, thông là những loài cây lấy gỗ chủ yếu trong nước, trong đó sản lượng keo từ rừng sản xuất chiếm hơn một nửa.<sup>39</sup> Những loài gỗ này được sử dụng chủ yếu để sản xuất đồ gỗ ngoài trời hơn là đồ gỗ trong nhà.<sup>40</sup>

Hầu hết gỗ từ các nguồn trong nước, mặc dù không được chứng nhận FSC, được coi là gỗ hợp pháp vì chúng có nguồn gốc từ đất đã được cấp Giấy chứng nhận quyền sử dụng đất và giấy chứng nhận không xung đột (giữa các chủ sở hữu đất). Nguồn cung gỗ trong nước cũng bao gồm gỗ từ rừng chuyển đổi (gỗ chuyển đổi), từ đất không có Giấy chứng nhận quyền sử dụng đất, hoặc từ khai thác và buôn bán bất hợp pháp. Ước tính có khoảng 1 triệu m<sup>3</sup> gỗ từ các nguồn

này được đưa vào chuỗi cung ứng gỗ hàng năm (GIZ và NEPCo, 2020).

**Liên kết:** Các doanh nghiệp chế biến gỗ, bao gồm nhà máy cưa, nhà máy dăm và sản xuất đồ nội thất, chủ yếu lấy nguồn gỗ nguyên liệu trong nước từ các thương lái/đại lý trong nước vốn thường chuyên về gỗ nội địa mà không kinh doanh gỗ nhập khẩu. Các đại lý gỗ trong nước nằm khắp nơi trên toàn quốc và bán các loại gỗ từ nhỏ đến lớn (Quang và cộng sự, 2021, Quang và cộng sự, 2017). Doanh nghiệp chế biến gỗ mua gỗ trong nước trực tiếp từ chủ rừng hoặc nhóm chủ rừng. Người mua và người bán có thể ký một thỏa thuận dài hạn về việc cung cấp loại gỗ được xác định trước, ví dụ như gỗ keo có chứng chỉ FSC.

39.- VNFOREST (2022b). Các loại cây gỗ nội địa khác được trồng trên diện tích đất nói trên gồm có Mò (*Magnolia chevalieri*), Bồ đề (*Ficus religiosa*), Lát (*Chukrasia tabularis*), Xoan (*Melia azedarach*) và một số loài cây địa phương khác.

40.- Phòng vấn trực tiếp (tháng 7-9/2022).

## GỖ NHẬP KHẨU

Mặc dù gỗ keo và gỗ cao su chiếm tỷ trọng lớn trong các loại gỗ được nhập vào Việt Nam, gỗ tròn và gỗ xẻ của khoảng 160 loại cây khác nhau từ hơn 100 quốc gia cũng được nhập khẩu, cùng nhiều loại gỗ dán và ván gỗ công nghiệp. Gỗ nhập khẩu có thể chia thành hai nhóm chính:

- Các loại gỗ có nguồn gốc từ các nước có rừng nhiệt đới như các nước thuộc khu vực sông Mekong và Châu Phi, được xếp vào loại có rủi ro cao về mặt pháp lý. Năm 2021, Việt Nam đã nhập khẩu 1,78 triệu m<sup>3</sup> RWE gỗ tròn và gỗ xẻ từ 64 thị trường có rủi ro cao, chiếm gần 30% tổng lượng gỗ tròn và gỗ xẻ nhập khẩu trong cùng năm (Quang và cộng sự, 2022b).
- Các loại gỗ có xuất xứ từ Hoa Kỳ, các nước Châu Âu và Châu Mỹ Latinh, được coi là gỗ rủi ro thấp, chủ yếu từ rừng trồng có chứng chỉ FSC-CoC. Năm 2021, Việt Nam nhập khẩu 4,22 triệu m<sup>3</sup> RWE gỗ tròn và gỗ xẻ từ 44 quốc gia có độ rủi ro thấp, chiếm 70% tổng lượng gỗ tròn và gỗ xẻ nhập khẩu trong cùng năm (Quang và cộng sự, 2022).

**Bảng 2:** Chi tiết các công ty nhập khẩu gỗ

|  |  |
|--|--|
| Công ty nhập khẩu gỗ – Tổng số 300                     | Trong số này có 10 công ty 100% vốn FDI. |
| Lên đến 50.000 m <sup>3</sup> RWE gỗ nhập khẩu mỗi năm | 20 công ty                               |
| 5.000 - 10.000 m <sup>3</sup> RWE mỗi năm              | 100 công ty                              |

**Các công ty nhập khẩu gỗ:** Các doanh nghiệp chế biến tại Việt Nam mua gỗ nhập khẩu trực tiếp từ các công ty nhập khẩu hoặc từ các đại lý/đại lý địa phương mua gỗ từ các công ty nhập khẩu. Tùy thuộc vào khối lượng hoặc giá trị, các giao dịch có thể được thực hiện có hoặc không có hợp đồng giữa người mua và người bán. Tuy nhiên, giao dịch không thông qua hợp đồng chỉ diễn ra ở các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ.<sup>41</sup> Đối với các doanh nghiệp chế biến quy mô vừa và lớn, đặc biệt là những doanh nghiệp xuất khẩu trực tiếp đồ nội thất bằng gỗ, các hợp đồng luôn được thực hiện để đảm bảo tuân thủ các quy định về tài chính và thuế cũng như truy xuất nguồn gốc vật liệu được sử dụng (tham vấn các bên liên quan, 2022). Đáng chú ý, có những công ty nhập khẩu gỗ đồng thời là nhà sản xuất đồ nội thất.

## Phụ liệu đầu vào

Bên cạnh gỗ nguyên liệu đầu vào, Việt Nam phụ thuộc rất nhiều vào các loại nguyên phụ liệu như sơn, hóa chất, keo/chất kết dính, ốc vít..., 90% trong số đó (khoảng 300 triệu USD) là từ nguồn nhập khẩu, chủ yếu từ Trung Quốc và một phần từ EU (VNFOREST, 2022b). Hầu hết

các bộ phận đồ nội thất làm bằng vật liệu thay thế gỗ như da, nhựa, kim loại, ruy băng/dây sợi, v.v. đều được nhập từ Trung Quốc. Các doanh nghiệp sản xuất đồ gỗ trong nước thường mua nguyên phụ liệu nhập khẩu từ các công ty thương mại trong nước.<sup>42</sup>

## MÁY MÓC

Máy móc các doanh nghiệp chế biến đồ gỗ trong nước sử dụng có xuất xứ từ Trung Quốc, Đài Loan, Việt Nam và Châu Âu (chủ yếu là Ý và Đức), theo trình tự này.<sup>43</sup> Máy móc chế biến gỗ không đòi hỏi kỹ thuật cao, việc sử dụng máy không phụ thuộc vào loại sản phẩm, vùng sản xuất, công đoạn chế biến. Máy móc của các nước đang phát triển và các nước Châu Âu đều có chức năng và chất lượng sản phẩm ngang nhau, nhưng tiền đầu tư vào máy của các nước đang phát triển có thể thấp hơn từ 5 đến 7 lần. Trên thực tế, máy do Trung Quốc, Đài

Loan hay Việt Nam sản xuất có nhiều chức năng hơn máy của các hãng Châu Âu. Đầu tư vào máy móc của các nước này mang lại hiệu quả kinh tế cao hơn (tiết kiệm chi phí sản xuất) và khấu hao nhanh hơn, do đó có thể nhanh chóng thay thế bằng máy mới khi máy móc công nghệ cao/hiện đại hơn ra đời. Các công ty FDI sản xuất đồ nội thất có xu hướng đầu tư vào máy móc công nghệ cao hơn so với các nhà sản xuất trong nước do họ có năng lực tài chính tốt hơn.<sup>44</sup>

41.- Tại một số làng nghề chế biến gỗ thủ công mỹ nghệ ở phía Bắc, trường hợp các hộ chế biến nhỏ và siêu nhỏ mua gỗ nguyên liệu (cả gỗ trong nước và gỗ nhập khẩu) không có hợp đồng hoặc hóa đơn GTGT, thậm chí mượn gỗ của nhau, cũng không hiếm (Quang và cộng sự, 2022a).

42.- [https://www.researchgate.net/publication/46449865\\_An\\_Explorative\\_Study\\_on\\_Functional\\_Upgrading\\_and\\_Export\\_Development\\_of\\_Viet\\_Nam\\_Wood\\_Furniture\\_Producers](https://www.researchgate.net/publication/46449865_An_Explorative_Study_on_Functional_Upgrading_and_Export_Development_of_Viet_Nam_Wood_Furniture_Producers)

43.- Dựa trên tham vấn các doanh nghiệp chế biến và đại diện các hiệp hội gỗ DOWA, BIFA và HAWA (tháng 7-9/2022).

44.- Dựa trên tham vấn với các bên liên quan năm 2021 và 2022..

## THIẾT KẾ

Việt Nam thiếu chuyên gia thiết kế và hầu hết đồ nội thất được sản xuất dựa trên thiết kế do khách hàng cung cấp, đặc biệt là cho thị trường Hoa Kỳ và EU. Tuy nhiên, Việt Nam đang dần thay đổi vị thế từ bên nhận thiết kế sang bên cung cấp thiết kế, đặc biệt là ở thị trường Châu Âu, nơi người tiêu dùng sẵn sàng đón nhận các mẫu thiết kế của cả Việt Nam và Châu Âu. Mặt khác, trong chuỗi giá trị với người mua ở khu vực Đông Á, các nhà sản xuất Việt Nam đang đa dạng hóa chức năng vì người tiêu dùng Đông Á có xu hướng sẵn sàng chấp nhận các thiết kế mới hơn.<sup>45</sup>

Gần đây, một số doanh nghiệp Việt Nam đã đầu tư đáng kể vào nâng cấp chức năng, tự thiết kế sản phẩm, kết hợp sản xuất thiết bị gốc (OEM) và sản xuất thiết kế gốc (ODM). Một số doanh nghiệp có tỷ trọng doanh thu từ hàng tự thiết kế chiếm 30-40% tổng doanh thu hàng năm. Việc sử dụng các vật liệu thay thế gỗ như da, kim loại, dây sợi, nhựa, v.v. vào các sản phẩm tự thiết kế cũng ngày càng tăng. Ở một số sản phẩm như bàn ghế ngoài trời, ghế nằm tắm nắng..., giá trị nguyên vật liệu thay thế chiếm tới 40-60% tổng chi phí sản xuất sản phẩm. Đây là tỷ trọng cao hơn nhiều so với trước đây, khi nguyên liệu gỗ thường chiếm ít nhất trên 70% tổng chi phí sản xuất. Tuy nhiên, các nguyên liệu thay thế này vẫn chủ yếu phụ thuộc vào nhập khẩu, đặc biệt là từ các nhà cung cấp Trung Quốc.

## Gia công và Hậu kỳ

Hoạt động chế biến gỗ về cơ bản có thể chia thành hai giai đoạn: xử lý sơ cấp và xử lý cuối cùng. Gia công sơ cấp bao gồm các công việc như xẻ, sấy, gia công thô, tạo các bộ phận của sản phẩm. Gia công lần cuối bao gồm các công đoạn hoàn thiện sản phẩm như đục lỗ, làm nhẵn, sơn, đánh bóng. Các doanh nghiệp chế biến thành phẩm thường đặt mua gỗ từ một nhà cung cấp nguyên liệu, sau đó thuê chính nhà cung cấp này, hoặc một cơ sở chuyên môn khác, cung cấp dịch vụ cưa, xẻ, sấy, phủ ván lạng. Doanh nghiệp cuối cùng nhận gỗ đủ kích thước, độ ẩm theo yêu cầu và tiếp tục chế biến gỗ theo thiết kế đã định sẵn của sản phẩm cần làm, ghép mộng, lắp ráp và hoàn thiện sản phẩm. Thông thường, doanh nghiệp chế biến gỗ tham gia gia công sơ cấp theo đơn đặt hàng của doanh nghiệp cuối cùng. Tuy nhiên, có những doanh nghiệp nhập khẩu gỗ nguyên liệu, đồng thời thực hiện cả công đoạn sơ chế và xử lý cuối cùng.

Trong số các doanh nghiệp chế biến, kể cả trong nước và FDI, những doanh nghiệp trực tiếp xuất khẩu đồ gỗ sang các thị trường như Mỹ, EU, Nhật Bản, Úc thường là những doanh nghiệp có quy mô lớn, ít nhất khoảng

200 công nhân. Các doanh nghiệp này chủ yếu ở các tỉnh phía Nam và có quy mô sản xuất lớn do đơn hàng cho các thị trường trên thường yêu cầu số lượng lớn. Nói cách khác, các doanh nghiệp chế biến vừa và nhỏ ít có cơ hội tham gia trực tiếp vào việc ký kết hợp đồng sản xuất các đơn hàng khối lượng lớn cho các thị trường lớn như Mỹ, EU, Nhật Bản, Úc.

Chỉ một số DNNVV mới có thể xuất khẩu đồ gỗ trực tiếp. Các doanh nghiệp này chủ yếu ở phía Bắc, hầu hết là doanh nghiệp Việt Nam, xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc nhưng mục tiêu chính của họ là thị trường nội địa. Theo phản ánh của các bên liên quan, hình thức xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc thường là ủy thác xuất khẩu thông qua công ty thương mại Trung Quốc hoặc công ty thương mại Việt Nam có văn phòng đại diện tại Trung Quốc. Nguồn gỗ nguyên liệu nhập khẩu sử dụng trong quá trình sản xuất quyết định thị trường xuất khẩu chính, loại sản phẩm và địa điểm đặt doanh nghiệp:

- Các doanh nghiệp chế biến sử dụng gỗ tự nhiên không có chứng chỉ FSC/PEFC/CoC nhập khẩu từ các nguồn rủi ro cao như Châu Phi, Lào, Campuchia... là doanh nghiệp nội địa, hộ gia đình tại các làng nghề gỗ khu vực phía Bắc, chủ yếu sản xuất đồ nội thất theo kiểu truyền thống cho thị trường trong nước, với một phần nhỏ xuất khẩu sang Trung Quốc.
- Các doanh nghiệp chế biến sử dụng gỗ rừng trồng có chứng chỉ FSC/PEFC/CoC (keo, cao su, bạch đàn, tếch, thông, tần bì, sồi) nhập khẩu từ các nguồn rủi ro thấp như Châu Âu, Mỹ, Canada, New Zealand... nằm ở khu vực phía Nam (đặc biệt là TP.HCM, Bình Dương, Đồng Nai, Bình Định), sản xuất đồ nội thất phong cách hiện đại phương Tây, chủ yếu xuất khẩu sang các thị trường Mỹ, EU, Nhật Bản, Úc. Đồ nội thất này cũng được bán một phần ở thị trường trong nước.

## Tiếp thị, phân phối và xuất khẩu

Nhìn chung, chuỗi giá trị trong ngành gỗ được các công ty xuất khẩu dẫn dắt, những công ty này lại có mối quan hệ ràng buộc với các nhà nhập khẩu lớn. Trong khi đó, mức độ hợp tác theo chiều ngang giữa các bên tham gia chuỗi còn yếu, nếu không muốn nói là không có. Dịch vụ phân phối và hậu mãi tại thị trường xuất khẩu chủ yếu do người mua nước ngoài thực hiện. Tuy nhiên, mối quan hệ của DNNVV ở Việt Nam với người mua trên toàn thế giới có xu thế phát triển theo các chiều hướng khác nhau. Trong khi các nhà sản xuất đồ nội thất đang tiến tới nâng cấp chức năng trong chuỗi giá trị hạ nguồn với người mua Hoa Kỳ, họ đang mở rộng chức năng thiết

45.- [https://www.researchgate.net/publication/46449865\\_An\\_Explorative\\_Study\\_on\\_Functional\\_Upgrading\\_and\\_Export\\_Development\\_of\\_Viet\\_Nam\\_Wood\\_Furniture\\_Producers](https://www.researchgate.net/publication/46449865_An_Explorative_Study_on_Functional_Upgrading_and_Export_Development_of_Viet_Nam_Wood_Furniture_Producers)





Links, pexels-ono-kosuki-5973971.jpg

kế và tiếp thị trong chuỗi giá trị với người mua Châu Âu. Việt Nam cũng đa dạng hóa về chức năng trong chuỗi giá trị với các thị trường Đông Á.

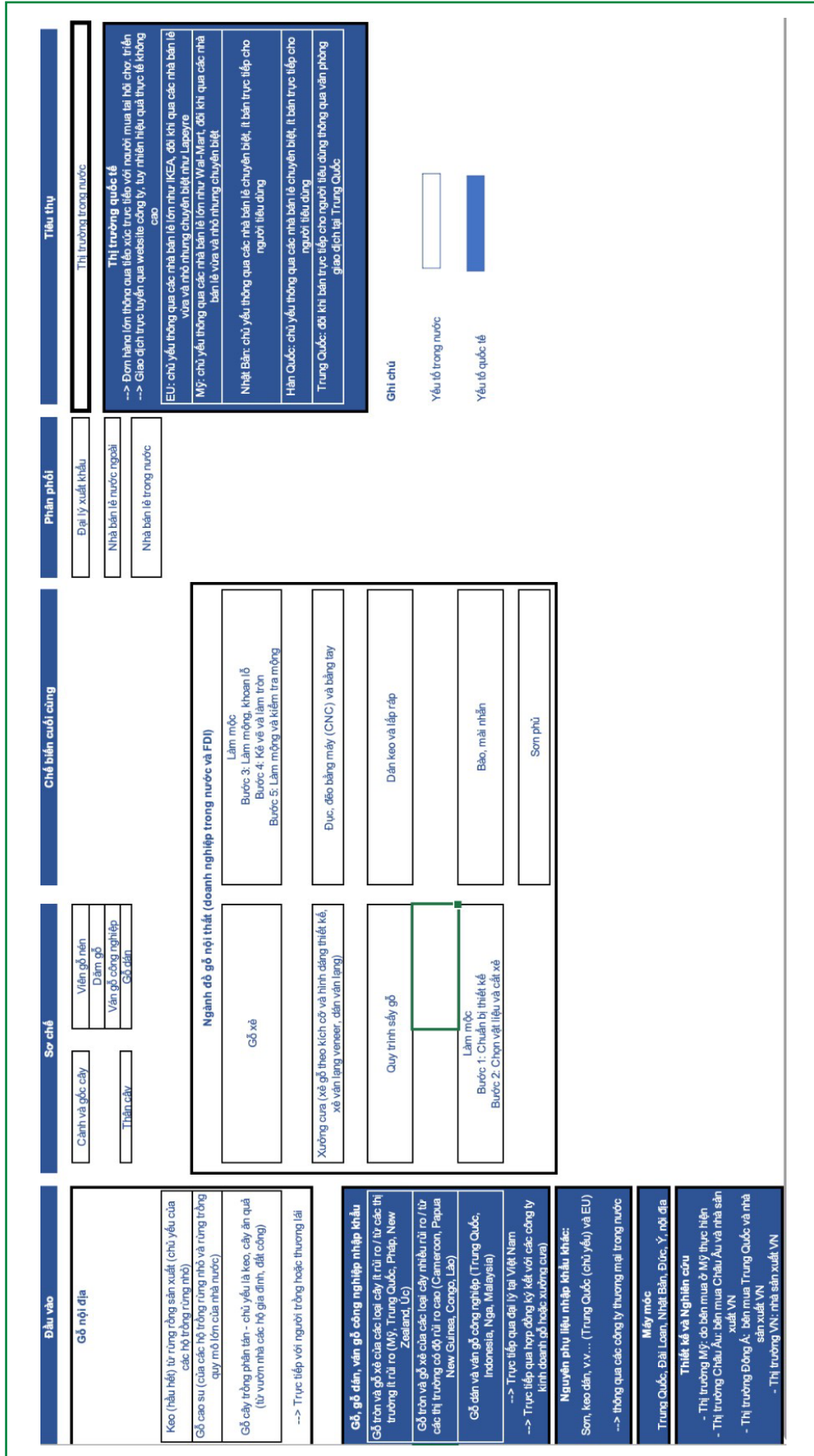
Về tiếp thị, nhà sản xuất thường có được những đơn đặt hàng lớn thông qua tiếp xúc trực tiếp với người mua tại các hội chợ, triển lãm thương mại được tổ chức trong và ngoài nước hàng năm. Doanh nghiệp Việt Nam đã và đang tham gia hội chợ thương mại ở nước ngoài thông qua hỗ trợ tài chính từ Cục Xúc tiến Thương mại. Các hội chợ lớn mà doanh nghiệp Việt Nam tham gia:

- Tendence lifestyle (Đức) – đơn hàng từ Châu Âu.
- Expo và VIFA (Việt Nam) - đơn hàng từ Mỹ.
- Hội chợ Nội thất Quốc tế (Singapore) - đơn hàng từ cả thị trường Phương Tây và Châu Á.
- Hội chợ Nội thất/Hàng hóa Quốc tế (Carolina, Hoa Kỳ)
- Chợ Nội thất & Phụ kiện Houston (Texas, Hoa Kỳ)
- Hội chợ Nội thất Đương đại Quốc tế (New York, Hoa Kỳ)

Những năm gần đây, đặc biệt từ khi dịch Covid-19 bùng phát, một số doanh nghiệp đã phát triển website riêng để quảng cáo, giới thiệu sản phẩm, giao dịch trực tuyến. Tuy nhiên, hiệu quả thực tế của hoạt động bán hàng qua website chưa cao do đặc thù của ngành chế biến gỗ và yêu cầu kiểm tra thực tế năng lực sản xuất và chất lượng sản phẩm.

Hầu hết các nhà sản xuất Việt Nam không bán sản phẩm trực tiếp cho người tiêu dùng châu Âu hoặc Mỹ mà chủ yếu thông qua các nhà bán lẻ lớn (như IKEA ở Châu Âu và Wal-Mart ở Mỹ) và đôi khi thông qua các nhà bán lẻ vừa và nhỏ nhưng chuyên biệt (như Lapeyre ở Châu Âu). Để phục vụ người tiêu dùng tại thị trường Đông Á, nhiều doanh nghiệp bán hàng cho các nhà bán lẻ chuyên biệt tại thị trường Nhật Bản, hầu như không doanh nghiệp nào bán hàng trực tiếp cho người tiêu dùng Hàn Quốc và Nhật Bản, và một số thì mở văn phòng bán hàng tại Trung Quốc để bán sản phẩm trực tiếp cho khách hàng Trung Quốc.

Hình 12: Chuỗi giá trị ngành gỗ và đồ gỗ Việt Nam



## Khung thể chế

Sự thành công của ngành đồ gỗ nội thất sẽ không chỉ phụ thuộc vào năng lực nội tại của doanh nghiệp, mà còn dựa vào vai trò của các bộ ngành và tổ chức công, cũng như các cơ quan chuyên ngành khác. Để ngành đạt được sự tăng trưởng bền vững trong dài hạn, các doanh nghiệp tham gia phải có khả năng dựa vào mạng lưới các tổ chức hỗ trợ của chính phủ và khu vực tư nhân có năng lực. Trong bản chiến lược ngành này, Mạng lưới Hỗ trợ Thương mại (TSN) tổng thể của ngành tại Việt Nam là khung thể chế tổng hợp trong nước, bao gồm những cơ quan ban ngành có mối quan tâm đặc biệt hoặc ảnh hưởng đến sự phát triển và khả năng cạnh tranh của ngành.

Mạng lưới này bao gồm các Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (NN&PTNT), Bộ Công thương, Bộ Kế hoạch và Đầu tư (KH&ĐT), với các vai trò sau:

- **Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (NN&PTNT)** phối hợp và tạo điều kiện thuận lợi cho nhiệm vụ của các vụ trực thuộc bộ, cụ thể là Tổng cục Lâm nghiệp Việt Nam (VNFOREST), Cục Kiểm lâm (FPD), Cơ quan Quản lý CITES, Cục Bảo vệ Thực vật, Cục Chế biến và Phát triển thị trường nông sản (Agrotrade), Văn phòng Chứng chỉ Quản lý Rừng Bền vững (VFCO). Chủ yếu giám sát, quản lý phát triển lâm nghiệp, bảo vệ, phát triển và khai thác rừng và rừng trồng cao su; quy hoạch vùng trồng, chế biến, kinh doanh gỗ và lâm sản, cấp chứng chỉ rừng bền vững (VFCS); cấp phép CITES, cấp phép Kiểm dịch thực vật; đẩy mạnh chế biến, thương mại gỗ và lâm sản.
- **Bộ Tài nguyên và Môi trường (TN&MT)** giám sát và tạo điều kiện thuận lợi cho các tiêu chuẩn chất lượng môi trường, quản lý đất đai, sử dụng và bảo tồn tài nguyên thiên nhiên bền vững, bao gồm cả quy hoạch sử dụng đất.
- **Bộ Kế hoạch và Đầu tư (KH&ĐT)** – Cục phát triển doanh nghiệp, hỗ trợ lồng ghép phát triển bền vững và ứng phó biến đổi khí hậu vào quá trình xây dựng, thẩm định và phê duyệt các chương trình đầu tư xây dựng trong Kế hoạch Phát triển Kinh tế - Xã hội 5 năm (SEDP).
- **Bộ Công Thương** phối hợp và tạo điều kiện thuận lợi cho công việc của các sở, ban ngành, bao gồm Viettrade, cơ quan phòng vệ thương mại và cơ quan xuất nhập khẩu. Bộ Công thương đảm bảo cung cấp thông tin liên tục về sản phẩm gỗ. Trọng tâm của Bộ có thể bao gồm việc phối hợp với các bộ chủ chốt nhằm hỗ trợ DNNVV về thị trường, bao gồm cả thị trường gỗ nguyên liệu.
- **Các tổ chức hỗ trợ thương mại khác cũng đang hoạt động tích cực trong lĩnh vực này:** Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam (VIFOREST) là tổ chức phi chính phủ giúp kết nối, hợp tác và hỗ trợ các tổ chức khác trong sản xuất, kinh doanh và nâng cao giá trị sản phẩm. VIFOREST đại diện và bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của các thành viên trong hoạt động thương mại trong nước và quốc tế. Tổ chức này cũng hỗ trợ cung cấp thông tin cho các thành viên về các chính sách và quy định quốc gia và quốc tế có liên quan, đào tạo nguồn nhân lực và tổ chức sản xuất theo tiêu chuẩn quốc tế.
- **Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI)** tập hợp, bảo vệ và hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp trong nước, thúc đẩy hợp tác kinh tế, thương mại với nước ngoài.
- Với số lượng doanh nghiệp chế biến gỗ ngày càng tăng, một số **Hiệp hội và Chi hội ngành gỗ địa phương** đã được thành lập ở các vùng khác nhau trong cả nước, đặc biệt là HAWA (Hiệp hội Mỹ nghệ và Chế biến gỗ thành phố Hồ Chí Minh), FPA Bình Định (Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Bình Định), BIFA (Hiệp hội Chế biến gỗ tỉnh Bình Dương), DOWA (Hiệp hội Gỗ và Thủ công mỹ nghệ Đồng Nai), v.v. Nhiệm vụ chính của các hiệp hội này là hỗ trợ doanh nghiệp thành viên trong phát triển kinh doanh và xuất khẩu.

Ngoài các thể chế nêu trên, còn có một số thể chế hỗ trợ thương mại và đầu tư khác cũng đóng vai trò quan trọng giúp phát triển ngành đồ gỗ và thúc đẩy các phương pháp tiếp cận nhất quán để đa dạng hóa sản xuất và xuất khẩu sang các thị trường mới. Các thể chế này được chia thành bốn loại chính: hỗ trợ chính sách, dịch vụ thương mại, dịch vụ kinh doanh, viện nghiên cứu và xã hội dân sự (xem bảng bên dưới).

**Bảng 3:** Các tổ chức hỗ trợ ngành đồ gỗ nội thất

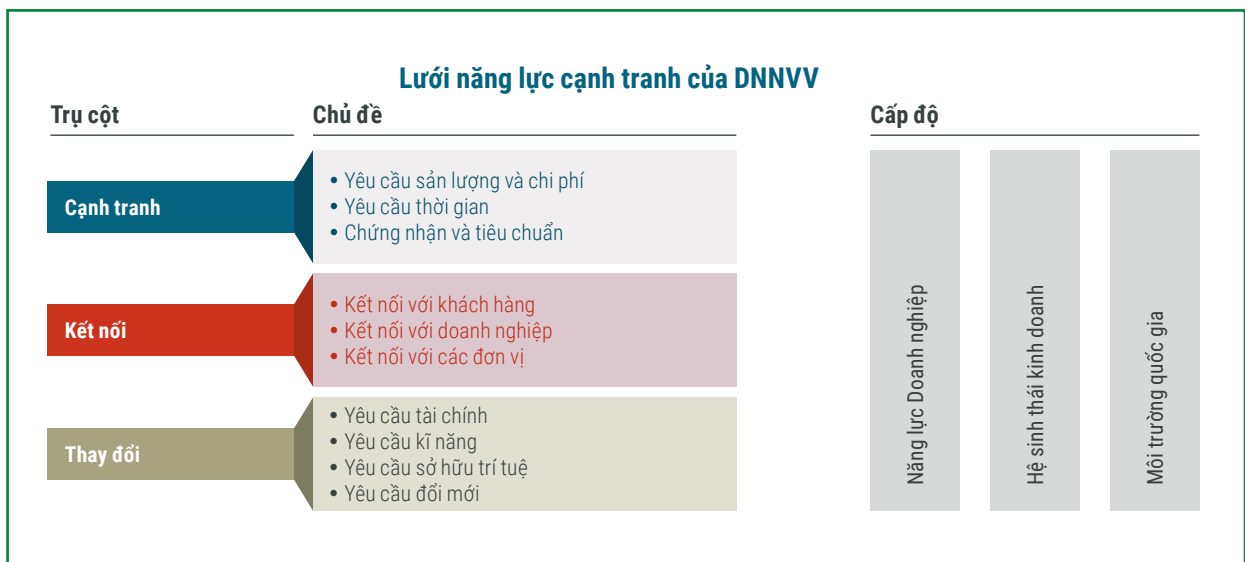
| Tên tổ chức  |
|--|
| • Bộ Tài nguyên và Môi trường  |
| • Bộ Kế hoạch và Đầu tư - Cục Phát triển Doanh nghiệp  |
| • Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn - Tổng cục Lâm nghiệp Việt Nam (VNFORD), Cục Kiểm lâm (FPD), Cơ quan Quản lý CITES, Cục Bảo vệ Thực vật, Cục Chế biến và Phát triển thị trường nông sản (Agrotrade), Văn phòng Chứng chỉ Quản lý Rừng Bền vững (VFCO)                                       |
| • Bộ Tài chính   |
| • Bộ Xây dựng  |
| • Bộ Công Thương - Cục Phòng vệ Thương mại; Cục Xúc tiến Thương mại (Viettrade); Cục Xuất nhập khẩu  |
| • Bộ Lao động Thương binh và Xã hội  |
| • Bộ Công an   |
| • Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam (VIFOREST)<br>• Hiệp hội và chi hội gỗ địa phương: HAWA, FPA Bình Định, BIFA, DOWA, v.v.<br>• Cục Phát triển Doanh nghiệp của Bộ KH&ĐT   |
| • Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI)<br>• Đại diện Việt Nam ở nước ngoài  |
| • Cơ sở giáo dục/day nghề: Đại học Lâm nghiệp Việt Nam; Đại học Nông Lâm TP.HCM; Đại học Sư phạm Kỹ thuật TP.HCM, Đại học Nông Lâm Huế<br>• 4 trường cao đẳng dạy nghề (Cao đẳng Công nghệ và Nông lâm Đông Bắc và 3 trường cao đẳng nghề Phú Lý (Hà Nam), Quy Nhơn (Bình Định), Dĩ An (Bình Dương)) |
| • Hội Chủ rừng Phát triển Bền vững tỉnh Thừa Thiên Huế (FOSDA)   |
| • Quỹ Việt Nam Xanh  |
| • Hội chủ rừng Việt Nam (VIFORA)   |
| • Viện Khoa học Lâm nghiệp Việt Nam (VAFS)   |

## Phân tích hạn chế cạnh tranh

Năng lực cạnh tranh là khả năng được chứng minh về thiết kế, sản xuất và thương mại hóa một sản phẩm đáp ứng đầy đủ, độc đáo và liên tục nhu cầu của các phân

khúc thị trường mục tiêu, đồng thời kết nối và thu hút các nguồn lực từ hệ sinh thái kinh doanh và đạt được lợi nhuận bền vững từ các nguồn lực được sử dụng.

**Hình 13:** Lưới năng lực cạnh tranh xuất khẩu của DNNVV



Lưới năng lực cạnh tranh xuất khẩu của DNNVV do ITC (Trung tâm Thương mại Quốc tế) phát triển cung cấp phương pháp phân tích tình hình hiện tại và khả năng xuất khẩu, đồng thời xác định các thách thức và vấn đề chính.

1. **Cạnh tranh** - bao gồm các mục liên quan đến khả năng cạnh tranh của ngành, chẳng hạn như năng suất, số lượng, chi phí, tính kịp thời, tính nhất quán, v.v.

2. **Kết nối** - khả năng kết nối thông tin, hợp tác công tư, hợp tác tư nhân, phối hợp thể chế, giao tiếp với khách hàng, xây dựng thương hiệu sản phẩm, v.v.

3. **Thay đổi** - năng lực của các ngành để tiếp cận đúng kỹ năng, đổi mới, thu hút đầu tư, đáp ứng các yêu cầu sở hữu trí tuệ, v.v. .

Dựa trên Lưới năng lực cạnh tranh dành cho DNNVV của ITC, các thách thức đối với năng lực cạnh tranh của đồ nội thất xuất khẩu của Việt Nam được phân tích ở cả ba cấp độ và ba khía cạnh.

## CẠNH TRANH

“Cạnh tranh” đánh giá xem hoạt động sản xuất hiện tại có hiệu quả và đáp ứng yêu cầu của thị trường hay không. Khả năng cạnh tranh của các ngành xuất khẩu trong nước bị hạn chế bởi một số yếu tố liên quan đến năng lực của doanh nghiệp, hỗ trợ về thể chế và môi trường quốc gia.

### Hộp 4: Hạn chế về năng lực cạnh tranh ở cấp độ toàn bộ nền kinh tế: Cạnh tranh

| Cạnh tranh  |
|---|
| <b>Năng lực doanh nghiệp</b>  |
| Năng suất lao động thấp ảnh hưởng tiêu cực đến việc tạo ra giá trị trong ngành đồ gỗ.<br>Phụ thuộc nhiều vào nhập khẩu do gỗ trong nước chất lượng thấp và công nghiệp phụ trợ kém phát triển.  |
| <b>Hệ sinh thái kinh doanh</b>  |
| Diện tích vùng nguyên liệu được chứng nhận ở Việt Nam còn hạn chế và khó mở rộng do mô hình sử dụng đất.<br>Việc thực hiện các tiêu chuẩn của FSC (Hội đồng quản lý rừng quốc tế) còn hạn chế do lợi thế cạnh tranh của gỗ FSC thấp.<br>Gỗ từ các nguồn rủi ro cao và khai thác bất hợp pháp vẫn được đưa vào chuỗi cung ứng. |
| <b>Môi trường quốc gia</b>  |
| Nhu cầu không đồng đều và sự không đồng bộ về địa lý trong ngành dẫn đến chi phí vận chuyển cao.<br>Sự phụ thuộc ngày càng tăng vào nguồn cung từ Trung Quốc làm tăng rủi ro gian lận thương mại.<br>Việc truy xuất nguồn gốc gỗ không được đảm bảo trong sản xuất vừa và nhỏ và hộ gia đình.                                 |

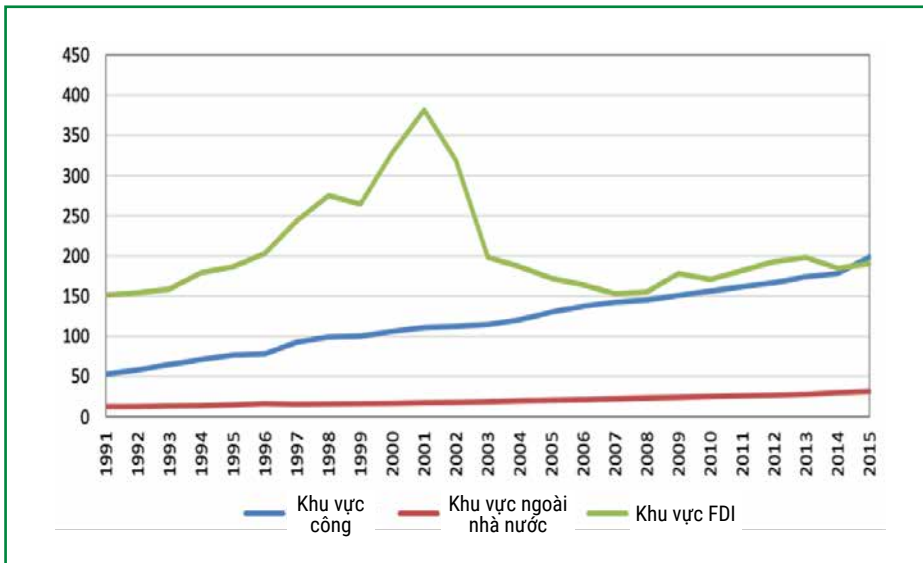
### Năng suất lao động thấp ảnh hưởng tiêu cực đến việc tạo ra giá trị trong ngành đồ gỗ

Trình độ chuyên môn kỹ thuật thấp kéo theo những hệ lụy bất lợi đối với năng suất lao động ngành gỗ của Việt Nam, chỉ bằng 50% so với Philippines, 40% so với Trung Quốc và 20% so với Liên minh Châu Âu (EU). Tuổi làm việc trung bình của lực lượng lao động là 34,3 tuổi, trong khi số năm kinh nghiệm trung bình là 6,6 năm<sup>46</sup>.

Năng suất lao động tăng chưa đủ nhanh để thu hẹp khoảng cách với các nước cạnh tranh. Ngoài ra còn có sự cạnh tranh gay gắt về lao động từ các ngành sản xuất khác, bao gồm cả ngành nội thất có vốn FDI. Năng suất lao động trong doanh nghiệp FDI cao hơn nhiều so với doanh nghiệp ngoài nhà nước. Cần nỗ lực thúc đẩy tác động tích cực từ doanh nghiệp FDI lan tỏa ra toàn ngành đồ gỗ nội thất.

46.- (PDF) Thực hành lao động trong ngành đồ gỗ nội thất Việt Nam: Những thách thức và thực tiễn tốt (researchgate.net)



**Hình 14:** Năng suất lao động theo thành phần kinh tế (triệu đồng/lao động, giá so sánh 2010)

Nguồn: VEPR và GRIPS, 2020.

Đồng thời, ngành chế biến gỗ được đánh giá là ngành kém hấp dẫn khi phần lớn lao động chưa qua đào tạo và đến từ các vùng nông thôn. Trong khi việc sử dụng lao động từ khu vực nông thôn đáp ứng yêu cầu về chi phí thấp, những lao động này có nhận thức hạn chế về quy trình sản xuất công nghiệp, tiêu chuẩn và tuân thủ FSC. Ở mức 300 USD năm 2020, chi phí lao động của Việt Nam thấp hơn so với các nền kinh tế cạnh tranh khác như Trung Quốc (700 USD) và Malaysia (600 USD). Tuy nhiên, thu nhập thấp có ảnh hưởng tiêu cực đến năng suất của người lao động. Để đạt được mục tiêu tạo ra giá trị trong ngành đồ gỗ, Việt Nam cần nỗ lực hơn nữa để nâng cao năng suất lao động.<sup>47</sup> Điều này có thể được thực hiện bằng cách thúc đẩy đổi mới và tinh thần kinh doanh và làm cho ngành đồ gỗ nội thất trở nên hấp dẫn hơn đối với lực lượng lao động sản xuất và doanh nhân.

Mặc dù tỷ lệ nữ trong lực lượng lao động cao (42,4% năm 2019), tỷ lệ nữ trong ngành nội thất vẫn không bình đẳng. Phụ nữ chỉ chiếm 27,2% trong hàng ngũ lãnh đạo cấp cao (ILO 2019). Hai yếu tố quan trọng tạo cơ hội cho phụ nữ thăng tiến trong ngành nội thất là: thiếu hụt lao động (nam) và số lượng doanh nhân nữ gia tăng. Các công ty đồ gỗ có nữ giám đốc lãnh đạo đã biết cởi mở hơn trong việc mở rộng cơ hội đào tạo cho phụ nữ về các công việc kỹ thuật vốn do nam giới chiếm ưu thế và kết nạp nhiều phụ nữ hơn vào các vị trí quản lý cấp cao.

- **Kế hoạch hành động:** Hoạt động 2.3.1; 2.3.2; 2.3.3.

### Phụ thuộc nhiều vào nhập khẩu do gỗ trong nước chất lượng thấp, công nghiệp phụ trợ kém phát triển

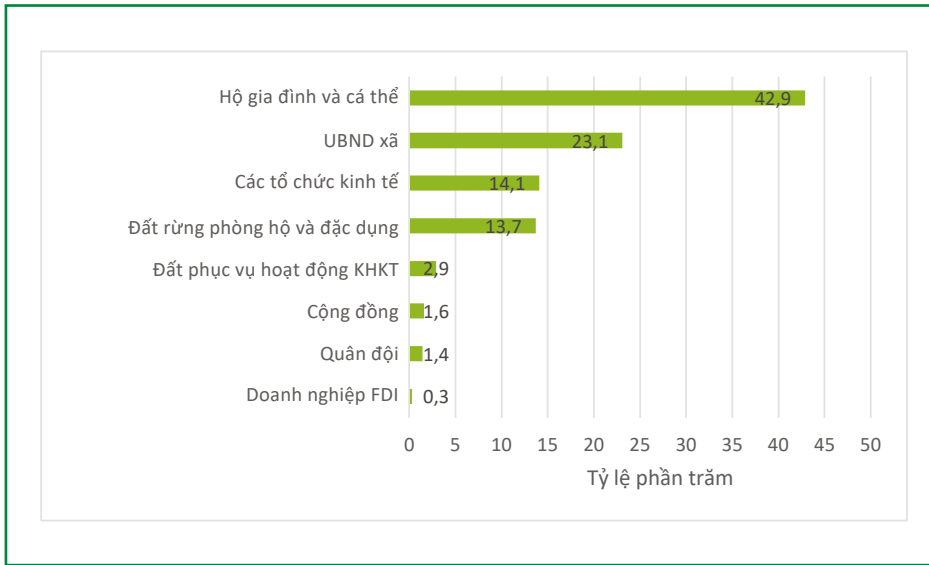
Nguy cơ thiếu hụt nguyên liệu đe dọa sự bền vững của ngành đồ gỗ nội thất. Người trồng rừng, nhất là hộ gia đình, chưa tiếp cận được nguồn cây giống đảm bảo chất lượng. Do chất lượng gỗ thấp, kích thước gỗ nhỏ nên chỉ có 30-40% nguyên liệu trong nước được sử dụng trực tiếp để chế biến sản phẩm. Điều này đã làm tăng sự phụ thuộc vào gỗ nhập khẩu lên tới 80% và cần được giải quyết sớm. Việt Nam vốn phụ thuộc nhiều vào nguyên liệu nhập khẩu để phục vụ ngành công nghiệp gỗ và sản phẩm gỗ đang phát triển nhanh nên đã tự đặt mình vào tình thế bấp bênh khi phải chứng minh tính bền vững và hợp pháp của nguồn cung gỗ nếu muốn tiếp tục được tiếp cận các thị trường có yêu cầu nghiêm ngặt về tính bền vững.

Bên cạnh nguyên liệu gỗ, Việt Nam còn phụ thuộc vào nhập khẩu các nguyên phụ liệu như sơn, hóa chất, keo/chất kết dính, ốc vít, v.v. Nguồn nhập khẩu chính các nguyên liệu này là Trung Quốc (70%) và EU, và chỉ 10% được cung cấp từ nguồn trong nước. Việc phụ thuộc nhiều vào nhập khẩu (trên 90%) là do các ngành sản xuất phụ liệu tại Việt Nam chưa phát triển.<sup>48</sup> Nhưng đồng thời, nguồn cung từ Trung Quốc và từ trong nước được đánh giá là có chất lượng thấp hơn nhiều so với nguồn cung từ EU.<sup>49</sup> Hầu hết các nguyên vật liệu như bản lề, đinh vít đều là của các làng nghề thủ công, khó

47.- <https://vi.vcci.com.vn/lao-nang-suatt-quan-trong-yếu-tố-cho-tăng-trưởng>

48.- [https://www.researchgate.net/publication/46449865\\_An\\_Explorative\\_Study\\_on\\_Functional\\_Upgrading\\_and\\_Export\\_Development\\_of\\_Viet\\_Nam\\_Wood\\_Furniture\\_Producers](https://www.researchgate.net/publication/46449865_An_Explorative_Study_on_Functional_Upgrading_and_Export_Development_of_Viet_Nam_Wood_Furniture_Producers)

49.- Dựa trên tham vấn các bên liên quan tại các làng nghề chế biến gỗ ở Hà Nội và tỉnh Bắc Ninh năm 2021.

**Hình 15: Trồng rừng sản xuất, theo hình thức sở hữu (%)**

sử dụng để sản xuất các sản phẩm nội thất cao cấp đạt chất lượng xuất khẩu.

- **Kế hoạch hành động:** Hoạt động 1.1.1; 1.1.2

### Diện tích vùng nguyên liệu được chứng nhận tại Việt Nam còn hạn chế và khó mở rộng do mô hình sử dụng đất

Theo số liệu từ Cục Kiểm lâm (2022), Việt Nam có 14,68 triệu ha rừng, trong đó rừng có chứng chỉ FSC (53 đơn vị) và rừng có chứng chỉ VFCS/PEFC lần lượt chiếm 1,5% và 0,4%. Tổng cộng rừng được chứng nhận FSC bao gồm rừng tự nhiên (18%) và rừng trồng (82%) chỉ chiếm 8% tổng diện tích đất lâm nghiệp được chứng nhận FSC.<sup>50</sup> Mặt khác, tất cả các khu rừng được cấp chứng chỉ VFCS/PEFC đều là diện tích trồng cao su của Tập đoàn Cao su Việt Nam.

Do nhu cầu ngày càng tăng trong khu vực và quốc tế đối với các sản phẩm gỗ có chứng chỉ, chính phủ gần đây đã lên kế hoạch mở rộng diện tích rừng có chứng chỉ và cung cấp chứng chỉ quản lý bền vững cho ít nhất 0,5 triệu ha vào năm 2025 và 1 triệu ha vào năm 2030. Tuy nhiên, việc triển khai FSC và mở rộng diện tích được chứng nhận tại Việt Nam gặp khó khăn do nhiều yếu tố, bao gồm cả mô hình sử dụng đất.

Diện tích đất của nhiều công ty lâm nghiệp quốc doanh chông lấn (do lấn chiếm) với diện tích của các hộ dân thuộc cộng đồng dân cư lân cận. Nhiều trường hợp đất

do doanh nghiệp quản lý chỉ tồn tại trên giấy và đã được giao khoán lâu dài cho các hộ lân cận. Với đất của các hộ gia đình thì diện tích và ranh giới đất (cả trên bản đồ và thực địa) không rõ ràng, không đúng với thông tin ghi trên giấy chứng nhận quyền sử dụng đất. Do việc mua bán giữa các hộ gia đình, quyền sở hữu đất thay đổi mà không được cập nhật vào hệ thống quản lý đất đai. Ngoài ra, diện tích đất của các hộ gia đình thường nhỏ và phân tán nên khó xin được chứng chỉ FSC.

- **Kế hoạch hành động:** Hoạt động 1.1.2; 1.1.3.

### Việc thực hiện các tiêu chuẩn của FSC còn hạn chế do lợi thế cạnh tranh của gỗ FSC thấp

Gỗ FSC kích thước lớn chỉ chiếm 20-25% tổng lượng gỗ FSC khai thác (đặc biệt ở khu vực phía Bắc). Tại một số địa phương miền Trung, tỷ lệ gỗ lớn chiếm cao nhất là 40-50%. Tuy nhiên, giá gỗ FSC khổ lớn này chỉ cao hơn gỗ cùng khổ không có chứng chỉ FSC khoảng 10%. Ngược lại, giá bán gỗ FSC khổ nhỏ, vốn chiếm phần lớn trong tổng lượng gỗ khai thác và dùng để sản xuất ván ép, dăm gỗ và viên nén, không chênh lệch nhiều so với gỗ không có chứng chỉ FSC. Cũng có trường hợp gỗ không có chứng chỉ FSC được trộn lẫn với gỗ có chứng chỉ FSC. Những yếu tố này làm giảm lợi thế cạnh tranh về giá của gỗ FSC.

Năng suất gỗ của rừng trồng FSC bình quân đạt 75-130 m<sup>3</sup>/ha, chênh lệch không nhiều so với năng suất rừng trồng thông thường. Với năng suất tương đương và không có nhiều lợi thế về giá, người trồng rừng không có nhiều động lực để trồng gỗ FSC. Độ phì nhiêu của đất thấp và

50.- Phúc và cộng sự. (2022) "Thực trạng và một số rào cản trong sản xuất gỗ rừng có chứng chỉ bền vững ở Việt Nam." VIFOREST, HAWA, FPA Bình Định, DOWA, BIFA và Forest Trends. Tháng 4 năm 2022.

các điều kiện địa lý bất lợi như chất lượng đất kém, độ dốc cao, v.v. cũng ảnh hưởng tiêu cực đến việc trồng lại rừng gỗ lớn, do đó làm giảm cơ hội đạt được chứng nhận bền vững.

- **Kế hoạch hành động:** Hoạt động 1.1.2; 1.1.3

### Gỗ từ các nguồn rủi ro cao và khai thác bất hợp pháp vẫn tham gia vào chuỗi cung ứng do thị hiếu ở các khu vực.

Các DNNVV chế biến gỗ (quy mô hộ gia đình) ở khu vực phía Bắc phần lớn sản xuất đồ gỗ kiểu truyền thống, chủ yếu phục vụ thị trường trong nước, một phần nhỏ xuất khẩu sang Trung Quốc. Do các thị trường này ưu tiên sản phẩm làm từ gỗ nhiệt đới tự nhiên, doanh nghiệp chế biến sử dụng gỗ tự nhiên không có chứng chỉ (không có FSC/PEFC/CoC) nhập khẩu từ các nguồn rủi ro cao như Châu Phi, Lào, Campuchia, v.v. hoặc sử dụng gỗ được khai thác và buôn bán trái phép. Việc sử dụng nguồn cung ứng gỗ bất hợp pháp có ảnh hưởng tiêu cực đến sự công nhận/danh tiếng quốc tế của toàn ngành.

- **Kế hoạch hành động:** Hoạt động 1.1.2.

### Chưa đảm bảo truy xuất nguồn gốc gỗ trong sản xuất vừa và nhỏ và sản xuất hộ gia đình

Quy định hiện tại yêu cầu các DNNVV phải lập sổ theo dõi gỗ đầu vào, lập và nộp báo cáo định kỳ cho chi cục kiểm lâm sở tại nhưng hầu hết các DNNVV không tuân thủ các quy định này. Do đó, việc truy xuất nguồn gốc và tính hợp pháp của gỗ mà các doanh nghiệp này sử dụng để sản xuất trở nên khó khăn. Lý do không tuân thủ các quy định về truy xuất nguồn gốc gỗ bao gồm kiến thức và nhận thức của DNNVV còn hạn chế, người mua chủ yếu là người dùng cuối trong nước không yêu cầu FSC/PEFC/CoC, thiếu sự thực thi nghiêm túc của cơ quan quản lý, đặc biệt là cơ quan kiểm lâm địa phương. Để cải thiện việc tuân thủ, các Hiệp hội Gỗ phải nâng cao nhận thức và tăng cường hướng dẫn cho DNNVV. Cục Kiểm lâm phải tăng cường công tác kiểm tra, xử lý nghiêm các trường hợp vi phạm. Việc xây dựng hệ thống giám sát và báo cáo kỹ thuật số/trực tuyến có thể giúp nâng cao khả năng truy xuất nguồn gốc của gỗ.

Việc có quá nhiều doanh nghiệp chế biến nhỏ, siêu nhỏ cũng gây khó khăn cho các cơ quan quản lý (vốn đã hạn chế về nguồn lực và năng lực) trong việc kiểm tra, giám sát các hoạt động mua bán. Trong số các doanh nghiệp siêu nhỏ và nhỏ, dựa trên khối lượng hoặc giá trị sản xuất, đôi khi các giao dịch giữa người mua và người

bán được thực hiện mà không có bất kỳ hợp đồng nào. Các giao dịch như vậy có nhiều rủi ro và có khả năng vi phạm pháp luật. Nỗ lực thay đổi sở thích của người tiêu dùng đối với các sản phẩm gỗ không được chứng nhận và thay đổi sản xuất sang quy mô lớn hơn sẽ giúp hạn chế việc sử dụng gỗ có rủi ro cao. Việc nâng cao khả năng truy xuất nguồn gốc của các sản phẩm gỗ cũng sẽ mở rộng khả năng tiếp cận sang các thị trường cao cấp như EU và Mỹ.

- **Kế hoạch hành động:** Hoạt động 1.1.1

### Nhu cầu không đồng đều và sự không đồng bộ về địa lý trong ngành dẫn đến chi phí vận chuyển cao

Diện tích rừng trồng sản xuất 3,68 triệu ha là nguồn cung cấp gỗ nguyên liệu chính trong nước, chủ yếu từ các tỉnh phía Bắc. Nhu cầu của thị trường về gỗ FSC không đồng đều giữa các vùng do các trung tâm chế biến gỗ lớn tập trung ở các tỉnh Đông Nam Bộ và Nam Trung Bộ (TP.HCM, Bình Dương, Đồng Nai và Bình Định), chiếm 70% doanh thu toàn ngành. Khoảng cách địa lý xa và chi phí vận chuyển cao giữa Bắc và Nam làm giảm khả năng cạnh tranh của gỗ nội địa/gỗ FSC so với nguồn gỗ nhập khẩu.

Một chương trình mới của chính phủ đã công bố dành tổng diện tích rừng 489.000 ha cho đầu tư cải thiện nguồn cung gỗ kích thước lớn. Trong đó, 67% được phân bổ cho khu vực phía Bắc, 25% cho Bắc Trung Bộ và chỉ 4,4% cho khu vực Đông Nam Bộ, vốn là trung tâm sản xuất đồ nội thất quan trọng nhất. Vì vậy, trong khi ở một số nơi, vùng trồng gỗ nguyên liệu vốn đã không đồng bộ với các khu/cụm công nghiệp chế biến gỗ trọng điểm, các chương trình của chính phủ càng làm vấn đề nghiêm trọng hơn.<sup>51</sup>

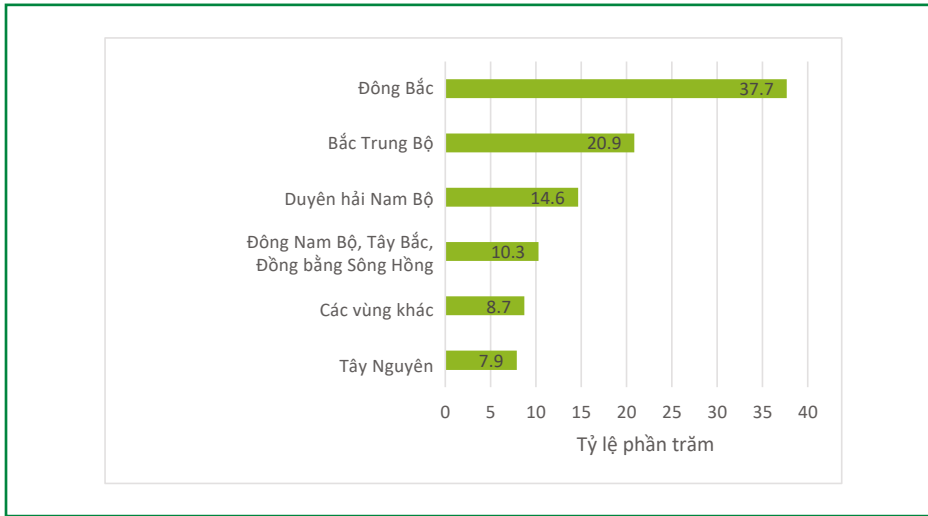
- **Kế hoạch hành động:** Hoạt động 2.2.1; 2.2.2.

### Sự phụ thuộc ngày càng tăng vào nguồn cung từ Trung Quốc làm tăng rủi ro gian lận thương mại

Trung Quốc là nguồn cung cấp gỗ nguyên liệu lớn nhất của Việt Nam, đặc biệt là ván ép, ván lạng và ván sợi. Cả nhập khẩu và xuất khẩu sản phẩm làm từ các nguyên liệu này đều tăng mạnh kể từ khi xung đột thương mại Mỹ-Trung nổ ra năm 2018. Điều này làm dấy lên nghi vấn về việc doanh nghiệp Trung Quốc áp dụng hình thức “đầu tư chui”, theo đó doanh nghiệp Trung Quốc thuê xưởng/nhà máy, công nhân và quản lý của Việt Nam để nhập linh kiện nội thất từ Trung Quốc về lắp ráp thành phẩm tại Việt Nam trước khi xuất khẩu sang Mỹ. Những

51. – <https://baochinhphu.vn/nganh-go-no-luc-giai-bai-toan-kho-102220422205647492.htm>



**Hình 16: Trồng rừng sản xuất, phân bố theo vùng (%)**

trường hợp như vậy đã được ghi nhận trong các sản phẩm như tủ bếp, ghế sofa có khung gỗ và gỗ dán.<sup>52</sup> Một số nhà sản xuất Trung Quốc đã chuyển hoạt động sang Việt Nam hoặc thậm chí đơn giản là chuyển các lô hàng qua Việt Nam trước khi đến Hoa Kỳ. Làm như vậy, doanh nghiệp Trung Quốc có thể lấy nhãn xuất xứ của Việt Nam để tránh thuế quan của Mỹ.

Mặc dù FDI hiện là một phần không thể thiếu của ngành gỗ, các cuộc điều tra bảo hộ thương mại áp dụng với

nhà đầu tư nước ngoài đang tăng lên. Các mặt hàng nhập khẩu chủ lực từ Trung Quốc như dòng sản phẩm gỗ dán (HS 4412) bị Mỹ áp thuế chống bán phá giá. Việc Trung Quốc xuất khẩu thông qua Việt Nam khiến ngành gỗ Việt Nam có nguy cơ bị cáo buộc gian lận thương mại, gây tổn hại đến uy tín toàn cầu của sản phẩm Việt Nam và cản trở khả năng tiếp cận các thị trường được quản lý chặt chẽ hơn như EU.

■ **Kế hoạch hành động:** Hoạt động 1.1.1; 1.2.1; 1.2.2.

## KẾT NỐI

Khía cạnh “kết nối” liên quan đến khả năng kết nối trong năng lực cạnh tranh. Để cạnh tranh, doanh nghiệp phải liên kết với khách hàng, doanh nghiệp, tổ chức và có

hiểu biết về công nghệ thông tin và truyền thông. Một số yếu tố quan trọng đang hạn chế khả năng kết nối và duy trì quan hệ thương mại của ngành xuất khẩu Việt Nam.

### Hộp 5: Hạn chế về năng lực cạnh tranh ở cấp độ toàn bộ nền kinh tế: Kết nối

| Kết nối  |
|--|
| <p><b>Năng lực doanh nghiệp</b></p> <p>Doanh nghiệp FDI có chuỗi cung ứng “khép kín”, chưa có sự trao đổi/liên kết với doanh nghiệp trong nước để thúc đẩy lan tỏa tri thức và hợp tác.</p> <p>Việc quá phụ thuộc vào một số thị trường xuất khẩu nhất định tiềm ẩn nhiều rủi ro, cần mở rộng và đa dạng hóa thị trường xuất khẩu.</p> |
| <p><b>Hệ sinh thái kinh doanh</b></p> <p>Thiếu sự hợp tác giữa doanh nghiệp chế biến gỗ và chủ rừng nhỏ.</p> <p>Dịch Covid-19 bùng phát và xung đột Nga-Ukraine nhiều khả năng sẽ tác động lâu dài đến ngành sản xuất và xuất khẩu đồ gỗ nội thất</p>  |
| <p><b>Môi trường quốc gia</b></p> <p>Thiếu dữ liệu thống kê đồng bộ khiến cho việc phân tích và đưa ra khuyến nghị đáng tin cậy bị hạn chế.</p> <p>Thiếu hành động phối hợp của chính phủ trong công tác thống kê và quản lý gây khó khăn về kinh doanh cho các DNNVV.</p>   |

52. – [https://goviet.org.vn/upload/aceweb/content/Bao%20cao\\_Rui%20ro%20mat%20hang%20sofa%20tu%20bep.pdf](https://goviet.org.vn/upload/aceweb/content/Bao%20cao_Rui%20ro%20mat%20hang%20sofa%20tu%20bep.pdf) ; [https://goviet.org.vn/upload/aceweb/content/Bao%20cao%20FDI\\_9%20thang%202020.pdf](https://goviet.org.vn/upload/aceweb/content/Bao%20cao%20FDI_9%20thang%202020.pdf) ; [https://goviet.org.vn/upload/aceweb/content/2020.7.5\\_Bao%20cao%20go%20dan%20Dinh%20vi.Final.pdf](https://goviet.org.vn/upload/aceweb/content/2020.7.5_Bao%20cao%20go%20dan%20Dinh%20vi.Final.pdf)

## Doanh nghiệp FDI có chuỗi cung ứng “khép kín”, chưa có sự trao đổi/liên kết với doanh nghiệp trong nước để thúc đẩy lan tỏa tri thức và hợp tác

Năm 2021, các doanh nghiệp FDI sản xuất đồ gỗ đóng góp khoảng 80% tổng giá trị xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam. Tuy nhiên, các doanh nghiệp FDI thường có chuỗi cung ứng “khép kín”, trong đó các mắt xích trong chuỗi cung ứng (mua sắm đầu vào/nguyên liệu thô, bán hàng, v.v.) hoạt động tương đối độc lập với các doanh nghiệp sản xuất đồ gỗ nội thất nội địa.<sup>53</sup> Chúng tôi chỉ ghi nhận được một trường hợp về doanh nghiệp FDI mua nguyên liệu (bao gồm cả dịch vụ cưa và sấy) từ một nhà cung cấp gỗ Việt Nam. Tất cả các doanh nghiệp chế biến gỗ trong nước được phỏng vấn trong nghiên cứu này đều xác nhận rằng họ thiếu kiến thức về toàn bộ chuỗi cung ứng và chuỗi giá trị của các doanh nghiệp FDI.<sup>54</sup> Hơn nữa, Tổng cục Hải quan và Bộ Kế hoạch & Đầu tư chỉ có thông tin về giá trị đầu tư/xuất nhập khẩu của các doanh nghiệp FDI trong ngành gỗ. Không có thông tin chi tiết về trình độ công nghệ, người sử dụng lao động, nguyên liệu đầu vào (khối lượng, giá trị, nguồn gốc), v.v.

Các doanh nghiệp FDI chủ yếu liên lạc với nhau thông qua phòng thương mại của họ và nhìn chung không phải là thành viên chính thức của hiệp hội gỗ, mặc dù không có quy định nào ngăn cản họ trở thành thành viên (Phúc và cộng sự, 2021a). Một số doanh nghiệp FDI là thành viên của hiệp hội gỗ địa phương nhưng vai trò của họ chỉ hạn chế trong việc cập nhật thông tin cho chính phủ về hoạt động sản xuất kinh doanh.<sup>55</sup> Đại diện của họ trong các cuộc họp thường là nhân viên cấp dưới tham gia chỉ để thu thập thông tin hơn là để chia sẻ bất kỳ bí quyết kỹ thuật nào hay để thúc đẩy liên kết/hợp tác hoặc mở rộng hỗ trợ cho doanh nghiệp địa phương.<sup>56</sup> Doanh nghiệp trong nước cũng coi doanh nghiệp FDI là mối đe dọa tiềm ẩn; nếu họ trao đổi thông tin kinh doanh hoặc khách hàng với doanh nghiệp FDI, doanh nghiệp FDI có thể đẩy doanh nghiệp địa phương khỏi thị trường nội địa do có năng lực cao hơn về vốn, công nghệ, kinh nghiệm và khả năng chiếm lĩnh thị trường. Vì những lý do này, các thành viên Việt Nam thường phản đối tư cách thành viên của các doanh nghiệp FDI trong các hiệp hội gỗ. Để khắc phục hạn chế trong tương tác/liên kết giữa doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp trong nước, điều quan trọng là các hoạt động/sáng kiến chính thức phải do hiệp hội chủ trì. Một điểm quan trọng nữa là doanh nghiệp Việt

Nam cần hiểu được các lợi ích của việc cải thiện sự liên kết với doanh nghiệp FDI như lan tỏa tri thức, hỗ trợ về công nghệ, vốn, v.v.

- **Kế hoạch hành động:** Hoạt động 2.1.3; 2.2.1; 2.2.2.

## Việc quá phụ thuộc vào một số thị trường xuất khẩu nhất định tiềm ẩn nhiều rủi ro, cần mở rộng và đa dạng hóa thị trường xuất khẩu

Doanh nghiệp chế biến gỗ Việt Nam chủ yếu tập trung vào một số thị trường lớn, đặc biệt là Mỹ. Thị trường EU hiện chỉ chiếm khoảng 10-13% tổng kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam. Nhưng việc hàng Việt Nam đã thâm nhập và đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng cao của các thị trường phát triển và quy định khắt khe như Mỹ, Nhật Bản, EU chứng tỏ tiềm năng về năng lực sản xuất và xuất khẩu của doanh nghiệp Việt Nam. Từ thành công này, doanh nghiệp Việt Nam cần tăng cường tuân thủ các tiêu chuẩn và quy định chặt chẽ về tính hợp pháp và tính bền vững, điều này sẽ giúp họ tiếp tục mở rộng và đa dạng hóa thị trường xuất khẩu. Như đã khẳng định trong cuộc khủng hoảng Covid-19, việc phụ thuộc vào một số thị trường xuất khẩu nhất định sẽ gây rủi ro cho ngành chế biến gỗ.

Có thể hiểu rằng doanh nghiệp Việt Nam thường lựa chọn nhà cung cấp nước ngoài thông qua giới thiệu của đối tác, qua tiếp xúc trực tiếp hoặc tại các hội chợ triển lãm chứ ít khi có sự hỗ trợ của các hiệp hội hoặc cơ quan chính phủ.<sup>57</sup> Cục Xúc tiến Thương mại (bao gồm tham tán thương mại tại các cơ quan đại diện ngoại giao của Việt Nam ở nước ngoài), Cục Xuất nhập khẩu và Hiệp hội Gỗ cần đóng vai trò tích cực trong việc hỗ trợ DNNVV/doanh nghiệp chế biến gỗ kết nối với khách hàng mới. Điều này có thể được thực hiện bằng cách thiết lập các kênh kỹ thuật số, phát hành bản tin trực tuyến định kỳ, thúc đẩy hội chợ và triển lãm thương mại, v.v. Các cơ quan chính phủ cần nỗ lực hết mình để hỗ trợ DNNVV mở rộng và đa dạng hóa thị trường xuất khẩu. Tăng cường hỗ trợ từ chính phủ cũng có thể giúp doanh nghiệp lựa chọn nhà cung cấp có rủi ro thấp.

- **Kế hoạch hành động:** Hoạt động 2.1.1; 2.1.2; 2.1.3.

53.- Đại diện của BIFA, DOWA và HAWA xác nhận có các thành viên FDI trong hiệp hội của họ (khoảng 10 doanh nghiệp đối với BIFA và “một vài” đối với DOWA và HAWA. Các doanh nghiệp FDI này - gồm Đài Loan, Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc, Mỹ - mới gia nhập hiệp hội vài năm gần đây, nhất là sau khi xuất hiện các vụ điều tra chống trợ cấp và chống bán phá giá của Hoa Kỳ đối với một số sản phẩm gỗ xuất khẩu của Việt Nam. Các doanh nghiệp FDI này đã tham gia một số cuộc họp của hiệp hội, nhưng họ “lúc nào cũng chỉ cử cán bộ cấp dưới tham dự, với mục đích nắm bắt thông tin chứ không chia sẻ gì tại các cuộc họp” (Phòng vấn trực tiếp, tháng 9/2022).

54.- Nhóm nghiên cứu không tiếp cận được bất kỳ doanh nghiệp FDI nào liên quan đến đồ gỗ nội thất để phỏng vấn.

55.- Ý kiến của đại diện BIFA, DOWA và HAWA

56.- Tham vấn các bên liên quan (tháng 9 năm 2022).

57.- <https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO201716463831029.pdf>



Links, carpenter-3276186.jpg

### Thiếu sự hợp tác giữa doanh nghiệp chế biến gỗ và chủ rừng nhỏ

Ngành gỗ Việt Nam cũng thiếu sự liên kết chặt chẽ giữa doanh nghiệp chế biến và chủ rừng nhỏ, vốn là điều cần thiết để phát triển diện tích rừng tập trung lớn. Nguyên nhân của tình trạng này là chi phí cơ hội cao cho các công ty chế biến, và các hộ trồng rừng không muốn tin các doanh nghiệp chế biến gỗ. Trách nhiệm và quyền lợi pháp lý giữa các doanh nghiệp chế biến và các hộ trồng rừng không rõ ràng, vì các hộ gia đình đã có tiếng là vi phạm cam kết với doanh nghiệp. Khi không có sự tham gia của chính phủ, đặc biệt là trong các khía cạnh xác định nguồn gốc đất đai, ranh giới đất và thúc đẩy kết nối giữa hai bên, sự hình thành các mối liên kết bị cản trở. Điều quan trọng là phải xem mối quan hệ giữa doanh nghiệp và hộ gia đình là một phần thiết yếu trong chủ trương trồng rừng quy mô lớn chứ không chỉ đơn thuần là một giao dịch kinh tế.

- **Kế hoạch hành động:** Hoạt động 2.1.1; 2.1.3; 2.2.2

### Thiếu dữ liệu thống kê đồng bộ khiến cho việc phân tích và đưa ra khuyến nghị đáng tin cậy bị hạn chế

Một thực trạng chung ở Việt Nam, chứ không riêng gì ngành chế biến gỗ, là các chỉ tiêu thống kê chưa đủ chi tiết để cung cấp đầy đủ các thông tin cần thiết. Ví dụ, thông tin về động lực của thị trường trong nước rất hiếm hoi, không có nhiều dữ liệu được thu thập một cách có hệ thống liên quan đến phạm vi, hoạt động, sản xuất và mạng lưới phân phối (GIZ và NEPCo, 2020). Trên thực tế, con số 4 tỷ USD đã được Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam (VIFOREST) ước tính từ năm 2018 và không thay

đổi cho đến thời điểm hiện tại.<sup>58</sup> Trong nhiều trường hợp, các cơ quan khác nhau thu thập và tổng hợp cùng một thông tin nhất định về ngành, nhưng áp dụng các chỉ số, đơn vị đo lường hoặc phương pháp tính toán khác nhau. Lý do thường được viện dẫn là do các yêu cầu quản lý khác nhau, nhưng cách làm này dẫn đến dữ liệu không nhất quán, khó phân tích và không đưa đến các khuyến nghị đáng tin cậy. Việc truy cập dữ liệu cũng thường không dễ dàng và có độ trễ lớn. Ví dụ, số liệu thống kê hàng năm do các Cục Thống kê tổng hợp thường chỉ được công bố vào tháng 6 hoặc tháng 7 năm sau.

- **Kế hoạch hành động:** Hoạt động 3.2.1; 3.2.2; 3.2.3

### Thiếu sự phối hợp giữa các cơ quan chính phủ và chức năng quản lý chồng chéo gây khó khăn cho hoạt động kinh doanh của DNNVV

Các cơ quan nhà nước còn chồng chéo về chức năng quản lý và chưa phối hợp tốt với nhau để hỗ trợ hiệu quả cho doanh nghiệp chế biến/xuất khẩu. Ví dụ, hoạt động sản xuất và thương mại của ngành chế biến gỗ do bốn bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Công thương, Tài chính và Xây dựng quản lý. Do trách nhiệm chồng chéo nên công tác quản lý, hỗ trợ của các bộ (và các cơ quan trực thuộc) còn hạn chế, không kịp thời và kém hiệu quả. Việc thiếu hành động phối hợp của chính phủ khiến DNNVV gặp khó khăn trong giao dịch và họ buộc phải mất nhiều chi phí hơn để làm nhà thầu phụ cho các doanh nghiệp lớn. Có ý kiến cho rằng việc thiếu ngân sách, thiếu nhân lực và khối lượng công việc nhiều là nguyên nhân dẫn đến tình trạng này. Cải thiện sự phối hợp giữa các cơ quan ban ngành trong chính phủ là rất cần thiết để hỗ trợ đầy đủ cho doanh nghiệp ở tất cả các giai đoạn của chuỗi giá trị.

- **Kế hoạch hành động:** Hoạt động 3.2.1; 3.2.2; 3.2.3

58. – <https://kinhtedothi.vn/tieu-thu-go-thi-truong-noi-dia-tang-manh.html>

## THAY ĐỔI

Thay đổi là khía cạnh năng động của khả năng cạnh tranh. Nó đánh giá liệu các doanh nghiệp có khả năng đầu tư vào con người và tài chính cũng như khả năng thích ứng với các thị trường thay đổi nhanh chóng hay không.

### Hộp 6: Hạn chế về năng lực cạnh tranh ở cấp độ toàn bộ nền kinh tế: Thay đổi

| Thay đổi   |
|--|
| <b>Năng lực doanh nghiệp</b>   |
| Thiếu cán bộ/công nhân có trình độ trong ngành chế biến gỗ<br>Thiết kế sản phẩm mới vốn hạn chế và phụ thuộc vào người mua nước ngoài.   |
| <b>Hệ sinh thái kinh doanh</b>   |
| Số lượng trung tâm dạy nghề cung cấp kỹ năng nghề gỗ phù hợp với nội thất hiện đại còn hạn chế<br>Do đổi mới hạn chế và năng lực hoạt động yếu, chỉ có một số DNNVV tham gia vào xuất khẩu<br>Trồng rừng quy mô lớn gặp khó khăn do thiếu vốn đầu tư dài hạn |

### Thiếu cán bộ/công nhân có trình độ trong ngành chế biến gỗ

Tình trạng thiếu lao động lành nghề tại các doanh nghiệp chế biến gỗ nội địa của Việt Nam được mô tả là "rất nghiêm trọng". Hầu hết người lao động làm việc trong ngành sản xuất nói chung có trình độ chuyên môn và kỹ thuật thấp. Trong ngành chế biến gỗ, 70-80% lao động là lao động phổ thông hoặc chưa qua đào tạo, 20-30% được đào tạo cơ bản và chỉ 1-2% là kỹ sư hoặc nhà thiết kế nội thất.<sup>59</sup> Ước tính đến năm 2025, ngành chế biến gỗ của Việt Nam sẽ cần thêm lao động có trình độ đại học trở lên.<sup>60</sup> Tuy nhiên, vào năm 2020, các trường đại học và cao đẳng dạy nghề hàng đầu cung cấp các khóa học dài hạn về chế biến gỗ và thiết kế nội thất tuyển chưa đến 1000 sinh viên.<sup>61</sup> Việc thiếu lao động có kiến thức và tay nghề cao sẽ cản trở năng lực của DNNVV trong việc đổi mới và tiến lên trong chuỗi giá trị.

■ **Kế hoạch hành động:** Hoạt động 2.3.1; 2.3.2; 2.3.3.

### Số lượng trung tâm dạy nghề cung cấp kỹ năng nghề gỗ phù hợp với nội thất hiện đại còn hạn chế

Việt Nam có 63 trung tâm dạy nghề phân bố khắp các tỉnh thành, cung cấp các khóa đào tạo ngắn hạn (1-6 tháng) để nâng cao kỹ năng lao động. Tuy nhiên, chỉ có một số trung tâm cung cấp các khóa học về kỹ năng chế biến gỗ, hầu hết phù hợp với nghề thủ công mỹ nghệ hơn là sản xuất đồ gỗ hiện đại để xuất khẩu. Chất lượng của các cơ sở đào tạo hoặc là thấp, hoặc không phù hợp với ngành đồ gỗ nội thất. Trang thiết bị, máy móc do các cơ sở đào tạo cung cấp để thực hành và kiểm tra còn lạc hậu, tài liệu/chương trình đào tạo chưa theo kịp yêu cầu của ngành nội thất hiện đại. Trước mắt cần tập trung vào chất lượng đào tạo và nâng cao năng lực cho người lao động nghề gỗ.

■ **Kế hoạch hành động:** Hoạt động 2.3.1; 2.3.2; 2.3.3.

59.- <https://vnuf2.edu.vn/vi/huong-nghiep-ky-nang/1680-nganh-go-dang-thieu-tram-trong-lao-dong-co-trinh-do-cao.html>

60.- <https://vnuf2.edu.vn/vi/huong-nghiep-ky-nang/1680-nganh-go-dang-thieu-tram-trong-lao-dong-co-trinh-do-cao.html>

61.- Bốn trường đại học là Đại học Lâm nghiệp Việt Nam; Đại học Nông Lâm TP.HCM; Đại học Sư phạm Kỹ thuật TP.HCM; và Đại học Nông Lâm Huế. Bốn trường cao đẳng dạy nghề gồm Cao đẳng Công nghệ và Nông lâm Đông Bắc; Cao đẳng nghề Phú Lý (Hà Nam), Cao đẳng nghề Quy Nhơn (Bình Định) và Cao đẳng nghề Dĩ An (Bình Dương).





Links, DOWELL-MYANMAR STREET (37 of 117).jpg

### Do đổi mới hạn chế và năng lực hoạt động yếu, chỉ có một số DNNVV tham gia hoạt động xuất khẩu

Theo dữ liệu của SMECS, doanh nghiệp xuất khẩu phát triển và triển khai các quy trình/sản phẩm mới thường xuyên hơn (49%) so với doanh nghiệp không xuất khẩu (41%). Tuy nhiên, ở Việt Nam, đại đa số các doanh nghiệp đồ gỗ có quy mô siêu nhỏ, nhỏ và vừa, trong đó chỉ có một số ít doanh nghiệp vừa trực tiếp tham gia xuất khẩu. Phần lớn doanh nghiệp không xuất khẩu sản phẩm do hạn chế về năng lực thiết kế, quy mô/cơ sở sản xuất thấp và năng suất lao động thấp. Năng lực quản lý yếu kém, yếu kém về tài chính, thiếu hoạt động xúc tiến thương mại và hiểu biết về hậu cần cũng là các yếu tố cản trở tiềm năng xuất khẩu. Việc thiếu tầm nhìn dài hạn do hạn chế về vốn và công nghệ lạc hậu cũng là rào cản cho đổi mới và phát triển mẫu mã sản phẩm mới, từ đó ảnh hưởng đến khả năng xuất khẩu sang các thị trường phát triển. Cho đến nay, Việt Nam “mới chỉ khai thác được cơ hội gia công, và còn nhiều tiềm năng chưa được khai thác về thiết kế, xây dựng thương hiệu và cơ hội thương mại, đặc biệt là ở thị trường Hoa Kỳ và EU”.<sup>62</sup>

- **Kế hoạch hành động:** Hoạt động 2.1.2; 2.1.3; 2.2.1; 2.2.3;

### Thiết kế sản phẩm mới vẫn còn hạn chế và phụ thuộc vào người mua nước ngoài

Do Việt Nam thiếu chuyên môn về thiết kế nên hầu hết đồ nội thất được sản xuất dựa trên thiết kế do khách hàng cung cấp, do đó thường tạo ra giá trị thấp. Ngoài ra còn có vấn đề về sự hợp tác yếu kém giữa các bên tham gia chuỗi cung ứng. Được biết, hoạt động phân phối và dịch vụ hậu mãi tại các thị trường xuất khẩu chủ yếu do người mua nước ngoài thực hiện thay vì nhà sản xuất

Việt Nam. Điều này làm yêu cầu đa dạng hóa và nâng cấp chức năng trong chuỗi giá trị trở nên cấp thiết đối với Việt Nam. Ngoài ra, giải quyết các nút thắt cổ chai cản trở hoạt động của DNNVV và trao quyền cho họ cũng là một đòi hỏi trước mắt nhằm giúp doanh nghiệp Việt Nam tiến lên bậc cao hơn trong chuỗi cung ứng và chuỗi giá trị ngành đồ gỗ nội thất. Để đảm bảo sản xuất và xuất khẩu đồ gỗ chất lượng cao, giá trị cao và hợp thời trang, Việt Nam cần đầu tư vào đổi mới và thay đổi vị thế từ bên nhận thiết kế sang bên cung cấp thiết kế.

- **Kế hoạch hành động:** Hoạt động 2.3.2; 2.3.3; 3.3.1; 3.3.2.

### Trồng rừng quy mô lớn gặp khó khăn do thiếu vốn đầu tư dài hạn

**Bảng 5:** Phân bố diện tích rừng Việt Nam, triệu ha

| Diện tích rừng Việt Nam   | Triệu ha |
|---------------------------|----------|
| Rừng phòng hộ (75%)       | 11       |
| Trồng rừng sản xuất (25%) | 3,68     |
| Tổng cộng                 | 14,68    |

Trồng rừng quy mô lớn gặp khó khăn do thiếu vốn đầu tư dài hạn cho các hộ trồng rừng nhỏ (hơn 1 triệu hộ). Chi phí sinh hoạt cao buộc các hộ dân phải bán gỗ sớm khi cây mới 3-5 năm tuổi. Mặc dù có các chương trình mới của chính phủ nhằm khuyến khích phát triển rừng trồng gỗ lớn, các hộ gia đình khó được hưởng lợi do các tiêu chí nghiêm ngặt liên quan đến đất đai, giấy chứng nhận quyền sử dụng đất, yêu cầu về bản đồ ranh giới thực địa rõ ràng, tuổi của cây, v.v. Cần đơn giản hóa các thủ tục để hộ trồng rừng có thể hiểu được, đồng thời cung cấp các hỗ trợ chuyên biệt về vấn đề này.

- **Kế hoạch hành động:** Hoạt động 1.1.2; 1.1.3.

62.– <https://goviet.org.vn/bai-viet/tang-nang-luc-canhh-tranh-nganh-go-bang-cong-nghe-9475>

# CON ĐƯỜNG PHÍA TRƯỚC

## Cơ hội cho ngành đồ gỗ nội thất và chế biến gỗ Việt Nam

Mặc dù Việt Nam đã đạt được tốc độ tăng trưởng không kém phần ấn tượng với tư cách là một nước xuất khẩu đồ nội thất quan trọng, nhu cầu thị trường đối với gỗ và sản phẩm gỗ bị ảnh hưởng bởi một số xu hướng toàn cầu, không chỉ quyết định quy mô thị trường mà còn cả loại sản phẩm được sản xuất và xuất khẩu. Dưới đây là một số xu hướng chính định hình nhu cầu toàn cầu về đồ nội thất. Chúng mang đến nhiều cơ hội cho ngành đồ gỗ nội thất Việt Nam, miễn là Việt Nam bắt kịp thành công các xu hướng toàn cầu này.

### Nhu cầu đối với các sản phẩm gỗ mang tính chu kỳ và cơ cấu.

Ngành sản xuất đồ gỗ toàn cầu thường trải qua nhiều biến động về giá, không chỉ bị chi phối bởi quy luật cung-cầu mà còn bởi các sự kiện quốc tế có tác động đến chuỗi cung ứng, chi phí hậu cần, sức khỏe nền kinh tế, chi tiêu của người tiêu dùng, v.v. Ngoài ra, thị trường được định hình bởi các chính sách và hành động liên quan đến thương mại và phi thương mại. Tranh chấp thương mại đang diễn ra giữa Trung Quốc và Hoa Kỳ dẫn đến việc Hoa Kỳ áp thuế đối với hàng xuất khẩu của Trung Quốc đã mang lại lợi ích cho các nước trong khu vực Đông Nam Á, đặc biệt là Việt Nam, những nước đã đạt mức tăng trưởng đáng kể trong xuất khẩu sang Hoa Kỳ. Tuy nhiên, sự tăng trưởng này không thể duy trì trong dài hạn nếu và khi quan hệ thương mại giữa Trung Quốc và Hoa Kỳ được bình thường hóa. 'Brexit', hay việc Anh rời Liên minh Châu Âu, cũng đã đưa Anh ra khỏi liên minh thuế quan chung với EU, do đó Việt Nam phải có một thỏa thuận thương mại riêng với nước này. May mắn thay, với việc Việt Nam đã ký FTA với nhiều quốc gia, Việt Nam sẽ tiếp tục được hưởng ưu đãi thương mại với các quốc gia đó.

### Ý thức bảo vệ môi trường cùng nhận thức về biến đổi khí hậu toàn cầu của người tiêu dùng đang tăng lên.

Việc tìm kiếm ngày càng nhiều các phương thức sống bền vững, thân thiện với môi trường, trung hòa về khí

hậu khiến ngành công nghiệp gỗ được nhiều người ưa chuộng. Nhận thức của người tiêu dùng về môi trường, nạn phá rừng và biến đổi khí hậu đang tăng lên, đặc biệt là ở các nước phát triển. Gỗ được coi là một nguồn tài nguyên bền vững, vì có thể tái tạo, tiêu thụ ít năng lượng và việc sử dụng gỗ trong xây dựng dẫn đến lượng phát thải carbon thấp hơn so với xây dựng bằng các vật liệu khác. Hơn nữa, gỗ là vật liệu xây dựng tái tạo duy nhất. Mặc dù mức độ sẵn sàng chi trả của người tiêu dùng cá nhân thấp hơn so với người tiêu dùng là tổ chức, nhu cầu đối với các sản phẩm thân thiện với môi trường dự kiến sẽ gia tăng. Khi thế giới ngày càng có ý thức về môi trường, nhu cầu về 'đồ nội thất xanh' với lượng phát thải carbon thấp dự kiến sẽ tăng lên và chiếm lĩnh thị trường toàn cầu trong những năm tới.

### Tính bền vững trong ngành gỗ là tiêu chuẩn mới.

Chính phủ của nhiều nước phát triển đã đưa ra quy định về sự cần thiết phải chứng minh nguồn gốc hợp pháp và tính bền vững của gỗ, nhằm mục đích giải quyết nạn khai thác gỗ trái phép. Các biện pháp này có tác động đến việc tiếp cận thị trường đối với gỗ và sản phẩm gỗ.

Trên thực tế, các nhà nhập khẩu, nhà bán lẻ, chuỗi cửa hàng, hiệp hội thương mại lớn, v.v. ở nhiều nước Châu Âu cũng đòi hỏi các chứng nhận, chẳng hạn như FSC và PEFC, để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng về tính bền vững trong cung ứng gỗ và sản phẩm gỗ. Mặc dù một số người mua sẵn sàng trả thêm chi phí cho các sản phẩm được chứng nhận, điều đáng chú ý là một số nhà nhập khẩu Châu Âu chỉ coi gỗ hợp pháp, nghĩa là tuân thủ FLEGT, mới là đủ tốt. Nếu Việt Nam coi Châu Âu là thị trường cần theo đuổi và tiếp cận thì việc hoàn thiện Thỏa thuận Đối tác Tự nguyện (VPA) với EU là điều bắt buộc bởi vì các chứng chỉ mang lại lợi thế lớn ở thị trường này. Các quốc gia khác, bao gồm Hoa Kỳ, Úc, Thụy Sĩ, Vương quốc Anh và Nhật Bản, cũng đang thắt chặt yêu cầu về cung cấp gỗ hợp pháp và tuân thủ các tiêu chuẩn về môi trường. Đạo luật Lacey của Hoa Kỳ, Đạo luật cấm khai thác gỗ bất hợp pháp của Úc, Pháp lệnh thương mại gỗ của Thụy Sĩ, Quy định về gỗ của Vương quốc Anh và Goho-Wood của Nhật Bản là các

chương trình chứng nhận có mục tiêu đảm bảo nguồn cung gỗ đáp ứng các yêu cầu về môi trường và pháp lý tại các thị trường này.

## Gỗ công nghiệp và sản phẩm từ gỗ công nghiệp sẽ tiếp tục có các ứng dụng mới trong xây dựng và sản xuất đồ nội thất.

Các công nghệ và hệ thống mới đang chuyển đổi quy trình sản xuất của ngành với máy móc và phương pháp lắp ráp sáng tạo. Sự xuất hiện của các sản phẩm công nghiệp và gỗ công nghiệp, ví dụ như gỗ ép chéo CLT và gỗ dán keo glulam, đang chuyển đổi lĩnh vực xây dựng theo hướng thân thiện với môi trường hơn, tiết kiệm năng lượng hơn và có lượng phát thải carbon thấp hơn.

Mặt khác, các sáng chế và công nghệ mới cũng tạo điều kiện cho việc sản xuất đồ nội thất nhẹ, giúp việc vận chuyển trở nên dễ dàng hơn. Trên thực tế, đồ nội thất nhẹ ở dạng tự lắp ráp (RTA) là phân khúc thị trường tăng trưởng nhanh nhất tại các nước phát triển. Sự ra đời của các bộ phận đồ nội thất có trọng lượng nhẹ này, cùng phụ tùng lắp ráp, đã chuyển đổi ngành sản xuất đồ nội thất trên toàn thế giới theo hướng đạt hiệu quả cao hơn và sản phẩm đa dạng hơn.

## Sự quan tâm ngày càng tăng đối với hoạt động trồng rừng ở cả các thị trường mới nổi và thị trường phát triển sẽ bù cho việc giảm khai thác rừng tự nhiên.

Khi thị trường toàn cầu đối mặt với ba mối đe dọa lớn Covid, Xung đột và Biến đổi khí hậu, sự quan tâm ngày càng tăng đối với rừng trồng là điều không thể phủ nhận. Điều này càng được thúc đẩy bởi thực tế là nguồn cung gỗ từ rừng tự nhiên, nhất là từ khu vực nhiệt đới, đang ngày càng cạn kiệt. Các loài cây trồng như keo, bạch đàn, cao su, v.v. đang trở nên phổ biến ở nhiều nước Châu Á và thương mại Nam-Nam đang dẫn dắt lại cơ hội cho các nhà cung cấp bên ngoài các nước phát triển. Khi nhu cầu về gỗ ngày càng tăng gây thêm áp lực cho rừng nhiệt đới, người mua sẽ thích làm ăn với các nhà cung cấp có đồn điền riêng hơn, vì như vậy nguồn cung của họ sẽ được đảm bảo.

## Kinh tế tuần hoàn ngày càng quan trọng trong ngành đồ gỗ.

Khái niệm kinh tế tuần hoàn nhấn mạnh đến việc giảm thiểu nguyên liệu thô đầu vào, đồng thời tăng cường các hoạt động tái chế và tái sử dụng. Khái niệm này đang dần có chỗ đứng vững chắc trong ngành đồ gỗ. Điều này có thể thấy rõ nhất trong lĩnh vực ván gỗ công nghiệp, nơi việc sản xuất sử dụng sợi tái chế đang ngày càng trở nên quan

trọng, và các sản phẩm đi theo khái niệm này dường như được thị trường chấp nhận nhiều hơn. Xu hướng hướng tới tính tuần hoàn và hàng hóa xanh trong đồ nội thất, sử dụng vật liệu tái chế bằng nhựa, kim loại, gỗ, giấy, thủy tinh, v.v. đang phát triển nhanh chóng ở Châu Âu. Việc Châu Á bắt kịp xu hướng này chỉ là vấn đề thời gian.

## Thương mại điện tử và tiếp thị kỹ thuật số mang đến những cơ hội quý giá cho thương mại sản phẩm gỗ

Các kênh tiếp thị trực tuyến mang đến cơ hội tìm kiếm thị trường và khách hàng mới, đặc biệt là trong và sau dịch Covid-19. Thương mại điện tử sẽ ngày càng trở nên quan trọng, chủ yếu đối với các sản phẩm hoàn chỉnh có giá trị gia tăng, chẳng hạn như đồ thủ công mỹ nghệ bằng gỗ và đồ nội thất bằng gỗ. Theo Alibaba.com, thị trường thương mại điện tử về đồ nội thất được định giá 27 tỷ USD năm 2021 và được dự báo sẽ đạt 40 tỷ USD vào năm 2030. Với sự ra đời của công nghệ tiếp thị kỹ thuật số, đặc biệt là thông qua các công cụ thực tế tăng cường (AR) và thực tế ảo (VR), hoạt động tiếp thị đồ trang trí nội thất gia đình đang chuyển biến trên toàn thế giới. Một báo cáo gần đây nhận xét rằng với việc mở cửa trở lại các nền kinh tế sau đại dịch Covid-19, hoạt động buôn bán gỗ và các sản phẩm gỗ đã chuyển sang chế độ kết hợp, sử dụng cả cửa hàng và phòng trưng bày thực tế, cũng như tiếp thị kỹ thuật số.

## Công nghệ đang thúc đẩy việc sản xuất gỗ và sản phẩm gỗ sáng tạo

Sự ra đời của cách mạng công nghệ, đặc biệt là Cách mạng Công nghiệp 4.0 (CMCN 4.0) và việc áp dụng nó ngày càng nhiều trong ngành gỗ và sản phẩm gỗ đã nâng sản lượng toàn cầu lên mức chưa từng thấy trước đây. Đổi mới công nghệ đã dẫn đến việc tăng tỷ lệ thu hồi, sử dụng gỗ kích thước nhỏ và sự xuất hiện của các ứng dụng mới cho gỗ, điều này đã tác động tích cực đến việc sản xuất thành phẩm từ gỗ. Việc sử dụng công nghệ cũng làm thay đổi đáng kể các hoạt động sản xuất và tiếp thị thương mại gỗ và sản phẩm gỗ.

Chắc chắn, việc áp dụng công nghệ sẽ đòi hỏi người lao động có tay nghề và trình độ hiểu biết cao. Nếu không có đủ lực lượng lao động có kỹ năng như vậy, việc áp dụng công nghệ sẽ vẫn còn chậm ở nhiều nền kinh tế mới nổi, những nền kinh tế đang mong muốn tiếp tục nâng cao vị trí trong chuỗi giá trị ngành gỗ và sản phẩm gỗ toàn cầu. Trong bối cảnh hiện tại, khát vọng đó phụ thuộc vào lực lượng lao động có tay nghề và kiến thức, những người có khả năng làm việc với công nghệ để tạo ra các mẫu thiết kế và sản phẩm gỗ sáng tạo. Trên thực tế, công nghệ được cho là yếu tố có tác động rõ rệt nhất đến mức độ đổi mới trong ngành gỗ và sản phẩm gỗ.

## Nhu cầu về đồ nội thất tự lắp ráp (RTA) và đồ nội thất cho căn hộ kiêm văn phòng (SOHO) đang tăng nhanh

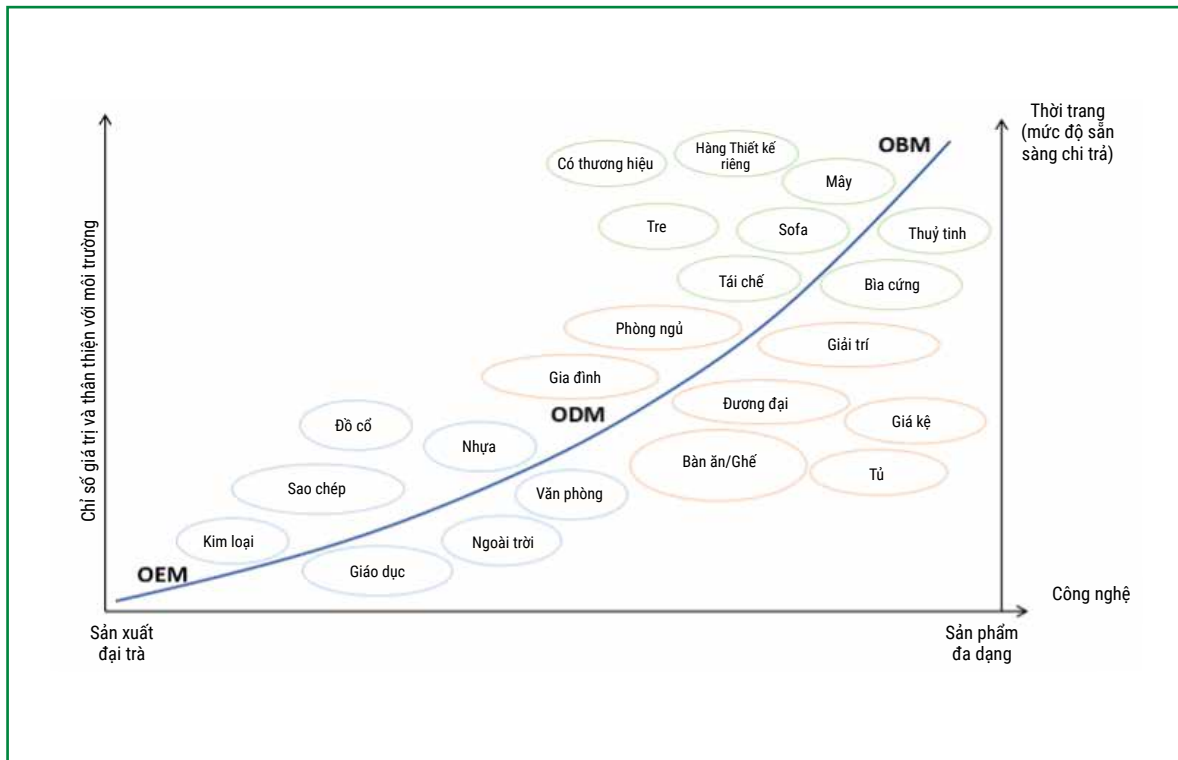
Nhu cầu về đồ nội thất tự lắp ráp (RTA) và đồ nội thất cho căn hộ SOHO (căn hộ để ở kiêm nơi làm việc) đã tăng trưởng theo cấp số nhân kể từ khi đại dịch Covid-19 toàn cầu bắt đầu. Ngay cả trong thời kỳ hậu Covid-19 hiện tại, nhu cầu về đồ nội thất như vậy vẫn rất cao, vì khái niệm làm việc tại nhà (WFH) tiếp tục được nhiều tập đoàn và tổ chức trên khắp thế giới áp dụng rộng rãi. Được thúc đẩy bởi sự thay đổi về nhân khẩu học, về lối sống và về lựa chọn của người tiêu dùng đối với các căn hộ và không gian sống có diện tích nhỏ, ta có thể thấy sự chuyển hướng từ chú trọng chức năng/cấu trúc chuyên biệt của đồ nội thất sang đồ nội thất linh hoạt hơn và đa chức năng hơn. Người ta dự đoán rằng

nhu cầu về đồ nội thất như vậy sẽ vẫn tăng trong những năm tới, đặc biệt là để phục vụ cho nhu cầu của thế hệ thiên niên kỷ.

## Giá trị gia tăng khác biệt giữa các sản phẩm gỗ xác định mức giá của nó trên thị trường.

Đồ nội thất là hàng hóa, đồng thời cũng là sản phẩm thời trang, có giá trị gia tăng cao nhất trong chuỗi giá trị của ngành đồ gỗ. Đã có báo cáo cho rằng đồ nội thất đạt giá trị gia tăng cao hơn tới 7 lần so với sản xuất gỗ xẻ. 18 Trong bối cảnh này, cần ghi nhận rằng đồ nội thất có thể nằm trong nhiều nhóm giá trị gia tăng; từ các sản phẩm cấp thấp thường được coi là đồ nội thất thông thường (ví dụ: đồ nội thất trường học) đến đồ nội thất cao cấp thiết kế riêng (ví dụ: đồ nội thất chuyên dụng).

**Hình 17: Giá trị gia tăng khác biệt giữa các sản phẩm nội thất**



Như thể hiện trong Hình 17, sản xuất đồ nội thất bắt đầu bằng sản xuất theo hợp đồng, thuộc thể loại sản xuất thiết bị gốc (OEM), sau đó chuyển sang sản xuất thiết kế gốc (ODM) và cuối cùng là sản xuất thương hiệu gốc (OBM). Quá trình chuyển đổi từ OEM sang ODM và OBM không chỉ đòi hỏi kỹ năng và năng lực đổi mới mà còn phải sử dụng các vật liệu khác nhau hoặc kết hợp các vật liệu. Vì lý do này, chúng ta cần thừa nhận rằng giá trị được tạo ra trong đồ nội thất sẽ xác định mức giá của nó trên thị trường. Quá trình chuyển đổi từ OEM sang

ODM sang OBM trong sản xuất đồ nội thất có thể được thực hiện thông qua các thuộc tính về thiết kế, vật liệu hoặc quy trình. Đối với Việt Nam, chúng tôi khuyến nghị chuyển từ ODM sang OBM. Quá trình chuyển đổi này sẽ mang lại cho doanh nghiệp đồ gỗ nội thất của Việt Nam khả năng lựa chọn chiến lược gia tăng giá trị sản phẩm. Có nhiều lựa chọn cho Việt Nam, bắt đầu bằng việc đảm bảo xây dựng thương hiệu và thiết kế sản phẩm và tăng cường sử dụng vật liệu thay thế gỗ.



## Cải thiện cấu trúc của chuỗi giá trị

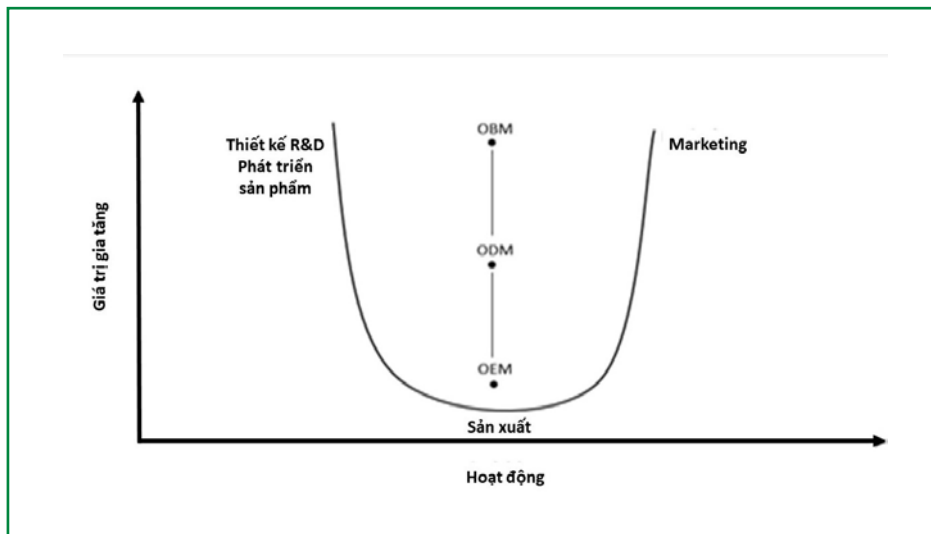
Ngành công nghiệp đồ gỗ nội thất toàn cầu đang chịu sự giám sát ngày càng tăng của các nhà bảo vệ môi trường, nhà bán lẻ và người tiêu dùng, vì nó thường gắn liền với các hoạt động không được coi là 'thân thiện với môi trường'. Trong bối cảnh này, chúng tôi đưa ra các đề xuất sau đây nhằm hỗ trợ ngành đồ gỗ Việt Nam bắt kịp với phần còn lại của thế giới trong việc giải quyết các vấn đề nêu trên.

### Tiến lên trong chuỗi giá trị

Ngành đồ gỗ Việt Nam vẫn chỉ tập trung vào một số loại sản phẩm, thường được sản xuất theo thiết kế của khách hàng. Trong bối cảnh này, cần phải nỗ lực để nâng cao vị trí trong chuỗi giá trị thông qua tích cực

phát triển thiết kế và sản phẩm, để sản xuất đồ nội thất có thiết kế riêng và cuối cùng đạt được trạng thái sản xuất thương hiệu riêng (Hình 18). Để gia tăng giá trị cho đồ nội thất sẽ đòi hỏi sự sáng tạo và đổi mới trong việc sử dụng các vật liệu khác nhau (chẳng hạn như kim loại, giấy, nhựa tái chế, vật liệu tổng hợp, thủy tinh, v.v.), trong trao quyền cho các tài năng thiết kế trong nước và hợp tác chặt chẽ với các cơ sở nghiên cứu và phát triển (R&D), bao gồm cả các trường đại học và cao đẳng. Hiện nay, đồ nội thất sử dụng vật liệu thay thế gỗ chỉ chiếm 2% đồ gỗ nội thất ở Việt Nam. Việc tăng cường sử dụng các vật liệu thay thế gỗ như mây, tre, bã mía, v.v. trong sản xuất đồ nội thất là rất quan trọng để Việt Nam tiến lên trong chuỗi giá trị và tiếp tục tăng thị phần bởi người tiêu dùng đang quan tâm đến việc sản xuất đồ gỗ bền vững.

**Hình 18:** Xu hướng gia tăng giá trị

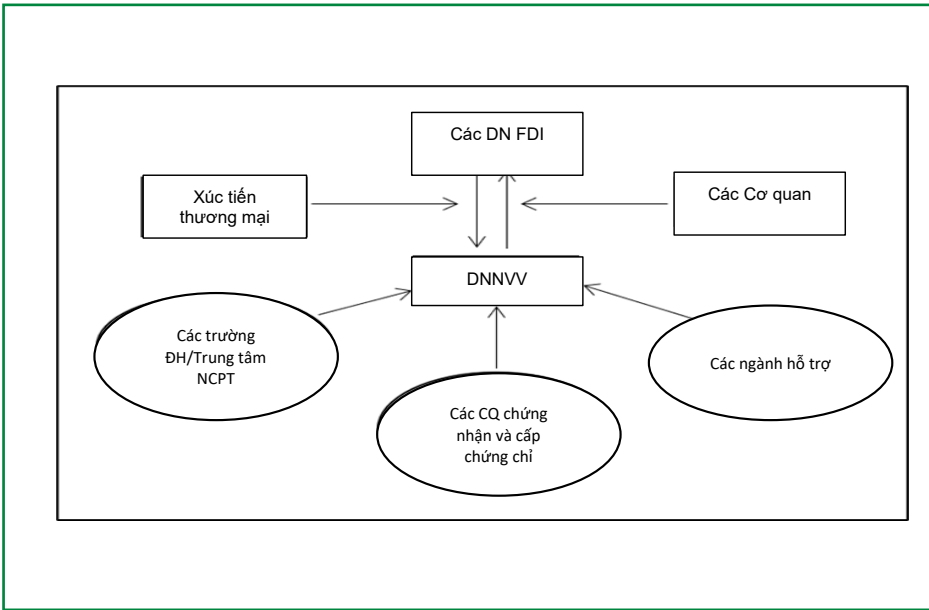


Nguồn: Ratnasingam (2018)

### Thúc đẩy sự hợp tác chặt chẽ giữa doanh nghiệp nước ngoài và DNNVV trong nước

Như thể hiện trong Hình 19, sự hợp tác chặt chẽ giữa doanh nghiệp nước ngoài tham gia vào ngành nội thất với các DNNVV trong nước sẽ trao quyền và giúp DNNVV phát triển để mở rộng năng lực sản xuất và năng lực kỹ thuật. Vai trò hỗ trợ của các cơ quan thương mại có liên quan, với sự chung tay từ các trường đại học, hiệp hội thương mại và văn phòng xúc tiến thương mại, có thể biến hợp tác đó thành hiện thực.

**Hình 19:** Thúc đẩy hợp tác chặt chẽ giữa doanh nghiệp FDI và DNNVV



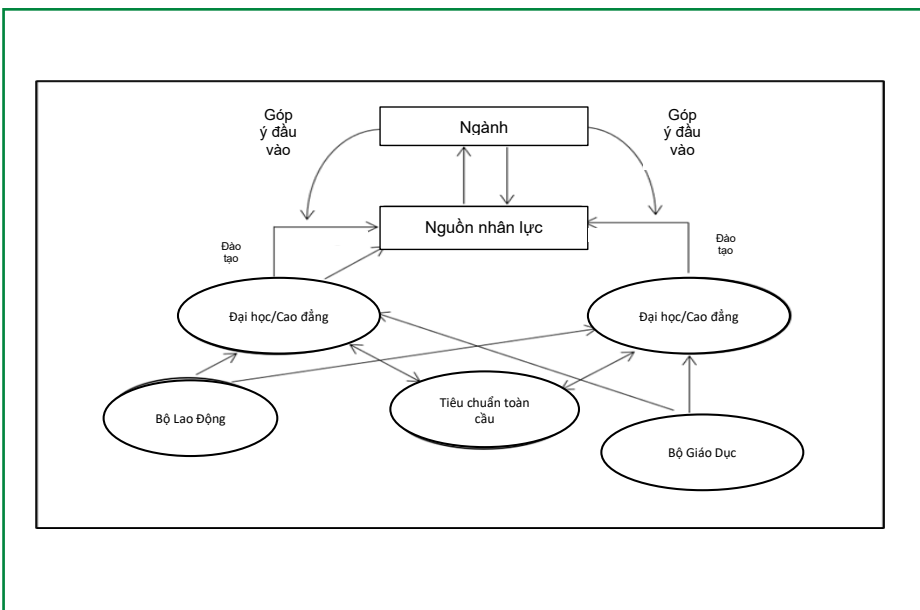
Nguồn: Ratnasingam (2018)

### Tăng cường nguồn nhân lực trong nước

Việc thiếu lao động lành nghề và lao động trong nước có năng suất thấp là vấn đề phổ biến trong toàn khu vực. Trong bối cảnh này, các doanh nghiệp sản xuất đồ nội thất cần tham gia tích cực vào việc thiết kế và xây dựng nội dung đào tạo không chỉ ở các trường cao đẳng mà còn ở các trường đại học để đảm bảo nguồn nhân

lực khi ra trường sẽ đáp ứng được yêu cầu của doanh nghiệp (Hình 20). Một mô hình tốt để Việt Nam tham khảo là sự hợp tác chặt chẽ giữa Trung tâm phát triển kỹ năng ngành gỗ, Đại học Putra Malaysia và ngành công nghiệp gỗ nói chung ở Malaysia (Ratnasingam 2018). Thông qua những nỗ lực can thiệp như vậy, người ta nhận thấy năng suất lao động và kỹ năng của lực lượng lao động địa phương đã có những cải thiện đáng kể.

**Hình 20:** Trao quyền cho lực lượng lao động địa phương



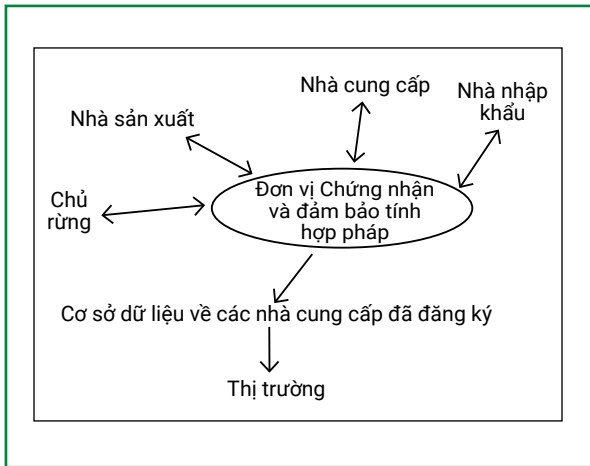
Nguồn: Ratnasingam (2018)

## Cải thiện việc cung cấp nguyên liệu gỗ bền vững và hợp pháp

Để cải thiện việc cung cấp nguyên liệu gỗ bền vững và hợp pháp, đồng thời thu hẹp phạm vi tuân thủ các tiêu chuẩn bền vững toàn cầu, điều quan trọng là phải thành lập đơn vị chứng nhận gỗ nằm trong bộ liên quan (Hình 21). Đơn vị này nên được trao quyền giám sát và đăng ký tất cả các nhà nhập khẩu gỗ trong nước, đồng thời tạo

số đăng ký các nhà cung cấp gỗ được chứng nhận để doanh nghiệp sản xuất đồ gỗ có thể truy cập. Điều này sẽ cho phép chính phủ giám sát chặt chẽ sự di chuyển của nguồn cung gỗ trong ngành và thị trường, đồng thời có thể hạn chế mọi nguồn cung bất hợp pháp. Sáng kiến như vậy đã được chứng minh là cực kỳ hữu ích ở Malaysia và Indonesia. Các trao đổi hiện tại về việc thiết lập Hệ thống chứng chỉ rừng Việt Nam (VFCS) là một bước đi đúng hướng để đạt được mục tiêu này.

**Hình 21:** Cải thiện việc cung cấp nguyên liệu gỗ bền vững và hợp pháp



Nguồn: Ratnasingam (2018)

### Hộp 7: Những điểm chính về Cơ hội

- Để phù hợp với xu hướng thời trang toàn cầu, Việt Nam cần tập trung vào đồ nội thất sáng tạo và có giá trị gia tăng cao và sản xuất đồ nội thất thiết kế riêng, hiện đại và hợp thời trang.
- Để phù hợp với xu hướng kinh tế tuần hoàn và 'đồ nội thất xanh', Việt Nam cần đa dạng hóa sản phẩm và sản xuất đồ nội thất sử dụng vật liệu tái chế hoặc vật liệu hỗn hợp như kim loại, giấy, nhựa tái chế, vật liệu tổng hợp, thủy tinh, v.v. Điều này sẽ làm gia tăng giá trị cho đồ nội thất.
- Có thể xem xét tăng cường sử dụng các vật liệu thay thế gỗ như mây, tre, mía, v.v.
- Đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng thế hệ Y và Z – vận chuyển dễ dàng, đồ nội thất tự lắp ráp (RTA) và đa chức năng, ví dụ như đồ nội thất làm bằng gỗ dán.

## Cơ hội đa dạng hóa thị trường

Nội thất, với tư cách mặt hàng thời trang, đòi hỏi đa dạng hóa thị trường như một chiến lược kinh doanh cốt lõi. Về mặt này, nỗ lực đa dạng hóa thị trường của Việt Nam cho đồ gỗ nội thất phải được tăng cường thông qua nhiều sáng kiến của các văn phòng xúc tiến thương mại, có thể bao gồm việc tham gia các hội chợ thương mại, mời người mua hàng đến thăm, thông tin tình báo thị trường, phái đoàn thương mại và hợp tác khu vực (Hình 19), từ đó tăng cường phối hợp giữa các nhà sản xuất không chỉ với các doanh nghiệp cùng ngành mà còn tạo điều kiện phát triển hơn nữa các thị trường phi truyền thống.

**Xuất khẩu sang Hoa Kỳ chiếm phần lớn tổng lượng đồ gỗ xuất khẩu của Việt Nam.** Các loài gỗ được ưa thích bao gồm tần bì, thông, khuynh diệp, bạch dương. Lớp sơn phủ dày với nhiều sắc thái của màu nâu như màu anh đào, màu cà phê expresso, màu rượu vang merlot đang thịnh hành. Ngược lại với thị trường Châu Âu, lớp phủ bóng được nhiều người ưa chuộng ở thị trường Mỹ. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng căng thẳng thương mại Trung-Mỹ đã giúp thúc đẩy tốc độ tăng trưởng xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam sang Mỹ trong thời gian gần đây. Tình hình này có thể không kéo dài, vì khi thương mại hai

nước được bình thường hóa, các đơn hàng có thể lại quay về Trung Quốc.

Hơn nữa, các thị trường xuất khẩu truyền thống, đặc biệt là Hoa Kỳ, ngày càng trở nên đông đúc với sự cạnh tranh từ các quốc gia sản xuất đồ nội thất khác trong khu vực, đặc biệt là Trung Quốc, Malaysia và Indonesia. Không giống như Việt Nam phụ thuộc vào nguồn gỗ nhập khẩu để phục vụ xuất khẩu, các đối thủ cạnh tranh dường như có nguồn cung gỗ bền vững hơn từ trong nước, điều này tạo nên nhiều áp lực cạnh tranh hơn cho Việt Nam.

Thị trường đồ nội thất toàn cầu dự kiến sẽ tiếp tục tăng trưởng, chủ yếu nhờ thị trường tiêu dùng đang phát triển nhanh chóng ở các nước Châu Á. Người ta ước tính rằng thương mại nội vùng chiếm tỷ trọng lớn hơn trong xuất khẩu đồ nội thất ở khu vực Châu Á. Theo Tổ chức Gỗ Nhiệt đới Quốc tế (ITTO), tầng lớp trung lưu vốn mở rộng nhanh chóng bất chấp những hạn chế của dịch Covid-19 vẫn là lực lượng thống trị thị trường trong việc định hình hành vi người tiêu dùng ở khu vực Châu Á, đặc biệt là ở Trung Quốc và Ấn Độ. Nhu cầu đồ nội thất ở cả Trung Quốc và Ấn Độ ước tính sẽ vượt mốc 150 tỷ USD vào năm 2030, cho thấy

tầm quan trọng của những thị trường này với tư cách là điểm đến tiềm năng của đồ nội thất xuất khẩu.

Điều cấp thiết là các nhà xuất khẩu đồ nội thất của Việt Nam phải nỗ lực hết sức để đa dạng hóa thị trường. Mặc dù phục vụ cho các quốc gia nhập khẩu đồ gỗ nội thất hàng đầu thế giới, Việt Nam vẫn không phải là đối thủ

cạnh tranh chính ở hầu hết các thị trường này. Bảng 6 thể hiện chi tiết thị phần của Việt Nam tại các thị trường nhập khẩu hàng đầu trên thế giới, so với thị phần của các đối thủ cạnh tranh. Để nâng cao chuỗi giá trị và chiếm thị phần lớn hơn trên thị trường đồ gỗ và trang trí nội thất quốc tế, Việt Nam cần đặc biệt quan tâm đến các hoạt động đa dạng hóa sản phẩm và thị trường.

## TRUNG QUỐC

Thị trường gỗ và sản phẩm gỗ Châu Á phụ thuộc nhiều vào vai trò công xưởng sản xuất của thế giới của Trung Quốc. Được thúc đẩy bởi nhu cầu trong nước ngày càng tăng, năng lực sản xuất gỗ và sản phẩm gỗ ở Trung Quốc đã tăng trưởng theo cấp số nhân trong những năm qua và năng lực dư thừa được chuyển thành sản phẩm để xuất khẩu sang Nhật Bản, Trung Đông, Châu Âu và Hoa Kỳ. Tuy nhiên, chính sách zero Covid-19 nghiêm ngặt ở Trung Quốc đã

ảnh hưởng nghiêm trọng đến năng lực sản xuất của ngành nội thất Trung Quốc và nhập khẩu đồ nội thất của Trung Quốc được ước tính là đang gia tăng. Đồ nội thất bằng gỗ nguyên khối, vốn được cho là có chất lượng tốt hơn, là sở thích của người tiêu dùng Trung Quốc, bao gồm tầng lớp trung lưu chiếm ưu thế do mức sống được cải thiện. Các loại gỗ được ưa chuộng là gỗ sồi cho đồ nội thất hiện đại, gỗ óc chó dành cho thị trường cao cấp, cùng với gỗ tulip.

## NHẬT BẢN

Mặc dù Nhật Bản có nguồn tài nguyên rừng đáng kể nhưng lại phụ thuộc nhiều vào nguồn cung nhập khẩu. Trong khu vực Châu Á, Nhật Bản là nước nhập khẩu đồ gỗ nội thất hàng đầu, tiếp theo là Hàn Quốc. Các nhà cung cấp đồ nội thất chính cho Nhật Bản bao gồm Trung Quốc, Việt Nam và Malaysia. Kể từ năm 2016, Nhật Bản đã thực hiện Đạo luật Gỗ sạch để đảm bảo rằng các sản phẩm gỗ phục vụ thị trường Nhật Bản là gỗ được khai thác hợp pháp và bền vững; điều này

cho thấy tầm quan trọng ngày càng tăng của việc kinh doanh gỗ và các sản phẩm gỗ được chế biến hợp pháp và bền vững. Các loại gỗ được ưa thích bao gồm dẻ gai, phong vàng và các vật liệu gỗ sáng màu khác. Các yếu tố chức năng và thẩm mỹ của sản phẩm có tầm quan trọng hàng đầu đối với người tiêu dùng Nhật Bản. Thị trường không nhạy cảm về giá, nhưng việc định giá sản phẩm thường gắn chặt với giá trị của sản phẩm theo cảm nhận của người mua.

**Bảng 6:** Phân tích thị trường xuất nhập khẩu đồ gỗ (HS 9403), (tỷ USD)

| Các quốc gia nhập khẩu hàng đầu năm 2021      | Tỷ trọng trong nhập khẩu toàn cầu nhóm hàng HS 9403 (%) | Tỷ trọng của Việt Nam trong xuất khẩu nhóm hàng HS 9403 (%) | Tỷ trọng của Việt Nam trong nhập khẩu (%) | Thứ hạng của Việt Nam về nhập khẩu | Nhà cung cấp hạng 1 | Thị phần của Nhà cung cấp hạng 1 (%) | Nhà cung cấp hạng 2 | Thị phần của Nhà cung cấp hạng 2 (%) |
|---|---|---|---|------------------------------------|---------------------|--------------------------------------|---------------------|--------------------------------------|
| Thế giới                                      | 100.0   | 100.0   | 7.2                                       | 4                                  | Trung Quốc          | 36.4                                 | Đức                 | 8.8                                  |
| EU 27   | 33.6  | 6.8   | 1.5                                       | 16                                 | Trung Quốc          | 19.8                                 | Đức                 | 14.9                                 |
| Hoa Kỳ  | 30.4  | 75.8  | 18.0                                      | 2                                  | Trung Quốc          | 29.5                                 | Canada              | 7.9                                  |
| Đức   | 7.6   | 1.6   | 1.5                                       | 13                                 | Ba Lan              | 23.8                                 | Trung Quốc          | 22.0                                 |
| Vương quốc Anh                                | 5.8   | 3.1   | 3.9                                       | 4                                  | Trung Quốc          | 40.5                                 | Ý                   | 11.0                                 |
| Pháp  | 5.5   | 1.2   | 1.6                                       | 7                                  | Trung Quốc          | 21.3                                 | Đức                 | 16.1                                 |
| Hà Lan  | 3.9   | 1.2   | 2.2                                       | 12                                 | Đức                 | 28.8                                 | Trung Quốc          | 20.3                                 |
| Canada  | 3.3   | 2.4   | 5.3                                       | 3                                  | Trung Quốc          | 41.5                                 | Hoa Kỳ              | 18.7                                 |
| Nhật Bản                                      | 3.0   | 4.9   | 11.8                                      | 2                                  | Trung Quốc          | 50.8                                 | Đài Bắc, Trung Quốc | 7.8                                  |
| Các quốc gia GCC (Hội đồng Hợp tác Vùng Vịnh) | 2.9   | 0.5   | 1.2                                       | 7                                  | Trung Quốc          | 36.5                                 | Ý                   | 12.5                                 |
| Thụy Sĩ                                       | 2.3   | 0.1   | 0.2                                       | 7                                  | Đức                 | 38.1                                 | Ý                   | 16.6                                 |
| Úc  | 2.0   | 1.6   | 5.8                                       | 2                                  | Trung Quốc          | 71.2                                 | Malaysia            | 3.3                                  |
| Bỉ  | 1.9   | 0.6   | 2.5                                       | 11                                 | Trung Quốc          | 22.6                                 | Đức                 | 16.7                                 |
| Trung Quốc                                    | 1.0   | 1.0   | 7.1                                       | 3                                  | Ý                   | 35.9                                 | Đức                 | 16.4                                 |

**Ghi chú:** Tổng giá trị xuất khẩu HS 9403 của Việt Nam = 7,6 tỷ USD; Giá trị thứ hạng được tính toán dựa trên dữ liệu của quốc gia nhập khẩu.

## ÚC VÀ NEW ZEALAND

Nhu cầu nhập khẩu cao của Úc và ưu đãi do các hiệp định thương mại tự do như FTA ASEAN-Úc-New Zealand mang lại khiến việc xuất khẩu sản phẩm gỗ sang Úc trở thành triển vọng khả thi. Úc đã nhập khẩu gần 238,4 triệu USD sản phẩm nội thất từ Việt Nam năm 2021, đưa nước này vào danh sách 10 thị trường xuất khẩu hàng đầu của đồ gỗ nội thất Việt Nam.

Đáng chú ý, với việc áp dụng Đạo luật Cấm Khai thác Gỗ Bất hợp pháp năm 2012, Úc đã thắt chặt đáng kể thị trường khi đòi hỏi gỗ và sản phẩm gỗ nhập khẩu phải là gỗ bền vững và hợp pháp. Úc là thị trường đáng để doanh nghiệp đồ nội thất của Việt Nam theo đuổi, vì nhu cầu về đồ nội thất đang tăng lên do lĩnh vực nhà ở phát triển mạnh mẽ.

## TRUNG ĐÔNG

Trung Đông là thị trường lớn cho đồ nội thất nhập khẩu, tuy nhiên, rất nhạy cảm về giá đối với đồ nội thất bằng gỗ. Dù không có loại gỗ cụ thể nào được ưa chuộng hơn loại nào, Trung Đông có xu hướng chuyển sang xây dựng bằng vật liệu hỗn hợp vì chi phí hợp lý hơn. Thiết kế truyền thống được ưa chuộng hơn so với thiết kế đương đại. Ở khu vực Trung Đông, các nước thuộc Hội

đồng Hợp tác vùng Vịnh (GCC) chiếm đa số trong nhập khẩu đồ gỗ nội thất (63,8%). Các quốc gia GCC như Các Tiểu vương quốc Ả Rập Thống nhất (UAE), Ả Rập Xê Út, Kuwait là những quốc gia có thu nhập cao với dân số nước ngoài từ mọi quốc gia trên thế giới ngày càng tăng. Điều này khiến họ trở thành một thị trường khả thi để xem xét đa dạng hóa xuất khẩu.

## LIÊN MINH CHÂU ÂU

27 nước thuộc Liên minh Châu Âu (EU 27) là thị trường nhập khẩu đồ gỗ nội thất lớn nhất năm 2021, chiếm ước tính khoảng 34% sản lượng nhập khẩu trên toàn cầu. Tính tổng cộng, EU vẫn là thị trường quan trọng cho đồ nội thất xuất khẩu, đặc biệt là các sản phẩm có giá trị gia tăng cao và thương hiệu nổi tiếng, vốn có thị phần lớn hơn tại EU so với Hoa Kỳ. Gỗ vẫn là vật liệu hấp dẫn cho các sản phẩm nội thất được tiêu thụ trong khu vực. Gỗ nhiệt đới, chẳng hạn như gỗ tếch, được ưa chuộng nhất ở các nước Bắc Âu. Các loại gỗ ngày càng phổ biến bao gồm gỗ sồi, dẻ gai và gỗ sáng màu. Sự kết hợp của gỗ với các vật liệu khác, chẳng hạn như thủy tinh, kim loại hoặc đá, được coi là hiện đại. Lớp sơn phủ mờ, siêu mịn và phủ mịn trên sản phẩm gỗ, với hiệu ứng tự nhiên,

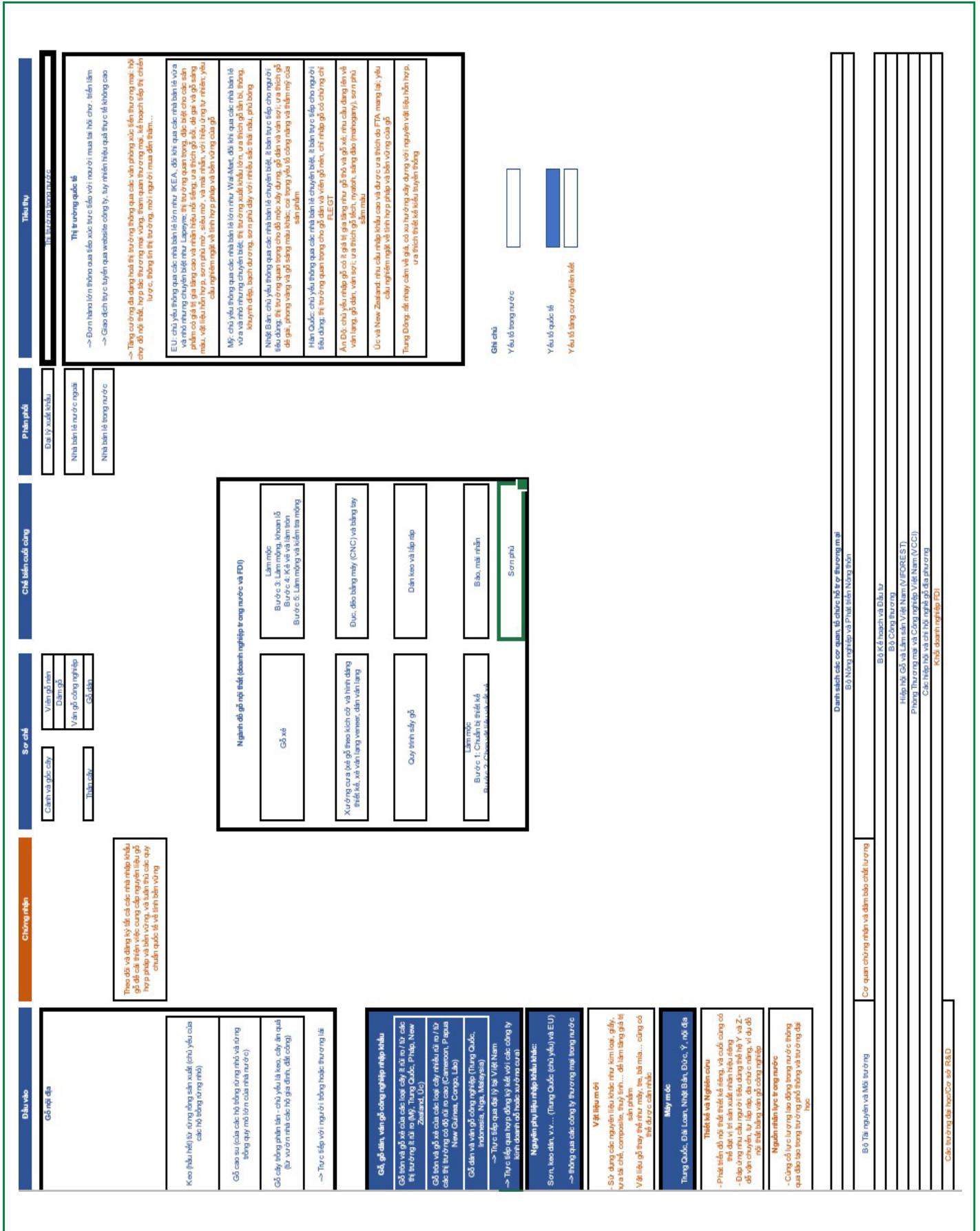
đang là xu hướng và là lựa chọn được ưa chuộng trên thị trường này.

EU cũng là một trong những thị trường nội thất quan tâm đến môi trường nhất trên thế giới, đòi hỏi sự tuân thủ nghiêm ngặt về tính bền vững và tính hợp pháp. Xuất khẩu của Việt Nam sang EU vào thời điểm này tương đối thấp và đây vẫn là thị trường hấp dẫn để Việt Nam đa dạng hóa xuất khẩu. Vì vậy, để chiếm được thị phần lớn hơn tại EU, các nhà sản xuất/xuất khẩu đồ gỗ Việt Nam phải nỗ lực cải thiện vị thế trong chuỗi giá trị và chú ý đến tính bền vững cũng như các yêu cầu pháp lý của thị trường này.

### Hộp 8: Những điểm chính về Đa dạng hóa thị trường

- Việt Nam nên chủ động tìm kiếm các thị trường xuất khẩu thay thế, như Trung Đông/các nước GCC, Liên minh Châu Âu và các thị trường ở Châu Á - Thái Bình Dương.
- Khả năng tiếp cận thị trường đồ nội thất thường phải chịu các rào cản phi thuế quan, hơn là các rào cản thuế quan. Tương lai xuất khẩu đồ nội thất của Việt Nam phụ thuộc vào khả năng tuân thủ các tiêu chí về môi trường, xã hội và quản trị (ESG) và đáp ứng yêu cầu của thị trường về nguồn cung gỗ hợp pháp/bền vững.
- Việc hướng tới tính bền vững và tính hợp pháp của nguồn gỗ sẽ cho phép Việt Nam tiếp cận thị trường Châu Âu thuận lợi hơn, đây là thị trường tiềm năng to lớn cho hàng xuất khẩu của Việt Nam.
- Nhu cầu ở khu vực Châu Á-Thái Bình Dương dự kiến sẽ thúc đẩy tăng trưởng toàn cầu. Do đó, Việt Nam cần tăng cường các hoạt động xúc tiến để chiếm thị phần lớn hơn tại các thị trường khu vực như Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc và Ấn Độ.
- Úc cũng là một thị trường khác Việt Nam nên theo đuổi, khi nhu cầu về đồ nội thất ở đây đang tăng lên do lĩnh vực nhà ở phát triển mạnh mẽ.

Hình 22: Chuỗi giá trị tương lai ngành gỗ nội thất



Theo đó và đồng ý tải các nhà nhập khẩu gỗ để cải thiện việc cung cấp nguyên liệu gỗ hợp pháp và bền vững, và tuân thủ các quy chuẩn quốc tế về lâm bền vững

Danh sách các cơ quan, tổ chức hỗ trợ thương mại

Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn

Bộ Kế hoạch và Đầu tư

Bộ Công thương

Hội đồng Gỗ và Lâm sản Việt Nam (VFOREST)

Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI)

Các Hiệp hội và chi hội nghề gỗ, đá, nhựa trong

Khu vực doanh nghiệp FDI

Các trường đại học/ Cơ sở R&D

Chỉ chủ yếu từ trong nước

Yếu tố quốc tế

Yếu tố tăng cường liên kết



# Khuôn khổ chiến lược

## TẦM NHÌN VÀ MỤC TIÊU CHIẾN LƯỢC

Ngành đồ gỗ nội thất sở hữu tiềm năng đáng kể để đóng góp cho nền kinh tế xã hội Việt Nam thông qua thị trường nội địa và xuất khẩu. Để hiện thực hóa tiềm năng này, Việt Nam cần giải quyết các hạn chế về cạnh tranh ở từng giai đoạn của chuỗi giá trị và tận dụng các cơ hội đã được xác định.

Các bên liên quan được tham vấn nhất trí với tầm nhìn và mục tiêu chiến lược sau đây:

“ Việt Nam – trung tâm mới nổi về đồ gỗ nội thất bền vững, hiện đại và thời thượng ”

Kế hoạch Hành động hiện thực hoá tầm nhìn này bằng cách giải quyết toàn diện các hạn chế của ngành và tận dụng các cơ hội. Để đạt được mục tiêu này, nỗ lực cụ thể sẽ được thực hiện theo các định hướng chiến lược sau đây.

|  |   |   |
|--|---|---|
| <p><b>Mục tiêu Chiến lược 1:</b><br/>Đảm bảo tuân thủ các quy định về luật pháp, môi trường và tính bền vững để tăng thị phần trên toàn cầu</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1.1. Cải thiện việc cung cấp nguồn gỗ bền vững và hợp pháp</li> <li>• 1.2. Nâng cao hiệu quả, tính minh bạch và tuân thủ của tất cả các loại gỗ nhập khẩu vào Việt Nam</li> </ul> | <p><b>Mục tiêu Chiến lược 2:</b><br/>Xây dựng cơ sở công nghiệp và mở rộng năng lực đổi mới để thúc đẩy sự tham gia nhiều hơn của DNNVV vào chuỗi giá trị toàn cầu</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2.1. Nâng cao sức hấp dẫn và chất lượng đồ nội thất sản xuất tại Việt Nam</li> <li>• 2.2. Tăng tiềm năng xuất khẩu bằng cách xây dựng cơ sở công nghiệp</li> <li>• 2.3. Tăng tiềm năng xuất khẩu bằng cách tập trung vào kỹ năng và năng suất lao động</li> </ul> | <p><b>Mục tiêu Chiến lược 3:</b><br/>Tăng cường đa dạng hóa xuất khẩu, xem xét các xu hướng thị trường mới nổi để đảm bảo khả năng cạnh tranh lâu dài của ngành</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3.1. Đảm bảo khả năng cạnh tranh lâu dài của ngành đồ gỗ nội thất.</li> <li>• 3.2. Mở rộng phạm vi xuất khẩu sang các thị trường mới và mới nổi</li> </ul> |
|--|---|---|

Bản Chiến lược về đồ gỗ nội thất này đưa ra kế hoạch chi tiết toàn diện cho 5 năm tới nhằm tận dụng tiềm năng của ngành đồ gỗ nội thất để thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu bền vững. Mục tiêu của chiến lược này là liên kết các DNNVV với chuỗi giá trị toàn cầu và nâng cao vị thế của Việt Nam trong chuỗi. Bản chiến lược có

mục đích định hướng phát triển chiến lược cho ngành bằng cách giải quyết các hạn chế một cách toàn diện và xác định các cơ hội cụ thể có thể tận dụng thông qua các bước được nêu chi tiết trong Kế hoạch Hành động. Chiến lược là một phần không thể tách rời của Chiến lược Xuất khẩu quốc gia của Việt Nam.

## Mục tiêu Chiến lược 1: Đảm bảo tuân thủ các quy định về luật pháp, môi trường và tính bền vững để tăng thị phần trên toàn cầu

Việt Nam đã thực hiện một số biện pháp nhằm cải thiện tính bền vững của ngành gỗ và chế biến gỗ, trong đó có ngành đồ gỗ nội thất. Việc thực hiện các chính sách này vẫn là một thách thức lớn. Mục tiêu chiến lược đầu tiên tập trung vào thắt chặt kiểm soát và truy xuất nguồn gốc nguyên liệu gỗ thông qua củng cố khung chính sách và tăng cường thực thi, nhằm đảm bảo tuân thủ các quy định về luật pháp, môi trường và tính bền vững. Hơn nữa, mục tiêu này còn liên quan đến việc sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên và đẩy mạnh việc cấp chứng nhận/chứng chỉ theo các giai đoạn trong chuỗi giá trị của ngành. Tăng cường chuỗi thu mua và cung ứng vật liệu thân thiện với môi trường của DNNVV sẽ đảm bảo nguồn cung bền vững các nguồn lực được sử dụng trong ngành nội thất gỗ. Các sản phẩm thân thiện với môi trường sẽ thu hút thế hệ người tiêu dùng mới có ý thức về môi trường.

Mục tiêu chiến lược này sẽ có thể đạt được thông qua hai mục tiêu hoạt động, đó là:

1. Cải thiện việc cung cấp nguồn gỗ bền vững và hợp pháp
2. Nâng cao hiệu quả, tính minh bạch và tuân thủ của tất cả các loại gỗ nhập khẩu vào Việt Nam

## Mục tiêu Chiến lược 2: Xây dựng cơ sở công nghiệp và mở rộng năng lực đổi mới để thúc đẩy sự tham gia nhiều hơn của DNNVV vào chuỗi giá trị toàn cầu

Nâng cao sức hấp dẫn và chất lượng của đồ nội thất sản xuất tại Việt Nam là điều rất quan trọng. Chúng ta có thể đạt được mục tiêu này thông qua các mục tiêu hoạt động và hoạt động liên quan nhằm đáp ứng nhu cầu của thị trường mới ngày nay, bao gồm những người tiêu dùng coi trọng không gian, độ bền, sự nhỏ gọn và tính thẩm mỹ của đồ nội thất.

Để nâng cấp chuỗi cung ứng và chuỗi giá trị toàn cầu, đa dạng hóa và chuyên môn hóa sản phẩm đồ gỗ nội thất, DNNVV cần được củng cố. Điều này có thể được thực hiện thông qua các khóa đào tạo về đổi mới sáng tạo, cơ chế hình thành doanh nghiệp, đa dạng hóa sản phẩm và đào tạo chuyên ngành về đồ gỗ nội thất. Những hoạt động này có thể được thực hiện thông qua phát triển hệ sinh thái kinh doanh sáng tạo nhằm hỗ trợ đổi mới sáng tạo cũng như xây dựng doanh nghiệp thành công.

Giá trị có thể được tạo ra bằng cách tăng năng suất lao động trong ngành đồ gỗ thông qua các mục tiêu hoạt

động và hoạt động liên quan nhằm tăng số lượng công nhân lành nghề trong ngành đồ gỗ có năng lực sản xuất các sản phẩm chuyên nghiệp, sáng tạo và chất lượng cao cho thị trường xuất khẩu. Điều quan trọng là phải thúc đẩy tư duy kinh doanh trong ngành bằng cách lồng ghép các chủ đề đổi mới và khởi nghiệp vào chương trình giảng dạy, trên phương tiện truyền thông xã hội và các nền tảng của địa phương.

Mục tiêu chiến lược này sẽ có thể đạt được thông qua ba mục tiêu hoạt động sau:

1. Nâng cao sức hấp dẫn và chất lượng đồ nội thất sản xuất tại Việt Nam
2. Tăng tiềm năng xuất khẩu thông qua phát triển cơ sở công nghiệp
3. Tăng tiềm năng xuất khẩu bằng cách tập trung vào kỹ năng và năng suất lao động

## Mục tiêu Chiến lược 3: Tăng cường đa dạng hóa xuất khẩu, xem xét các xu hướng thị trường mới nổi để đảm bảo khả năng cạnh tranh lâu dài của ngành

Mở rộng phạm vi xuất khẩu sang các thị trường mới nổi là điều cần thiết để đảm bảo khả năng cạnh tranh lâu dài của ngành đồ gỗ. Điều này có thể đạt được thông qua các mục tiêu hoạt động và hoạt động liên quan tập trung vào việc tăng cường hỗ trợ mối liên kết giữa doanh nghiệp xuất khẩu và khách hàng và tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà xuất khẩu và chế biến mở rộng và đa dạng hóa thị trường xuất khẩu. Nâng cao hiểu biết của các nhà hoạch định chính sách về điểm mạnh, điểm yếu và khả năng sẵn sàng xuất khẩu của các doanh nghiệp trong nước. Với các con số thống kê đáng tin cậy làm bằng chứng, các nhà hoạch định chính sách có thể thiết kế tốt hơn các chương trình xúc tiến xuất khẩu và hỗ trợ DNNVV. Chúng cũng có thể được sử dụng để lựa chọn đối tác FTA và thị trường xuất khẩu chiến lược. Việc cải thiện mối liên kết giữa các tổ chức, doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng và sự hợp tác giữa các cơ quan ban ngành nên hướng vào mục tiêu đạt được sự hiểu biết chung về nhu cầu thực sự của tất cả các đơn vị trong chuỗi giá trị.

Mục tiêu chiến lược này sẽ có thể đạt được thông qua hai mục tiêu hoạt động sau:

1. Đảm bảo khả năng cạnh tranh lâu dài của ngành đồ gỗ nội thất.
2. Mở rộng phạm vi xuất khẩu sang các thị trường mới nổi và mới nổi



# Kế hoạch hành động

| Mục tiêu Chiến lược 1: Đảm bảo tuân thủ các quy định về luật pháp, môi trường và tính bền vững để tăng thị phần trên toàn cầu |  |   |
|---|--|---|
| Mục tiêu hoạt động  | Hoạt động  |   |
| 1.1. Cải thiện việc cung cấp nguồn gỗ bền vững và hợp pháp  | <p>1.1.1. Cải thiện khung chính sách và việc thực thi chính sách để đảm bảo kiểm soát và truy xuất nguồn gốc nguyên liệu gỗ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Hoàn thiện các quy định hiện hành thông qua sửa đổi hoặc thay thế bằng các quy định mới để đảm bảo quản lý và truy xuất nguồn gốc tất cả các nguyên liệu gỗ được ngành chế biến gỗ sử dụng</li> <li>Tăng cường kiểm tra việc tuân thủ các quy định về truy xuất nguồn gốc và sử dụng gỗ hợp pháp bằng cách xây dựng cơ chế trao đổi thông tin thường xuyên về chuỗi cung ứng gỗ với ít nhất 3 quốc gia cung ứng gỗ quan trọng</li> <li>Áp dụng hệ thống báo cáo và giám sát kỹ thuật số/trực tuyến để kiểm tra việc tuân thủ và truy xuất nguồn gốc</li> <li>Tăng cường hợp tác và xây dựng cơ chế trao đổi, cập nhật thông tin thường xuyên với các nước cung cấp gỗ nguyên liệu nhằm đảm bảo nguồn cung gỗ hợp pháp và minh bạch, có thể thông qua việc thành lập một đơn vị kiểm soát, quản lý, đăng ký và cung cấp cơ sở dữ liệu về các nhà cung cấp nguyên liệu đó.</li> </ul>   | <p>Cơ quan thực hiện</p> <p>Ngân &amp; Trung hạn</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Các văn bản quy phạm pháp luật về quản lý gỗ, truy xuất nguồn gốc, đảm bảo tính hợp pháp của gỗ được sửa đổi hoặc thay thế bằng văn bản mới toàn diện hơn.</li> <li>Xây dựng và vận hành cơ chế trao đổi thông tin thường xuyên về chuỗi cung ứng gỗ với ít nhất 3 quốc gia cung cấp gỗ quan trọng. Xây dựng cơ sở dữ liệu về các nhà cung cấp bền vững và hợp pháp.</li> </ul> |
|   | <p>Hoạt động này có mục tiêu giúp khung pháp lý và việc thực thi chính sách liên quan đến kiểm soát và truy xuất nguồn gốc nguyên liệu gỗ trở nên đáng tin cậy hơn.</p> <p>1.1.2. Nâng cao tính tuân thủ và khả năng truy xuất nguồn gốc nguyên liệu gỗ hợp pháp</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Xây dựng chương trình ưu đãi khuyến khích DN/NV tăng tỷ trọng gỗ rừng trồng trong nước, gỗ có nguồn gốc hợp pháp, gỗ có chứng chỉ quản lý rừng bền vững và chấm dứt việc sử dụng gỗ rui ro cao có nguồn gốc không rõ ràng, gỗ buôn bán trái phép hoặc nhập từ nguồn gỗ rui ro cao. Nếu có thể, xây dựng hệ thống kết hợp khuyến khích và răn đe nghiêm minh để trừng phạt những trường hợp cố tình vi phạm, sau khi đã hết thời gian ân hạn.</li> <li>Tiến hành các chiến dịch nâng cao nhận thức về lợi ích của việc sử dụng gỗ có nguồn gốc hợp pháp, chẳng hạn như các cơ hội mới tại các thị trường xuất khẩu như EU.</li> <li>Để tạo điều kiện cho việc tuân thủ quy định, cần xây dựng chương trình chung giữa Bộ Công Thương và Bộ NN&amp;PTNT để đảm bảo nguyên liệu gỗ được mua sắm và cung cấp trong chuỗi cung ứng là gỗ hợp pháp và bền vững. Hỗ trợ các hộ nông dân nhỏ đăng ký cấp chứng nhận với tư cách đơn vị tập thể.</li> </ul> | <p>Ngân hạn</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ít nhất có một chương trình khuyến khích được xây dựng và giới thiệu tới tất cả các hiệp hội gỗ và làng nghề gỗ.</li> <li>Tất cả các hiệp hội gỗ và làng nghề gỗ tiến hành chiến dịch nâng cao nhận thức cho các thành viên.</li> <li>Chương trình chung giữa Bộ Công Thương và Bộ NN&amp;PTNT được xây dựng.</li> </ul>   |
|   | <p>Hoạt động này nhằm tăng cường tìm nguồn cung ứng và chuỗi cung ứng gỗ nguyên liệu hợp pháp từ cả trong nước và nhập khẩu. Sự minh bạch về pháp lý sẽ giúp mở cửa cho sản phẩm gỗ của Việt Nam tiến vào các thị trường như EU vốn có tiêu chuẩn pháp lý cao. Hoạt động này có liên quan tới Hoạt động 1.1.3.</p> <p>1.1.3. Thúc đẩy chứng nhận và đảm bảo sử dụng vật liệu bền vững với môi trường trong ngành đồ gỗ nội thất</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Đẩy mạnh mở rộng diện tích rừng trồng sản xuất trong nước có chứng chỉ quản lý rừng bền vững (SFM).</li> <li>Tăng cường đầu tư và khuyến khích đổi mới sáng tạo trong sản phẩm gỗ (sử dụng nguyên liệu thay thế, kết hợp/đa dạng hóa các nguyên liệu khác, giảm số lượng và tỷ trọng sản phẩm gỗ...) theo hướng tiết kiệm nguyên liệu gỗ và bảo vệ môi trường (ít phát thải khí carbon).</li> <li>Huy động chủ rừng nhỏ tạo thành các nhóm để xin cấp chứng chỉ SFM và đẩy nhanh việc cung gỗ cho các doanh nghiệp chế biến.</li> <li>Triển khai chương trình trồng rừng hiệu quả để đảm bảo nguồn cung gỗ bền vững và lâu dài từ rừng trồng trong nước. Đầu tư nhiều hơn vào sản xuất và kiểm soát việc sản xuất và phân phối cây giống.</li> </ul>                                | <p>Trung hạn</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>80% hộ trồng rừng nhỏ được tổ chức theo nhóm. Và 50% nhóm hộ sản xuất nhỏ đạt giấy chứng nhận quản lý rừng bền vững (FSC hoặc PEFC).</li> <li>Ngân sách nhà nước dành cho đổi mới ngành chế biến gỗ và các giải pháp xanh, công nghệ sản xuất cây giống tăng 20%.</li> <li>Tất cả các vườn ươm giống cây lâm nghiệp đều được cơ quan có thẩm quyền kiểm tra chất lượng.</li> </ul>                                  |
|   | <p>Hoạt động này nhằm tăng cường tìm nguồn cung ứng và chuỗi cung ứng vật liệu bền vững với môi trường, điều này cũng sẽ đảm bảo nguồn cung cấp bền vững các nguồn lực được sử dụng trong lĩnh vực đồ gỗ nội thất. Các sản phẩm thân thiện với môi trường sẽ hấp dẫn người tiêu dùng thế hệ mới có ý thức về môi trường. Hoạt động này có liên quan tới Hoạt động 1.1.1.</p>   | <p>Ngân &amp;PTNT, Bộ Công Thương, Bộ TN&amp;MT, VCCI</p>   |
|   |  | <p>BỘ NN&amp;PTNT, Bộ Tài chính, Bộ Công Thương, Chính quyền địa phương, Viện Khoa học Lâm nghiệp</p>   |

| Mục tiêu Chiến lược 1: Đảm bảo tuân thủ các quy định về luật pháp, môi trường và tính bền vững để tăng thị phần trên toàn cầu |  |  |  |
|---|--|--|--|
| Mục tiêu hoạt động  | Hoạt động  | Cơ quan thực hiện  | Khung thời gian & Mục tiêu   |
| 1.2. Nâng cao hiệu quả, tính minh bạch và tuân thủ của tất cả các loại gỗ nhập khẩu vào Việt Nam                              | 1.2.1. Cung cấp cơ sở hạ tầng kỹ thuật và xây dựng năng lực cần thiết cho lực lượng hải quan để đảm bảo hiệu suất và hiệu quả của công tác hải quan  | Bộ Tài chính, Bộ Công thương, Bộ NN&PTNT   | Tất cả các nhân viên hải quan đều được đào tạo kiến thức chuyên ngành về sản phẩm gỗ, các hệ thống kiểm soát và đảm bảo tính hợp pháp của gỗ.<br>Tất cả các cơ quan hải quan liên quan đều được trang bị đầy đủ hệ thống công nghệ thông tin theo yêu cầu. |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Cung cấp kiến thức chuyên môn về sản phẩm gỗ và các hệ thống kiểm soát và đảm bảo tính hợp pháp của gỗ thông qua đào tạo thường xuyên cho cán bộ hải quan.</li> <li>Xây dựng cơ chế vững mạnh để kiểm tra thực tế gỗ nhập và xuất khẩu bị nghi ngờ có rủi ro cao, sử dụng các công cụ kỹ thuật số để nhận dạng gỗ.</li> </ul> |  |  |
|   | Hoạt động này nhằm đảm bảo cơ quan hải quan có đủ năng lực và trang thiết bị để nâng cao hiệu quả hoạt động đối với mặt hàng đồ gỗ nội thất và xuất nhập khẩu gỗ. Hoạt động này có liên quan đến Hoạt động 1.2.2.  |  |  |
|   | 1.2.2. Nâng cao hiệu quả và tính minh bạch của công tác hải quan thông qua tình giản thủ tục   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Xác định tất cả các giao dịch thương mại có thể diễn ra trực tuyến và áp dụng một của số/nhãn tăng điện tử duy nhất cho tất cả các thủ tục xuất, nhập, quá cảnh và các thủ tục khác. Thiết lập hệ thống trực tuyến 24/7 để xử lý các giao dịch. Xây dựng cơ chế một cửa để hỗ trợ tình giản thủ tục.</li> <li>Xác định các thủ tục xuất nhập khẩu không thể thực hiện trực tuyến một cách đơn giản, rõ ràng. Xây dựng kế hoạch tình giản thủ tục giấy tờ, giảm thiểu việc kiểm tra thực tế (trừ khi các giao dịch có rủi ro pháp lý cao về tính bền vững), v.v.</li> <li>Xây dựng cơ chế khuyến khích cho lực lượng hải quan về kiểm tra chuyên ngành để nâng cao năng suất hoạt động.</li> </ul> | Bộ Công thương, Bộ NN&PTNT, HHG  |
|   | Hoạt động này nhằm làm giảm thời gian DNNVV phải bỏ ra để giải quyết các thủ tục hải quan, từ đó giảm giá thành sản phẩm xuất khẩu và khuyến khích nhiều doanh nghiệp tham gia xuất khẩu hơn. Hoạt động này có liên quan đến Hoạt động 1.1.1. và 1.1.2.  |  |  |

| Mục tiêu Chiến lược 2: Xây dựng cơ sở công nghiệp và mở rộng năng lực đổi mới để thúc đẩy sự tham gia nhiều hơn của DNNVV vào chuỗi giá trị toàn cầu |   | Hoạt động  | Cơ quan thực hiện   | Khung thời gian & Mục tiêu   |
|--|---|--|---|--|
| Mục tiêu hoạt động   | <p>2.1.1. Đảm bảo sản xuất và xuất khẩu đồ gỗ có chất lượng cao, giá trị cao và hợp thời trang</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tiến hành nghiên cứu thị trường về khách hàng thế hệ mới và nhu cầu của họ, để hiểu rõ hơn xu hướng thị trường. Đẩy mạnh sản xuất đồ gỗ trên cơ sở nhu cầu của thị trường và người tiêu dùng. Thông tin cập nhật về thị trường cần được thường xuyên phổ biến cho các hiệp hội thương mại và nhà sản xuất.</li> <li>Giảm tỷ lệ hoạt động chỉ tập trung vào gia công và tăng các công đoạn tạo giá trị gia tăng cho sản phẩm gỗ bằng cách đầu tư nhiều hơn cho chế biến sâu và tự thiết kế sản phẩm, đồng thời tăng cường đầu tư và đào tạo công nhân lành nghề về thiết kế sản phẩm, hoàn thiện sản phẩm, dây chuyền sản xuất, cải tiến dây chuyền và máy móc.</li> <li>Tăng cường sự liên kết giữa các hộ/doanh nghiệp chế biến quy mô nhỏ tạo thành các đơn vị sản xuất quy mô lớn hơn, hình thành chuỗi sản xuất chuyên môn hóa cao.</li> <li>Tăng cường ứng dụng công nghệ trong ngành nội thất và tạo điều kiện thuận lợi cho việc cung cấp các khoản vay ưu đãi để mua công nghệ.</li> <li>Tăng cường hợp tác khu vực giữa các hiệp hội nội thất để có được thông tin về các tiêu chuẩn quốc tế và học hỏi những thực tiễn tốt nhất trong khu vực, đặc biệt là thông qua khối ASEAN.</li> </ul> <p>Hoạt động này nhằm đáp ứng nhu cầu của thị trường mới ngày nay vốn có nhiều người tiêu dùng trẻ hơn, những người coi trọng không gian, độ bền, sự nhỏ gọn và tính thẩm mỹ của đồ nội thất. Hoạt động này có liên quan tới Hoạt động 2.1.2. và 2.2.3.</p> | <p>2.1.2. Nâng cao năng lực đổi mới sáng tạo trong ngành nội thất</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Xây dựng chính sách về thiết kế và tăng cường đổi mới sáng tạo trong lĩnh vực nội thất.</li> <li>Tạo chương trình ươm tạo quốc gia nhằm cung cấp hỗ trợ cần thiết cho doanh nhân ở các giai đoạn phát triển ý tưởng khác nhau. Trung tâm ươm tạo cũng nên được chính phủ tài trợ để thu hút các công ty khởi nghiệp mới.</li> <li>Thành lập trung tâm ươm tạo và đổi mới sáng tạo phù hợp với thông lệ quốc tế tốt nhất. Cung cấp ưu đãi cho khu vực tư nhân để thành lập trung tâm này.</li> <li>Cung cấp cơ sở thiết kế và tạo mẫu sản phẩm mới, như thành lập các trung tâm tạo mẫu ở quy mô khu vực. Đảm bảo để các công ty khởi nghiệp, doanh nhân quy mô nhỏ và DNNVV có thể tiếp cận các cơ sở thử nghiệm sản phẩm với chi phí hợp lý.</li> <li>Tạo điều kiện để DNNVV có được thông tin phù hợp và đáng tin cậy liên quan đến đổi mới, bằng cách hợp tác với các trường đại học và kỹ thuật địa phương.</li> </ul> <p>Hoạt động này nhằm đạt mục tiêu đa dạng hóa và chuyên môn hóa sản phẩm đồ gỗ nội thất thông qua hệ thống ươm tạo doanh nghiệp và đổi mới sáng tạo. Hoạt động này liên quan tới Hoạt động 2.1.1. và 2.1.3.</p>   | <p>HHG, Bộ Tài chính, Chính quyền địa phương, Bộ NN&amp;PTNT, Các viện nghiên cứu</p> | <p>Ngắn hạn</p> <p>Thông tin về xu hướng và nhu cầu của khách hàng toàn cầu được chuyển đến tất cả các doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu sản phẩm gỗ.</p> <p>Mô hình liên kết các doanh nghiệp chế biến quy mô nhỏ để thiết lập chuỗi sản xuất chuyên ngành được giới thiệu tới tất cả các doanh nghiệp chế biến. 20% số doanh nghiệp chế biến quy mô nhỏ đồng ý thiết lập chuỗi liên kết để sản xuất các sản phẩm chuyên biệt.</p> |
|  |   | <p>2.1.3. Phát triển các cụm hỗ trợ xuất khẩu cho ngành nội thất</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tiến hành nghiên cứu khả thi cho việc triển khai hệ thống ươm tạo dành cho các công ty có định hướng xuất khẩu. Xác định và phát triển các cụm doanh nghiệp quanh các lĩnh vực trong đó đổi mới sẽ dẫn đến doanh thu và lợi nhuận xuất khẩu lớn hơn. Cần tìm hiểu cơ hội hợp tác và liên kết với doanh nghiệp FDI để tạo điều kiện thực hiện ý tưởng trên, theo sáng kiến của bộ ngành liên quan.</li> <li>Xây dựng cơ chế hợp tác cho phép sinh viên/học viên sử dụng cơ sở vật chất và nhà xưởng của doanh nghiệp làm nơi thực hành và thí nghiệm. Các trường đại học và học viện kỹ thuật là những đối tác quan trọng trong cơ chế này.</li> <li>Thường xuyên tổ chức các cuộc thi thiết kế sáng tạo đồ gỗ nội thất. Các thiết kế mới có thể được trưng bày tại Hội chợ Nội thất Quốc tế của Việt Nam, và những thiết kế đạt giải sẽ có phần thưởng.</li> <li>Cải thiện năng lực về công nghệ thông tin, tiến hành hoạt động R&amp;D (nghiên cứu và phát triển) và hình thành cơ chế hợp tác cần thiết để hỗ trợ đa dạng hóa và chuyên môn hóa sản phẩm đồ gỗ nội thất. Tìm kiếm trợ giúp của các tổ chức hỗ trợ chuyên ngành.</li> <li>Tìm kiếm hỗ trợ tài chính (ví dụ: tài trợ và quyền góp) để thực hiện thành công và duy trì hệ thống ươm tạo doanh nghiệp.</li> </ul> <p>Hoạt động này nhằm đạt được sự đa dạng hóa và chuyên môn hóa sản phẩm trong ngành đồ gỗ nội thất bằng cách phát triển hệ sinh thái các doanh nghiệp đổi mới sáng tạo thông qua hệ thống ươm tạo doanh nghiệp và đổi mới sáng tạo. Hoạt động này có liên quan tới Hoạt động 2.1.1. và 2.1.2.</p> | <p>Bộ Công thương, Bộ NN&amp;PTNT, HHG, các viện nghiên cứu, Đối tác quốc tế</p>      | <p>Trung hạn</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Thiết lập quan hệ đối tác thông minh giữa các doanh nghiệp FDI và DNNVV địa phương để phục vụ hoạt động xuất khẩu. Mục tiêu có thể là hình thành 5 quan hệ đối tác như vậy trong năm đầu tiên, và tăng dần qua các năm.</li> </ul>   |
| <p>2.1. Năng cao sức hấp dẫn và chất lượng đồ nội thất sản xuất tại Việt Nam</p>   | <p>Năng lực sản xuất tăng ít nhất 20% trong năm đầu tiên, đồng thời tăng dần lên 50% trong vòng 3 năm tiếp theo. Ngoài ra, tạo nên ít nhất mười nhà thiết kế nội địa mới cho ngành nội thất, để cung cấp sản phẩm mới cho các nhà sản xuất.</p>   | <p>Bộ Công thương, Bộ NN&amp;PTNT, HHG, Các viện nghiên cứu</p>  | <p>Trung hạn</p>  |  |

| Mục tiêu Chiến lược 2: Xây dựng cơ sở công nghiệp và mở rộng năng lực đổi mới để thúc đẩy sự tham gia nhiều hơn của DNNVV vào chuỗi giá trị toàn cầu |  |
|--|--|
| Mục tiêu hoạt động   | Hoạt động  |
| 2.2. Tăng tiềm năng xuất khẩu thông qua phát triển cơ sở công nghiệp   | <p><b>2.2.1. Trao quyền cho DNNVV địa phương để nâng cao chuỗi cung ứng và chuỗi giá trị toàn cầu của đồ gỗ nội thất</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Giám sát các rào cản quan liêu và khối lượng công việc hành chính cho các nhà đổi mới trong DNNVV. Giám số lượng thủ tục và thời gian thực hiện nghĩa vụ thuế của DNNVV. Đảm bảo rằng tất cả các công việc này có thể được thực hiện trực tuyến.</li> <li>Phối hợp với các trường đại học và viện kỹ thuật cung cấp đào tạo về đổi mới và tinh thần kinh doanh cho chủ DNNVV trong lĩnh vực nội thất.</li> <li>Tổ chức các cuộc tham vấn khu vực để người bán và công ty vận chuyển có thể xác định phương thức vận chuyển hiệu quả và ít tốn kém hơn. Bề tránh giao thông đường bộ, có thể xem xét tăng cường sử dụng hệ thống đường thủy cho giao thông nội địa.</li> <li>Đảm bảo DNNVV có thể tiếp cận các dịch vụ hỗ trợ phát triển kinh doanh chất lượng cao bằng cách thành lập bộ phận trợ giúp với đường dây nóng và đội ngũ nhân viên được đào tạo đầy đủ có thể hỗ trợ DNNVV trong kinh doanh.</li> </ul> <p>Hoạt động này nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của DNNVV thông qua giảm chi phí logistics, thời gian vận chuyển, đồng thời nâng cao nhận thức về các dịch vụ xúc tiến xuất khẩu vốn chưa được sử dụng đúng mức, thúc đẩy liên kết và chuyển môn hóa sản xuất giữa các DNNVV.</p> |
|  | <p><b>2.2.2. Tăng cường hợp tác với khối FDI và đẩy mạnh tác động lan tỏa từ doanh nghiệp FDI đến toàn ngành đồ gỗ nội thất</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Thúc đẩy sự hợp tác chặt chẽ và tăng cường liên kết giữa DNNVV trong nước với doanh nghiệp FDI trong sản xuất và kinh doanh sản phẩm gỗ.</li> <li>Thiết lập nền tảng và khuyến khích các doanh nghiệp FDI, nhà chế biến và nhà xuất khẩu chia sẻ với DNNVV địa phương kinh nghiệm và kỹ năng trong sản xuất đồ gỗ, quản trị kinh doanh, tiếp thị, v.v.</li> <li>Khuyến khích các doanh nghiệp FDI ngành nội thất phát triển năng lực của các nhà cung cấp địa phương. Xây dựng chương trình hợp tác với khối FDI để xác định các bộ phận đồ nội thất cụ thể có thể cung cấp được ở địa phương, và cung cấp hỗ trợ kỹ thuật cho DNNVV để đáp ứng nhu cầu về sản phẩm.</li> <li>Thiết lập chương trình với các doanh nghiệp FDI hàng đầu để phát triển và hỗ trợ các cơ sở ươm tạo và cụm doanh nghiệp. Kết nối hoạt động này với tỷ lệ nội địa hóa, có tính đến các điều khoản của FTA.</li> </ul> <p>Hoạt động này nhằm mục đích nâng cao hiệu quả của ngành đồ gỗ trong nước bằng cách thúc đẩy hợp tác với các doanh nghiệp FDI. Sự hợp tác như vậy sẽ thúc đẩy chia sẻ bí quyết chuyên ngành và giúp các công ty đồ gỗ trong nước trở nên cạnh tranh hơn.</p>                                  |
|  | <p><b>2.2.3. Giảm chi phí và thời gian cần thiết để các nhà quản lý doanh nghiệp thực hiện tất cả các yêu cầu bắt buộc đối với vận hành doanh nghiệp chính thức</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Đảm bảo rằng các khoản thanh toán liên quan đến hoạt động kinh doanh có thể được thực hiện trực tuyến, bao gồm thanh toán cho tất cả các cấp chính quyền.</li> <li>Đảm bảo rằng các dịch vụ thanh toán quốc tế thương mại điện tử phổ biến nhất (ví dụ: PayPal) có ở Việt Nam với giá phải chăng. Giảm bớt hạn chế đối với các hệ thống thanh toán trực tuyến quốc tế vốn đã được sử dụng rộng rãi.</li> <li>Thành lập lực lượng đặc nhiệm để loại bỏ các hành vi quan liêu không cần thiết. Đơn giản hóa khung pháp lý về vận hành doanh nghiệp.</li> <li>Sử dụng hỗ trợ của các nhà tài trợ để thành lập quỹ đặc biệt dành cho doanh nghiệp xuất khẩu đồ gỗ.</li> </ul> <p>Hoạt động này nhằm giảm các chi phí chính trong vận hành doanh nghiệp. Hoạt động kinh doanh hiệu quả và chi phí thấp sẽ thúc đẩy khả năng cạnh tranh xuất khẩu. Hoạt động này có liên quan tới Hoạt động 2.2.3.</p>  |

Khung thời gian & Mục tiêu

Trung hạn

- Nỗ lực hỗ trợ ít nhất 10 DNNVV tiến lên vị thế cao hơn trong chuỗi giá trị trong năm đầu tiên thông qua tổ chức các chuyên tâm quan thị trường, tạo điều kiện thuận lợi cho các hoạt động xúc tiến của họ, v.v.

Cơ quan thực hiện

Bộ Công Thương, Bộ Tài chính, VCCI, HHG

Dài hạn

- Đảm bảo DNNVV có khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn sản xuất của khối FDI, qua đó thúc đẩy hợp tác hai bên. Ít nhất 10 quan hệ đối tác thông minh giữa doanh nghiệp FDI và DNNVV địa phương được hình thành trong năm đầu tiên và tăng dần trong các năm sau.

VCCI, Bộ Công Thương, HHG, Doanh nghiệp FDI

Trung hạn

- Hệ thống thanh toán trực tuyến 24/7 tích hợp các dịch vụ thanh toán quốc tế thương mại điện tử được xây dựng.
- Đội đặc nhiệm chống quan liêu được thành lập.
- Nền tảng đối thoại công tư được hình thành.
- Quỹ hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu đồ gỗ được thành lập và hỗ trợ cho ít nhất 20 doanh nghiệp xuất khẩu có nhu cầu.

Bộ Công Thương, Bộ Tài chính, HHG, Tổ chức quốc tế

| Mục tiêu Chiến lược 2: Xây dựng cơ sở công nghiệp và mở rộng năng lực đổi mới để thúc đẩy sự tham gia nhiều hơn của DNNVV vào chuỗi giá trị toàn cầu |   |  |
|--|---|--|
| Mục tiêu hoạt động   | Hoạt động   |  |
| <p><b>2.3. Tăng tiềm năng xuất khẩu bằng cách tập trung vào kỹ năng và năng suất lao động</b></p>  | <p><b>Hoạt động</b></p> <p>2.3.1. Nâng cao năng suất lao động để tạo ra giá trị trong ngành đồ gỗ nội thất</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tiến hành đánh giá nhu cầu toàn diện về cung và cầu lao động trong ngành. Đánh giá số lượng lao động và kỹ năng lao động dựa trên yêu cầu thực tế của doanh nghiệp chế biến đồ gỗ và thị trường xuất khẩu.</li> <li>Tiến hành các chiến dịch nâng cao nhận thức và quảng cáo về ngành chế biến gỗ để thu hút lực lượng lao động có tay nghề cao vào ngành.</li> <li>Tổ chức các hội thảo/khóa đào tạo phù hợp để nâng cao kỹ năng chế biến và thiết kế, đạo đức/kỹ luật làm việc của nhân viên và nâng cao trách nhiệm trong công việc.</li> <li>Xây dựng cơ chế thưởng phạt hấp dẫn, đa dạng hóa các phúc lợi để nâng cao năng suất làm việc của nhân viên.</li> <li>Cải tạo, nâng cấp cơ sở sản xuất, dây chuyền sản xuất, chuyên môn hóa cao hơn nữa trong các công đoạn sản xuất.</li> <li>Hoạt động này nhằm mục đích nâng cao năng suất và hiệu quả của lực lượng lao động hiện có. Năng suất lao động cao sẽ giúp hạ thấp giá thành sản phẩm. Hoạt động này có liên quan đến Hoạt động 2.3.2.</li> </ul>   |  |
|  | <p><b>Cơ quan thực hiện</b></p> <p>HHG. Các cơ sở đào tạo, Các viện nghiên cứu, Bộ Công thương, Bộ NN&amp;PTNT</p>  | <p><b>Khung thời gian &amp; Mục tiêu</b></p> <p>Ngắn và trung hạn</p> <p>Đẩy mạnh đào tạo công nhân và thường xuyên đào tạo lại tay nghề cho công nhân trong ngành. Cần thành lập quỹ dành cho các khóa đào tạo như vậy, nhằm khuyến khích người lao động tham gia. Khuyến khích sử dụng tự động hóa và công nghệ để tăng năng suất, thông qua hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp sản xuất.</p> |
|  | <p><b>2.3.2. Tăng số lượng công nhân lành nghề thông qua nâng cao chất lượng các cơ sở đào tạo và chương trình đào tạo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nâng cấp cơ sở vật chất của các tổ chức giáo dục phù hợp với nhu cầu đào tạo thực tế. Cung cấp hỗ trợ về cơ sở vật chất, trang thiết bị đào tạo, máy móc, v.v.</li> <li>Xây dựng chương trình đào tạo dựa trên nhu cầu thực tế phù hợp với từng nhóm đối tượng học viên (gia công sản phẩm gỗ, thiết kế sản phẩm, máy móc, thiết bị kỹ thuật ...) chú trọng ứng dụng công nghệ thông tin, công nghệ cao và đa dạng hóa chất liệu.</li> <li>Thiết lập cơ chế hợp tác giữa doanh nghiệp chế biến đồ gỗ với các cơ sở đào tạo để xây dựng chương trình đào tạo phù hợp cùng môi trường đào tạo thực tế cho học viên.</li> <li>Thiết lập cơ chế trao đổi thường xuyên để chia sẻ thông tin và tổ chức tham vấn nhằm xây dựng chương trình đào tạo phù hợp.</li> <li>Tạo cơ chế khuyến khích các doanh nghiệp chế biến đồ gỗ đầu tư cho hoạt động đào tạo tại các cơ sở đào tạo phù hợp, kể cả các cơ sở trong lĩnh vực kiến trúc, xây dựng.</li> <li>Đa dạng hóa hỗ trợ tài chính và kỹ thuật trong các hoạt động/dự án đào tạo từ các tổ chức trong nước và quốc tế, các viện đào tạo chất lượng cao và các doanh nghiệp chế biến gỗ.</li> </ul> <p>Hoạt động này nhằm tăng cường lực lượng lao động có tay nghề cao trong lĩnh vực đồ gỗ để từ đó sản xuất ra những sản phẩm chuyên biệt, sáng tạo và có giá trị cao trên thị trường xuất khẩu. Hoạt động này có liên quan tới Hoạt động 2.3.1.</p>   | <p>Trung và dài hạn</p> <p>Tạo điều kiện tiến hành đào tạo thường xuyên và bổ trí việc làm cho lao động trẻ. Chương trình giảng dạy tại các cơ sở đào tạo cũng phải có sự tham gia của các nhà sản xuất và xuất khẩu để đảm bảo tính phù hợp của nội dung đào tạo. Tổ chức ít nhất 5 khóa đào tạo như vậy mỗi năm.</p>   |
|  | <p><b>2.3.3. Đưa đổi mới và tinh thần khởi nghiệp thành xu thế trong toàn ngành</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Khuyến khích sinh viên trẻ mới tốt nghiệp quan tâm tham gia ngành đồ gỗ. Tổ chức hội chợ doanh nghiệp hàng năm tại các trường và trường đại học. Các sản phẩm sáng tạo có thể được trưng bày tại hội chợ. Xây dựng chương trình để sinh viên có cơ hội thực tập trong ngành.</li> <li>Xây dựng chương trình cố vấn về tinh thần kinh doanh, tư duy sáng tạo, đổi mới, phát triển mô hình kinh doanh, thương mại quốc tế, lập kế hoạch tài chính và kỹ năng lãnh đạo.</li> <li>Đào tạo chính quy về đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp ở cấp phổ thông, đại học, trung cấp và cao học. Đưa chủ đề về đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp vào chương trình đào tạo và dạy nghề cho ngành nội thất.</li> <li>Phát triển các chương trình giáo dục đào tạo tập trung vào quản lý đổi mới và kinh doanh để thành công trong xuất khẩu các sản phẩm và dịch vụ nội thất sáng tạo.</li> <li>Thiết lập giải thưởng dành cho các doanh nhân phát triển công ý tưởng kinh doanh sáng tạo.</li> <li>Tổ chức các sự kiện về kinh doanh, khởi nghiệp để các doanh nhân giới thiệu ý tưởng, phát minh và kế hoạch kinh doanh của họ. Đó cũng là nơi họ có thể kết nối với các nhà tài trợ, nhà đầu tư, nhà xuất khẩu và các doanh nghiệp lớn trong ngành.</li> <li>Thay đổi thái độ xã hội vốn không thích rủi ro theo hướng chấp nhận và hoan nghênh tinh thần đổi mới và kinh doanh thông qua các chiến dịch truyền thông, biểu diễn kịch đường phố, tuyên truyền qua đài phát thanh truyền hình, v.v.</li> </ul> <p>Hoạt động này nhằm mục đích khuyến khích đầu óc kinh doanh trong ngành bằng cách lồng ghép chủ đề về đổi mới và tinh thần kinh doanh trong chương trình giáo dục, trên phương tiện truyền thông xã hội và tại các căn tăng địa phương. Hoạt động này có liên quan tới Hoạt động 2.1.2.</p> | <p>Ngắn và trung hạn</p> <p>Tọa đàm hướng nghiệp tại các trường đại học, cao đẳng, trung học do hiệp hội ngành nghề tổ chức nhằm thu hút các bạn trẻ mới ra trường. Tổ chức các hoạt động giao lưu thường xuyên giữa các bạn trẻ mới ra trường với các doanh nhân thành đạt.</p> <p>Bộ GD&amp;ĐT, Bộ Công thương, Truyền thông xã hội</p>  |



| Mục tiêu Chiến lược 3: Tăng cường đa dạng hóa xuất khẩu, xem xét các xu hướng thị trường mới nổi để đảm bảo khả năng cạnh tranh lâu dài của ngành |   |  |                           |
|---|---|--|---------------------------|
| Mục tiêu hoạt động  | Hoạt động   | Cơ quan thực hiện  |                           |
| 3.1. Mở rộng phạm vi xuất khẩu sang các thị trường mới và mới nổi   | <p>3.1.1. Tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu kết nối với khách hàng</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nâng cao nhận thức của các nhà quản lý DNNVV thông qua các chiến dịch truyền thông, hội thảo đào tạo, bản tin định kỳ, sự kiện, truyền thông xã hội, báo chí, bài báo/bản tin cập nhật, v.v., về các dịch vụ hỗ trợ thương mại mà họ có thể sử dụng. Việc chia sẻ thông tin về thị trường là rất quan trọng.</li> <li>Thiết lập một đầu mối để các nhà xuất khẩu và DNNVV có thể liên hệ khi họ cần bất kỳ thông tin và dịch vụ nào liên quan đến xúc tiến và mở rộng xuất khẩu.</li> <li>Thiết lập hệ thống hỗ trợ tài chính cho DNNVV để giúp họ trang trải chi phí liên quan đến việc xin cấp các chứng chỉ cần thiết khi thâm nhập thị trường mới.</li> <li>Xây dựng và cập nhật thường xuyên cơ sở dữ liệu về thị trường xuất khẩu. Chia sẻ dữ liệu và thông tin thị trường với các nhà xuất khẩu, DNNVV và cộng đồng doanh nghiệp lớn hơn để họ điều chỉnh dịch vụ theo các cơ hội và thị trường xuất khẩu chiến lược.</li> <li>Thiết lập cơ chế trao đổi/liên lạc thường xuyên giữa các nhà xuất khẩu, DNNVV và các đại diện/phòng thương mại nước ngoài để mở rộng cơ hội hợp tác kinh doanh.</li> <li>Cung cấp thông tin cho DNNVV về tiêu chuẩn chất lượng và quy chuẩn kỹ thuật cần thiết để thâm nhập các thị trường nước ngoài như EU.</li> </ul> <p>Hoạt động này nhằm kết nối doanh nghiệp với khách hàng, nâng cao nhận thức của doanh nghiệp xuất khẩu về các cơ hội thương mại sẵn có và chia sẻ các yêu cầu kỹ thuật cần thiết để thâm nhập thị trường mới. Hoạt động này có liên quan tới Hoạt động 2.2.1. và 3.1.2.</p> | <p>Ngân và trung hạn</p> <p>Tu hút DNNVV tham gia các phái đoàn thương mại và hội chợ thương mại ở nước ngoài một cách thường xuyên, để họ hiểu hơn về các yêu cầu khác nhau của thị trường. Tổ chức ít nhất 3 hội chợ hoặc phái đoàn thương mại như vậy mỗi năm. Tổ chức đối thoại thường xuyên với DNNVV để chia sẻ về các yêu cầu của thị trường và đảm bảo họ có đầy đủ thông tin về thị trường và loại sản phẩm được ưa chuộng ở mỗi thị trường cụ thể. Có thể thực hiện mục tiêu này bằng cách mời phái đoàn của bên mua đến Việt Nam.</p> | Bộ Công thương, HHG, VCCI |
|   | <p>3.1.2. Tạo điều kiện cho các doanh nghiệp xuất khẩu và chế biến mở rộng và đa dạng hóa thị trường xuất khẩu</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Đẩy mạnh tổ chức hội chợ, triển lãm để kết nối DNNVV với khách hàng và thị trường mới.</li> <li>Lưu hành các bản tin cập nhật thường xuyên về các hiệp định thương mại khác nhau và các cơ hội thương mại/xuất khẩu mà chúng mang lại.</li> <li>Xây dựng dự án thí điểm với DNNVV trong ngành đồ gỗ để lấy chứng nhận xuất khẩu sang các thị trường tiềm năng mới như EU. Đáp ứng nhu cầu của thị trường mới. Có thể thực hiện ý tưởng này như một dự án thí điểm để có được hỗ trợ của các bên liên quan.</li> <li>Hỗ trợ sự hiện diện trực tuyến của DNNVV và tăng cường sử dụng tiếp thị kỹ thuật số để tiếp cận thị trường nước ngoài. Thiết lập nền tảng trực tuyến để các doanh nghiệp xuất khẩu đồ gỗ có thể kết nối với nhau.</li> <li>Giới thiệu doanh nghiệp xuất khẩu trên các nền tảng kết nối doanh nghiệp. Nghiên cứu sử dụng các nền tảng thương mại điện tử quốc tế như Amazon, Alibaba, E-Bay, Magento, Shopify, v.v.</li> </ul> <p>Hoạt động này nhằm kết nối doanh nghiệp với khách hàng, nâng cao nhận thức của doanh nghiệp xuất khẩu về các cơ hội thương mại sẵn có và chia sẻ các yêu cầu kỹ thuật để thâm nhập thị trường mới. Hoạt động này có liên quan tới Hoạt động 2.2.1. và 3.1.1.</p>   | <p>Trung hạn</p> <p>Với sự hỗ trợ của các hiệp hội thương mại, xác định DNNVV tiềm năng cho các hoạt động đa dạng hóa thị trường, thông qua các phái đoàn thương mại tập trung.</p>  | Bộ Công thương, HHG, VCCI |



| Mục tiêu Chiến lược 3: Tăng cường đa dạng hóa xuất khẩu, xem xét các xu hướng thị trường mới nổi để đảm bảo khả năng cạnh tranh lâu dài của ngành  |  | Cơ quan thực hiện   |   | Khung thời gian & Mục tiêu        |  |
|--|--|---|---|-----------------------------------|--|
| Mục tiêu hoạt động   |  | Hoạt động   |   | Trung và dài hạn                  |  |
| 3.2. Đảm bảo Khả năng cạnh tranh lâu dài của ngành đồ gỗ nội thất.   | 3.2.1. Tăng cường năng lực thống kê liên quan đến ngành nội thất và xuất khẩu  | Tăng cường năng lực thống kê của Cục Thống kê và Bộ Công Thương để thu thập, phân tích và phổ biến dữ liệu nhằm hiểu rõ hơn nhu cầu và khả năng cạnh tranh của DNNVV.   |   | Trung và dài hạn                  |  |
|  |  | Thường xuyên thu thập và phân tích dữ liệu có liên quan ở cấp độ doanh nghiệp. Đảm bảo rằng Tổng cục Thống kê có nguồn lực cần thiết để thu thập và tổng hợp dữ liệu.   |   |                                   |  |
|  |  | Chỉ định một cơ quan chuyên trách về nghiên cứu và thu thập thông tin về thị trường xuất khẩu, đồng thời xây dựng và cập nhật thường xuyên cơ sở dữ liệu về thị trường xuất khẩu. Những dữ liệu này cần được đăng tải trên trang web của chính phủ và được cập nhật thường xuyên.   |   | Cục Thống kê, Bộ Công Thương, HHG |  |
|  |  | Thiết kế hệ thống thu thập dữ liệu bao trùm tất cả các khía cạnh của dữ liệu thương mại có giá trị chiến lược. Thiết lập hệ thống để thu thập dữ liệu (ví dụ: qua điện thoại, mẫu trực tuyến, v.v.).  |   |                                   |  |
|  |  | Hoạt động này nhằm nâng cao hiểu biết của các nhà hoạch định chính sách về điểm mạnh, điểm yếu và khả năng sẵn sàng xuất khẩu của các doanh nghiệp trong nước. Với bằng chứng thống kê, các nhà hoạch định chính sách sẽ có thể thiết kế tốt hơn các chương trình xúc tiến xuất khẩu và hỗ trợ DNNVV. Dữ liệu có thể được sử dụng để lựa chọn đối tác FTA và thị trường xuất khẩu chiến lược. Hoạt động này có liên quan tới Hoạt động 2.2.1 và 3.2.3.        |   |                                   |  |
|  |  | 3.2.2. Tăng cường việc ra quyết định chính sách dựa trên bằng chứng liên quan đến ngành nội thất và xuất khẩu   |   | Trung và dài hạn                  |  |
|  |  | Tổ chức hội nghị hàng năm để trình bày kết quả phân tích về nhu cầu của DNNVV cho tất cả các bên liên quan và thảo luận chính sách để giải quyết các nhu cầu đó.  |   | Bộ Công Thương, Bộ NN&PTNT, HHG   |  |
|  |  | Nâng cao nhận thức của DNNVV về tầm quan trọng của việc cung cấp dữ liệu thống kê kịp thời và loại thống kê cần thiết bằng cách gửi bản tin hàng tháng cho doanh nghiệp.  |   |                                   |  |
|  |  | Tạo động lực để các cơ quan liên quan cung cấp dữ liệu kịp thời.  |   |                                   |  |
|  |  | Hoạt động này nhằm nâng cao hiểu biết của các nhà hoạch định chính sách về điểm mạnh, điểm yếu và khả năng sẵn sàng xuất khẩu của các doanh nghiệp trong nước. Với bằng chứng thống kê, các nhà hoạch định chính sách sẽ có thể thiết kế tốt hơn các chương trình xúc tiến xuất khẩu và hỗ trợ DNNVV của họ. Dữ liệu có thể được sử dụng để lựa chọn đối tác FTA và thị trường xuất khẩu chiến lược. Hoạt động này có liên quan tới Hoạt động 2.2.1 và 3.2.3. |   |                                   |  |
|  | 3.2.3. Tăng cường liên kết, hợp tác và đẩy nhanh thực hiện chiến lược này  |   | Trung hạn   |                                   |  |
|  | Cải thiện mối liên kết giữa các thành phần trong chuỗi cung ứng và hợp tác giữa các cơ quan ban ngành bằng cách tổ chức tham vấn thường xuyên nhằm xây dựng các sáng kiến và đề xuất chung, đồng thời ưu tiên các khoản tài trợ sẵn sàng cho hành động của chính phủ. Mục đích là để đạt được hiểu biết chung về nhu cầu thực sự của tất cả các bên liên quan. |   | Thành lập đơn vị điều phối để giám sát sự phát triển của ngành nội thất, thúc đẩy hợp tác giữa các cơ quan khác nhau và nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam. |                                   |  |
|  | Xây dựng một nền tảng với cơ chế phối hợp để đảm bảo sự tham gia của các hiệp hội gỗ trong các cuộc đàm phán thương mại, qua đó đảm bảo các nhà đàm phán có thể sử dụng thông tin từ ngành cho đàm phán.   |   | Bộ Công Thương, Bộ NN&PTNT, Bộ Tài chính  |                                   |  |
|  | Thành lập nhóm làm việc bao gồm các tổ chức khu vực tư nhân và khu vực công để vận động thực hiện luật và chính sách liên quan đến sự phát triển của ngành gỗ, đồ gỗ và đồ nội thất bằng gỗ.   |   |   |                                   |  |
|  | Hoạt động này nhằm đảm bảo tính cạnh tranh, tính bền vững và khả năng tồn tại lâu dài của ngành đồ gỗ nội thất Việt Nam, mang lại lợi nhuận xuất khẩu và đóng góp vào sự phát triển chung của nền kinh tế Việt Nam.  |   |   |                                   |  |
| Ghi chú: HHG: Các hiệp hội gỗ (bao gồm hiệp hội quốc gia và địa phương), Bộ TN&MT: Bộ Tài nguyên và Môi trường; Bộ GD&ĐT: Bộ Giáo dục và Đào tạo, Bộ NN&PTNT: Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, VCCI: Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam |  |   |   |                                   |  |

# Tài liệu tham khảo

Tổ chức Năng suất Châu Á (APO) (2020) Báo cáo Năng suất 2020 của APO. Tổ chức Năng suất Châu Á. ( [https://www.sanken.keio.ac.jp/keo/asia/APO\\_Productivity\\_Databook\\_2020.pdf](https://www.sanken.keio.ac.jp/keo/asia/APO_Productivity_Databook_2020.pdf) )

Cam, Cao Thi và cộng sự (2022) Việt Nam xuất nhập khẩu vải may sản phẩm gỗ năm 2021. VIFOREST, FPA Bình Định, BIFA, DOWA, HAWA và Forest Trends (<https://goviet.org.vn/upload/aceweb/content/Bao%20cao%20Viet%20Nam%20Xuat%20Nhap%20khau%20go%20nam%202021.pdf> )

Forest Trends và NEPCon (2018) Việt Nam: Phân tích và Đánh giá Chính sách về Doanh nghiệp lâm nghiệp nhỏ và siêu nhỏ ở khu vực sông Mê Công. Báo cáo nghiên cứu

GIZ và NEPCon (2020) Phân tích bối cảnh cho dự án hỗ trợ Thỏa thuận Đối tác Tự nguyện VPA ở Cameroon, Lào và Việt Nam. Tổ chức Hợp tác phát triển Đức ([https://preferredbynature.org/library/nepcon-sourcing-hub/background-analyses-vpa-support-project-cameroon-laos-and-Viet Nam](https://preferredbynature.org/library/nepcon-sourcing-hub/background-analyses-vpa-support-project-cameroon-laos-and-Viet%20Nam) )

<https://baochinhphu.vn/nganh-go-no-luc-giai-bai-toan-kho-102220422205647492.htm>

<https://cites.org/eng/disc/what.php> .

<https://congthuong.vn/doanh-nghiep-go-chinh-phuc-noi-dia-lam-be-do-cho-xuat-khau-155805.html>

[https://ec.europa.eu/info/news/eu-and-Viet Nam-sign-deal-combat-illegal-logging-and-promote-trade-legal-timber-2018-oct-19\\_en](https://ec.europa.eu/info/news/eu-and-Viet%20Nam-sign-deal-combat-illegal-logging-and-promote-trade-legal-timber-2018-oct-19_en)

<https://vi.vcci.com.vn/lao-nang-suất-quan-trọng-yếu-tố-cho-tăng-trưởng>

<https://goviet.org.vn/bai-viet/tang-nang-luc-canhh-tranh-nganh-go-bang-cong-nghe-9475>

<https://goviet.org.vn/bai-viet/tinh-hinh-xuat-nhap-khau-go-va-san-pham-go-cua-viet-nam-nam-2021-9601>

[https://goviet.org.vn/upload/aceweb/content/2020.7.5\\_Bao%20cao%20go%20dan%20-Dinh%20vi.Final.pdf](https://goviet.org.vn/upload/aceweb/content/2020.7.5_Bao%20cao%20go%20dan%20-Dinh%20vi.Final.pdf)

[https://goviet.org.vn/upload/aceweb/content/Bao%20cao\\_Rui%20ro%20mat%20hang%20sofa%20tu%20bep.pdf](https://goviet.org.vn/upload/aceweb/content/Bao%20cao_Rui%20ro%20mat%20hang%20sofa%20tu%20bep.pdf)

<https://goviet.org.vn/upload/aceweb/content/BÁO%20CÁO-Khảo%20sát%20onhanh%2052%20DN.pdf>

[https://goviet.org.vn/upload/aceweb/content/Bao%20cao%20FDI\\_g%20thang%202020.pdf](https://goviet.org.vn/upload/aceweb/content/Bao%20cao%20FDI_g%20thang%202020.pdf)

<https://goviet.org.vn/upload/aceweb/content/Bao%20cao%20Viet%20Nam%20Xuat%20Nhap%20khau%20go%20nam%202021.pdf>

<https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/574/1/012067/pdf>

<https://kinhtedothi.vn/tieu-thu-go-thi-truong-noi-dia-tang-manh.html>

<https://luatViet Nam.vn/xuat-nhap-khau/quyet-dinh-2752-qd-bnn-tcln-bo-nong-nghiep-va-phat-trien-nong-thon-226519-d1.html> .

<https://nammywood.com.vn/tin-tuc/tieu-thu-go-thi-truong-noi-dai-tang-manh-35.html>

<https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Doanh-nghiep/Thong-tu-21-2021-TT-BNNPTNT-phan-loai-doanh-nghiep-che-bien-va-xuat-khau-go-499499.aspx>

<https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Linh-vuc-khac/Quyết-dinh-327-QĐ-TTg-2022-Đề-án-phát-triển-ngành-công-nghiệp-che-biến-go-ben-vung-506116.aspx>

<https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Linh-vuc-khac/Thong-tu-27-2018-TT-BNNPTNT-quy-dinh-quan-ly-truy-xuat-nguon-goc-lam-san-402849.aspx>

<https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Xuat-nhap-khau/Quyết-dinh-4832-QĐ-BNN-TCLN-2020-công-bo-Danh-mục-các-loại-goi-da-nhap-khau-vao-Viet-Nam-458434.aspx>

<https://ustr.gov/about-us/policy-offices/press-office/press-releases/2021/october/ustr-announces-agreement-between-united-states-and-Viet-Nam-resolve-timber-section-301-điều-tra>

[https://Viet Namcredit.com.vn/news/Viet-Nams-wood-furniture-industry-on-the-rise-with-risks\\_14675](https://Viet Namcredit.com.vn/news/Viet-Nams-wood-furniture-industry-on-the-rise-with-risks_14675)

<https://vneconomy.vn/71-doanh-nghiep-nganh-go-da-bi-sut-giam-don-hang-xuat-khau.htm>

<https://vnuf2.edu.vn/vi/huong-nghiep-ky-nang/1680-nganh-go-dang-thieu-tram-trong-lao-dong-co-trinh-do-cao.html>

<https://wtocenter.vn>

<https://www.globalwoodmarketsinfo.com/Viet-Nam-wood-products-industry-crisis-main-business-partners-suspend-import-orders/>

<https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO201716463831029.pdf>

<https://www.mard.gov.vn/Pages/phat-trien-cong-nghiep-ho-tro-trong-che-bien-go-19318.aspx>

[https://www.researchgate.net/publication/46449865\\_An\\_Explorative\\_Study\\_on\\_Functional\\_Upgrading\\_and\\_Export\\_Development\\_of\\_Viet\\_Nam\\_Wood\\_Furniture\\_Producers](https://www.researchgate.net/publication/46449865_An_Explorative_Study_on_Functional_Upgrading_and_Export_Development_of_Viet_Nam_Wood_Furniture_Producers)

[https://www.researchgate.net/publication/46449865\\_An\\_Explorative\\_Study\\_on\\_Functional\\_Upgrading\\_and\\_Export\\_Development\\_of\\_Viet\\_Nam\\_Wood\\_Furniture\\_Producers](https://www.researchgate.net/publication/46449865_An_Explorative_Study_on_Functional_Upgrading_and_Export_Development_of_Viet_Nam_Wood_Furniture_Producers)

<https://www.yumpu.com/en/document/read/4325081/the-Vietnamese-furniture-industry-ahk-Viet-Nam-ahks>

Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) và Viện Khoa học Lao động và Xã hội (ILSSA) (2022) Xu hướng Lao động và Xã hội Việt Nam năm 2021, định hướng đến năm 2030. Báo cáo. Tổ chức Lao động Quốc tế.

Phúc Xuân Tô và cộng sự (2017) Liên kết trong ngành chế biến gỗ: Tăng cường cơ hội, giảm thiểu rủi ro vì mục tiêu phát triển bền vững. Forest Trends: báo cáo.

Phúc Xuân Tô và cộng sự (2019) Vốn FDI trong xuất khẩu gỗ của Việt Nam. VIFOREST, FPA Bình Định, BIFA, HAWA và Forest Trends. Tháng 2 năm 2019. (<https://goviet.org.vn/upload/aceweb/content/Ban%20tin%20Dau%20tu%20FDI%20linh%20vuc%20XK%20go%20VN.pdf>)

Phúc Xuân Tô và cộng sự (2020) Vốn FDI trong ngành gỗ Việt Nam năm 2019: Thực trạng và một số khía cạnh chính sách. Báo cáo VIFOREST, FPA Bình Định, BIFA, HAWA và Forest Trends. Tháng 2 năm 2020.

Phúc Xuân Tô và cộng sự (2021a) Vốn FDI trong ngành gỗ Việt Nam: Thực trạng năm 2020 và xu hướng phát triển. Báo cáo VIFOREST, FPA Bình Định, BIFA, HAWA và Forest Trends. Tháng 3 năm 2021.

Phúc Xuân Tô và cộng sự (2021b) Nguồn cung gỗ keo nguyên liệu của Việt Nam: Thực trạng và xu hướng. VIFOREST, FPA Bình Định, BIFA, HAWA và Forest Trends. ([https://go-viet.org.vn/upload/aceweb/content/FN\\_Ban%20tin%20Go%20keo%20trong%20nuoc.pdf](https://go-viet.org.vn/upload/aceweb/content/FN_Ban%20tin%20Go%20keo%20trong%20nuoc.pdf))

Phúc Xuân Tô và cộng sự (2022) Thực trạng và một số rào cản trong rừng trồng sản xuất có chứng chỉ bền vững ở Việt Nam. VIFOREST, HAWA, FPA Bình Định, DOWA, BIFA và Forest Trends. Tháng 4 năm 2022.

Quang Nguyễn Vinh và cộng sự (2017) Liên kết hộ trồng rừng nhỏ với thị trường toàn cầu: Bài học từ mô hình IKEA tại Việt Nam. Chuỗi báo cáo của Forest Trends ([https://www.forest-trends.org/wp-content/uploads/2018/06/IKEA-case-study-15-June\\_Final.pdf](https://www.forest-trends.org/wp-content/uploads/2018/06/IKEA-case-study-15-June_Final.pdf))

Quang Nguyễn Vinh và cộng sự (2021). Liên kết tiêu thụ cây sao su từ hộ trồng rừng nhỏ: Thực trạng và tác động chính sách. Viện Nghiên cứu Cao su Việt Nam, Hiệp hội Cao su Việt Nam, Forest Trends. (<https://www.vra.com.vn/hoat-dong/vras-activites/research-report-of-project-consumtion-linkage-for-rubber-smallholder-outputs-current-status-and-implications-of-phat-nhat-cao-su-trong-viet-nam.13498.html>)

Quang Nguyễn Vinh và cộng sự (2022a) Tác động của các biện pháp kiểm soát nhập khẩu trong VNTLAS đối với hoạt động của các doanh nghiệp chế biến gỗ nhỏ và siêu nhỏ. VIFOREST và EFI. Báo cáo nghiên cứu. Tháng 1 năm 2022.

Quang Nguyễn Vinh và cộng sự (2022b) Nhập khẩu gỗ nguyên liệu của Việt Nam từ các nước tích cực và không tích cực: Bản cập nhật đến tháng 5 năm 2022. VIFOREST, FPA Bình Định, HAWA, BIFA, DOWA, và Forest Trends. Tháng 7 năm 2022. (<https://goviet.org.vn/upload/aceweb/content/20220727-VN%20NK%20GNL%20tich%20cuc%20khong%20tich%20cuc%202018-5T.2022-FN.pdf>)

USAID, 2020. [https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Viet%20Nam%20Wood%20Processing%20Industry\\_Ho%20Chi%20Minh%20City\\_Viet%20Nam\\_06-11-2020](https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Viet%20Nam%20Wood%20Processing%20Industry_Ho%20Chi%20Minh%20City_Viet%20Nam_06-11-2020)

VEPR và GRIPS (2020) Báo cáo Năng suất Việt Nam. Bản sơ bộ cuối 2020. ([https://www.grips.ac.jp/forum/pdf20/\[EN\]VNProductivityReport\\_PreliminaryFinal2020\\_0904.pdf](https://www.grips.ac.jp/forum/pdf20/[EN]VNProductivityReport_PreliminaryFinal2020_0904.pdf)) ([https://www.grips.ac.jp/forum/pdf20/\[EN\]VNProductivityReport\\_PreliminaryFinal2020\\_0904.pdf](https://www.grips.ac.jp/forum/pdf20/[EN]VNProductivityReport_PreliminaryFinal2020_0904.pdf))

VNFOREST (2022a) “Báo cáo cập nhật tình hình chế biến, sản xuất, xuất nhập khẩu gỗ và lâm sản 7 tháng đầu năm 2022” của Tổng cục Lâm nghiệp Việt Nam (VNFOREST) trình bày tại Hội nghị thường kỳ ngành gỗ quý III tổ chức tại tỉnh Bình Dương ngày 28/07/2022.

VNFOREST (2022b) Báo cáo “Kết quả phát triển trồng rừng lấy gỗ nguyên liệu phục vụ ngành chế biến gỗ và xuất khẩu” trình bày tại Hội thảo “Phát triển vùng sản xuất nguyên liệu phục vụ ngành chế biến gỗ và xuất khẩu” tổ chức tại thành phố Quy Nhơn, tỉnh Bình Định, ngày 22 tháng 4 năm 2022.