

MÔI TRƯỜNG KINH DOANH

GIẢI PHÁP NÂNG CAO SỨC CẠNH TRANH CHO CÁC DOANH NGHIỆP NGÀNH HÀNG ĐỒ GỖ GIA DỤNG VIỆT NAM SAU 8 NĂM GIA NHẬP WTO

Trần Thị Thu Thủy*

Tóm tắt

Hiện tại nước ta có khoảng 2.536 doanh nghiệp kinh doanh ngành hàng đồ gỗ gia dụng (chủ yếu là các doanh nghiệp có quy mô nhỏ, trang thiết bị lạc hậu). các doanh nghiệp kinh doanh ngành hàng đồ gỗ gia dụng nước ta mới chỉ đáp ứng được yêu cầu của thị trường trong nước về mặt chất lượng, mẫu mã và kiểu dáng sản phẩm. Tuy nhiên, quy mô doanh nghiệp còn nhỏ, giá bán sản phẩm thấp; ít có khả năng cạnh tranh với các doanh nghiệp nước ngoài; khả năng tiếp cận thị trường và nắm bắt nhu cầu của khách hàng hạn chế (doanh nghiệp thường bị động do sản xuất theo đơn đặt hàng); doanh nghiệp ít có khả năng đổi mới trang thiết bị do nguồn vốn còn hạn chế; trình độ quản lý thấp; doanh nghiệp chưa chú ý đến việc xây dựng thương hiệu và cũng chưa có kinh nghiệm đàm phán với các đối tác nước ngoài. Để nâng cao sức cạnh tranh của các doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng Việt Nam hiện nay, cần phải thực hiện đồng thời nhiều nhóm giải pháp bao gồm quy hoạch đẩy mạnh định hướng xuất khẩu và khuyến khích phát triển các doanh nghiệp kinh doanh ngành hàng đồ gỗ gia dụng thông qua chính sách tín dụng, đầu tư, thuế và chính sách hỗ trợ xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm, xây dựng thương hiệu cho doanh nghiệp.

Từ khóa: Doanh nghiệp, đồ gỗ gia dụng, cạnh tranh, hội nhập kinh tế quốc tế.

Ngày 11-1-2007, Việt Nam chính thức trở thành thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), đánh dấu bước chuyển căn bản trong tiến trình mở cửa và hội nhập quốc tế của Việt Nam. Sau 8 năm gia nhập WTO (2007-2015) Việt Nam đã gia tăng tốc độ thực hiện các cam kết theo quy định của các Hiệp định trong WTO để được công nhận là nền kinh tế thị

trường. Song quá trình này đã và đang đặt các doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng nước ta vào những thách thức cạnh tranh to lớn với các doanh nghiệp nước ngoài trong cùng lĩnh vực, do các doanh nghiệp Việt Nam có năng lực cạnh tranh thấp, chưa đủ sức để cạnh tranh sòng phẳng với các doanh nghiệp nước ngoài.

Để nâng cao sức cạnh tranh của các doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng Việt Nam hiện nay, có nhiều vấn đề phải giải quyết như: nâng cao trình độ công nghệ sản xuất, chế biến; xử lý có hiệu quả tình trạng thiếu vốn đầu tư ngắn hạn và dài hạn; cải thiện cơ bản tình trạng hạ tầng yếu kém trong sản xuất và chế biến lâm sản; gắn kết tốt hơn hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp với thị trường tiêu thụ; giữ vững thị phần đã có của doanh nghiệp trên thị trường trong và ngoài nước...

Bài viết này trình bày một số vấn đề về năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng Việt Nam hiện nay; từ đó đề xuất những giải pháp nâng cao sức cạnh tranh cho các doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng nước ta sau 8 năm gia nhập WTO.

1. Khái quát năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp

1.1. Khái niệm năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp

Có nhiều cách định nghĩa về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Trong bài viết này năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp được hiểu là khả năng của một doanh nghiệp hoặc một nhóm doanh nghiệp tham gia cạnh tranh thành công trên thị trường với các doanh nghiệp khác cùng sản xuất, kinh doanh sản phẩm cùng loại. Trong trường hợp này là đồ gỗ gia dụng do doanh

* Trần Thị Thu Thủy, Tiến sỹ, Trung tâm Nghiên cứu Kinh tế Lâm nghiệp, Viện Khoa học Lâm nghiệp Việt Nam.

ngành Việt Nam làm ra và tiêu thụ trên thị trường. Để có thể cạnh tranh thành công doanh nghiệp cần thể hiện khả năng bù đắp các chi phí sản xuất, chế biến và tiêu thụ sản phẩm làm ra và có lãi. Doanh nghiệp thành công trong cạnh tranh là doanh nghiệp luôn duy trì được thị phần sản phẩm của mình trên thị trường trong mọi tình huống biến động của thị trường.

Dấu hiệu tổng hợp để xác định một doanh nghiệp có năng lực cạnh tranh là tỷ suất lợi nhuận được hình thành một cách bền vững trong quá trình sản xuất kinh doanh. Một doanh nghiệp có năng lực cạnh tranh là doanh nghiệp có tỷ suất lợi nhuận cao hơn mức lợi nhuận trung bình của ngành mà doanh nghiệp tham gia kinh doanh, hoặc cao hơn các đối thủ cạnh tranh trong ngành. Để có được mức tỷ suất lợi nhuận cao hơn mức trung bình của ngành hoặc của đối thủ cạnh tranh thì doanh nghiệp phải đáp ứng được một trong các điều kiện sau:

- Mức giá bán sản phẩm của doanh nghiệp trên thị trường cao hơn giá bán sản phẩm của đối thủ cạnh tranh với mức chi phí tương đương mức chi phí của đối thủ cạnh tranh hoặc không cao hơn mức chi phí trung bình của ngành.

- Mức giá bán tương đương với giá bán của đối thủ cạnh tranh, nhưng chi phí cho một đơn vị sản phẩm thấp hơn mức chi phí của đối thủ cạnh tranh hoặc thấp hơn mức bình quân của ngành. Một cách khái quát, để đạt được năng lực cạnh tranh, doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng phải có chi phí trên đơn vị sản phẩm thấp hơn các đối thủ cạnh tranh, hoặc phải tạo ra sản phẩm của mình có sự khác biệt hơn hẳn so với sản phẩm của đối thủ hoặc đáp ứng cả hai điều kiện này.

1.2. Các yếu tố ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng

Có ba yếu tố cơ bản tạo nên năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng, cụ thể:

1.2.1. Hiệu quả.

Là nhân tố tổng hợp phản kết quả tích cực của hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, đảm bảo cho doanh nghiệp tái mở rộng sản xuất kinh doanh. Hiệu quả được đo bằng mức tiêu hao các yếu tố đầu vào cần thiết (chi

phí) để tạo ra một đơn vị đầu ra (sản phẩm, doanh thu, lợi nhuận). Mức chênh lệch giữa giá trị đầu ra so với giá trị đầu vào càng cao thì hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp càng cao. Việc nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp là giảm chi phí đầu vào mà vẫn tạo ra được một đơn vị đầu ra. Trong trường hợp này doanh nghiệp sẽ có năng lực cạnh tranh cao dựa trên chi phí sản xuất kinh doanh thấp.

1.2.2. Chất lượng

Chất lượng sản phẩm là những đặc tính của sản phẩm được thể hiện trong hình thành và sử dụng sản phẩm đó. Chất lượng gắn với mức độ thỏa mãn nhu cầu đó của người sử dụng sản phẩm đó. Theo định nghĩa của ISO 9000 thì "Chất lượng là tập hợp các đặc tính của một thực thể tạo cho thực thể đó khả năng thỏa mãn những nhu cầu đó được công bố hoặc còn tiềm ẩn". Để có được chất lượng sản phẩm cao nhất, người cung cấp phải tối đa hoá khả năng đáp ứng nhu cầu của người sử dụng sản phẩm, không để người tiêu dùng không thỏa mãn hoặc không hài lòng với sản phẩm trong quá trình sử dụng. Chất lượng sản phẩm là nhân tố đảm bảo cho sự tồn tại và mở rộng uy tín của sản phẩm trong người tiêu dùng. Vì vậy chất lượng là nhân tố đảm bảo cho sự hình thành và mở rộng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

1.3. Cơ hội và thách thức đối với doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng Việt Nam khi gia nhập WTO

1.3.1. Về cơ hội

Với việc Việt Nam gia nhập WTO, doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ đứng trước nhiều cơ hội như:

- Mở rộng thị trường cung ứng các loại vật tư và tiêu thụ sản phẩm cho các doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng: Nhờ gia nhập WTO các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và các doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng nói riêng đã tiếp cận được với thị trường toàn cầu với nhiều tỷ dân thay vì chỉ một thị trường với gần 100 triệu dân.

- Mở rộng thị trường vốn quốc tế: Gia nhập WTO Việt Nam đã mở rộng thị trường vốn quốc tế, kể cả các dòng vốn ngắn hạn và dài hạn. Nhờ đó, các doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng có thể tiếp cận các nguồn vốn vay ưu đãi,

vốn vay thương mại qua con đường hợp tác liên doanh, liên kết, phối hợp với các dòng vốn đầu tư trực tiếp của nước ngoài, các chương trình dự án hỗ trợ phát triển kinh doanh...

- Mở rộng khả năng tiếp cận công nghệ mới, chất lượng cao: Thông qua gia nhập WTO Việt Nam đã mở ra nhiều cơ hội để các doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng tiếp cận công nghệ mới thông qua hợp tác, chuyển giao công nghệ từ các doanh nghiệp nước ngoài, rút ngắn thời gian và giảm chi phí nghiên cứu cơ bản và ứng dụng.

Cơ hội này sẽ giúp các doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng hưởng lợi từ thế mạnh của các doanh nghiệp lớn, các doanh nghiệp nước ngoài có trình độ công nghệ cao hơn để cùng phát triển. Cùng với tiếp cận công nghệ mới, các doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng còn học hỏi được trình độ quản lý tiên tiến, khả năng sử dụng các dây chuyền công nghệ hiện đại... Mặt khác, gia nhập WTO còn tạo điều kiện cho các doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng tiếp cận nhanh chóng phương thức kinh doanh tiên tiến; từ đó nhanh chóng nâng cao năng suất lao động, chất lượng sản phẩm theo tiêu chuẩn hiện đại đáp ứng được yêu cầu của thị trường quốc tế.

1.3.2. Những thách thức.

Đi đôi với những cơ hội cùng với những hạn chế nội tại, doanh nghiệp cũng phải đối mặt với nhiều thách thức như sau:

- Các doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng Việt Nam có quy mô nhỏ bé, tiềm lực về vốn hạn chế, công nghệ và trình độ quản lý yếu kém nên dễ bị tổn thương trong quá trình tham gia thị trường thế giới.

- Trình độ công nghệ lạc hậu, sức cạnh tranh quá thấp. Phần lớn, các doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng Việt Nam đang phải đối mặt với tình trạng máy móc, thiết bị cũ, lạc hậu (so với Thái Lan thấp thua khoảng 25 - 30 năm), dẫn đến kết quả là năng suất lao động thấp, chất lượng sản phẩm kém, giá thành cao, tính cạnh tranh thấp.

- Điều kiện hạ tầng cho sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp yếu làm cho chi phí kinh doanh cao. Theo kết quả điều tra của VCCI, các doanh nghiệp Việt Nam đang phải sử dụng trên 40% nguyên phụ liệu đầu vào nhập khẩu, thậm chí trong ngành đồ gỗ gia dụng tỷ lệ này khoảng gần 80%. Vì vậy, các doanh nghiệp này luôn chịu sự chi phối của thị trường thế giới và hàm lượng giá trị gia tăng trong sản phẩm hàng hóa bị hạn chế.

- Kinh nghiệm kinh doanh của các doanh nghiệp Việt Nam trong cơ chế thị trường còn nhiều yếu kém, làm hạn chế sức cạnh tranh của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp Việt Nam còn nhiều bất ngờ trong quan hệ kinh doanh với các đối tác nước ngoài. Chủ doanh nghiệp Việt Nam chưa đạt được trình độ và văn hoá kinh doanh hiện đại, chuyên nghiệp. Khả năng đàm phán trực tiếp của chủ các doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng với các đối tác nước ngoài rất hạn chế. Các mối liên kết kinh tế giữa doanh nghiệp Việt Nam chưa hình thành nên chưa tạo thành khối thống nhất để tạo sức cạnh tranh cao hơn trong xuất khẩu, mà phổ biến tình trạng xuất khẩu nhỏ lẻ của từng doanh nghiệp, thậm chí cạnh tranh lẫn nhau, tạo kẽ hở để các doanh nghiệp nước ngoài ép giá, bắt chẹt doanh nghiệp Việt Nam.

2. Thực trạng năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng ở Việt Nam

2.1. Về sản xuất

Tính đến ngày 31/12/2014, tổng diện tích có rừng trong cả nước là 13,796 triệu ha, trong đó rừng tự nhiên 10,1 triệu ha (chiếm 73,21% diện tích có rừng), diện tích rừng trồng 3,69 triệu ha (chiếm 26,75% diện tích rừng trong cả nước), diện tích rừng đặc dụng 2,085 triệu ha, diện tích rừng phòng hộ 4,564 triệu ha, đất có rừng sản xuất là 6,751 triệu ha, đất ngoài quy hoạch lâm nghiệp là 0,394 triệu ha. Diễn biến về diện tích trồng rừng trong cả nước được thể hiện ở bảng 1.

Bảng 1: Diện tích rừng trồng của Việt Nam giai đoạn 2000-2014*Đơn vị: Nghìn ha*

Diện tích rừng trồng	2000	2004	2008	2014
Cả nước	196,4	184,4	200,1	396,0
- ĐB sông Hồng	12,0	11,4	19,3	20,4
- Trung du, miền núi phía Bắc	75,0	67,1	78,4	157,3
- Bắc trung bộ và DH miền Trung	62,4	63,2	72,7	160,4
- Tây Nguyên	13,3	16,9	15,6	26,8
- Đông Nam bộ	7,0	4,3	3,7	16,7
- ĐB sông Cửu Long	18,2	19,3	6,9	14,3

Nguồn: Niên giám thống kê các năm 2008, 2014

Mỗi năm, nước ta khai thác khoảng 3 triệu m³ gỗ (riêng năm 2014, nước ta khai thác lên tới trên 6 triệu m³ gỗ). Sản lượng gỗ khai thác được thể hiện ở bảng 2.

Bảng 2: Sản lượng gỗ khai thác ở Việt Nam giai đoạn 2000-2014*Đơn vị: Nghìn ha*

Diện tích rừng trồng	2000	2004	2008	2014
Cả nước	2375,6	2627,8	3562,3	6456,4
- ĐB sông Hồng	148,1	116,4	186,1	410,5
- Trung du, miền núi phía Bắc	719,5	786,5	1184,9	1781,0
- Bắc trung bộ & DH miền Trung	558,9	752,4	1057,2	307,8
- Tây Nguyên	372,8	324,1	373,6	346,6
- Đông Nam bộ	114,0	79,3	128,4	276,2
- ĐB sông Cửu Long	462,3	569,1	632,1	563,3

Nguồn: Niên giám thống kê các năm 2008, 2014

2.2. Về chế biến

Tính đến 31/12/2014, cả nước có 2.536 doanh nghiệp chế biến gỗ đang hoạt động trên phạm vi toàn quốc, được phân bố tập trung chủ yếu ở khu vực Đông Nam bộ (chiếm 57,85% số doanh

niệp hoạt động trong ngành chế biến gỗ của cả nước), số lượng và phân bố của các doanh nghiệp chế biến gỗ ở nước ta được thể hiện ở bảng 3.

Bảng 3: Số lượng và phân bố của các doanh nghiệp chế biến gỗ ở Việt Nam giai đoạn 2000 - 2014

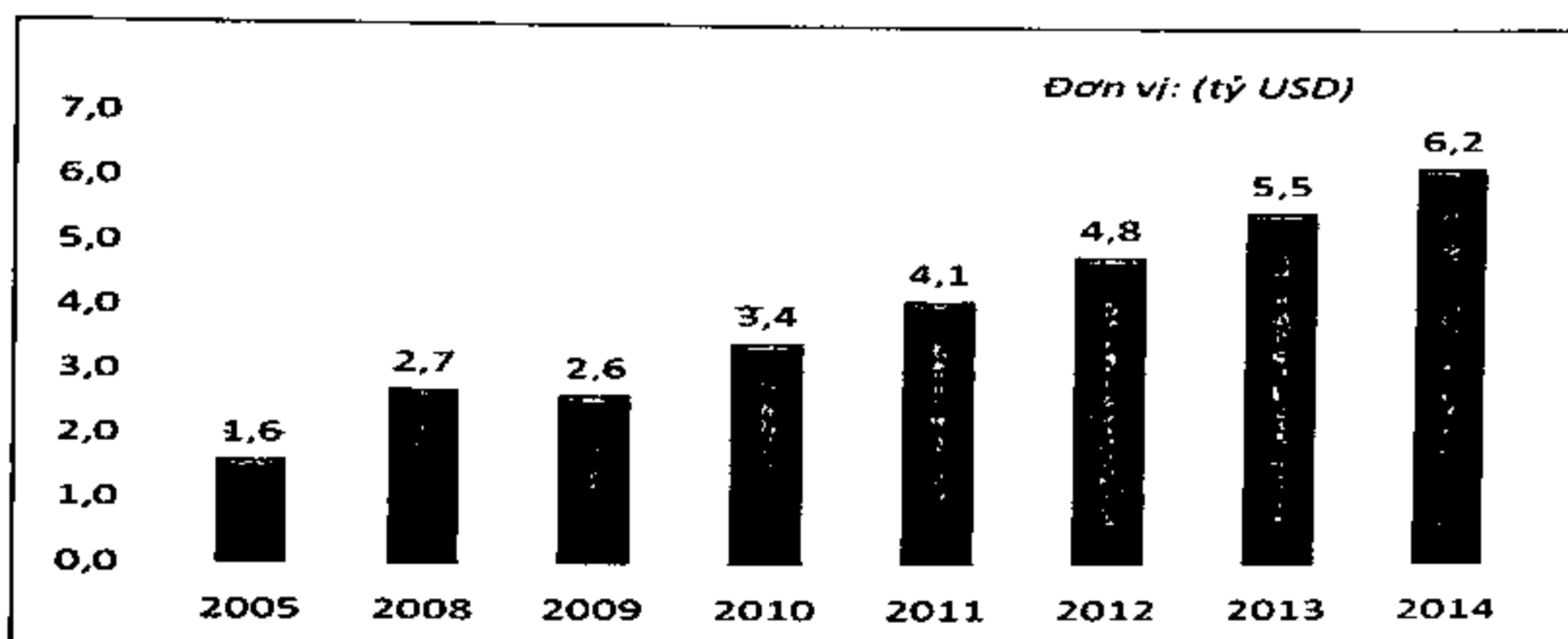
Vùng	2000		2005		2007		2014	
	Số lượng (DN)	Cơ cấu (%)	Số lượng (DN)	Cơ cấu (%)	Số lượng (DN)	Cơ cấu (%)	Số lượng (DN)	Cơ cấu (%)
Cả nước	896	100	1718	100	2526	100	2536	100
ĐB Sông Hồng	118	13,16	530	30,85	135	0,84	135	5,32
Đông Bắc	72	8,00	165	9,6	216	5,27	216	8,52
Tây Bắc	10	1,49	20	1,16	16	8,55	19	0,75
Bắc Trung Bộ	151	16,85	191	11,11	127	5,02	127	5,01
Duyên hải Nam Trung bộ	124	13,84	116	6,75	185	7,32	221	8,71
Tây Nguyên	125	13,84	99	5,54	185	7,32	185	7,29
Đông Nam Bộ	254	28,34	476	27,7	1493	59,1	1467	57,85
ĐBSCL	42	4,68	101	5,87	166	4,68	166	6,55

Nguồn: Số liệu năm 2005 của Bộ NN & PTNT; số liệu năm 2007 của Vifores; số liệu 2014 của Cục Chế biến, thương mại nông lâm thủy sản và nghề muối

- Thị trường xuất khẩu

Thị trường xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam đã có nhiều biến chuyển mạnh mẽ trong những năm gần đây, từ chỗ tập trung chuyển như Đài Loan, Singapore, Hàn Quốc... để tái xuất sang một nước thứ ba, đến nay đã xuất khẩu trực tiếp sang thị trường các nước. Hiện tại, các sản phẩm đồ gỗ của Việt Nam có mặt ở 120 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới và các thị trường tiềm

năng như: Nhật Bản, EU (Pháp, Đức), Hoa Kỳ do Việt Nam có nhiều lợi thế về giá nhân công rẻ. Mặt hàng đồ gỗ được xuất khẩu với các chủng loại sản phẩm ngày càng đa dạng, từ hàng trang trí nội thất trong nhà, hàng ngoài trời... đến các mặt hàng dăm gỗ. Giá trị xuất khẩu các mặt hàng gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam liên tục tăng lên, được thể hiện ở biểu đồ 1.

Biểu đồ 1. Giá trị kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ giai đoạn 2005 - 2014 ở nước ta

Nguồn: Tổng cục Lâm nghiệp

Năm 2014, các nước nhập khẩu gỗ Việt Nam như sau: Mỹ đứng đầu nhập gần 25% tổng sản lượng sản phẩm gỗ xuất khẩu của Việt Nam, sau đó lần lượt là các nước Nhật Bản khoảng 16%, Anh gần 11%, Đài Loan 6,1%, Pháp 4,6%, Đức 4,3%, Úc 3,5%, Hà Lan 3,2%, Hàn Quốc 3%, Trung Quốc 2,8%, Bỉ 2%, Tây Ban Nha 1,7%, Đan Mạch 1,6%, Malaysia 1,4%. Các nước còn lại 17,8%. Cơ cấu sản phẩm gỗ xuất khẩu bao gồm: bàn ghế ngoài trời 32%, nội thất trong phòng khách, phòng ăn 31,4%, nội thất phòng ngủ 4,1%, đồ gỗ nhà bếp 3,2%. Các loại đồ gỗ khác 17,8% và đồ gỗ kết hợp vật liệu khác 5,1%.

- Thiết bị và công nghệ

Trong tổng số khoảng 2.536 doanh nghiệp chế biến gỗ hiện có thì khoảng hơn 50% số cơ sở chế biến có quy mô nhỏ, trang thiết bị đơn giản phục vụ sơ chế và sản xuất các sản phẩm có chất lượng thấp, phục vụ tiêu thụ nội địa hoặc làm gia công (sơ chế) nguyên liệu phục vụ các doanh nghiệp lớn hơn.

Hiện có khoảng 970 doanh nghiệp chế biến xuất khẩu sản phẩm gỗ (bao gồm doanh nghiệp trực tiếp xuất khẩu và các doanh nghiệp vệ tinh). Trong đó, chỉ với khoảng hơn 400 doanh nghiệp FDI đã tạo ra khoảng hơn 50% giá trị kim ngạch xuất khẩu. Trình độ công nghệ thiết bị và đầu tư cơ sở hạ tầng có sự khác nhau theo vùng.

+ Hiện trạng công nghệ, thiết bị Vùng Đông bằng Bắc bộ và Trung du miền núi phía Bắc
Theo báo cáo của Cục Chế biến, thương mại nông lâm thủy sản và nghề muối thì cứ 15 doanh nghiệp được khảo sát tại các tỉnh Vĩnh Phúc, Phú Thọ, Yên Bái, Lạng Sơn, Thái Nguyên, Hòa Bình lại có 10 doanh nghiệp sản xuất gỗ xẻ (trong đó có đơn vị kết hợp sản xuất ván dán, ván sàn, gỗ xây dựng); Có 3 cơ sở sản xuất đồ nội thất; 2 cơ sở sản xuất ván nhân tạo (tại Thái Nguyên và Yên Bái). Như vậy, khu vực này đang hình thành mạng lưới các cơ sở vệ tinh chuyên sơ chế và cung cấp bán sản phẩm từ nguyên liệu gỗ rừng trồng cho các cơ sở sản xuất đồ mộc nội ngoại thất ở khu vực đồng bằng. Trang thiết bị ở mức trung bình, được mua sắm khoảng 5 – 15 năm trở lại đây. Có một số cơ sở sản xuất đồ nội thất thì thiết bị tinh chế được mua sắm từ 1-5 năm trở lại đây.

+ Hiện trạng công nghệ, thiết bị Vùng Đông

bằng Sông Hồng

Trong 15 doanh nghiệp được khảo sát tại các tỉnh, thành phố Hà Nội, Nam Định, Hải Phòng, Bắc Ninh, Quảng Ninh thì sản phẩm chủ yếu là sản phẩm mộc (nội thất và ngoại thất); gỗ xẻ và ván sàn. Trong đó, tỉnh Bắc Ninh có làng nghề truyền thống sản xuất đồ mộc mỹ nghệ cao cấp tiêu thụ nội địa và xuất khẩu chủ yếu sang Trung Quốc với nguyên liệu chủ yếu từ gỗ rừng tự nhiên. Thực tế cho thấy, trang thiết bị sử dụng ở làng nghề đều ở mức trung bình đến thấp, rất ít cơ sở đầu tư lò sấy, chỉ có một số cơ sở đầu tư lò sấy hơi đốt. Hiện nay, đã có một số đối tác Trung Quốc đầu tư thiết bị chạm khắc tự động để làm dịch vụ cho làng nghề.

+ Hiện trạng công nghệ, thiết bị Vùng Bắc Trung Bộ và Duyên hải Nam Trung Bộ

Với tổng số 10 doanh nghiệp Vùng Bắc Trung Bộ từ Thanh Hóa vào đến Huế được khảo sát cho thấy, phần lớn các doanh nghiệp có công nghệ thiết bị trung bình, thời gian sử dụng thiết bị từ 6 - 15 năm. Còn khi khảo sát 20 doanh nghiệp Vùng Duyên Hải Nam Trung Bộ thì kết quả lại cho thấy, phần lớn các doanh nghiệp sản xuất đồ sản phẩm gỗ ngoại thất và gỗ xẻ với công suất thiết kế trung bình từ 5.000 m³ sản phẩm/năm trở lên. Về công suất hoạt động: có khoảng 30% doanh nghiệp đạt so với công suất thiết kế.

Theo đánh giá của Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam và các chuyên gia, công nghiệp chế biến gỗ Vùng Duyên Hải Nam Trung Bộ chủ yếu tập trung vào sản phẩm gỗ ngoại thất phục vụ xuất khẩu. Nhìn chung, phần lớn (khoảng 80%) thiết bị xẻ gỗ, lò sấy gỗ, thiết bị phụ trợ và dây chuyền hoàn thiện sản phẩm được chế tạo trong nước. Các thiết bị khác được nhập khẩu chủ yếu từ các nước Đài Loan (chủ yếu), Italia, Trung Quốc, Đức... Tuy nhiên thiết bị phụ trợ được sản xuất trong nước.

+ Hiện trạng công nghệ, thiết bị Vùng Tây Nguyên

Khảo sát 20 doanh nghiệp chế biến gỗ khu vực Tây Nguyên cho thấy, hầu hết các doanh nghiệp có công nghệ thiết bị trung bình. Máy móc thiết bị cho công nghiệp chế biến gỗ trong các doanh nghiệp ở Tây Nguyên chủ yếu có nguồn gốc xuất xứ từ Trung Quốc.

+ Hiện trạng công nghệ, thiết bị Vùng Đông Nam Bộ

Đây là vùng có công nghiệp chế biến gỗ phát triển cả về số lượng doanh nghiệp, quy mô, công nghệ thiết bị và có tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu chiếm tỷ lệ lớn so với cả nước. Các tỉnh, thành phố Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai đã trở thành trung tâm chế biến gỗ của Việt Nam (cùng với tỉnh Bình Định tại Vùng Duyên Hải Nam Trung Bộ). Vùng này tập trung nhiều doanh nghiệp lớn, bao gồm các doanh nghiệp FDI.

Theo đánh giá của Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam, nhiều doanh nghiệp tại đây đã đầu tư và đổi mới thiết bị hiện đại để sản xuất đồ mộc nội thất, ngoại thất (chủ yếu phục vụ xuất khẩu). Nhiều doanh nghiệp đã đầu tư mua sắm thiết bị công nghệ đồng bộ, có thể tổ chức sản xuất khép kín, hiện đại từ các nước Đài Loan, Trung Quốc, Đức, Nhật Bản, Italia... Nhiều dây chuyền công nghệ thiết bị được đánh giá tương đương trình độ trong khu vực.

Đây là khu vực tập trung nhiều doanh nghiệp có khả năng giao dịch thương mại quốc tế, vì vậy công tác xử lý ô nhiễm môi trường công nghiệp đã được nhiều doanh nghiệp quan tâm giải quyết để đảm bảo sức khỏe người lao động.

+ Hiện trạng công nghệ, thiết bị Vùng Đồng Bằng Sông Cửu Long

Các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài và các doanh nghiệp trong nước sản xuất đồ gỗ xuất khẩu sử dụng công nghệ thiết bị trung bình và tiên tiến.

Hầu hết các doanh nghiệp nhỏ sản xuất đồ gỗ tiêu thụ nội địa với khối lượng nhỏ sử dụng thiết bị lạc hậu có tuổi đời trên 10 năm. Các doanh nghiệp này gặp khó khăn về tài chính và chưa có khả năng tìm kiếm thị trường là những nguyên nhân chính kìm hãm khả năng đổi mới công nghệ, thiết bị.

Theo kết quả khảo sát và đánh giá của Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam, hiện tại các doanh nghiệp chưa đầu tư nhiều cho công tác nghiên cứu ứng dụng khoa học công nghệ. Tuy nhiên,

công nghiệp chế biến gỗ hiện tại được đánh giá là lĩnh vực kỹ thuật tương đối đơn giản, chưa đòi hỏi kỹ thuật, công nghệ cao... Thực tế có ít doanh nghiệp nghiên cứu cải tiến công nghệ thiết bị để cải thiện chất lượng dây chuyền sản xuất, đồng thời góp phần giảm chi phí đầu tư thiết bị nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh.

Đến nay, rất ít kết quả nghiên cứu khoa học của các đơn vị nghiên cứu, đào tạo được áp dụng vào thực tế sản xuất do nhiều nguyên nhân, trong đó có nguyên nhân chưa theo kịp hoặc chưa đáp ứng nhu cầu thực tế sản xuất.

2.3. Thực trạng năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng

Những điểm mạnh

- Mức độ đáp ứng được yêu cầu của thị trường trong nước về mặt chất lượng: 97,6% các doanh nghiệp được phỏng vấn cho rằng sản phẩm của họ đã đáp ứng được yêu cầu của thị trường trong nước.

- Mẫu mã: Nhìn chung, mẫu mã đồ gỗ gia dụng nước ta tương đối đẹp. Vì thế, 52,4% doanh nghiệp cho rằng mẫu mã sản phẩm là đẹp, có 42,9% ý kiến cho rằng mẫu mã sản phẩm của doanh nghiệp chỉ ở mức trung bình. Sản phẩm chủ yếu là tủ, giường, bàn ghế,... đồ nội thất cao cấp trong gia đình, hoặc các phụ kiện để sản xuất các đồ gỗ nội thất cao cấp hoặc kết hợp với sản phẩm khác để tạo ra đồ nội thất cao cấp trong gia đình,...

- Kiểu dáng: 97,6% doanh nghiệp cho rằng sản phẩm của doanh nghiệp đã đáp ứng được với nhu cầu tiêu dùng trong nước. Tuy nhiên chỉ có 66,7% doanh nghiệp cho rằng sản phẩm của họ đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng của các nước trên thế giới.

- Giá thành sản phẩm: Các doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng có mức giá thành sản phẩm chỉ ở mức trung bình (69,1% ý kiến của các doanh nghiệp). Tuy nhiên vẫn có 23,8% doanh nghiệp sản xuất ra sản phẩm với giá thành ở mức thấp do tận dụng được nguồn nguyên liệu và chi phí nhân công ở mức tiết kiệm. Được minh họa ở bảng 4.

Bảng 4: Một số chỉ tiêu đánh giá năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng điều tra

Tiêu chí	Tỷ lệ	Tiêu chí	Tỷ lệ
- SP chưa đăng ký chất lượng	100	- Về khả năng tiếp cận thị trường + Có khả năng + Sẽ có khả năng + Không có khả năng	52,4 14,3 33,3
- Chất lượng sản phẩm đáp ứng được yêu cầu trong nước	97,6	- Khả năng hoàn thiện sản phẩm + Nhanh chóng + Trung bình + Chậm	54,8 33,3 11,9
- Chất lượng sản phẩm đáp ứng được yêu cầu thị trường nước ngoài	-	- Trình độ năng lực quản lý: + Tốt + TB + Kém	28,6 66,7 4,8
- Mức độ đáp ứng yêu cầu của đơn đặt hàng	-	- Về đào tạo + Chủ DN Chưa được đào tạo + Chủ DN được đào tạo	47,6 52,4
- Mẫu mã sản phẩm Trong đó: + Đẹp + Trung bình + Xấu	64,3 52,4	- Nhu cầu về đào tạo quản trị KD + Không có nhu cầu + Có nhu cầu	57,1 42,9
- Kiểu cách sản phẩm đáp ứng được thị trường trong nước	42,9	- Trang thiết bị hiện nay của DN + Hiện đại + Trung bình + Lạc hậu	33,3 35,7 31,0
- Kiểu cách sản phẩm đáp ứng được thị trường nước ngoài	97,6	- Khả năng đổi mới Trang thiết bị	57,1
- Mẫu mã ít	66,7	- Khả năng nắm bắt nhu cầu của khách hàng: + Nhanh chóng + Trung bình + Chậm	52,4 38,1 9,5
- Quy mô sản phẩm: + Lớn + Trung bình + Nhỏ	- 38,1 61,9	- Về thương hiệu sản phẩm + Đã có thương hiệu + Chưa có thương hiệu	90,5
- Giá thành sản phẩm: + Cao + TB + Thấp	69,1 23,8	- Uy tín của DN	100
- Giá bán: + Cao + Trung bình + Thấp	23,8	- Quan hệ xã hội	-
- DN có khả năng cạnh tranh với các DN trong nước	92,9	- Kinh nghiệm đàm phán của doanh nghiệp	-
- DN có khả năng cạnh tranh với các DN nước ngoài	-	- DN Đã ký kết HĐ	-

Nguồn: Đề tài “Nghiên cứu chính sách và giải pháp nâng cao năng cạnh tranh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong lĩnh vực sản xuất, chế biến và tiêu thụ nông. Lâm sản trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế”.

- Tỷ suất lợi nhuận
Về tổng thể, hoạt động trong ngành hàng đồ gỗ gia dụng là có hiệu quả nên tỷ suất

lợi nhuận tính bình quân chung cho các loại hình doanh nghiệp ngày càng tăng lên, được thể hiện ở bảng 5.

Bảng 5: Tỷ suất lợi nhuận bình quân của doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng

Tỷ suất lợi nhuận	2005	2006	2007
Công ty cổ phần	-5,81	2,72	1,72
Công ty TNHH	1,52	1,47	1,54
DN tư nhân	0,46	0,05	-0,18
Bình quân 1 doanh nghiệp	2,96	3,41	3,51

Nguồn: Đề tài “Nghiên cứu chính sách và giải pháp nâng cao năng cạnh tranh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong lĩnh vực sản xuất, chế biến và tiêu thụ nông, lâm sản trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế”.

Những điểm yếu

- *Quy cách sản phẩm:* Chưa được hoàn hảo, bởi các lý do sau: Công nghệ còn kém, năng lực sản xuất còn hạn chế (về vốn, kỹ thuật, tay nghề người thợ...). Sản phẩm của doanh nghiệp chưa bóng, còn bị bong sơn, mẫu mã, kiểu cách, độ bền, độ tinh xảo chưa cao.

- *Quy mô sản phẩm:* Quy mô sản phẩm của doanh nghiệp được đánh giá dựa trên căn cứ quy mô sản phẩm tiêu thụ trên thị trường và quy mô sản phẩm sản xuất của doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu cho thấy 61,9% doanh nghiệp có quy mô nhỏ; 38,1% có quy mô trung bình, không doanh nghiệp nào cho là doanh nghiệp đang đứng ở quy mô lớn.

- *Giá bán:* Do công nghệ máy móc thiết bị của doanh nghiệp còn lạc hậu, chủ yếu là thủ công, nguồn nguyên liệu chất lượng chưa đảm bảo nên giá bán sản phẩm còn thấp. Một số doanh nghiệp xuất khẩu sang được thị trường nước ngoài thường phải bán sản phẩm với giá thấp hơn mặt bằng chung trên thị trường thế giới.

- *Khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp với các doanh nghiệp nước ngoài:* ít có khả năng

- *Khả năng tiếp cận thị trường:* Khả năng tiếp cận thị trường của doanh nghiệp còn hạn chế, chỉ có 52,38% doanh nghiệp bán trực tiếp được hàng hoá không phải qua đơn vị trung gian, còn lại 33,3% số doanh nghiệp phải bán sản phẩm qua các đơn vị trung gian (làm theo hợp đồng), từ đó sản phẩm mới được đưa đi tiêu thụ.

- *Trình độ năng lực quản lý của doanh nghiệp:* Hầu hết, chủ doanh nghiệp cho rằng trình độ của

họ chỉ đạt ở mức trung bình (66,7% ý kiến).

- *Về trang thiết bị của doanh nghiệp:* Máy móc thiết bị của doanh nghiệp chủ yếu được sản xuất tại Việt Nam & Trung Quốc nên mức độ hiện đại chỉ ở mức trung bình, một số công đoạn vẫn là chế biến thủ công.

- *Khả năng đổi mới trang thiết bị của doanh nghiệp còn chậm:* 57,1% doanh nghiệp không có khả năng đổi mới trang thiết bị do hạn chế về nguồn vốn.

- *Khả năng nắm bắt nhu cầu của khách hàng:* còn nhiều hạn chế, bởi các doanh nghiệp thường sản xuất theo đơn đặt hàng của các bạn hàng.

- *Về thương hiệu của sản phẩm:* Thương hiệu chưa được các doanh nghiệp chú ý nên 90,5% doanh nghiệp được phỏng vấn chưa có thương hiệu riêng, tuy nhiên một số doanh nghiệp xuất khẩu hàng hoá ra thị trường nước ngoài đã có chứng nhận nguồn gốc, xuất xứ sản phẩm.

- *Về kinh nghiệm đàm phán:* Kinh nghiệm đàm phán của doanh nghiệp kém nên các doanh nghiệp này khi ký kết hợp đồng với người nước ngoài thường gặp phải những khó khăn trở ngại về luật pháp quốc tế và thường bị thua thiệt trong khi thực hiện các hợp đồng giao dịch hàng hóa.

- *Chi phí sản xuất và giá thành sản phẩm:* Khó xác định do phụ thuộc vào loại sản phẩm và độ bền màu.

- *Tỷ suất lợi nhuận:* Các doanh nghiệp hoạt động trong ngành hàng này ngày càng có hiệu quả nên tỷ suất lợi nhuận tính bình quân chung cho các loại hình doanh nghiệp ngày càng tăng

Bảng 4: Một số chỉ tiêu đánh giá năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng điều tra

Tiêu chí	Tỷ lệ	Tiêu chí	Tỷ lệ
- SP chưa đăng ký chất lượng	100	- Về khả năng tiếp cận thị trường + Có khả năng + Sẽ có khả năng + Không có khả năng	52,4 14,3 33,3
- Chất lượng sản phẩm đáp ứng được yêu cầu trong nước	97,6	- Khả năng hoàn thiện sản phẩm + Nhanh chóng + Trung bình + Chậm	54,8 33,3 11,9
- Chất lượng sản phẩm đáp ứng được yêu cầu thị trường nước ngoài	-	- Trình độ năng lực quản lý: + Tốt + TB + Kém	28,6 66,7 4,8
- Mức độ đáp ứng yêu cầu của đơn đặt hàng	-	- Về đào tạo + Chủ DN Chưa được đào tạo + Chủ DN được đào tạo	47,6 52,4
- Mẫu mã sản phẩm Trong đó: + Đẹp + Trung bình + Xấu	64,3 52,4	- Nhu cầu về đào tạo quản trị KD + Không có nhu cầu + Có nhu cầu	57,1 42,9
- Kiểu cách sản phẩm đáp ứng được thị trường trong nước	42,9	- Trang thiết bị hiện nay của DN + Hiện đại + Trung bình + Lạc hậu	33,3 35,7 31,0
- Kiểu cách sản phẩm đáp ứng được thị trường nước ngoài	97,6	- Khả năng đổi mới Trang thiết bị	57,1
- Mẫu mã ít	66,7	- Khả năng nắm bắt nhu cầu của khách hàng: + Nhanh chóng + Trung bình + Chậm	52,4 38,1 9,5
- Quy mô sản phẩm: + Lớn + Trung bình + Nhỏ	- 38,1 61,9	- Về thương hiệu sản phẩm + Đã có thương hiệu + Chưa có thương hiệu	90,5
- Giá thành sản phẩm: + Cao + TB + Thấp	69,1 23,8	- Uy tín của DN	100
- Giá bán: + Cao + Trung bình + Thấp	23,8	- Quan hệ xã hội	-
- DN có khả năng cạnh tranh với các DN trong nước	92,9	- Kinh nghiệm đàm phán của doanh nghiệp	-
- DN có khả năng cạnh tranh với các DN nước ngoài	-	- DN Đã ký kết HĐ	-

Nguồn: Đề tài “Nghiên cứu chính sách và giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong lĩnh vực sản xuất, chế biến và tiêu thụ nông. Lâm sản trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế”.

- Tỷ suất lợi nhuận
Về tổng thể, hoạt động trong ngành hàng đồ gỗ gia dụng là có hiệu quả nên tỷ suất

lợi nhuận tính bình quân chung cho các loại hình doanh nghiệp ngày càng tăng lên, được thể hiện ở bảng 5.

Bảng 5: Tỷ suất lợi nhuận bình quân của doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng

Tỷ suất lợi nhuận	2005	2006	2007
Công ty cổ phần	-5,81	2,72	1,72
Công ty TNHH	1,52	1,47	1,54
DN tư nhân	0,46	0,05	-0,18
Bình quân 1 doanh nghiệp	2,96	3,41	3,51

Nguồn: Đề tài “Nghiên cứu chính sách và giải pháp nâng cao năng cạnh tranh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong lĩnh vực sản xuất, chế biến và tiêu thụ nông, lâm sản trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế”.

Những điểm yếu

- *Quy cách sản phẩm:* Chưa được hoàn hảo, bởi các lý do sau: Công nghệ còn kém, năng lực sản xuất còn hạn chế (về vốn, kỹ thuật, tay nghề người thợ...). Sản phẩm của doanh nghiệp chưa bóng, còn bị bong sơn, mẫu mã, kiểu cách, độ bền, độ tinh xảo chưa cao.

- *Quy mô sản phẩm:* Quy mô sản phẩm của doanh nghiệp được đánh giá dựa trên căn cứ quy mô sản phẩm tiêu thụ trên thị trường và quy mô sản phẩm sản xuất của doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu cho thấy 61,9% doanh nghiệp có quy mô nhỏ; 38,1% có quy mô trung bình, không doanh nghiệp nào cho là doanh nghiệp đang đứng ở quy mô lớn.

- *Giá bán:* Do công nghệ máy móc thiết bị của doanh nghiệp còn lạc hậu, chủ yếu là thủ công, nguồn nguyên liệu chất lượng chưa đảm bảo nên giá bán sản phẩm còn thấp. Một số doanh nghiệp xuất khẩu sang được thị trường nước ngoài thường phải bán sản phẩm với giá thấp hơn mặt bằng chung trên thị trường thế giới.

- *Khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp với các doanh nghiệp nước ngoài:* ít có khả năng

- *Khả năng tiếp cận thị trường:* Khả năng tiếp cận thị trường của doanh nghiệp còn hạn chế, chỉ có 52,38% doanh nghiệp bán trực tiếp được hàng hoá không phải qua đơn vị trung gian, còn lại 33,3% số doanh nghiệp phải bán sản phẩm qua các đơn vị trung gian (làm theo hợp đồng), từ đó sản phẩm mới được đưa đi tiêu thụ.

- *Trình độ năng lực quản lý của doanh nghiệp:* Hầu hết, chủ doanh nghiệp cho rằng trình độ của

họ chỉ đạt ở mức trung bình (66,7% ý kiến).

- *Về trang thiết bị của doanh nghiệp:* Máy móc thiết bị của doanh nghiệp chủ yếu được sản xuất tại Việt Nam & Trung Quốc nên mức độ hiện đại chỉ ở mức trung bình, một số công đoạn vẫn là chế biến thủ công.

- *Khả năng đổi mới trang thiết bị của doanh nghiệp còn chậm:* 57,1% doanh nghiệp không có khả năng đổi mới trang thiết bị do hạn chế về nguồn vốn.

- *Khả năng nắm bắt nhu cầu của khách hàng:* còn nhiều hạn chế, bởi các doanh nghiệp thường sản xuất theo đơn đặt hàng của các bạn hàng.

- *Về thương hiệu của sản phẩm:* Thương hiệu chưa được các doanh nghiệp chú ý nên 90,5% doanh nghiệp được phỏng vấn chưa có thương hiệu riêng, tuy nhiên một số doanh nghiệp xuất khẩu hàng hoá ra thị trường nước ngoài đã có chứng nhận nguồn gốc, xuất xứ sản phẩm.

- *Về kinh nghiệm đàm phán:* Kinh nghiệm đàm phán của doanh nghiệp kém nên các doanh nghiệp này khi ký kết hợp đồng với người nước ngoài thường gặp phải những khó khăn trở ngại về luật pháp quốc tế và thường bị thua thiệt trong khi thực hiện các hợp đồng giao dịch hàng hóa.

- *Chi phí sản xuất và giá thành sản phẩm:* Khó xác định do phụ thuộc vào loại sản phẩm và độ bền màu.

- *Tỷ suất lợi nhuận:* Các doanh nghiệp hoạt động trong ngành hàng này ngày càng có hiệu quả nên tỷ suất lợi nhuận tính bình quân chung cho các loại hình doanh nghiệp ngày càng tăng

lên. Nhưng việc kinh doanh của các doanh nghiệp trong ngành hàng này còn bấp bênh, không ổn định (do bị phụ thuộc vào thị trường nước ngoài). Vì thế, một số doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng vẫn còn bị thua lỗ và không ổn định.

Đánh giá chung:

Các doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng chỉ có một số điểm mạnh như: đáp ứng được yêu cầu của thị trường trong nước về mặt chất lượng, mẫu mã và kiểu dáng sản phẩm; và giá thành sản phẩm thấp phù hợp với thị trường trong nước. Tuy nhiên, điểm yếu của doanh nghiệp ngành hàng này còn rất nhiều, có thể kể đến là: quy mô sản phẩm nhỏ, giá bán sản phẩm thấp; ít có khả năng cạnh tranh với các doanh nghiệp nước ngoài; khả năng tiếp cận thị trường của doanh nghiệp vẫn còn hạn chế; trang thiết bị lạc hậu (một số công đoạn còn làm thủ công) nhưng khả năng đổi mới trang thiết bị của doanh nghiệp còn chậm; khả năng nắm bắt nhu cầu của khách hàng hạn chế (doanh nghiệp thường bị động do sản xuất theo đơn đặt hàng); trình độ quản lý hạn chế; doanh nghiệp chưa chú ý đến việc xây dựng thương hiệu và cũng chưa có kinh nghiệm đàm phán với các đối tác nước ngoài.

Hiện nay, các doanh nghiệp phải nhập khẩu tới 80% gỗ nguyên liệu. Giá nguyên liệu gỗ đang tăng (ước tính trong 3 năm qua, giá nguyên liệu gỗ vào Việt Nam đã tăng từ 20-22%) do nạn cháy rừng, môi trường suy thoái.... Để đảm bảo nguồn nguyên liệu đầu vào cho sản xuất, chúng tôi cho rằng cần phải quy hoạch vùng trồng rừng nguyên liệu đảm bảo cung cấp đủ nguyên liệu cho ngành công nghiệp chế biến gỗ (trong đó có ngành hàng đồ gỗ gia dụng).

Việt Nam đã gia nhập WTO được hơn 8 năm, doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ Việt Nam vẫn thể hiện năng lực cạnh tranh kém. Các hợp đồng đã ký của doanh nghiệp với đối tác đều đi kèm với các mẫu mã thiết kế riêng theo đơn đặt hàng; và để đáp ứng yêu cầu khắt khe của người mua sản phẩm hàng hóa, nhà sản xuất buộc phải đầu tư thêm phân xưởng gia công. Đây là khó khăn rất lớn của ngành sản xuất đồ gỗ gia dụng do các doanh nghiệp ngành hàng này còn thiếu vốn và ít có khả năng đầu tư máy móc thiết bị hiện đại.

Mặt khác, nhiều doanh nghiệp chưa có sản

phẩm thương hiệu của mình dẫn đến tình trạng sao chép, kiểu dáng, mẫu mã sản phẩm gây rối loạn thị trường. Vì vậy, để nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng, mỗi doanh nghiệp cần đăng ký bản quyền thương hiệu để không bị các doanh nghiệp khác bắt chước sản xuất ra các sản phẩm kém chất lượng đưa ra thị trường tiêu thụ làm ảnh hưởng đến uy tín của doanh nghiệp.

Các doanh nghiệp đồ gỗ gia dụng nước ta hiện nay có quy mô nhỏ, phân tán, phát triển tự phát, thiếu sự liên kết nên dù sản phẩm đạt chất lượng tương đương hàng nước ngoài và giá bán lại thấp hơn 20% (do giá nhân công rẻ) so với hàng hóa cùng loại, nhưng vẫn khó cạnh tranh do đó cần phải định hướng và quy hoạch ngành hàng đồ gỗ gia dụng để có hướng đầu tư hỗ trợ phù hợp.

Do ít vốn nên đa số các doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng nước ta không có đủ chi phí để tiếp thị sản phẩm, quảng bá thương hiệu ra thị trường nước ngoài. Vì thế, việc nắm bắt cơ cấu sản phẩm và nhu cầu, sở thích về đồ gỗ của thị trường nước ngoài bị hạn chế. Cho nên, Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm và hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng thương hiệu.

3. Các giải pháp nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng Việt Nam sau 8 năm gia nhập WTOs

3.1. Về quy hoạch

3.1.1. Quy hoạch đất đai

Tổng diện tích rừng sản xuất được quy hoạch là 8,4 triệu ha, trong đó có 3,63 triệu ha rừng tự nhiên và 4,15 triệu ha rừng trồng; chú trọng xây dựng các vùng rừng nguyên liệu tập trung cung cấp cho ngành công nghiệp chế biến gỗ (phần đầu đến năm 2020 đạt 20 - 24 triệu m³/năm, trong đó có 10 triệu m³ gỗ lớn).

3.1.2. Quy hoạch theo vùng

a) Vùng trung du miền núi phía Bắc

Tiểu vùng Tây Bắc (Điện Biên, Lai Châu, Sơn La, Hòa Bình): Xây dựng vùng nguyên liệu cho công nghiệp chế biến gỗ. Ưu tiên phát triển chế biến gỗ đặc thù quy mô nhỏ, phù hợp với đặc điểm của vùng.

Tiểu vùng Đông Bắc (Hà Giang, Cao Bằng, Bắc Cạn, Lào Cai, Tuyên Quang, Yên Bái, Lạng

Son, Thái Nguyên, Quảng Ninh, Vĩnh Phúc, Phú Thọ, Bắc Giang, Bắc Ninh): Xây dựng các vùng nguyên liệu gắn với công nghiệp chế biến, đáp ứng cơ bản nhu cầu dăm, trụ mỏ và đồ mộc trên cơ sở thâm canh 1,5 triệu ha rừng sản xuất (bao gồm cả rừng tự nhiên và rừng trồng) và sử dụng các lập địa có năng suất cao trong gần 1 triệu ha đất trống đồi trọc để trồng rừng nguyên liệu công nghiệp tập trung;

Xây dựng cụm công nghiệp chế biến - thương mại lâm sản cho miền Bắc trong khu tam giác phát triển Hà Nội - Hải phòng - Quảng Ninh và các vùng phụ cận. Phát triển các làng nghề chế biến lâm sản. Xây dựng thêm một nhà máy ván MDF công suất 100.000 m³ sản phẩm/năm và hiện đại hóa các nhà máy đã có như ván nhân tạo Việt Trì, Thái Nguyên v.v... Đẩy mạnh xuất khẩu, chú ý thị trường Trung Quốc;

b) Vùng đồng bằng Bắc Bộ (Hà Nội, Hải Phòng, Hà Tây, Hải Dương, Hưng Yên, Hà Nam, Nam Định, Thái Bình, Ninh Bình) Đẩy mạnh trồng cây phân tán nhằm đáp ứng một phần nhu cầu nguyên liệu cho sản xuất ngành hàng đồ gỗ gia dụng;

Đổi mới công nghệ và tăng cường năng lực cho các doanh nghiệp và các làng nghề truyền thống chế biến đồ mộc và lâm sản ngoài gỗ.

c) Vùng Bắc Trung Bộ (Thanh Hoá, Nghệ An, Hà Tĩnh, Quảng Bình, Quảng Trị, Thừa Thiên Huế)

Xây dựng và phát triển các vùng nguyên liệu gỗ gắn với công nghiệp chế biến để hình thành các vùng công nghiệp chế biến lâm sản của các địa phương trên cơ sở tiềm năng và thị trường. Đẩy mạnh chế biến đồ mộc (trước mắt là dăm giáy) và phát triển các làng nghề nông thôn;

d) Khu vực Đông Nam Bộ

Củng cố mạng lưới cơ sở chế biến gỗ hiện có tại các tỉnh, thành phố Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bình Dương, đồng thời khuyến khích hình thành các hệ thống chế biến theo hướng chuyên môn hóa cao.

e) Vùng Duyên hải - Nam Trung Bộ (Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Ngãi, Bình Định, Phú Yên, Khánh Hoà, Ninh Thuận, Bình Thuận)

Xây dựng vùng trọng điểm trồng rừng nguyên liệu công nghiệp gắn với khu chế biến xuất khẩu tập trung trọng điểm từ Quy Nhơn đến Đà Nẵng.

Nâng cấp công nghệ và thiết bị trong chế biến đồ mộc xuất khẩu và ván nhân tạo;

Xây dựng thêm nhà máy ván dăm công suất trên 100.000 m³ sản phẩm/năm.

f) Vùng Tây Nguyên (Gia Lai, Kon Tum, Đắk Lắk, Đắk Nông và Lâm Đồng)

Tiến hành ngay việc xác định lâm phận ổn định cho Tây nguyên để hình thành các khu rừng sản xuất cung cấp gỗ lớn;

Phát huy tiềm năng lập địa để trồng rừng đa mục đích (gỗ lớn, gỗ nhỏ,...), nhằm cung cấp cơ bản nhu cầu nguyên liệu lâm sản cho các trung tâm chế biến của Tây nguyên và các tỉnh duyên hải Nam Trung Bộ.

Tăng cường năng lực, nâng cấp thiết bị và công nghệ cho các cụm công nghiệp chế biến lâm sản Buôn Ma Thuột, Buôn Hồ, Pleiku, An Khê, Kon Tum...

g) Vùng Đông Nam Bộ (thành phố Hồ Chí Minh, Bình Phước, Tây Ninh, Bình Dương, Đồng Nai, Bà Rịa - Vũng Tàu)

Đẩy mạnh trồng rừng thâm canh cung cấp một phần nguyên liệu cho cụm công nghiệp chế biến đồ gỗ gia dụng xuất khẩu thành phố Hồ Chí Minh - Biên Hoà - Bình Dương - Vũng Tàu.

h) Vùng đồng bằng sông Cửu Long (Long An, Đồng Tháp, An Giang, Tiền Giang, Hậu Giang, Vĩnh Long, Bến Tre, Kiên Giang, Cần Thơ, Trà Vinh, Sóc Trăng, Bạc Liêu, Cà Mau)

Xây dựng các cơ sở chế biến đồ gỗ gia dụng có quy mô thích hợp, ưu tiên nghiên cứu sử dụng nguyên liệu đước, tràm, bạch đàn... để sản xuất ván nhân tạo và đồ mộc cho tiêu dùng nội địa và xuất khẩu.

3.2. Về nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp ngành hàng đồ gỗ gia dụng

* Định hướng xuất, nhập khẩu đồ gỗ gia dụng

Để phù hợp với xu thế hội nhập quốc tế, công nghiệp chế biến gỗ sẽ phát triển theo hướng không tự cung, tự cấp toàn bộ nguyên liệu. Hiện nay, Việt Nam vẫn phải nhập nguyên liệu để phục vụ cho chế biến xuất khẩu và một phần tiêu dùng nội địa. Cần tổ chức tốt việc nhập khẩu nguyên liệu gỗ; đồng thời tăng cường trồng rừng nguyên liệu gỗ lớn để từng bước đáp ứng nhu cầu nguyên liệu cho chế biến, giảm dần sự phụ thuộc vào nguyên liệu nhập khẩu và nâng cao giá trị gia tăng của các sản phẩm chế biến;

Các mặt hàng xuất khẩu mũi nhọn là đồ gỗ nội thất, đồ gỗ ngoài trời, đồ mộc mỹ nghệ. Chú ý các thị trường lớn là Mỹ, Liên minh châu Âu và Nhật Bản; Đa dạng hoá và không ngừng nâng cao chất lượng, mẫu mã sản phẩm chế biến cho phù hợp với thị hiếu khách hàng trong và ngoài nước. Đẩy mạnh xây dựng thương hiệu và cấp chứng chỉ cho các mặt hàng xuất khẩu.

*** Về cơ chế chính sách**

- Xây dựng cơ chế bảo đảm cho tất cả các thành phần kinh tế tham gia sản xuất lâm nghiệp được tiếp cận và vay vốn dài hạn phù hợp với chu kỳ kinh doanh cây lâm nghiệp từ các nguồn vốn đầu tư và tín dụng một cách bình đẳng;

- Đề thu hút, hấp dẫn các nhà đầu tư, đặc biệt đầu tư nước ngoài, cần xây dựng môi trường đầu tư minh bạch và ổn định, bảo đảm quyền sở hữu công nghiệp rõ ràng, quyền sử dụng đất, sử dụng và sở hữu rừng lâu dài, cung cấp các thông tin chính xác về cơ hội đầu tư và tài nguyên rừng, đơn giản hoá các thủ tục thành lập doanh nghiệp. Có chính sách hướng đầu tư của Nhà nước từ đầu tư trực tiếp sang đầu tư gián tiếp (cơ sở hạ tầng, giống, khoa học công nghệ...), tạo thuận lợi cho doanh nghiệp tư nhân đầu tư sản xuất và chế biến gỗ;

- Có chính sách khuyến khích mọi thành phần kinh tế, đặc biệt là tư nhân trong ngoài nước đầu tư vào kinh doanh rừng và chế biến gỗ. Miễn thuế sử dụng đất lâm nghiệp cho các doanh nghiệp, hộ gia đình, cá nhân sản xuất lâm nghiệp trong chu kỳ đầu; miễn giảm thuế cho doanh nghiệp chế biến gỗ mới xây dựng hoặc đổi mới công nghệ.

- Khuyến khích và hỗ trợ thành lập các hội, hiệp hội của các nhà sản xuất kinh doanh lâm nghiệp, chế biến và xuất, nhập khẩu lâm sản;

- Tăng cường áp dụng công nghệ và thiết bị hiện đại trong chế biến lâm sản, coi đầu tư nước ngoài như là một kênh chuyển giao công nghệ mới.

- Từng bước tạo hành lang pháp lý thuận lợi và cải thiện môi trường đầu tư để thu hút nguồn vốn đầu tư trực tiếp FDI từ các nhà đầu tư nước ngoài đặc biệt trong lĩnh vực trồng rừng nguyên liệu công nghiệp, chế biến lâm sản và chuyển giao công nghệ;

- Nhà nước nên có chính sách hỗ trợ xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm và hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng thương hiệu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

■ Bộ Công Thương (2008), Diễn đàn Thương mại & Đầu tư VN sau khi gia nhập WTO.

■ Cục chế biến, thương mại nông, lâm thủy sản và nghề muối (2010), Báo cáo Quy hoạch công nghiệp chế biến gỗ Việt Nam đến năm 2015 và định hướng đến năm 2025.

■ Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (2009), Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh của Việt Nam năm 2008, Đánh giá chất lượng điều hành kinh tế để thúc đẩy sự phát triển của khu vực kinh tế tư nhân, Báo cáo Nghiên cứu chính sách VNCI.

■ Quyết định số 18/2007/QĐ-TTg ngày 05 tháng 02 năm 2007 của Thủ tướng Chính phủ về Phê duyệt Chiến lược phát triển lâm nghiệp Việt Nam giai đoạn 2006 – 2020.

■ Trần Sừ (2006), Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong điều kiện toàn cầu hóa, Nhà xuất bản Lao động.

■ Trần Thị Thu Thủy, đề tài Khoa học cấp bộ - Bộ NN và PTNT 2009-2010 “Nghiên cứu chính sách và giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong lĩnh vực sản xuất, chế biến và tiêu thụ nông - lâm sản trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế” Chủ nhiệm đề tài.

■ Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế trung ương (2006), Tác động của hội nhập kinh tế quốc tế đến sản xuất, chế biến và tiêu thụ một số nông sản ở Việt Nam: qua nghiên cứu chè, cà phê, điều, Nhà xuất bản lý luận Chính trị