

**Thông tin
KHOA HỌC LÂM NGHIỆP**

- **LÂM HỌC**
- **QUẢN LÝ TÀI NGUYÊN RỪNG VÀ MÔI TRƯỜNG**
- **CƠ ĐIỆN VÀ CÔNG TRÌNH**
- **CHẾ BIẾN LÂM SẢN**
- **KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH**
- **LÝ LUẬN CHÍNH TRỊ**

SỐ THÁNG 10 - 2012

BIÊN TẬP VÀ XUẤT BẢN

TS. PHẠM MINH ĐỨC
ThS. PHẠM LÊ HOA
CN. NGUYỄN VĂN QUẾ
KS. VŨ THỊ THOAN

ISSN:1859-3828

XUẤT BẢN VÀ PHÁT HÀNH TẠI
THƯ VIỆN ĐẠI HỌC LÂM NGHIỆP

- Bùi Mai Hương. Nghiên cứu tính đa dạng về hình thái, giải phẫu của các loài nấm mục gỗ tại Vườn quốc gia Ba Vì – Hà Nội. 61 - 67
- Trần Thị Hương. Nghiên cứu hàm lượng kim loại nặng trong đất trồng rau khu vực thị trấn Xuân Mai – Chương Mỹ - Hà Nội. 68 - 73
- Nguyễn Thị Quỳnh Chi, Nguyễn Đức Mạnh, Vũ Ngọc Hùng. Cải thiện tính chất sắt điện và áp điện của màng mỏng dị lớp PZT. 74 - 80
- Lê Thị Huệ. Nghiên cứu phương pháp kiểm tra ổn định thắm trong thân đập đất khi khai thác – vận hành. 81 - 92
- Đinh Hải Lĩnh. Mô hình hóa và mô phỏng sự cố kẹt rotor của động cơ không đồng bộ bằng bộ công cụ Simpowersystem của phần mềm Matlab. 93 - 98
- Lưu Bích Linh. Mô phỏng chuyển động cơ học trên máy tính bằng phần mềm MatLab. 99 - 105
- Nguyễn Vũ Cẩm Bình. Tính toán các cơ chế đồng bộ pha của tinh thể phi tuyến đơn trục âm trong cơ chế phát hài bậc hai. 106 - 111
- Nguyễn Thị Minh Nguyệt, Lê Quang Diễm. Nghiên cứu tách chiết một số hợp chất tự nhiên từ lá cây Keo tai tượng. 112 - 117
- Nguyễn Thị Ngọc Bích. Nguyên tắc, chính sách bảo vệ và phát triển rừng theo quy định của pháp luật hiện hành. 118 - 123
- Nguyễn Thị Xuân Hương. Sắp xếp đổi mới lâm trường quốc doanh ở Việt Nam. 124 - 129
- Vũ Thị Minh Ngọc. Tìm hiểu về hàng rào phi thuế quan của một số thị trường đối với mặt hàng đồ gỗ xuất khẩu của Việt Nam. 130 - 139
- Đỗ Thị Diệu. Năng lực công tác của lao động nữ trường Đại học Lâm nghiệp. 140 - 148

TÌM HIỂU VỀ HÀNG RÀO PHI THUẾ QUAN CỦA MỘT SỐ THỊ TRƯỜNG ĐỐI VỚI MẶT HÀNG ĐỒ GỖ XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM

Vũ Thị Minh Ngọc¹

TÓM TẮT

Tìm hiểu về các hàng rào phi thuế quan của một số thị trường đối với đồ gỗ Việt Nam là một trong những vấn đề nghiên cứu quan trọng nhằm thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam ra thế giới. Trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế toàn cầu, việc đẩy mạnh xuất khẩu, phát huy lợi thế so sánh của ngành gỗ Việt Nam không những giúp gia tăng sự phát triển của ngành gỗ nói chung mà còn góp phần giảm thiểu những ảnh hưởng của suy thoái tới tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, quá trình tự do hoá thương mại dù đã tạo điều kiện thuận lợi rất lớn cho hoạt động xuất khẩu đồ gỗ nhưng cũng làm nảy sinh thêm rất nhiều những qui định mới, khắt khe hơn như qui định về nhãn mác của châu Âu, thủ tục hải quan phức tạp và những qui định về chứng chỉ, tiêu chuẩn Mỹ. Việc tìm hiểu sơ lược những qui định này sẽ góp phần làm sáng tỏ một số khó khăn mà xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam đang gặp phải. Từ những phân tích này, chúng ta có thể đưa ra một số giải pháp chung góp phần giúp đồ gỗ Việt Nam vượt qua khỏi những rào cản này và nhờ đó, thúc đẩy tăng trưởng xuất khẩu gỗ.

Từ khóa: Hàng rào, hàng rào phi thuế quan, đồ gỗ xuất khẩu, thị trường gỗ xuất khẩu, qui định.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Theo dự báo của Liên Hiệp Quốc, dân số sẽ tăng thêm 2,5 tỷ người vào năm 2020. Sự gia tăng dân số thế giới này cùng với kinh tế tăng trưởng ở các quốc gia, khu vực sẽ làm gia tăng nhu cầu tiêu dùng các nông, lâm sản nói chung và mặt hàng gỗ nói riêng. Hiện nay nhu cầu tiêu thụ sản phẩm gỗ trên thế giới tăng đáng kể, với mức tăng tối thiểu 8%/năm. Theo thống kê sơ bộ của Tổng cục Thống kê Liên hiệp quốc (Comtrade Data), nhập khẩu các mặt hàng đồ gỗ của thị trường thế giới đã lên đến hàng trăm tỉ đô la Mỹ. Trong đó, nước nhập khẩu nhiều nhất là Mỹ, kế đến là Đức, Pháp, Anh và Nhật Bản. Điều này sẽ mở ra những cơ hội cho lĩnh vực xuất khẩu đồ gỗ, hiện đang là ngành có thế mạnh của Việt Nam. Hiện tại, các sản phẩm đồ gỗ của Việt Nam có mặt ở 120 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới.

Tuy vậy quá trình xuất khẩu đồ gỗ gặp không ít khó khăn do gặp phải những rào cản phi thuế quan trong chính sách nhập khẩu sản phẩm đồ gỗ của một số nước. Tiến trình tự do hoá thương

mại đang được tăng tốc bởi các hàng rào phi thuế quan cũng sẽ bị cắt giảm. Tuy nhiên điều này không có nghĩa là các nhà xuất khẩu Việt Nam có thể dễ dàng tiếp cận vào các thị trường nhập khẩu đồ gỗ trên thế giới. Việc tiếp cận các thị trường này trở nên khó khăn hơn nhiều do việc tăng những quy định và các yêu cầu thị trường trong các khía cạnh về an toàn, sức khỏe, chất lượng, các vấn đề môi trường và xã hội.

Chính vì vậy, việc tìm hiểu về hàng rào phi thuế quan đối với mặt hàng đồ gỗ có xuất xứ từ Việt Nam của một số thị trường là hết sức cần thiết.

II. NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

1. Nội dung nghiên cứu

- Tình hình xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam: kim ngạch xuất khẩu và các thị trường chính.

- Nội dung và tác động của hàng rào phi thuế quan của một số thị trường chính đối với sản phẩm đồ gỗ xuất khẩu của Việt Nam.

- Các giải pháp nhằm tăng khả năng vượt qua được những hàng rào phi thuế quan đó của mặt hàng đồ gỗ xuất khẩu của Việt Nam.

¹ThS. Khoa KT & QTKD - ĐHLN

2. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp thu thập số liệu: Tài liệu, số liệu được sử dụng trong bài viết này chủ yếu được kế thừa và tổng hợp từ các nghiên cứu đã được công bố trên sách, báo, tạp chí và các trang thông tin điện tử chính thức của các bộ ngành liên quan.

- Phương pháp phân tích và xử lý số liệu: Số liệu trong bài báo được xử lý bằng các phần mềm Excel, Stata ... Bài báo cũng được tham vấn ý kiến của một số chuyên gia trong lĩnh vực có liên quan.

III. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

1. Tình hình xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam trong những năm qua

1.1. Các mặt hàng xuất khẩu chính

Sản phẩm gỗ xuất khẩu của Việt Nam từ chỗ chỉ là sản phẩm thô (gỗ tròn, gỗ xẻ) đã phát triển lên một trình độ gia công cao hơn, áp dụng công nghệ tẩm, sấy, trang trí bề mặt... xuất khẩu các sản phẩm hoàn chỉnh, sản phẩm có giá trị gia tăng về công nghệ và lao động. Có thể chia các sản phẩm gỗ xuất khẩu của Việt Nam thành 4 nhóm chính:

- Nhóm thứ nhất: Nhóm sản phẩm đồ mộc ngoài trời bao gồm các loại bàn ghế, vườn, ghế băng, dù che nắng, ghế xích đu... làm hoàn toàn từ gỗ hoặc kết hợp với các vật liệu khác như sắt, nhôm, nhựa...

- Nhóm thứ hai: Nhóm sản phẩm đồ mộc trong nhà bao gồm các loại bàn ghế, giường tủ, giá kê sách, đồ chơi, ván sàn... làm hoàn toàn từ gỗ hay gỗ kết hợp với các vật liệu khác như da, vải...

- Nhóm thứ ba: Nhóm đồ mỹ nghệ chủ yếu từ gỗ rừng tự nhiên bao gồm bàn, ghế, tủ... áp dụng các công nghệ chạm, khắc, khảm.

- Nhóm thứ tư: Sản phẩm dăm gỗ sản xuất từ gỗ rừng trồng mọc nhanh như gỗ keo, gỗ bạch đàn...

Hiện nay, hàng gỗ chế biến xuất khẩu sang thị trường Mỹ chủ yếu là bàn ghế ngoài trời làm từ gỗ cứng trong khi hàng tới thị trường Nhật Bản và EU chủ yếu là đồ dùng trong nhà làm từ gỗ mềm.

1.2. Nguồn nguyên liệu phục vụ cho sản xuất

Nguyên liệu cho sản xuất và chế biến gỗ có từ hai nguồn chính: khai thác trong nước và nhập khẩu từ nước ngoài.

a. Nguồn khai thác trong nước

Trước đây, nguồn gỗ để khai thác dựa chủ yếu vào rừng tự nhiên, nhưng những năm gần đây đã chuyển sang nguồn gỗ nguyên liệu nhập khẩu và khai thác từ rừng trồng. Hiện nay, diện tích có rừng của Việt Nam là khoảng 13,39 triệu ha (2010), trong đó 10,3 triệu ha là rừng tự nhiên, còn lại là rừng trồng (xem bảng 01). Để bảo vệ môi trường và đảm bảo cho sự phát triển bền vững, Chính phủ giới hạn khai thác gỗ từ rừng tự nhiên khoảng 300.000m³ mỗi năm trong giai đoạn 2000 - 2010, chủ yếu để phục vụ nhu cầu sản xuất và xây dựng trong nước (250.000 m³) và sản xuất đồ mỹ nghệ xuất khẩu 50.000 m³. Tuy nhiên, tình trạng khai thác gỗ trái phép trong các khu rừng tự nhiên là rất phổ biến, hiện đã vượt quá tầm kiểm soát của các cơ quan chức năng, nên số lượng gỗ thực tế khai thác được từ rừng tự nhiên hàng năm lên tới 550.000 - 600.000 m³.

Bảng 01. Diện tích rừng Việt Nam (2008 - 2010)

Đơn vị tính: ha

Năm	Diện tích có rừng	Trong đó		Độ che phủ rừng
		Rừng tự nhiên	Rừng trồng	
2008	12.837.333	10.283.965	2.553.369	38,2
2009	13.258.843	10.339.305	2.919.538	39,1
2010	13.388.075	10.304.815	3.083.259	39,5

Nguồn: Cục Kiểm lâm, Bộ NN-PTNT

Bảng 01 cho thấy diện tích rừng tự nhiên và rừng trồng của Việt Nam tăng đều qua các năm. Tuy nhiên, gỗ khai thác được từ rừng trong nước thường có chất lượng không cao, không đảm bảo tiêu chuẩn sản xuất chế biến đồ gỗ xuất khẩu. Diện tích rừng trồng tăng nhanh nhưng cho chất lượng gỗ không cao do chủ yếu là những loại gỗ ngắn ngày, có tốc độ tăng trưởng nhanh. Hơn 80% gỗ khai thác từ các rừng trồng được sử dụng làm nguyên liệu thô cho ngành công nghiệp giấy. Chỉ khoảng 300.000 - 400.000 m³ gỗ khai thác từ các khu rừng trồng có chất lượng tốt (chủ yếu là cây cao su, thông và keo) là được sử dụng trong lĩnh vực chế biến đồ gỗ nội thất và mỹ nghệ.

b. Nguồn nhập khẩu

Để đáp ứng nhu cầu của các doanh nghiệp chế biến gỗ trong khi nguồn nguyên liệu gỗ trong nước thiếu hụt cả về số lượng và chất lượng, hàng năm các doanh nghiệp gỗ Việt Nam nhập khẩu từ 250.000 - 300.000m³ gỗ nguyên liệu từ nước ngoài. Lượng gỗ nhập khẩu từ nước ngoài tăng đều qua các năm, từ 904,80 triệu USD năm 2011 lên đến 1.362,3 triệu USD năm 2011. Tổng kim ngạch gỗ nhập khẩu vào Việt Nam trong giai đoạn 2009 - 2011 là 3.418,87 triệu USD, với tốc độ tăng bình quân hàng năm là 122,7%.

Bảng 02. Giá trị gỗ nhập khẩu

Đơn vị tính: triệu USD

Năm	2009	2010	2011
Giá trị	904,80	1.151,77	1.362,30

Nguồn: Tổng cục hải quan Việt Nam

Các doanh nghiệp Việt Nam chủ yếu nhập khẩu nguyên liệu gỗ từ hai nhóm thị trường cơ bản. Nguồn thứ nhất là từ các nước lân cận trong khu vực Đông Nam Á như Lào, Căm-Pu-Chia, Malaysia, Indonesia... Việc nhập khẩu gỗ từ các thị trường này có thuận lợi lớn là khoảng cách về địa lý không lớn nên chi phí vận chuyển

thấp. Tuy nhiên, nhập khẩu từ các thị trường này cũng có nhiều rủi ro. Chính sách quản lý khai thác gỗ rừng ở các nước này thường xuyên thay đổi. Thêm vào đó, về dài hạn, đây không phải là thị trường ổn định cho các doanh nghiệp nhập khẩu gỗ Việt Nam do các nước này ngày càng hạn chế việc khai thác gỗ nguyên liệu xuất khẩu bởi tài nguyên rừng ngày càng cạn kiệt và sự khuyến cáo của các tổ chức quốc tế. Mặt khác, ở các nước này số lượng các khu rừng có chứng chỉ rừng còn rất ít, tình trạng gỗ khai thác lậu khá phổ biến, trong khi để xâm nhập vào các thị trường nhập khẩu sản phẩm đồ gỗ lớn trên thế giới như Mỹ, Nhật Bản hay EU thì các doanh nghiệp Việt Nam phải có chứng chỉ rừng. Hiện ở khu vực Đông Nam Á chỉ có Malaysia là nước làm tốt công tác quản lý rừng thông qua hệ thống chứng chỉ rừng.

Nguồn nhập khẩu thứ hai là từ các nước có khoảng cách xa về địa lý nhưng có ngành công nghiệp gỗ phát triển như New Zealand, Australia, Nam Phi, Canada và các nước thuộc bán đảo Scandinavia như Thụy Điển, Đan Mạch, Phần Lan... Nhập khẩu gỗ nguyên liệu từ các thị trường này có chi phí vận chuyển lớn, nên thường làm cho giá thành gỗ nguyên liệu cao. Tuy nhiên, đây là những thị trường có ngành công nghiệp gỗ rất phát triển, sản lượng gỗ cung cấp lớn và ổn định với chất lượng tốt và các khu rừng được cấp chứng chỉ. Hiện nay, xu thế phổ biến trên thế giới là quản lý rừng thương mại bền vững thông qua nhiều biện pháp trong đó biện pháp hữu hiệu và phổ biến nhất là quản lý bằng hệ thống chứng chỉ cấp cho rừng trồng.

1.3. Tình hình xuất khẩu gỗ của Việt Nam

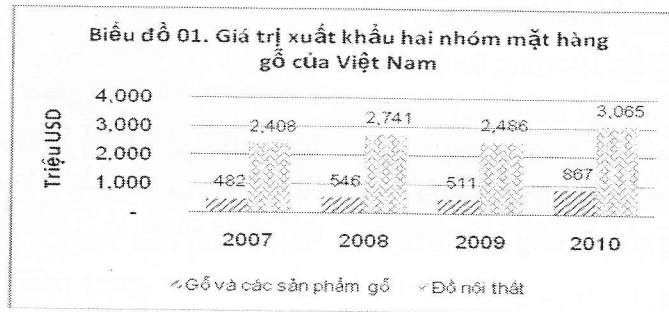
Liên tiếp nhiều năm qua, xuất khẩu đồ gỗ cả nước được liệt vào mặt hàng tăng trưởng nóng. Xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ năm 2010 đạt 866,61 triệu USD, tăng 69,59% so với năm 2009. Trong khi đó xuất khẩu đồ nội thất đạt hơn 3 tỉ USD, tăng 23,28% so với năm 2009.

Bảng 03. Giá trị xuất khẩu hai nhóm mặt hàng theo mã HS

Đơn vị tính: triệu USD

Sản phẩm	Mã HS	2007	2008	2009	2010
Gỗ và các sản phẩm gỗ	44	482,04	546,22	511,04	866,61
Đồ nội thất	94	2.407,83	2.741,03	2.485,92	3.064,58

Nguồn: UN Comtrade



Bên cạnh đó, các doanh nghiệp còn phải tuân thủ một số quy định nghiêm ngặt của một số quốc gia phát triển. Hiện châu Âu đang chuẩn bị áp dụng kế hoạch FLEGT và Mỹ áp dụng đạo luật Farm Bill nhằm kiểm soát chặt chẽ hơn tính hợp pháp trong việc khai thác và buôn bán gỗ, sản phẩm gỗ. Theo đó, đòi hỏi các doanh nghiệp phải chứng minh nguồn gỗ, ván nhân tạo được sử dụng là hợp pháp, không vi phạm luật của nước bán gỗ, nước sản xuất và nước nhập sản phẩm.

Do đó, đòi hỏi các doanh nghiệp cũng như chính phủ cần quan tâm đến chất lượng và thiết kế của sản phẩm, đồng thời hình ảnh sản phẩm gỗ Việt Nam cần phải được tăng cường quảng bá trên thị trường quốc tế. Hiện được biết, sản phẩm gỗ Việt Nam đã có mặt trên thị trường của 120 quốc gia và vùng lãnh thổ, nhưng trên thực tế, có rất ít sản phẩm được mang thương hiệu Việt Nam.

2. Một số thị trường chính và các hàng rào

phi thuế quan của các thị trường này

2.1. Thị trường Châu Âu

2.1.1. Qui mô thị trường

Liên minh Châu Âu (EU) là một thị trường rất hấp dẫn. Đây là một thị trường thống nhất, cho phép hàng hóa, vốn, dịch vụ và con người có thể di chuyển một cách tự do giữa các nước thành viên. EU còn là một thị trường rộng lớn của 25 quốc gia thành viên với dân số khoảng 456,4 triệu người.

Năm 2003, EU tiêu thụ đồ nội thất (HS 94) lớn nhất thế giới, đồng thời tiêu thụ gỗ và các mặt hàng gỗ (HS 44) đứng thứ 2 (sau Mỹ). Nhu cầu nhập khẩu của EU ngày càng có xu hướng tăng lên, không chỉ phục vụ cho nhu cầu tiêu dùng trong nội bộ mà còn được chế biến để xuất khẩu và tái xuất khẩu.

2.1.2. Tình hình xuất khẩu đồ gỗ từ Việt Nam sang EU

Bảng 04. Giá trị hai nhóm mặt hàng gỗ chính xuất khẩu vào thị trường EU.

Đơn vị tính: triệu USD

Sản phẩm	Mã HS	2007	2008	2009	2010
Gỗ và các sản phẩm gỗ	44	69,12	88,88	77,11	79,44
Đồ nội thất	94	1.015,05	1.125,61	890,30	957,09

Nguồn: UN Comtrade

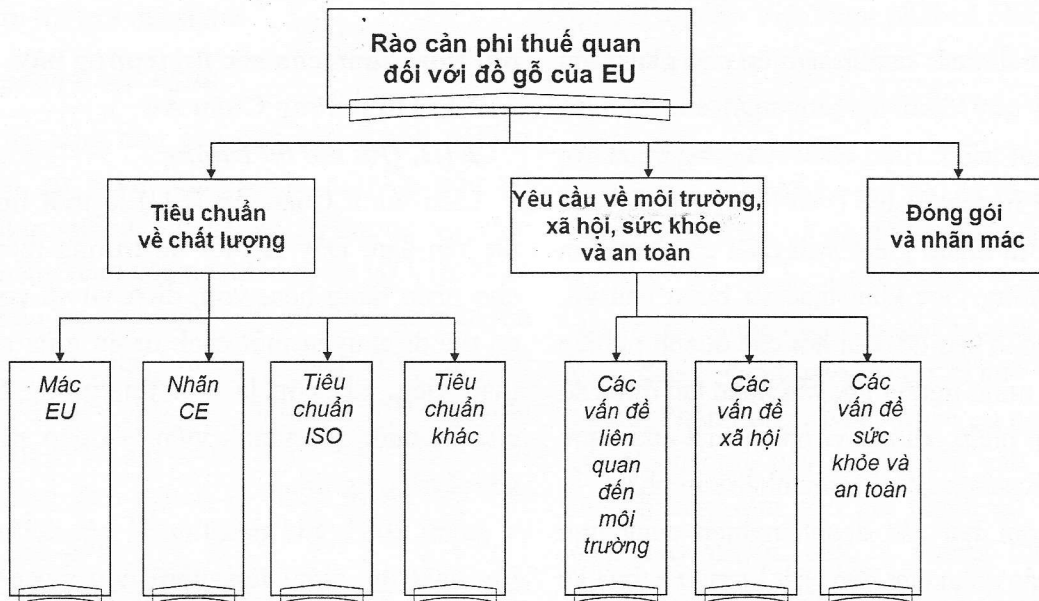
Trong bối cảnh hiện nay, khi mà tốc độ tăng trưởng về kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ của Việt Nam vào thị trường chính là Mỹ đang chậm lại, thì sự tăng trưởng về kim ngạch xuất khẩu vào thị trường EU đã mở ra một hướng phát triển mới, đầy triển vọng cho ngành hàng sản phẩm gỗ xuất khẩu của Việt Nam.

Trong số các sản phẩm gỗ xuất khẩu sang EU nói chung, đồ nội thất chiếm tỷ trọng tương đối lớn. Đáng chú ý là dù lượng đồ nội thất loại cao cấp xuất khẩu vào thị trường EU đã giảm sút rõ rệt, các mặt hàng có đơn giá thấp vẫn duy trì được tốc độ tăng trưởng tốt. Trong số 27 nước

thành viên EU, các nước Đức, Pháp, Anh, Tây Ban Nha, Italia, Hà Lan, Thụy Điển là những thị trường nội thất lớn nhất với mức tiêu thụ hàng năm chiếm 70%-80% tổng tiêu dùng hàng nội thất của EU.

2.1.3. Các rào cản phi thuế quan đối với mặt hàng đồ gỗ của EU

Có rất nhiều yêu cầu đối với hàng rào phi thuế quan và được phân thành ba loại chính: các tiêu chuẩn về chất lượng; các vấn đề về xã hội, môi trường, sức khỏe và an toàn; quy cách đóng gói nhãn mác.



Sơ đồ 01. Một số rào cản phi thuế quan đối với mặt hàng đồ gỗ của thị trường EU

a. Các tiêu chuẩn về chất lượng: Về mặt hàng gỗ và các sản phẩm gỗ, việc nhập khẩu gỗ và sản phẩm gỗ vào thị trường Liên minh Châu Âu đều phải chịu một số quy định cấm các chất nguy hiểm độc hại ví dụ như các chất Creosote, Asecmic và formaldehyde.

Về mặt hàng đồ gỗ nội thất, hiện tại vẫn chưa có tiêu chuẩn Châu Âu, chính thức cho hàng nội thất. Tuy nhiên, Ủy ban tiêu chuẩn hóa Châu Âu CEN/TC2007 đã giới thiệu một số tiêu chuẩn chất lượng và những tiêu chuẩn này có thể sớm trở thành tiêu chuẩn Châu Âu.

✓ **Mác EU:** là mác CEN/CENELEC của Châu Âu chứng nhận rằng hàng hóa đạt được các yêu cầu của tiêu chuẩn CEN/CENELEC.

✓ **Nhãn CE:** Ủy ban Châu Âu về tiêu chuẩn hóa (CEN) đang phát triển các tiêu chuẩn Châu Âu được sử dụng trong ngành xây dựng. Kể từ tháng 4/2004, toàn bộ ván sàn giao thương ở Châu Âu bắt buộc phải được dán nhãn CE. Ban chỉ đạo sản phẩm xây dựng đã buộc các sản phẩm ván sàn phải đáp ứng các tiêu chuẩn Châu Âu, bao gồm độ bền, an toàn, chịu lửa và chống ồn. Để đạt được các tiêu chuẩn này

các nhà sản xuất buộc phải chứng minh quy cách sản phẩm của họ đạt được tiêu chuẩn này. Sau khi được một bên thứ ba kiểm tra và xác nhận thì nhà sản xuất mới được dùng nhãn CE.

✓ *Tiêu chuẩn ISO:* Ngoài ra, Tổ chức tiêu chuẩn hóa quốc tế (ISO) cũng phát triển tiêu chuẩn ISO 9000, ISO 9001 và ISO 9004 áp dụng cho việc quản lý chất lượng trong quá trình sản xuất. Các nhà nhập khẩu EU thường rất đề cao tiêu chuẩn chất lượng này.

✓ *Tiêu chuẩn an toàn:* Tiêu chuẩn an toàn cho các sản phẩm nói chung được quy định bởi tiêu chuẩn Châu Âu. Đối với các sản phẩm nội thất, an toàn là yêu cầu quan trọng nhất và bắt buộc đối với thị trường Liên minh Châu Âu và thị trường từng quốc gia nói riêng để đảm bảo không có bất cứ sản phẩm không an toàn nào được bán cho khách hàng.

✓ *Tiêu chuẩn trong ngành công nghiệp nội thất:* Mặc dù chưa có tiêu chuẩn Châu Âu chính thức nhưng đã có tiêu chuẩn ISO cho từng loại mặt hàng. Ví dụ như đối với hàng nội thất kiểu hiện đại và kiểu thuộc địa, người mua yêu cầu chất lượng gỗ hoàn hảo như sấy khô, không sâu mọt, không nứt vỡ, được sản xuất từ một súc gỗ nguyên và xuất xứ từ rừng được quản lý bền vững.

b. Các yêu cầu về môi trường, xã hội, sức khỏe và an toàn:

✓ *Các vấn đề liên quan đến môi trường:*

Nhận biết các vấn đề môi trường ngày càng tăng trong những năm gần đây và trở thành một vấn đề quan trọng trong việc buôn bán hàng nội thất quốc tế.

Một số nhãn mác sinh thái cho đồ nội thất và nhãn mác quốc tế về nguyên liệu ngày càng phát triển, ví dụ như sự bền vững của nguyên liệu gỗ, nguyên liệu tái chế và chứa các chất độc hại. Bên cạnh đó, nhà thiết kế và nhà sản xuất đang cố gắng phát triển hàng nội thất giảm thiểu ảnh hưởng đến môi trường nhất, được coi là kiểu dáng sinh thái. Mặc dù một số quy định về môi trường chưa bắt buộc nhưng đây là cơ hội cho

các nhà sản xuất đáp ứng các yêu cầu này tối đa trong khả năng của họ mà chắc chắn điều này sẽ đưa lại cho họ lợi thế cạnh tranh rất tốt.

- Công cụ cho sự bền vững: Ngoài các yêu cầu bắt buộc còn có một số chính sách về môi trường mà có thể hỗ trợ cho nhà xuất khẩu ở các nước đang phát triển, ví dụ: nhãn mác FSC và nhãn mác sinh thái môi trường quốc gia; hệ thống GSP trong đó thuế nhập khẩu của Châu Âu có thể giảm cho các sản phẩm nội thất “tốt với môi trường” hay có chính sách quản lý chất thải tốt.

- Nhãn mác FSC: Hội đồng quản lý rừng FSC đã ban hành chứng nhận về gỗ đầu năm 1990 và càng ngày càng được người tiêu dùng nhận biết và lựa chọn ở hầu hết thị trường Châu Âu. Biểu tượng FSC không chỉ đảm bảo rằng gỗ từ rừng được quản lý tốt mà còn bảo đảm rằng trong toàn bộ các khâu chế biến từ rừng đến sản phẩm hoàn thiện, gỗ không bị trộn lẫn với các sản phẩm “không bền vững khác”. Bằng cách tránh khai thác gỗ một cách lãng phí có thể hạn chế được việc khai thác rừng quá mức.

- Nhãn mác sinh thái quốc gia: Mỗi nước Châu Âu đều có một số nhãn mác sinh thái cho các mặt hàng nội thất khác nhau được bán trên thị trường.

✓ *Các vấn đề xã hội:*

Sử dụng lao động trẻ em để sản xuất đồ nội thất và các mặt hàng khác là một trong những mối quan tâm lớn đối với nhiều nước Châu Âu. Những nhà xuất khẩu có thể chứng minh và đảm bảo rằng sản phẩm của họ không sử dụng lao động trẻ em không chỉ có lợi thế cạnh tranh mà còn có cơ hội hợp tác lâu dài tốt hơn.

✓ *Các vấn đề sức khỏe và an toàn:*

Sản xuất đồ nội thất phải tuân thủ một số quy định về sức khỏe và an toàn ví dụ như an toàn lao động, an toàn hóa chất, độ ồn và độ rung giữ ở mức thấp, điều kiện nhà xưởng...

c. Đóng gói và nhãn mác

Tiêu chuẩn đóng gói Châu Âu: Châu Âu đã ban hành chỉ thị 94/62/EC quy định những tiêu

chuẩn tối thiểu về đóng gói và chất thải đóng gói và được thực hiện hầu hết các nước Châu Âu từ năm 1996. Mỗi nước đều có quyền thêm các tiêu chuẩn của riêng của họ vào tiêu chuẩn chung này.

Ngoài tác dụng bảo vệ an toàn, đóng gói cần phải là sản phẩm thân thiện với môi trường. Cách đóng gói không chỉ để nhận diện trong quá trình vận chuyển mà còn phải xác định rõ số lượng, cân nặng, loại gỗ và loại hàng. Ngoài ra, người xuất khẩu cần biết rằng người nhập khẩu sẽ phải chịu chi phí rất lớn để xử lý rác thải đóng gói, điều này làm giảm khả năng cạnh tranh cho người xuất khẩu. Do vậy, Châu Âu khuyến cáo nhà xuất khẩu nên đóng gói bằng các chất liệu có thể tái chế hoặc tốt nhất là người nhập khẩu có thể dùng lại để bao gói hàng tại thị trường của nước họ.

2.2. Thị trường Hoa Kỳ

2.2.1. Qui mô thị trường

Mỹ là nước nhập khẩu gỗ, sản phẩm gỗ và đồ nội thất hàng đầu thế giới. Hàng năm Mỹ nhập một khối lượng trên 40 tỷ USD đồ gỗ và nội thất. Năm 2010, Mỹ nhập khẩu khoảng hơn 39 triệu USD gỗ và sản phẩm gỗ (HS44) và hơn 1,4 tỷ USD đồ nội thất và đồ gỗ (HS94) từ Việt Nam.

Phân tích nhập khẩu của Mỹ cho thấy những mặt hàng nhập khẩu lớn nhất là: bàn ghế bằng gỗ (chiếm 15% nhập khẩu của nhóm HS94), phụ kiện ghế dùng cho xe cộ bằng kim loại (13%), đồ gỗ nhà bếp (8%), bàn ghế văn phòng (7%), gỗ tùng bách (39% nhập khẩu của nhóm HS44).

2.2.2. Tình hình xuất khẩu đồ gỗ từ Việt Nam sang Hoa Kỳ

Tổng kim ngạch xuất khẩu đồ của Việt Nam đã vượt ngưỡng 1 tỷ USD từ năm 2004, trong đó thị trường Hoa Kỳ đạt hơn 370 triệu USD và hiện đang trở thành thị trường mục tiêu lớn nhất của đồ gỗ xuất khẩu Việt Nam.

Bảng 05. Giá trị hai nhóm mặt hàng gỗ chính xuất khẩu vào thị trường Hoa Kỳ.

Đơn vị tính: triệu USD

Sản phẩm	Mã HS	2007	2008	2009	2010
Gỗ và các sản phẩm gỗ	44	47,40	47,28	38,37	39,29
Đồ nội thất	94	1.036,57	1.166,59	1.121,05	1.433,25

Nguồn: UN Comtrade

Năm 2007, xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam sang Hoa Kỳ đạt 42,68 triệu USD, trong khi đó giá trị xuất khẩu đồ nội thất là khoảng 1,4 tỷ USD. Đến năm 2010, xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ sang thị trường này giảm sút, đạt 39,29 triệu USD nhưng mặt hàng đồ nội thất vẫn tăng 27,8% so với năm 2009. Nhìn chung, trong những năm gần đây, xuất khẩu gỗ và các sản phẩm gỗ có xu hướng giảm sút, trong khi đó giá trị xuất khẩu mặt hàng đồ nội thất vẫn duy trì tốc độ tăng ổn định. Tuy xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam tăng nhanh nhưng chỉ chiếm 2% tổng kim ngạch nhập khẩu đồ gỗ của Hoa Kỳ. Khó khăn đối với mặt hàng này chủ yếu là vấn đề về chất lượng, mẫu mã, uy tín về nhãn hiệu chưa cao.

2.2.3. Các hàng rào bảo hộ phi thuế quan đối với mặt hàng đồ gỗ của Hoa Kỳ

a. Thủ tục hải quan

Đối với mặt hàng gỗ và sản phẩm gỗ (HS44), các thủ tục hải quan được cho là quá nhiều khó khăn cho các nhà xuất khẩu. Ngoài ra, tất cả hàng hóa được nhập vào Mỹ phải được dán nhãn xuất xứ. Hải quan Mỹ có một yêu cầu chung cho việc ghi nước xuất xứ vào tất cả các mặt hàng ngoại nhập vào Mỹ. Các mặt hàng này phải được dán nhãn dễ đọc với tên tiếng Anh của nước xuất xứ trừ phi pháp luật có quy định khác. Trong các sản phẩm gỗ, chỉ gỗ xẻ, rào gỗ, gỗ lát nền là không cần dán nhãn xuất xứ. Nhãn mác xuất xứ phải dễ đọc và phải dán ở mặt dễ

nhận thấy, đồng thời phải khó tẩy xóa và lâu bền cùng sản phẩm. Tuy nhiên bất kỳ một biện pháp hợp lý trong dân nhân đều được chấp nhận kể cả mác dính. Chỉ có một điều kiện duy nhất đó là mác dính luôn phải dính trên sản phẩm và chỉ có thể bị phá hủy bởi các hành động có chủ ý.

Các hàng hóa được yêu cầu phải dán nhãn xuất xứ nếu nhập vào Mỹ mà không có nhãn mác xuất xứ sẽ phải nộp thuế phụ thu hoặc bị phá hủy theo yêu cầu điều tra của hải quan trước khi đưa vào Mỹ. Thông thường, trong các trường hợp này mức phạt vào khoảng 10%.

b. Chứng chỉ, tiêu chuẩn Mỹ

- Tiêu chuẩn về vệ sinh dịch tễ: Ô rom hay đồ bao bọc bằng gỗ khi nhập vào Mỹ phải có giấy chứng nhận vệ sinh dịch tễ. Giấy chứng nhận này có thể do nhà xuất khẩu cung cấp. Giấy chứng nhận cần xác nhận rằng các sản phẩm không bị nhiễm bệnh hay dịch của gỗ. Giấy chứng nhận xử lý nhiệt cũng được yêu cầu đối với việc nhập khẩu các nguyên liệu đóng gói bằng gỗ. Thông thường, các tiêu chuẩn về vệ sinh dịch tễ và các yêu cầu về chứng chỉ vệ sinh dịch tễ đối với đồ nội thất được cho là quá phiền phức.

- Quy tắc phân loại gỗ: Chương trình phân cấp gỗ này do Ủy ban tiêu chuẩn gỗ Mỹ (ALSC) thực hiện. Ủy ban này bao gồm các nhà sản xuất, phân phối, sử dụng và người tiêu dùng, hoạt động như một ủy ban thường trực về tiêu chuẩn gỗ thông của Mỹ (tiêu chuẩn sản phẩm tự nguyện PS 20). Hệ thống tiêu chuẩn gỗ của Mỹ (ALS) là một bộ phận thống nhất của nền kinh tế công nghiệp gỗ, là cơ sở cho giao dịch thương mại của tất cả các loại gỗ thông tại khu vực Bắc Mỹ. Hệ thống này cũng đưa ra các tiêu chuẩn chấp thuận gỗ và giá trị kiêu dáng gỗ thông qua việc xây dựng một bộ luật chung cho toàn liên bang. Việc tôn trọng các tiêu chuẩn này sẽ gây ra các chi phí bổ sung cho các công ty xuất khẩu, bởi vì họ sẽ phải tiến hành những cuộc thử nghiệm mới và phải lắp đặt máy móc mới. Hơn nữa, để có thể xuất khẩu gỗ chưa được xử lý sang Mỹ, các tiêu chuẩn của Mỹ yêu cầu tệt trùng cụ thể và các thiết bị để tệt trùng lại rất đắt, máy móc thiết bị sản xuất phải được vận phòng do Mỹ ủy quyền kiểm tra. Canada

cũng áp dụng quy định tương tự và chính tình trạng này đã làm hạn chế việc xuất khẩu của các nước vào thị trường Bắc Mỹ.

c. Nhãn hiệu, bao bì

Hàng gỗ nội thất cần được dán nhãn theo đúng Luật dán nhãn và đóng gói hợp lý. Luật dán nhãn và đóng gói hợp lý yêu cầu mỗi kiện hàng hóa tiêu dùng dành cho hộ gia đình (mặt hàng mà được đưa vào đạo luật) phải mang nhãn hiệu hàng hóa, bao gồm: Tuyên bố xác định hàng hóa; Tên và địa chỉ của nơi sản xuất, đóng gói hoặc phân phối; Khối lượng tịnh của sản phẩm về mặt trọng lượng, kích thước hay số đếm.

Ngoài ra, liên quan đến đồ nội thất gia đình, Ủy ban Thương mại Liên bang đã thông qua một hướng dẫn liên ngành công nghiệp đồ gỗ gia dụng. Hàng nội thất và các bộ phận của nó phải tuân thủ với các quy định cụ thể với mục đích bảo vệ người tiêu dùng.

3. Thực trạng đáp ứng những yêu cầu của hàng rào phi thuế quan của các thị trường đối với đồ gỗ xuất khẩu của Việt Nam

3.1. Về nguồn nguyên liệu

Vấn đề khó khăn nhất của ngành gỗ chính là phải phụ thuộc hoàn toàn vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu, đây là vấn đề luôn nóng hổi và luôn được đặt ra yêu cầu giải quyết hàng đầu, khi nguồn cung nguyên liệu từ các nước ngày càng bị siết chặt, chi phí vận chuyển ngày càng cao, khiến cho giá trị xuất khẩu ngành gỗ giảm đi quá nhiều.

Các doanh nghiệp cho rằng nguồn nguyên liệu gỗ chưa ổn định là khó khăn lớn nhất làm cản trở tăng trưởng. Do gỗ rừng trong nước chưa đáp ứng được nên các doanh nghiệp gần như phụ thuộc vào nguồn gỗ nhập khẩu trong bối cảnh giá nhập khẩu gỗ nguyên liệu cho xuất khẩu tăng đã tạo ra sức ép lớn đối với ngành gỗ. Trong khi đó, nguồn nguyên liệu trong nước chỉ mới đáp ứng được 30% nhu cầu. Điều này không chỉ phản ánh sự không ổn định về nguyên liệu mà còn cho thấy giá trị gia tăng của đồ gỗ xuất khẩu Việt Nam không cao. Đó là chưa kể các thông tin về gỗ nhập khẩu khó lòng đáp ứng tiêu chuẩn của nước nhập khẩu.

Có thể nói, không phải đến tận bây giờ ngành gỗ mới nhận ra điều này nhưng việc khắc phục lại không dễ. Hiện cách giao rừng cho dân quá manh mún nên rất khó áp dụng tiêu chuẩn FSC, trung bình mỗi hộ dân chỉ được giao 2-4ha rừng. Do vậy, không dễ để nhóm các hộ dân có rừng lại với nhau để có một diện tích rừng khả dĩ có thể làm chứng nhận FSC được. Vì vậy, nếu không có biện pháp cải thiện, thì mong muốn có 30% rừng được chứng nhận vào năm 2020 là khó khả thi.

3.2. Về các tiêu chuẩn chất lượng, vệ sinh môi trường

Ngoài các tiêu chuẩn của các thị trường đã được liệt kê như trên, theo Hiệp định “Tăng cường thực thi Luật Lâm nghiệp, quản trị rừng và buôn bán gỗ” (FLEGT) do EU khởi xướng, tất cả các chuyến hàng xuất khẩu vào thị trường này sẽ được cơ quan thẩm quyền cấp phép sau khi kiểm tra tính hợp pháp của các lô hàng thông qua các bằng chứng gốc. Cơ quan cấp phép cũng sẽ kiểm tra từng doanh nghiệp cụ thể xem hệ thống kiểm soát các chứng từ gốc của doanh nghiệp có đảm bảo tính hợp pháp hay không. Tất cả những hành động này nhằm chống lại việc khai thác gỗ lậu, hủy hoại môi trường sinh thái.

Trong khi đó, các quốc gia trên lại khuyến cáo, nguồn nguyên liệu gỗ của Việt Nam chủ yếu được nhập từ Thái Lan, Lào, Campuchia, Myanmar... thường không rõ ràng về nguồn cung cấp. Vì vậy, khi xuất khẩu vào các thị trường trên, nhiều khả năng những nhà sản xuất, xuất khẩu và bán lẻ đồ gỗ có nguồn gốc đáng nghi ngờ từ Việt Nam có thể bị chính phủ các nước này tịch thu hàng, phạt tiền hoặc thậm chí bị bỏ tù theo luật mới sửa đổi của Mỹ.

Mặt khác, các doanh nghiệp Việt Nam chưa tham gia vào chuỗi logistic, chủ yếu là gia công sản phẩm, sản xuất theo mẫu mã, phong cách của đối tác mà chưa có mẫu mã riêng của mình, đồng thời lại xuất hàng qua trung gian nên trị giá xuất khẩu không cao. Hiện tại Việt Nam mới có khoảng 160 chứng chỉ được cấp cho các công ty xuất và bán lẻ đồ gỗ Việt Nam về quy trình Truy xuất Nguồn gốc Sản phẩm (CoC), tập trung chủ yếu ở vùng ven biển Nam Trung Bộ (chiếm 61%); Đông Nam Bộ (28%) và Tây Nguyên (9%).

Những hạn chế này lại không thể khắc phục

trong thời gian sớm nên gây nhiều khó khăn cho xuất khẩu gỗ Việt Nam khi xu hướng trên thế giới ngày càng hướng đến chất lượng sản phẩm, những loại sản phẩm có giá trị cao, được bảo vệ bởi hệ thống chứng chỉ và các yêu cầu về tiêu chuẩn chất lượng, qui định kĩ thuật của mỗi sản phẩm như ISO, FSC, PEFC... Ngành gỗ Việt Nam tuy rất tiềm năng nhưng các sản phẩm được xuất khẩu ra nước ngoài ít khi đạt được các tiêu chuẩn tại các quốc gia phát triển nên mất lợi thế rất nhiều so với các đối thủ cạnh tranh.

4. Một số ý kiến đề xuất

Để có thể khắc phục khó khăn về nguồn nguyên liệu, trước mắt, các doanh nghiệp vẫn phải tiếp tục nhập khẩu gỗ có chứng nhận FSC và tìm kiếm nguồn gỗ đã được kiểm soát. Tuy nhiên, về lâu dài, phải đẩy mạnh trồng rừng và làm chứng nhận cho rừng. Song, để làm được điều đó, cần có sự hỗ trợ kịp thời về mặt chính sách của Chính phủ.

Ngoài ra, để hạn chế rủi ro, các doanh nghiệp không nên phụ thuộc vào các cam kết bảo đảm trên giấy tờ, không nên đơn thuần phụ thuộc vào chứng chỉ về tính hợp pháp của xuất xứ gỗ. Doanh nghiệp cần phải xây dựng hợp đồng để bảo vệ lợi ích tài chính, phải ký kết ràng buộc bồi thường nếu xảy ra thiệt hại từ hoạt động kiểm tra của chính phủ các quốc gia nhập khẩu.

Cụ thể, cần tiến hành một số biện pháp như sau:

- *Phạm vi quốc tế:* Thứ nhất, cần thiết phải xây dựng các tiêu chuẩn về “tính hợp pháp” và xác định các công cụ phù hợp cho việc xác minh nguồn gốc, đồng thời xây dựng các tiêu chuẩn cho nhập khẩu, sản xuất, tác động môi trường và trách nhiệm xã hội. Các tiêu chuẩn này cũng phải phù hợp với yêu cầu của thị trường, các nước tiêu thụ sản phẩm và phải được thể chế hoá. Thứ hai, cần tăng cường hợp tác hiệu quả trong ngành chế biến gỗ tạo cơ sở cho cạnh tranh trên thị trường Quốc tế. Cuối cùng, cần tạo các điều kiện thuận lợi hơn cho xúc tiến thương mại sản phẩm gỗ thông qua sự hỗ trợ của nhà nước và Hiệp hội gỗ và Lâm sản Việt Nam.

- *Phạm vi quốc gia:* Cần tăng cường khuyến khích ngành công nghiệp chế biến tuân thủ nghiêm ngặt theo các quy định về thương mại và lâm nghiệp mới và xây dựng chiến lược phát triển sản phẩm trong cho ngành công nghiệp chế biến, hỗ trợ kinh doanh và kế hoạch tiếp thị. Để có thể làm được những điều này, trước hết phải

thành lập một đơn vị chuyên trách hỗ trợ doanh nghiệp ngành chế biến gỗ nhằm khuyến khích và giám sát quá trình phát triển nguồn gỗ có chứng chỉ nội địa. Ngoài ra, việc cố kết giữa cơ chế quản lý lâm nghiệp hiện tại với kế hoạch mới về giảm thiểu phát thải khí nhà kính thông qua trồng rừng và chống thoái hoá rừng và thừa nhận và thúc đẩy vai trò quan trọng của các chủ rừng nhỏ lẻ đối với sản xuất và cung cấp gỗ trong nước đồng thời với việc gia tăng số lượng thành viên Mạng lưới Thương mại Lâm nghiệp Việt Nam (VFTN) cũng hết sức cần thiết.

IV. KẾT LUẬN

Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế đã và đang diễn ra rất mạnh mẽ - với mốc quan trọng là việc gia nhập WTO của Việt Nam. Nhờ có quá trình thúc đẩy ngành gỗ tham gia sâu rộng vào hoạt động thương mại quốc tế, kim ngạch xuất khẩu sản phẩm đồ gỗ có những bước tiến đáng kể trong những năm qua.

Tuy nhiên, trong bối cảnh các yêu cầu hội nhập khu vực và quốc tế đang ngày càng khắt khe, đặc biệt hiện tại khi chúng ta là thành viên mới của WTO, nhiều thách thức khó khăn đối với ngành gỗ xuất khẩu cũng đang được đặt ra trước mắt. Đặc biệt là những thách thức liên quan tới các rào cản phi thuế quan của các thị trường nhập khẩu. Việc không đáp ứng được yêu cầu của những hàng rào phi thuế quan này đã gây cản trở rất lớn cho hoạt động xuất khẩu

đồ gỗ của Việt Nam nói riêng và cho quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của ngành gỗ nói chung. Chính vì vậy toàn thể ngành gỗ cần phải tích cực hơn nữa trong đổi mới cách thức sản xuất, phương thức quản lý và dịch vụ cung cấp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Chu Diễm Hằng, "Báo cáo ngành gỗ 2008", Hà Nội, 2009
2. Công thông tin Bộ nông nghiệp & phát triển nông thôn. <www.agroviet.gov.vn>
3. Cục kiểm lâm, Bộ nông nghiệp & phát triển nông thôn Việt nam. <http://www.kiemlam.org.vn/>
4. Đinh Văn Thành, "Rào cản trong thương mại quốc tế", NXB Thống kê, Hà Nội, 2005.
5. Đỗ Đức Bình, Nguyễn Thường Lạng, *Giáo trình kinh tế quốc tế*, NXB. Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội, 2005.
6. Tổ chức bảo tồn thiên nhiên quốc tế, "Tóm tắt hội thảo cho khối doanh nghiệp ngày 14 & 15 tháng 10 năm 2008", TP Hồ Chí Minh, 2009
7. Tổng cục hải quan Việt Nam. <<http://www.customs.gov.vn>>
8. Tổng cục thống kê Việt Nam. <<http://www.gso.gov.vn>>
9. Thống kê của Liên hiệp quốc về thương mại hàng hoá. <<http://comtrade.un.org>>

RESEARCH ON SOME NON-TARIFF BARRIERS OF SEVERAL MARKETS FOR WOOD AND TIMBER PRODUCTS OF VIETNAM

Vu Thi Minh Ngoc¹

SUMMARY

Research on non-tariff barriers of some markets for Vietnamese furniture is one of the important research issues to promote the growth of Vietnam's wood product exports. In the context of the global economic crisis, boosting up exports in order to promote comparative advantage of Vietnam's wood industry may not only help increase the growth of the timber industry in general, but also help to mitigate the effects of recession to economic growth. However, the process of trade liberalization, besides creating huge favorable conditions for the export of furniture, also leads to many new and tougher regulations such as European regulations on the labeling, complex customs procedures and regulations of the U.S. certification standards. Briefly understanding these regulations will help clarify some of the difficulties that Vietnam's wood product exports are facing. From this analysis, we can give some general solutions that may assist Vietnam's exporters to get over these barriers and thus, promote the growth timber exports.

Keywords: *Tariffs, Non-tariff Measures, Wood Exports, Export Markets of Wood Products, Regulations.*

Người phản biện: PGS.TS. Nguyễn Văn Tuấn