Ủy Ban Nhân Dân Tỉnh BÌNH ĐỊNH
CÔNG TY CPKN GỖ TIẾN ĐẠT

MỘT SỐ GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY ĐỂ NGÀNH GỖ ĐẠT MỤC TIÊU 20 TỶ USD VÀO NĂM 2025

Kính thưa:

Việt Nam chúng ta đang là trung tâm chế biến và cung ứng đồ gỗ của thế giới, thị trường quốc tế đang có lực hút rất mạnh từ thị trường Việt Nam. Và thực tế ngành gỗ chúng ta đã đạt được những thành tựu đáng khích lệ. Tuy nhiên trong thực tế, ngành gỗ chúng ta còn nhiều điều trăn trở, đó là:

- Thành công của Việt Nam nhưng doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu chỉ đạt khoảng 30% trong tổng số 9,3 tỷ USD, còn lại 70% chủ yếu vẫn là các doanh nghiệp FDI chủ lực quyết định doanh số xuất khẩu đồ gỗ của chúng ta – điều gì đã cản trở chúng ta khi ngay tại sân nhà với số lượng doanh nghiệp đông đảo (gấp hàng chục lần doanh nghiệp FDI) tại sao lại như vậy, vì phải chăng số đông các doanh nghiệp chúng ta chưa lớn, không có nhiều tên tuổi các công ty lấp lánh thương hiệu trên thị trường trong nước cũng như quốc tế.

- Từ thực tế trên, mỗi doanh nghiệp Việt Nam chúng ta phải đổi mới và để ngành gỗ bứt phá đạt được mục tiêu xuất khẩu 20 tỷ USD tới năm 2025, chúng ta phải tiến hành đồng bộ nhiều giải pháp: xây dựng thương hiệu, xây dựng kênh phân phối, xây dựng độ ổn định và bền vững về nguồn cung ứng nguyên liệu và môi trường, áp dụng kỹ thuật công nghệ tiên tiến vào sản xuất, xây dựng thiết kế mẫu phù hợp với thị hiếu của thị trường, v.v. Trong khuôn khổ hôm nay, tôi xin tham gia 2 giải pháp:

1. Nâng cao năng lực quản trị nội bộ - tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu
2. Chiến lược xây dựng nguồn nguyên liệu

<u>Về giải pháp thứ 1</u>:

Chúng ta đang có một số doanh nghiệp ví dụ như: Chế Biến XK Lâm sản Nam Định, Woodsland, Kim Huy, Hòa Bình, Tavico, An Cường, Scanviwood, Tiến Đạt, Phú Tài, Khải Vi, Đại Thành, Lâm Việt, Minh Dương, Minh Phát, Tiến Triển, Đức Lợi, Giang Minh, Hào Hưng và rất nhiều nhà máy khác. Dù mới ở mức độ khác nhau nhưng đã là các mắt xích rất quan trọng tham gia vào chuỗi cung ứng đồ gỗ toàn cầu.

Những doanh nghiệp trên đều có quy mô tương đối, doanh số xuất khẩu thường đạt 25-100 triệu USD/năm, có hệ thống quản trị ở mức khá, có thị trường đầu ra ổn định với chu kỳ dài, thiết bị kỹ thuật và công nghệ tương đối phù hợp, mang tính chuyên môn hóa cao, năng suất đã đạt ở mức trung bình từ 25 ngàn USD tới 40 ngàn USD/đầu người/năm. Tuy nhiên, trên thực tế, các doanh nghiệp đạt chuẩn như trên thì chưa nhiều. Chính vì vậy, mặc dù chúng ta đang nhận được sự chuyển dịch nhu cầu mua hàng rất lớn (từ các thị trường khác chuyển về), nhiều doanh nghiệp trong 2-3 ngày tiếp một đoàn khách Mỹ nhưng đến hiện

nay, chưa nhiều doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận được thị trường rộng lớn bật nhất thế giới này, và người mua hàng (thị trường Mỹ) đang chia ra làm 2 thái cực chủ yếu như sau:

Thứ 1: đến Việt Nam tìm thị trường nhưng mới dừng ở việc làm giá và làm mẫu

Thứ 2: đến Việt Nam tìm thị trường đích thực, rất quyết liệt, quyết tâm thay đổi nhà cung ứng (Trung Quốc thay bằng Việt Nam), và để trở thành nhà cung ứng chiến lược, tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu thường một nhà cung cấp phải mất từ 8-12 tháng, thực tế đang phát triển rất chậm. Và Tại sao như vậy?

- Qui mô của doanh nghiệp Việt Nam đại bộ phận là nhỏ và vừa (không cung ứng được những đơn hàng lớn)

- Kỹ thuật và công nghệ chỉ phù hợp cho sản xuất hàng nhỏ-lẻ (không có tính chuyên môn hóa cao)

- Hệ thống quản trị - tư duy theo lối chưa đổi mới, trình độ quản lý theo dạng **dao pha** chung chung thiếu chuyên nghiệp, chưa cụ thể hóa đầy đủ các giải pháp tối ưu ở các công đoạn sản xuất, áp dụng công nghệ thông tin vào điều hành quản trị mới ở mức độ thấp.

- Tình hình chung của nhiều doanh nghiệp VN là năng suất thấp, chỉ khoảng 20.000usd/năm/người, chi phí cao (và đạt chuẩn đê tham gia vào chuỗi, sau 2 năm có thể đạt trên 40.000-50.000usd/năm/người)

Và nếu chúng ta nhìn nhận một cách thấu đáo thì nhiều doanh nghiệp Việt Nam thực tế còn có khoảng cách rất xa so với doanh nghiệp Trung Quốc (có khi hàng thập kỷ). Chính vì vậy, một số doanh nghiệp Mỹ mua hàng mới dừng ở việc chào giá và làm mẫu để chờ kết quả đàm phán Mỹ - Trung hoặc tiếp tục mua hàng của các nhà máy Trung Quốc chuyển dịch về Việt Nam đầu tư (thực tế đang diễn ra ở Bình Dương, Đồng Nai rất nhộn nhịp)

Do vậy, ở đây cái chính là chúng ta phải tự thay đổi bản thân mình. Các doanh nghiệp chúng ta phải đổi mới để đạt chuẩn với một số nội dung cơ bản, đó là:

- Nâng cao năng suất lao động, sản xuất với chuyên môn hóa cao
- Xây dựng chính sách và sử dụng nguồn nguyên liệu bền vững
- Xây dựng năng lực cung ứng đủ mạnh, thực hiện kế hoạch giao hàng chuẩn xác
- Đạt chuẩn về an toàn lao động, xã hội, môi trường
- Chất lượng phải ngang bằng với các nước tiên tiến
- Nâng tầm quản trị doanh nghiệp lên một tầng mới, thay đổi tác phong của người lao động và tư duy của người quản lý, v.v…

Để nhà máy chúng ta đạt chuẩn tham gia vào chuỗi, có nghĩa là nhà máy có khi chỉ làm một dòng hàng chuyên biệt, hoặc một sản phẩm, có khi một chi tiết (hiện tại Tiến Đạt đang cùng với 5 nhà máy khác của Việt Nam và cùng tham gia với 3 nước: Trung Quốc, Mỹ, Mexico để cùng làm một sản phẩm). Việc tham gia vào chuỗi cung ứng ta có cơ hội nâng tầm doanh nghiệp Việt => nâng tầm thương hiệu, đồng nghĩa với việc ta trở thành là nhà cung ứng chiến lược và có

thị phần lớn, và đó là mục tiêu của chúng ta, mục tiêu là phải tham gia sâu vào chuỗi giá trị, mục tiêu sẽ là người thay thế dần các nhà cung ứng Trung Quốc và FDI. Chỉ có vậy chúng ta mới có bước đột phá về xuất khẩu!

Về giải pháp thứ 2: giải pháp về phát triển nguồn nguyên vật liệu

Tôi xin đi vào 2 lĩnh vực: nguyên liệu gỗ và nguyên liệu công nghiệp.

- ***Nguyên liệu gỗ:***

Để dần làm chủ được nguồn nguyên liệu thì điểm cốt lõi là phải phát triển rừng. Việc phát triển rừng sẽ liên quan đến quỹ đất, năng lực đầu tư và kỹ năng kinh doanh rừng. Trong khi thực tế quỹ đất thì cơ bản giao cho các hộ nhỏ lẻ. Rừng thì phát triển theo kiểu da báo (thiếu vùng chuyên canh) hiệu quả trồng rừng thấp và chất lượng gỗ không cao. Để tạo đột phá về trồng rừng thì có rất nhiều giải pháp – nhưng con đường nhanh nhất là chúng ta nên tái cấu trúc các công ty lâm nghiệp một thành viên ở các tỉnh. Hiện nay các công ty lâm nghiệp môt thành viên ở các tỉnh đang quản lý quỹ đất rừng tốt nhất, lớn nhất ở các tỉnh và trong cả nước. Hiện nay, kinh doanh rừng ở các lâm trường chủ yếu bằng việc giao khoán đất rừng cho các hộ gia đình với phương thức này và suy cho cùng thì đây vẫn là kinh doanh tiểu nông, ít tạo ra được những vùng chuyên canh lớn và kinh doanh rừng có hiệu quả. Chúng ta không khó để tìm những nhà đầu tư trồng rừng lớn, mà ở đây điều cốt lõi là phải có nguồn đất rừng. Do vậy để tạo bước đột phá về kinh doanh rừng thì nên **cổ phần hóa các công ty lâm nghiệp** và tạo chính sách về tích tụ tư bản đất rừng để tìm ra những nhà tâm huyết có tiềm lực về kinh doanh rừng. Nói chung phải có nguồn lực đầu tư vào kinh doanh rừng thì mới mong chúng ta sớm có nhiều nhà trồng rừng lớn giống như công ty Bảo Châu – Phú Yên, Pisico – Bình Định, Hào Hưng – Hà Giang, vv.. để sớm có được những cánh rừng trồng đại ngàn giống như của Malaysia và Nam Mỹ, vv… thì con đường ngắn nhất là tái cấu trúc lại các công ty lâm nghiệp một thành viên để tăng tính hiệu quả về phát triển rừng, xây dựng chiến lược nguyên liệu phát triển bền vững!

Cũng liên quan đến nguồn nguyên liệu gỗ để bảo đảm nguồn cung nguyên liệu gỗ trong nước và xuất khẩu, giảm áp lực phá rừng và ăn lúa non, tạo tiền đề cho phát triển rừng gỗ lớn bền vững chúng ta phải xây dựng chợ gỗ chuyên nghiệp tạo nguồn cung dồi dào (hỗ trợ dài hạn cho việc phát triển rừng, hiện nay nhiều nước đóng cửa để phát triển rừng, khuyến khích nhập khẩu lâm sản hợp pháp). Vì vấn đề này chúng ta đã nói nhiều ở các hội nghị nhưng vẫn chưa làm được.

Hiện tại ở Việt Nam, có nhiều nhà kinh doanh nguyên liệu, như công ty Tài Anh, công ty Minh, công ty Mỹ Đoàn, công ty Thanh Hòa, công ty Tân Phước, công ty Phú Tài, công ty Vinh Thái, công ty Sông Hồng, nhưng theo đúng nghĩa chợ gỗ thì mới chỉ có công ty Tavico Đồng Nai. Làm thế nào để có nhiều Tavico ở VN? Rõ ràng, việc kinh doanh gỗ phải là doanh nghiệp chứ nhà nước không làm được. Do vậy, về phía nhà nước, công việc là phải lập quy hoạch chợ gỗ ở các vùng miền (miền Bắc, miền Trung, Đông Nam Bộ và Nam Bộ). Lập qui hoạch và tạo quỹ đất để kêu gọi đầu từ về kinh doanh chợ gỗ! (Ta hiểu phát triển

chợ gỗ là bao gồm cả thương mại và dịch vụ - chợ là để cho các chủ rừng của thế giới mang gỗ đến bán (có đóng phí) giống như Tavico bây giờ.)

- ***Nguyên vật liệu công nghiệp:***

Thực tế trong sản xuất và xuất khẩu ngành gỗ thì vật liệu công nghiệp (nhựa, da, đá nhân tạo, kính, sắt, thép,…) chiếm 30-40% giá trị. Do vậy để đạt mục tiêu xuất khẩu chúng ta không những đa dạng về sản phẩm mà còn phải đa dạng về nguyên vật liệu (giảm tải về nguồn gỗ). Do vậy chiến lược phát triển của quốc gia không những ngoài phát triển công nghiệp phụ trợ cho ngành chế biến gỗ (như cơ khí máy móc, sơn, vật tư, ốc vít, nệm mousse, bao bì,..) thì cũng phải có chiến lược phát triển nguồn nguyên liệu công nghiệp, sản phẩm bằng vật liệu công nghiệp như của Hòa Phát, Xuân Hòa,… (vừa làm nhanh, vừa rẻ , đẹp, bền). Do vậy việc khuyến khích phát triển vật liêu công nghiệp phục vụ cho ngành chế biến kết hợp với nguyên liệu gỗ là hướng đi có tính căn cơ chiến lược góp phần thúc đẩy xuất khẩu ngành gỗ có tính đột phá đạt mục tiêu xuất khẩu 20 tỷ USD trước năm 2025.

Công ty CP Kỹ Nghệ Tiến Đạt