**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG**

**KHOA KINH TẾ QUỐC TẾ**

**------\*\*\*------**

****

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**Chuyên ngành: Kinh tế quốc tế**

**CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN XUẤT KHẨU**

**GỖ VIỆT NAM SANG NHẬT BẢN**

|  |  |
| --- | --- |
| **Họ và tên sinh viên** | **: Nguyễn Sĩ Đường** |
| **Mã sinh viên** | **: 1814410052** |
| **Lớp** | **: Anh 02 - KTQT** |
| **Khóa** | **: 57** |
| **Người hướng dẫn** | **: PGS, TS Hoàng Xuân Bình** |

**Hà Nội, tháng 12 năm 2021**

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG**

**KHOA KINH TẾ QUỐC TẾ**

**------\*\*\*------**

****

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**Chuyên ngành: Kinh tế quốc tế**

**CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN XUẤT KHẨU**

**GỖ VIỆT NAM SANG NHẬT BẢN**

|  |  |
| --- | --- |
| **Họ và tên sinh viên** | **: Nguyễn Sĩ Đường** |
| **Mã sinh viên** | **: 1814410052** |
| **Lớp** | **: Anh 02 - KTQT** |
| **Khóa** | **: 57** |
| **Người hướng dẫn** | **: PGS, TS Hoàng Xuân Bình** |

**Hà Nội, tháng 12 năm 2021**

## **LỜI CẢM ƠN**

Lời đầu tiên cho em gửi lời cảm ơn sâu sắc nhất đến Trường Đại học Ngoại Thương và các giảng viên Khoa Kinh tế quốc tế đã giúp đỡ và định hướng để em hoàn thiện bài nghiên cứu; đặc biệt gửi lời cảm ơn đến PGS.TS Hoàng Xuân Bình - người hướng dẫn khoa học đã tận tình hướng dẫn và giúp đỡ tác em trong suốt quá trình triển khai, nghiên cứu và hoàn thành bài nghiên cứu.

Thêm vào đó, em xin bày tỏ lòng biết ơn tới đồng nghiệp, bạn bè và gia đình đã luôn kịp thời động viên, chia sẻ và tạo điều kiện tốt nhất giúp em hoàn thành bài nghiên cứu.

Do thời gian nghiên cứu và kiến thức chuyên môn còn hạn chế nên bài nghiên cứu không tránh khỏi những thiếu sót về mặt nội dung và hình thức. Tác gả rất mong nhận được những góp ý về mặt nội dung và hình thức từ thầy cô và các bạn để bài nghiên cứu được hoàn thiện hơn.

|  |
| --- |
| Hà Nôi, ngày 30 tháng 11 năm 2021 |
| Sinh viên |
|  |
| Nguyễn Sĩ Đường |

## **MỤC LỤC**

[**LỜI CẢM ƠN** i](#_Toc89892978)

[**MỤC LỤC** ii](#_Toc89892979)

[**DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT TIẾNG VIỆT** v](#_Toc89892980)

[**DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT TIẾNG ANH** vi](#_Toc89892981)

[**DANH MỤC BẢNG** viii](#_Toc89892982)

[**DANH MỤC HÌNH VẼ** ix](#_Toc89892983)

[**PHẦN MỞ ĐẦU** 1](#_Toc89892984)

[**CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ NGÀNH GỖ VIỆT NAM** 8](#_Toc89892985)

[**1.1.** **Khái quát về gỗ nói chung** 8](#_Toc89892986)

[**1.1.1.** **Khái quát về gỗ và thành phần cấu tạo** 8](#_Toc89892987)

[**1.1.2.** **Công dụng của gỗ** 8](#_Toc89892988)

[**1.1.3.** **Phân loại gỗ** 9](#_Toc89892989)

[**1.2.** **Khái quát về ngành gỗ Việt Nam** 11](#_Toc89892990)

[**1.2.1.** **Quy mô năng lực sản xuất** 11](#_Toc89892991)

[**1.2.2.** **Thị trường tiêu thụ sản phẩm gỗ của Việt Nam** 12](#_Toc89892992)

[**1.2.3.** **Tình hình nguồn nguyên liệu** 12](#_Toc89892993)

[**1.3.** **Lợi thế cạnh tranh của sản phẩm gỗ Việt Nam** 14](#_Toc89892994)

[**CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU GỖ VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG NHẬT BẢN** 16](#_Toc89892995)

[**2.1.** **Khái quát chung về gỗ xuất khẩu của Việt Nam** 16](#_Toc89892997)

[**2.1.1.** **Kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ Việt Nam** 17](#_Toc89892998)

[**2.1.2.** **Tỷ trọng xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ trong tổng xuất khẩu hàng hóa Việt Nam** 19](#_Toc89892999)

[**2.1.3.** **Mặt hàng gỗ xuất khẩu chủ lực của Việt Nam** 20](#_Toc89893000)

[**2.1.4.** **Hoạt động xuất khẩu gỗ sang thị trường Nhật Bản** 22](#_Toc89893001)

[**2.2.** **Tổng quan thị trường nhập khẩu gỗ Nhật Bản** 25](#_Toc89893002)

[**2.2.1.** **Tiềm năng của thị trường gỗ Nhật Bản** 25](#_Toc89893003)

[**2.2.2.** **Quy mô thị trường đồ gỗ Nhật Bản** 25](#_Toc89893004)

[**2.2.3.** **Một số đặc điểm khi xuất khẩu hàng hóa vào Nhật Bản** 26](#_Toc89893005)

[**2.3.** **Bài học kinh nghiệm từ việc xuất khẩu gỗ sang Mỹ và xuất khẩu gỗ của Trung Quốc vào thị trường Nhật Bản** 27](#_Toc89893006)

[**2.3.1.** **Sản phẩm gỗ xuất khẩu sang Nhật Bản so với việc xuất sang Mỹ. Bài học kinh nghiệm** 27](#_Toc89893007)

[**2.3.2.** **Các sản phẩm xuất khẩu gỗ của Trung Quốc vào thị trường Nhật Bản. Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam.** 28](#_Toc89893008)

[**CHƯƠNG 3: MÔ HÌNH VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU** 31](#_Toc89893009)

[**3.1.** **Cơ sở lý thuyết** 31](#_Toc89893011)

[**3.2.** **Biến số và thước đo** 35](#_Toc89893012)

[**3.3.** **Số liệu nghiên cứu** 37](#_Toc89893013)

[**3.4.** **Phương pháp ước lượng** 46](#_Toc89893014)

[**CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN** 47](#_Toc89893015)

[**4.1.** **Lựa chọn mô hình tối ưu** 47](#_Toc89893017)

[**4.2.** **Kết quả ước lượng** 48](#_Toc89893018)

[**4.3.** **Thảo luận kết quả nghiên cứu** 49](#_Toc89893019)

[**CHƯƠNG 5: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẰM THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU GỖ VIỆT NAM** 52](#_Toc89893020)

[**5.1.** **Định hướng xuất khẩu và giải pháp xuất khẩu gỗ Việt Nam sang thị trường Nhật Bản** 52](#_Toc89893022)

[**5.1.1.** **Định hướng xuất khẩu gỗ Việt Nam** 52](#_Toc89893023)

[**5.1.2.** **Giải pháp tác động đến cung** 53](#_Toc89893024)

[**5.1.3.** **Giải pháp tác động đến cầu** 56](#_Toc89893025)

[**5.1.4.** **Giải pháp đối với các yếu tố thúc đẩy hoặc cản trở** 57](#_Toc89893026)

[**5.2.** **Kiến nghị đối với Chính phủ, Bộ ban ngành và hiệp hội gỗ** 58](#_Toc89893027)

[**5.2.1.** **Kiến nghị với Nhà nước** 58](#_Toc89893028)

[**5.2.2.** **Kiến nghị với Bộ và ngành** 58](#_Toc89893029)

[**5.2.3.** **Kiến nghị đối với hiệp hội gỗ** 59](#_Toc89893030)

[**KẾT LUẬN** 60](#_Toc89893031)

[**TÀI LIỆU THAM KHẢO** 61](#_Toc89893032)

[**PHỤ LỤC** 67](#_Toc89893033)

## **DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT TIẾNG VIỆT**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **STT** | **Từ viết tắt** | **Nội dung** |
| 1 | G&SPG | Gỗ và sản phẩm gỗ |
| 2 | TCVN | Tiêu chuẩn Việt Nam |
| 3 | TCTK | Tổng cục thống kê |

## **DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT TIẾNG ANH**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **Từ viết tắt** | **Nội dung tiếng Anh** | **Nội dung tiếng Việt** |
| 1 | WTO | World Trade Organization | Tổ chức Thương mại Thế giới |
| 2 | CPTPP | Comprehensive and Progressive Agreement for Trans – Pacific Partnership Agreement | Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương |
| 3 | VJEPA | Vietnam Japan conomics Partnership Agreement | Hiệp định Đối tác Kinh tế Việt Nam – Nhật Bản |
| 4 | EVFTA | European Union – Vietnam Free Trade Agreement | Hiệp định Thương mại tư do giữa Việt Nam - EU |
| 5 | FDI | Foreign Direct Investment | Đầu tư trực tiếp nước ngoài |
| 6 | IMF | International Monetary Fund | Quỹ tiền tệ quốc tế |
| 7 | WB | World Bank | Ngân hàng Thế giới |
| 8 | FTA | Free Trade Area | Hiệp định thương mại tự do |
| 9 | ASEAN | Association of Southeast Asian Nations | Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á |
| 10 | WITS | World Bank Integrated Trade Solution | Giải pháp Thương mại Tích hợp Thế giới |

## **DANH MỤC BẢNG**

[Bảng 2.1: Giá trị nhập khẩu nguyên liệu gỗ từ các thị trường giai đoạn 2017 - 2020 (USD) 14](#_Toc89533110)

[Bảng 2.2: Tham khảo kim ngạch nhập khẩu G&SPG từ một số thị trường về Việt Nam trong năm 2020 17](#_Toc89533111)

[Bảng 2.3: Các mặt hàng G&SGP của Việt Nam xuất khẩu trong năm 2019 -2020 (USD) 21](#_Toc89533112)

[Bảng 2.4: Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Nhật Bản từ năm 2001 đến năm 2007 23](#_Toc89533113)

[Bảng 2.5: Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Nhật Bản từ năm 2007 đến năm 2014 23](#_Toc89533114)

[Bảng 2.6: Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Nhật Bản từ năm 2015 đến năm 2020 24](#_Toc89533115)

[Bảng 3.1: Bảng kỳ vọng dấu các biến của mô hình 35](#_Toc89533116)

[Bảng 3.2: Bảng nguồn dữ liệu của các biến 37](#_Toc89533117)

[Bảng 4.1: Bảng kết quả hồi quy của mô hình 47](#_Toc89533123)

[Bảng 4. 2: Bảng kết quả hồi quy với hệ số VIF 48](#_Toc89533124)

[Bảng 4.3: Bảng kết quả hồi quy sau khi bỏ biến 48](#_Toc89533125)

## **DANH MỤC HÌNH VẼ**

[Đồ thị 2.1: Tham khảo kim ngạch xuất khẩu G&SPG của Việt Nam trong giai đoạn từ năm 2009 đến năm 2020 17](#_Toc89533563)

[Đồ thị 2.2: Tham khảo tỷ trọng xuất G&SPG trong tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam trong giai đoạn từ năm 2009 đến năm 2020 19](#_Toc89533564)

[Đồ thị 2.3: Tham khảo tỷ trọng xuất khẩu G&SPG vào thị trường Hoa Kỳ trong giai đoạn từ năm 2012 đến năm 2020 27](#_Toc89533565)

[Đồ thị 3.1: Thống kê mô tả kim ngạch xuất khẩu gỗ Việt Nam sang Nhật Bản 39](#_Toc89533463)

[Đồ thị 3.2: Tổng GDP của Việt Nam từ năm 2001 đến năm 2020 theo WB 40](#_Toc89533464)

[Đồ thị 3.3: Tổng GDP của Việt Nam từ năm 2001 đến năm 2020 theo WB 40](#_Toc89533465)

[Đồ thị 3.4: FDI của Việt Nam từ năm 2001 đến năm 2019 theo FDI 41](#_Toc89533466)

[Đồ thị 3.5: Lãi suất của ngân hàng trung ương qua các năm theo WB 42](#_Toc89533467)

[Đồ thị 3.6: Dân số của Việt Nam qua các năm theo WB 43](#_Toc89533468)

[Đồ thị 3.7: Dân số của Nhật Bản qua các năm theo WB 44](#_Toc89533469)

[Đồ thị 3.8: Thuế nhập khẩu Nhật Bản với sản phẩm gỗ Việt Nam 45](#_Toc89533470)

## 

## **PHẦN MỞ ĐẦU**

1. **Tính cấp thiết của đề tài**

Ngày nay, sự hội nhập kinh tế quốc tế diễn ra vô cùng mạnh mẽ trên toàn thế giới, khiến các quốc gia sát lại gần nhau hơn. Trong đó, thương mại quốc tế đóng vai trò quan trọng như là một cầu nối thúc đẩy tiến trình đó. Thương mại quốc tế giúp xuất khẩu hàng hóa nước sở tại ra nước ngoài để thu ngoại tệ nhằm mục đích phát triển kinh tế - xã hội. Chính vì lý do đó, xuất khẩu hàng hóa ngày nay được coi là một trong những yếu tố cốt lõi thúc đẩy kinh tế nhiều quốc gia trên thế giới và khiến thế giới trở nên phẳng hơn.

Đối với quá trình thực hiện mục tiêu công nghiệp hóa, hiện đại hóa của Việt Nam, sự phát triển kinh tế đóng vai trò quan trọng. Nền kinh tế Việt Nam ngày càng hội nhập sâu rộng, và dần dần tiệm cận các quốc gia trên thế giới trên nhiều lĩnh vực và dịch vụ. Xuất khẩu hàng hóa cũng được coi là nhân tố chính trong việc thực hiện mục tiêu đó, trong đó có xuất khẩu gỗ. Tính đến riêng năm 2020, kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam trong năm 2020, đạt 9,535 tỷ USD. Vươn lên để trở thành một trong sáu mặt hàng xuất khẩu có giá trị lớn nhất của Việt Nam. Chất lượng và số lượng sản phẩm gỗ xuất khẩu ra thị trường quốc tế ngày càng được chú trọng và cải tiến. Đối tác hợp tác của Việt Nam ngày càng được mở rộng thông qua các hiệp định thương mại. Trong đó, thị trường Nhật Bản nổi lên là nước có tỷ trọng nhập khẩu cao sản phẩm gỗ từ Việt Nam.

Mặc dù tiềm năng xuất khẩu sản phẩm gỗ sang thị trường Nhật Bản rất lớn, kim ngạch xuất khẩu sản phẩm này của Việt Nam vẫn còn tồn tại khá nhiều hạn chế: chưa đáp ứng được thị hiếu của thị trường Nhật Bản, xuất khẩu chủ yếu là các sản phẩm gỗ đơn giản (mặt hàng gỗ thô: dăm gỗ). Do đó, em chọn đề tài: “C*ác nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu gỗ Việt Nam sang Nhật Bản*” để làm rõ các nhân tố ảnh hưởng đến xuất gỗ, từ đó đề xuất  một số  giải  pháp phù  hợp  nhằm đẩy  mạnh xuất khẩu sản phẩm gỗ của Việt Nam vào thị trường Nhật Bản đến năm 2022 và những năm tiếp theo.

1. **Tổng quan tình hình nghiên cứu và khoảng trống nghiên cứu**

Trong quá trình thiết kế và thực hiện nghiên cứu, tác giả đã tiến hành tìm hiểu và đưa ra những đánh giá khái quát tình hình nghiên cứu trong lĩnh vực xuất khẩu gỗ Việt Nam.

**Tình hình nghiên cứu của thế giới**

Tính đến thời điểm hiện nay, đã có nhiều tác giả sử dụng mô hình lực hấp dẫn trong thương mại để phân tích các nhân tố có tác động đến xuất khẩu sản phẩm gỗ từ các nhóm nước kém phát triển và đang phát triển sang nhóm các nước phát triển. Nguyên nhân do nhóm các nước phát triển này là thị trường nhập khẩu đầy tiềm năng, thu nhập bình quân đầu người cao, nhu cầu tiêu dùng lớn, đồng thời vẫn duy trì chính sách ưu đãi thuế quan với các nước kém và đang phát triển.

Mô hình lực hấp dẫn trong thương mại được sử dụng đầu tiên bởi tác giả [Jan Tinbergen](https://vi.wikipedia.org/wiki/Jan_Tinbergen) vào năm 1962. Tác giả [Jan Tinbergen](https://vi.wikipedia.org/wiki/Jan_Tinbergen) đã nghiên cứu kim ngạch trao đổi thương mại hai chiều thông qua quy mô của hai nước nhập khẩu và xuất khẩu chia cho khoảng cách giữa hai nước. Từ mô hình lý thuyết đó, các tác giả nghiên cứu hiện nay đã áp dụng mô hình đó và thêm các biến độc lập mới để giải thích cho nghiên cứu của mình.

Andre C.Jordaan và Joel Hinanye Eita (2011) đã nghiên cứu dựa trên mô hình lực hấp dẫn trong thương mại quốc tế. Tác giả đã nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến tình hình xuất khẩu gỗ của Nam Phi ra thị trường quốc tế trong giai đoạn từ năm 1997 đến 2004. Hai tác giả đã sử dụng GDP của Nam Phi, GDP của các nước nhập khẩu, khoảng cách giữa Nam Phi với nước nhập khẩu và dân số của Nam Phi và nước nhập khẩu. Thêm vào đó hai tác giả đã sử dụng các biến giả về khả năng nói tiếng Anh của nước nhập khẩu và sự mở rộng thị trường thông qua các hiệp định thương mại như: NAFTA, EU, SADC. Kết quả chỉ ra GDP của nước nhập khẩu và dân số Nam Phi có tác động tích cực đến xuất khẩu gỗ Nam Phi. Trong khi GDP Nam Phi, khoảng cách có ảnh hưởng tiêu cực và không có ý nghĩa thống kê. Các hiệp định thương mại chưa chắc chắn làm tăng kim ngạch xuất khẩu gỗ. Vì việc trở thành thành viên của NAFTA và EU sẽ làm giảm xuất khẩu gỗ của Nam Phi, trong khi đó SADC lại làm tăng xuất khẩu gỗ.

Scudder (2012) đã phân tích các chiến lược  để xác định cơ hội cho xuất khẩu gỗ từ Montana đến Trung Quốc. Trong nghiên cứu tác giả đã sử dụng kỹ thuật phân tích SWOT để chỉ ra điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức của Montana. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng khối lượng gỗ tiềm năng có thể khai thác, năng lực sản xuất tiềm ẩn của các nhà máy Montana, khả năng phân phối sẵn có và nhu cầu của các nhà nhập khẩu Trung Quốc sẽ làm thúc đẩy xuất khẩu gỗ Montana phát triển.

Achmad S.Maulana and Rita N.Suharno(2016) đã sử dụng mô hình định lượng để giải thích các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu nội thất bằng mây tre của Indonesia. Các biến độc lập giải thích cho mô hình trên là GDP bình quân đầu người, khoảng cách kinh tế, tỷ giá hối đoái thực, giá cả thương mại và chính sách của chính phủ. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng: các yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu là GDP bình quân đầu người, tỷ giá hối đoái thực, khoảng cách kinh tế, giá cả hàng hóa, chính sách hàng hóa đều ảnh hưởng đến xuất khẩu hàng hóa nội thất bằng mây tre.

Zhang & Wang (2015) đã sử dụng mô hình lực hấp dẫn trong thương mại để giải thích tiềm năng xuất khẩu thị trường Trung Quốc vào thị trường ASEAN. Kết quả đã chỉ ra rằng: GDP của các nước, khoảng cách địa lý giữa hai nước, hai quốc gia có chung đường biên giới, có tham gia FTA và đối tác thương mại có sử dụng chung ngôn ngữ sẽ ảnh hưởng đến tiềm năng xuất khẩu của Trung Quốc sang thị trường ASEAN.

Gil Seong Kang (2014) sử dụng mô hình lực hấp dẫn trong thương mại để giải thích khối lượng thương mại giữa Hàn Quốc và Châu Phi. Kết quả của nghiên cứu chỉ ra là Hàn Quốc rất tiềm năng trong việc tăng trưởng xuất khẩu với Châu Phi. Các yếu tố như: thuế nhập khẩu, khoảng cách địa lý, cộng đồng người Hàn Quốc tại Châu Phi, chỉ số thương mại.

Harun & cộng sự (2014) đã sử dụng phân tích định tính và phương pháp thống kê trong giai đoạn 10 năm từ năm 2003 đến năm 2012 để thể hiện xu hướng phát triển xuất khẩu gỗ ở Malaysia. Nghiên cứu của các tác giả đã chỉ ra rằng các nhân tố như nghiên cứu và phát triển (R&D) và mở cửa thị trường là yếu tố ảnh hưởng đến kim ngạch xuất khẩu đồ gỗ của Malaysia.

**Tình hình nghiên cứu Việt Nam**

Ở Việt Nam, mặc dù chưa có nhiều tác giả sử dụng mô hình lực hấp dẫn trong thương mại để giải thích xuất khẩu đến thị trường Nhật Bản. Tuy nhiên, các mô hình nghiên cứu định tính và định lượng đã áp dụng ở một số thị trường xuất khẩu của Việt Nam.

Trần Trung Hiếu và Phạm Thị Thanh Thủy (2010) đã áp dụng mô hình lực hấp dẫn trong thương mại để nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu của Việt Nam thông qua GDP của Việt Nam và các nước nhập khẩu, khoảng cách địa lý giữa Việt Nam với nước nhập khẩu, tỷ giá hối đoái, đầu tư FDI và mức độ mở cửa thị trường.

Phạm Văn Nhớ và Vũ Thanh Hương (2014) cũng đã sử dụng mô hình lực hấp dẫn trong thương mại để nghiên cứu khối lượng thương mại giữa Việt Nam và Liên minh Châu Âu. Biến độc lập của mô hình nghiên cứu là GDP bình quân đầu người, dân số của Việt Nam và các nước thành viên của Liên minh Châu Âu, khoảng cách địa lý, tỷ giá hối đoái thực, mối quan hệ giữa Việt Nam và Liên minh Châu Âu. Các biến độc lập đều có tác động đến khối lượng thương mại giữa Việt Nam và Liên minh Châu Âu.

Đào Ngọc Tiến (2013) cùng với cách tiếp cận mô hình lực hấp dẫn trong thương mại. Tác giả đã chỉ ra rằng: GDP và dân số, khoảng cách địa lý của Việt Nam và các nước tham gia hiệp định TPP, tỷ giá hối đoái giữa Việt Nam và nước tham gia hiệp định TPP, thuế quan của nước tham gia hiệp định TPP và các cam kết thương mại song phương và đa phương có ảnh hưởng đến giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa Việt Nam.

Vũ Thị Minh Ngọc và Hoàng Thị Ngọc Dung (2014) được dựa trên phương pháp thu nhập số liệu, phương pháp xử lý số liệu và phân tích số liệu. Qua nội dung nghiên cứu, nhóm tác giả đã chỉ ra thị trường lâm sản rất tiềm năng ở Việt Nam. Điều này được thể hiện qua tốc độ phát triển, quy mô doanh nghiệp và chất lượng sản phẩm của ngành. Đồng thời, nhóm tác giả cũng chỉ ra những thách thức đối mặt của thị trường lâm sản Việt Nam: tổ chức và sản xuất tự phát, chưa thể hiện sự liên kết giữa các bên tham gia, thiếu hụt đầu tư về khoa học công nghệ trong sản xuất. Hệ quả một phần do thị trường lâm sản chưa được định hướng và phát triển một cách rõ ràng và còn thiếu giải pháp đồng bộ.

Nghiên cứu của Vũ Thu Hương, Trần Văn Hùng và Lê Thị Mai Phương (2014) với phương pháp phân tích định tính để nghiên cứu cơ hội và thách thức với ngành công nghiệp chế biến gỗ Việt Nam với hiệp định Đối tác Xuyên Thái Bình Dương (TPP). Nghiên cứu đã chỉ ra rằng: sự hội nhập kinh tế, đầu tư của nước ngoài, sự phụ thuộc nguyên liệu nước ngoài là những nhân tố chính ảnh hưởng đến xuất khẩu gỗ của Việt Nam.

Trần Văn Hùng (2015) với những phân tích định tính đã chỉ ra những lợi thế cạnh tranh của ngành gỗ chế biến là nguồn lao động, hệ thống chính trị ổn định, sự phát triển mạnh mẽ của ngành lâm nghiệp. Đồng thời tác giả cũng chỉ ra những thách thức mà ngành chế biến gỗ phải đối mặt như: sự gia tăng bảo hộ của Chính phủ các nước đối tác, sự cạnh tranh của các nước đối thủ, thiếu nguồn cung nguyên liệu, chủ yếu phụ thuộc vào nhập khẩu, công nghệ sản xuất chưa được đầu tư đổi mới.

Tô Xuân Phúc, Trần Lê Huy, Nguyễn Tôn Quyền, Huỳnh Văn Hạn (2015) đã chỉ ra những tác động mạnh mẽ của mặt hàng dăm gỗ kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ Việt Nam trong giai đoạn từ năm 2012 đến 2014. Kết quả của nghiên cứu đã cho thấy: sự phát triển của ngành dăm gỗ sẽ làm suy giảm sản xuất ngành gỗ bởi cả hai đều chung nguồn nguyên liệu đầu vào.

**Khoảng trống nghiên cứu**

Tất cả các nghiên cứu trong nước ngoài nước ở trên có ý nghĩa rất lớn đề xuất ra giải pháp, giải thích cách thức vận hành mô hình lực hấp dẫn hoặc các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu gỗ.

Bên cạnh những kết quả đạt được, những phân tích trên còn tồn tại một số khoảng trống như sau:

* Sử dụng mô hình lực hấp dẫn để giải thích giá trị kim ngạch xuất khẩu đã xuất hiện nhiều trong các đề tài, ví dụ như xuất khẩu lâm sản, nông sản. Các nghiên cứu chủ yếu là nghiên cứu định tính để chỉ ra các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu sang Nhật Bản hoặc các nước khác. Chưa có nghiên cứu định lượng nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu hàng hóa.
* Một số công trình nghiên cứu đưa ra các nhân tố ảnh hưởng một cách riêng lẻ, chưa có nghiên cứu nào đánh giá cụ thể các nhân tố ảnh hưởng xuất khẩu gỗ Việt Nam vào Nhật Bản.

Do đó nghiên cứu của tác giả góp phần làm rõ các yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu gỗ vào thị trường Nhật Bản, cùng với việc đề xuất các giải pháp và các khuyến nghị nhằm tăng cường xuất khẩu gỗ sang thị trường Nhật Bản trong giai đoạn các năm tiếp theo.

1. **Mục tiêu nghiên cứu**

Đề tài nghiên cứu đề xuất một số giải pháp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu gỗ vào thị trường Nhật Bản.

1. **Nhiệm vụ nghiên cứu**

* Làm rõ tổng quan nghiên cứu về các yếu tố tác động tới xuất khẩu gỗ
* Làm rõ cơ sở lý thuyết về các yếu tố tác động đến xuất khẩu gỗ từ các tiếp cận mô hình trọng lực.
* Đánh giá thực trạng xuất khẩu gỗ Việt Nam vào thị trường Nhật Bản trong giai đoạn 2001-2020.
* Phân tích các yếu tố tác động và mức độ của từng yếu tố đến xuất khẩu gỗ Việt Nam vào thị trường Nhật Bản giai đoạn 2001 đến 2020.
* Đề xuất các giải pháp, kiến nghị nhằm phát huy các yếu tố tích cực, hạn chế các yếu tố tiêu cực, từ đó đẩy mạnh xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ Việt Nam vào thị trường Nhật Bản trong giai đoạn tiếp theo.

1. **Đối tượng nghiên cứu**

Đề tài nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu gỗ của Việt Nam vào thị trường Nhật Bản.

1. **Phạm vi nghiên cứu**

* Nội dung: nghiên cứu tập trung vào phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu gỗ Việt Nam sang thị trường Nhật Bản.
* Không gian: Nghiên cứu dựa trên hoạt động xuất khẩu gỗ của Việt Nam tới thị trường Nhật Bản.
* Thời gian: Do độ trễ của số liệu chưa được cung cấp đầy đủ nên bài nghiên cứu đã sử dụng dữ liệu thứ cấp mới nhất cập nhật đến năm 2020 để nghiên cứu trong giai đoạn năm 2001-2020. Thêm vào đó, với các nội dung và thảo luận khác, bài nghiên cứu có thể sử dụng dữ liệu của năm 2021.

1. **Phương pháp nghiên cứu**

Nghiên cứu dựa trên sự kết hợp của nhiều phương pháp nghiên cứu như: phương pháp thu thập số liệu, phương pháp phân tích tổng kết kinh nghiệm, phương pháp định lượng dựa trên mô hình lực hấp dẫn trong thương mại.

1. **Cấu trúc của Khóa luận**

Ngoài phần mở đầu, kết luận, bảng biểu, danh mục từ viết tắt và tài liệu tham khảo, bài nghiên cứu có kết cấu bao gồm 5 chương:

**Chương 1:** Tổng quan về ngành gỗ Việt Nam.

**Chương 2:** Thực trạng xuất khẩu gỗ Việt Nam sang thị trường Nhật Bản.

**Chương 3:** Mô hình và phương pháp nghiên cứu.

**Chương 4:** Kết quả nghiên cứu và thảo luận kết quả nghiên cứu.

**Chương 5:** Một số giải pháp nhằm thúc đẩy xuất khẩu gỗ Việt Nam sang thị trường Nhật Bản.

## **CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ NGÀNH GỖ VIỆT NAM**

### **Khái quát về gỗ nói chung**

#### **Khái quát về gỗ và thành phần cấu tạo**

Gỗ có hai thành phần hóa học chính: lignin (18–35%) và carbohydrate (65–75%). Cả hai đều là những vật liệu có cấu tạo phức tạp. Có số lượng ít thành phần khác, chủ yếu ở dạng của các chất hữu cơ và các khoáng chất, cũng có trong gỗ (thường 4– 10%). Nhìn chung, gỗ có thành phần nguyên tố gồm khoảng 50% cacbon, 6% hydro, 44% oxy, và một số ion kim loại khác (ROGER C. PETTERSEN trong bài nghiên cứu The Chemical Composition of Wood).

Gỗ là vật liệu thiên nhiên được sử dụng khá rộng rãi trong xây dựng và trong sinh hoạt vì những ưu điểm cơ bản sau: Nhẹ, có cường độ khá cao; cách âm, cách nhiệt và cách điện tốt; dễ gia công (cưa, xẻ, bào, khoan...), vân gỗ có giá trị mỹ thuật cao.

#### **Công dụng của gỗ**

Gỗ là vật dụng thông dụng được con người sử dụng từ nguyên thủy vì nó dễ kiếm và dễ sử dụng, chủ yếu là các nhiên liệu như than, củi hoặc các vật liệu xây dựng nhà cửa, công cụ, vũ khí, các kiến trúc nghệ thuật và làm giấy.

* **Ứng dụng trong công nghiệp xây dựng**: Gỗ thường được sử dụng làm vật liệu xây dựng lên các công trình kiến trúc cổ. Các bộ phận như dầm, kèo, cột, kèo, hán gian, thuyền,…Thêm vào đó, gỗ thường được sử dụng làm vật liệu trong các công trình xây dựng như cốp pha bê tông, cọc gỗ.
* **Ứng dụng trong dân dụng**: Gỗ thường được sử dụng phổ biến ở mọi hộ gia đình. Gỗ là vật trang trí nội thất, nó mang lại vẻ đẹp cho ngôi nhà, tạo sự ấm cúng, gần gũi cho gia chủ. Gỗ làm đồ dùng trong gia đình như: cầu thang, lan can, trần nhà, sập, gụ, tủ, chè, hoành phi, câu đối, hán gian, ghế, giường,..Bên cạnh đó, gỗ còn làm vật liệu chính tạo lên các nhạc cụ, dụng cụ tập thể dục, dụng cụ học tập cho các bạn học sinh, sinh viên.
* **Ứng dụng vật liệu tái chế**: Trong quá trình sản xuất gỗ sẽ để lại một lượng lớn các mảnh vụn, hạt mùn cưa, đầu mẩu gỗ nhỏ,… Những phần sót lại này có thể linh hoạt được biến thành rất nhiều loại ván nhân tạo khác nhau. Các ván nhân tạo thường được sử dụng như sau:
* Ván ép: là một lọai ván nhân tạo được chế tạo bằng cách ghép các ván gỗ tự nhiên láng mỏng có cùng kích thước lên nhau để tạo thành tấm gỗ có kích thước và độ dày tiêu chuẩn, giữa các lớp gỗ là keo dán đặc chủng. Ván ép đang góp phần cải thiện đáng kể tỷ lệ sử dụng gỗ bởi tính hữu dụng của nó. Nó được sử dụng phổ biến và rộng rãi trong các vách ngăn của các phòng trong tòa nhà, trần nhà, khung cửa, và các đồ nội thất trang trí khác.
* Ván sợi là một sản phẩm nâng cấp hơn của dăm gỗ. Nó được sản xuất từ các phế liệu gỗ, các cành gỗ của cây, sau khi mang đi nghiền nát, ngâm, nghiền thành bột giấy, sau đó thêm một số vật liệu nhựa trong nhiệt độ cao để tạo tạo ra ván sợi. Ván sợi có nhiều ứng dụng trong vật liệu cách nhiệt.
* Ván gỗ ghép: được cấu tạo từ 3 lớp keo: lớp trên cùng và lớp dưới là ván ép. Ván ở giữa được làm từ những mảnh gỗ ngắn còn lại sau quá trình sản xuất gỗ. Vấn gỗ ghép được sử dụng phổ biến để trang trí nội thất cho các bức tường xây dựng, vách ngăn và tủ.

#### **Phân loại gỗ**

Dựa theo phân loại gỗ tự nhiên về tính chất vật lý và cơ học theo Tiêu chuẩn Việt Nam (TCVN 12619 được ban hành năm 2019) thì gỗ tự nhiên được chia thành 6 nhóm: nhóm 1 là các loại gỗ quý hiếm, và 5 nhóm còn lại cho các loại gỗ khác.

* Nhóm 1: Gỗ quý hiếm, màu đẹp, vân nhiều, có hương thơm đặc biệt.

Những loại cây gỗ có thành phần đặc biệt về màu sắc, mùi, phản quang đa chiều, vân gỗ, có giá trị cao trên thị trường được xếp vào nhóm này. Các loại gỗ này trên thị trường thường được ưa chuộng và được sử dụng để làm các đồ mộc cao cấp (gỗ mỹ nghệ, hàng mộc chạm khảm). Thêm vào đó, có loại gỗ được dùng để làm trang sức bề mặt, ván sàn, lư hương, ấm chén. Thậm chí, các loại gỗ này còn có giá trị cao về lịch sử, văn hóa, nghệ thuật. Một số loại cây điển hình như: Bách Đài Loan, Bách Vàng, Cẩm Lai, Đình Tùng, Giáng hương, Gõ đỏ, Gụ, Hoàng Đàn, Muồng đen, Nghiến, Thông Đà Lạt, Thông đỏ, Trắc, Trắc đạo, Trắc đen, Trầm hương.

* Nhóm 2: Gỗ ở nhóm 2 không có mức độ quý hiếm như nhóm 1 nhưng nếu xét ở tính chất cơ lý thì không thua kém gì

Có nhiều cây vân gỗ rất đẹp, độ bền cao, mặt gỗ mịn và rất được ưa chuộng làm đồ gỗ mỹ nghệ cao cấp. Một số loại cây điển hình như: Cẩm liên, căm xe, Đinh, Lim, Sến, Táu, Sơn huyết, săng đá, vắp. Do đặc tính của gỗ tốt, mang lại giá trị cao nên những loại gỗ này cũng đang bị khai thác.

* Nhóm 3: Gỗ nhẹ và mềm hơn, dẻo dai hơn, độ bền cao

Một số loại cây phổ biến như Bằng lăng, Bình linh, Cà chắc, Chai, Chiêu lieu, Chò chỉ, Chò đen, Chò long, Chò núi, Giổi, Dầu mít, Hoàng đàn giả, Sâng, Sến mủ.

* Nhóm 4: Gỗ có màu tự nhiên, thớ mịn, tương đối bền, dễ gia công

Gỗ nhóm này có phẩm chất trung bình, được sử dụng phổ biến để đóng đồ nội thất và trong ngành công nghiệp gỗ. Một số loại cây như: Bò ké nhẵn, Cà đuối, Cá ổi Bắc bộ, Cả ổi Sapa, Chan chan, Dầu rái, Mỡ, Ninh, Quế rừng, Re bắc bộ, Rè hương, Sồi hương, Xoan đào, Xà cừ, Vải.

* Nhóm 5: Phổ biến trong xây dựng và làm đồ nội thất

Nhóm gỗ có tỷ trọng trung bình, được dùng phổ biến trong lĩnh vực xây dựng và sản xuất đồ gỗ nội thất. Một số loại gỗ đặc trưng điển hình như: Bạch đàn đỏ, Bạch đàn lá nhỏ, Bài nhài gân nổi, Bản xe, Bàng, Bàng hôi, Bình linh lông, Bời lời, Bời lời giấy, Bời lời lông, Bời lời xanh, Cà đuối hoa dầy, Cà đuối khéo, Cà lồ, Cao su, Chàm ron, Chắp trơn, Chò xanh, Chùm bao, Cọ kiêng, Dái ngựa, Dự, Giam, Keo lá liềm, Keo lai, Hông, Khỉ pọi, Lò nghẹ, Lõi thọ, Mạ sưa, Mạn kinh, Máu lá lớn, Nang, Nụ, Phi lao, Quao, Phay, Sấu đỏ, Sếu, Thôi ba, Tràm, Tràm đen, Trín, Vải guốc, Vừng, Xoan, Xoàn hôi, Xoài.

* Nhóm 6: Gỗ nhẹ, sức chịu đựng kém, dễ bị mối mọt, cong vênh

Theo tiêu chuẩn Việt Nam năm 2019 thì nhóm gỗ thứ 6 có phẩm chất gỗ “kém nhất”, mặc dù vậy nhóm gỗ này vẫn được sử dụng rất nhiều trong xây dựng và đóng đồ nội thất phổ thông, giá rẻ. Một số loại gỗ có thể kể tên sau đây: Ba bét, Ba khía, Bạch đàn chanh, Bét bét đỏ, Bồ đề, Bồ kết, Bù lột, Cám, Cầy, Chò nhai, Chò nước, Cô nàng, Côi rào, Côm lá bóng, Côm nhật, Đa bà, Đa quả xanh, Dọc, Dung giấy, Đước, Duối, Gạo, Gửa, Giâu da xoan, Mù u, Mý, Muồng truỗng, Ngát, Sảng cánh, Sấu, Sữa, Trẩu, Xoan nhừ, Xương cá, Vẩy ốc.

* Nhóm 7: Gỗ nhẹ, sức chịu đựng kém, dễ bị mối mọt, cong vênh Gỗ nhẹ, sức chịu đựng kém, dễ bị mối mọt, cong vênh

Nhóm gỗ này chỉ có trong Bảng phân loại gỗ tạm thời năm 1977, và không hề có trong tiêu chuẩn Việt Nam. Tuy nhiên để tránh thiếu sót, tác giả vẫn tổng hợp ở đây: Nhóm gỗ này có tính ứng dụng rất cao mặc dù sức chịu bền kém, dễ bị mối mọt, cong vênh. Một số loại gỗ điển hình như: Chân chim, Me, Phổi bò, Tai nghé, Thàn mát, Vàng anh

* Nhóm 8: Gỗ nhẹ, sức chịu đựng rất kém, không bền

Cũng giống nhóm gỗ 7, nhóm này chỉ có trong Bảng phân loại gỗ năm 1977. Một số loại gỗ điển hình như: Ba soi, Bo, Bồ hòn, Cóc rừng, Duối, Mán đỉa, Mớp, Muồng trắng, Đỏ ngọn.

### **Khái quát về ngành gỗ Việt Nam**

Ngành công nghiệp chế biến gỗ Việt Nam đã duy trì và phát triển qua nhiều thế hệ. Ngày nay, sản phẩm gỗ Việt Nam không chỉ phục vụ nhu cầu của khách hàng trong nước mà còn phục vụ khách hàng trên toàn thế giới. Với việc tham gia WTO, các hiệp định thương mại như CPTPP, EVFTA đã mở ra cơ hội rất lớn để phát triển ngành gỗ Việt Nam. FDI qua các năm có chiều hướng gia tăng (mặc dù năm 2020 giảm nhẹ, do ảnh hưởng của đại dịch Covid). Điều này làm cho quy mô, giá trị các sản phẩm gỗ tạo ra tăng lên nhanh chóng, tạo tiền để góp phần vào sự phát triển kinh tế của Việt Nam.

#### **Quy mô năng lực sản xuất**

Theo báo cáo thường niên của Hiệp hội gỗ và Lâm sản Việt Nam năm 2021 thì hiện nay nước ta đã có gần 6000 doanh nghiệp chế biến gỗ và lâm sản, trong đó có 1000 doanh nghiệp gỗ có vốn đầu tư nước ngoài với tổng vốn đăng ký là 6,5 tỷ USD. Các doanh nghiệp đã giải quyết việc làm cho khoảng hơn 500000 lao động, trong số đó lao động có việc làm ổn định và qua đào tạo chiếm 55-60% (theo VnEconomy).

Hiện nay, với sự đầu tư có khoa học kỹ thuật và đầu tư về chất lượng nguồn nhân lực thì quy mô sản xuất của doanh nghiệp ngày càng được mở rộng và phát triển. Các doanh nghiệp chú trọng vào đầu tư các trang thiết bị hiện đại, sản xuất được nhiều sản phẩm phức tạp. Điều này đã giúp các doanh nghiệp sản xuất được nhiều mặt hàng cao cấp, đáp ứng được thị hiếu của người tiêu dùng trong nước và thế giới. Với nhu cầu ngày càng cao, đòi hỏi yêu cầu kỹ thuật càng lớn, thì đổi mới sáng tạo là một phần bắt buộc để cho ngành gỗ Việt Nam phát triển.

#### **Thị trường tiêu thụ sản phẩm gỗ của Việt Nam**

Với việc mở cửa thị trường, tạo liên kết với nhiều mối quan hệ nước ngoài. Việt Nam ngày càng có nhiều nước đồi tác trên nhiều lĩnh vực. Do đó, sản phẩm gỗ Việt Nam đã xuất khẩu ra rất nhiều nước trên thế giới. Hiện nay sản phẩm gỗ Việt Nam đã xuất khẩu ra hơn 120 quốc gia và vùng lãnh thổ, năm 2020 kim ngạch xuất khẩu đạt 9,535 tỷ USD. Các thị trường nổi bật điển hình như: Hoa Kỳ, Nhật Bản, Trung Quốc, Anh, Australia, Pháp, Malaysia.

Ngày nay, Việt Nam đang làm tốt công tác bổ sung và duy trì các mối quan hệ tới các nước nhằm mục đích duy trì mối quan hệ hòa bình, phát triển kinh tế - xã hội. Điển hình như năm 2020, Việt Nam đã được thông qua hiệp định EVFTA (hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh Châu Âu) sẽ giúp xuất khẩu nhiều lại sản phẩm vào thị trường này, tạo tiền đề để quảng bá sản phẩm gỗ Việt Nam.

#### **Tình hình nguồn nguyên liệu**

Trong những năm gần đây, với sự phát triển mạnh mẽ của các doanh nghiệp ngành gỗ thì nhu cầu sử dụng nguyên liệu gỗ ngày càng tăng cao. Để đáp ứng nhu cầu đó, nguyên liệu thị trường gỗ được khai thác cả trong và ngoài nước. Rừng tự nhiên của Việt Nam là nguồn cung chủ yếu, gỗ từ việc trồng rừng vẫn còn đóng vai trò nhỏ trong nguồn cung ứng nguyên liệu. Đối với nguồn cung nguyên liệu từ nước ngoài, Việt Nam chủ yếu nhập khẩu từ thị trường Châu Phi, Trung Quốc, Nam Mỹ và Bắc Mỹ,…

Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, đã công bố hiện trạng rừng Việt Nam vào ngày 13/04/2021, thì diện tích đất rừng tự nhiên của Việt Nam là 10.279.185 ha và rừng trồng là 4.398030 với tỷ lệ che phủ rừng là 42,01%. (theo Quyết định 1558/QĐ-BNN-TCLN)

Năm 2020, 5 thị trường cung cấp gỗ và sản phẩm gỗ chính cho Việt Nam là Trung Quốc, Mỹ, Ca mơ run, Thái Lan, Chile. Giá trị nhập khẩu từ 5 thị trường này đạt 1,57 tỷ USD, chiếm trên 61% tổng giá trị nhập khẩu từ tất cả các thị trường.

* Trung Quốc: đối với năm 2020, nhập khẩu khoảng 846,07 triệu USD, tăng 28% so với năm 2019, chiếm 33% tổng giá trị nhập khẩu G&SPG của Việt Nam. Các mặt hàng Việt Nam nhập nhiều từ thị trường này gồm: Gỗ dán, đạt 203,96 triệu USD, chiếm 24% tổng giá trị nhập; Veneer/ván lạng chiếm 20%, đạt 169,72 triệu USD; Nhập khẩu đồ gỗ chiếm 19% tổng giá trị nhập, đạt 158,26 triệu USD và ghế ngồi chiếm 16,5%, đạt 139,25 triệu USD.
* Mỹ: năm 2020, G&SPG Việt Nam nhập 321,33 triệu USD, chiếm 13% tổng giá trị nhập khẩu của cả nước, giảm 6% về giá trị so với năm 2019. Gỗ tròn và gỗ xẻ là hai mặt hàng chính nhập từ thị trường này, chiếm 91% giá trị nhập, trong năm 2020, Việt Nam nhập 214,1 nghìn m3 gỗ tròn, đạt 71,61 triệu USD chiếm 22% giá trị nhập và 597,53 nghìn m3 gỗ xẻ, tương ứng với 221,84 triệu USD chiếm 69% giá trị nhập, là thị trường cung gỗ xẻ lớn nhất cho Việt Nam.
* Ca mơ run: nhập: 215,96 triệu USD trong năm 2020, giảm 24 % so với năm 2019, chiếm 8% tổng giá trị nhập của cả nước. Gỗ tròn và gỗ xẻ là sản phẩm chính Việt Nam nhập khẩu từ đây, năm 2020, gỗ tròn nhập 393,66 nghìn m3, đạt 146,94 triệu USD, chiếm tỷ lệ 68% giá trị nhập, gỗ xẻ nhập 153,63 nghìn m3, đạt 59,0 triệu USD, chiếm 32%.
* Thái Lan: năm 2020, nhập 120,43 triệu USD, tăng 9% so với năm 2019, chiếm 5% tổng giá trị nhập khẩu của cả nước. Mặt hàng nhập khẩu nhiều từ Thái Lan trong năm 2020 gồm: ván dăm đạt 27,79 triệu USD, chiếm 23% và ván sợi đạt 85,02 triệu USD, chiếm 71% tổng giá trị nhập G&SPG từ Thái Lan.
* Chi lê: năm 2020, nhập 66,78 triệu USD, giảm 17% so với năm 2019, chiếm 3% tổng giá trị nhập của cả nước. Gỗ xẻ là sản phẩm chính Việt Nam nhập từ Chile, đạt 284,61 nghìn m3, ứng với 64,65 triệu USD, chiếm 97% tổng giá trị nhập từ thị trường này.

Sau đây là kim ngạch nhập khẩu nguyên liệu gỗ của Việt Nam từ các nước trong giai đoạn năm 2017 đến năm 2020.

Bảng 2.: Giá trị nhập khẩu nguyên liệu gỗ từ các thị trường giai đoạn 2017 - 2020 (USD)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Thị trường | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Châu Phi | 493.690.054 | 515.605.606 | 493.913.430 | 373.633.013 |
| Trung Quốc | 383.103.675 | 462.329.944 | 661.277.648 | 846.076.499 |
| Mỹ | 247.255.085 | 310.560.460 | 342.158.361 | 321.333.028 |
| EU | 235.784.502 | 249.637.592 | 269.685.184 | 230.104.610 |
| Campuchia | 213.110.081 | 100.632.730 | 32.589.297 | 8.126.569 |
| Malaysia | 100.410.885 | 114.185.212 | 71.108.390 | 52.466.925 |
| Thái Lan | 95.611.053 | 82.429.617 | 110.032.554 | 120.435.396 |
| Chile | 60.970.030 | 81.597.686 | 80.672.018 | 66.783.095 |
| New Zealand | 60.816.489 | 64.966.610 | 69.711.917 | 65.790.307 |
| Lào | 40.920.297 | 32.557.885 | 52.109.845 | 56.621.164 |
| Hàn Quốc | 11.477.151 | 10.187.384 | 21.874.251 | 20.116.676 |
| Nhật Bản | 9.539.002 | 10.089.875 | 9.530.826 | 11.309.631 |
| Thị trường khác | 224.988.563 | 307.830.559 | 334.814.714 | 381.928.723 |
| Tổng KNNK | 2.177.676.868 | 2.342.611.161 | 2.549.478.435 | 2.554.725.635 |

(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ Nhóm nghiên cứu của các Hiệp hội VIFOREST, FPA Bình Định, HAWA, BIFA và Tổ chức Forest Trends)

### **Lợi thế cạnh tranh của sản phẩm gỗ Việt Nam**

Ngành gỗ sẽ là ngành đầy hứa hẹn trong việc thúc đẩy sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam.

Với nguồn lao động dồi dào, chi phí lao động thấp, Việt Nam luôn thu hút nhiều doanh nghiệp trong và ngoài nước đầu tư (không chỉ riêng ngành công nghiệp chế biến gỗ). Nhờ yếu tố về lao động, ngành gỗ Việt Nam luôn có ưu thế với một số nước nhất định trên thế giới, nguồn lực nhân công dồi dào đóng vai trò then chốt trong việc thúc đẩy nhiều sản phẩm chất lượng với chi phí thấp.

Việt Nam với 3260 km đường bờ biển, với nhiều cảng biển trải dài đất nước. Là địa điểm để phát triển cảng cảng nước sâu để chuyên chở các siêu container. Nhờ đó làm giảm chi phí vận chuyển hàng hóa.

Lợi thế tiếp theo của ngành công nghiệp là sự tập trung của các làng nghề sản xuất gỗ hoặc các cơ sở sản xuất gỗ. Ở miền Bắc có thị trường Bắc Ninh - Hà Nội, miền Nam có thị trường Bình Dường và Thành phố Hồ Chí Minh.

Để phát triển kinh tế thì ổn định chính trị là yếu tố bắt buộc. Nói đến Việt Nam là một hệ thống chính trị ổn định, góp phần phát triển ngành gỗ.

Đối với Việt Nam thị trường đồ gỗ Hoa Kỳ là thị trường nhập khẩu lớn nhất. Với cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung như hiện nay, rất khó để sản phẩm gỗ Trung Quốc thâm nhập được vào thị trường Hoa Kỳ. Nếu có thâm nhập vào được thì giá bán sản phẩm sẽ cao hơn so với các nước khác. Vì thế sản phẩm gỗ Việt Nam sẽ được hưởng lợi ích đó để xuất khẩu sản phẩm gỗ. Tuy nhiên, hiện nay có rất nhiều doanh nghiệp Trung Quốc xuất khẩu sản phẩm gỗ vào Việt Nam. Rồi biến Việt Nam thành nước trung gian để xuất khẩu để tránh kiểm tra nguồn gốc sản phẩm.

Cùng với việc tham gia vào nhiều hiệp định thương mại, mới nhất là hiệp định thương mại EVFTA sẽ giúp Việt Nam cắt giảm được chi phí thuế quan khi xuất khẩu sản phẩm gỗ vào nước tham gia hiệp định. Điều đó, là cơ hội lớn để Việt Nam mở rộng thị trường đồ gỗ ra khắp thế giới.

## **CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU GỖ VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG NHẬT BẢN**



### **Khái quát chung về gỗ xuất khẩu của Việt Nam**

Tính riêng năm 2020, kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam đạt 9,535 tỷ USD tăng 22,5% so với năm 2019; chiếm 77,22% tổng kim ngạch xuất khẩu G&SPG, tăng so với tỷ trọng 73,67% của năm 2019. Năm 2020, xuất khẩu G&SPG vươn lên đứng thứ 6 về kim ngạch xuất khẩu hàng hóa/nhóm hàng hóa của Việt Nam. Qua đó cho thấy năm 2020 là một năm kỳ tích trong hoạt động xuất khẩu G&SPG của Việt Nam. Trong bối cảnh hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam chịu nhiều ảnh hưởng của suy thoái nền kinh tế toàn cầu (tác động của dịch Covid 19)

Năm 2020, thị trường Hoa Kỳ là thị trường chủ lực xuất khẩu của G&SPG của Việt Nam: mặc dù chịu ảnh hưởng nặng nề của đại dịch Covid-19 nhưng kim ngạch xuất khẩu G&SPG sang thị trường này đạt tới 7,166 tỷ USD, tăng tới 34,37% so với năm 2019 – mức tăng cao nhất trong số các thị trường xuất khẩu G&SPG của Việt Nam; chiếm tới 57,92% tổng kim ngạch xuất khẩu G&SPG của toàn ngành.

Bên cạnh đó, kim ngạch xuất khẩu G&SPG sang thị trường Canada và Australia cũng tăng trưởng khá cao, lần lượt tăng 14,37% và tăng 13,63% so với năm 2019; Và tăng nhẹ tại thị trường Trung Quốc và Hàn Quốc. Ngược lại, giảm mạnh tại trường Anh và Pháp, lần lượt giảm 26,46%; 18,62%. Giảm nhẹ tại thị trường Nhật Bản, Đài Loan và Hà Lan.

#### **Kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ Việt Nam**

Đồ thị 2.: Tham khảo kim ngạch xuất khẩu G&SPG của Việt Nam trong giai đoạn từ năm 2009 đến năm 2020

***(Đơn vị: tỷ USD)***

*(Nguồn: Tác giả phân tích từ số liệu Tổng cục Hải Quan)*

Dựa vào biểu đồ trên cho thấy, giá trị xuất khẩu gỗ và sản phẩm từ gỗ của Việt Nam ra thị trường quốc tế có chiều hướng gia tăng từ năm 2009 đến năm 2020. Điều đó chứng tỏ thị trường gỗ Việt Nam rất tiềm năng. Đặc biệt đối với năm 2020, Việt Nam chịu những ảnh hưởng tiêu cực từ dịch Covid-19 nhưng mà giá trị xuất khẩu vẫn tăng cao.

*Bảng 2.2: Tham khảo kim ngạch nhập khẩu G&SPG từ một số thị trường về Việt Nam trong năm 2020*

***(ĐVT: 1.000 USD)***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Thị trường** | **Năm 2020** | **So với năm 2019(%)** | **Tỷ trọng năm 2020 (%)** |
| **Hoa Kỳ** | 7.166,235 | 34,37 | 57,9324 |
| **Nhật Bản** | 1.294,262 | -2,48 | 10,4629 |
| **Trung Quốc** | 1.199,652 | 3,18 | 9,6981 |
| **Hàn Quốc** | 818,263 | 3,24 | 6,6149 |
| **Anh** | 229,805 | -26,46 | 1,8578 |
| **Canada** | 219,805 | 13,63 | 1,7769 |
| **Australia** | 172,038 | 13,63 | 1,3908 |
| **Đức** | 118,207 | 0,43 | 0,9556 |
| **Pháp** | 107,097 | -18,62 | 0,8658 |
| **Malaysia** | 75,834 | 7,55 | 0,6130 |
| **Hà Lan** | 72,938 | -8,11 | 0,5896 |
| **Đài Loan** | 71,483 | -2,19 | 0,5779 |
| **Thái Lan** | 50,890 | 20,44 | 0,4114 |
| **Bỉ** | 44,852 | 13,76 | 0,3626 |
| **Arab Saudi** | 38,229 | 1,37 | 0,3090 |
| **Đan mạch** | 32,449 | 4,74 | 0,2623 |
| **Tây ban nha** | 27,966 | -20,30 | 0,2261 |
| **Thụy Điển** | 25,616 | -12,59 | 0,2071 |
| **Ấn Độ** | 25,084 | -30,69 | 0,2028 |
| **New Zealand** | 24,638 | 1,42 | 0,1992 |
| **Lào** | 24,414 | -47,92 | 0,1974 |
| **Ba Lan** | 23,877 | 2,10 | 0,1930 |
| **Ý** | 22,391 | -35,47 | 0,1810 |
| **UAE** | 21,895 | -9,19 | 0,1770 |
| **Chile** | 17,731 | 4,67 | 0,1433 |
| **Mexico** | 16,308 | -14,73 | 0,1318 |
| **Cambodia** | 15,138 | 38,76 | 0,1224 |
| **Singapore** | 15,020 | -38,76 | 0,1214 |
| **Hong Kong** | 9,850 | 130,45 | 0,0796 |
| **Russia** | 6,811 | 32,28 | 0,0551 |
| **South Africa** | 6,695 | -34,22 | 0,0541 |
| **Kuwait** | 5,933 | -21,63 | 0,0480 |
| **Turkey** | 4,128 | 38,07 | 0,0334 |
| **Portugal** | 2,349 | -27,07 | 0,0190 |
| **Switzerland** | 2,315 | 31,06 | 0,0187 |
| **Greece** | 2,304 | -40,13 | 0,0186 |
| **Norway** | 2,127 | -45,22 | 0,0172 |
| **Austria** | 1,591 | -11,69 | 0,0129 |
| **Czech** | 1,438 | -47,51 | 0,0116 |
| **Finland** | 1,438 | -47,51 | 0,0116 |
| **Others** |  |  | 2,8367 |

*(Nguồn: Tác giả phân tích từ số liệu Tổng cục Hải Quan)*

Từ số liệu trên bảng trên cho thấy, thị trường Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu chủ lực của ngành gỗ và sản phẩm gỗ Việt Nam. Tiếp đến là thị trường Nhật bản, tính riêng đến năm 2020, thị trường Nhật chiếm 10,4629% kim ngạch xuất khẩu gỗ của Việt Nam. So với năm 2019, kim ngạch xuất khẩu có giảm 2,48% (do ảnh hưởng của dịch bệnh toàn cầu). Tuy vậy, thị trường Nhật Bản vẫn là thị trường rất tiềm năng đối với Việt Nam.

#### **Tỷ trọng xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ trong tổng xuất khẩu hàng hóa Việt Nam**

*Đồ thị 2.2: Tham khảo tỷ trọng xuất G&SPG trong tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam trong giai đoạn từ năm 2009 đến năm 2020*

***(ĐVT: 1.000 USD)***

*(Nguồn: Tác giả phân tích từ số liệu Tổng cục Hải Quan)*

Nhìn vào biểu đồ cho thấy mặt hàng gỗ xuất khẩu Việt Nam chiếm tỷ trọng khá đáng kể trong danh mục xuất khẩu của sản phẩm gỗ Việt Nam. Cơ cấu mặt hàng gỗ và sản phẩm gỗ luôn chiếm từ 4-5% tổng kim ngạch xuất khẩu.

#### **Mặt hàng gỗ xuất khẩu chủ lực của Việt Nam**

Trong năm 2020, mặt hàng có giá trị xuất khẩu cao bao gồm: viên nén, dăm gỗ, ván bóc, gỗ dán/ván ghép, ghế ngồi, ván dăm, ván sợi, đồ gỗ. Trong số các mặt hàng ván bóc đạt trị giá tăng cao 94% về lượng và 51% về giá trị, tiếp sau đó là ghế ngồi tăng 32% về giá trị xuất khẩu, mặt hàng đồ gỗ tăng 22% về giá trị so với năm 2019. Giá trị và lượng xuất khẩu của một số mặt hàng gỗ và sản phẩm gỗ năm 2020 như sau:

* Viên nén xuất khẩu đạt sản lượng 3,2 triệu tấn, đạt 352,03 triệu USD, tăng 15% về lượng và 13% về giá trị so với năm 2019.
* Ván sợi xuất khẩu đạt sản lượng 111,12 nghìn tấn, đạt 45,78 triệu USD, giảm 28% về lượng và 1% về giá trị so với năm trước.
* Ván bóc xuất khẩu đạt sản lượng trên 694,23 nghìn m3, đạt 81,69 triệu USD, tăng 94% về lượng và 51% về giá trị cùng kỳ 2019.
* Ván dăm xuất khẩu đạt sản lượng 39,7 nghìn tấn, đạt 9,5 triệu USD, giảm 16% so với cùng kỳ 2019.
* Gỗ dán/ gỗ ghép xuất khẩu đạt sản lượng trên 2,09 triệu m3, đạt 719,41 triệu USD, giảm 0,2% về lượng, nhưng tăng 1% về giá trị so với năm 2019.
* Dăm gỗ xuất khẩu đạt sản lượng 11,6 triệu tấn, đạt giá trị xuất khẩu 1,48 tỷ USD, giảm 3% về lượng và 12% về giá trị so với cùng kỳ năm 2019.
* Ghế ngồi xuất khẩu đạt sản lượng 2,67 tỷ USD, tăng 32% so với cùng kỳ năm 2019.
* Đồ gỗ xuất khẩu đạt sản lượng giá trị xuất khẩu 5,78 tỷ USD tăng 22% so với cùng kỳ năm 2019.

Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực ở bảng dưới đây:

Bảng 2.: Các mặt hàng G&SGP của Việt Nam xuất khẩu trong năm 2019 -2020 (USD)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Mặt hàng** | **Đơn vị** | **2019** | **2020** | **So 2019/2020 (%)** |
| **Dăm gỗ** | TAN | 12.021.921 | 11.607.583 | -3% |
| USD | 1.687.327.066 | 1.487.925.901 | -12% |
| **Viên nén** | TAN | 2.791.391 | 3.207.472 | 15% |
| USD | 311.082.930 | 352.037.059 | 13% |
| **Ván bóc** | TAN | 358.280 | 744.433 | 108% |
| USD | 53.944.094 | 88.715.429 | 64% |
| **Ván dăm** | TAN | 55.250 | 39.769 | -28% |
| USD | 11.272.189 | 9.500.938 | -16% |
| **Ván sợi** | TAN | 154.350 | 111.122 | -28% |
| USD | 45.994.051 | 45.748.652 | -1% |
| **Gỗ dán/Gỗ ghép** | TAN | 2.099.582 | 2.096.006 | -0.2% |
| USD | 712.513.574 | 719.411.147 | 1% |
| **Ghế ngồi** | TAN | 2.021.054.540 | 2.670.866.667 | 32% |
| **Đồ gỗ** | USD | 4.814.940.719 | 5.879.158.325 | 22% |
| **SP khác** | USD | 672.381.812 | 767.517.100 | 14% |
| **Tổng XK** | USD | 10.330.510.975 | 12.013.858.161 | 16.3% |

(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ Nhóm nghiên cứu của các Hiệp hội VIFOREST, FPA Bình Định, HAWA, BIFA và Tổ chức Forest Trends)

#### **Hoạt động xuất khẩu gỗ sang thị trường Nhật Bản**

Dựa vào số liệu của ITC, tác giả đã tính toán đưa ra bảng số liệu sau từ năm 2001 đến năm 2020.

Bảng 2.: Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Nhật Bản từ năm 2001 đến năm 2007

***(ĐVT: 1.000 USD)***

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **MS** | **2001** | **2002** | **2003** | **2004** | **2005** | **2006** | **2007** |
| **440122** | 17,516 | 11,238 | 15,351 | 25,076 | 56,338 | 69,776 | 81,934 |
| **440131** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **4412** | 0 | 2 | 1,203 | 70 | 86 | 59 | 1,965 |
| **9401** | 2,222 | 4,417 | 3,376 | 9,795 | 14,706 | 32,219 | 43,242 |
| **940330** | 14,401 | 20,413 | 18,638 | 11,191 | 25,125 | 35,590 | 34,332 |
| **940340** | 1,146 | 3,834 | 3,342 | 4,316 | 5,368 | 4,935 | 4,653 |
| **940350** | 6,745 | 16,238 | 17,871 | 47,020 | 38,605 | 36,260 | 39,266 |
| **940360** | 35,233 | 32,809 | 49,369 | 43,537 | 59,448 | 81,304 | 76,169 |
| **940390** | 3,024 | 7,488 | 4,424 | 2,487 | 13,008 | 8,640 | 15,970 |
| **Tổng** | 80,287 | 96,439 | 113,574 | 143,492 | 212,684 | 268,783 | 297,531 |

*(Nguồn: Tác giả phân tích từ số liệu ITC)*

Bảng 2.: Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Nhật Bản từ năm 2007 đến năm 2014

***(ĐVT: 1.000 USD)***

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **MS** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** |
| **440122** | 126,809 | 79,970 | 127,332 | 195,953 | 220,304 | 298,025 | 342,977 |
| **440131** | 0 | 0 | 0 | 0 | 786 | 345 | 366 |
| **4412** | 1,270 | 3,228 | 9,368 | 15,809 | 21,729 | 42,275 | 41,670 |
| **9401** | 58,079 | 50,557 | 62,744 | 71,943 | 93,809 | 100,789 | 129,503 |
| **940330** | 44,346 | 42,115 | 51,873 | 66,151 | 93,490 | 113,201 | 98,841 |
| **940340** | 7,414 | 14,703 | 20,429 | 22,790 | 15,266 | 12,238 | 10,984 |
| **940350** | 54,592 | 61,456 | 56,472 | 54,094 | 84,758 | 94,714 | 122,572 |
| **940360** | 72,009 | 71,735 | 89,699 | 122,159 | 94,614 | 92,029 | 105,742 |
| **940390** | 9,675 | 12,913 | 14,125 | 12,281 | 15,408 | 13,326 | 15,635 |
| **Tổng** | 374,194 | 336,677 | 432,042 | 561,180 | 640,164 | 766,942 | 868,290 |

*(Nguồn: Tác giả phân tích từ số liệu ITC)*

Bảng 2.: Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sang Nhật Bản từ năm 2015 đến năm 2020

***(ĐVT: 1.000 USD)***

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **MS** | **2015** | **2016** | **2017** | **2018** | **2019** | **2020** |
| **440122** | 464,034 | 360,138 | 358,663 | 416,894 | 499,397 | 405,659 |
| **440131** | 3,636 | 8,089 | 15,206 | 57,728 | 123,684 | 158,179 |
| **4412** | 32,798 | 34,707 | 41,937 | 58,574 | 44,736 | 46,039 |
| **9401** | 147,977 | 179,560 | 193,303 | 219,002 | 269,543 | 251,668 |
| **940330** | 84,472 | 81,917 | 78,876 | 75,450 | 77,155 | 85,106 |
| **940340** | 8,169 | 6,832 | 8,915 | 42,854 | 59,766 | 69,895 |
| **940350** | 106,666 | 111,941 | 127,199 | 108,757 | 109,955 | 115,113 |
| **940360** | 88,449 | 108,543 | 111,254 | 117,307 | 121,328 | 109,713 |
| **940390** | 19,483 | 18,164 | 15,357 | 16,833 | 22,069 | 24,939 |
| **Tổng** | 955,684 | 909,891 | 950,710 | 1,113,399 | 1,327,633 | 1,266,311 |

*(Nguồn: Tác giả phân tích từ số liệu ITC)*

Dựa vào bảng số liệu bảng và bảng ở trên cho thấy các mặt hàng gỗ xuất khẩu chủ lực sang Nhật Bản có cơ cấu tương ứng với các HS như sau với các mặt hàng như sau:

**HS 440131** là viên gỗ. Là mặt hàng có sự tăng trưởng mạnh mẽ qua các năm. Năm 2000 đến năm 2010, Việt Nam không xuất khẩu mặt hàng này sang Nhật Bản, nhưng riêng năm 2020, giá trị xuất khẩu mặt hàng này là 158,179 nghìn USD.

**HS 4412** là gỗ dán/gỗ ép Với giá trị xuất khẩu năm 2020 đạt 46,036 nghìn USD.

**HS 9401** là mặt hàng ghế ngồi. Với giá trị xuất khẩu cao thứ 2 trong các mặt hàng G&SPG xuất khẩu ước tính đạt 251,668 nghìn USD.

**HS 940330, HS 940340, HS 940350 HS, 940360** là các mặt hàng thuộc nhóm đồ nội thất. Theo thứ tự tên của các mặt hàng là: đồ nội thất trong văn phòng, đồ nội thất sử dụng trong bếp, đồ nội thất trong phòng ngủ, đồ nội thất khác. Giá trị kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng nội thất luôn chiếm tỷ lệ cao trong các mặt hàng xuất khẩu G&SPG.

**HS 940330** là các bộ phận của đồ nội thất. Tính riêng năm 2020, giá trị kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này là 24,939 nghìn USD.

Giá trị xuất khẩu đồ gỗ Việt Nam sang Nhật Bản từ năm 2001 đến năm 2020 có xu hướng đi lên. Năm 2001 với giá trị xuất khẩu là 80.287 nghìn USD đã tăng lên là 1.266.311 nghìn USD.

### **Tổng quan thị trường nhập khẩu gỗ Nhật Bản**

#### **Tiềm năng của thị trường gỗ Nhật Bản**

Tính đến năm 2020, tổng GDP của Nhật Bản là 4,975 nghìn tỷ USD (theo dữ liệu của World Bank). GDP tính theo đầu người của Nhật Bản là 40,089 nghìn USD, xếp 24 thế giới và số 3 Châu Á (nguồn: [International Monetary Fund World](https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2021/October/weo-report?c=512,914,612,171,614,311,213,911,314,193,122,912,313,419,513,316,913,124,339,638,514,218,963,616,223,516,918,748,618,624,522,622,156,626,628,228,924,233,632,636,634,238,662,960,423,935,128,611,321,243,248,469,253,642,643,939,734,644,819,172,132,646,648,915,134,652,174,328,258,656,654,336,263,268,532,944,176,534,536,429,433,178,436,136,343,158,439,916,664,826,542,967,443,917,544,941,446,666,668,672,946,137,546,674,676,548,556,678,181,867,682,684,273,868,921,948,943,686,688,518,728,836,558,138,196,278,692,694,962,142,449,564,565,283,853,288,293,566,964,182,359,453,968,922,714,862,135,716,456,722,942,718,724,576,936,961,813,726,199,733,184,524,361,362,364,732,366,144,146,463,528,923,738,578,537,742,866,369,744,186,925,869,746,926,466,112,111,298,927,846,299,582,487,474,754,698,&s=NGDPDPC,PPPPC,&sy=2020&ey=2021&ssm=0&scsm=0&scc=0&ssd=1&ssc=0&sic=0&sort=country&ds=.&br=1) ).

#### **Quy mô thị trường đồ gỗ Nhật Bản**

Theo WB, Nhật Bản có quy mô dân số đạt khoảng 125,8 triệu người (năm 2020), nền công nghiệp thuộc vào những nước phát triển nhất thế giới, với tổng GDP đứng thứ ba trên thế giới. Chỉ số phát triển con người thuộc nhóm các nước có chỉ số phát triển rất cao, do đó điều kiện sinh hoạt rất được đảm bảo, sử dụng các trang thiết bị hỗ trợ hiện đại, đặc biệt là robot (sử dụng trí tuệ nhân tạo).

Do dân số của Nhật Bản là lớn nên nhu cầu tiêu dùng cũng lớn. Đây là tiềm năng để xuất khẩu gỗ vào thị trường Nhật Bản. Do Nhật Bản là nước khá ít tài nguyên, ngoại trừ nguồn hải sản bởi xung quanh Nhật Bản là biển. Ngày nay, với việc toàn cầu hóa trong sản xuất và giao thông vận tải ngày càng rẻ hơn, thì Nhật Bản càng ngày muốn tiêu dùng các sản phẩm nước ngoài để phục vụ nhu cầu trong nước.

Theo số liệu từ Tổng cục Hải quan, kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ vào thị trường Nhật Bản trong 8 tháng đầu năm 2021 đạt tới 931,4 triệu USD, tăng 13,7% so với cùng kỳ năm 2020. Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu là đồ nội thất và các mặt hàng dăm gỗ.

Trong năm 2019, Nhật Bản đã nhập khẩu 9,73 tỷ USD gỗ và sản phẩm gỗ, trở thành nước nhập khẩu lớn thứ 3 trên thế giới. Nguồn nhập khẩu của Nhật Bản chủ yếu từ các quốc gia như: Trung Quốc, Philippines, Việt Nam, Indonesia và Canada. Trong đó, Việt Nam là nước có tốc độ sản phẩm được nhập vào thị trường Nhật Bản lớn nhất, tiếp sau đó là Hoa Kỳ.

Tất cả những số liệu trên cho thấy thị trường Nhật Bản là một thị trường đầy hứa hẹn cho mọi quốc gia, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp xuất khẩu gỗ vào Nhật Bản.

Thị trường nội thất Nhật Bản được dự đoán sẽ phát triển mạnh mẽ trong tương lai gần. Những nhân tố thúc đẩy tăng trưởng do nhu cầu sử dụng những sản phẩm nội thất tăng cao, nguyên nhân do thu nhập khả dụng của người tiêu dùng tăng, đô thị hóa, sự gia tăng các hộ gia đình và các văn phòng làm việc.

Nhật Bản đang thúc đẩy hoạt động xây dựng, điều đó dẫn đến sự mở rộng của bất động sản nhà ở với sự gia tăng đáng kể số lượng hộ gia đình trong cả nước. Dẫn đến việc thúc đẩy nhu cầu về các sản phẩm nội thất như bàn ghế phòng khách, phòng ngủ. Nhật Bản cũng chứng kiến sự tăng trưởng nhu cầu sử dụng các đồ nội thất văn phòng do nhu cầu xây dựng các văn phòng sử dụng nội thất gỗ ngày càng tăng cao.

#### **Một số đặc điểm khi xuất khẩu hàng hóa vào Nhật Bản**

Từ lâu cũng như nhiều nước khác trên thế giới, đồ gỗ là vật liệu sử dụng hàng ngày của người dân Nhật Bản, từ Vua hay các quan lại, hoặc thậm chí là cả những người có địa vị thấp trong xã hội như là nô lệ.

Vì thế sản phẩm gỗ nhập khẩu vào Nhật Bản cần đạt được những tiêu chí nhất định:

Đòi hỏi về chất lượng sản phẩm: Nhắc đến thị trường Nhật Bản là nhắc đến thị trường khó tính với những yêu cầu khắt khe về mặt kỹ thuật sản phẩm. Nhờ đó những sản phẩm có chất lượng sản phẩm tốt mới tồn tại và phát triển. Họ thường có những quan niệm về sản phẩm phải bền, sản phẩm được làm đúng kỹ thuật, trình độ chuyên môn cao, sản phẩm đa chức năng, và sự ứng dụng của nó trong thực tiễn cuộc sống. Vì thế giá thành sản phẩm chất lượng cao rất cao so với mặt bằng chung, nhưng mặt hàng này rất được ưa chuộng. Bên cạnh đó, những yêu cầu khắt khe vẫn còn xảy ra sau khi mua hàng hóa dịch vụ. Khi hàng hóa có vấn đề xảy ra như hỏng hóc thì người tiêu dùng Nhật Bản rất chú trọng, người sửa chữa phải sửa chữa một cách nhanh chóng. Những sơ xuất nhỏ cơ bản cũng sẽ ảnh hưởng đến sản phẩm. Do đó, đặc biệt trong quá trình vận chuyển cần chú ý.

### **Bài học kinh nghiệm từ việc xuất khẩu gỗ sang Mỹ và xuất khẩu gỗ của Trung Quốc vào thị trường Nhật Bản**

Với việc học hỏi các kinh nghiệm quý báu từ các nước đi trước sẽ giúp Việt Nam rất nhiều trong công quốc phân tích dự đoán, qua đó góp phần thúc đẩy xuất khẩu gỗ từ thị trường Việt Nam sang thị trường Nhật Bản.

#### **Sản phẩm gỗ xuất khẩu sang Nhật Bản so với việc xuất sang Mỹ. Bài học kinh nghiệm**

Thị trường Hoa Kỳ là thị trường nhập khẩu sản phẩm gỗ của Việt Nam lớn nhất, mang lại giá trị xuất khẩu. Do đó, tìm hiểu cách thức và quy chế thực hiện đó, có thể áp dụng việc xuất khẩu đó cho thị trường Nhật Bản.

*Biểu đồ 3:* **Tham khảo tỷ trọng xuất khẩu G&SPG vào thị trường Hoa Kỳ trong giai đoạn từ năm 2012 đến năm 2020**

Đồ thị 2.: Tham khảo tỷ trọng xuất khẩu G&SPG vào thị trường Hoa Kỳ trong giai đoạn từ năm 2012 đến năm 2020

***(ĐVT: 1.000 USD)***

*(Nguồn: Tác giả phân tích từ số liệu Tổng cục Hải Quan)*

Nhìn số liệu từ biểu đồ trên cho thấy, thị trường Hoa Kỳ là thị trường chủ lực trong việc xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam. Qua các năm, tốc độ tăng trưởng rất ấn tượng. Điều này phát triển có thể là nguyên nhân do cuộc chiến thương mại Mỹ - Trung Quốc diễn ra căng thẳng. Các doanh nghiệp Hoa Kỳ chuyển sang lựa chọn nhiều sản phẩm từ Việt Nam hơn.

#### **Các sản phẩm xuất khẩu gỗ của Trung Quốc vào thị trường Nhật Bản. Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam.**

Ngày nay, việc áp dụng những số liệu phân tích vào việc phát triển của doanh nghiệp mình không còn là xa vời. Do đó, việc áp dụng những kinh nghiệm thực tiễn, những kiến thức từ việc xuất khẩu ra quốc gia cũ để áp dụng vào nước xuất khẩu mới là rất cần thiết. Trong những năm qua kim ngạch xuất khẩu G&SPG Việt Nam vào thị trường Hoa Kỳ luôn chiếm vị trí đứng đầu. Do đó, áp dụng những kinh nghiệm xuất khẩu G&SPG đó vào thị trường Nhật Bản sẽ tạo ra một lối đi đúng đắn cho ngành gỗ Việt Nam.

Về xây dựng thương hiệu cho sản phẩm: Các doanh nghiệp Trung Quốc là nước có kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ vào thị trường Nhật Bản lớn nhất. Việc xây dựng thương hiệu là rất cần thiết. Để doanh nghiệp được định hình trên thị trường thì mỗi doanh nghiệp cần phải khẳng định thương hiệu. Thông qua đó các sản phẩm dễ dàng nhập khẩu vào thị trường Nhật Bản mà không cần qua trung gian.

**Về công nghệ sản xuất:** Trong thời kỳ bùng nổ của khoa học kỹ thuật như hiện nay thì việc áp dụng những công nghệ sản xuất tiên tiến là giải pháp hiệu quả để thúc đẩy sản xuất và cải thiện chất lượng của sản phẩm. Nắm bắt được cơ hội, Trung Quốc đã đầu tư, cải tiến rất nhiều công nghệ tiên tiến. Qua đó, các sản phẩm của Trung Quốc có giá cả rất rẻ so với các nước khác, đồng thời chất lượng cũng rất tốt. Trung Quốc rất đổi mới sáng tạo, luôn đáp ứng đúng nhu cầu của xã hội, đặc biệt là đáp ứng nhanh chóng yêu cầu từ phía khách hàng Nhật Bản.

**Về sản xuất sản phẩm:** Trung Quốc được mệnh danh là công xưởng của thế giới trong việc sản xuất tất cả các mặt hàng. Do đó, các sản phẩm sản xuất tại Trung Quốc rất đa dạng về mẫu mã và chủng loại. Đối với sản phẩm gỗ Trung Quốc xuất khẩu sang Nhật Bản, các sản phẩm này có sự kết hợp đa dạng các nguyên vật liệu: từ gỗ, vải, nệm, inox. Qua đó rất được các khách hàng Nhật Bản ưa chuộng, những sản phẩm này vừa cách tân, hiện đại, lại dễ dàng tháo lắp, gọn nhẹ trong quá trình vận chuyển. Thông tin sản phẩm được ghi rõ ràng nguồn gốc, thời hạn bảo hành trên bao bì bằng ngôn ngữ Nhật và ngôn ngữ Anh. Điều đó rất tiện để tra cứu thông tin sản phẩm.

**Về giá bán sản phẩm:** Các doanh nghiệp Trung Quốc luôn duy trì giá bán ổn định, rẻ. Giá bán sản phẩm của Trung Quốc thì luôn duy trì ở giá bán cố định và rẻ. Do sản xuất với công nghệ hiện đại cùng với lực lượng lao động dồi dào, qua đó giá thành sản phẩm của Trung Quốc rất rẻ nếu so sánh với các sản phẩm cùng loại tại các quốc gia khác. Điều đó là một lợi ích rất lớn để cho ngành xuất khẩu gỗ Trung Quốc xuất khẩu sang Nhật Bản

**Bài học:**

Những năm gần đây, mặc dù kim ngạch xuất khẩu từ Việt Nam sang thị trường Nhật Bản có phát triển vượt bậc. Đặc biệt đối với năm 2019 với ảnh hưởng của địa dịch nhưng kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ vào thị trường Nhật Bản vẫn tăng trưởng cao. Tuy vậy, Việt Nam vẫn cần phải phân tích các đối thủ cạnh tranh như Trung Quốc để chủ động tìm gia giải pháp nâng cao vị thế của ngành gỗ Việt Nam. Việt Nam cần chủ động phát triển nguồn nguyên liệu gỗ cho sản xuất.Trồng rừng là giải pháp hiệu quả cho vấn đề này, đồng thời cần duy trì nguồn cung nhập khẩu các nguyên liệu từ các quốc gia khác.

Việc xây dựng thương hiệu đối với các doanh nghiệp ngành gỗ là rất cần thiết. Điều đó sẽ giúp các sản phẩm gỗ được phân phối trực tiếp sang thị trường Nhật Bản mà không qua trung gian, tạo thuận lợi phát triển.

Đổi mới các trang thiết bị, các công cụ hỗ trợ người lao động để sản xuất ra các sản phẩm chất lượng trong thời gian ngắn hơn. Do đó, sẽ dẫn đến giá thành rẻ, tạo động lực để cạnh tranh với các doanh nghiệp gỗ cùng ngành tại nước ngoài. Thị trường Nhật Bản được biết là thị trường rất khó tình, do đó đầu từ công nghệ để nâng cao chất lượng là hướng đi đúng đắn cho mỗi doanh nghiệp.

Việc sáng tạo kết hợp các sản phẩm gỗ với các nguyên liệu khác để tạo ra các sản phẩm cách tân là rất hiệu quả. Kết hợp các sản phẩm như vải, lụa, inox, nhôm, kính,…sẽ tạo ra các sản phẩm chất lượng và giá thành cao hơn. Đồng thời cũng tạo tiền đề để phát triển ngành công nghiệp phụ trợ.

Đặc biệt, công tác Marketing là rất cần thiết. Các chiến lược Marketing cần phải được thực hiện một cách chuyên nghiệp liên tục, qua đó các sản phẩm gỗ Việt Nam mới có ấn tượng tốt với khách hàng Nhật Bản. Các doanh nghiệp Việt Nam cần đưa các sản phẩm gỗ vào các cuộc thi và hội chợ triển lãm- nơi có rất nhiều khách hàng tiềm năng. Thông qua các cuộc thi và triển lãm hội chợ, các doanh nghiệp sẽ nắm bắt được thị hiếu khách hàng, sau đó cải tiến sản phẩm để phù hợp với khách hàng Nhật Bản hơn.

## **CHƯƠNG 3: MÔ HÌNH VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU**



### **Cơ sở lý thuyết**

Dựa vào mô hình lực hấp dẫn trong thương mại quốc tế cho thấy: xuất khẩu gỗ sang thị trường Nhật Bản có nhiều nhân tố ảnh hưởng khác nhau. Trong đó, các tác nhân chính được chia làm ba nhóm chính như sau: Thứ nhất là các yếu tố ảnh hưởng đến cung xuất khẩu gỗ (thuộc về bản thân nước xuất khẩu, trong bài nghiên cứu là Việt Nam), thứ hai là nhóm các nhân tố liên quan đến cầu xuất khẩu gỗ (trong bài nghiên cứu là thị trường Nhật Bản), và nhóm nhân tố ảnh hưởng cuối cùng là nhóm các nhân tố ảnh hưởng đến cản trở và thúc đẩy thương mại.

*Thứ nhất* là các yếu tố ảnh hưởng đến cung xuất khẩu gỗ:

1. Tổng GDP của Việt Nam: Biến độc lập này được sử dụng trong nhiều nghiên cứu trước đây, là biến sử dụng trong mô hình gốc của Tinbergen (1962). Theo lý thuyết về mặt kinh tế học, khi tổng giá trị sản phẩm quốc nội (bằng tổng giá trị hàng hóa và dịch vụ) tăng lên thì đồng nghĩa với việc lượng cung hàng hóa tăng lên và có cơ hội hàng hóa xuất khẩu ra nước ngoài tăng lên. Mặc dù vậy, mức độ ảnh hưởng của mỗi quốc gia và các hàng hóa khác nhau sẽ không giống nhau. Ví dụ như một nền kinh tế lấy xuất khẩu hàng hóa làm động lực để phát triển thì kim ngạch xuất khẩu hàng hóa và GDP của nước đó sẽ có quan hệ mật thiết với nhau. Đối với nền kinh tế không lấy xuất khẩu làm động lực chính để phát triển thì số lượng hàng hóa và dịch vụ được sản xuất trong nước chưa chắc đã phục vụ cho hoạt động xuất khẩu (có nghĩa là GDP và kim ngạch xuất khẩu ít có quan hệ đối với nhau). Về mặt lý thuyết thì có thể đưa ra nhiều kịch bản khác nhau xảy ra cho việc ảnh hưởng của tổng sản phẩm quốc nội đến xuất khẩu. Tuy nhiên trong bối cảnh thế giới hiện nay, hai nhân tố này có quan hệ cùng chiều và thúc đẩy lẫn nhau. Do đó, biến GDP Việt Nam sẽ được mong đợi có ảnh hưởng cùng chiều so với xuất khẩu gỗ Việt Nam.
2. Dân số Việt Nam: biến này được thêm vào trong mô hình lực hấp dẫn so với mô hình gốc. Dân số là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng sản xuất của mỗi quốc gia. Tác động của dân số đến xuất khẩu hàng hóa nói chung và xuất khẩu gỗ nói riêng sẽ được phân tích trên các góc độ sau đây:

* Đối với góc độc nguồn lao động, việc dân số trong nước tăng lên sẽ làm cho quy mô nguồn lao động trong nước tăng, điều này góp phần tăng lượng sản phẩm được sản xuất và xuất khẩu. Tuy nhiên, đây cũng sẽ là sức ép đối với các doanh nghiệp (có sự cạnh tranh cao giữa các doanh nghiệp trong nước) khi lượng hàng hóa xuất khẩu được tăng lên. Nhưng những ảnh hưởng này sẽ giúp doanh nghiệp phát triển, buộc các doanh nghiệp phải tạo động lực để vươn lên bằng cách: cải tiến kỹ thuật, nâng cao chất lượng, tăng năng suất, đa dạng hóa chủng loại các sản phẩm. Do đó, xuất khẩu là động lực để phát triển ngành sản xuất trong nước. Bên cạnh đó, khi nguồn lao động tăng thì yêu cầu về trình độ người lao động cũng tăng lên, việc áp dụng khoa học công nghệ tiên tiến vào sản xuất sẽ đòi hỏi chất lượng nguồn lao động. Từ những căn cứ đó, khi dân số của Việt Nam tăng lên xuất khẩu gỗ tăng lên.
* Ở một khía cạnh khác, khi dân số trong nước tăng lên sẽ đại diện cho quy mô thị trường của một quốc gia tăng lên (cầu hàng hóa dịch vụ tăng lên). Điều này sẽ ảnh hưởng đến khả năng cung ứng hàng hóa của doanh nghiệp ra nước ngoài giảm đi, sẽ làm giảm động lực phát triển của các doanh nghiệp bán sản phẩm ra thị trường quốc tế, các doanh nghiệp chỉ hoạt động để phục vụ nhu cầu tiêu thụ sản phẩm trong nước. Từ những yếu tố đó cho thấy, dân số trong trường hợp này có ảnh hưởng ngược chiều đến xuất khẩu hàng hóa (có gỗ).

Tóm lại, trên hai khía cạnh trên cho thấy: dân số của Việt Nam có thể có tác động cùng chiều hoặc ngược chiều đến xuất khẩu gỗ Việt Nam.

1. Đầu tư FDI: là nhân tố bổ sung vào mô hình lực hấp dẫn trong thương mai gốc. Khi vốn đầu tư FDI lớn sẽ thúc đẩy nền kinh tế nói chung và ngành gỗ nói riêng. Khi vốn lớn sẽ thúc đẩy phát triển sản xuất, tạo ra nhiều sản phẩm, tăng khả năng cung ứng ra ngoài thị trường. Do đó, FDI có tác động cùng chiều với xuất khẩu.

*Thứ hai* là các yếu tố ảnh hưởng đến cầu xuất khẩu gỗ:

1. Tổng GDP Nhật Bản: Trong thương mại quốc tế hiện nay, quy mô nền kinh tế của nước nhập khẩu có ảnh hưởng lớn đến hoạt động xuất khẩu của hai quốc gia. Vì thế hầu hết các quốc gia đang phát triển thường cố gắng xuất khẩu sản phẩm của mình vào các quốc gia phát triển. Tổng GDP của Nhật Bản lớn sẽ cho thấy được nhu cầu mua sắm và nhập khẩu sản phẩm, hàng hóa tăng lên. Mặc dù vậy thì GDP của Nhật Bản tăng lên cũng sẽ thể hiện rằng khả năng sản xuất trong nước tăng, điều này sẽ ảnh hưởng đến sản phẩm nước ngoài đang muốn xuất khẩu vào Nhật Bản. Bên cạnh đó, mức cầu hàng hóa của Nhật Bản là cao hay thấp còn phụ thuộc vào mức độ thiết yếu của mỗi loại sản phẩm. Ví dụ, với những hàng hóa thứ cấp thì khi điều kiện sống tăng lên thì nhu cầu tiêu dùng hàng hóa giảm. Đối với hàng hóa thông thường, khi mức sống trong nước tăng lên thì cầu hàng hóa tăng lên. Đối với hàng hóa xa xỉ thì cầu hàng hóa và thu nhập người dân tỷ lệ thuận với nhau. Việc xác định hàng hóa đó là hàng hóa thứ cấp, hàng hóa thông thường, hàng hóa xa xỉ lại phụ thuộc vào từng quốc gia và từng vùng lãnh thổ. Do vậy, trong thực tế rất khó để xác định được mức độ ảnh hưởng của quy mô nền kinh tế nước nhập khẩu (Nhật Bản) đến hoạt động xuất khẩu là ảnh hưởng dương hay âm. Tuy nhiên, trong nghiên cứu xuất khẩu gỗ vào thị trường Nhật Bản, thì gỗ được coi là mặt hàng thông dụng. Điều này có nghĩa là GDP Nhật Bản tăng làm thu nhập của người dân tăng lên sẽ làm kích thích nhập khẩu hàng hóa (gỗ). Do đó, GDP của Nhật Bản sẽ được mong đợi là có ảnh hưởng dương đến xuất khẩu gỗ.
2. Dân số của Nhật Bản: Giống với dân số của nước xuất khẩu (Việt Nam), khi quy mô dân số của nước nhập khẩu (Nhật Bản) tăng lên thì cầu hàng hóa dịch vụ của Nhật Bản tăng lên (trong đó, gỗ được coi là hàng hóa thông dụng). Điều này sẽ gây ra một số ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu của Nhật Bản. Mặc dù thế, mức động ảnh hưởng của yếu tố này là ảnh hưởng cùng chiều hay ngược chiều còn phụ thuộc vào chất lượng nguồn lao động quốc gia. Chẳng hạn: Trường hợp 1: khi dân số tăng sẽ làm cho cầu hàng hóa dịch vụ ngoài nước tăng, sẽ làm cho hoạt động xuất khẩu của nước đối tác (Việt Nam) tăng. Trường hợp 2: khi dân số tăng sẽ làm quy mô lao động Nhật Bản tăng lên, làm tăng khả năng sản xuất hàng hóa dịch vụ. Điều này có nghĩa rằng, khả năng sản xuất trong nước đáp ứng được nhu cầu của thị trường trong nước, làm giảm hoạt động nhập khẩu hàng hóa. Do đó, dân số của Nhật Bản tăng lên chưa biết được ảnh hưởng cùng chiều hay ngược chiều đối với xuất khẩu gỗ Việt Nam.

*Thứ ba* là các yếu tố ảnh hưởng đến cản trở và thúc đẩy thương mại:

1. Khoảng cách địa lý giữa Việt Nam và Nhật Bản: là yếu tố cơ bản của mô hình lực hấp dẫn trong thương mại ban đầu. Khoảng cách địa lý này sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến cước phí vận tải hàng hóa cũng như với các rủi ro gặp phải trong quá trình vận chuyển hàng hóa nói chung và sản phẩm gỗ nói riêng. Thêm vào đó, khoảng cách địa lý còn ảnh hưởng đến thời điểm hợp đồng được ký kết, thời gian thực hiện hợp đồng,…Khoảng cách địa lý còn ảnh hưởng đến thời gian vận chuyển hàng hóa. Từ những phân tích trên cho thấy: khoảng cách giữa Việt Nam và Nhật Bản càng gần thì khả năng trao đổi hàng hóa giữa hai quốc gia tăng lên, tạo tiền đề cho xuất khẩu hàng hóa Việt Nam. Trong thực tế khoảng cách Việt Nam với Nhật Bản là khoảng cách không đổi theo thời gian. Nhưng việc tính toán khoảng cách địa lý sẽ được tính theo chi phí vận chuyển hàng hóa. Vì vậy, tác giả đã dựa vào chỉ số vận tải đường biển để lập luận khoảng cách. Do đó, khoảng cách được mong đợi sẽ có tác động ngược chiều lên xuất khẩu gỗ Việt Nam.
2. Lãi suất có ảnh hưởng đến khả năng vay vốn của các doanh nghiệp. Khi lãi suất thấp, kích thích các doanh nghiệp vay vốn, tạo sự phát triển của nền kinh tế. Qua đó, doanh nghiệp sản xuất ra được nhiều sản phẩm hơn, tăng khả năng xuất khẩu. Do đó, lãi suất có tác động ngược chiều với kim ngạch xuất khẩu hàng hóa
3. Mức thuế nhập khẩu đồ gỗ: Khi tăng thuế nhập khẩu sẽ làm giá cả của mặt hàng cao lên, làm cho mặt hàng khó cạnh tranh với hàng hóa trong nước, gây ảnh hưởng xấu đến hàng nhập khẩu. Do đó, thuế nhập khẩu có tác động ngược chiều so với
4. Tham gia tổ chức thương mại WTO: việc tham gia Tổ chức Thương mại Thế giới sẽ làm thúc đẩy kim ngạch xuất khẩu hàng hóa. Trong nghiên cứu, tác giả giả định rằng năm chưa tham gia là 0, năm tham gia là 1. Tham gia WTO sẽ có tác động dương đến xuất khẩu.
5. Tham gia hiệp định VJEPA: HIệp định đối tác kinh tế Việt Nam và Nhật Bản sẽ làm thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Nhật Bản. Cũng như biến trên, năm chưa tham gia hiệp định là 0, năm bắt đầu hiệp định có hiệu lực là 1. Việc ký kết hiệp định VJEPA có tác động dương lên xuất khẩu gỗ.
6. Tham gia CPTPP: Việc tham gia hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương có ý nghĩa rất lớn đến việc xuất khẩu hàng hóa ra nước ngoài nói chung và thị trường Nhật Bản nói riêng. Giả định năm chưa ký kết là 0, và năm ký kết bắt đầu có hiệu lực là 1.

Dựa vào khung lý thuyết trên, tác giả đã chọn lọc và sử dụng các yếu tố sau:

(1): GDP của Việt Nam, (2): GDP của Nhật Bản, (3): FDI của Việt Nam, (4): Dân số của Việt Nam, (5): Khoảng cách địa lý giữa Việt Nam và Nhật Bản, (6): Dân số của Nhật Bản, (7) Lãi suất của Việt Nam, (8) Mức thuế nhập khẩu đồ gỗ của Nhật Bản với Việt Nam, (9) Tham gia tổ chức thương mại WTO, (10) Tham gia CPTPP, (11) Tham gia hiệp định VJEPA.

### **Biến số và thước đo**

Bảng 3.: Bảng kỳ vọng dấu các biến của mô hình

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Biến** | **Mô tả** | **Giá trị** | **Kỳ vọng dấu** |
| **GDPVt** | GDP của Việt Nam | USD | + |
| **DSVt** | Dân số của Việt Nam | Người | +/- |
| **FDIVt** | Đầu tư FDI vào Việt Nam | USD | + |
| **GDPJt** | GDP của Nhật Bản | USD | + |
| **DSJt** | Dân số của Nhật Bản | Người | +/- |
| **KCVJ** | Khoảng cách từ Việt Nam đến các nước nhập khẩu gỗ của Việt Nam | Km | - |
| **LSUATVt** | Lãi suất trung bình của Việt | % | - |
| **TNKJVt** | Mức thuế nhập khẩu đồ gỗ của các quốc gia nhập khẩu đồ gỗ của Việt Nam | % | - |
| **WTO** | Có là thành viên thuộc tổ chức thương mại hay không. | 0 hoặc 1 | + |
| **CPTPP** | Có tham gia hiệp định thương mại CPTPP hay không. | 0 hoặc 1 | + |
| **VJEPA** | Có tham gia hiệp định thương mại VJEPA hay không. | 0 hoặc 1 | + |

Mô hình sử dụng biến phụ thuộc là **GTXKt (**kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ Việt Nam sang Nhật Bản**)**. Với các biến độc lập là **GDPVt** (tổng GDP của Việt Nam trong thời gian t), dân số của Việt Nam (**DSVt**), đầu tư FDI và Việt Nam (**FDIVt**), tổng GDP của Nhật Bản (**GDPJt**), dân số của Nhật Bản (**DSJt**), khoảng cách địa lý giữa Việt Nam và Nhật Bản (**KCVJ**), lãi suất trung bình của Việt Nam (**LSUATVt**),mức thuế nhập khẩu đồ gỗ của các quốc gia nhập khẩu đồ gỗ của Việt Nam (**TNKJVt**), với các biến định tính như **WTO, CPTPP, VJEPA**.

Mô hình như sau:

GTXKt = K x (GDPVt)β1 x (DSVt)β2 x (FDIvt)β3 x (GDPJt)β4 x (DSJt)β5 x (KCVJ)β6 x (LSUATVt)β7 x (TNKJVt)β8 x (WTO)β9 x (CPTPP)β10 x (VJEPA)β11.

Để tiện cho việc phân tích hồi quy, mô hình trên được biến đổi về dạng Logarit như sau:

lnGTXKt = K + β1 x lnGDPVt + β2 x DSVt + β3 x FDIvt + β4 x GDPJt +β5 x DSJt + β6 x KCVJ + β7 x LSUATVt + β8 x TNKJVt + β9 x WTO + β10 x CPTPP + β11 x VJEPA.

### **Số liệu nghiên cứu**

Dữ liệu gồm 20 quan sát lấy từ năm 2001 đến năm 2020 với những biến sau đây. Biến GDP, dân số được lấy từ ngân hàng thế giới (World Bank), biến khoảng cách được lấy từ google maps, lãi suất Việt Nam được lấy từ IFS, giá trị xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ Việt Nam vào Nhật Bản được tổng hợp từ các mặt hàng chiếm tỷ lệ xuất khẩu cao, thuế nhập khẩu gỗ của Nhật Bản áp dụng với Việt Nam được lấy từ WITS. Từ 20 quan sát theo năm ban đầu, tác giả đã chia dữ liệu theo năm thành dữ liệu theo tháng bằng việc xử lý chia đều năm cho tháng để tránh việc hạn chế số liệu hồi quy mô hình. Do đó dữ liệu có 240 quan sát. Đối với biến khoảng cách địa lý giữa Việt Nam và Nhật Bản là một hằng số cố định không đổi theo thời gian, do đó biến khoảng cách không có ảnh hưởng đến trong xuất khẩu hàng hóa. Mặc dù vậy, biến khoảng cách được đưa vào mô hình dựa trên chi phí vận tải hàng hóa. Dựa theo bảng chi phí vận tải hàng hóa, tác giả nhận thấy rằng: chi phí vận chuyển gỗ từ năm 2001 đến năm 2016 là khá đều nhau và từ năm 2017 đến năm 2020 chỉ số chi phí này có tăng lên (xem chi tiết biểu đồ ở dưới phần phụ lục). Do đó, tác giả đã chọn khoảng cách địa lý từ năm 2001 đến năm 2016 là 3863 km (theo Google Map). Từ năm 2017 đến năm 2020 khoảng cách địa lý này là 4790 km (Tính toán khoảng cách dựa trên đồ thị cước vận tải đường biển cho sản phẩm gỗ).

*Bảng 3.2: Bảng nguồn dữ liệu của các biến*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tên biến** | **Mô tả** | **Nguồn** |
| **GDPVt** | GDP của Việt Nam | WB |
| **GDPJt** | GDP của Nhật Bản | WB |
| **FDIVt** | Đầu tư FDI vào Việt Nam | WB |
| **DSVt** | Dân số của của Việt Nam | WB |
| **DSJt** | Dân số của Nhật Bản | WB |
| **KCVJ** | Khoảng cách từ Việt Nam đến Nhật Bản | Google maps |
| **LSUATVt** | Lãi suất trung bình của Việt Nam năm t | IFS |
| **TNKJVt** | Mức thuế nhập khẩu đồ gỗ của Nhật Bản với Việt Nam | WITS |
| **WTO** | Có là thành viên thuộc tổ chức thương mại hay không. | WTO |
| **CPTPP** | Có tham gia hiệp định thương mại CPTPP hay không. | CPTPP |
| **VJEPA** | Có tham gia hiệp định thương mại VJEPA hay không. | Trungtam wto |

Việc nắm bắt được các đặc điểm các biến sử dụng trong mô hình nghiên cứu có vai trò quan trọng để biết được sự phân bố số liệu của các dữ liệu.

Đồ thị 3.: Thống kê mô tả kim ngạch xuất khẩu gỗ Việt Nam sang Nhật Bản

*(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp)*

Nhìn vào đồ thị trên cho thấy, kim ngạch xuất khẩu gỗ từ thị trường Việt Nam sang thị trường Nhật Bản tăng khá đều đặn qua các năm. Từ năm 2001 là 80.287 USD tăng lên 1.327.633 USD năm 2019. Đến năm 2020 giá trị xuất khẩu có giảm một chút do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 là 1.266.311 USD.

Đồ thị 3.: Tổng GDP của Việt Nam từ năm 2001 đến năm 2020 theo WB

*(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp)*

Dựa vào đồ thị cho thấy, GDP của Việt Nam tăng đều qua các năm. Theo số liệu từ WB, năm 2001: tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của Việt Nam là 32.685.198.735,31 USD, GDP của Việt Nam năm 2020 là 271.158.443.059,08 USD.

Đồ thị 3.: Tổng GDP của Việt Nam từ năm 2001 đến năm 2020 theo WB

*(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp)*

Dựa vào đồ thị cho thấy, GDP của Nhật Bản đang đi ngang. Điều này cho thấy, GDP của Nhật Bản đang ổn định, không có chiều hướng gia tăng qua các năm Theo số liệu từ WB thì GDP của Nhật Bản năm 2001 là 4.374.711.694.090,87 USD. Đến năm 2020 là 4.975.415.241.562,52 USD.

Đồ thị 3.: FDI của Việt Nam từ năm 2001 đến năm 2019 theo FDI

*(Nguồn*: Tác giả tự tổng hợp)

Nhìn vào đồ thị trên cho thấy: Nhìn chung tổng vốn đầu tư FDI vào Việt Nam có xu hướng tăng qua các năm, những năm từ năm 2001 đến năm 2006 thì tốc độ tăng khá chậm, nhưng từ năm 2007 trở đi, tốc độ tăng trưởng thu hút vốn đầu tư nước ngoài FDI của Việt Nam phát triển khá mạnh. Năm 2001, tổng vốn FDI là 1.300.000.000 USD, thì năm 2019 tổng vốn đầu tư nước ngoài FDI là 16.120.000.000 USD. Nếu so sánh về giá trị đầu tư thì năm 2020 gấp 12,3 lần.

Đồ thị 3.: Lãi suất của ngân hàng trung ương qua các năm theo WB

*(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp)*

Nhìn vào biểu đồ trên cho thấy, lãi suất của ngân hàng trung ương công bố phân phối không đồng đều. Những năm từ 2001 đến năm 2005, lãi suất khoảng 5%, từ năm 2006 lãi suất từ 6,5% tăng lên 15% năm 2011 và giảm xuống những năm năm sau đó, năm 2012 lãi suất công bố là 9%, giảm dẫn cho đến năm 2020 thì lãi suất là 4%. Đồ thị trên cũng có thể cho biết những năm do đại dịch Covid-19 là năm 2019, năm 2020 thì lãi suất giảm để kích thích nền kinh tế trước các cuộc khủng hoảng.

Đồ thị 3.: Dân số của Việt Nam qua các năm theo WB

*(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp)*

Nhìn vào đồ thị trên cho thấy, dân số của Việt Nam có xu hướng gia tăng khá đều nhau qua các năm trong giai đoạn từ năm 2001 đến năm 2020. Năm 2001, dân số Việt Nam là 80.742.500 người. Năm 2020 dân số là 97.338.583 người. Trong giai đoạn này, được coi là thế hệ vàng của dân số Việt Nam.

Đồ thị 3.: Dân số của Nhật Bản qua các năm theo WB

*(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp)*

Nhìn vào đồ thị dân số Nhật Bản trên cho thấy, quy mô dân số Nhật Bản trong những năm gần đây đang đi xuống. Những năm từ năm 2001 đến năm 2010 thì dân số có chiều hướng gia tăng, năm 2001 dân số Nhật Bản là 127.149.000 người, thì đến năm 2010 dân số tăng lên là 128.070.000 người. Từ năm 2010 trở đi, quy mô dân số Nhật Bản giảm với tốc độ khá mạnh, năm 2011 với dân số là: 127.833.000 thì đến năm 2020 dân số chỉ đạt 125.836.021 người.

Đồ thị 3.: Thuế nhập khẩu Nhật Bản với sản phẩm gỗ Việt Nam

*(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp)*

Nhìn vào biểu đồ trên cho thấy, thuế nhập khẩu của Nhật Bản đối với gỗ Việt Nam có chiều hướng gia tăng qua các năm, năm 2001, mức thuế Nhật Bản áp dụng là 2,8829%, đến năm 2020 mức thuế này là 4,98%.

Các biến còn lại như:

* Khoảng cách giữa Việt Nam là được giải thích trên phần cơ sở dữ liệu.
* Tham gia hiệp định WTO được phê chuẩn vào tháng 11/01/2007, nên tác giả đã cho biến WTO bằng 0 trong những năm từ 2001 đến tháng 1 năm 2007. Tháng 02 năm 2007 thì WTO bằng 1
* Tham gia hiệp định VJEPA của Việt Nam có hiệu lực từ ngày 01 tháng 10 năm 2009. Nên do đó, trước tháng 9 trở về năm 2001, biến VJEPA sẽ có giá trị là 0, và sau đó giá trị sẽ là 1.
* Mặc dù hiệp định CPTPP cơ bản giữ nguyên các cam kết chính của Hiệp định TPP. Nhưng tác giả đã tính theo khi hiệp đinh CPTPP được ký kết và giả định rằng trước đó không tính hiệp định TPP của Việt Nam. Nên từ năm 2001 đến tháng 12 năm 2008, biến CPTTP trong mô hình sẽ là 0, và sau đó giá trị sẽ là 1.

### **Phương pháp ước lượng**

Do dữ liệu là chuỗi thời gian, để tối giản dữ liệu. Dữ liệu chuỗi thời gian này sẽ được coi như là dữ liệu chéo. Và phương pháp tác giả chọn là phương pháp hồi quy bình phương tối thiểu.

## **CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN**



### **Lựa chọn mô hình tối ưu**

Như đã phân tích trong việc lựa chọn mô hình hồi quy, nên tác giả đã biến đổi các nhóm về dạng Logarit để dễ dàng chạy hồi quy và tránh một số lỗi trong mô hình hồi quy.

Thực hiện hồi quy: ls lngtxk c lngdpvt lngdpjt lnfdivt lnlsuatvt lntnk lndsvt lndsjt lnkcvj wto cptpp vjepa trên phần mềm Eviews 8.

Bảng 4.: Bảng kết quả hồi quy của mô hình

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Biến độc lập** | **Hệ số hồi quy** | **p-value** |
| **C** | -485,7290 | 0,0000 |
| **LNGDPVt** | 1,454338 | 0,0000 |
| **LNGDPJt** | -1,004024 | 0,0000 |
| **LNFDIVt** | -0,170507 | 0,0000 |
| **LNLSUATVt** | 0,161795 | 0,0000 |
| **LNTNKJVt** | -0,398032 | 0,0000 |
| **LNDSVt** | 3,413804 | 0,0108 |
| **LNDSJt** | 23,61983 | 0,0000 |
| **LNKCVJ** | -0,495898 | 0,0001 |
| **WTO** | -0,084839 | 0,0680 |
| **CPTPP** | 0,231202 | 0,0000 |
| **VJEPA** | 0,058484 | 0,0276 |

*(Nguồn: Tác giả tổng hợp theo kết quả chạy Eviews)*

Để thấy nhìn thấy rõ hơn kết quả của mô hình hồi quy, độc giả có thể xem tại phần phụ lục.

Theo kết quả chạy của mô hình thì R2 = 99,6347%. Điều này cho thấy, mô hình được giải thích tới 99,6347% bởi các biến của mô hình.

Nhìn vào p-value của các hệ số cho thấy, các p-value của hệ số nhỏ hơn 5% ngoại trừ biến WTO với mức ý nghĩa 10%, do đó các hệ số của các biến độc lập có ý nghĩa thống kê.

Nhưng mô hình đã mắc phải đa cộng tuyến và phương sai sai số thay đổi.

Bảng 4. : Bảng kết quả hồi quy với hệ số VIF

|  |  |
| --- | --- |
| **Biến độc lập** | **VIF** |
| **C** | NA |
| **LNGDPVT** | 303,9407 |
| **LNGDPJT** | 9,996215 |
| **LNFDIVT** | 104,8855 |
| **LNLSUATVT** | 6,537715 |
| **LNTNK** | 23,39066 |
| **LNDSVT** | 421,2888 |
| **LNDSJT** | 11,37620 |
| **LNKCVJ** | 7,376080 |
| **WTO** | 37,50515 |
| **CPTPP** | 2,373952 |
| **VJEPA** | 13,91337 |

*(Nguồn: Tác giả tổng hợp theo kết quả chạy Eviews)*

Dựa theo kết quả của bảng trên cho thấy, các biến độc lập có mắc đa cộng tuyến do hệ số VIF > 10.

Do đó, tác giả đã kiểm tra tương quan giữa các biến độc lập (có thể xem chi tiết ở phụ lục). Vì thế tác giả đã bỏ một số biến như LNFDIVt, LNTNK, LNDSVT, WTO, VJEPA.

Đồng thời tác giả đã sử dụng ước lượng với sai số chuẩn White để phương sai sai số thu được nhỏ nhất. Do đó đã giải quyết được vấn đề đa cộng tuyến và phương sai số thay đổi.

Kết quả chi tiết tác giả sẽ để ở phần phụ lục.

### **Kết quả ước lượng**

Bảng 4.: Bảng kết quả hồi quy sau khi bỏ biến

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Biến độc lập** | **VIF** | **p-value** |
| **C** | -228,7360 | 0,0000 |
| **LNGDPVT** | 1,341437 | 0,0000 |
| **LNGDPJT** | -0,430631 | 0,0000 |
| **LNLSUATVT** | -0,019088 | 0,5792 |
| **LNDSJT** | 12,27666 | 0,0000 |
| **LNKCVJ** | -0,278533 | 0,0093 |
| **CPTPP** | 0,119307 | 0,0000 |

*(Nguồn: Tác giả tổng hợp theo kết quả chạy Eviews)*

Kết quả của mô hình:

LNGTXK=-228,735988597+1,34143736113\*LNGDPVT- 0,43063090528\*LNGDPJT-0,0190883603314\*LNLSUATVT+ 12,2766570465\*LNDSJT – 0,278532501363\*LNKCVJ + 0,119307385316\*CPTPP

Kiểm tra sự phù hợp của mô hình. Nhìn vào đồ thị cho thấy, R2 = 99,6347%. Điều này cho thấy, mô hình được giải thích tới 99,2847% bởi các biến trong mô hình.

Nhìn vào p-value của các hệ số cho thấy, các p-value của hệ số nhỏ hơn 5%, do đó các hệ số của các biến độc lập có ý nghĩa thống kê. Ngoại trừ biến **LNLSUATVT** với giá trị p-value = 0,5972.

### **Thảo luận kết quả nghiên cứu**

Biến LNGDPVT: đại diện cho logarit của biến GDP của Việt Nam. Với hệ số là 1,341437 với giá trị p-value là 0,0005 có ý nghĩa với mức alpha = 1%. Do đó đúng như nhận định biến biến LNGDP sẽ có tác động cùng chiều với kim ngạch xuất khẩu gỗ. Cụ thể như sau: khi LNGDPVT tăng lên 1% thì LNGTXK của Việt Nam sẽ tăng lên 1,341437%. Với ý nghĩa đó có thể thấy rằng: khi quy mô nền kinh tế Việt Nam tăng lên thì việc đầu tư các trang thiết bị hiện đại vào trong sản xuất, cũng như việc áp dụng những kỹ thuật tiên tiến nhất sẽ góp phần thúc đẩy xuất khẩu gỗ sang thị trường Nhật Bản.

Biến LNGDPJT: đại diện cho logarit của biến GDP của Nhật Bản. Với hệ số là -0,430631 với giá trị p-value là 0,0000 có ý nghĩa với mức alpha = 1%. Điều này chứng tỏ biến LNGDPJT có tác động ngược chiều với giá trị xuất khẩu gỗ Việt Nam. Kết quả này trái với những gì mong muốn trong cơ sở lý thuyết cho rằng: khi GDP của Nhật Bản tăng sẽ góp phần làm xuất khẩu gỗ Việt Nam tăng. Giải thích cho điều này là có thể là do những năm gần đây GDP Nhật Bản hầu như không tăng trưởng mà còn có dấu hiệu của suy thoái kinh tế, nhưng mà xuất khẩu gỗ Việt Nam vẫn tăng trưởng vào thị trường Nhật Bản.

Biến LNLSUAT: đại diện cho logarit của biến LSUAT của Việt Nam. Với hệ số là -0,019088 với giá trị p-value là 0,5694. Điều này chứng tỏ biến LNLSUAT không có ý nghĩa thống kê. Lãi suất trong mô hình nghiên cứu là lãi suất của ngân hàng trung ương nên có khả năng lãi suất ngân hàng trung ương chưa có thể có tác động đến được các doanh nghiệp sản xuất gỗ. Bởi vì ngân hàng trung ương là ngân hàng thực thi chính sách tiền tệ, mà làm việc với các doanh nghiệp chủ yếu là các ngân hàng thương mại.

Biến LNDSJT: đại diện cho logarit của biến DSJT của Nhật Bản. Với hệ số là 12,27666 với giá trị p-value là 0,0004. Điều này chứng tỏ biến LNDSJT có ý nghĩa tại mức nghĩa alpha = 1%. Biến này cho biết rằng khi dân số Nhật Bản tăng lên sẽ có tác động đến xuất khẩu gỗ của Việt Nam. Khi LNDSJT tăng lên 1% thì LNGTXK của Việt Nam sẽ tăng 12,27666%. Kết quả này, đã khẳng định sự phù hợp của lý thuyết mà còn giống với những kết quả nghiên cứu của một số tác giả trước đây.

Biến LNKCVJ: đại diện cho logarit của biến KCVJ. Với hệ số là -0,278533 với giá trị p-value là 0,0000. Điều này chứng tỏ biến LNDSJT có ý nghĩa tại mức nghĩa alpha = 1%. Biến này đúng như dự đoán của mô hình lý thuyết khi khoảng cách tăng lên thì xuất khẩu gỗ sẽ giảm xuống. Khi LNKCVJ tăng lên 1% thì LNGTXK gỗ của Việt Nam sẽ giảm 0,278533%. Điều này cũng phù hợp với thưc tiễn, bởi khoảng cách càng xa (đối với Việt Nam và Nhật Bản giả định trong mô hình là chi phí vận chuyển gỗ) thì quá trình vận chuyển hàng hóa càng khó khăn, gây ảnh hưởng đến quá trình xuất khẩu gỗ sang thị trường Nhật Bản. Kết quả này cũng phù hợp với một số kết quả nghiên cứu của một số tác giả trước đây.

Biến CPTPP: Với hệ số là 0,119307 với giá trị p-value là 0,0000. Điều này chứng tỏ biến CPTPP có ý nghĩa thống kê tại mức nghĩa alpha = 1%. Biến này đúng như dự đoán của mô hình lý thuyết khi việc tham gia vào Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương sẽ làm cho xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam tăng lên. Do đó, việc tham gia hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) có ảnh hưởng đến xuất khẩu gỗ của Việt Nam.

Tóm lại, có nhiều nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu gỗ Việt Nam sang thị trường Nhật Bản. Ví dụ như các nhân tố về GDP của nước xuất khẩu (Andre C.Jordaan, Zhang & Wang). GDP và dân số, khoảng cách địa lý của Việt Nam và các nước tham gia hiệp định TPP, tỷ giá hối đoái giữa Việt Nam và nước tham gia hiệp định TPP, thuế quan của nước tham gia hiệp định TPP (Đào Ngọc Tiến). Việc tham gia hiệp định thương mại CPTPP để thúc đẩy thương mại (Vũ Thu Hương, Trần Văn Hùng và Lê Thị Mai Phương).

Các nhân tố này có những ảnh hưởng tích cực, và cũng có ảnh hưởng tiêu cực. Về cơ bản, theo mô hình nghiên cứu và kết quả nghiên cứu thì các nhân tố này phù hợp với lý thuyết và thực tiễn ở Việt Nam.

## **CHƯƠNG 5: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẰM THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU GỖ VIỆT NAM**



### **Định hướng xuất khẩu và giải pháp xuất khẩu gỗ Việt Nam sang thị trường Nhật Bản**

#### **Định hướng xuất khẩu gỗ Việt Nam**

Trong những năm trở lại đây, Nhà nước đã có những chính sách và định hướng để phát triển và thúc đẩy xuất khẩu hàng nói chung và xuất khẩu gỗ nói riêng. Căn cứ theo Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII Đảng Cộng sản Việt Nam ngày 01 tháng 02 năm 2021. Nghị quyết số 50/NQ-CP ngày 20/5/2021 của Chính phủ về việc ban hành Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng đã đề xuất “Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2021-2030”. Trên cơ sở đánh giá thực trạng hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam thời kỳ 2011-2020, đề ra các quan điểm, mục tiêu, định hướng và giải pháp phát triển XNK hàng hóa thời kỳ 2021-2030 nói chung và xuất khẩu gỗ nói riêng.

***Định hướng chung***: Tập trung nâng cao giá trị trong nước và giá trị gia tăng của sản phẩm thông qua phát triển sản xuất nguyên, phụ liệu, gắn với bảo vệ môi trường, trách nhiệm xã hội và xu thế dịch chuyển lao động nông nghiệp, nông thôn trong quá trình xây dựng nông thôn mới; Nâng cao khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật, môi trường và trách nhiệm xã hội nhằm vượt qua những rào cản thương mại của các thị trường nhập khẩu chính; Tập trung đầu tư cho việc nghiên cứu mẫu mã, mốt thời trang quốc tế, nắm bắt kịp thời xu thế lớn trong ngành thời trang, ứng dụng thành tựu của cuộc CMCN lần thứ tư, thương mại điện tử và kinh tế số trong khâu thiết kế, tạo mẫu, sản xuất và marketing, đa dạng hóa sản phẩm mang tính thời trang cao cấp, đổi mới phương thức kinh doanh, đa dạng hóa và phát triển thị trường mới cho xuất khẩu... Phấn đấu tốc độ tăng trưởng của nhóm hàng này sẽ tương đương tốc độ tăng của xuất khẩu hàng hóa chung thời kỳ 2021-2030.

***Định hướng đối với ngành gỗ***:

Giai đoạn 2021-2025, chủ động nguồn nguyên liệu gỗ trong nước nhằm nâng cao tỷ lệ nội địa theo hướng đẩy nhanh việc áp dụng chứng chỉ quản lý rừng bền vững phục vụ chế biến gỗ xuất khẩu, kết hợp tuân thủ nghiêm ngặt và kiểm soát chặt chẽ nhập khẩu gỗ nguyên liệu để bảo đảm nguồn gốc hợp pháp phục vụ chế biến xuất khẩu, đảm bảo sản phẩm gỗ xuất khẩu của Việt Nam có xuất xứ rõ ràng, tránh tình trạng bị kiện về xuất xứ và gian lận thương mại. Khai thác hiệu quả cơ hội của các FTA để đẩy mạnh xuất khẩu sang các thị trường đã ký FTA như Philippin, Canada, các nước khu vực EU…; đồng thời tìm kiếm các thị trường mới nhằm hạn chế tối đa sự phụ thuộc vào một số thị trường nhất định. Trong giai đoạn này, giữ ổn định và tăng cường xuất khẩu sang các thị trường truyền thống như Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Hoa Kỳ, Ấn Độ.

Giai đoạn 2026-2030, đa dạng hóa mặt hàng xuất khẩu (sản phẩm gỗ nội thất gia đình, văn phòng, sản phẩm ngoại thất, ván nhân tạo, dăm gỗ, viên nén...), nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm gỗ xuất khẩu để tăng kim ngạch và nâng cao hiệu quả xuất khẩu, thông qua đẩy mạnh hiện đại hóa công nghệ chế biến quy mô lớn, từng bước phát triển và hiện đại hóa công nghệ chế biến quy mô nhỏ ở các vùng nông thôn và làng nghề truyền thống. Về kim ngạch, phấn đấu nâng thị phần thương mại đồ gỗ thế giới của Việt Nam từ 2,57% hiện nay lên khoảng 10% vào năm 2030 (đạt khoảng 25 tỷ USD). Trong giai đoạn này, phấn đấu mở rộng xuất khẩu sang các thị trường tiềm năng như Malaysia, Đài Loan, Đức, Singapore, Úc, Anh...

Dựa theo phân loại các nhân tố tác động đến xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ Việt Nam vào Nhật Bản, thì các giải pháp sẽ giải quyết vấn đề theo các giải pháp cho cung xuất khẩu, các giải pháp cho cầu xuất khẩu, các giải pháp thúc đẩy hoặc cản trở xuất khẩu.

#### **Giải pháp tác động đến cung**

Kết quả ước lượng của mô hình cho thấy, các yếu tố tác động đến cung như GDP của Việt Nam. Do đó cần có những giải pháp để thúc đẩy cung của xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ. Một số giải pháp như sau:

* Giải pháp nâng cao, đổi mới công nghệ sản xuất:

Như phân tích ở trên, khoảng cách công nghệ giữa Việt Nam và các nước trên thế giới còn khá xa. Do vậy, rút ngắn khoảng cách công nghệ là hướng giải quyết cần thiết: Hiện đại hóa công nghệ sản xuất sản phẩm gỗ.

Trong quá trình đổi mới cải cách đất nước từ năm 1990, Việt Nam đã ứng dụng khoa học công nghệ nhằm mục đích phát triển và tăng trưởng kinh tế. Với sự hội nhập nhanh chóng, môi trường kinh doanh, thể chế kinh tế, văn hóa đang phát triển mạnh mẽ thì Việt Nam là một trong những nước triển vọng để phát triển kinh tế. Đặc biệt đối với Chỉ số đổi mới sáng tạo (GII) năm 2021, Việt Nam xếp thứ 44 trên 132 quốc gia/nền kinh tế. Trong giai đoạn năm 2016-2020 thì đóng góp của năng suất nhân tố tổng hợp (TFP) đã tăng 45,2% so với mức 33,58% trong giai đoạn 2011-2015. Tốc độ tăng năng suất lao động bình quân giai đoạn 2016-2020 đã tăng lên 5,8%/ năm so với giai đoạn 2011-2015 là 4,3%/năm. Tỷ trọng giá trị xuất khẩu sản phẩm công nghệ cao trong tổng giá trị xuất khẩu hàng hóa tăng từ 19% năm 2010 lên khoảng 50% năm 2020 (Bộ Khoa Học và Công Nghệ).

Hiện nay, hầu hết các doanh nghiệp nước ngoài đều áp dụng công nghệ và máy móc hiện đại vào sản xuất gỗ. Do đó, đã nâng cao được chất lượng sản phẩm, tăng năng suất sử dụng lao động, tiết kiệm thời gian. Qua đó góp phần nâng cao tính cạnh tranh cho doanh nghiệp trên thị trường.

Đối với doanh nghiệp gỗ Việt Nam cần thực hiện là thu hút đầu tư vốn của các tổ chức, cá nhân bằng hình thức cung cấp vốn FDI hoặc hỗ trợ chuyển giao các công nghệ và thiết bị. Qua đó, các doanh nghiệp có thể đáp ứng nhu cầu về vốn cho đầu tư đổi mới. Có lẽ nguồn vốn để đầu tư công nghệ sẽ là vướng mắc lớn cho nhiều doanh nghiệp.

* Giải pháp phát triển nguồn nhân lực:

Việt Nam với quy mô dân số tính hết năm 2020 là hơn 97 triệu người (TCTK), xếp thứ 15 trên thế giới, xếp thứ 7 Châu Á. Với nguồn lực lao động trẻ và dồi dào, do đó dẫn đến chi phí chi cho nhân công khá rẻ so với nước ngoài. Tuy vậy, nhân công Việt Nam còn khá yếu kém về trình độ tay nghề và kinh nghiệm sản xuất lẫn hoạt động thể chất. Do đó để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực lao động cả nước nói chung và toàn nhân công ngành gỗ nói riêng, cần đến sự góp sức của Chính phủ, Doanh nghiệp, đặc biệt là chính bản thân người lao động:

* Tiếp tục đổi mới quản lý Nhà nước: Tập trung hoàn thiện đổi mới bộ máy quản lý phát triển nguồn nhân lực bằng việc đổi mới phương pháp quản lý, nâng cao năng lực của bộ máy quản lý. Tăng cường những chính sách về môi trường làm việc, chính sách việc làm, bảo hiểm, trợ cấp xã hội, điều kiện sống và chỗ ở cho người lao động.
* Đảm bảo nguồn lực tài chính: Phân bổ và sử dụng hợp lý ngân sách cho việc đầu tư phát triển nguồn nhân lực. Nhà nước cần đẩy mạnh xã hội hóa để huy động nguồn vốn đầu tư cho nguồn nhân lực bằng các hoạt động như: Xây dựng các cơ sở giáo dục, cơ sở ý tế, khu vui chơi thể dục, thể thao, hình thành các quỹ hỗ trợ phát huy nguồn nhân lực, thu hút nguồn vốn nước ngoài, sử dụng hiệu quả các nguồn vốn như ODA, FDI.
* Đẩy mạnh cải cách giáo dục: là nhiệm vụ then chốt để phát triển nguồn nhân lực. Một số nội dung chính được nêu ra như sau: Hoàn thiện thể chế giáo dục theo hướng hội nhập, mở cửa. Mở rộng giáo dục mầm non, phổ cập giáo dục, quy hoạch và thực hiện mạng lưới trường đại học, cao đẳng và các trường dạy nghề.
* Chủ động hội nhập: Đối với bản thân mỗi người lao động cần chủ động học hỏi, hội nhập với thế giới: Xây dựng những kiến thức, hành trang từ những kiến thức trong nhà trường và trong thực tế.
* Giải pháp nâng cao diện tích trồng rừng:

Đối với các doanh nghiệp sản xuất và phân phối gỗ xuất khẩu thì việc đảm bảo nguồn cung nguyên vật liệu là yếu tố cần thiết. Do đó góp phần thúc đẩy tăng trưởng GDP của Việt Nam.

Năm 2020, Trung Quốc tiếp tục duy trì là thị trường cung ứng G&SPG lớn nhất cho Việt Nam, đạt 862 triệu USD, chiếm 33,7% tổng kim ngạch nhập khẩu; Trung Quốc cũng là thị trường có mức tăng trưởng cao nhất trong số các thị trường cung ứng G&SPG chủ lực cho Việt Nam, tăng tới 31,33% so với năm 2019.  Bên cạnh đó, thị trường Hoa Kỳ đạt vị trí thứ 2 với khoảng 12%, các thị trường như Thái Lan và Nga có mức tăng trưởng khá mạnh (Gỗ Việt). Các mặt hàng gỗ nhập khẩu chủ yếu là các loại như ván sợi, ván dăm, gỗ tròn, gỗ xẻ, ghế ngồi, đồ gỗ,…

Tính đến năm 2020, tổng diện tích trồng rừng sản xuất toàn quốc là 14,6 triệu ha, trong đó rừng tự nhiên gần 10,3 triệu ha, rừng trồng với 4,3 triệu ha. (TCTK)

Đảm bảo nguồn cung sản xuất là một yếu tố chủ động giúp phát triển sản xuất ngành gỗ. Do đó, các doanh nghiệp cần chủ động tìm nguồn cung nguyên liệu từ việc trồng rừng. Việc trồng rừng và khai thác rừng một cách hiệu quả có ý nghĩa rất lớn đối với các doanh nghiệp mà còn đối với hệ sinh thái xanh của Trái đất.

#### **Giải pháp tác động đến cầu**

Kết quả ước lượng cầu cho thấy các yếu tố như dân số của Nhật Bản và GDP Nhật Bản có ảnh hưởng đến giá trị xuất khẩu gỗ Việt Nam. Do đó, các giải pháp này sẽ đề xuất hướng giải quyết vấn đề tác động đến cầu:

* Nâng cao chất lượng sản phẩm gỗ Việt Nam:

Chất lượng của sản phẩm gỗ được đánh giá qua 3 yếu tố như sau: Chất lượng cơ học, mẫu mã của sản phẩm, tác động của những hóa chất sử dụng trong quá trình chế biến và trách nhiệm đối với môi trường và xã hội. Hiện nay, các doanh nghiệp gỗ chỉ đang chú trọng vào yếu tố thứ nhất là chất lượng cơ học, mẫu mã sản phẩm. Do đó để nâng cao tính cạnh tranh cho các doanh nghiệp chế biến gỗ thì các doanh nghiệp cần quan tâm nhiều hơn đối với những tiêu chuẩn như môi trường và sức khỏe. Đối với các doanh nghiệp xuất khẩu đồ gỗ cần áp dụng các hệ thống quản lý như: Hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001, hệ thống quản lý môi trường 14001, hệ thống quản lý an toàn sức khỏe nghề nghiệp OHSAS 19001, tiêu chuẩn về chứng nhận nguồn gốc FSC…Việc thực hiện các quy trình đó sẽ giúp các doanh nghiệp xuất khẩu gỗ dễ dàng đối với thị trường Nhật Bản và các nước khác trên thế giới.

Thị trường Nhật Bản được biết là thị trường khó tính, để sản phẩm nước ngoài nhập khẩu vào thị trường Nhật Bản là vô cùng khó khăn. Do đó, đối với doanh nghiệp việc xây dựng thương hiệu gỗ Việt Nam và nâng cao chất lượng sản phẩm. Nhà nước cần có những chính sách hỗ trợ, động viên các doanh nghiệp gỗ đăng ký thương hiệu, thông qua hình ảnh sản phẩm gỗ sẽ được cải thiện.

* Đẩy mạnh xúc tiến thương mại:

Hiện nay, đẩy mạnh xúc tiến thương mại là giải pháp hữu hiệu dành cho các doanh nghiệp trong bối cảnh đại dịch Covid-19 như hiện nay. Do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 nên nền kinh tế của hầu hết các nước trên thế giới đều bị ảnh hưởng, rất nhiều quốc gia trên thế giới rơi vào tình cảnh bế quan tỏa cảng. Vì vậy, giải pháp đưa ra cho các doanh nghiệp là xuất khẩu hàng hóa trên Internet. Hiện nay, thương mại điện tử được phổ biến trên khắp thế giới, và đó cũng là cơ hội để các doanh nghiệp ngành gỗ cần nắm bắt.

#### **Giải pháp đối với các yếu tố thúc đẩy hoặc cản trở**

Kết quả ước lượng mô hình cho thấy, các nhân tố thúc đẩy và cản trở như lãi suất và việc tham gia các hiệp định thương mại có ảnh hưởng đến giá trị xuất khẩu gỗ Việt Nam.

Một số giải pháp được đề xuất như sau:

* Giảm chi phí vận chuyển:

Hiện nay giá cước vận tải hàng hóa có chiều hướng gia tăng. Điều này có ảnh hưởng xấu đến giá thành sản phẩm, làm sản phẩm khó cạnh tranh về giá với các sản phẩm cùng loại của nước khác. Do đó, các doanh nghiệp cần giảm chi phí vận chuyển gỗ của mình bằng việc tự cung ứng trong việc vận chuyển. Đồng thời, Chính phủ cần có những chính sách ưu đãi, trợ giá vận chuyển cho các doanh nghiệp.

Trong tương lai cần mở rộng và phát triển các sản phẩm gỗ chất lượng cao. Nhờ đó giá thành sản phẩm cao sẽ làm tỷ trọng giá vận chuyển được hạ thấp hơn.

* Tích cực khai thác hiệp định CPTPP:

Tính đến nay, việc đàm phán và ký kết thành công nhiều hiệp định thương mại tư do với các đối tác chiến lược trên thế giới đã mang lại nhiều cơ hội về tăng trưởng kinh tế, đa dạng hóa thị trường xuất khẩu; đồng thời cũng tạo động lực đổi mới trong nước và góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và thúc đẩy phát triển kinh tế.

Để khai thác các hiệu quả hiệp định CPTPP, nhà nước cần xây dựng những phương án tiếp cận sau đây:

* Thứ nhất: Cần xây dựng, hoàn thiện hệ thống pháp luật, chính sách để thực hiện đầy đủ các cam kết hội nhập kinh tế quốc tế theo lộ trình đã đề ra. Trong việc sửa đổi, bổ sung các văn bản quy phạm pháp luật hiện hành, cần bảo đảm tính đồng bộ, hiệu quả, duy trì ổn định môi trường đầu tư, kinh doanh, không gây xáo trộn, ảnh hưởng đến lợi ích của các doanh nghiệp đang hoạt động cũng như các nhà đầu tư mới.
* Thứ hai: cần phối hợp chặt chẽ từ Trung ương đến địa phương trong việc cải cách, đơn giản hóa thủ tục hành chính, hoàn thiện cơ chế một cửa nhằm cải cách công tác cấp các loại giấy phép liên quan cho doanh nghiệp và nhà đầu tư trong và ngoài nước, từ đó, rút ngắn thời gian cấp giấy phép, giảm chi phí hành chính, xuất, nhập khẩu, thông quan hàng hóa,... tạo thuận lợi cho hoạt động đầu tư, kinh doanh và xuất, nhập khẩu hàng hóa.
* Thứ ba: cần nâng cao nhận thức của cộng đồng doanh nghiệp về hội nhập kinh tế quốc tế. Doanh nghiệp Việt Nam cần hiểu và vận dụng tối đa lợi ích của hội nhập kinh tế quốc tế trong kinh doanh; tự bảo vệ mình trong các tranh chấp thương mại quốc tế thông qua việc tích cực tìm hiểu, nắm bắt thông tin về yêu cầu của thị trường; xây dựng thương hiệu, nâng cao uy tín, chất lượng sản phẩm nhằm đáp ứng yêu cầu của các thị trường xuất khẩu, đặc biệt là đáp ứng các quy định kiểm dịch của các thị trường lớn và khó tính, cũng như chú trọng đầu tư xây dựng nguồn lực chất lượng cao.

### **Kiến nghị đối với Chính phủ, Bộ ban ngành và hiệp hội gỗ**

#### **Kiến nghị với Nhà nước**

Thứ nhất là tiếp tục nghiên cứu phương hướng, chiến lược xuất-nhập khẩu gỗ một cách toàn diện phù hợp với điều kiện quốc gia. Do đó cần phải đưa ra những đánh giá và dự báo thực tế về điều kiện sản xuất mặt hàng gỗ trong thời gian tới. Từ đó, xây dựng các chiến lược và kế hoạch cần thiết để điều chỉnh cơ cấu sản xuất và cơ cấu đầu tư. Đồng thời kết hợp với những điều kiện thực tế để định hướng phát triển các sản phẩm gỗ phù hợp với thị trường Nhật Bản.

Thứ hai là chú trọng vào đào tạo và phát triển kiến thức toàn cầu hóa, xu hướng hội nhập, kinh tế thị trường, phát triển công nghệ, kỹ thuật,...Tất cả các đối tượng liên quan đến sản xuất và xuất khẩu gỗ trong nước.

Thứ ba là định hướng cụ thể và đẩy mạnh xúc tiến thương mại để cho doanh nghiệp ngành gỗ nhận biết và đối phó với những rào cản thuế quan từ thị trường Nhật Bản. Đồng thời, bổ sung hành lang pháp lý tạo thuận lợi thúc đẩy các sàn giao dịch gỗ, xây dựng và bảo vệ thương hiệu của ngành gỗ Việt Nam.

#### **Kiến nghị với Bộ và ngành**

Các bộ (Bộ Công thương, Bộ Tài Chính, Bô nông nghiệp và phát triển nông thôn,…) cần có sự liên kết chặt chẽ hơn trong việc định hướng phát triển từng mặt hàng gỗ.

Các chính sách của các Bộ, ngành cần có tính thống nhất, hỗ trợ và bổ sung lẫn nhâu phụ thuộc vào điều kiện cụ thể của từng Bộ, ngành. Với mục đích là tạo điều kiện thuận lợi để mặt hàng phát triển.

#### **Kiến nghị đối với hiệp hội gỗ**

Hiệp hội gỗ và lâm sản Việt nam đóng vai trò quan trọng trong việc liên kết và hỗ trợ các doanh nghiệp gỗ. Hiệp hội hoạt động trong lĩnh vực bảo vệ và phát triển rừng (trồng rừng), khai thác, chế biến, tiêu thụ và xuất nhập khẩu gỗ, lâm sản trên phạm vi toàn quốc. Hiệp hội là cầu nối để các doanh nghiệp gỗ liên kết, hợp tác, hỗ trợ lẫn nhau trong sản xuất và kinh doanh, nâng cao giá trị sản phẩm gỗ. Do đó, để nâng cao được vai trò của hiệp hôi thì hiệp hội cần thực hiện một số điều sau:

Hiệp hội cần có cơ chế quản lý chuyên nghiệp, thống kê về số lượng doanh nghiệp trong ngành, các quy định của hội, tài chính, đàm phán và các giám sát.

Bảo vệ, tương trợ lẫn nhau để chống những hành vi độc quyền, gian lận thương mại. Đồng thời cũng cần hỗ trợ lẫn nhau trong các vấn đề như vốn, kỹ năng quản lý và việc áp dụng công nghệ vào trong sản xuất.

Tăng cường các hoạt động liên quan đến nghiên cứu thị trường và dự báo về thị trường để các doanh nghiệp có cái nhìn cụ thể. Qua đó đưa ra những chiến lược phù hợp với những sản phẩm gỗ.

## **KẾT LUẬN**

1. **Tóm tắt kết quả nghiên cứu**

Em đã nghiên cứu các nhân tố tác động ảnh hưởng đến xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ vào thị trường Nhật Bản dựa trên 240 quan sát là dữ liệu thứ cấp được tác giả tính toán. Sau khi chạy hồi quy mô hình và kiểm định mô hình, em đã nhận thấy rằng các yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu gỗ Việt Nam vào thị trường Nhật Bản là: GDP của cả Việt Nam và Nhật Bản, dân số của Nhật Bản, khoảng cách địa lý (chi phí vận chuyển hàng hóa) và hiệp đinh CPTPP. Dựa trên cơ sở lý thuyết cho thấy, khi GDP của Việt Nam tăng lên sẽ làm tăng giá trị xuất khẩu hàng hóa, qua đó sẽ góp phần tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng gỗ. Đối với GDP của Nhật Bản tăng lên sẽ làm cho thu nhập bình quân đầu người của người tiêu dùng Nhật Bản tăng lên, góp phần làm tăng thu nhập khả dụng của người dân, góp phần vào việc tăng nhập khẩu hàng hóa có mặt hàng gỗ. Yếu tố ảnh hưởng tiếp theo khoảng cách giữa Việt Nam và Nhật Bản. Khi khoảng cách được rút ngắn, hay ở đây là chi phí vận chuyển hàng hóa giảm xuống sẽ thúc đẩy kim ngạch xuất nhập khẩu song phương. Kéo theo làm tăng giá trị xuất khẩu mặt hàng gỗ. Dân số Nhật Bản cũng góp phần làm tăng giá trị xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ Việt Nam. Khi lượng người tiêu dùng Nhật Bản tăng lên sẽ làm cầu hàng hóa tăng lên, trong số các hàng hóa đó có gỗ. Mặc dù không có ý nghĩa về mặt thống kê những lãi suất của trong nước cũng có tác động đến xuất khẩu, vì khi lãi suất giảm sẽ kích thích các doanh nghiệp đầu tư, qua đó làm tăng sản lượng, vì thế sản lượng xuất khẩu sẽ tăng lên. Nhân tố ảnh hưởng cuối cùng là việc tham gia vào hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương. Khi tham gia hiệp định, những hạn chế về chính sách nhập khẩu của Nhật Bản đối với Việt Nam sẽ được giảm bớt, những thuế quan nhập khẩu cũng được cắt giảm. Qua đó góp phần làm tăng giá trị xuất khẩu gỗ và mặt hàng gỗ.

## **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

**Tiếng Việt**

1. Từ Thúy Anh và Đào Nguyên Thắng (2008), “*Các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ tập trung thương mại của Việt Nam với các nước ASEAN+3*”, Bài Nghiên cứu NC-05/2008, Trường Đại học Kinh tế, ĐH Quốc gia Hà Nội.
2. “*Bảng phân loại nhóm gỗ theo tiêu chuẩn Việt Nam*” (2021), website: <https://thuviengo.vn/bang-phan-loai-nhom-go-theo-tieu-chuan-viet-nam.html>, ngày truy trập: 23/11/2021.
3. Bộ Công Thương (2019), *Tận dụng cơ hội xuất khẩu sang thị trường FTA, Báo cáo.*
4. Bộ khoa học và công nghệ (2021), *“Chỉ số mới sáng tạo ra toàn cầu năm 2021: Việt Nam hướng dẫn đầu nhóm các quốc gia cùng mức thu nhập”.*
5. “Các yếu tố tác động đến xuất khẩu đồ gỗ Việt Nam thông qua mô hình hấp dẫn thương mại” (2017), website:

<https://qlkh.uel.edu.vn/Resources/Docs/SubDomain/qlkh/NCKH_NguoiHoc/SinhVien/DanhMucDeTai/2017_2018/khoa%20hoc/CD%201%20-%20b2%20-%20DE%20CUONG%20NCS%20CHUAN.pdf>, ngày truy cập: 20/10/2021.

1. “*Chiến lược phát triển kinh tế xã hội 2011-2020”*, Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc Đảng Cộng sản Việt Nam lần thứ X.
2. *“Chiến lược phát triển Giáo dục 2011- 2020”*, ban hành theo Quyết định số 711 ngày 13 tháng 6 năm 2012 của Thủ tướng Chính phủ.
3. *“Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2021-2030”,* Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc Đảng Cộng sản Việt Nam lần thứ XVIII.
4. *Dấu ấn quan hệ đối tác chiến lược sâu rộng Việt Nam - Nhật Bản* (2021), [Báo điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam](https://dangcongsan.vn/), website: <https://dangcongsan.vn/tieu-diem/dau-an-quan-he-doi-tac-chien-luoc-sau-rong-viet-nam-nhat-ban-598151.html>, ngày truy cập: 19/11/2021.
5. Nguyễn Hồng Diên (2021), “*Khai thác hiệu quả các hiệp định thương mại tự do, mở rộng và đa dạng hóa thị trường xuất khẩu*”, Tạp chí Cộng Sản, 11:38, ngày 15-10-2021.
6. “*Ðẩy mạnh trồng rừng nguyên liệu*”, website: <https://nhandan.vn/tin-tuc-kinh-te/ay-manh-trong-rung-nguyen-lieu-473296>, ngày truy cập 10/11/2021.
7. “*Gỗ – Tính Chất – Phân Loại – Công Dụng Của Gỗ*” (2021), website: <https://leomtshop.com/go/>, ngày truy cập: 23/11/2021.
8. Phan Thị Thu Hiền (2020), “*Nhân tố ảnh hưởng đến chi phí xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam: Góc nhìn từ chuỗi giá trị sản phẩm*”, Tạp chí KTĐN, Số 117.
9. Trần Trung Hiếu và Phạm Thị Thanh Thủy (2010), “*Ứng dụng mô hình lực hấp dẫn trong thương mại quốc tế*”, Tạp chí quản lý kinh tế, Số 31(3+4/2010), tr.12-21.
10. Đặng Xuân Hoan (2015), *“Phát triển nguồn nhân lực Việt Nam giai đoạn 2015-2020 trả lời yêu cầu đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế”*, Tạp chí Cộng sản điện tử 17/04/2015 .
11. Trần Văn Hùng (2015), “*Thực trạng và giải pháp phát triển ngành công nghiệp chế biến gỗ vùng Đông Nam Bộ*”, Tạp chí phát triển và hội nhập, Số 22 (32) Tháng 05-06/2015, tr.66-72.
12. Vũ Thu Hương & cộng  sự  (2014), “*Hiệp  định  đối tác xuyên Thái  Bình Dương, Cơ hội và thách thức đối với công nghiệp chế biến gỗ Việt Nam*”,Tạp chí khoa học và công nghệ lâm nghiệp, Số 3-2014, tr136-144.
13. Vũ Thị Minh Ngọc, Hoàng Thị Dung (2014), “*Thực trạng và một số giải pháp phát triển thị trường lâm sản Việt Nam trong giai đoạn hiện nay*”, Tạp chí Khoa học và Công nghệ Lâm nghiệp; số 4 năm 2014, 151-160.
14. Ngô Thị Mỹ (2016), “*Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu một số nông sản của Việt Nam*”, Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh Thái Nguyên.
15. Tô Xuân Phúc & cộng sự (2015), “*Xuất khẩu dăm gỗ của Việt Nam 2012-2014*”, Báo cáo năm của Forest Trends, VIFORES, FPA Bình Định và HAWA năm 2015.
16. Tô Xuân Phúc, Nguyễn Tôn Quyền, Cao Thị Cẩm, và Trần Lê Huy (2019), “*Việt Nam xuất nhập khẩu gỗ năm 2018: Một năm nhìn lại và xu hướng* 2019”, Báo cáo thường niên 2019.
17. Tô Xuân Phúc, Cao Thị Cẩm, Trần Lê (2021), *“Việt Nam xuất nhập khẩu gỗ và sản phẩm gỗ. Thực trạng 2020 và xu hướng 2021”*, Báo cáo năm của Forest Trends, VIFORES, FPA Bình Định và HAWA năm 2020.
18. “*Thay đổi công nghệ để nâng cao năng lực, chất lượng toàn bộ nền kinh tế*”, website: <https://congnghiepcongnghecao.com.vn/tin-tuc/t24009/doi-moi-cong-nghe-de-nang-cao-nang-suat-chat-luong-toan-bo-nen-kinh-te.html>, ngày truy cập 20/11/2021.
19. *“Thực trạng đất trồng rừng sản xuất ở Việt Nam”*, website: <https://wowland.co/thuc-trang-dat-trong-rung-san-xuat-o-viet-nam-hien-nay/>, ngày truy cập 10/11/2021.
20. Đào Ngọc Tiến (2013), “*Ảnh hưởng của các nhân tố tới luông xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và các nước TPP”*, Tạp chí Kinh tế và Dự báo, Số 5 (2013), tr.23-27.
21. Tổng cục Thống kê (2021), *Thống kê tình hình xuất nhập khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam trong 3 tháng đầu năm 2021*.
22. Nguyễn Tôn Quyền (2019), *“Dấu ấn ngành gỗ năm 2018: Năm của những sức bật nội tại”*, *Tạp chí Gỗ Việt*, số 108*.*
23. *“Tình hình xuất nhập khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam*” (2009 đến năm 2020), webstite: <https://goviet.org.vn/>, ngày truy cập: 14/10/2021.
24. *“Tình hình xuất nhập khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam trong tháng 7 năm 2021”*, webstite: <https://goviet.org.vn/bai-viet/tinh-hinh-xuat-nhap-khau-go-va-san-pham-go-cua-viet-nam-trong-thang-7-nam-2021-9392>, ngày truy cập: 01/10/2021.
25. Tổng Cục Hải quan Việt Nam (2019), “*Tình hình xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam năm 2018”*, Hội nghị tổng kết năm 2018 và triển khai kế hoạch năm 2019.
26. Tổng cục Hải quan (2010), “*Niên giám Thống kê Hải quan về hàng hóa xuất nhập khẩu của Việt Nam*”, NXB Tài Chính, Hà Nội.
27. Tổng cục thống kê (2021), Dân số, website: <https://www.gso.gov.vn/dan-so/>, ngày truy cập: 15/10/2021.
28. Trung Tâm WTO và Hội nhập phòng Thương Mại và Công Nghiệp (2021), website: <https://trungtamwto.vn/fta>, ngày truy cập:13/11/2021.

**Tiếng Anh**

1. Achmad S.Maulana and Rita N.Suharno, “The Analysis of Affecting Factors To the Export of Rattan Furniture Indonesia in the International Market”, International Journal of Science and Research, Volume 5 Issue 10, p.1514-1519.
2. Andre C.Jordaan và Joel Hinanye Eita (2011), “Identifying south Africa's Wood exports potential using a gravity model”, International Conference onE-business, Management and Economics, IPEDR vol.3 (2011), Hong Kong.
3. Azizi Hj. Abdul Adis and Samsinar Md. Sidin (2008), “Impact of environmental factors as moderator on export marketing performance in wooden furniture industry”, Jurnal Kemanusiaan, No.11- Jun 2008, p.24-35.
4. Baltic Exchange Dry Index, <https://tradingeconomics.com/commodity/baltic>, ngày truy cập: 12/11/2020.
5. Baltic Exchange Dry Index, <https://tradingeconomics.com/commodity/lumber>, ngày truy cập: 12/11/2020.
6. Gil Seong Kang (2014), “Is Korea Exploiting Its Trade Potentials in Africa? : Gravity Equation Analysis and Policy Implications”, Korea and the World Economy, Vol.15, No.1, p.(2014) 97-128.
7. Nho Pham Van & Huong Thanh Vu (2014), Analyzing the determinants of service trade flows between Vietnam and the European Union: A gravity model approach, VNU Journal of Science: Economics and Business, Vol. 30, No. 5E(2014), pp. 51-64.
8. Micah Scudder (2012), Strategic Analysis Identifying Opportunities for Exporting Montana's Wood Products to China, Thesis for the degree of Master of Science in Forestry, The University of Montana, 2012.
9. Nen Nguyen Van (2017), Factors affecting Vietnam's wooden furniture export into CPTPP countries, Vol 4, No 2, p.696-704.
10. Yuqin Zhang và Shouyang Wang (2015), “Trade Potential of China's Export to ASEAN: The Gravity Model Using New Economic Mass Proxies”, Journal of Systems Science and Information, Vol.3, No.5, p.411- 420.
11. Roger C. Pettersen, The Chemical Composition of Wood, website: <https://www.fpl.fs.fed.us/documnts/pdf1984/pette84a.pdf>, ngày truy cập: 22/11/2021.
12. Zubaidah Harun & cộng sự (2014), “Trend of Timber Products Export in Malaysia”, International Conference on Business, Management & Corporate Social Responsibility (ICBMCSR'14), Indonesia, 2014.
13. Thu Nguyen Anh, Assessing the Impact of Vietnam's Integration under AFTA and VJEPA on Vietnam's Trade Flows, Gravity Model Approach. Yokohama Journal of Sciences. 2012; 17:137-149.
14. Tinbergen J. (1962), Shaping the World Economy: Suggesstions for an International Economy Policy, New York: The Twentieth Century Fund.
15. ITC (2021), Trade map, website <https://www.trademap.org/Index.aspx>, truy cập ngày: 15/10/2021.
16. Wei G., Huang J. and Yang J. (2012), “The impacts of food safety standards on China‟tea export”, China Economic Review 21(2), pp. 253-264.
17. World Bank (2021), Viet Nam and Japan, website: <https://data.worldbank.org/>, ngày truy cập: 15/10/2021.
18. World Bank (2021), World Development Indicators, website: <https://data.worldbank.org/indicator>, ngày truy cập: 16/10/2021.
19. World Bank (2021), World Bank Integrated Trade Solution (WITS), website: <https://wits.worldbank.org/>, ngày truy cập: 02/11/2021.

## **PHỤ LỤC**

*Phụ lục 1*: Kiểm tra đa cộng tuyến

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variance Inflation Factors | | |  |
| Date: 11/21/21 Time: 19:07 | | |  |
| Sample: 1 240 | |  |  |
| Included observations: 228 | | |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  | Coefficient | Uncentered | Centered |
| Variable | Variance | VIF | VIF |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| C | 4545.618 | 3.66E+08 | NA |
| LNGDPVT | 0.008308 | 351056.4 | 303.9407 |
| LNGDPJT | 0.010885 | 627239.5 | 9.996215 |
| LNFDIVT | 0.001681 | 54109.53 | 104.8855 |
| LNLSUATVT | 0.001000 | 592.4483 | 6.537715 |
| LNTNK | 0.007127 | 6257.304 | 23.39066 |
| LNDSVT | 1.761653 | 47470528 | 421.2888 |
| LNDSJT | 8.443235 | 2.37E+08 | 11.37620 |
| LNKCVJ | 0.014893 | 82479.30 | 7.376080 |
| WTO | 0.002140 | 117.1394 | 37.50515 |
| CPTPP | 0.000591 | 2.505838 | 2.373952 |
| VJEPA | 0.000696 | 30.21189 | 13.91337 |

*Nguồn: Tác giả chạy hồi quy từ phần mềm Eviews*

*Phụ lục 2*: Kiểm tra tương quan giữa các biến độc lập

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | LNGDPVT | LNGDPJT | LNFDIVT | LNLSUATVT | LNTNK | LNDSVT |
| LNGDPVT | 1.000000 | 0.491867 | 0.960547 | 0.428913 | 0.864393 | 0.982549 |
| LNGDPJT | 0.491867 | 1.000000 | 0.490977 | 0.802092 | 0.231720 | 0.389658 |
| LNFDIVT | 0.960547 | 0.490977 | 1.000000 | 0.519759 | 0.806178 | 0.922392 |
| LNLSUATVT | 0.428913 | 0.802092 | 0.519759 | 1.000000 | 0.218622 | 0.291291 |
| LNTNK | 0.864393 | 0.231720 | 0.806178 | 0.218622 | 1.000000 | 0.887758 |
| LNDSVT | 0.982549 | 0.389658 | 0.922392 | 0.291291 | 0.887758 | 1.000000 |
| LNDSJT | -0.521880 | 0.170949 | -0.399173 | 0.349925 | -0.603600 | -0.656141 |
| LNKCVJ | 0.535287 | 0.040832 | 0.485707 | -0.134033 | 0.417047 | 0.641247 |
| WTO | 0.870384 | 0.574774 | 0.948939 | 0.636801 | 0.741558 | 0.798892 |
| CPTPP | 0.317400 | 0.070206 | 0.279837 | -0.095466 | 0.345815 | 0.390899 |
| VJEPA | 0.868997 | 0.548388 | 0.780541 | 0.404559 | 0.860881 | 0.862141 |

*Nguồn: Tác giả chạy hồi quy từ phần mềm Eviews*

*Phụ lục 3*: Kiểm tra tương quan giữa các biến độc lập bổ sung cho phụ lục 2

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | LNDSJT | LNKCVJ | WTO | CPTPP | VJEPA |
| LNGDPVT | -0.521880 | 0.535287 | 0.870384 | 0.317400 | 0.868997 |
| LNGDPJT | 0.170949 | 0.040832 | 0.574774 | 0.070206 | 0.548388 |
| LNFDIVT | -0.399173 | 0.485707 | 0.948939 | 0.279837 | 0.780541 |
| LNLSUATVT | 0.349925 | -0.134033 | 0.636801 | -0.095466 | 0.404559 |
| LNTNK | -0.603600 | 0.417047 | 0.741558 | 0.345815 | 0.860881 |
| LNDSVT | -0.656141 | 0.641247 | 0.798892 | 0.390899 | 0.862141 |
| LNDSJT | 1.000000 | -0.778977 | -0.211356 | -0.543226 | -0.508283 |
| LNKCVJ | -0.778977 | 1.000000 | 0.297164 | 0.544331 | 0.400076 |
| WTO | -0.211356 | 0.297164 | 1.000000 | 0.161756 | 0.742769 |
| CPTPP | -0.543226 | 0.544331 | 0.161756 | 1.000000 | 0.217774 |
| VJEPA | -0.508283 | 0.400076 | 0.742769 | 0.217774 | 1.000000 |

*Nguồn: Tác giả chạy hồi quy từ phần mềm Eviews*

*Phụ lục 4*: Chỉ số VIF sau khi lược bỏ một số biến

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variance Inflation Factors | | |  |
| Date: 11/19/21 Time: 08:53 | | |  |
| Sample: 1 240 | |  |  |
| Included observations: 240 | | |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  | Coefficient | Uncentered | Centered |
| Variable | Variance | VIF | VIF |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| C | 2600.603 | 1.12E+08 | NA |
| LNGDPVT | 0.000189 | 4273.900 | 3.842850 |
| LNGDPJT | 0.006545 | 200942.1 | 3.042372 |
| LNLSUATVT | 0.001181 | 380.5892 | 4.563249 |
| LNDSJT | 7.343144 | 1.10E+08 | 7.470600 |
| LNKCVJ | 0.011284 | 33364.18 | 3.582542 |
| CPTPP | 0.000607 | 2.604916 | 2.344424 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

*Nguồn: Tác giả chạy hồi quy từ phần mềm Eviews*

*Phụ lục 5*: Kết quả mô hình hồi quy sau khi bỏ một số biến

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Dependent Variable: LNGTXK | | |  |  |
| Method: Least Squares | | |  |  |
| Date: 11/19/21 Time: 08:52 | | |  |  |
| Sample: 1 240 | |  |  |  |
| Included observations: 240 | | |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| C | -228.7360 | 50.99611 | -4.485361 | 0.0000 |
| LNGDPVT | 1.341437 | 0.013750 | 97.55624 | 0.0000 |
| LNGDPJT | -0.430631 | 0.080903 | -5.322831 | 0.0000 |
| LNLSUATVT | -0.019088 | 0.034372 | -0.555353 | 0.5792 |
| LNDSJT | 12.27666 | 2.709824 | 4.530427 | 0.0000 |
| LNKCVJ | -0.278533 | 0.106225 | -2.622112 | 0.0093 |
| CPTPP | 0.119307 | 0.024643 | 4.841374 | 0.0000 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| R-squared | 0.992847 | Mean dependent var | | 17.39054 |
| Adjusted R-squared | 0.992663 | S.D. dependent var | | 0.873272 |
| S.E. of regression | 0.074801 | Akaike info criterion | | -2.319238 |
| Sum squared resid | 1.303680 | Schwarz criterion | | -2.217719 |
| Log likelihood | 285.3085 | Hannan-Quinn criter. | | -2.278333 |
| F-statistic | 5390.299 | Durbin-Watson stat | | 0.094059 |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

*Nguồn: Tác giả chạy hồi quy từ phần mềm Eviews*

*Phụ lục 6*: Kết quả mô hình hồi quy sau khi bỏ một số biến và dùng sai số chuẩn White

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Dependent Variable: LNGTXK | | |  |  |
| Method: Least Squares | | |  |  |
| Date: 11/19/21   Time: 08:52 | | |  |  |
| Sample: 1 240 | |  |  |  |
| Included observations: 240 | | |  |  |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| C | -228.7360 | 50.99611 | -4.485361 | 0.0000 |
| LNGDPVT | 1.341437 | 0.013750 | 97.55624 | 0.0000 |
| LNGDPJT | -0.430631 | 0.080903 | -5.322831 | 0.0000 |
| LNLSUATVT | -0.019088 | 0.034372 | -0.555353 | 0.5792 |
| LNDSJT | 12.27666 | 2.709824 | 4.530427 | 0.0000 |
| LNKCVJ | -0.278533 | 0.106225 | -2.622112 | 0.0093 |
| CPTPP | 0.119307 | 0.024643 | 4.841374 | 0.0000 |
| R-squared | 0.992847 | Mean dependent var | | 17.39054 |
| Adjusted R-squared | 0.992663 | S.D. dependent var | | 0.873272 |
| S.E. of regression | 0.074801 | Akaike info criterion | | -2.319238 |
| Sum squared resid | 1.303680 | Schwarz criterion | | -2.217719 |
| Log likelihood | 285.3085 | Hannan-Quinn criter. | | -2.278333 |
| F-statistic | 5390.299 | Durbin-Watson stat | | 0.094059 |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 |  |  |  |

*Nguồn: Tác giả chạy hồi quy từ phần mềm Eviews*

*Phụ lục 7*: Chỉ số vận tải biển hàng hóa là gỗ



*Nguồn: Tác giả tự tổng hợp*