



BỘ CÔNG THƯƠNG
VỤ THỊ TRƯỜNG CHÂU ÂU

HỘI THẢO

Giới thiệu cuốn sách tham khảo về hệ thống phân phối châu Âu và lấy ý kiến về hướng dẫn tiếp cận thị trường EU đối với ngành đồ gỗ, rau quả và thủ công mỹ nghệ

TP. Hồ Chí Minh, ngày 10 tháng 9 năm 2015

Khuyến nghị đối với nhà xuất
khẩu gỗ vào thị trường châu Âu

Những quan ngại của công ty xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam vào EU

- Bằng chứng hợp pháp về xuất xứ gỗ: cơ chế yếu hoặc không có cơ chế quản lý nguồn gỗ hợp pháp đặc biệt với những doanh nghiệp vừa và nhỏ có ít vốn và năng lực chưa cao
- Áp lực yêu cầu giảm giá từ phía người mua châu Âu trong khi chi phí sản xuất và chi phí lao động tăng lên: người mua yêu cầu có lịch trình giảm giá
- Phụ thuộc nhiều vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu
- Phản ứng chậm với yêu cầu ngày càng cao từ EU về chứng nhận về nguồn gốc pháp lý như chứng nhận FSC, CoC, EUTR

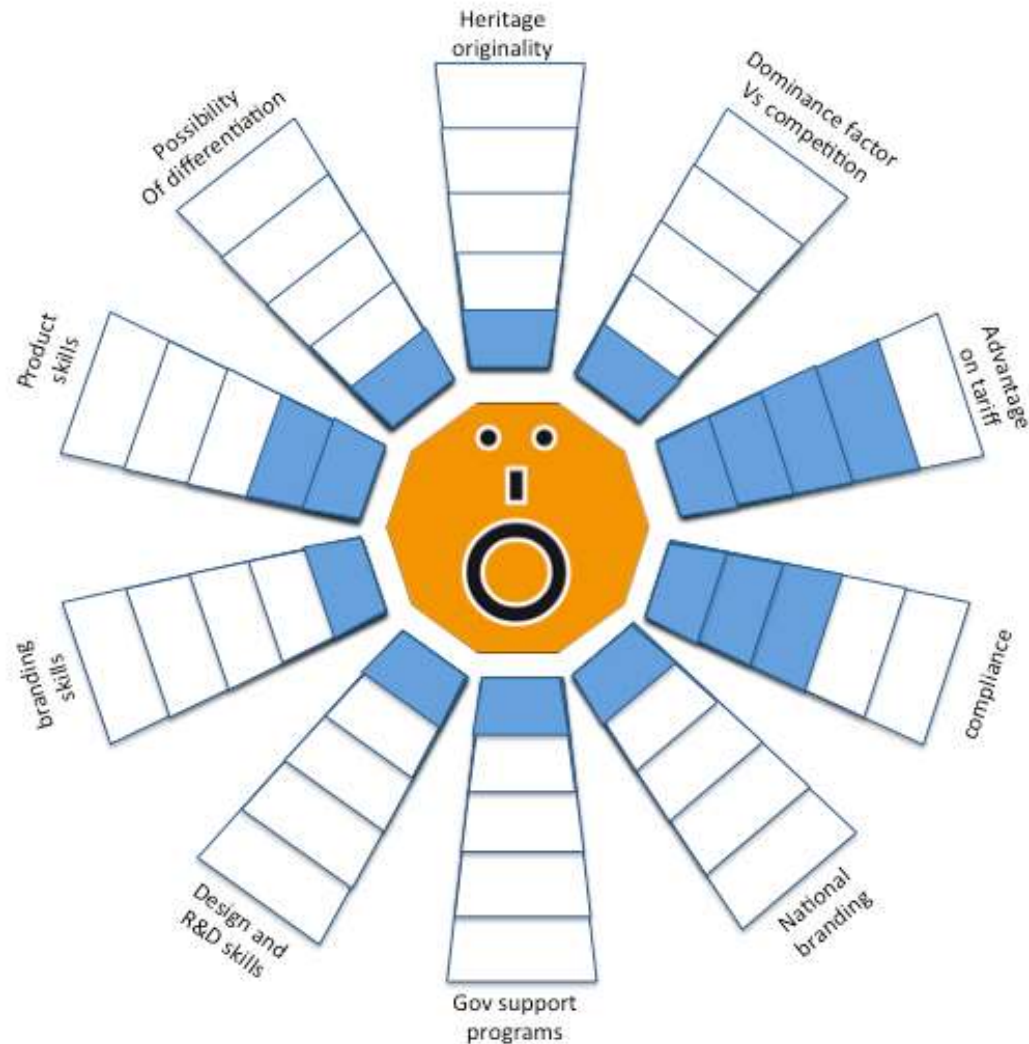
Những quan ngại của công ty xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam vào EU (tiếp)

- Thiếu năng lực thiết kế chuyên nghiệp: phần lớn các công ty gia công nội thất theo thiết kế của người mua cung cấp
- Cạnh tranh khốc liệt trên thị trường châu Âu với các đối thủ cạnh tranh từ Indonesia, Lào, Campuchia, Nam Phi, Myanmar...những nước có nguồn rừng phong phú trong khi Việt Nam phụ thuộc nhiều vào gỗ nhập khẩu
- Quy mô sản xuất nhỏ: chi phí sản xuất trên một đơn vị sản phẩm cao hơn
- Hạn chế về kỹ thuật, phần lớn trang thiết bị nhập khẩu
- Thiếu thông tin về thị trường EU: thủ tục hải quan, thị hiếu

Bảng đo lường ngành gỗ

WOOD

Sector/Product Dashboard



Khuyến nghị chung cho nhà xuất khẩu gỗ sang EU

- Quan tâm đến quy định ngày càng cao của EU về Chứng chỉ nguồn gốc gỗ và các chứng chỉ liên quan
- Không chỉ tập trung về sản xuất và lượng xuất khẩu mà sử dụng Trồng và phát triển rừng bền vững như một phần trung tâm trong việc phát triển thương hiệu sản phẩm gỗ của Việt Nam: như trường hợp công ty Tiến Đạt và PISICO đã dùng khái niệm này trong truyền thông và xây dựng giá trị của công ty

Đối với nhà xuất khẩu nội thất

- Trong bộ phận kỹ thuật của công ty thực hiện các thiết kế của khách hàng tạo ra một khu vực nghiên cứu và phát triển (R&D) nhằm thử nghiệm với việc xây dựng và hoàn thiện các ý tưởng mới
- Thuê một nhà thiết kế giỏi và một đội ngũ giúp việc là các nhà thiết kế trẻ (sinh viên các trường mỹ thuật có thể là nguồn lực tốt)
- Phân tích khách hàng xuất khẩu của công ty
- Đưa ra danh sách tóm lược với 3 công ty ở châu Âu có thể lựa chọn thiết kế từ nhà sản xuất (ngày nay, đa phần các nhãn hiệu và các nhà bán lẻ ở EU đều cởi mở với việc này)
- Nghiên cứu những thương hiệu được chọn lựa: họ là ai, đặc trưng của họ như thế nào, tại sao khách hàng của họ lại trung thành với họ và tại sao họ mua sản phẩm của những thương hiệu này.

Đối với nhà xuất khẩu nội thất (tiếp)

- Mua các báo cáo về xu hướng hoặc thuê tư vấn thực hiện một hội thảo về xu hướng.
- Lựa chọn 1 DỰ ÁN CỤ THỂ hướng đến một khách hàng xuất khẩu để bắt đầu và thiết kế một sản phẩm sáng tạo hay một dòng sản phẩm cho khách hàng này dựa trên xu thế
- Hỗ trợ dự án thiết kế này bằng việc nghiên cứu về hoàn thiện nguyên liệu hoặc nghiên cứu về nguyên liệu mới
- Đưa ra các ý tưởng và các sáng kiến về hoàn thiện nguyên liệu hay nghiên cứu về nguyên liệu mới như một đầu vào chung cho các khách hàng
- Lập một phòng thiết kế và trưng bày hiện đại để thể hiện những bộ sưu tập mới cho khách hàng.

Nhà xuất khẩu cửa gỗ

- Mua các báo cáo xu hướng và chi cho tư vấn làm các hội thảo về xu hướng
- Tìm cách hiểu thị trường muốn gì và tại sao cửa gỗ của công ty không được khách hàng châu Âu ưa thích
- Thuê thiết kế các bộ sưu tập về cửa hướng đến hai trong số các khách hàng xuất khẩu
- Trình bày dòng thiết kế về cửa (cho cả thị trường trong nước và xuất khẩu)

Nhà xuất khẩu cửa gỗ (tiếp)

- Thúc đẩy xuất khẩu và tiêu thị trong nước nhờ những đầu tư nói trên
- Đầu tư vào một nhóm nhỏ thiết kế gồm những người ở EU (ví dụ ở Milan) chuyên nghiên cứu về xu hướng và thiết kế
- Cải thiện hình ảnh về thương hiệu và đặc trưng của thương

Nhà xuất khẩu viên gỗ nén

- Tạo lập một nhóm chuyên về viên gỗ nén
- Phân tích thị trường châu Âu về gỗ nén, lập danh sách các thương hiệu hiện có trên thị trường châu Âu, nghiên cứu những thương hiệu này
- Tìm hiểu cách những người mua châu Âu đưa những sản phẩm viên gỗ nén ra thị trường châu Âu như thế nào. Họ có phải là người bán buôn hay không? Họ có thương hiệu riêng hay không?
- Tìm hiểu những điểm khác biệt của viên gỗ nén của Việt Nam
- Tạo ra một bản sắc thương hiệu và thương hiệu mang đặc trưng của gỗ nén Việt Nam (không sử dụng tên của công ty mẹ hay tên nhà máy làm tên thương hiệu này)

Nhà xuất khẩu viên gỗ nén (tiếp)

- Sau khi hoàn thiện các bước trên, tiến hành chiến lược bán hàng
- Tạo ra một sự hợp tác với các khách hàng hiện tại của công ty tại châu Âu để bán viên gỗ nén có thương hiệu mới qua những khách hàng này
- Tìm hiểu và liên lạc trực tiếp qua diễn đàn thương mại điện tử về bán lại viên gỗ nén.

Xin cảm ơn quý vị đã quan tâm!

Liên hệ:

Ban quản lý Dự án EU-MUTRAP

**Phòng 1203, Tầng 12, Khu Văn phòng, Tòa tháp Hà Nội,
49 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội**

Tel: (84 - 4) 3937 8472

Fax: (84 - 4) 3937 8476

Email: mutrap@mutrap.org.vn

Website: www.mutrap.org.vn

(Tài liệu hội thảo được đăng trên trang Web này)