

1.1.4.3. Nghiên cứu tình hình nội bộ công ty.....	5
1.1.5. Xây dựng các phương án chiến lược	5
1.1.5.1. Ma trận EFE	5
1.1.5.2. Ma trận hình ảnh cạnh tranh.....	6
1.1.5.3. Ma trận đánh giá các yếu tố bên trong (ma trận IFE)	6
1.1.5.4. Ma trận SWOT	6
1.1.6. Lựa chọn chiến lược.....	7
1.2. Giới thiệu tổng quan về thị trường đồ gỗ Nhật Bản	7
1.2.1. Tiềm năng của thị trường đồ gỗ Nhật Bản.....	7
1.2.2. Quy mô thị trường đồ gỗ Nhật Bản.....	8
1.2.3. Các kênh phân phối hàng đồ gỗ nhập khẩu của Nhật Bản.....	9
1.2.4. Nguồn nhập khẩu đồ gỗ Nhật Bản	9
1.2.5. Các định chế và đòi hỏi của thị trường đồ gỗ Nhật Bản	10
1.2.5.1. Các quy định pháp luật và thủ tục khi nhập khẩu.....	10
1.2.5.2. Các quy định pháp luật khi kinh doanh đồ gỗ	10
1.2.6. Chính sách thuế quan	12
1.2.7. Tình hình thị trường đồ gỗ Nhật Bản.....	12
1.2.8. Sở thích của người tiêu dùng Nhật Bản đối với sản phẩm gỗ.....	13
1.3. Kinh nghiệm xuất khẩu sản phẩm gỗ sang thị trường Nhật Bản của các doanh nghiệp Trung Quốc và doanh nghiệp trong nước	14
1.3.1. Kinh nghiệm xuất khẩu của các doanh nghiệp Trung Quốc	14
1.3.2. Kinh nghiệm xuất khẩu của Tập đoàn kỹ nghệ gỗ Trường Thành	16
1.3.3. Bài học rút ra từ việc tham khảo kinh nghiệm xuất khẩu của một số doanh nghiệp Trung Quốc và doanh nghiệp trong nước	16
KẾT LUẬN CHƯƠNG 1	17
CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU SẢN PHẨM GỖ VIỆT NAM SANG THỊ TRƯỜNG NHẬT BẢN TRONG THỜI GIAN QUA	
2.1. Giới thiệu tổng quan về ngành đồ gỗ xuất khẩu Việt Nam	19

2.2. Phân tích thực trạng xuất khẩu sản phẩm gỗ của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường Nhật Bản trong năm 2007.....	20
2.2.1. Sản phẩm gỗ xuất khẩu sang Nhật Bản so với việc xuất sang Mỹ và EU	25
2.2.2. Kim ngạch và tốc độ phát triển xuất sản phẩm gỗ sang Nhật qua các năm so với Mỹ và EU.....	25
2.2.3. Hình thức xuất khẩu sang Nhật Bản trong thời gian qua.....	26
2.2.4. Thực trạng về Logistic cho xuất khẩu đồ gỗ trong thời gian qua	27
2.3. Đánh giá những thuận lợi, khó khăn- hạn chế, tồn tại, thách thức, triển vọng của ngành gỗ Việt Nam khi xuất sang Nhật Bản	28
2.3.1. Những Thuận lợi	28
2.3.2. Những khó khăn- hạn chế	29
2.3.3. Những tồn tại.....	31
2.3.4. Những thách thức	31
2.3.5. Triển vọng xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam sang thị trường Nhật Bản trong năm 2009 và trong những năm sắp tới.....	32
2.3.6. Đánh giá về chiến lược xuất khẩu ngành gỗ của Bộ Thương mại (nay là Bộ Công thương) và của các doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ	33
2.3.6.1. Đánh giá về chiến lược xuất khẩu ngành gỗ của Bộ Thương mại (nay là Bộ Công thương).....	33
2.3.6.2. Đánh giá thực trạng chiến lược xuất khẩu sản phẩm gỗ sang Nhật Bản của các doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ	34
2.4. Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến ngành công nghiệp đồ gỗ xuất khẩu sang Nhật Bản	35
2.4.1. Phân tích môi trường bên ngoài	
2.4.1.1. Phân tích môi trường vĩ mô.....	36
2.4.1.1.1. Yếu tố kinh tế, văn hoá, xã hội	36
2.4.1.1.2. Yếu tố chính trị, pháp luật, chính phủ.....	37
2.4.1.1.3. Yếu tố khoa học, công nghệ.....	39

2.4.1.1.4. Yếu tố môi trường tự nhiên.....	40
2.4.1.2. Phân tích môi trường vi mô.....	40
2.4.1.2.1. Các đối thủ cạnh tranh	40
2.4.1.2.2. Khách hàng	42
2.4.1.2.3. Nhà cung ứng nguyên liệu	42
2.4.1.2.4. Sản phẩm thay thế.....	43
2.4.1.3. Ma trận đánh giá các yếu tố tác động từ môi trường bên ngoài Đến ngành gỗ xuất khẩu sang Nhật (ma trận EFE).....	44
2.4.1.4. Ma trận hình ảnh cạnh tranh của Việt Nam về đồ gỗ xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản so với các đối thủ.....	46
2.4.2. Phân tích môi trường bên trong doanh nghiệp.....	47
2.4.2.1. Nguồn nhân lực	48
2.4.2.2. Nguồn vốn.....	49
2.4.2.3. Nghiên cứu và phát triển	49
2.4.2.4. Công tác Marketing.....	50
2.4.2.5. Sản xuất, quản lý	52
2.4.2.6. Công tác thông tin	52
2.4.2.7. Ma trận đánh giá môi trường bên trong doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu sản phẩm gỗ sang Nhật Bản (Ma trận IEF)	53
2.4.3. Ma trận SWOT chưa đầy đủ đánh giá sản xuất và xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam sang thị trường Nhật Bản.....	54
TÓM TẮT CHƯƠNG 2.....	56
CHƯƠNG 3. CÁC GIẢI PHÁP KHẮC PHỤC KHÓ KHĂN, HƯỚNG TỚI ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU SẢN PHẨM GỖ VIỆT NAM SANG NHẬT BẢN.	
3.1. Cơ sở đề xuất các giải pháp khắc phục khó khăn, hướng tới đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản, hướng phát triển của ngành đồ gỗ xuất khẩu.....	58
3.1.1. Cơ sở đề xuất các giải pháp khắc phục khó khăn, hướng tới đẩy mạnh xuất khẩu thị trường Nhật Bản	58
3.1.2. Phương hướng phát triển ngành đồ gỗ xuất khẩu	59

3.2. Ma trận SWOT- xây dựng chiến lược.....	60
3.3. Ma trận hoạch định chiến lược có thể định lượng (QSPM).....	61
3.3.1. Chiến lược phát triển thị trường.....	62
3.3.1.1. Cơ sở xây dựng chiến lược phát triển thị trường.....	62
3.3.1.2. Nội dung chiến lược phát triển thị trường	62
3.3.2. Chiến lược phát triển sản phẩm.....	64
3.3.2.1. Cơ sở xây dựng chiến lược phát triển sản phẩm.....	64
3.3.2.2. Nội dung chiến lược phát triển sản phẩm	65
3.4. Các giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm gỗ sang thị trường Nhật Bản ..	67
3.4.1. Giải pháp giải quyết khó khăn về vốn, tạo vốn cho sản xuất và xuất khẩu sản phẩm gỗ sang Nhật Bản.....	67
3.4.2. Giải pháp ổn định nguồn nguyên liệu cho sản xuất	68
3.4.2.1. Nhóm giải pháp Chính phủ, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn.....	68
3.4.2.2. Nhóm giải pháp cho doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ	69
3.4.3. Giải pháp nâng cao, đổi mới công nghệ sản xuất.....	70
3.4.4. Giải pháp phát triển nguồn nhân lực	70
3.4.5. Giải pháp về Marketing, xây dựng thương hiệu	71
3.5. Kiến nghị.....	73
3.5.1. Kiến nghị đối với Chính phủ, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn để giải quyết nguyên liệu cho sản xuất.....	73
3.5.2. Kiến nghị với Bộ Tài chính, ngân hàng Nhà nước để giải quyết vấn đề vốn , thuế và nâng cao khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp	74
3.5.3. Kiến nghị đối với Bộ Giao thông Vận tải về vấn đề phát triển cơ sở hạ tầng phục vụ sản xuất xuất khẩu.....	75
3.5.4. Kiến nghị đối với Bộ Giáo dục và Đào tạo về đào tạo, phát triển nguồn nhân lực.....	76
3.5.5. Kiến nghị với doanh nghiệp	76

3.5.6. Kiến nghị đối với các Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam, các Hội ở địa phương	77
3.6. Khuyến nghị đối với các doanh nghiệp xuất khẩu sản phẩm đồ gỗ vào thị trường Nhật Bản.....	78
3.7. Khuyến nghị cho nghiên cứu tiếp theo	79
KẾT LUẬN CHƯƠNG 3	79
KẾT LUẬN.....	81
TÀI LIỆU THAM KHẢO	83
PHỤ LỤC	

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

BSL: Đối với các sản phẩm không thuộc phạm vi điều chỉnh của luật JAS và luật JIS.

CIF: Cost Insurance and freight (tiền hàng, bảo hiểm và cước phí vận tải)

CN: Công nhân

CP: Chính phủ

CSHT: Cơ sở hạ tầng.

DN: Doanh nghiệp

ĐK: Điều kiện

EU: European Union (Liên Minh Châu Âu)

EFE: External factor evaluation (ma trận đánh giá các yếu tố bên ngoài)

EXPO: Hội chợ đồ gỗ và thủ công Mỹ nghệ

FSC: Forest Stewardship Council (Hội đồng quản trị rừng thế giới)

FOB : Free on Board (giao hàng qua lan can tàu)

FDI: Foreign direct investment: Đầu tư trực tiếp nước ngoài.

GDP: Gross domestic product: (tổng thu nhập quốc nội)

IFE: Internal factor evaluation (ma trận đánh giá các yếu tố bên trong)

JAS: Luật Về tiêu chuẩn hoá và dán nhãn các nông lâm sản (viết tắt là JAS) của Nhật Bản

JIS: Luật về tiêu chuẩn cơ bản trong công nghiệp (JIS) của Nhật Bản

KT: Kinh tế

NXB: Nhà xuất bản

NB: Nhật Bản

NL: Nguyên liệu

NC: Nghiên cứu

PT: Phát triển

QL: Quản lý

SWOT: Strengths, weakness, opportunities, Threats (điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, nguy cơ

SGGP: Sài Gòn Giải phóng

SP: Sản phẩm

TTXVN: Thông Tấn xã Việt Nam

TT: Thị trường

USD: United States Dollars (đô la Mỹ)

WTO: World trade organization (Tổ chức Thương mại thế giới)

Vifores: Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam

VN: Việt Nam

XK: Xuất khẩu

DANH MỤC BẢNG BIỂU

STT	Tên bảng/biểu	Trang
Biểu đồ 2.1	Xuất khẩu sản phẩm gỗ vào thị trường Mỹ giai đoạn 2005-2007.	Trang 20
Biểu đồ 2.2	Xuất khẩu sản phẩm gỗ vào thị trường Nhật Bản giai đoạn 2005-2007.	Trang 22
Biểu đồ 2.3	Kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam sang thị trường Nhật Bản so sánh với thị trường Mỹ và EU qua các năm.	Trang 24
Bảng 2.1	Một số thị trường xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam năm 2007.	Trang 23
Bảng 2.2	Kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam sang thị trường Nhật Bản so sánh với thị trường Mỹ và EU qua các năm.	Trang 24

DANH MỤC PHỤ LỤC

STT	Tên phụ lục	Trang
Phụ lục 1	Những điểm cần lưu ý khi xuất khẩu sản phẩm cửa gỗ vào Nhật Bản.	Trang 1
Phụ lục 2	Tình hình kinh tế xã hội Việt Nam năm 2007	Trang 2
Phụ lục 3	Một số văn bản của Nhà nước có liên quan đến ngành đồ gỗ.	Trang 19
Phụ lục 4	Thống kê rừng và sản lượng gỗ khai thác qua các năm.	Trang 22
Phụ lục 5	Các chỉ tiêu về dân số và lao động sử dụng trong ngành gỗ.	Trang 22
Phụ lục 6	Thống kê nguồn nguyên liệu gỗ nhập khẩu của Việt Nam từ các nước.	Trang 22
Phụ lục 7	Tổng quan về việc cổ phần hoá doanh nghiệp và thu hút vốn FDI vào ngành đồ gỗ.	Trang 23
Phụ lục 8	Thị trường nhập khẩu gỗ nguyên liệu bốn tháng đầu năm 2008.	Trang 24
Phụ lục 9	Giải thích thêm về ma trận hình ảnh cạnh tranh	Trang 25
Phụ lục 10	Danh mục các công ty được chọn lọc phân tích, đánh giá.	Trang 27
Phụ lục 11	Kết quả khảo sát, thống kê.	Trang 30

LỜI MỞ ĐẦU

1. Ý nghĩa và tính cấp thiết của đề tài.

Trong những năm gần đây, đặc biệt là từ năm 2000 trở lại đây, ngành đồ gỗ xuất khẩu của Việt Nam ta luôn gặt hái được nhiều thành quả rất to lớn, kim ngạch xuất khẩu năm sau luôn lớn hơn năm trước và đã đóng góp to lớn vào sự phát triển chung của nền kinh tế nước nhà. Đối với thị trường xuất khẩu sản phẩm gỗ, Nhật Bản luôn là một trong ba thị trường xuất khẩu lớn, trọng điểm của sản phẩm gỗ xuất khẩu Việt Nam. Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu sản phẩm gỗ vào thị trường Nhật Bản này vẫn còn rất khiêm tốn, chưa tương xứng với tiềm năng phát triển của ngành. Bên cạnh đó, việc đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam sang thị trường Nhật Bản còn gặp nhiều khó khăn về thiếu hụt nguyên liệu cho sản xuất, thiếu vốn, năng lực chế biến của doanh nghiệp còn yếu... cộng với thách thức về cạnh tranh rất gay gắt trong việc giành thị trường với các doanh nghiệp cùng ngành của Trung Quốc, Đài Loan, Thái Lan, thách thức về áp lực thiếu hụt nguyên liệu.... Đặc biệt, trong năm 2008 và năm 2009 này, sự suy thoái kinh tế thế giới và khủng hoảng tài chính toàn cầu đang tác động xấu đến xuất khẩu Việt Nam nói chung và mặt hàng đồ gỗ xuất khẩu sang Nhật Bản nói riêng. Do đó, việc đưa ra những chiến lược và giải pháp để khắc phục khó khăn, hướng tới việc đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam sang thị trường Nhật Bản trong lúc này là mang tính cấp bách và rất thiết thực. Với mong muốn đóng góp một phần nhỏ bé kiến thức đã học, đã tìm tòi, đã xâm nhập thực tế, em đã mạnh dạn chọn đề tài **“Nghiên cứu tình hình xuất khẩu sản phẩm gỗ sang thị trường Nhật Bản, thực trạng và giải pháp”** nhằm giúp cho các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam có được cái nhìn tổng quát lại toàn cảnh bức tranh của ngành gỗ xuất khẩu Việt Nam sang thị trường Nhật Bản. Từ đó nghiên cứu, vận dụng linh hoạt các giải pháp vào điều kiện thực tiễn, phù hợp với đặc điểm doanh nghiệp mình, giải quyết khó khăn, tiến tới đẩy mạnh xuất khẩu và chiếm lĩnh thị trường đồ gỗ Nhật Bản.

2. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài:

- Nghiên cứu cơ sở lý luận cơ bản về chiến lược, làm nền tảng cho việc đưa ra các chiến lược và giải pháp để khắc phục khó khăn, hướng tới việc đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm gỗ cho các doanh nghiệp đồ gỗ Việt Nam sang thị trường Nhật Bản.

- Nghiên cứu kinh nghiệm xuất khẩu sản phẩm gỗ sang thị trường Nhật Bản của các doanh nghiệp Trung Quốc, của doanh nghiệp nghiệp Việt Nam, từ đó rút ra những bài học kinh nghiệm áp dụng vào điều kiện thực tiễn cho các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu đồ gỗ Việt Nam khi xuất sản phẩm đồ gỗ vào Nhật Bản.

- Đánh giá một cách tổng quát về thực trạng xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam sang thị trường Nhật Bản trong thời gian qua. Rút ra được những giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm gỗ sang thị trường Nhật Bản.

- Nghiên cứu xây dựng đưa ra các chiến lược và giải pháp để đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm gỗ của các doanh nghiệp đồ gỗ Việt Nam sang Nhật Bản, đưa ra các kiến nghị đối với Hiệp hội ngành gỗ, kiến nghị với Bộ Công thương, Bộ Giao thông Vận tải, ngân hàng Nhà nước... trong việc đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm gỗ sang Nhật Bản cho các doanh nghiệp đồ gỗ Việt Nam.

3. Phương pháp nghiên cứu:

Dựa trên cơ sở nền tảng lý luận về chiến lược, kết hợp với việc thu thập số liệu sơ cấp, thứ cấp, tham khảo ý kiến của các chuyên gia, các nhà Quản trị của các công ty đang sản xuất và xuất khẩu sản phẩm gỗ sang Nhật, lấy số liệu từ các Niên giám Thống kê, các tạp chí chuyên ngành đồ gỗ, sách, báo, internet... Ngoài ra, thông qua việc đi khảo sát từ thực tế và bằng phương pháp thống kê, tổng hợp, chọn lọc từ 141 doanh nghiệp, sử dụng phần mềm Exel phân tích, đánh giá, từ đó tác giả đưa ra chiến lược và giải pháp (*xin xem kết quả khảo sát nêu ở phụ lục 10, 11*).

4. Đối tượng và phạm vi của đề tài

- Đối tượng nghiên cứu: Sản phẩm gỗ xuất khẩu Việt Nam trên thị trường Nhật Bản.

- Phạm vi thời gian: Đề tài được nghiên cứu dựa trên tình hình xuất nhập khẩu của các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam sang thị trường Nhật Bản từ năm 2004 đến nay.

- Phạm vi không gian: Nghiên cứu một số doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu sản phẩm gỗ ở hai cụm có kim ngạch xuất khẩu cao là cụm Thành Phố Hồ Chí Minh- Bình Dương- Đồng Nai, cụm Bình Định- Tây Nguyên, nghiên cứu thị trường đồ gỗ Nhật Bản.

- Trong phạm vi đề tài này, em chỉ tập trung vào nghiên cứu ngành gỗ xuất khẩu Việt Nam sang thị trường Nhật Bản, đưa ra chiến lược và các giải pháp mang tính vĩ mô, để từ đó các doanh nghiệp có thể vận dụng linh hoạt vào điều kiện thực tiễn, phù hợp với khả năng, thế mạnh, thuận lợi riêng ở mỗi doanh nghiệp.

5. Tính mới của đề tài

Đề nghiên cứu đề tài này, tác giả đã nghiên cứu trước các đề tài nghiên cứu của các tác giả sau đây:

- Nhan Phương Thy (2004), *Chiến lược Marketing xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam sang thị trường EU*.

- Đỗ Kim Vũ (2005), *Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu gỗ ở Thành Phố Hồ Chí Minh sang thị trường Hoa Kỳ*.

- Đỗ Nguyễn Ngân Tuyền (2006), *Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu gỗ Thành Phố Hồ Chí Minh sang thị trường EU*.

- Trần Thanh Sơn (2006), *Chiến lược phát triển ngành đồ gỗ xuất khẩu Việt Nam sang thị trường Mỹ đến năm 2015*.

- Đỗ Đoàn Trang (2007), *Giải pháp nâng cao lợi thế cạnh tranh và phát triển ngành đồ gỗ xuất khẩu tại tỉnh Bình Dương sau khi Việt Nam gia nhập WTO*.

- Bộ Thương mại (nay là Bộ Công thương), *Chiến lược đạt mục tiêu kim ngạch xuất khẩu 5.56 tỷ USD vào năm 2010 và đạt 7 tỷ USD vào năm 2020*.

Các đề tài có liên quan trên chưa đề cập hoặc ít đề cập đến thị trường đồ gỗ Nhật Bản, chưa đưa ra các chiến lược và giải pháp để đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam sang thị trường Nhật Bản cho năm 2009 và cho những năm tới.

Đề tài này được nghiên cứu sau thời điểm Việt Nam gia nhập WTO và sau sự kiện hai Thủ tướng Việt Nam và Nhật Bản đã nhấn mạnh quyết tâm đẩy mạnh quan hệ hai bên “hướng tới xây dựng một đối tác chiến lược vì hoà bình, phồn vinh ở châu Á” trong năm 2006 và sau chuyến thăm của Chủ tịch nước Nguyễn Minh Triết sang thăm Nhật Bản vào tháng 11 năm 2007. **Tính mới của đề tài so với các đề tài thể hiện qua:**

- Đánh giá lại chiến lược xuất khẩu ngành gỗ của Bộ Thương mại (nay là Bộ Công thương), của các doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ sản xuất và xuất khẩu sản phẩm gỗ sang thị trường Nhật Bản.

- Thông qua việc tổng hợp, phân tích tất cả các khía cạnh, từ những mặt thuận lợi, khó khăn cũng như các thách thức mà ngành gỗ xuất khẩu Việt Nam ta sang Nhật Bản đang phải đối mặt, từ đó người viết đưa ra các chiến lược: Chiến lược phát triển thị trường, chiến lược phát triển sản phẩm, và những giải pháp cụ thể, chi tiết cho việc giải quyết vấn đề vốn cho hoạt động sản xuất, giải quyết tình trạng thiếu hụt nguyên liệu, phát triển nguồn nhân lực, đổi mới máy móc, công nghệ sản xuất, góp phần với Chính phủ, Bộ Công thương, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn trong việc quản lý, thúc đẩy sự phát triển của ngành gỗ nói chung và đối với các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu sản phẩm gỗ sang Nhật Bản nói riêng, giúp doanh nghiệp khắc phục được những khó khăn, vượt qua thách thức, tiến tới đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm gỗ sang thị trường Nhật Bản.

- Đưa ra các kiến nghị với Chính Phủ, Bộ Công thương, Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam, Bộ Tài chính, góp phần khắc phục những khó khăn, thách thức hiện tại, hướng tới việc đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam sang thị trường Nhật Bản cho năm 2009 và cho những năm sắp tới.

6. Bộ cục của đề tài

Đề tài được chia thành 3 chương:

Chương 1: Cơ sở khoa học để đề xuất các giải pháp khắc phục khó khăn, hướng tới đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm gỗ sang Nhật .

Nội dung cơ bản của chương 1: Lấy cơ sở nền tảng khoa học về xây dựng chiến lược, phân tích thị trường đồ gỗ Nhật Bản từ các khía cạnh tiềm năng, quy mô, các kênh phân phối, các quy định về luật pháp của Nhật Bản đối với sản phẩm gỗ, phân tích kinh nghiệm đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm gỗ của các doanh nghiệp Trung Quốc, của một số doanh nghiệp trong nước, để từ đó làm nền tảng cho việc xây dựng chiến lược và đưa ra các giải pháp khắc phục khó khăn, đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam sang thị trường Nhật Bản.

Chương 2: Thực trạng xuất khẩu sản phẩm gỗ của Việt Nam sang thị trường Nhật Bản trong thời gian qua.

Nội dung cơ bản của chương 2: Phân tích thực trạng xuất khẩu sản phẩm gỗ của Việt Nam ta sang thị trường Nhật Bản trong thời gian qua, nhìn lại toàn cảnh bức tranh xuất khẩu từ tất cả các khía cạnh thuận lợi, khó khăn, cơ hội, thách thức, đánh giá chiến

lược xuất khẩu ngành gỗ của Bộ Thương mại (nay là Bộ Công thương), đánh giá chiến lược của các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong chiến lược xuất khẩu sản phẩm gỗ sang thị trường Nhật Bản, phân tích ảnh hưởng của các nhân tố tác động từ môi trường bên ngoài doanh nghiệp, phân tích các nhân tố tác động từ môi trường bên trong doanh nghiệp. Từ đó làm cơ sở cho việc đề ra chiến lược, các giải pháp thực thi chiến lược, giải quyết khó khăn, đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam sang Nhật Bản.

Chương 3: Những giải pháp.

Nội dung cơ bản của chương 3: Từ ma trận SWOT, xây dựng nên các chiến lược xuất khẩu, từ ma trận QSPM lựa chọn chiến lược phát triển thị trường, chiến lược phát triển sản phẩm. Từ đó đưa ra các giải pháp khắc phục khó khăn, hướng tới đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam sang thị trường Nhật Bản. Đồng thời đưa ra các kiến nghị đối với Chính phủ, Ngân hàng Nhà nước, Bộ Công thương, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, kiến nghị với Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam nhằm khắc phục các khó khăn, giúp ổn định nguồn nguyên liệu cho sản xuất, vốn ... và tiến tới đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm gỗ Việt Nam sang thị trường Nhật Bản.