

**Hướng dẫn thực hiện
chiến lược marketing**

SẢN PHẨM DA GIÀY

Chịu trách nhiệm xuất bản:
CỤC XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI (VIETRADE)
www.vietrade.gov.vn

Giấy đăng ký kế hoạch xuất bản số 04-60/LĐ
do Nhà Xuất bản Lao Động cấp ngày 19/04/2006
In tại Công ty Thế Giới Mới
In xong và nộp lưu chiểu tháng 4 năm 2006

LỜI GIỚI THIỆU

Trong những năm qua, ngành công nghiệp da giày đã có những bước phát triển khá ấn tượng và trở thành một trong những ngành xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Tuy nhiên, để sản phẩm da giày Việt Nam có thể cạnh tranh và đứng vững trên thị trường thế giới, đặc biệt trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay, ngành da giày cũng như các doanh nghiệp da giày Việt Nam cần xây dựng và thực hiện chiến lược marketing xuất khẩu ở cấp độ ngành và ở từng doanh nghiệp một cách chuyên nghiệp và phù hợp với khả năng hiện tại.

Xuất phát từ yêu cầu thực tế trên, Cục Xúc tiến Thương mại phối hợp với Hiệp hội Da giày Việt Nam biên soạn ấn phẩm “Hướng dẫn thực hiện chiến lược marketing sản phẩm da giày”. Một phần nội dung của cuốn sách là kết quả nghiên cứu của các chuyên gia tư vấn quốc tế và Việt Nam trong khuôn khổ Dự án VIE/61-94 “Xúc tiến Thương mại và Phát triển Xuất khẩu” do Chính phủ Thụy Sĩ và Chính phủ Thụy Điển đồng tài trợ, Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) và Cục Xúc tiến Thương mại-Bộ Thương mại đồng thực hiện.

Nội dung cuốn sách chứa đựng những thông tin cơ bản nhất về hiện trạng ngành da giày Việt Nam, đồng thời đưa ra các khuyến nghị thực tiễn nhằm giúp các doanh nghiệp da giày từng bước xây dựng và thực hiện thành công chiến lược marketing xuất khẩu phù hợp với trình độ sản xuất và sản phẩm da giày Việt Nam.

Chúng tôi hi vọng ấn phẩm này sẽ là một nguồn tài liệu tham khảo hữu ích, trợ giúp cho các doanh nghiệp trong ngành da giày tiếp cận với thị trường quốc tế một cách hiệu quả và chuyên nghiệp.

Cuốn sách chắc chắn sẽ không tránh khỏi những sai sót và khiếm khuyết. Do vậy, chúng tôi rất mong nhận được các ý kiến đóng góp từ phía bạn đọc để ấn phẩm trong thời gian tới sẽ được hoàn thiện và hữu ích hơn cho các doanh nghiệp.

Cục Xúc tiến Thương mại

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN NGÀNH DA GIÀY VIỆT NAM.....	7
I. Ngành da giày Việt Nam	9
1. Quy mô và năng lực sản xuất	9
2. Xuất khẩu	12
3. Những hạn chế, cơ hội và thách thức	18
II. Mục tiêu phát triển ngành da giày Việt Nam tới năm 2010.....	20
CHƯƠNG 2: HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN CHIẾN LƯỢC MARKETING SẢN PHẨM DA GIÀY	23
I. Hệ thống các câu hỏi phân tích nhanh tình hình doanh nghiệp	25
1. Đối với thị trường nội địa	25
2. Đối với thị trường xuất khẩu	27
II. Chuyển đổi từ sản xuất gia công hàng xuất khẩu sang tự sản xuất toàn bộ	29
III. Những hướng dẫn cơ bản và các gợi ý mang tính thực tế trong việc thực hiện các hoạt động marketing	36
1. Tự đánh giá doanh nghiệp của mình	37
2. Tạo sự hiện diện chuyên nghiệp	40
3. Trăm hay không bằng tay quen	45
4. Bắt đầu việc kinh doanh bằng cách thảo luận	50
5. Thành công sẽ đến từ sự bền bỉ, kiên nhẫn	55
6. Cần một quy mô đủ lớn để đạt tới những thành công lâu dài	56
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU	59
I. Thị trường EU.....	61
II. Thị trường Hoa Kỳ	69
III. Thị trường Nhật Bản	72

PHỤ LỤC	79
Phụ lục 1: Tiêu chuẩn đánh giá sức khỏe và an toàn nghề nghiệp-OHSAS 18001:1991.....	81
Phụ lục 2: Tiêu chuẩn xã hội SA 8000.....	85
Phụ lục 3: Danh sách một số hội chợ ngành giày dép trên thế giới	87
Phụ lục 4: Tài liệu tham khảo	91