Mã số: 422

Ngày nhận: 8/9/2017

Ngày gửi phản biện lần 1: 13/9 /2017

Ngày gửi phản biện lần 2:

Ngày hoàn thành biên tập: 16/11/2017

Ngày duyệt đăng: 21/11/2017

XUẤT KHẨU GIÀY DÉP CỦA VIỆT NAM VÀ MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ

Vũ Thị Hạnh[1]

Tóm tắt

Bài viết phân tích hoạt động xuất khẩu ngành giày dép của Việt Nam trong bối cảnh thị trường thế giới có nhiều sự cạnh tranh từ các đối thủ lớn đến từ các nước EU và đặc biệt là vai trò quan trọng của Trung Quốc trong việc chi phối sản lượng giày dép của thế giới. Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu thống kê, tổng hợp số liệu từ Tổng cục Hải quan Việt Nam nhằm đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu giày dép của quốc gia này. Kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam tăng trong năm 2016 và dự báo sẽ tăng trong năm 2017. Các quốc gia như Đài Loan, Mỹ, Hàn Quốc, Hồng Kông nằm trong top 10 quốc gia có kim ngạch nhập khẩu giày dép lớn nhất từ Việt Nam trong năm 2016 tuy nhiên 9 trong số 10 doanh nghiệp có kim ngạch xuất khẩu giày dép lớn nhất của Việt Nam trong năm này đều là các doanh nghiệp FDI đến từ Đài Loan.

Từ khóa: *Xuất khẩu, giày dép, Việt Nam, năm 2016*

Abstract

The paper analyzes Vietnam's footwear exports in the context of very tough competition of the world footwear market where many big rivals from EU especially emerging Chinese footwear producers dominate the world's market. Using a dataset from General Department of Vietnam Customs, the paper assesses determinants of Vietnamese footwear exports. Vietnamese footwear export saw a significant increase in 2016 and is expected to remain

[1] Trường Đại học Ngoại thương, Email: hanhvt@ftu.edu.vn

increasing in 2017. Top 10 largest footwear importing countries of Vietnam in 2016 includes Taiwan, United States of America, North Korea, Hong Kong. Remarkably, 9 of the 10 firms having the largest turnover comes from Taiwan.

Keywords: *Exports, Footwear, Vietnam, 2016*

1. Bối cảnh ngành hàng giày dép trước năm 2016

Ngành công nghiệp giày dép đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế của Việt Nam đặc biệt trong bối cảnh ngành hàng này giải quyết nhiều công ăn việc làm cho người lao động và thúc đẩy xuất khẩu, thu hút một lượng lớn ngoại tệ. Giai đoạn 2010-2015, kim ngạch xuất khẩu giày dép đạt trung bình 8,25 tỷ USD, là một trong các ngành hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam ra thị trường thế giới trong những năm gần đây, đứng thứ 2 về kim ngạch xuất khẩu sau mặt hàng dệt may[2].

Đặc điểm nổi bật của ngành công nghiệp giày dép là sử dụng nhiều lao động đơn giản. Tuy nhiên, Việt Nam đang mất dần lợi thế về giá nhân công rẻ do các doanh nghiệp ngày càng cải tiến máy móc thiết bị, áp dụng khoa học công nghệ tiên tiến cho hoạt động sản xuất để nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm.

Ngành sản xuất giày dép tập trung nhiều nhất ở Châu Á, chiếm trung bình 87% sản lượng giày dép của toàn thế giới trong đó Trung Quốc chiếm đến 82% tổng sản lượng sản xuất giày dép toàn thế giới. Các quốc gia thuộc khu vực Châu Á bao gồm Ấn độ, Việt Nam, In-đô-nê-sia, Pakistan và Thái Lan nằm trong số 10 quốc gia sản xuất giày dép lớn nhất thế giới và chiếm 90% sản lượng mặt hàng này của thế giới trong đó tính cả Trung Quốc.

Bảng 1. Tỷ trọng sản lượng giày dép của thế giới theo châu lục (2010-2015)

Châu lục	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Châu Phi	2%	3%	2%	2%	3%	2%
Châu Á	87%	87%	87%	87%	88%	87%
Châu Âu	4%	3%	4%	4%	3%	4%
Bắc Mỹ	2%	2%	2%	2%	2%	2%
Châu Đại dương*	-	-	1%	-	-	-
Nam Mỹ	6%	5%	5%	5%	5%	5%

Nguồn: www.statista.com

[2]Báo cáo của Tổng cục thống kê Việt Nam

Trung Quốc là quốc gia cung cấp lượng giày dép lớn nhất thế giới, chiếm gần 77% trong số khoảng 15 tỷ đôi giày dép được xuất khẩu toàn cầu giai đoạn 2010-2015. Mặc dù đứng ở vị trị thứ 2 trong nhóm 10 quốc gia xuất khẩu lớn nhất thế giới, Việt Nam trong giai đoạn này chỉ có thể xuất khẩu 539 triệu đôi giày, chiếm 3,6% tổng số lượng giày xuất khẩu toàn thế giới.

Bảng 2. Top 10 quốc gia có số lượng giày dép xuất khẩu lớn nhất thế giới (2010-2015)

Thứ hạng	Quốc gia	Đôi (hàng triệu)	Tỷ trọng (%)
1	Trung Quốc	11129,5	76,9
2	Việt Nam	539	3,6
3	Hồng Kông	383	3,3
4	Brazil	324.8	2,21
5	In-đô-nê-sia	304	1,5
6	Bỉ	240	1,45
7	Ý	223	1,3
8	Thái Lan	205.3	1,25
9	Đức	186.6	1,2
10	Hà Lan	149.3	1,05

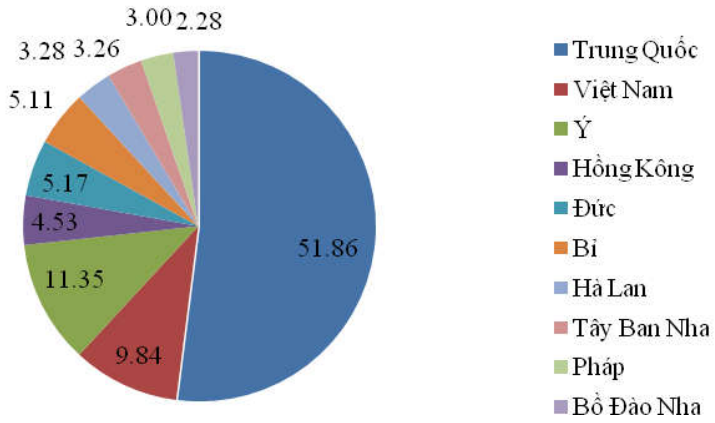
Nguồn: World footwear yearbook 2011-2016

Ba nước có số lượng giày dép xuất khẩu trung bình khoảng 300 triệu đôi sau Trung Quốc và Việt Nam là Hồng Kông, Brazil và In-đô-nê-sia. Đại diện từ Châu Âu có 4 nước là Bỉ, Ý, Đức và Hà Lan với tổng số lượng giày dép xuất khẩu trung bình nhỏ hơn tổng số lượng giày dép xuất khẩu của Việt Nam và Hồng Kông. Tóm lại về số lượng giày xuất khẩu, Châu Á trong đó đặc biệt là Trung Quốc khẳng định vị thế quan trọng của mình trên thị trường giày dép xuất khẩu của thế giới.

Theo thống kê của UNCOMTRADE, Trung Quốc vẫn giữ vững vị trí độc tôn, là quốc gia có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất giày dép lớn nhất thế giới, chiếm trung bình 41% tổng kim ngạch xuất khẩu trung bình hàng giày dép giai đoạn 2012-2015. Ý đứng thứ 2 sau Trung Quốc với kim ngạch xuất khẩu trung bình là 11,3 tỷ USD. Mặc dù đứng thứ 2 sau Trung Quốc về số lượng giày dép xuất khẩu trong giai đoạn này nhưng Việt Nam đứng thứ 3 với kim ngạch xuất khẩu nhỏ hơn Trung Quốc 1/5 lần và đạt mức trung bình 9, 84 tỷ USD

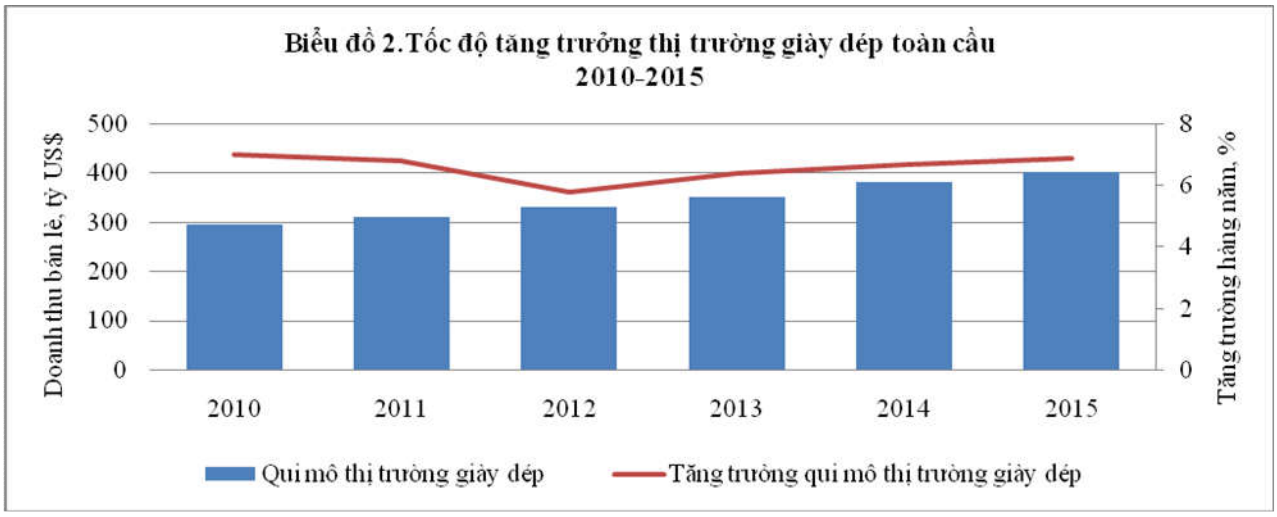
trong giai đoạn này. Đáng chú ý, các nước EU lần lượt chiếm lĩnh các vị trí còn lại trong top 10 quốc gia có kim ngạch xuất khẩu giày dép lớn nhất thế giới như Đức, Bỉ, Hà Lan, Pháp, Bồ Đào Nha. Có thể nói, mặc dù số lượng giày dép xuất khẩu của các nước đến từ các nước Châu Âu nói trên nhỏ hơn số lượng giày dép xuất khẩu của một số quốc gia như Thái Lan, Brazil và In-đô-nê-sia nhưng kim ngạch xuất khẩu của các nước đến từ Châu Âu vẫn vượt trội một phần bởi dòng sản phẩm xuất khẩu của các nước Châu Âu phục vụ các phân khúc thị trường cao hơn với mức giá bán tốt hơn.

Biểu đồ 1. Top 10 quốc gia có kim ngạch xuất khẩu giày dép lớn nhất (2012-2015)



Nguồn: UNComtrade

Qui mô thị trường giày dép toàn cầu tăng dần qua các năm từ 2010 đến 2015, từ mức 300 tỷ doanh thu bán lẻ năm 2010, thị trường toàn cầu đạt ngưỡng 400 tỷ USD về doanh số bán lẻ. Mặc dù vậy, tốc độ tăng trưởng qui mô thị trường toàn cầu có xu hướng giảm từ năm 2010 đến năm 2012 và tăng trở lại trong năm 2013. Tốc độ tăng vẫn được duy trì và đạt mức tăng trưởng 6% trong năm 2015.



Nguồn: World footwear yearbook 2011-2016

Cũng theo thống kê của Apiccaps, Trung Quốc là quốc gia có nhu cầu thiêu thụ giày dép lớn nhất thế giới với mục tiêu thụ trung bình đạt 3 tỷ đôi giày trong giai đoạn 2010-2015, chiếm 17% số lượng giày dép sản xuất trên toàn thế giới. Trung bình một công dân Trung Quốc tiêu dùng 38USD Mỹ đứng ở vị trí thứ 2 về nhu cầu tiêu dùng giày dép với mức chi phí trung bình của một công dân Mỹ đạt 212 USD. Các quốc gia như Brazil, Nhật Bản, In-đô-nê-sia, UK, Tây Ban Nha, Pháp và Đức lần lượt nằm trong top 10 quốc gia còn lại có mức tiêu dùng giày dép lớn nhất thế giới trong đó Đức tiêu thụ trung bình 400 triệu đôi giày một năm trong giai đoạn từ năm 2010 đến 2015.

2. Tình hình xuất khẩu mặt hàng giày dép của Việt Nam năm 2016

2.1. Thị trường thế giới

2.1.1. Tổng cầu ngành hàng

So với giai đoạn 2010-2015, tổng cầu nhập khẩu mặt hàng giày dép của thế giới tăng trong năm 2016. Từ quí I đến quí III/ 2016, tổng kim ngạch nhập khẩu giày dép toàn thế giới đạt khoảng 88 tỷ USD. Châu Âu là châu lục dẫn đầu thế giới về nhu cầu nhập khẩu hàng giày dép trong năm nhưng tỷ trọng nhập khẩu của châu lục này tiếp tục giảm hiện tại xuống còn 36%. Theo thống kê của UNCOMTRADE, trong 3 quí đầu năm 2016, Mỹ là quốc gia dẫn đầu về kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này chiếm tỷ trọng 23,2%. Các quốc gia đến từ Châu Âu gồm Đức, Pháp, Ý, Anh, Hà Lan, Bỉ, Tây Ban Nha tiếp tục giữ vững vị trí quan trọng về nhu cầu nhập khẩu giày dép của toàn thế giới với tổng kim ngạch nhập khẩu

mặt hàng giày dép trong 3 quí đầu năm chiếm khoảng 37% tổng kim ngạch nhập khẩu của toàn thế giới.

Bảng 3. Top 10 quốc gia có kim ngạch nhập khẩu giày dép lớn nhất thế giới (Q1-Q3/2016)

Đơn vị: Tỷ USD/, %

Thứ hạng	Quốc gia	Kim ngạch nhập khẩu	Tỷ trọng
1	Mỹ	20,4	23,2
2	Đức	8,8	10
3	Pháp	5,8	6,5
4	Ý	4,8	5,4
5	Anh	4,7	5,3
6	Nhật Bản	4,3	4,8
7	Hà Lan	3,4	3,8
8	Bỉ	3,2	3,6
9	Tây Ban Nha	2,6	2,9
10	Trung Quốc	2,2	2,5

Nguồn: UNCOMTRADE

Mặc dù là quốc gia cung ứng số lượng giầy dép lên đến 40% tổng kim ngạch xuất khẩu toàn thế giới trong 3 quí đầu năm 2016, Trung Quốc là quốc gia có nhu cầu nhập khẩu khiêm tốn chiếm 2,5% kim ngạch nhập khẩu toàn thế giới trong thời gian này và đứng ở vị trí cuối cùng trong top 10 quốc gia có nhu cầu nhập khẩu giày dép lớn nhất thế giới. Nhật Bản cũng là quốc gia có nhu cầu nhập khẩu giày dép lớn với mức kim ngạch đạt 4,3 tỷ, chiếm 4,8% nhu cầu nhập khẩu giày dép của thế giới.

2.1.2. Tổng cung ngành hàng

Theo UNCOMTRADE, Trung Quốc tiếp tục duy trì vị trí số 1 thế giới về kim ngạch xuất khẩu giày dép với trong 3 quí đầu năm 2016 đạt 35,6 tỷ USD. Cũng trong giai đoạn này, Việt Nam đã vượt Ý để vươn lên vị trí số 2 với mức kim ngạch xuất khẩu giày dép đạt 9,8 tỷ USD trong khi Ý tụt xuống vị trí số 3 trong top 10 nước có kim ngạch giày déo xuất khẩu lớn nhất thế giới với mức kim ngạch xuất khẩu đạt được trong giai đoạn này là 8,3 tỷ USD thấp hơn kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam khoảng 1 tỷ USD.

Các vị trí tiếp theo thuộc về các nước đến từ khối EU bao gồm Đức, Bỉ, Hà Lan, Tây Ban Nha, Pháp, Bồ Đào Nha và Anh. Tổng kim ngạch giày dép xuất khẩu của các quốc gia đến từ khối EU bao gồm cả Ý đạt khoảng 29 tỷ USD, thấp hơn mức kim ngạch của Trung Quốc. Đáng chú ý, Ấn Độ đã có những bước tiến quan trọng, đứng thứ 9 trong bảng xếp hạng với mức khoảng 2,1 tỷ USD trong 3 quí đầu năm 2016. Nhìn chung, kim ngạch xuất khẩu giày dép của thế giới năm 2016 có xu hướng giảm. Kim ngạch xuất khẩu giày dép trong 3 quí đầu năm 2016 của 110 nước xuất khẩu giày dép của thế giới mới chỉ đạt khoảng 91 tỷ USD.

2.2. Sản xuất và tiêu dùng mặt hàng giày dép của Việt Nam

2.2.1 Về sản lượng

Theo thống kê của hiệp hội các nhà phân phối và bán lẻ Mỹ trong năm 2016, Việt Nam là nước đứng vị trí thứ 2 về sản xuất giày dép của thế giới chỉ sau trung Quốc. Sản lượng giày dép của Việt Nam đat trung bình 280 triệu đôi. Hàng giày dép của Việt Nam xuất khẩu sang Hoa Kỳ tăng 19% về khối lượng và chiếm 12% thị phần của của quốc gia này. Tại thị trường nội địa, sản xuất giày da là một ngành công nghiệp mũi nhọn của Việt Nam. Tuy nhiên sản xuất giày dép vẫn chủ yếu ở hình thức gia công xuất khẩu với nguồn cung ứng nguyên phụ liệu từ nước ngoài và mẫu mã được sản xuất theo chỉ định của khách hàng. Do vậy, mặc dù giá trị xuất khẩu giày dép đạt giá trị cao hơn 12 tỷ USD trong năm 2015 nhưng giá trị gia tăng cho mỗi sản phẩm lại thấp. Tỷ lệ nội địa hóa ngành da giày chỉ ở mức 50%. Kim ngạch nhập khẩu giày dép của Việt Nam trong năm 2015 đạt 6 tỷ USD, trong khi đó kim ngạch xuất khẩu đạt 12,4 tỷ cũng trong năm này.

Cũng theo số liệu thống kê của hiệp hội các nhà phân phối và bán lẻ Mỹ, Năm 2014, Việt Nam sản xuất được 861,9 triệu đôi giày, trong đó có 251,2 triệu đôi giày da; 55,4 triệu đôi giày vải; 555,3 triệu đôi giày thể thao, tương ứng với tỷ trọng là 29,1%; 6,4% và 64,4%. Đối với giày dép da, sản lượng giày tăng trưởng 10,3% năm 2014; 2,6% năm 2013 và 10,8% năm 2012. Đối với giày thể thao, sản lượng giày tăng trưởng 15,5% năm 2014; 19,9% năm 2013 và 5,5% năm 2012. Đối với giày vải, tốc độ tăng thấp hơn, lần lượt ở các mức 4,3%; 3,9%; 3,0%. Trong giai đoạn 2005-2014, tổng sản lượng giày ghi nhận mức tăng trưởng bình quân 6,6%, trong đó, sản lượng giày dép da tăng bình quân 2,1%; giày vải tăng 6,0% và giày thể thao 9,9%. Hầu hết các thương hiệu giầy quốc tế lớn như Nike, Adidas,

Reebok, Puma, New Balance, Reebok, Salomon… đều đặt hàng gia công tại Việt Nam. Hiện có 90% sản lượng giày dép là dành cho xuất khẩu.

2.2.2 Cơ cấu mặt hàng

Giày dép bao gồm 6 loại mặt hàng chủ yếu bao gồm: giày vải không thấm nước có đế bằng cao su hoặc bằng nhựa, giày (trừ giày không thấm nước) có đế bằng cao su hoặc bằng nhự; giày da có đế bằng cao su hoặc bằng nhựa; giày có đế bằng cao su, bằng nhựa hoặc bằng da trừ giày dép là đồ chơi; giày dép có đế bằng cao su, bằng nhựa, bằng da, bằng gỗ, sừng…; phụ kiện giày dép.

2.2.3 Số lượng doanh nghiệp

Theo số liệu của Tổng cục thống kê Việt Nam năm 2013, Việt Nam có khoảng 1300 số lượng các doanh nghiệp giày dép tham gia vào hoạt động sản xuất và thương mại trong nước và quốc tế. Trong đó có 1148 doanh nghiệp có số vốn dưới 50 tỷ VND và 50 doanh nghiệp có số vốn trên 500 tỷ VND. Có trên 700 doanh nghiệp có số nhân công dưới 50 người tuy nhiên doanh nghiệp từ 500 nhân viên trở lên chỉ chiếm 16% trong tổng số các doanh nghiệp sản xuất giày dép của Việt Nam.

2.2.4 Nguồn nhân lực, qui mô, công nghệ, đổi mới sáng tạo

Khác với Trung Quốc và Ấn Độ là những nước có tính chủ động cao trong sản xuất do tự cung cấp được phần lớn nguyên phụ liệu, sản phẩm giày dép của Việt Nam có đến 80% [3] là gia công xuất khẩu cho các thương hiệu của nước ngoài. Số lượng, chất lượng và mẫu mã sản phẩm do khách hàng nước ngoài đặt hàng, còn nguyên phụ liệu do khách hàng cung cấp hay chỉ định nguồn nhập khẩu từ nước ngoài. Bản chất của sản xuất gia công là không bền vững. Doanh nghiệp chỉ thu được phí gia công (chiếm 20-30% trong giá thành), nhưng phải chi trả nhiều chi phí như thủ tục đầu tư sản xuất, đóng thuế, sức ép về lao động, tiền lương, trách nhiệm xã hội, quan hệ với chính quyền địa phương… trong khi, nếu chi phí sản xuất tại Việt Nam tăng lên, khách hàng nước ngoài sẵn sàng bỏ sản xuất tại Việt Nam và chuyển đơn hàng sang các nước có chi phí sản xuất thấp hơn. Trong khi các nhà máy giày dép sử dụng diện tích đất lớn và sử dụng nhiều lao động, đang trở thành gánh nặng về an ninh và xã hội cho chính quyền các địa phương nơi tập trung nhiều nhà máy sản xuất.

[3]Báo cáo nghiên cứu ngành dệt may- da giày của ngân hàng bưu điện Liên Việt năm 2016

Môt điểm quan trọng nữa là hàng giày dép phụ thuộc hơn 50% vào nguyên liệu nhập khẩu. Theo Hiệp hội Da – Giày – Túi xách Việt Nam (Lefaso Việt Nam), sản xuất da thuộc trong nước bao gồm cả mũ giày, lót giày, túi cặp trong năm 2014 đạt 210 triệu m2, chỉ đáp ứng được 24,4% nhu cầu về da thuộc. Trong năm 2016, các doanh nghiệp giày dép đã chi khoảng 1,24 tỷ USD để nhập khẩu da thuộc đạt 1,1 tỷ USD tăng 12,7% so với năm 2014.

Công nghiệp hỗ trợ của ngành giày dép chưa phát triển đồng bộ với sản xuất sản phẩm, nên hầu hết nguyên phụ liệu cho sản xuất mặt hàng này phải nhập khẩu. Do lo ngại ô nhiễm môi trường, các địa phương không khuyến khích đầu tư sản xuất thuộc da. Các nguyên phụ liệu khác (giả da, đế giày, phom, khoen, khóa, keo…), do chất lượng không đồng đều và giá thành cao nên khó cạnh tranh với hàng nhập khẩu từ Trung Quốc.

Nhu cầu hội nhập và cạnh tranh quốc tế khiến doanh nghiệp cần nhiều vốn đầu tư đổi mới công nghệ, thiết bị và cập nhật phương pháp quản lý tiên tiến. Doanh nghiệp trong nước thiếu vốn đầu tư đổi mới dẫn đến năng suất lao động thấp, sản phẩm làm ra giảm tính cạnh tranh trên thị trường xuất khẩu và khó cạnh tranh với hàng nhập khẩu tại thị trường nội địa.

Ưu thế của Việt Nam về giá công lao động thấp hiện vẫn là yếu tố cạnh tranh. Trong năm 2016, mức lương trung bình/tháng của một công nhân làm trong ngành sản xuất giày dép là 219USD giảm 7,6% so với mức lương trung bình là 235,75USD/tháng trong năm 2015. Trong khi đó, giá lao động Thái Lan trong cùng ngành là 387.2USD/tháng, của Malaysia là 651USD/tháng (năm 2013), của Trung Quốc là 457USD/tháng và của Philippines là 369USD/tháng.

Nhưng khó khăn trong tuyển dụng lao động và công tác đào tạo tay nghề chưa đáp ứng kịp nhu cầu sản xuất, là một trong các yếu tố khiến năng suất lao động của ngành chưa cao. Người lao động chủ yếu được đào tạo tại chỗ theo cách cầm tay chỉ việc trong thời gian ngắn nên tay nghề thấp. Doanh nghiệp tốn công đào tạo nghề, nhưng người lao động sẵn sàng bỏ đi, nếu có nơi khác mời chào mức lương cao hơn. Các loại phí BHXH và phí công đoàn lên đến 34,5% của lương và phụ cấp ngoài lương (chủ sử dụng lao động đóng 24% và người lao động đóng 10,5%). Việc tăng lương tối thiểu vùng với tỷ lệ cao liên tục hàng năm trong nhiều năm qua cũng làm các mức phí BHXH tăng theo.

Các mắt xích trong chuỗi giá trị hàng giày dép Việt Nam còn yếu: nguyên phụ liệu chưa đáp ứng đủ nhu cầu và phụ thuộc rất lớn vào nhập khẩu, khâu thiết kế sản phẩm xuất

khẩu giày dép cũng chưa phát triển do phần lớn các hợp đồng xuất khẩu dưới hình thức gia công và phía các doanh nghiệp Việt nam phụ thuộc vào việc cung cấp nguyên liệu, nguyên phụ liệu từ các doanh nghiệp nước ngoài. Việc các doanh nghiệp sản xuất xuất khẩu giày dép của Việt Nam cũng phụ thuộc vào hoạt động phân phối sản phẩm của các doanh nghiệp nước ngoài khiến cho hoạt động tiếp thị, bán hàng trên thị trường quốc tế không được chú trọng khiến giá trị gia tăng của ngành thấp. Hơn nữa phần lớn các doanh nghiệp giày dép Việt Nam có qui mô vừa và nhỏ, tiềm lực tài chính mỏng khó có khả năng dịch chuyển nhanh sang mắt xích có hàm lượng giá trị gia tăng cao.

2.3. Hoạt động xuất khẩu

2.3.1. Kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam năm 2016, Việt Nam xuất khẩu giày dép đến 113 quốc gia trên thế giới. Đáng chú ý, tổng kim ngạch nhập khẩu giày dép của top 10 quốc gia có kim ngạch nhập khẩu giày dép cao nhất từ Việt Nam là 8,92 tỷ USD, chiếm 70,2% tổng kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam trong năm 2016.

Việc Đài Loan là quốc gia có nhập khẩu giày dép lớn nhất từ Việt Nam một phần vì các công ty sản xuất giày dép có qui mô lớn nhất tại Việt Nam là các công ty Đài Loan. Chiếm tỷ trọng 23,1% tổng kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam, Đài Loan trở thành thị trường đến quan trọng đối với các doanh nghiệp giày dép Việt Nam. Mỹ đứng ở vị trí số 2 với kim ngạch nhập khẩu đạt 2,38 tỷ USD chiếm 18,7% tổng kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam trong năm 2016. Anh và đảo Virgin, Anh là hai quốc gia của Châu Âu nằm trong top 10 quốc gia có kim ngạch nhập khẩu giày dép lớn nhất từ thị trường Việt Nam.

Bảng 4. Top 10 quốc gia có kim ngạch nhập khẩu giày dép lớn nhất của Việt Nam năm 2016

ĐVT: Tỷ USD/%

STT	Quốc gia	Kim ngạch	Tỷ trọng
1	Đài Loan	2,93	23,1
2	Mỹ	2,38	18,7
3	Hàn Quốc	0,79	6,2
4	Hồng Kông	0,74	5,8
5	Anh	0,49	3,8
6	Singapore	0,45	3,5

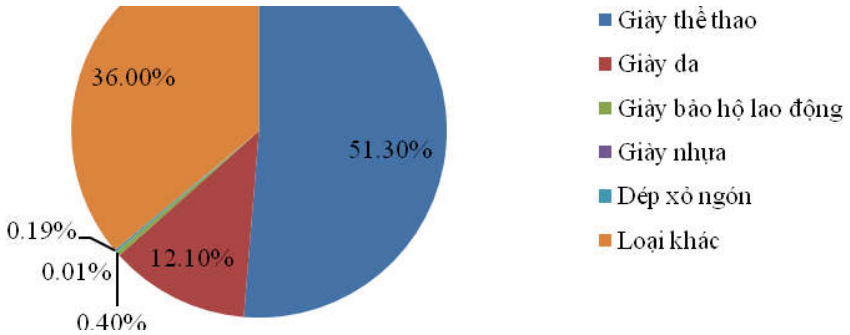
7	Đảo Virgin, Anh	0,42	3,3
8	Trung Quốc	0,39	3,1
9	Nhật Bản	0,32	2,5
10	Úc	0,28	2,2

Nguồn: Tổng cục Hải quan

2.3.2. Nhóm các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu

Trong năm 2016, có 40 mã hàng giày dép (mã 8 số) của Việt Nam được xuất khẩu đến 113 quốc gia trong đó Đài Loan là thị trường đến thu hút số lượng lớn nhất các doanh nghiệp Việt Nam tham gia thị trường này, chiếm tỷ trọng gần 30%. Hoa Kỳ đứng thứ 2, chiếm tỷ trọng 14% tổng số các giao dịch xuất khẩu. Biểu đồ 4 cho thấy tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu các nhóm mặt hàng giày dép chủ yếu của Việt Nam trong năm 2016. Dễ dàng nhận thấy, giày thể thao các loại chiếm tỷ trọng kim ngạch lớn nhất với 6,52 tỷ USD. Đứng thứ 2 là mặt hàng giày da với tổng kim ngạch xuất khẩu đạt được trong năm 2016 là 12,1%. Giày bảo hộ lao động, giày nhựa và dép xỏ ngón có tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu khá khiêm tốn. Đáng chú ý, trong năm 2016, số lượng giày thể thao xuất khẩu đạt 30,6 triệu đôi. Mặc dù chỉ chiếm tỷ trọng là 12,1% trong tổng kim ngạch xuất khẩu, nhưng số lượng giày da xuất khẩu của Việt Nam vượt trội hơn rất nhiều so với số lượng giày thể thao, đạt 75,62 triệu đôi. Số lượng giày bảo hộ lao động được xuất khẩu là 1,2 triệu đôi, dép xỏ ngón là 3,65 triệu đôi trong khi đó lượng giày nhựa xuất khẩu rất khiêm tốn chỉ đạt 200 đôi.

Biểu đồ 3. Tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng giày dép của Việt Nam năm 2016



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Đối với mặt hàng giày thể thao, Đài Loan là nước có kim ngạch nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam trong năm 2016 tiếp theo là Mỹ với mức kim ngạch nhập khẩu đạt 1,47 tỷ USD. Đài Loan, Hàn Quốc, Singapore, Trung Quốc, Nhật Bản là 5 nước Châu Á nhập khẩu một khối lượng lớn mặt hàng này. Ba nước Châu Âu gồm Anh, Hà Lan và Bỉ chiếm 10,5% trong tổng kim ngạch mặt hàng giày thể thao xuất khẩu của Việt Nam trong năm.

Trong top 10 nước nhập khẩu giày da lớn nhất của Việt Nam năm 2016, Mỹ nhập khẩu 364 triệu USD. Tuy nhiên kim ngạch nhập khẩu giày da của Mỹ chỉ bằng khoảng 25% kim ngạch nhập khẩu giày thể thao của nước này từ thị trường Việt Nam. Đài Loan cũng nhập khẩu lượng lớn giày da từ Việt Nam mặc dù so với lượng giá trị nhập khẩu của nước này đối với mặt hàng giày thể thao, kim ngạch chỉ ở mức khiêm tốn là 218 triệu USD. Đáng chú ý, kim ngạch nhập khẩu giày da của top 10 nước nhập khẩu lớn nhất đối với mặt hàng này chiếm 85% tổng kim ngạch hàng giày da xuất khẩu của Việt Nam năm 2016.

2.3.3. Doanh nghiệp có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất theo khu vực thị trường

Năm 2016, Việt Nam có gần 1000 doanh nghiệp xuất khẩu hàng giày dép đến 136 nước trên thế giới. So với số doanh nghiệp tham gia vào thị trường xuất khẩu giày dép cách đây 10 năm, số lượng các doanh nghiệp tham gia thị trường giày dép quốc tế tăng khoảng 8 lần. Theo số liệu của Tổng cục hải quan Việt Nam năm 2016, khối doanh nghiệp FDI đóng góp tới 80% tỷ trọng xuất khẩu của toàn ngành, chủ yếu là các tập đoàn đến từ Đài Loan, Hàn Quốc như tập đoàn Yuan Chi, tập đoàn Pou Chen, tập đoàn Feng Tay với kim ngạch xuất khẩu đạt được ở mức cao là gần 10 tỷ USD trong năm 2016.

Bảng 5. Top 10 doanh nghiệp có kim ngạch xuất khẩu giày dép lớn nhất năm 2016

Đơn vị: triệu USD

STT	Tên doanh nghiệp	KNXK	Loại hình DN	Địa bàn hoạt động
1	Công ty TNHH POU HUNG	516	FDI	Miền nam Việt Nam
2	Công ty TNHH DỤ ĐỨC	452	FDI	Miền nam Việt Nam
3	Công ty TNHH HWA SEUNG VINA	407	FDI	Miền nam Việt Nam
4	Công ty TNHH YMUV	384	FDI	Miền nam Việt Nam
5	Công ty TNHH Giầy ANNORA	291	FDI	Miền bắc Việt Nam
6	Công ty TNHH ĐÔNG PHƯƠNG ĐỒNG NAI	288	Nội địa	Miền nam Việt Nam

7	Công ty TNHH SHYANG HUNG CHEN	276	FDI	Miền nam Việt Nam
8	Công ty TNHH POU CHEN	245	FDI	Miền nam Việt Nam
9	Công ty TNHH Giầy CHING LUH	243	FDI	Miền nam Việt Nam
10	Công ty TNHH Giầy SODA STANDARD	236	FDI	Miền nam Việt Nam

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Bảng 5 trình bày top 10 doanh nghiệp có kim ngạch xuất khẩu giày dép lớn nhất tại Việt Nam năm 2016. Giá trị kim ngạch của 10 doanh nghiệp trên chiếm 28% tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam. Đáng chú ý, trong số 10 doanh nghiệp có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất nói trên, có đến 9 doanh nghiệp FDI và chủ sở hữu đến từ Đài Loan và 9 doanh nghiệp này đều hoạt động tại các khu công nghiệp tại thành phố Hồ Chí Minh, tỉnh Đồng Nai, tỉnh Bình Dương v.v. Công ty TNHH Đông Phương Đồng Nai là doanh nghiệp duy nhất trong top 10 doanh nghiệp có kim ngạch xuất khẩu giày dép lớn nhất của Việt Nam trong năm 2016 là doanh nghiệp nội địa. Công ty TNHH giầy Annora cũng là doanh nghiệp duy nhất có địa bàn hoạt động tại miền Bắc Việt Nam.

3. Dự báo, triển vọng năm 2017 và một số khuyến nghị

3.1. Dự báo, triển vọng

Triển vọng kinh tế thế giới và Việt Nam tốt hơn trong năm 2017 hỗ trợ nhu cầu tiêu dùng tăng lên, trong đó có mặt hàng giày dép. Các cơ quan quốc tế lớn như WB, IMF, Liên Hợp Quốc đều dự báo tăng trưởng kinh tế thế giới (GDP) năm 2017 sẽ cao hơn năm 2016 bất chấp các số liệu điều chỉnh gần đây thấp hơn so với các con số mà các cơ quan này đã đưa ra trước đó. Theo báo cáo Triển vọng kinh tế toàn cầu của WB năm 2016, tốc độ tăng GDP thế giới năm 2017 ở mức 3% cao hơn mức 2,4% của năm 2016. Các thị trường tiêu thụ chính giày dép hàng đầu của Việt Nam là Mỹ, EU và Nhật Bản đều có tăng trưởng kinh tế năm 2017 cao hơn năm 2016 nhờ chính sách tiền tệ nới lỏng, giá dầu giảm, thu nhập tăng lên.

Việt Nam là một trong những nhà sản xuất và xuất khẩu sản phẩm giày dép lớn tới trên 100 quốc gia. Giày thể thao chiếm thị phần lớn trong tổng sản lượng giày dép của Việt Nam. Tuy nhiên, giày thể thao chủ yếu dành cho xuất khẩu. Hầu hết các thương hiệu giày

thể thao quốc tế lớn như Nike, Adidas và Reebok … có nhà sản xuất gia công tại Việt Nam. Giày thể thao chủ yếu xuất khẩu sang các nước Châu Âu và Mỹ từ Việt Nam, do đây là những khu vực xuất khẩu hàng đầu trong tổng xuất khẩu giày dép. Trong báo cáo nghiên cứu mới nhất về Triển vọng giày dép Việt Nam năm 2017, nhà phân tích RNCOS đã xác định rằng, ngành công nghiệp giày dép đã tăng trưởng đáng kể so với những năm gần đây với kim ngạch xuất khẩu tăng trên thị trường quốc tế.

Theo báo cáo triển vọng xuất khẩu giày dép của Hiệp hội da giày Việt Nam năm 2016 thì sản lượng giày dép của Việt Nam dự đoán sẽ tăng khoảng 8% trong giai đoạn 2013-2017. Ngành công nghiệp giày dép Việt Nam bao gồm, giày thể thao, giày vải, giày nữ, giày nam giới được dự báo tiếp tục tăng trưởng và là phân khúc thị trường có doanh thu cao nhất trên thị trường giày dép nội địa.

Xu hướng phát triển tại thị trường giày dép Việt Nam bao gồm tiến bộ kỹ thuật góp phần phát triển ngành công nghiệp trong tương lai, tăng sản xuất nguyên liệu trong nước, sẵn có nguồn lao động giá rẻ, và lao động lành nghề… Tuy nhiên những thách thức đối với ngành công nghiệp giày dép tại Việt Nam đang ảnh hưởng đến sự tăng trưởng nhanh chóng của ngành công nghiệp. Các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu giày dép của Việt Nam ngày càng áp dụng chiến lược minh bạch hóa thông tin liên quan đến năng lực sản xuất và sản lượng giúp tạo điều kiện cho khách hàng có được sự hiểu biết đúng đắn về thị trường giày dép Việt Nam.

Theo nhiều chuyên gia, năm 2017 có triển vọng tốt hơn cho XK giày dép bởi Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Liên minh Kinh tế Á - Âu (FTA VN-EAEU) có hiệu lực sẽ mở rộng cánh cửa thị trường được đánh giá còn nhiều tiềm năng, nhất là thị trường Nga. Hiện, kim ngạch XK giày dép của Việt Nam sang Nga còn rất khiêm tốn. Với những ưu đãi hấp dẫn về thuế quan, FTA VN-EAEU sẽ mở một kênh đủ lớn cho giày dép Việt đi thẳng vào Nga, giúp tiết kiệm đáng kể chi phí, thời gian, qua đó đẩy mạnh XK sâu hơn sang các thị trường trong khối như Belarus, Kazakhsta.

Hoa Kỳ vẫn tiếp tục là thị trường lớn nhất của ngành giày dép Việt Nam. Trong những năm gần đây xuất khẩu vào Hoa Kỳ của Việt Nam luôn đạt mức tăng trưởng 20%/năm. Ngoài ra, với lợi thế về nhân công, nền chính trị ổn định, hơn 30 năm kinh

nghiệm sản xuất giày dép…, ngành giày dép Việt Nam vẫn thu hút những đối tác đến từ Hoa Kỳ.

Cùng đó, Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) dự kiến có hiệu lực vào đầu năm 2018 cũng tạo một làn sóng mới cho các doanh nghiệp trong nước. Hiệp định này sẽ giúp thu hút mạnh mẽ đầu tư nước ngoài và nhiều đơn hàng được ký kết, đồng thời là động lực thúc đẩy DN trong nước cải thiện năng lực sản xuất, tài chính, tăng khả năng tiếp nhận đơn hàng mới. Hiệp định EVFTA có hiệu lực và nhờ có lợi thế về thuế, cơ hội tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu giày dép cuả Việt Nam sang khu vực thị trường EU sẽ tăng lên trong những năm tới.

Như vậy, với nhiều tín hiệu sáng, hoạt động sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp giày dép Việt nam trong năm 2017 sẽ bớt khó khăn hơn. Đặc biệt, tình trạng thiếu đơn hàng nhanh chóng được cải thiện sẽ giúp cho doanh nghiệp có thời gian hồi phục và tiếp tục đầu tư nâng cao năng lực sản xuất, tận dụng các cơ hội tìm kiếm đối tác mới. Sản xuất và xuất khẩu sẽ có tốc độ tăng trưởng cao hơn so với năm 2016 với chỉ số sản xuất của ngành dự kiến đạt 5%, kim ngạch xuất khẩu và kim ngạch ngành giày dép xuất khẩu của Việt Nam được dự báo sẽ lên đến 18 tỷ USD trong năm 2017.

Các thị trường mới theo dự đoán của các chuyên gia kinh tế trong giai đoạn từ năm 2011 đến 2018, Châu Á Thái Bình Dương là khu vực có thị phần lớn nhất trên thị trường giày dép thế giới, chiếm tới 24%. Tốc độ tăng trưởng hàng năm dự kiến trong giai đoạn 2011-2018 là 2,1%; tiếp sau đó là Châu Âu với 21% thị phần. Châu Á Thái Bình Dương vẫn là điểm tập trung của các nhà sản xuất giày dép vì đây là khu vực có chi phí sản xuất thấp hơn và tốc độ tăng dân số với nhóm người tiêu dùng với thu nhập khả dụng cao hơn so với các khu vực khác trên thế giới. Theo nhận định của công ty Nghiên cứu thị trưởng minh bạch, tổng doanh thu ngành giày dép thế giới năm 2011 đạt 185.211 triệu đôla Mỹ, năm 2012 đạt 188.360 triệu đôla Mỹ và dự kiến đạt 211.540 triệu đôla Mỹ vào năm 2018, tăng với tốc độ tăng trưởng hàng năm là 1,9% trong giai đoạn từ năm 2011-2018. Trong đó, Châu Á Thái Bình Dương chiếm tỷ lệ lớn nhất và dự báo vẫn tiếp tục đứng vị trí dẫn đầu về doanh thu từ nay cho đến năm 2018.

3.2. Khuyến nghị và chính sách

3.2.1. Chính sách phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ

Ngày 17/1/2017, Quyết định số 68/QĐ-TTg về Chương trình phát triển công nghiệp hỗ trợ từ năm 2016 đến năm 2025 được ban hành tạo tiền đề và định hướng phát triển cho ngành công nghiệp hỗ trợ của Việt Nam nhằm tránh phụ thuộc vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu từ nước ngoài và giúp Việt Nam nâng cao giá trị gia tăng trong sản phẩm xuất khẩu giày dép. Quyết định đã nêu ra mục tiêu cụ thể từ nay đến năm 2020, Việt Nam cần phát triển lĩnh vực công nghiệp hỗ trợ hàng giày dép đáp ứng tỷ lệ cung cấp trong nước ngành giày dép đạt 75-80%. Nhằm thực hiện mục tiêu trên, Chính phủ đã yêu cầu bộ Công thương quản lý và tổ chức thực hiện với nguồn kinh phí dự kiến là 870, 7 tỷ đồng bao gồm nguồn vốn ngân sách và nguồn vốn khác. Tuy nhiên, để quyết định sớm đi vào thực tiễn và đạt mục tiêu phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ thì Chính phủ cần nhấn mạnh vào vai trò của các tập đoàn kinh tế trong hoạt động đầu tư phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ vì đặc thù của ngành công nghiệp hỗ trợ đòi hỏi sử dụng một lượng vốn lớn để đầu tư phát triển sản xuất, khoa học kỹ thuật cũng như các hoạt động đổi mới sáng tạo và phát triển sản phẩm.

3.2.2. Tăng cường vai trò của Hiệp hội doanh nghiệp Việt Nam trong giải quyết tranh chấp thương mại quốc tế liên quan đến nhà nước

Hội nhập kinh tế quốc tế bên cạnh những lợi ích đáng kể về mặt kinh tế đang đặt Chính phủ và doanh nghiệp Việt Nam trước những thách thức mới, trong đó phải kể đến những tranh chấp quốc tế có liên quan đến Nhà nước. Việc xử lý những tranh chấp này trước hết là trách nhiệm của các bên tranh chấp (Chính phủ, nhà đầu tư…). Tuy nhiên, sự tham gia của các hiệp hội doanh nghiệp vào các thủ tục giải quyết tranh chấp này là rất quan trọng và hữu ích. Nghiên cứu đây xem xét vai trò của các hiệp hội doanh nghiệp trong các quá trình này từ góc độ lý thuyết lẫn thực tiễn để từ đó có những đề xuất tương ứng đối với cơ chế nội bộ của Chính phủ nhằm xử lý tốt các tranh chấp liên quan.

3.3.3. Các doanh nghiệp cần chủ động phòng tránh rủi ro từ thị trường

Trong bối cảnh cạnh tranh lớn từ các doanh nghiệp sản xuất giày dép đến từ Trung Quốc, Đài Loan, các doanh nghiệp Việt Nam cần mở rộng khai thác các đơn hàng từ các doanh nghiệp châu Phi và Trung Đông. Châu Phi và Trung Đông được đánh giá là hai khu vực thị trường rất tiềm năng với 70 quốc gia, dân số trên 1,4 tỷ người. Hai khu vực này có nguồn tài nguyên khoáng sản lớn, nhất là dầu mỏ, khí đốt và được đánh giá là thị trường có

nhiều tiềm năng. Tuy nhiên hoạt động kinh doanh tại châu Phi và Trung Đông hiện vẫn còn không ít rào cản. Cụ thể tại thị trường Trung Đông, Thổ Nhĩ Kỳ áp dụng nhiều biện pháp phòng vệ thương mại (chống bán phá giá, thuế tự vệ…) rào cản kỹ thuật như yêu cầu giấy chứng nhận chất lượng hàng hóa do các cơ quan chức năng của Thổ Nhĩ Kỳ cấp. Doanh nghiệp xuất khẩu giày dép của Việt Nam nói riêng và các doanh nghiệp xuất khẩu nói chung chú ý trước khi ký hợp đồng với đối tác nước ngoài DN cần quan tâm đến việc điều tra thương nhân, cảnh giác với giá bất thường, bên cạnh đó cũng cần quan tâm đến việc phòng tránh trộm cắp hàng trong thùng hàng (container), lựa chọn điều kiện vận chuyển hàng phù hợp. Các doanh nghiệp cần chú ý điều tra thương nhân như tìm số điện thoại, trao đổi hoặc tiếp xúc trực tiếp qua bạn hàng, tham khảo các sứ quán tại nước của thương nhân cần giao dịch.

Tài liệu tham khảo

1. UNCOMTRADE, *xuất khẩu giày dép của Việt Nam giai đoạn 2010-2015 và 3 quí đầu năm 2016*.
2. Tổng cục Hải quan, *Tình hình xuất khẩu giày dép của Việt Nam năm 2016.*
3. Bộ Công thương, *Báo cáo XNK 2016.*
4. Ngân hàng Bưu điện Liên Việt, *Báo cáo nghiên cứu ngành dệt may – da giày Việt Nam.*