

XUẤT KHẨU DA GIÀY SANG THỊ TRƯỜNG EU THỰC TRẠNG VÀ TRIỂN VỌNG

Ths. Đinh Công Hoàng

Bộ Công thương

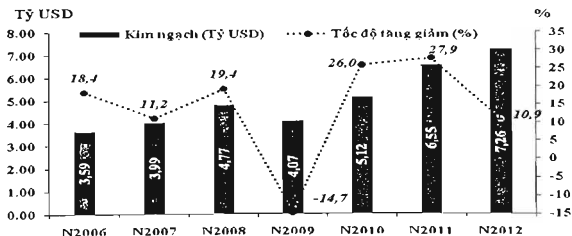
1. Bối cảnh xuất khẩu da giày cả nước

Sản phẩm ngành da giày chủ yếu gồm 2 mặt hàng là giày dép và va li, túi xách, ví, hiện là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam ra thị trường thế giới, trong đó EU là thị trường lớn nhất. Trong những năm qua, tuy gặp nhiều khó khăn do tác động tiêu cực của khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế thế giới, nhất là khu vực

EU, nhưng kim ngạch xuất khẩu da giày nói chung, giày dép nói riêng sang các thị trường vẫn đạt mức tăng trưởng khá nhanh. Theo Tổng cục Hải quan, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng da giày của Việt Nam từ 2006-2012 như sau:

Mặt hàng giày dép có tỉ trọng lớn nhất về kim ngạch xuất khẩu vẫn tăng trưởng khá trong các năm 2006-2012.

Biểu đồ 1: Kim ngạch và tốc độ tăng giảm xuất khẩu giày dép của Việt Nam giai đoạn năm 2006-2012



Nguồn: Tổng cục Hải quan và Tổng cục Thống kê

Mặt hàng va li, túi xách, ví da tuy kim ngạch xuất khẩu không lớn như giày dép nhưng lại có tốc độ tăng cao hơn trong các năm qua. Năm 2005 đạt 471 triệu USD, năm 2008 - 773 triệu USD, năm 2009 - 824 triệu USD, tăng 6,6% (trong khi đó giày dép giảm 14,7% so với năm 2008), năm 2010 - 985 triệu USD, tăng 19,5%, năm 2011 - 1.385 triệu USD, tăng 40,5% và năm 2012 - 1.522 triệu USD, tăng gần 10% so với năm 2011. Mặt hàng túi xách, va li, ô dù là mặt hàng có kim ngạch lớn thứ 18 trong tổng số 22 mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu đạt từ 1 tỉ USD trở lên. Trong 3 tháng đầu năm 2013, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này ước đạt 390 triệu USD, tăng tới 23,3% so với cùng kì năm trước.

Năm 2012 các doanh nghiệp (DN) ngành da giày gặp nhiều khó khăn, thử thách do sự tiết giảm nhu cầu tiêu dùng của các thị trường xuất khẩu, nguồn vốn vay khó khăn, chi phí đầu vào ngày một tăng cao, đơn hàng giảm sút và sự cạnh tranh từ các đối thủ... Điều này đã ảnh hưởng không nhỏ tới hoạt động sản xuất, kinh doanh của các DN trong ngành.

Nét đặc trưng của sản xuất và xuất khẩu ngành da giày là nguyên liệu nhập khẩu và thị trường tiêu thụ ngoài nước là chủ yếu nên giá cả phụ thuộc rất lớn vào thị trường thế giới.

So với năm 2011, lượng đơn hàng của nhiều DN trong ngành đã sụt giảm khoảng 25-30% do ảnh hưởng suy giảm kinh tế của

các thị trường nhập khẩu chính, đặc biệt là thị trường EU. Khó khăn về đơn hàng cùng với việc các chi phí đầu vào ngày càng tăng như nguyên vật liệu, điện, than, xăng dầu..., phần lớn các DN da giày đều bày tỏ sự lo ngại về hoạt động xuất khẩu da giày trong thời gian tới.

Ngoài ra, trong nước, việc tiếp cận nguồn vốn vay của các ngân hàng thương mại với lãi suất thấp cũng gây nhiều khó khăn trong việc đầu tư, mở rộng sản xuất của các DN sản xuất trong ngành, ảnh hưởng không nhỏ đến sự cạnh tranh của các DN nội địa với các DN có vốn đầu tư nước ngoài.

Đề đứng vững trong cạnh tranh, giải pháp chủ yếu được các DN da giày lựa chọn trong thời gian qua, nhất là các năm 2009-2012, là điều chỉnh sản xuất, tiết giảm chi phí, nâng cao chất lượng sản phẩm, thậm chí chấp nhận hòa vốn đối với những đơn hàng nhỏ lẻ để giữ chân khách hàng, ổn định được đơn hàng. Để giảm bớt những khó khăn về thị trường, nhiều DN da giày cũng đã chuyển hướng xuất khẩu sang một số thị trường châu Á, Nam Mỹ... thậm chí có một số DN đã mở rộng đầu tư tại một số nước lân cận để tranh thủ nguồn vốn chi phí rẻ. Tuy nhiên, các thị trường mới cũng có những rủi ro nhất định nên các DN cũng mới chỉ dừng lại ở mức thăm dò.

Không chỉ gặp khó khăn trong xuất khẩu, việc tiêu thụ của mặt hàng này tại thị trường nội địa trong thời gian qua cũng bị sụt giảm do tình hình khó khăn chung của nền kinh tế.

Tuy gặp nhiều khó khăn nhưng tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này các năm 2010-2012 vẫn đạt mức tăng trưởng khá so với các năm trước. Riêng năm 2012, thặng dư thương mại của ngành da giày cả năm đạt ở mức cao trên 50%. Nguyên nhân là do sự nỗ lực chung của các DN trong quá trình sản xuất, nhất là tăng tỉ trọng nguyên phụ liệu sản xuất trong nước lên đến 45% nên giảm dần sự phụ thuộc vào nước ngoài, từ đó giảm hàng tồn kho và tăng thặng dư thương mại đạt mức cao so với các mặt hàng khác.

Số liệu Tổng cục Thống kê cho thấy, trong năm 2012, xuất khẩu nhóm hàng giày dép xác lập ngưỡng kỷ lục đạt gần 7,3 tỉ USD, tăng 10,9 % (tương ứng tăng 713 triệu USD về số tuyệt đối) so với năm 2011. Xuất khẩu ngành hàng này chiếm tỉ trọng 6,3% trong tổng kim ngạch xuất khẩu tất cả các mặt hàng của cả nước trong năm 2012. Hiện DN túi xách trong nước chỉ mới chiếm khoảng 5% kim ngạch xuất khẩu. Hiệp hội Da giày Việt Nam (Lefaso) hy vọng với bước tiến mới trong xuất khẩu túi xách, kim ngạch xuất khẩu túi xách của DN Việt Nam sẽ tăng lên khoảng 30% trong vài năm tới. Hiện nay, đơn hàng xuất khẩu túi xách cho năm 2012 khá ổn định, đặc biệt là túi xách thời trang. Năm 2012, dự kiến ngành túi xách có tốc độ xuất khẩu tăng nhanh hơn so với da giày, tăng khoảng 15%. Toàn ngành da giày-túi xách sẽ đạt 8,8 tỉ USD trong năm 2012, trong đó da giày đạt 7,3 tỉ USD, túi xách đạt 1,5 tỉ USD.

Tính chung cả 2 mặt hàng da giày xuất khẩu năm 2012 đã đạt 8.768 triệu USD, tăng 11% so với năm 2011 (+ 835 triệu USD).

Từ nhiều năm qua, hàng giày dép của Việt Nam xuất khẩu chủ yếu theo phương thức nhận nguyên liệu gia công cho thương nhân nước ngoài (xuất gia công) và xuất hàng sản xuất từ nguyên liệu nhập khẩu (sản xuất xuất khẩu). Số liệu của Tổng cục Hải quan cho thấy, trong năm 2012, tỉ trọng hai loại hình này chiếm hơn 97% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may của cả nước, trong đó: xuất theo hình thức gia công chiếm 52,7%, xuất theo hình thức sản xuất xuất khẩu chiếm 44,6%.

Cũng theo số liệu Thống kê Hải quan nhiều năm qua, do tính thời vụ, chu kì xuất khẩu của giày dép Việt Nam thường có tăng trưởng mạnh vào các tháng 5, 6, 7, 11 và 12; giảm sâu ở các tháng 2 và 9 hàng năm. Tháng 12 có kim ngạch đạt mức kỷ lục với gần 740 triệu USD trong năm 2012, ngược lại tháng 9 kim ngạch thấp nhất trong năm với 462 triệu USD.

Nếu phân theo loại hình kinh tế thì từ nhiều năm qua, xuất khẩu giày dép của khối các DN có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) chiếm tỉ trọng lớn trên 70% trong tổng kim ngạch xuất khẩu giày dép của cả nước. Năm 2012, kim ngạch xuất khẩu giày dép của khối này đạt 5,56 tỉ USD, tăng 11,7% so với năm trước và chiếm tỉ trọng 76,6%. Trong khi đó, con số xuất khẩu của DN trong nước chỉ là 1,7 tỉ USD, thấp hơn 3,86 tỉ USD so với DN FDI.

2. Xuất khẩu da giày sang thị trường EU

Trong những năm qua, Liên minh Châu Âu (EU) là thị trường xuất khẩu da giày lớn nhất của Việt Nam, trong đó lớn nhất là giày dép. Năm 2012, kim ngạch xuất khẩu giày dép sang thị trường này đạt 2,65 tỉ USD, tăng 1,6% so với năm 2011. Tuy kim ngạch tăng 1,6% nhưng tốc độ tăng 2012 đã giảm so với năm 2011 (+15,7%).

Kim ngạch xuất khẩu da giày của Việt Nam sang thị trường EU năm 2012 chỉ tăng nhẹ 1,6% so với năm trước nhưng lại chiếm đến 36,5% trong tổng kim ngạch xuất khẩu giày dép của cả nước. Trong số các nhóm hàng của Việt Nam xuất sang EU, hàng da giày đứng thứ hai với tỉ trọng chiếm 13,1% (sau hàng điện thoại các loại và linh kiện với tỉ trọng 27,9%).

Bảng 1: Số liệu thống kê xuất khẩu hàng giày dép sang EU năm 2011-2012

Ti USD

Chỉ tiêu		Năm 2011	Năm 2012
Kim ngạch xuất khẩu hàng giày dép sang EU	(A)	2,61	2,65
Kim ngạch xuất khẩu hàng giày dép cả nước	(B)	6,55	7,26
Tỉ trọng trong tổng kim ngạch xuất khẩu giày dép cả nước (%)	$(C)=(A/B)*100$	39,8	36,5
Tổng kim ngạch xuất khẩu sang EU	(D)	16,55	20,3
Tỉ trọng trong tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước sang EU (%)	$(E)=(A/D)*100$	15,8	13,1

Nguồn: Tổng cục Hải quan và Tổng cục Thống kê

Nếu so sánh kim ngạch xuất khẩu giày dép Việt Nam sang các thị trường khác trong năm 2012 thì EU vẫn là thị trường có kim ngạch lớn nhất và chiếm thị phần cao nhất.

Cụ thể như sau:

+ Năm 2012, xuất khẩu giày dép sang 4 thị trường lớn là Hoa Kỳ (đạt 2,24 tỉ USD,

tăng 17,6%), Nhật Bản (đạt 328 triệu USD, tăng 31,9%), Trung Quốc (đạt 301 triệu USD tăng 19,1%) và Braxin (đạt 249 triệu USD tăng 37,3%).

+ Các thị trường Cuba, Ôxtrâyliya, Ả-rập Xêút, Peru, Newzealand và Colombia, tuy không nhiều về quy mô nhưng lại có mức

tăng trưởng khá ấn tượng, đạt lần lượt là 107,3%; 38,1%; 35,1%; 45,9%; 41,8% và 58,9%.

+ Xuất khẩu giày dép sang thị trường Đông Nam Á (ASEAN) trong năm 2012 cũng đạt mức tăng trưởng khả quan, đạt kim ngạch 111 triệu USD, tăng 14,2% so với năm 2011. Hiện nay, trong ASEAN thì Singapore, Malaysia và Philippin là ba thị trường dẫn đầu về nhập khẩu giày dép của Việt Nam với tỉ trọng trên 65%.

Chủng loại giày dép của Việt Nam xuất sang EU chủ yếu là nhóm hàng: giày dép có đế ngoài và mũi giày bằng cao su hoặc plastic (Mã HS 64.02); giày dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũi giày bằng da thuộc (HS 64.03); giày dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũi giày bằng nguyên liệu dệt (HS 64.04).

Năm 2012 kim ngạch xuất khẩu giày dép sang các thị trường thuộc khu vực này đã đạt 2,34 tỉ USD, tăng 2,18% so với cùng kì năm ngoái. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu sang Hy Lạp, Ba Lan, Đan Mạch và CH Séc tuy không nhiều nhưng lại có mức tăng trưởng khá ấn tượng, đạt lần lượt là 218,13%; 190,41%, 107,34% và 201%.

Mặt hàng va li, túi xách, ví da... xuất khẩu sang thị trường EU vẫn có xu hướng tăng trong những năm qua. Năm 2012 đạt

trên 760 triệu USD, tăng gần 155% so với năm 2011.

Tính chung, cả hai mặt hàng da giày xuất khẩu sang thị trường EU năm 2012 đạt gần 3,1 tỉ USD, tăng 9,1% so với năm 2011.

Trong mối tương quan giữa nhập khẩu nguyên phụ liệu phục vụ ngành dệt may, da giày (nguyên phụ liệu đầu vào: vải, xơ sợi dệt các loại, bông các loại, nguyên phụ liệu) và xuất khẩu nhóm hàng dệt may và giày dép, số liệu Thống kê Hải quan cho thấy mức thặng dư thương mại giữa xuất khẩu hàng dệt may giày dép và nhập khẩu nguyên phụ liệu đầu vào của hai ngành này ngày càng tăng cao, nhất là xuất khẩu sang thị trường EU.

Cụ thể, năm 2004, con số thặng dư thương mại chỉ là 2,24 tỉ USD, bằng 48% kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng nguyên phụ liệu thô. Tuy nhiên, năm 2011 con số này đã đạt 8,33 tỉ USD, gấp gần 4 lần so với năm 2004 và bằng 68%. Đến năm 2012, con số chênh lệch lên đến 9,87 tỉ USD, tăng 18,5% so với năm trước và bằng 79% kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng nguyên phụ liệu. Điều này một phần cho thấy ngành công nghiệp dệt may da giày của Việt Nam đã ngày càng tăng sản xuất nguyên liệu thô, hàng phụ trợ phục vụ sản xuất trong nước, giảm thiểu nhập khẩu, dần đáp ứng được nhu cầu của ngành này. EU là thị trường xuất khẩu lớn nhất đồng thời cũng là thị trường

nhập khẩu các mặt hàng nguyên liệu thô, hàng phụ trợ phục vụ sản xuất giày dép của Việt Nam nên có đóng góp lớn vào tăng trưởng thặng dư thương mại của toàn ngành trong những năm qua và cả các năm tới.

Có thể khẳng định, nhiều năm trở lại đây, ngành da giày Việt Nam liên tục gây những ngạc nhiên khi liên tiếp đạt được những thành quả đáng kể trong kim ngạch xuất khẩu. Ở thời điểm này, ngành da giày đã "ghi tên" mình vào trong top 10 nước xuất khẩu hàng đầu thế giới về da giày. Riêng xuất khẩu vào thị trường châu Âu, da giày Việt Nam chỉ đứng thứ hai sau Trung Quốc.

Theo thông tin từ Hiệp hội Da giày Việt Nam, năm 2012, EU trở thành thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch đạt 20,3 tỉ USD, tăng 22,5% so với năm 2011 và chiếm 17,7% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của cả nước. Lefaso cũng đưa đến tin vui, đến nay, nhiều DN đã nhận được đơn hàng cho năm 2013, thậm chí có DN đã có đơn hàng đến hết quý II năm 2013.

Những hạn chế: Trong những năm qua, khó khăn và hạn chế vẫn còn nhiều đối với xuất khẩu mặt hàng da giày sang thị trường EU.

Theo nhiều chuyên gia trong ngành, khó khăn nhất hiện nay của ngành da giày Việt Nam chưa giải quyết được là nguồn nguyên liệu trong nước. Việc hình thành vùng nguyên phụ liệu

nội địa không hề đơn giản khi chúng ta đang còn rất khó khăn về nguồn vốn đầu tư. Theo ông Ngô Đại Quang, Phó Chủ tịch Hiệp hội Da giày Việt Nam, hiện trong nước mới chỉ có khoảng hơn 40 DN hoạt động trong lĩnh vực sản xuất thuộc da, nguyên phụ liệu. Con số như vậy là quá khiêm tốn với một nước có vị thế xuất khẩu như hiện nay. Bên cạnh đó còn một loạt những khó khăn về năng lực cạnh tranh cũng như trình độ công nghệ và nguồn nhân lực... mà ngành da giày trong nước đang phải đối mặt.

Có một thực tế là, giày dép là sản phẩm xuất khẩu chủ lực của ngành nhưng lại không mang thương hiệu Việt Nam bởi chúng ta chủ yếu gia công cho nước ngoài. Do đó, xuất khẩu nhiều nhưng giá trị gia tăng lại không cao. Nói về lợi thế nguồn nhân lực, nước ta có nguồn lực nhân công rất lớn, có trên 650.000 lao động, chưa kể lao động phụ trợ, song lao động có tay nghề, chuyên nghiệp, trình độ cao mới chỉ chiếm khoảng 40%, còn lại chủ yếu là lao động phổ thông... Đó còn chưa kể, khi những hiệp định TPP, FTA được kí kết, DN da giày trong nước sẽ gặp phải những cạnh tranh gay gắt từ các thế lực kinh tế mạnh trong khu vực và quốc tế.

Một loạt những khó khăn đối mặt, trong khi nhiều DN, đặc biệt là những DN trong lĩnh vực sản xuất nguyên phụ liệu lại đang hoạt động rất nhỏ lẻ, manh mún, do đó

nguy cơ Việt Nam khó có thể cạnh tranh với nguyên liệu giá rẻ đến từ Trung Quốc trên thị trường EU là điều khó tránh.

Trước hết phải kể đến sự cạnh tranh khốc liệt của Trung Quốc. Hàng xuất khẩu của Trung Quốc xuất khẩu vào EU có ưu thế hơn của Việt Nam do trình độ công nghệ tiên tiến hơn, mẫu mã đẹp và đa dạng hơn. Mặc dù sức mua của thị trường EU vẫn ổn định, nhưng Việt Nam chịu nhiều sức ép về thuế và các rào cản so với một số nước như Brazil, Indonesia... Đặc biệt, từ ngày 6-10-2006, EU áp thuế chống bán phá giá giày mũ da sản xuất tại Việt Nam xuất khẩu sang EU là 10%. Trong khi đó, nguyên vật liệu sản xuất của ngành này chiếm đến 80% giá trị sản phẩm, trong đó sản xuất da đóng vai trò quan trọng, nhưng các nhà máy thuộc da mới sản xuất và đáp ứng được khoảng 20% nhu cầu, còn lại phải nhập khẩu. Ngành phụ liệu còn trầm trọng hơn, các DN mới chỉ sản xuất được một vài mặt hàng như nhân, ren, dây giày... Những loại phụ kiện tinh xảo, vật trang trí trên giày, nhất là giày nữ và trẻ em vẫn phải nhập khẩu. Hiện tỉ lệ nội địa hóa của DN Việt Nam mới chỉ khoảng 40%. Ngoài ra, các chi phí đầu vào của DN trong năm 2013 dự kiến tăng khoảng 30%, như vậy sản xuất chưa chắc có lãi. Một thách thức lớn đang đặt ra với toàn ngành chính là năng suất lao động. Năng lực sản xuất của ngành chủ yếu tại các cơ sở ngoài quốc doanh và có yếu tố nước ngoài, chiếm hơn

90%. Tuy có lợi thế giá nhân công rẻ, lao động dồi dào, nhưng năng suất lao động rất thấp, trung bình trên một dây chuyền 450 lao động đạt mức sản lượng 500.000 đôi/năm, chỉ bằng 1/35 năng suất của Nhật, 1/30 của Thái Lan, 1/20 của Malaysia... Quy chế ưu đãi thuế quan phổ cập của EU (GSP) theo quyết định EC số 732/2008 ngày 22/07/2008 không cho các sản phẩm của Việt Nam thuộc nhóm S-12 được hưởng GSP giai đoạn 2008-2013.

3. Triển vọng xuất khẩu giày da sang EU các năm tới

Thuận lợi: Năm 2013 và các năm tới quan hệ Việt Nam - EU đang có những bước phát triển hết sức tốt đẹp. Liên minh Châu Âu hiện là một trong những đối tác quan trọng hàng đầu của Việt Nam trên nhiều lĩnh vực từ chính trị - ngoại giao, hợp tác phát triển, thương mại - đầu tư, khoa học - công nghệ đến ứng phó với các thách thức toàn cầu. Hiệp định Đối tác và Hợp tác toàn diện giữa Việt Nam và EU (PCA) kí chính thức ngày 27/6/2012 và phiên đàm phán lần thứ nhất Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA) diễn ra tại Hà Nội ngày 8-12/10/2012 là những bước phát triển hết sức quan trọng, đưa quan hệ Việt Nam - EU chuyển sang một giai đoạn mới với phạm vi và mức độ hợp tác rộng lớn và sâu sắc hơn, mang lại nhiều lợi ích cho cả hai bên. Trong bối cảnh đó, quan hệ thương mại giữa Việt

Nam và EU có nhiều thuận lợi hơn các năm trước, trong đó có xuất khẩu hàng da giày.

Ngày 31 tháng 10 năm 2012, Ủy ban Châu Âu ban hành quyết định số 978/2012 về áp dụng chương trình ưu đãi GSP mới. Quyết định này có hiệu lực từ ngày 01 tháng 01 năm 2014.

Ngày 18 tháng 12 năm 2012, bổ sung quyết định số 978/2012, Ủy ban Châu Âu ban hành quyết định số 1213/2012 về việc ngừng cấp ưu đãi thuế quan cho một số mục sản phẩm từ một số nước được hưởng GSP trong giai đoạn 2014 - 2016 trong đó không có mục sản phẩm nào từ Việt Nam. Quyết định này cũng có hiệu lực từ ngày 01 tháng 01 năm 2014.

Việc EU tiếp tục dành ưu đãi thuế quan theo GSP cho các sản phẩm da giày của Việt Nam theo quyết định mới nói trên là tin vui cho ngành xuất khẩu da giày, bởi nhiều năm qua, EU là thị trường xuất khẩu quan trọng nhất của ngành da giày Việt Nam. Hy vọng các DN da giày nói riêng, các DN Việt Nam nói chung sớm có phương án thúc đẩy xuất khẩu vào EU nhằm chiếm lĩnh thị trường trong bối cảnh Trung Quốc không được hưởng GSP, cũng như Việt Nam và EU đang hướng đến kết thúc đàm phán FTA vào cuối năm 2014.

Khó khăn và thách thức: Năm 2013, Hiệp định Đối tác kinh tế chiến lược xuyên Thái Bình Dương (TPP) có hiệu lực. Khi

TPP được thông qua sẽ có quy định bắt buộc về tỉ lệ nội địa hóa nguyên phụ liệu đối với sản phẩm giày để được hưởng ưu đãi thuế suất.

Một thách thức lớn đang đặt ra với toàn ngành chính là năng suất lao động. Năng lực sản xuất của ngành chủ yếu tại các cơ sở ngoài quốc doanh và có yếu tố nước ngoài, chiếm hơn 90%...

Định hướng giải pháp. EU là thị trường lớn nhất của mặt hàng da giày Việt Nam với tiềm năng lớn nhưng cũng là thị trường khó tính. Vì vậy, để đứng vững trong cạnh tranh với các nước khác, nhất là Trung Quốc, về mặt hàng da giày, các DN Việt Nam cần thực hiện nhiều giải pháp đồng bộ, từ tổ chức sản xuất đến chọn mặt hàng, đầu tư khoa học công nghệ, mở rộng xúc tiến thương mại, đào tạo công nhân lành nghề, đầu tư chiều sâu, tăng năng suất lao động, giảm giá thành sản phẩm... Để đạt được dự báo trên, từ những tháng đầu năm 2013, các ngành chức năng và các DN sản xuất và xuất khẩu mặt hàng da giày cần chuyển hướng sản xuất theo yêu cầu nâng cao chất lượng và giảm chi phí để tăng sức cạnh tranh trên thị trường khó tính như EU. Một số định hướng giải pháp chủ yếu là:

Bộ Công thương cần chỉ đạo các DN da giày chuyển dần từ phương thức gia công sang phương thức mua bán (FOB) để tạo nên mức giá trị gia tăng cao, tạo điều kiện tích

lưu tư bản, tái đầu tư, từ đó có sự phát triển nhanh và vững chắc. Đặc biệt, để có một sự liên kết ổn định giữa các DN, lãnh đạo Lefaso cho rằng, cần sớm xúc tiến hợp tác hình thành khu công nghiệp thuộc da, các cụm công nghiệp nguyên phụ liệu. Đây là yếu tố quan trọng giúp các DN chủ động về nguyên liệu, là nền tảng cho sự phát triển ngành da giày bền vững.

Theo các chuyên gia trong ngành, bản thân các DN cần phải có những nỗ lực trong việc nâng cao năng suất lao động, cải tiến chất lượng để hội nhập, theo đó, cần phải đổi mới công nghệ, hiện đại hóa trang thiết bị. Điều này sẽ giúp các DN vừa giải quyết khả năng tiếp nhận đơn hàng, ổn định chất lượng, vừa giải quyết đời sống cho người lao động, đối phó một cách bền vững với tình trạng thiếu hụt lao động hiện nay.

Tài liệu tham khảo chính

1. Báo cáo xuất nhập khẩu các năm 2005-2012, Trung tâm Thông tin Thương mại, Bộ Công thương.

2. Niên giám thống kê. TCTK các năm 2005-2011.

3. Báo cáo tình hình kinh tế-xã hội các năm 2005-2012. Tổng cục Thống kê.

4. Các báo cáo của Tổng cục Hải quan năm 2010-2012.

5. Các báo cáo của Hiệp hội Da giày Việt Nam (Lefaso), 2012.

6. Lefaso, 2012, *Xuất khẩu da giày 2013: Cơ hội ngang bằng thách thức*.

7. Lefaso, 2012, *Tổng quan tình hình xuất khẩu giày dép của Việt Nam trong năm 2012*.

8. Thời báo kinh tế Việt Nam, 2013, *Rộng đường cho da giày vào EU: nhiều thuận lợi do FTA Việt Nam-EU mang lại*.

9. Vietnam News, 2013, *Shoe exports expected rise by 10% in 2013*.