

CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI XUẤT KHẨU GIÀY DÉP VIỆT NAM SANG EU KHI THỰC THI HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO VIỆT NAM - EU

Nguyễn Anh Minh

Viện Thương mại và Kinh tế quốc tế, Trường Đại học Kinh tế quốc dân

Email: minhneu@yahoo.com

Ngày nhận: 8/8/2016

Ngày nhận bản sửa: 15/9/2016

Ngày duyệt đăng: 5/10/2016

Tóm tắt:

Liên minh châu Âu (EU) là thị trường hàng đầu đối với sản phẩm giày dép Việt Nam. Việc Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam – EU (EVFTA) dự kiến có hiệu lực từ năm 2018 sẽ mang lại nhiều cơ hội và thách thức đối với xuất khẩu giày dép của Việt Nam. EVFTA có thể giúp các doanh nghiệp giày dép Việt Nam hạn chế tác động của các cú sốc bên ngoài, nâng cao năng lực cạnh tranh và mở rộng thị phần trên EU, tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng giày dép khu vực và toàn cầu. Tuy nhiên, việc đáp ứng các quy định khắt khe, nguy cơ đối mặt với áp lực bảo hộ mới trên EU, sự yếu kém về khả năng cạnh tranh và mức độ tham gia vào chuỗi cung ứng giày dép khu vực và toàn cầu lại đặt ra những thách thức rất lớn, đòi hỏi các doanh nghiệp giày dép, hiệp hội ngành hàng cũng như Chính phủ Việt Nam phải có sự phối hợp chặt chẽ, thực hiện những giải pháp toàn diện để đẩy mạnh xuất khẩu giày dép sang thị trường EU.

Từ khóa: EU, EVFTA, GSP, miễn giảm thuế, xuất khẩu giày dép.

Opportunities and Challenges to Vietnam's Footwear Exports to EU when the EU - Vietnam Free Trade Agreement Comes into Effect

Abstract:

European Union (EU) is one of the leading export markets for Vietnamese footwear products. EU – Vietnam Free Trade Agreement (EVFTA), which will come into effect in the year of 2018, will bring both opportunities and challenges to Vietnam's footwear exports. EVFTA is expected to help Vietnam's footwear enterprises avoiding external shocks, enhancing competitiveness and increasing market share in the EU, and integrating more deeply into regional and global footwear supply chains. However, the limited ability to meet strict rules and standards, risk of new protective pressures in the EU market, low competitive capacity and a weak position in the regional and global footwear supply chain are big challenges that require Vietnamese footwear enterprises, industry associations and the government to adopt comprehensive solutions to expand exports of footwear products to EU.

Key words: EU, EVFTA, footwear exports, GSP, tariff exemptions.

1. Mở đầu

Da giày là ngành công nghiệp có lợi thế xuất khẩu của Việt Nam. Kể từ khi những lô hàng đầu tiên được xuất ra nước ngoài với giá trị rất khiêm tốn vào đầu những năm 1990, đến nay công nghiệp da giày trở thành một trong 3 ngành xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam, với kim ngạch xuất khẩu năm

2015 đạt 15 tỷ USD, trong đó giày dép đạt hơn 12 tỷ USD. Việt Nam thuộc nhóm 4 nước sản xuất giày dép lớn nhất thế giới, và đứng thứ 3 xét theo giá trị xuất khẩu. Việt Nam cũng luôn là một trong những nước xuất khẩu giày dép nhiều nhất vào Liên minh châu Âu (EU), và hiện nay giữ vị trí thứ 2 sau Trung Quốc (Phuong Quang, 2016). Tiềm năng của EU là

thị trường xuất khẩu hàng đầu đối với giày dép Việt Nam ngày càng được mở rộng với việc Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam – EU (EVFTA) được ký kết vào năm 2015. Bài viết này tập trung phân tích những cơ hội và thách thức đối với xuất khẩu giày dép Việt Nam vào EU, đưa ra một số kiến nghị giải pháp để đẩy mạnh xuất khẩu giày dép Việt Nam vào thị trường rộng lớn này khi EVFTA có hiệu lực.

2. Tình hình xuất khẩu giày dép Việt Nam sang EU giai đoạn 2010-2015

Bảng 1 cho thấy trong giai đoạn 2010-2015, EU và Mỹ là những thị trường nhập khẩu giày dép lớn nhất của Việt Nam, trong đó EU giữ vị trí số 1 cho đến năm 2014, trước khi vị trí này thuộc về thị trường Mỹ vào năm 2015. Xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang EU có sự gia tăng liên tục trong giai đoạn 2010- 2015, với tốc độ tăng trưởng đạt mức trên 10% kể từ năm 2013, và EU thường chiếm trên 30% tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam.

Xét theo các nước thành viên EU thì xuất khẩu

giày dép của Việt Nam nhìn chung đều tăng trưởng về kim ngạch. Bảng 2 cung cấp số liệu của các nước EU nhập khẩu nhiều nhất giày dép của Việt Nam giai đoạn 2010- 2015. Trong số đó Bỉ là nước dẫn đầu EU về nhập khẩu giày dép Việt Nam trong năm 2015, với kim ngạch nhập khẩu đạt hơn 723 triệu USD, chiếm gần 18% tổng kim ngạch xuất khẩu giày dép của Việt Nam vào EU. Bỉ cũng là thị trường có tốc độ tăng trưởng liên tục và cao nhất trong số các nước thành viên EU – trên 20% trong giai đoạn 2010-2015. Theo Hiệp hội Da giày Việt Nam, xuất khẩu giày dép Việt Nam sang EU nói chung và các nước nhập khẩu chính trong EU có sự gia tăng mạnh vào năm 2014 là do Việt Nam chính thức được hưởng GSP, với mức thuế suất được hạ từ 13-14% xuống còn 3-4% đối với tất cả các mặt hàng xuất khẩu vào EU, trong đó có giày dép. Bên cạnh đó, việc EU bãi bỏ thuế chống bán phá giá đối với sản phẩm giày, mũ da Việt Nam vào năm 2011 cũng tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu giày dép vào thị trường này.

Bảng 1: Thị trường xuất khẩu giày dép của Việt Nam, giai đoạn 2010-2015 (triệu USD)

Thị trường	2010	2011	2012	2013	2014	2015
EU	2.239,72	2.587,25	2.632,71	2.918,53	3.598,73	4.045,79
Mỹ	1.407,31	1.907,60	2.242,99	2.627,01	3.328,43	4.076,48
Trung Quốc	154,97	252,61	300,74	354,74	504,81	754,09
Nhật Bản	171,96	248,89	328,34	388,33	518,97	597,58
Các nước khác	1.055,8	1.401,44	1.574,50	1.880,68	2.080,44	3.130,58
Tổng	5.029,76	6.397,79	7.079,28	8.169,29	10.031,38	12.604,52

Nguồn: Hải quan Việt Nam, <http://www.customs.gov.vn/Lists/ThongKeHaiQuan>.

Bảng 2: Xuất khẩu giày dép Việt Nam tới các thị trường chính trong EU, giai đoạn 2010-2015 (triệu USD)

Quốc gia	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Bỉ	244,67	356,69	404,65	516,47	659,04	723,45
Đức	356,77	410,26	400,23	457,28	600,06	705,33
Anh	495,67	494,95	501,28	543,24	572,35	693,47
Hà Lan	319,02	367,17	347,54	359,23	469,86	533,65
Pháp	194,63	244,87	237,92	228,01	253,37	417,18
Italy	231,04	249,40	225,70	240,03	313,86	346,25
Tây Ban Nha	238,18	238,31	234,50	296,77	382,46	281,87
Các nước khác	159,74	225,59	280,91	277,52	347,74	344,59
Tổng EU	2.239,72	2.587,24	2.632,73	2.918,55	3.598,74	4.045,79

Nguồn: Hải quan Việt Nam, <http://www.customs.gov.vn/Lists/ThongKeHaiQuan>.

3. EVFTA và cơ hội đối với xuất khẩu giày dép Việt Nam sang EU

3.1. Sản phẩm giày dép Việt Nam gia tăng được sức cạnh tranh, mở rộng thị phần trên thị trường EU

Tuy không còn bị áp thuế chống bán phá giá từ năm 2011 và được hưởng Chương trình ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP) mới của EU từ năm 2014 nhưng các doanh nghiệp xuất khẩu giày dép Việt Nam lại phải đối mặt với thách thức mới trên thị trường này. GSP là chương trình ưu đãi có thời hạn và kèm theo những điều kiện nhất định. GSP đặt ra ngưỡng nhập khẩu đối với các nước xuất khẩu vào EU, cụ thể là GSP sẽ không được áp dụng cho một nước khi tổng nhập khẩu một mặt hàng nào đó vào EU của nước này vượt quá 17,5% tổng nhập khẩu mặt hàng tương tự từ tất cả các nước đang được hưởng GSP của EU trong vòng 3 năm (Cục Quản lý cạnh tranh – Bộ Công thương, 2014). Như vậy, khi xuất khẩu giày dép Việt Nam vào EU tăng nhanh thì thị phần của các nước khác sẽ giảm xuống, và Việt Nam sẽ sớm vượt “ngưỡng” nói trên, đồng nghĩa với việc GSP sẽ mất đi hiệu lực. Khi EVFTA được thực thi thì xuất khẩu giày dép Việt Nam không còn bị ràng buộc bởi ngưỡng thị phần do EU đặt ra (vì GSP sẽ ngừng được áp dụng với Việt Nam khi EVFTA có hiệu lực). Điều này mang lại cho Việt Nam lợi thế cạnh tranh trước Trung Quốc và các nước xuất khẩu giày dép khác.

Tuy nhiên, lợi thế cạnh tranh của giày dép Việt Nam trên thị trường EU chủ yếu xuất phát từ những ưu đãi thuế quan. Theo thỏa thuận trong EVFTA, EU sẽ xóa bỏ ngay hơn 85% dòng thuế mà EU đang áp dụng đối với hàng hóa nhập khẩu từ Việt Nam. Sau 7 năm kể từ khi hiệp định có hiệu lực, hơn 99% dòng thuế sẽ được xóa bỏ, tương đương với 99,7% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào EU. Như vậy, nhiều mặt hàng mà Việt Nam có thế mạnh, trong đó có giày dép, hưởng lợi lớn từ quá trình cắt giảm thuế quan đó. Với giày dép, EU sẽ xóa bỏ toàn bộ thuế nhập khẩu trong 7 năm, trong đó các sản phẩm giày ít nhạy cảm đối với EU sẽ được bỏ thuế ngay hoặc sau ba năm, và các sản phẩm giày thuộc diện nhạy cảm sẽ được xóa bỏ thuế sau 7 năm (Bộ Công Thương Việt Nam, 2015). Theo Phương Quang (2016), với việc thuế suất nhập khẩu ở EU giảm dần tới 0% trong vòng 7 năm, xuất khẩu giày dép của Việt Nam vào thị trường này sẽ gia tăng mạnh mẽ, với mức tăng trưởng hàng năm có thể lên tới 20-30%. Khi đó việc giày dép Việt Nam chiếm thị phần

như thế nào trên thị trường EU sẽ tùy thuộc vào khả năng của các doanh nghiệp Việt Nam trong việc khai thác cơ hội và đáp ứng các yêu cầu của EU.

3.2. Quy tắc xuất xứ trong EVFTA là tương đối thuận lợi đối với các doanh nghiệp giày dép Việt Nam

Quy tắc xuất xứ là một nội dung hết sức quan trọng của bất kỳ hiệp định thương mại tự do (FTA) nào. Nó quyết định việc các thành viên FTA có thể hưởng lợi từ những ưu đãi thuế quan tới mức độ nào. Nhìn chung quy tắc xuất xứ của EU là khá phức tạp, gây trở ngại lớn đối với nhiều doanh nghiệp nước ngoài khi thâm nhập thị trường này. Tuy nhiên, đối với các doanh nghiệp giày dép Việt Nam thì quy tắc xuất xứ trong EVFTA là khá quen thuộc vì chúng chủ yếu vẫn dựa trên các quy định trong GSP. Vì vậy ngoài lợi ích gắn với ưu đãi thuế quan, xuất khẩu giày dép Việt Nam còn được hưởng lợi từ quy tắc xuất xứ khá thuận lợi của EU. Cho đến nay, ngành da giày Việt Nam đã có thể đảm bảo đáp ứng được 40% yêu cầu quy tắc xuất xứ cho các sản phẩm xuất khẩu vào EU, với tỷ lệ nội địa hóa nguyên liệu đã đáp ứng được tới mức 50-55% (*Báo điện tử Công thương*, 2015). Đối với một số mặt hàng như giày cao su, giày vải, hoặc giày dép nhựa thì tỷ lệ nguyên phụ liệu trong nước lên tới 60-80%. Đối với mặt hàng giày da, sản phẩm da giày cao cấp, tỷ lệ này rất thấp, chỉ vào khoảng 25-30% (Hương Dịu, 2016). Trong khi các sản phẩm khác (như dệt may) vẫn gặp khó khăn do quy tắc xuất xứ thì những quy định về xuất xứ của EU đối với giày dép tỏ ra “rộng cửa” hơn, cho phép các doanh nghiệp Việt Nam có thể nhập khẩu nguyên phụ liệu để sản xuất, chỉ yêu cầu các khâu từ giặt, may, gia công thành phẩm và đóng gói là phải thực hiện tại Việt Nam.

3.3. Việt Nam có thể gia tăng thu hút đầu tư từ các nước EU vào công nghiệp thuộc da và da giày

EVFTA sẽ mang lại cơ hội cho Việt Nam thu hút đầu tư từ các nước EU vào các lĩnh vực máy móc thiết bị thuộc da - vốn là điểm mạnh của các nước này, tạo điều kiện cho Việt Nam tiếp cận được công nghệ sản xuất các sản phẩm giày cao cấp. Với sự góp mặt của các nhà đầu tư nước ngoài, trong đó có các doanh nghiệp từ EU, ngành công nghiệp phụ trợ da giày có cơ hội phát triển, tạo điều kiện thuận lợi cho việc tăng tỷ lệ nội địa hóa, giúp các doanh nghiệp giày dép Việt Nam đáp ứng được các yêu cầu về xuất xứ không chỉ của EU, mà cả Mỹ và các thị trường nhập khẩu giày dép hàng đầu khác trên thế giới. Đây cũng chính là thời cơ để Việt Nam tận

dụng các lợi thế so sánh của mình, tham gia ngày càng sâu rộng và hiệu quả hơn vào chuỗi cung ứng sản phẩm da giày toàn cầu.

3.4. Việt Nam có cơ hội tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng sản phẩm da giày

Cũng như các hiệp định thương mại tự do khác, với những ưu đãi về thuế, EVFTA sẽ khuyến khích phát triển sản xuất và chuỗi cung ứng nội khối. Điều này tạo tiền đề cho Việt Nam đón nhận làn sóng tái cơ cấu ngành da giày trên phạm vi khu vực. Điều này có thể nhận thấy qua xu hướng dịch chuyển sản xuất từ Trung Quốc vào Việt Nam đang ngày càng gia tăng.

Có thể lấy trường hợp Nike làm ví dụ điển hình. Hãng này đã trở thành doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài đứng đầu ở thị trường Việt Nam cả về vốn đầu tư, tốc độ phát triển và mức độ sử dụng lao động. Cách đây vài năm, toàn bộ giày mang thương hiệu Nike trên toàn cầu được sản xuất ở Trung Quốc. Tuy nhiên, kể từ 2014, nhận thấy Việt Nam được hưởng nhiều ưu đãi về thuế cũng như có giá nhân công rẻ nên Nike đã giảm dần tỷ trọng sản xuất ở Trung Quốc và chuyển sang Việt Nam, đưa tỷ trọng gia công ở Việt Nam từ mức 19% lên đến 45%, vượt qua Trung Quốc và Indonesia. Đến nay, Nike đã có tới 65 nhà máy đặt tại Việt Nam tham gia chuỗi cung ứng sản phẩm của hãng trên toàn cầu (Anh Hoa, 2015).

4. EVFTA và thách thức đối với xuất khẩu giày dép Việt Nam sang EU

Bên cạnh những cơ hội lớn phân tích ở trên, việc thực thi EVFTA sẽ đặt ra nhiều thách thức đối với các doanh nghiệp giày dép Việt Nam. Các thách thức đó đến từ bên ngoài, từ phía thị trường EU, cũng như xuất phát từ chính bản thân các doanh nghiệp và ngành da giày Việt Nam.

4.1. Thách thức trong việc đáp ứng tiêu chuẩn đối với sản phẩm giày dép xuất khẩu sang EU

Tiêu chuẩn do EU áp đặt đối với các sản phẩm nhập khẩu thuộc diện khắt khe, khó đạt được nhất trên thế giới. Những sản phẩm giày dép phải đáp ứng các tiêu chuẩn về an toàn sinh thái, an toàn về sức khỏe đối với người sử dụng, không gây ô nhiễm môi trường khi sản xuất... Những rào cản từ EU khiến cho các nước xuất khẩu giày dép, trong đó có Việt Nam gặp nhiều khó khăn. Đối với mặt hàng da giày thì tiêu chuẩn *an toàn sinh thái* (phản ánh mức độ gây độc hại, ảnh hưởng đến môi trường xung

quanh trong quá trình sản xuất và tiêu dùng sản phẩm) là hết sức quan trọng. Ở Việt Nam tỷ lệ doanh nghiệp đáp ứng được các tiêu chuẩn an toàn sinh thái của EU là rất thấp. Nhiều doanh nghiệp chưa quan tâm đến các tiêu chí này, đặc biệt là các doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu. Thực trạng này được xác nhận qua một khảo sát do Viện Dệt may- Da giày và Thời trang kết hợp với Viện Nghiên cứu Da - Giày thực hiện đối với 139 doanh nghiệp vừa và nhỏ tại một số địa phương như Hà Nội, Bình Dương, Hải Phòng... Kết quả cho thấy chỉ 10% số doanh nghiệp đáp ứng được yêu cầu về tỷ lệ hợp chất organotin, 6,7% đáp ứng được tỷ lệ amiang, 50% doanh nghiệp không quan tâm tới tỷ lệ formandehit, 63,3% doanh nghiệp không quan tâm tới lượng niken cho phép trong sản phẩm giày dép (Việt Nga, 2014).

Một vấn đề quan trọng khác là quy định REACH - cụm từ viết tắt cho Registration (đăng ký), Evaluation (đánh giá), Authorization (cấp phép) và Restriction (hạn chế) về hóa chất, được EU đưa ra với mục đích nhằm đảm bảo an toàn sức khỏe cho người tiêu dùng và môi trường. Quy định REACH ở EU khá phức tạp, được áp dụng đối với tất cả các doanh nghiệp kinh doanh hóa chất hoặc sản phẩm có chứa hóa chất. Các doanh nghiệp xuất khẩu giày dép Việt Nam vào EU phải cung cấp thông tin rõ ràng về thành phần các hóa chất có trong sản phẩm. Đây là điều khó khăn vì giày dép là mặt hàng liên tục được đổi mới mẫu mã, chủng loại, và các doanh nghiệp phải thiết lập được hệ thống kiểm soát việc sử dụng hóa chất trong quá trình sản xuất.

4.2. Năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp giày dép Việt Nam còn hạn chế

Thách thức lớn nhất đặt ra đối với xuất khẩu giày dép Việt Nam ra thị trường nước ngoài nói chung, và sang EU nói riêng là việc năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam còn rất hạn chế, thể hiện ở nhiều khía cạnh liên quan chặt chẽ với nhau, từ phương thức sản xuất – xuất khẩu giày dép, cho đến khả năng đáp ứng nguồn cung ứng nguyên phụ liệu phục vụ sản xuất giày dép, xây dựng và phát triển thương hiệu sản phẩm, và khả năng tiếp cận các kênh phân phối trên thị trường nước ngoài.

Hiện nay phương thức sản xuất của ngành công nghiệp da giày Việt Nam chủ yếu vẫn là gia công cho đối tác nước ngoài. Vì vậy hầu hết giày dép sản xuất đều không mang thương hiệu Việt Nam, và các doanh nghiệp Việt Nam không có khả năng quyết

định giá bán sản phẩm trên thị trường nước ngoài, không quyết định được đầu vào và đầu ra cho sản phẩm. Do chủ yếu làm gia công các doanh nghiệp Việt Nam chỉ giao hàng đến các nhà buôn mà không xuất khẩu trực tiếp đến các nhà phân phối chính. Sự phụ thuộc vào hệ thống phân phối của nước ngoài dẫn đến việc bị chi phối về sản xuất, hiệu quả xuất khẩu thấp. Ví dụ như ở Công ty Giày Thượng Đình, có thị trường xuất khẩu chính là EU- chiếm 80% tổng kim ngạch xuất khẩu của công ty, tất cả các hợp đồng xuất khẩu đều ở hình thức gia công, với toàn bộ mẫu mã, thiết kế cho đến nguyên phụ liệu đều do đối tác nước ngoài chỉ định (*Báo điện tử Nhân Dân, 2015*).

Trong cơ cấu giá của sản phẩm giày dép Việt Nam hiện nay thì nguyên phụ liệu da giày chiếm tỷ trọng lớn (68-75%), nhưng phần lớn các loại nguyên liệu quan trọng như da thuộc, da nhân tạo, vải mũ giày đều phải nhập khẩu, chủ yếu từ Trung Quốc. Do chi phí nguyên vật liệu lớn nên giá trị gia tăng của sản phẩm giày dép Việt Nam còn thấp. Theo Hiệp hội Da- Giày- Túi xách Việt Nam (LEFASO), trong kim ngạch xuất khẩu giày dép 10,3 tỷ USD năm 2013, chi phí nguyên vật liệu chiếm 70%, tương đương 7 tỷ USD, trong đó nguyên vật liệu nhập khẩu chiếm 60% (4,2 tỷ USD), còn tỷ trọng tự đáp ứng trong nước là 40% (2,8 tỷ USD) (Bảo Trân, 2014).

Việt Nam nằm trong số bốn nước sản xuất giày dép lớn nhất thế giới, nhưng lại chưa có thương hiệu giày tầm cỡ quốc tế. Đa số các doanh nghiệp chỉ gia công lại cho các thương hiệu nổi tiếng như Nike, Adidas, Reebok, Umbro, Lotto. Người tiêu dùng EU không biết đến thương hiệu giày dép Việt Nam là do các doanh nghiệp chưa chú trọng đến công tác xây dựng thương hiệu và chưa có chiến lược quảng bá mang tính quốc gia. Nếu không xây dựng được thương hiệu thì các doanh nghiệp giày dép Việt Nam sẽ vẫn chỉ dừng lại ở vai trò “điều đóm”, làm gia công cho nước ngoài.

4.3. Thách thức trong việc tham gia chuỗi cung ứng quốc tế về giày dép đối với các doanh nghiệp trong nước

Các doanh nghiệp giày dép Việt Nam cho đến nay vẫn giữ vị trí rất khiêm tốn trong chuỗi giá trị của sản phẩm giày dép toàn cầu. Kim ngạch xuất khẩu giày dép năm 2015 đạt hơn 12 tỷ USD, nhưng trong đó các doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài chiếm tới hơn 79%, còn doanh nghiệp trong

nước chỉ chiếm chưa đến 21%. Các doanh nghiệp này lại chủ yếu làm gia công nên phần lớn 21% đó lại rơi vào tay các đối tác nước ngoài. Do đó “phần bánh” còn lại mà các doanh nghiệp trong nước được hưởng là rất thấp. Như đã đề cập ở trên, tuy Nike có 65 nhà máy tại Việt Nam nhưng trong số đó chỉ có 2 nhà máy do người Việt làm chủ, còn lại thuộc sở hữu của các ông chủ đến từ Trung Quốc và Đài Loan (Anh Hoa, 2015).

Để có thêm giá trị gia tăng, các doanh nghiệp giày dép Việt Nam cần phải thoát khỏi “kiếp gia công”, chuyển sang các phương thức khác như FOB (tự chủ khâu nguyên phụ liệu), ODM (tự chủ từ khâu thiết kế, gia công đến bán hàng), và cao hơn là OBM (sản xuất với thương hiệu riêng). Tuy nhiên do quy mô nhỏ, thiếu vốn, công nghệ lạc hậu, trình độ quản lý yếu kém nên hầu hết các doanh nghiệp này không đủ năng lực thực hiện việc chuyển đổi nói trên, đặc biệt đối với các phương thức ODM và OBM. Do chưa định hình được chuỗi liên kết ngành, ngành công nghiệp phụ trợ chưa phát triển nên các doanh nghiệp giày dép trong nước vẫn phụ thuộc vào nguyên phụ liệu nhập khẩu, trong khi các đối tác chủ yếu lại là các tập đoàn toàn cầu quy mô lớn, có sự liên kết chặt chẽ từ khâu thiết kế đến nguyên phụ liệu và bán hàng nên các doanh nghiệp giày dép Việt Nam rất khó len chân được vào chuỗi cung ứng giày dép toàn cầu (Mộc Lan, 2016).

4.4. Nguy cơ đối mặt với các biện pháp phòng vệ thương mại và áp lực bảo hộ mới trên thị trường EU đối với sản phẩm giày dép

Việc EU cho các nước khác được hưởng quy chế GSP, hoặc ký kết các hiệp định thương mại tự do với các nước (như EVFTA) có thể gây lo ngại mất thị phần từ phía các doanh nghiệp sản xuất giày dép trong khối, từ đó tạo áp lực buộc EU gia tăng các biện pháp bảo hộ, đặc biệt là dưới hình thức các rào cản kỹ thuật phi thuế (về chất lượng sản phẩm, an toàn sinh thái, trách nhiệm xã hội...). Ngoài ra những quy định khắt khe về chống bán phá giá và thuế đối kháng vẫn được EU áp dụng. Hơn nữa, các doanh nghiệp giày dép Việt Nam có thể phải đối mặt với những yêu cầu chặt chẽ hơn về vấn đề bán phá giá, trợ cấp và sử dụng các công cụ phòng vệ thương mại, chừng nào Việt Nam còn chưa được công nhận là nền kinh tế thị trường trước thời hạn của WTO. Vì vậy không loại trừ nguy cơ các doanh nghiệp này có thể phải đối mặt với các vụ kiện chống bán phá giá thường xuyên hơn khi xuất khẩu vào thị trường

EU có sự gia tăng mạnh.

4.5. Thách thức từ việc Vương quốc Anh rời khỏi EU (Brexit)

Sau sự kiện người dân Anh bỏ phiếu quyết định rời bỏ EU, có nhiều ý kiến cho rằng điều này chắc chắn sẽ có ảnh hưởng tới kinh tế Việt Nam nhưng với mức độ khác nhau. Có thể thời điểm nước Anh chính thức rút khỏi EU sẽ rơi vào thời điểm dự kiến EVFTA chính thức có hiệu lực, cho nên khi EVFTA bắt đầu được thực thi thì ảnh hưởng đầu tiên có thể thấy ngay là kim ngạch xuất khẩu giày dép Việt Nam sang EU sẽ giảm xuống, và Mỹ sẽ vượt lên giữ vững vị trí là thị trường xuất khẩu giày dép lớn nhất của Việt Nam. Do Anh không phải là thị trường lớn của Việt Nam, trong khi EU lại là thị trường lớn thứ 2 nên tác động trực tiếp của Brexit đến Việt Nam sẽ không lớn, nhưng tác động gián tiếp của nó đến quan hệ giữa Việt Nam và EU có thể rất đáng kể - Brexit có thể làm suy yếu triển vọng tăng trưởng kinh tế của EU, và đồng euro có thể giảm giá, từ đó gây bất lợi cho xuất khẩu của Việt Nam vào EU. Ngoài ra, Brexit có thể dẫn tới việc Việt Nam sẽ phải đàm phán lại về EVFTA với EU không có nước Anh, ít nhất là về những vấn đề liên quan đến thủ tục hành chính, từ đó có thể làm trì hoãn việc phê chuẩn Hiệp định từ phía EU.

5. Kết luận và khuyến nghị

Việt Nam là quốc gia có thế mạnh về sản xuất giày dép, và xuất khẩu giày dép tiếp tục đóng vai trò quan trọng đối với tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam trong nhiều năm tới. Việc EVFTA được ký kết và sẽ có hiệu lực từ năm 2018 mang lại những cơ hội to lớn đối với xuất khẩu giày dép của Việt Nam sang EU. Các doanh nghiệp giày dép Việt Nam sẽ có lợi thế so với các đối thủ cạnh tranh khác trên thị trường EU nhờ được hưởng những ưu đãi thuế quan cũng như những quy định về quy tắc xuất xứ thuận lợi, hạn chế được tác động của những cú sốc từ bên ngoài. Ngành da giày Việt Nam, đặc biệt là lĩnh vực sản xuất nguyên phụ kiện, có cơ hội thu hút FDI từ các doanh nghiệp EU, từ đó có thể tiếp cận được công nghệ sản xuất giày cao cấp, phát triển ngành công nghiệp phụ trợ da giày, nâng cao tỷ lệ nội địa hóa. Dòng vốn FDI này, cùng với xu hướng chuyển dịch sản xuất tới Việt Nam của các tập đoàn thời trang hàng đầu thế giới, sẽ giúp Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi cung ứng giày dép khu vực và toàn cầu.

Bên cạnh đó những cơ hội đó, EVFTA tạo ra áp

lực lớn đối với các doanh nghiệp giày dép Việt Nam trong việc đối phó với những rào cản phi thuế nói chung, và đáp ứng các quy định và tiêu chuẩn khắt khe nói riêng đối với sản phẩm giày dép trên thị trường EU. Những yếu kém về năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp giày dép Việt Nam, thể hiện ở phương thức sản xuất – xuất khẩu, công nghệ sản xuất, mức độ liên kết trong ngành, khả năng chủ động nguồn nguyên phụ liệu, khả năng tiếp cận kênh phân phối, xây dựng và phát triển thương hiệu riêng là những rào cản lớn khác đối với xuất khẩu giày dép Việt Nam vào EU, gây trở ngại cho sự tham gia sâu hơn của các doanh nghiệp Việt Nam vào chuỗi cung ứng giày dép toàn cầu. Ngoài ra, sự kiện nước Anh rời khỏi EU có thể có những tác động tiêu cực nhất định, cả về trực tiếp lẫn gián tiếp đến xuất khẩu nói chung và xuất khẩu giày dép nói riêng của Việt Nam sang EU.

Trước thực trạng trên, vấn đề đặt ra là làm thế nào để các doanh nghiệp giày dép Việt Nam có thể nắm bắt, khai thác các cơ hội, đồng thời vượt qua được các thách thức khi xuất khẩu vào EU. Điều này đòi hỏi phải có những giải pháp phối hợp đồng bộ từ phía các doanh nghiệp giày dép, hiệp hội và cơ quan nhà nước.

Về phía các doanh nghiệp giày dép Việt Nam, trước hết mỗi một doanh nghiệp cần tìm hiểu kỹ nội dung của EVFTA, đặc biệt là những khía cạnh về pháp lý như thuế quan, thủ tục hành chính, các quy định về nhãn hiệu và sở hữu trí tuệ, quy định về chất lượng và an toàn sản phẩm, quy định về an toàn sinh thái và các biện pháp phi thuế khác, xác định các cơ hội - thách thức và tác động của chúng, từ đó có thể đề ra mục tiêu, xây dựng chiến lược và kế hoạch kinh doanh phù hợp trên thị trường EU.

Để chủ động được nguồn nguyên phụ liệu và gia tăng năng lực cạnh tranh, các doanh nghiệp cần tập trung phát triển nguồn nguyên phụ liệu trong nước, chủ động thay đổi chuỗi cung ứng hiện tại để đẩy mạnh sản xuất phục vụ xuất khẩu. Các doanh nghiệp cần tăng cường đầu tư về công nghệ, đầu tư mới các nhà máy chế biến da với công nghệ hiện đại. Đối với các nhà thuộc da hiện có, tiếp tục đầu tư chiều sâu để nâng cao chất lượng da thuộc cung cấp cho các doanh nghiệp sản xuất giày dép; liên kết, liên doanh với các doanh nghiệp khác để sản xuất nguyên liệu giả da, giảm dần nhập khẩu từ nước ngoài. Các doanh nghiệp cần đẩy mạnh hợp tác với các nhà đầu tư nước ngoài để tận dụng nguồn

lực, tăng cường đầu tư và thu hút đầu tư vào các công đoạn sản xuất nguyên phụ liệu, giảm dần quy mô gia công và chuyển sang thực hiện các khâu có giá trị gia tăng cao hơn trong chuỗi giá trị, sản xuất được các sản phẩm chất lượng cao, đa dạng về kiểu dáng, thiết kế mẫu mã, xây dựng được thương hiệu riêng cho mình, tiến tới đẩy mạnh xuất khẩu trực tiếp. Việc đầu tư vào công nghệ hiện đại còn giúp các doanh nghiệp vượt qua được các rào cản phi thuế, đặc biệt là các tiêu chuẩn về an toàn, sinh thái, các quy định REACH liên quan đến hóa chất.

Về phía Hiệp hội Da - Giày - Túi xách Việt Nam, cần đẩy mạnh vai trò hỗ trợ, làm cầu nối giữa các doanh nghiệp giày dép Việt Nam với thị trường EU; tăng cường thu thập, xử lý và cung cấp thông tin về sản phẩm, quy định luật pháp, đối tác kinh doanh trên thị trường EU cũng như các điều khoản cụ thể của EVFTA cho các doanh nghiệp Việt Nam; tổ chức các hội nghị xúc tiến thương mại, hỗ trợ các doanh nghiệp giày dép tham gia hội chợ triển lãm, khảo sát thị trường, tăng cường quảng bá về hình ảnh và sự phát triển của ngành da giày Việt Nam; phối hợp với các đối tác khác thực hiện những dự án hỗ trợ cho các doanh nghiệp da giày nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường EU. Trước mắt, LEFASO cần tiếp tục cùng với Viện Nghiên cứu Da Giày Việt Nam và Dự án Hỗ trợ chính sách Thương mại và Đầu tư của châu Âu (MUTRAP) triển khai có hiệu quả dự án “Hỗ trợ doanh nghiệp da giày đáp ứng tốt hơn các quy định an toàn sản phẩm” với mục tiêu nâng cao năng lực cho các doanh nghiệp da giày vừa và nhỏ của Việt Nam trong việc tuân thủ các yêu cầu kỹ thuật của EU đối với sản phẩm xuất khẩu. Về lâu dài, LEFASO cần phối hợp với các cơ quan nhà nước để xây dựng các quy chuẩn kỹ thuật về sản phẩm da giày, xây dựng bộ quy định về chất lượng và yêu cầu về hóa chất, môi trường để các doanh nghiệp giày dép trong nước áp dụng; nghiên cứu các quy trình công nghệ xử lý chất thải trong thuộc da, sản xuất giày dép theo công nghệ tiên tiến, thân thiện và bảo vệ môi trường, phù hợp với yêu cầu của EU.

Tài liệu tham khảo

‘Da giày xuất sang EU: ‘Bánh ngon’ FTA về tay khỏi ngoại’ (2015), *Báo điện tử Công thương*, <<http://bacongthuong.com.vn/da-giay-xuat-sang-eu-banh-ngon-fta-ve-tay-khoi-ngoai.html>>.

Phuong Quang (2016), ‘EVFTA giúp ngành Da giày Việt Nam vững chân tại thị trường EU’, *Báo điện tử Công thương*, <<http://bacongthuong.com.vn/evfta-giup-nganh-da-giay-viet-nam-vung-chan-tai-thi-truong-eu.html>>.

Về phía Chính phủ Việt Nam, giải pháp cơ bản đầu tiên là cần tiếp tục đẩy mạnh việc hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường theo các chuẩn mực quốc tế, hoàn thiện hệ thống luật pháp, hoàn thiện và đồng bộ hóa các thị trường trong nước, đẩy nhanh cải cách hành chính, tạo môi trường thuận lợi và thông thoáng phù hợp với các cam kết quốc tế và cam kết trong EVFTA. Trước mắt, để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp giày dép nói riêng có thể khai thác các cơ hội mới trên thị trường EU, Chính phủ cần tích cực đẩy nhanh kết thúc đàm phán EVFTA, vận động các nước thành viên EU sớm phê chuẩn EVFTA và công nhận quy chế kinh tế thị trường cho Việt Nam. Ngoài ra, Chính phủ cần nghiên cứu đánh giá toàn diện tác động của Brexit đến EU và Việt Nam, cũng như đến quá trình phê chuẩn và thực thi EVFTA, để từ đó chủ động có những đối sách phù hợp khi EVFTA chính thức có hiệu lực.

Bên cạnh đó, để giúp các doanh nghiệp giày dép Việt Nam nâng cao năng lực cạnh tranh, gia tăng mức độ liên kết và tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị, Chính phủ cần tích cực triển khai các chính sách hỗ trợ và ưu đãi đã quy định trong Nghị định số 111/2015/NĐ-CP về việc phát triển công nghiệp hỗ trợ, trong đó có ngành da giày. Những công việc cần làm là hỗ trợ ngành da giày sớm hoàn thiện quy hoạch vùng công nghiệp da giày, thu hút đầu tư vào lĩnh vực nguyên phụ liệu thông qua việc tiếp tục xây dựng danh mục các dự án đầu tư để mời chào các nhà đầu tư trong và ngoài nước tham gia đầu tư vào ngành da giày, trong đó ưu tiên phát triển sản xuất nguyên phụ liệu cho ngành. Trước mắt, cần đẩy nhanh kế hoạch đề ra trong quy hoạch tổng thể phát triển ngành da giày là xây dựng một số khu/cụm công nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu và xử lý môi trường tập trung, trong đó có một số cụm chuyên sản xuất nguyên vật liệu để kêu gọi các nhà đầu tư, phát triển các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực, trung tâm xúc tiến thương mại, trung tâm thời trang ở trong nước và nước ngoài (Phuong Quang, 2016). □

- ‘Ngành da giày trước “nút thắt” nguyên liệu’ (2015), *Báo điện tử Nhân dân*, <<http://www.nhandan.com.vn/kinhte/item/28266602-nganh-da-giay-truoc-%E2%80%9Cnút-thắt%E2%80%9D-nguyen-lieu.html>>.
- ‘Xuất khẩu da giày sang EU bị chia đơn hàng’ (2016), *Báo điện tử Tuổi trẻ*, <<http://tuoitre.vn/tin/kinhte/20160420/xuat-khau-da-giay-sang-eu-bi-chia-don-hang/1087345.html>>.
- Hương Dịu (2016), ‘Da giày “yên tâm” hơn về quy tắc xuất xứ’, *Báo điện tử Hải quan*, <<http://www.baohaiquan.vn/Pages/Da-giay-yen-tam-hon-ve-quy-tac-xuat-xu.aspx>>.
- Bộ Công Thương Việt Nam (2015), *Giới thiệu về các nội dung chính của Hiệp định EVFTA*, <http://portal.moit.gov.vn/fta/?page=news&do=detail&category_id=31&id=483>.
- Chính phủ (2015), *Nghị định số 111/2015/NĐ-CP về việc phát triển công nghiệp hỗ trợ*, <<http://thuvienphapluat.vn/van-ban/Linh-vuc-khac/Nghi-dinh-111-2015-ND-CP-phat-trien-cong-nghiep-ho-tro-294699.aspx>>.
- Cục Quản lý cạnh tranh – Bộ Công Thương (2014), *Xuất khẩu mặt hàng giày dép của Việt Nam vào thị trường Châu Âu – Thuận lợi và khó khăn*, <<http://canhbaosom.vn/vi/content/xuat-khau-mat-hang-giay-dep-cua-viet-nam-vao-thi-truong-chau-au---thuận-lợi-và-khó-khăn/>>.
- Hải quan Việt Nam, <<http://www.customs.gov.vn/Lists/ThongKeHaiQuan>>.
- Anh Hoa (2015), ‘Kế sách gia nhập chuỗi cung ứng toàn cầu’, *Báo điện tử Đầu tư*, <<http://baodautu.vn/ke-sach-gia-nhap-chuoi-cung-ung-toan-cau-d27093.html>>.
- Mộc Lan (2016), ‘Đề dệt may – da giày thoát “kiếp gia công”’, *Báo điện tử Doanh nhân Sài Gòn*, <<http://www.doanhnhansaigon.vn/van-de/de-det-may-da-giay-thoat-kiem-giacong/1096576/>>.
- Việt Nga (2014), ‘Yêu cầu về an toàn sinh thái của EU: Bài toán khó’, *Báo điện tử Công thương*, <<http://baocongthuong.com.vn/yeu-cau-ve-an-toan-sinh-thai-cua-eu-bai-toan-kho.html>>.
- Bảo Trân (2014), ‘Phát triển nguyên phụ liệu da giày là yêu cầu của hội nhập quốc tế’, *Báo điện tử Tiền Phong*, <<http://www.tienphong.vn/Kinh-Te/phat-trien-nguyen-phu-lieu-da-giay-la-yeu-cau-cua-hoi-nhap-quoc-te-780087.tpo>>.