

Những năm đầu của thập kỷ 90 của thế kỷ XX tốc độ tăng trưởng của ngành da giày tăng rất mạnh, tốc độ tăng hàng năm đạt tỷ lệ 40% đến 150%. Những năm 1997-1998 do ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế-tài chính trong khu vực tốc độ tăng trưởng giảm sút còn khoảng 3,7%, đến năm 1999 cuộc khủng hoảng kinh tế-tài chính trong khu vực được phục hồi, tốc độ tăng trưởng đạt 33,4%. Trước những khó khăn của kinh tế thế giới và sức cạnh tranh gay gắt trên thị trường, kim ngạch xuất khẩu giày, dép chỉ đạt ở mức tăng trưởng là 9,8% vào năm 2000.

Xét về giá trị kim ngạch xuất khẩu, thu ngoại tệ về cho quốc gia thì ngành da giày nhiều năm liền được xếp vào hạng thứ ba và thứ tư trong các ngành hàng xuất khẩu, tùy theo năm chỉ đứng sau một số ngành như dầu khí, dệt may, gạo, than đá. Trong năm 1999 xếp thứ ba nhưng đến năm 2000 chỉ xếp thứ tư, sau mặt hàng thủy sản xuất khẩu.

Kế hoạch của ngành Da giày dự kiến cho năm 2001 là sản xuất 300 triệu đôi dép (trong đó Tổng công ty da giày khoảng 33 triệu sản phẩm), tăng 15,3%, nhằm tăng xuất khẩu vào thị trường châu Âu, thị trường Mỹ và thị trường châu Á phần đầu đạt kim ngạch xuất khẩu là 1,9 tỷ USD.

Ngành da giày đang đương đầu với những khó khăn, thách thức lớn do sự chững lại của nền kinh tế toàn cầu, cụ thể: thứ nhất là thị trường chính giày dép của Việt Nam là EU, Mỹ, Nhật nhưng trong giai đoạn hiện nay mức tăng trưởng kinh tế của 3 nước này đều giảm sút dẫn đến ảnh hưởng nghiêm trọng đến sức mua hàng hóa của người dân đặc biệt là giày dép. Thị trường EU năm 2000 nhập khẩu giày dép của Việt Nam đạt giá trị 1.207,5 triệu USD, chiếm tỷ lệ 82,5% tổng kim ngạch xuất khẩu, nhưng 7 tháng đầu năm 2001 kim ngạch xuất khẩu chỉ đạt ở mức 791,5 triệu USD, chiếm tỷ lệ 88,1% tổng kim ngạch xuất khẩu về giày dép, tăng 4,83% so với cùng kỳ năm 2000. Thị trường Mỹ và Nhật Bản, hàng năm xuất khẩu giày dép vào 2 thị trường này khoảng 130-140 triệu USD, năm 1998 hai thị trường này chiếm tỷ trọng khoảng 12,7%, đến năm 2000 đã tăng lên khoảng 17%, nhưng 7 tháng đầu năm 2001 kim ngạch xuất khẩu chỉ đạt 107 triệu USD, chiếm tỷ trọng khoảng 12%. Kết quả xuất khẩu trên đã phản ánh tương đối về thực trạng suy giảm của nền kinh tế, sức mua hàng hóa giày dép giảm, mặc dầu hiện nay mặt hàng giày dép của Việt Nam xuất khẩu đi các nước trên thế giới đều không bị ràng buộc hạn ngạch, đây là

thuận lợi lớn cho sản xuất và xuất khẩu của ta. Rõ ràng so với chỉ tiêu kế hoạch đặt ra của ngành da giày trong năm 2001 là tăng trưởng 15,3% so với năm 2000 là một thách thức không nhỏ, 5 tháng cuối năm phải phấn đấu đạt kim ngạch xuất khẩu khoảng 800 triệu USD, trung bình mỗi tháng còn lại phải xuất khẩu được 160 triệu USD. Thứ hai là đồng EURO hiện đang mất giá mạnh so với USD, trong khi thực tế cho thấy từ trước đến nay thị trường chính tiêu thụ giày dép của Việt Nam là thị trường EU (chiếm khoảng 85-90% tổng kim ngạch). Thứ ba là Ngân hàng Trung ương của các nước và khu vực có nền kinh tế lớn đều cắt giảm lãi suất cho vay cơ bản để hỗ trợ các doanh nghiệp trong nước nhằm tăng khả năng cạnh tranh cho hàng hoá xuất khẩu.

thị trường trong nước, có một số xí nghiệp nằm trong khu chế xuất khi sản xuất ra các nguyên liệu này họ đều có đơn đặt hàng xuất khẩu ra nước ngoài, nhìn chung nguyên liệu này phải nhập khẩu. Để các loại năng lực sản xuất toàn ngành là 212 triệu đôi/năm, đối với nguyên liệu này cung cấp cho nhu cầu sản xuất tương đối đủ, chỉ nhập khẩu ít. Vải các loại thì thị trường trong nước có thể sản xuất các loại vải bạt 100% cotton, calico làm phần trên của giày thể thao và giày vải thấp cấp, vải thun, terri làm lót giày và dép đi trong nhà, tuy nhiên để sản xuất những đôi giày cao cấp ta vẫn phải nhập vải của nước ngoài.

Đối với nguyên vật liệu phụ, chưa hình thành được những DNNN chuyên cung cấp nguyên vật liệu phụ

TÌNH HÌNH NGÀNH CÔNG NGHIỆP DA GIÀY VÀ VẤN ĐỀ NGUYÊN PHỤ LIỆU CHO NGÀNH

Thạc sĩ PHÙNG NGỌC BẢO

Để tạo ra một sản phẩm của ngành, thì giá trị của nguyên vật liệu đã chiếm tỷ lệ khoảng 70-80% giá thành sản phẩm, nhưng nguyên vật liệu phục vụ cho sản xuất của ngành giày hiện nay vẫn còn phải nhập khẩu với tỷ trọng lớn, chiếm khoảng 80%, đây là một trong những nguyên nhân khiến cho công nghiệp da giày Việt Nam bị lệ thuộc vào thị trường, đối tác nước ngoài. Các nguyên liệu chính phục vụ sản xuất cho ngành là: da thuộc thành phẩm; simili giả da PU, PVC; vải; đế giày. Các nguyên vật liệu phụ là: pho mui, pho hậu, keo dán, bao bì, phụ liệu trang trí, thốt chất, phom giày...

Đối với nguyên liệu chính là da thuộc thành phẩm, thị trường cung cấp trong nước chưa đáp ứng đủ nhu cầu của ngành, hàng năm sản lượng khoảng 12 triệu sqft trong đó khu vực quốc doanh chỉ chiếm sản lượng khoảng 3,5 triệu sqft mặc dầu có nhiều xí nghiệp hơn, máy móc thiết bị hiện đại hơn khu vực ngoài quốc doanh. Về giả da PU, PVC chưa có xí nghiệp nào sản xuất ra phục vụ cho

cho ngành, các doanh nghiệp tư nhân chỉ mới sản xuất cung ứng các phụ liệu có vốn đầu tư nhỏ như ô dè, rive, dây giày, bao bì... Các phụ liệu khác như keo dán, pho, dung môi, vật liệu trang trí... đều phải nhập khẩu.

Nhìn chung ngành chưa có một thị trường nguyên liệu tại chỗ phong phú, đa dạng, có chất lượng để cung cấp được đồng bộ khoa học và ổn định cho sản xuất, đạt tiến độ về khối lượng, tạo thế cạnh tranh cho các sản phẩm giày, đồ da. Trong những năm gần đây giá trị nhập khẩu nguyên vật liệu cho ngành vào khoảng 500 triệu USD/năm. Nhìn về chiến lược phát triển lâu dài, để cho ngành phát triển toàn diện, chủ động thực sự trên thị trường nguyên liệu, nhất thiết cần phải ưu tiên đầu tư cho các dự án sản xuất nguyên phụ liệu ngành, song việc đầu tư với quy mô như thế nào, ưu tiên đầu tư trước cho nguyên phụ liệu nào, địa điểm đầu tư ở đâu: cụm công nghiệp, khu công nghiệp hay ngoài khu công nghiệp? Đó là bài toán chúng ta phải suy nghĩ ■