



Article info

Type of article:

Original research paper

DOI:

<https://doi.org/10.58845/jstt.utt.2025.vn.5.1.66-76>

***Corresponding author:**

Email address:

tuantt83@utt.edu.vn

Received: 19/01/2025

Received in Revised Form:

16/02/2025

Accepted: 11/03/2025

Taiwan's footwear industry development: lessons and policy implications for Vietnam

Pham Thi Oanh¹, Tran The Tuan^{2*}

¹Trade Union University, Hanoi, Vietnam; email: Oanhpt@dhcd.edu.vn

²University of Transport Technology, Hanoi, Vietnam; email: tuantt83@utt.edu.vn

Abstract: Taiwan is not only known as a hub for high-tech component manufacturing, such as iPhone chips, but also plays a crucial role as a strategic partner in supplying goods and services to many of the world's leading footwear brands, including Adidas, New Balance, and Nike. Taiwan's footwear industry has undergone a remarkable development journey, focusing on technological innovation, sustainable development, and establishing strategic partnerships. This article will analyze the key milestones of Taiwan's footwear industry, providing valuable insights for Vietnam's footwear sector. Despite its outstanding achievements in exports and manufacturing, Vietnam continues to face significant challenges, including increasingly stringent sustainability standards, technological limitations, dependence on imported materials, and competitive pressures from other countries. The article also proposes practical solutions based on Taiwan's successful model to help Vietnam's footwear industry achieve sustainable growth, enhance its competitiveness, and strengthen its position in the international market.

Keywords: Vietnam's Footwear Industry, Taiwan's Footwear Industry, Lessons from the Development of the Footwear Industry.



Thông tin bài viết

Dạng bài viết:

Bài báo nghiên cứu

DOI:

<https://doi.org/10.58845/jstt.utt.2025.vn.5.1.66-76>

***Tác giả liên hệ:**

Địa chỉ Email:

tuantt83@utt.edu.vn

Ngày nộp bài: 19/01/2025

Ngày nộp bài sửa: 16/02/2025

Ngày chấp nhận: 11/03/2025

Kinh nghiệm phát triển ngành giày dép của Đài Loan và hàm ý cho Việt Nam

Phạm Thị Oanh¹, Trần Thế Tuấn^{2*}

¹Trường Đại học Công đoàn, Hà Nội, Việt Nam; email: Oanhpt@dhcd.edu.vn

²Trường Đại học Công nghệ Giao thông vận tải, Hà Nội, Việt Nam; email: tuantt83@utt.edu.vn

Tóm tắt: Đài Loan không chỉ được biết đến như một trung tâm sản xuất linh kiện công nghệ cao, chẳng hạn như chip iPhone, mà còn đóng vai trò then chốt như một đối tác chiến lược trong việc cung cấp hàng hoá, dịch vụ cho nhiều nhãn hàng giày dép hàng đầu thế giới như Adidas, New Balance và Nike. Ngành công nghiệp giày dép tại Đài Loan đã có hành trình phát triển đáng chú ý, chú trọng vào đổi mới công nghệ, phát triển bền vững và thiết lập các mối quan hệ đối tác chiến lược. Bài viết này sẽ phân tích những cột mốc đáng nhớ của ngành giày dép Đài Loan gợi mở những hàm ý quan trọng cho ngành giày dép Việt Nam. Dù đã gặt hái được nhiều thành công nổi bật trong lĩnh vực xuất khẩu và sản xuất, Việt Nam phải tiếp tục đương đầu với không ít khó khăn, trong đó có những yêu cầu ngày càng nghiêm ngặt về tiêu chuẩn bền vững, hạn chế về công nghệ, sự phụ thuộc vào nguyên liệu nhập khẩu và áp lực cạnh tranh với các quốc gia khác. Bài viết cũng đề xuất các giải pháp thực tiễn dựa trên mô hình thành công của Đài Loan, nhằm giúp ngành giày dép Việt Nam phát triển bền vững, tăng cường năng lực cạnh tranh và khẳng định vị thế trên thị trường quốc tế.

Từ khoá: Ngành giày dép Việt Nam, Ngành giày dép Đài Loan, Kinh nghiệm phát triển công nghiệp giày dép.

1. Khám phá ngành giày dép: Lịch sử, tiềm năng và xu hướng phát triển ở Đài Loan

1.1. Sơ lược ngành giày dép

Thị trường giày dép được xem là một lĩnh vực phong phú. Nó là tập hợp của các loại giày dép được sản xuất và thiết kế cho nhiều mục đích sử dụng khác nhau. Các sản phẩm trong ngành này bao gồm giày thời trang, giày công sở, giày thể thao và những loại giày dành cho các hoạt động đặc thù. Tuy nhiên, thị trường giày dép không bao gồm các loại giày chuyên dụng như giày bảo hộ lao động và giày an toàn, vốn thuộc các lĩnh vực chuyên ngành khác [1].

Có đa dạng các loại vật liệu để sản xuất ra

giày dép như cao su, nhựa, vải, da và gỗ, tùy thuộc vào mục đích sử dụng và yêu cầu chức năng của từng loại giày. Các sản phẩm phục vụ cho nhiều nhóm người tiêu dùng, từ giày trẻ em đến giày dành cho nam và nữ. Sự phong phú và đa dạng của thị trường được tạo nên bởi các đặc điểm riêng biệt và xu hướng tiêu dùng của từng phân khúc này.

Bên cạnh sự đa dạng về sản phẩm, những thay đổi trong hành vi và thói quen mua sắm của người tiêu dùng cũng định hình đáng kể ngành công nghiệp giày dép hiện nay. Sự phát triển nhanh chóng của các sàn mua sắm trực tuyến cũng là nhân tố tác động đến ngành giày dép. Thương mại

điện tử ngày càng trở nên hấp dẫn hơn do sự tiện lợi và dễ dàng tiếp cận thông qua các thiết bị công nghệ. Điều này đã tạo ra một cuộc cách mạng trong lĩnh vực bán lẻ, khi các nhà bán lẻ truyền thống phải tìm cách gia tăng ưu thế với các trang web trực tuyến.

Cấu trúc rất đa dạng của ngành giày dép phản ánh sự phân biệt rõ ràng giữa các loại sản phẩm phục vụ cho các nhu cầu và mục đích khác nhau của người tiêu dùng. Thị trường bao gồm nhiều loại giày khác nhau, mỗi loại có những đặc điểm riêng biệt được thiết kế để đáp ứng cả nhu cầu thẩm mỹ lẫn chức năng.

Trong thị trường này, giày thể thao (sneakers) chiếm một thị phần rộng lớn. Những đôi giày mang phong cách thể thao này được thiết kế để sử dụng hàng ngày. Giày thể thao được ưa chuộng không chỉ vì tính tiện dụng mà còn vì tính thời trang, rất dễ phối hợp với nhiều kiểu trang phục khác nhau. Giày chạy bộ cũng thể hiện một thị trường đáng kể, vì chúng được thiết kế đặc biệt để hỗ trợ, giảm chấn và ổn định cho các hoạt động chạy bộ, do đó bảo vệ bàn chân và nâng cao hiệu suất.

Giày tập gym và huấn luyện là một danh mục khác; giày được thiết kế để hỗ trợ các hoạt động tập luyện trong nhà và ngoài trời bao gồm nâng tạ, cardio, CrossFit và các chương trình tập thể dục khác. Những đôi giày rất linh hoạt này tăng cường khả năng vận động tự nhiên của cơ thể, giảm thiểu chấn thương trong quá trình tập luyện và giúp tăng cường sự linh hoạt.

Được thiết kế để đảm bảo độ bền và bảo vệ chân trong điều kiện thời tiết khắc nghiệt và trên các địa hình khác nhau, giày boots đại diện cho một phân khúc rất đa dạng với các kiểu dáng như boots cổ thấp, boots cao đến đầu gối và boots đi bộ đường dài. Ngoài các hoạt động ngoài trời, boots đã phát triển thành một mặt hàng thời trang, đặc biệt là vào mùa đông.

Một thị trường quan trọng khác trong ngành giày dép, giày công sở và giày trang trọng phục vụ cho các sự kiện trang trọng và chuyên nghiệp. Thường được sử dụng với quần áo công sở hoặc

trang phục buổi tối, những đôi giày này bao gồm giày da, giày oxford cổ điển, giày lười và giày trang trọng. Đối với những người làm việc trong môi trường đòi hỏi sự trang trọng và lịch sự, những món đồ này là hoàn toàn cần thiết trong trang phục của họ.

Cuối cùng, sandal là một lựa chọn phổ biến trong mùa ấm áp vì hình dạng hở ngón chân giúp bàn chân luôn mát mẻ và thoải mái. Thích hợp cho cả trang phục hàng ngày và các dịp đặc biệt, sandal có thể bao gồm dép xỏ ngón đơn giản, sandal dây đeo tinh xảo và sandal đi bộ có hỗ trợ.

Cơ cấu khác biệt của ngành giày dép không chỉ thể hiện nhu cầu luôn thay đổi của người tiêu dùng mà còn phản ánh sự phát triển linh hoạt của thị trường. Những sản phẩm này đáp ứng nhu cầu về xu hướng thời trang hiện đại cũng như các nhu cầu sử dụng cụ thể cho phong cách sống.

1.2. Hành trình vươn lên của ngành giày dép Đài Loan

Ngành giày dép của Đài Loan đã có những dấu mốc quan trọng gắn liền với năm giai đoạn. Mỗi dấu mốc đều thể hiện những bước chuyển mình trong công cuộc toàn cầu hóa [2].

Giai đoạn Sơ Khai (1949–1960): Ngành công nghiệp giày dép Đài Loan bắt đầu hình thành trong giai đoạn đầu này, được đánh dấu bằng sự thành lập của các cửa hàng nhỏ và các công ty sản xuất chuyên về tạo ra giày thủ công và giày đặt làm theo yêu cầu của từng khách hàng. Mỗi thợ đóng giày chỉ có thể sản xuất một đến hai đôi giày mỗi ngày trong thời kỳ này, điều này cho thấy sự hạn chế về mức độ sản xuất và mức năng suất tối thiểu. Mặt khác, mô hình kinh doanh này đã thành công theo nhiều cách, đáng chú ý nhất là thoả mãn nhu cầu cá nhân hóa của từng người mua, điều này cho phép xây dựng lòng tin và phát triển mối quan hệ thân thiết với những khách hàng đó. Đồng thời, các thợ đóng giày có cơ hội trau dồi và nâng cao kỹ năng của mình, do đó đặt nền móng cho việc sản xuất hàng hóa chất lượng cao trong những năm tới. Mặc dù có một số thiếu sót, giai đoạn này đã thiết lập thành công một nền tảng căn bản cho sự đổi mới của ngành công nghiệp giày dép Đài

Loan. Mặt khác, những khó khăn gặp phải trong thời kỳ này không hề nhỏ. Những khó khăn này bao gồm quy mô sản xuất hạn chế, thiếu công nghiệp hóa và sự phụ thuộc vào các yêu cầu cụ thể của từng khách hàng, tất cả những điều này đã gây khó khăn cho việc mở rộng thị trường và tăng năng suất. Ngành công nghiệp giày dép Đài Loan cần phải trải qua một sự chuyển đổi mô hình sản xuất trong các giai đoạn tiếp theo để hoạt động một cách bền vững và cạnh tranh trên thị trường toàn cầu. Điều này là cần thiết do những hạn chế liên quan.

Giai đoạn Phát Triển Mạnh Mẽ (1961–1969): Giai đoạn này đánh dấu một bước ngoặt quan trọng đối với ngành công nghiệp giày dép Đài Loan, do việc áp dụng các kỹ thuật sản xuất hiện đại từ Nhật Bản và quá trình chuyển đổi từ sản xuất thủ công sang sản xuất hàng loạt. Sự phân tách quy trình sản xuất khỏi các hoạt động liên quan đến bán hàng đã diễn ra trong các nhà sản xuất giày dép trong thời kỳ này, dẫn đến chuyên môn hóa cao hơn và hiệu quả sản xuất lớn hơn. Trong cùng thời kỳ này, ngành công nghiệp giày dép Đài Loan bắt đầu chú trọng mạnh mẽ vào xuất khẩu, dẫn đến sự mở rộng quy mô sản xuất và tăng trưởng đáng kể về sản lượng. Đến năm 1969, Đài Loan có hơn ba mươi nhà sản xuất chuyên về xuất khẩu giày dép. Các nhà máy này sản xuất trung bình hai mươi triệu đôi giày mỗi năm, điều này đã biến ngành công nghiệp giày dép trở thành một trụ cột xuất khẩu quan trọng của quốc gia. Thành tựu này đã khẳng định vị trí của Đài Loan trên bản đồ quốc tế, đồng thời tạo điều kiện cho sự tăng trưởng vượt bậc trong các giai đoạn tiếp theo của quá trình. Mặt khác, giai đoạn này cũng mang đến một số thách thức, chẳng hạn như phải duy trì chất lượng sản phẩm trong bối cảnh sản xuất hàng loạt, cạnh tranh với các quốc gia có chi phí lao động thấp hơn và đảm bảo tính bền vững của chuỗi cung ứng. Do những thách thức này, ngành công nghiệp giày dép Đài Loan buộc phải liên tục phát triển năng lực quản lý và công nghệ để tiếp tục có ưu thế so với các ngành khác.

Giai đoạn Phát triển (1970–1988): Đài Loan

đã tận dụng tối đa lợi thế của mình, bao gồm chi phí lao động thấp và nguồn nhân lực dồi dào, để thu hút một lượng lớn đơn đặt hàng từ các thương hiệu giày dép nước ngoài. Giai đoạn này đánh dấu một sự bùng nổ đáng kể cho ngành công nghiệp giày dép Đài Loan. Số lượng nhà máy sản xuất giày dép ở Đài Loan đã tăng lên hơn 1,400 trong thời kỳ này, và sản lượng giày trung bình hàng năm đã tăng 50%. Với 1.8 tỷ đôi giày được Đài Loan xuất khẩu vào năm 1987, quốc gia này đã ghi tên mình là ở vị trí thứ hai trên bản đồ thế giới trong lĩnh vực xuất khẩu giày dép. Thành tựu này đã khẳng định vị trí của Đài Loan trong mạng lưới sản xuất và thương mại quốc tế, đồng thời đóng góp đáng kể vào sự tăng trưởng và ổn định kinh tế của quốc gia. Tân Đài Tệ (TWD) đã tăng 45% so với đồng USD trong thời kỳ này, và tiền lương lao động ngày càng tăng đã góp phần làm giảm đáng kể tỷ suất lợi nhuận của ngành. Tuy nhiên, giai đoạn này cũng được đánh dấu bằng những vấn đề nghiêm trọng. Do những yếu tố này, các nhà sản xuất buộc phải xem xét việc di dời các nhà máy các quốc gia có chi phí thấp hơn. Điều này đặt ra những thách thức cho ngành công nghiệp giày dép Đài Loan về khả năng duy trì tính cạnh tranh và bền vững về môi trường trong bối cảnh kinh tế hiện tại.

Giai đoạn Điều Chỉnh Cơ Cấu Ngành (1988–1989): Trong giai đoạn này, ngành công nghiệp giày dép Đài Loan đã chứng kiến một số vấn đề đáng kể, đánh dấu một bước ngoặt quan trọng trong lịch sử của ngành. Sự kết hợp giữa giá nhân công tăng cao, nhu cầu lao động ngày càng tăng và tình trạng thiếu hụt công nhân đã dẫn đến sự suy giảm lớn về ưu thế của ngành. Trong khi đó, Tân Đài Tệ (TWD) đã trải qua một đợt tăng giá đáng kể so với Đô la Mỹ, từ NT 39.85/USD vào năm 1985 xuống NT 26.42/USD vào năm 1989. Điều này dẫn đến sự sụt giảm cả về khối lượng xuất khẩu lẫn doanh thu. Do những yếu tố bất lợi này, các nhà sản xuất buộc phải tìm kiếm các giải pháp mới để duy trì lợi thế cạnh tranh của mình. Một trong những phương thức đó là di chuyển hệ thống sản xuất đến những quốc gia có chi phí thấp hơn. Mặc dù việc chuyển dịch sản xuất đã giảm chi

phí và duy trì lợi nhuận, nhưng nó cũng đặt ra một thách thức đáng kể cho nền kinh tế Đài Loan. Điều này là do ngành này đang giữ vị trí quan trọng trong việc xuất khẩu của đất nước, dần mất đi vị thế dẫn đầu của mình. Thời kỳ này không chỉ thể hiện những thay đổi cơ cấu đã diễn ra bên trong ngành, mà còn làm nổi bật sự cần thiết của một cuộc cải cách liên quan đến mô hình kinh tế để phù hợp với xu thế toàn cầu hóa.

Giai đoạn Phân công lao động Quốc Tế (1990–nay): Giai đoạn này phản ánh sự chuyển đổi chiến lược để đáp ứng với quá trình toàn cầu hóa diễn ra nhanh chóng. Thay vì tập trung vào sản xuất trong nước, Đài Loan đã chuyển sang mô hình phân công lao động quốc tế, nghĩa là các đơn đặt hàng được nhận ở Đài Loan, nhưng sản phẩm được sản xuất ở nước ngoài với chi phí thấp hơn. Sự chuyển đổi này tạo nên sự sụt giảm kỷ lục về số lượng cơ sở sản xuất giày dép nằm trong nước, trong khi số lượng đầu tư từ nước ngoài tăng lên đáng kể. Đài Loan chuyển trọng tâm sang nghiên cứu và phát triển (R&D), thiết kế sản phẩm và sản xuất các mặt hàng giày dép có giá trị gia tăng cao và đặc biệt, dẫn đến việc áp dụng rộng rãi mô hình sản xuất hợp đồng bên thứ ba. Đài Loan tiếp tục duy trì vị thế dẫn đầu của mình trong ngành công nghiệp giày dép toàn cầu nhờ khả năng đổi mới trong thiết kế và phát triển vật liệu mới. Tuy nhiên, giai đoạn này cũng tạo ra một số lo ngại, chẳng hạn như sự phụ thuộc vào mạng lưới cung ứng nước ngoài và sự gia tăng cạnh tranh từ các quốc gia có lợi thế về chi phí. Mặc dù vậy, ngành công nghiệp giày dép Đài Loan đã có thể điều chỉnh theo xu hướng toàn cầu hóa và tiếp tục giữ vững ưu thế cạnh tranh nhờ sự chuyển đổi này.

1.3. Những cơ hội và tiềm năng

Ngành sản xuất giày dép Đài Loan hiện đang sở hữu nhiều tiềm năng phát triển mới, được thúc đẩy bởi năng lực hiện có của quốc gia cũng như các xu hướng toàn cầu. Đài Loan không chỉ là một trung tâm công nghiệp mà còn là một trung tâm quan trọng về đổi mới thiết kế và công nghệ. Vị thế thống trị của Đài Loan trong chuỗi cung ứng toàn cầu khiến nơi đây trở thành một địa điểm lý tưởng

cho các hoạt động này. Các công ty hàng đầu như Pou Chen Corporation, Feng Tay Enterprises và Apache Group đã phát triển năng lực sản xuất và quản lý quy mô lớn, do đó trở thành đối tác chiến lược cho các nhãn hàng lớn như Puma, Adidas và Nike thông qua việc thiết lập các năng lực này.

Các doanh nghiệp Đài Loan đang ngày càng chuyển dịch khỏi vai trò sản xuất truyền thống và hướng tới các chiến lược dựa trên đổi mới, điều này mang đến một cơ hội đáng chú ý với những ý nghĩa quan trọng. Một ví dụ điển hình cho điều này là việc thành lập Trung tâm Đổi mới Giày dép Toàn cầu BASF tại Đài Loan vào năm 2020. BASF là một trong những công ty hóa chất lớn nhất trên thế giới. Nó không chỉ giúp các doanh nghiệp trong quá trình đồng sáng tạo và tối ưu hóa quy trình sản xuất mà còn tạo cơ hội hợp tác trong các lĩnh vực giải pháp công nghệ cao và vật liệu sinh học.

Tuy nhiên, ngành công nghiệp giày dép Đài Loan đang bị buộc phải đánh giá lại định hướng chiến lược của mình do một số vấn đề, bao gồm cạnh tranh gay gắt từ các thương hiệu nước ngoài, những thay đổi trên thị trường và những lo ngại liên quan đến chi phí lao động. Một trong những bước được coi là cần thiết để tối đa hóa hiệu quả kinh tế là xu hướng chuyển sản xuất sang các quốc gia có chi phí đơn vị thấp hơn. Các doanh nghiệp Đài Loan đang tích cực đánh giá lại mạng lưới sản xuất và thương mại quốc tế của mình trong hoàn cảnh đại dịch COVID-19 và căng thẳng thương mại giữa Hoa Kỳ và Trung Quốc. Điều này đang mở đường cho các doanh nghiệp Trung Quốc gia tăng sự hiện diện tại các quốc gia Đông Nam Á như Việt Nam.

Hơn nữa, thị trường nội địa của Đài Loan cũng có một cơ hội mở rộng đáng kể. Theo Statista (2024), thị trường giày dép của Đài Loan đang có dấu hiệu ổn định, đặc biệt là trong phân khúc giày boots và các sản phẩm không thuộc dòng xa xỉ. Dự báo thị trường sẽ đạt mức 2.56 triệu USD vào năm 2025, đặc biệt trong giai đoạn 2025–2029 mỗi năm sẽ tăng trưởng 1.87% [1]. Ngoài ra, người tiêu dùng ở Đài Loan tiếp tục coi trọng chất lượng và sự thoải mái, kết quả là các công ty đồ thể thao được tạo điều kiện để mở rộng. Hơn nữa, trong

tương lai, ngành công nghiệp giày dép sẽ có một tiềm năng đáng kể do những phát triển trong nhận thức của người tiêu dùng cũng như nỗ lực bảo vệ môi trường. Khả năng cạnh tranh của các tổ chức trong mười năm tới có thể được quyết định bởi sự phát triển của các vật liệu và quy trình sản xuất thân thiện với môi trường và bền vững.

Do đó, ngành công nghiệp giày dép Đài Loan có thể không chỉ giữ vững vị thế hiện tại mà còn tăng cường tiềm năng hợp tác trong tương lai và phát triển bền vững nếu áp dụng chiến lược được thúc đẩy bởi đổi mới cùng với những thế mạnh hiện có.

1.4. Những thành công của ngành giày dép Đài Loan

Có một số yếu tố quan trọng đã góp phần vào việc ngành công nghiệp giày dép Đài Loan có ảnh hưởng đáng kể đến chuỗi cung ứng toàn cầu trong nhiều năm qua. Trước hết, các doanh nghiệp của ngành đã có thể duy trì chất lượng sản phẩm ở mức cao nhờ chuyên môn hóa và kiến thức tích lũy được trong một thời gian dài. Khả năng nhanh chóng điều chỉnh theo các yêu cầu của cả thị trường và khách hàng cũng là một nhân tố quan trọng trong khả năng duy trì lợi thế cạnh tranh [3].

Ngoài ra, chiến lược "hợp tác dọc thay vì tích hợp toàn bộ" đã được chứng minh là cực kỳ thành công trong việc quản lý chuỗi cung ứng [4]. Thay vì tích hợp hoàn toàn các hoạt động của mình, các doanh nghiệp Đài Loan đã ưu tiên hợp tác chặt chẽ với các đối tác, điều này cho phép họ tối đa hóa chuyên môn của mình bên cạnh đó còn giúp hạn chế rủi ro tài chính. Đồng thời, các tổ chức đã mở rộng nguồn lực mà họ phân bổ cho các nỗ lực đổi mới, điều này đã góp phần cải thiện chất lượng sản phẩm và nâng cao giá trị. Các giải thưởng từ khắp nơi trên thế giới đã được trao cho những đột phá công nghệ cao, chẳng hạn như công nghệ plasma được phát triển bởi Taitra Plasma Co., Ltd. Những giải thưởng này nhấn mạnh những nỗ lực mà ngành đã thực hiện để đảm bảo chất lượng và tái khẳng định vị thế của mình trên thị trường quốc tế.

Những xu hướng mới gần đây trong ngành, chẳng hạn như ESG (Môi trường, Xã hội và Quản

trị) và phát triển bền vững, đang ảnh hưởng đến tương lai của ngành, như được AP Plasma [5] nêu rõ. Thông qua việc thực hiện các nỗ lực tiết kiệm năng lượng, giảm lượng khí thải carbon và đào tạo lực lượng lao động có tay nghề cao, ngành công nghiệp giày dép Đài Loan đã nhanh chóng thích ứng với những thay đổi hiện đại. Hơn nữa, để đáp ứng các nhu cầu mới và theo kịp sự cạnh tranh, việc tạo ra các giải pháp thân thiện với môi trường đã trở thành một điều hoàn toàn cần thiết. Nhìn chung, những yếu tố này đã đóng góp đáng kể vào vị thế dẫn đầu của Đài Loan trong chuỗi cung ứng toàn cầu, đồng thời hỗ trợ mang tính xây dựng cho mục tiêu phát triển bền vững của con người.

2. Tổng quan của ngành giày dép Việt Nam

2.1. Những thành công nổi bật của ngành giày dép Việt Nam

Ngành công nghiệp da giày Việt Nam năm 2024 phải đối mặt với nhiều khó khăn, bao gồm áp lực giảm giá, giá vật liệu đầu vào tăng và các quy định về chất lượng ngày càng khắt khe và tính bền vững. Mặc dù vậy, ngành đã gặt hái được những thành công ấn tượng, phản ánh sự nỗ lực và linh hoạt đáng kể của các công ty trong việc vượt qua khó khăn.

Trong năm 2024, Hiệp hội Da giày và Túi xách Việt Nam báo cáo rằng tổng kim ngạch xuất khẩu của ngành đạt 27.04 tỷ USD. Đây là mức tăng 11.45% so với năm 2023. Cụ thể, kim ngạch xuất khẩu giày dép tăng trưởng 13.16% so với cùng kỳ, đạt mức 23.24 tỷ USD. Bên cạnh đó, các mặt hàng như hành lý, túi xách và cặp táp cũng ghi nhận mức tăng trưởng 9.7% so với cùng kỳ năm trước và đạt giá trị 3.8 tỷ USD [6]. Những con số này minh họa mạnh mẽ khả năng nắm bắt cơ hội của ngành và tiềm năng tăng trưởng tồn tại bên trong nó.

Việt Nam tiếp tục khẳng định vị trí của mình như một quốc gia chuyên sản xuất và xuất khẩu giày dép nổi bật trên bản đồ thế giới. Trong năm 2024, Việt Nam xếp hạng hai và ba trên thế giới lần lượt về các hạng mục sản xuất giày dép và xuất khẩu giày dép với những con số ấn tượng. Việt Nam nắm giữ 5.4% thị phần toàn cầu về lượng sản phẩm giày dép cung cấp ra thị trường (khoảng

1.3 tỷ đôi) [7]. Hoa Kỳ tiếp tục là thị trường quan trọng nhất cho xuất khẩu, chiếm 36.5% tổng giá trị xuất khẩu. Trung Quốc đứng thứ hai với 8.5%, tiếp theo là Nhật Bản với 4.7% và Hàn Quốc với 2.9%. Tổng doanh thu xuất khẩu sang mười sáu thị trường toàn cầu lớn nhất chiếm 89% tổng giá trị xuất khẩu của ngành.

Có thể quy thành tựu này cho các lợi thế cạnh tranh như lực lượng lao động lớn, giá sản xuất chấp nhận được, nguồn cung nguyên liệu dồi dào và các chính sách đầu tư hấp dẫn từ nhà nước, v.v. Ngành đã có thể mở rộng thị trường xuất khẩu và đạt được nhiều hợp đồng quan trọng, có thể kể đến các khu vực đang trên đà phát triển như Trung Đông, Nam Mỹ và Châu Phi, nhờ khai thác thành công các Hiệp định Thương mại Tự do (FTA).

Thị trường giày thể thao là một điểm nhấn nổi bật vì đây là thế mạnh của Việt Nam và đã đạt được ưu thế trên thị trường toàn cầu, đặc biệt là ở Trung Đông, nơi nhu cầu tiêu dùng đang tăng nhanh chóng. Việt Nam đã đạt được vị thế dẫn đầu quan trọng trong thị trường này. Trong bảy tháng đầu năm 2024, tại các thị trường có Hiệp định thương mại tự do Liên minh châu Âu -Việt Nam (EVFTA) đã tăng 23.8% giá trị xuất khẩu, trong khi xuất khẩu sang các thị trường có Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) tăng 13.9%. Hiện tượng này khá đáng chú ý. Những con số này không chỉ chứng tỏ sự phục hồi mạnh mẽ sau vài tháng cuối năm 2023 mà còn chỉ ra triển vọng tăng trưởng tích cực cho ngành trong những năm tới.

Hơn nữa, Việt Nam cũng chứng kiến sự gia tăng đáng kể trong đầu tư và nhập khẩu thiết bị sản xuất. Nhập khẩu thiết bị của cả nước đạt 85.9 triệu USD trong năm nay, tăng 218% so với năm trước (2023), và nhập khẩu da của cả nước đạt 1.07 triệu USD, tăng 15.5%. Do đó, điều này cho thấy các doanh nghiệp đang tăng cường đầu tư để tăng quy mô và cải thiện năng suất.

Ngành công nghiệp da giày Việt Nam tiếp tục thể hiện khả năng thích ứng và cam kết phát triển bền vững, mặc dù phải đối mặt với những thách

thức do các tiêu chuẩn khắt khe của thị trường quốc tế, chẳng hạn như thiết kế sinh thái và tính minh bạch của chuỗi cung ứng. Theo mục tiêu nếu đạt được 29 tỷ USD vào năm 2025 và tăng lên mức 38-40 tỷ USD vào năm 2030 thì ngành công nghiệp giày dép của Việt Nam nói chung và các doanh nghiệp của nước ta nói riêng sẽ dễ dàng khẳng định vị trí của mình trên bản đồ thế giới.

2.2. Những thách thức của ngành giày dép Việt Nam

Mặc dù có những bước tiến đáng kể, ngành giày dép Việt Nam vẫn còn rất nhiều trở ngại cần vượt qua trước khi có thể phát triển theo hướng có trách nhiệm với môi trường và hội nhập sâu hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu. Các khó khăn này ngoài khâu hoạt động sản xuất mà còn liên quan về các yêu cầu đến trách nhiệm xã hội ngày càng cao, tính bền vững môi trường và năng lực cạnh tranh kỹ thuật.

Thứ nhất, áp lực "xanh hóa" và các tiêu chuẩn về tính bền vững: Hiện tại, các doanh nghiệp trong lĩnh vực này bắt buộc phải đáp ứng một số tiêu chuẩn chung để tuân thủ xu hướng phát triển bền vững. Một số quốc gia nhập khẩu lớn, chẳng hạn như Hoa Kỳ và Liên minh Châu Âu, đã ban hành luật nghiêm ngặt về nguồn gốc vật liệu, thiết kế có trách nhiệm với môi trường và trách nhiệm môi trường của sản phẩm. Đặc biệt, Liên minh Châu Âu đã tiến hành triển khai các đạo luật như Đạo luật Truy xuất Nguồn gốc Chuỗi Cung ứng và Đạo luật Chống Phá rừng. Việc thực hiện các tiêu chuẩn này không chỉ dẫn đến áp lực chi phí đáng kể mà còn đòi hỏi việc thực hiện các cải tiến và minh bạch trong toàn bộ chuỗi sản xuất.

Thứ hai, yêu cầu về tiến bộ công nghệ và sản xuất hiện đại: Hiện tại, mức độ tự động hóa và việc sử dụng các công nghệ tiên tiến trong sản xuất giày dép ở Việt Nam còn khá thấp. Mặc dù các tiêu chuẩn sản xuất trong nước vẫn ở mức trung bình, phần lớn thiết bị công nghệ được nhập khẩu từ Đài Loan, Trung Quốc và một vài quốc gia ở Châu Âu. Việc chuyển đổi sang sản xuất tự động, sử dụng trí tuệ nhân tạo (AI) và áp dụng các phương pháp phù hợp với nền kinh tế tuần hoàn là những phát triển

không thể tránh khỏi đối với các doanh nghiệp muốn duy trì vị thế của mình trong chuỗi cung ứng toàn cầu.

Thứ ba, những trở ngại gặp phải trong quá trình xây dựng các ngành công nghiệp hỗ trợ: Nhìn nhận vào thực tế, lĩnh vực sản xuất giày dép Việt Nam chưa có đủ năng lực để tự cung cấp nguyên vật liệu cần thiết cho mình mà chủ yếu phải thông qua nhập khẩu. Khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn truy xuất nguồn gốc của tổ chức bị ảnh hưởng tiêu cực do điều này, bên cạnh việc làm giảm lợi thế cạnh tranh của công ty. Hiện tại, có một yêu cầu cấp bách về việc thiết lập các trung tâm mua bán nguyên vật liệu và các khu chuyên biệt cho ngành này để tăng cao phần trăm nội địa hóa.

Thứ tư, cạnh tranh trên thị trường toàn cầu: mặc dù được xếp ở những vị trí đầu trong lĩnh vực này; tuy nhiên, đa phần các sản phẩm của nước chúng ta vẫn thuộc phân khúc gia công, đây là một danh mục có quy trình giá trị gia tăng thấp. Bên cạnh đó, vẫn còn nhiều hạn chế trong khả năng phát triển các thương hiệu nội địa mạnh mẽ có năng lực cạnh tranh với các nhãn hiệu lớn. Ngoài ra, thị phần của Việt Nam ở một số khu vực đang gặp nguy cơ thu hẹp do sự lớn mạnh của các cường quốc trong lĩnh vực sản xuất như Trung Quốc và Ấn Độ.

Thứ năm, chi phí lao động và năng suất: Việt Nam vẫn được xem là một quốc gia có mức giá lao động ở mức cạnh tranh, nhưng năng suất lao động chưa đạt đến mức tương ứng. Khả năng cạnh tranh và hiệu quả sản xuất của ngành đều bị ảnh hưởng do điều này. Việc đào tạo và nâng cao kỹ năng cho nhân viên, cùng với việc cải thiện môi trường làm việc, là những thành phần thiết yếu cho sự tăng trưởng và phát triển bền vững của ngành.

Với mục tiêu đạt kim ngạch xuất khẩu 38 - 40 tỷ USD vào năm 2030 [8], ngành công nghiệp giày dép Việt Nam hiện đang trên con đường phát triển bền vững, bất chấp những khó khăn mà ngành hiện đang phải đối mặt. Việc vượt qua những khó khăn này một cách hiệu quả sẽ là tiền đề để định vị hình ảnh và thương hiệu của ngành sản xuất giày dép Việt Nam trước các quốc gia khác.

3. Những hàm ý cho ngành giày dép Việt Nam

Ngành giày dép Việt Nam hoàn toàn có thể học hỏi từ những bài học kinh nghiệm phát triển của Đài Loan, không chỉ để củng cố vị thế hiện có mà còn để tạo dựng lợi thế bền vững trong tương lai. Dưới đây là các kiến nghị được rút ra từ bí quyết thành công của Đài Loan, kết hợp với hiện trạng và thách thức của nước ta qua những hàm ý sau:

Thứ nhất, Đổi mới công nghệ và ứng dụng sản xuất xanh: Học hỏi từ chiến lược phát triển công nghệ tiên tiến và áp dụng quy trình sản xuất xanh của Đài Loan, Việt Nam cần thúc đẩy mạnh mẽ việc nhập khẩu công nghệ nguồn và tự động hóa sản xuất. Hành động này bên cạnh hỗ trợ tăng hiệu quả lao động mà còn giúp tiết kiệm chi phí sản xuất trong tương lai. Cụ thể, các doanh nghiệp cần đầu tư vào máy móc hiện đại, phát triển vật liệu tái chế, không gây hại cho môi trường và thiết lập các quy trình sản xuất tuần hoàn. Đặc biệt, việc áp dụng công nghệ xanh trong quy trình sản xuất sẽ đảm bảo tuân thủ những yêu cầu quốc tế ngày càng nghiêm ngặt, chẳng hạn như EU và Mỹ, những khu vực đề cao về tính bền vững của sản phẩm ngày càng cao.

Thứ hai, Phát triển công nghiệp hỗ trợ và nâng cao tỷ lệ nội địa hóa: Đài Loan đã thành công trong việc xây dựng chuỗi cung ứng khép kín với các trung tâm công nghiệp hỗ trợ. Việt Nam cần đẩy mạnh phát triển các khu công nghiệp chuyên ngành và xây dựng các trung tâm mua bán nguyên vật liệu, tạo điều kiện cho các nhà cung cấp trong nước mở rộng và giảm phụ thuộc vào nhập khẩu. Mô hình này bên cạnh hỗ trợ hạn chế áp lực từ giá thành vận chuyển và thời gian chờ đợi, mà còn nâng cao tính linh hoạt và chủ động của ngành với những thay đổi nhanh chóng của chuỗi cung ứng toàn cầu. Bên cạnh đó, việc cải thiện hệ thống logistics và xây dựng cơ sở hạ tầng đồng bộ sẽ giúp gia tăng hiệu quả sản xuất và vận hành.

Thứ ba, Thúc đẩy hợp tác quốc tế và minh bạch chuỗi cung ứng: Mô hình hợp tác dọc của Đài Loan đã tối ưu hóa chuỗi cung ứng thông qua kết nối giữa các tổ chức địa phương với các tập đoàn

đa quốc gia. Việt Nam có thể áp dụng mô hình này bằng cách minh bạch hóa quy trình sản xuất, từ nguyên liệu đến thành phẩm, nhằm làm tăng độ tin cậy với các bên có liên quan. Bên cạnh đó, cách thức này không chỉ làm cho ngành được áp dụng các công nghệ tiên tiến mà còn thiết lập khả năng để gia tăng quy mô ở các khu vực lớn trên thế giới, đặc biệt là ở những khu vực muốn tìm nguồn cung lớn về giày dép chất lượng cao.

Thứ tư, Xây dựng thương hiệu mạnh trên thị trường quốc tế: Thành công của Đài Loan trong việc phát triển các sản phẩm giày dép có giá trị gia tăng cao và khác biệt là một bài học quý giá. Việt Nam nên chú trọng phát triển thương hiệu giày dép quốc gia, nâng cao giá trị sản phẩm thông qua thiết kế, chất lượng và tính bền vững. Bước đi này ngoài việc mở rộng sự hiện diện mà còn giúp tăng lợi thế cạnh tranh lâu dài. Hơn nữa, các công ty giày dép Việt Nam cần tích cực tham dự các sự kiện tập trung mang tính quốc tế và xây dựng chiến lược marketing trực tuyến để giới thiệu sản phẩm và thương hiệu đến với người tiêu dùng toàn cầu.

Thứ năm, Phát triển các sản phẩm cao cấp và thị trường ngách: Việt Nam cần học hỏi từ Đài Loan để nâng cao chất lượng sản phẩm cao cấp và mở rộng tiếp cận các phân khúc thị trường chuyên biệt. Để có thể làm được việc này cần chú trọng vào thiết kế sáng tạo và chất lượng vượt trội, phát triển các dòng giày thể thao chuyên dụng, giày thời trang cao cấp, và giày dép thân thiện với môi trường. Đồng thời, Việt Nam cũng nên đẩy mạnh liên kết với các thương hiệu toàn cầu hàng đầu nhằm tạo ra những mặt hàng chất lượng cao, qua đó gia tăng lợi thế cạnh tranh. Việc phát triển các sản phẩm đặc thù và có sự khác biệt sẽ giúp ngành giày dép Việt Nam mở rộng thêm các phân khúc khách hàng, từ đó gia tăng doanh thu và lợi nhuận cho các doanh nghiệp tham gia cũng như tạo ra lợi thế cạnh tranh đối với ngành so với các thị trường khác trong khu vực.

Thứ sáu, Xây dựng hệ sinh thái đổi mới sáng tạo: Để phát triển bền vững, Việt Nam cần xây dựng một hệ sinh thái đổi mới sáng tạo, bao gồm các trung tâm nghiên cứu và phát triển (R&D), viện

công nghệ, và các chương trình hợp tác giữa doanh nghiệp và học viện. Việt Nam cần đầu tư vào các khu công nghiệp chuyên ngành, áp dụng công nghệ số hóa và trí tuệ nhân tạo (AI) nhằm nâng cao hiệu quả và tối ưu hóa quy trình sản xuất, đồng thời thúc đẩy các sáng kiến bền vững như sử dụng vật liệu tái chế và giảm thiểu chất thải. Chính phủ cũng cần có các chính sách hỗ trợ cụ thể, chẳng hạn như việc cấp tín dụng ưu đãi cho các dự án nghiên cứu, hỗ trợ các sáng kiến về phát triển sản phẩm mới, và thúc đẩy các chương trình đào tạo nâng cao tay nghề cho nhân lực ngành giày dép.

Thứ bảy, Cần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và phát triển kỹ năng chuyên môn: Bài học từ Đài Loan cho thấy việc đầu tư vào đào tạo nhân lực chất lượng cao đóng vai trò then chốt trong việc đảm bảo thành công. Việt Nam cần đẩy mạnh các hoạt động nâng cao kỹ năng về thiết kế, công nghệ sản xuất, và tối ưu hóa hệ thống phân phối. Các trường đại học và tổ chức đào tạo cần liên kết chặt chẽ với doanh nghiệp để tạo ra các khóa học thực tế, giúp sinh viên tiếp cận những kỹ năng cần thiết và ứng dụng vào công việc. Bên cạnh đó, việc khuyến khích học viên tham gia các chương trình thực tập tại các công ty sẽ giúp họ hiểu rõ hơn về nhu cầu thực tiễn của ngành, từ đó đưa nguồn nhân lực đạt chất lượng cao hơn.

Cuối cùng, Thiết lập hệ thống chính sách hỗ trợ và khuyến khích sản xuất bền vững: Học từ các chính sách ưu đãi về năng lượng tái tạo và sản xuất xanh của Đài Loan, Việt Nam cần thúc đẩy môi trường kinh doanh thông qua chính sách thuế linh hoạt, cơ chế tín dụng thông thoáng, và đầu tư vào hoạt động nghiên cứu phát triển. Chính phủ cũng cần hoàn thiện các chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào các giải pháp bền vững, chẳng hạn như tuân thủ quy định xanh, hạn chế tác động đến môi trường, và tăng cường sử dụng nguyên liệu thân thiện. Các chương trình hỗ trợ này ngoài việc hạn chế lên môi trường mà còn giúp cho ngành giày dép Việt Nam tăng khả năng cạnh tranh trên toàn cầu.

4. Kết luận

Ngành sản xuất giày dép đã có nhiều đóng góp tích cực trong bức tranh xuất khẩu chung của đất nước trong năm 2024, với sự tăng trưởng đáng kể về cả sản lượng và giá trị xuất khẩu. Ba thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam gồm EU, Hoa Kỳ và Trung Quốc, trong đó thị trường Hoa Kỳ và EU chiếm tỷ trọng trên 30% [9]. Hiện tại, Việt Nam đang giữ vị trí thứ ba toàn cầu về giá trị xuất khẩu giày dép. Tuy nhiên, để đảm bảo sự phát triển bền vững của ngành, Việt Nam cần học hỏi những bài học kinh nghiệm từ các quốc gia phát triển, đặc biệt là Đài Loan – một quốc gia có nhiều thành tựu to lớn trong lĩnh vực sản xuất giày dép.

Việc lựa chọn Đài Loan làm đối tượng nghiên cứu và học hỏi không phải ngẫu nhiên mà dựa trên hai lý do chính. *Thứ nhất*, Đài Loan và Việt Nam có nền văn hóa khá tương đồng, bắt nguồn từ những giá trị văn hóa chung của khu vực Đông Á, điều này cho phép sử dụng các mô hình quản lý và sản xuất từ Đài Loan vào thực tiễn Việt Nam. *Thứ hai*, Đài Loan đang mở rộng các cơ sở sản xuất tại Việt Nam, điều này không chỉ thể hiện sự gắn kết kinh tế giữa hai bên mà còn mang lại giá trị thực tiễn cao khi Việt Nam có thể học hỏi trực tiếp từ những kinh nghiệm và công nghệ tiên tiến của Đài Loan.

Qua nghiên cứu hành trình phát triển của ngành giày dép Đài Loan, chúng ta sẽ thấy những bài học quý giá về công cuộc thay đổi đường lối sản xuất. Đài Loan đã thành công trong việc duy trì vị thế cạnh tranh nhờ đầu tư mạnh mẽ vào nghiên cứu và phát triển (R&D), thiết kế sáng tạo, và ứng dụng công nghệ tiên tiến. Tuy nhiên, họ cũng phải đương đầu với nhiều rào cản như giá nhân công leo cao, áp lực cạnh tranh từ những nước có mức chi phí rẻ hơn, và sự cần thiết phải chuyển dịch cơ cấu sản xuất. Những kinh nghiệm này có thể giúp Việt Nam xác định những bước kế tiếp trong lĩnh vực sản xuất giày dép một cách bền vững hơn.

Để áp dụng hiệu quả những bài học từ Đài Loan, Việt Nam cần chú trọng vào việc cải thiện năng suất lao động, đổi mới phương thức sản xuất, đầu tư vào công nghệ và nghiên cứu phát triển sản phẩm. Song song, các biện pháp hỗ trợ từ nhà cầm quyền cần được thiết kế phù hợp để thúc đẩy

ngành giày dép phát triển theo hướng bền vững, tạo ra lợi thế cạnh tranh trước các đối thủ trong khu vực. Ngoài ra, việc so sánh sự khác biệt giữa Đài Loan và Việt Nam về điều kiện kinh tế, xã hội, và nguồn lực sẽ giúp xác định những giải pháp thích hợp với hoàn cảnh của nước ta. Qua đó, nghiên cứu này không chỉ nhấn mạnh những lợi thế và thành công của ngành giày dép Đài Loan mà còn rút ra những hàm ý chính sách cụ thể, góp phần định hình khung năng lực sản xuất, chiến lược phát triển, và khả năng tiếp cận thị trường của ngành giày dép Việt Nam trong tương lai.

Tài liệu tham khảo

- [1] Statista. (2024). Footwear – Taiwan. *Statista Market Insights*. <https://www.statista.com/outlook/cmo/footwear/taiwan> (truy cập ngày: 12/12/2024)
- [2] N. Mirakhur. (2021). Footwear industry in Taiwan: Emergence, Growth and Way Ahead. *Invest India*. <https://www.investindia.gov.in/blogs/footwear-industry-taiwan-emergence-growth-and-way-ahead> (truy cập ngày: 07/12/2024)
- [3] I. Huang. (2023). From chips to Nike kicks: Taiwan's footwear champions. *CommonWealth Magazine*. <https://english.cw.com.tw/article/article.action?id=3525> (truy cập ngày: 10/12/2024)
- [4] Asianometry. (2022). How Taiwan makes your shoes. *Meet Global*. <https://meet-global.bnext.com.tw/articles/view/47650> (truy cập ngày: 06/12/2024)
- [5] AP Plasma. (2024). The Shoe Manufacturing Industry: Challenges and Opportunities. <https://aplasma.com.tw/2024/10/01/shoe-manufacturing-industry/> (truy cập ngày: 06/01/2025)
- [6] V. Chi. (2024). Ngành da giày - túi xách đạt doanh thu 26 tỷ USD trong năm 2024. *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*.
- [7] Lefaso. (2025). Năm 2025 ngành da giày đặt mục tiêu tăng trưởng xuất khẩu 10% so với năm 2024, đạt kim ngạch khoảng 29 tỷ USD. *Cổng thông tin điện tử Chính phủ*.

- [8] V. Khuê. (2024). Ngành da giày trên đà khôi phục, dự báo xuất khẩu cả năm 2024 sẽ đạt 26 - 27 tỷ USD", Tạp chí Kinh tế Việt Nam. <https://vneconomy.vn/nganh-da-giay-tren-da-khoi-phuc-du-bao-xuat-khau-ca-nam-2024-se-dat-26-27-ty-usd.htm> (truy cập ngày: 03/01/2025)
- <https://tapchicongthuong.vn/tim-loi-di-ben-vung-de-nganh-da-giay-vuot-qua-rao-can-tai-thi-truong-xuat-khau-120191.htm> (truy cập ngày: 08/01/2025)
- [9] Tổng cục Hải quan. (2024). Xuất khẩu giày dép Việt Nam. *Báo cáo hoạt động xuất nhập khẩu năm 2024*.