

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG**

---

**Nguyễn Hữu Thắng**

**“PHÁT TRIỂN LÀNG NGHỀ, DOANH NGHIỆP LÀNG NGHỀ THỦ  
CÔNG NHẪM ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU HÀNG THỦ CÔNG MỸ  
NGHỆ TRONG ĐIỀU KIỆN HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ”**

**Thuộc chuyên ngành: Kinh tế thế giới và quan hệ kinh tế Quốc tế  
Mã số: 62.31.07.01**

**TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SỸ KINH TẾ**

**Hà Nội, 2010**

Luận án được hoàn thành tại: **Trường Đại học Ngoại Thương**

*Người hướng dẫn khóa học:* **1. GS, TS Vũ Văn Hiền**

**2. GS, TS Hoàng Văn Châu**

**Phản biện 1: GS, TS Hoàng Đức Thân**

**Phản biện 2: PGS, TS Nguyễn Quốc Thịnh**

**Phản biện 3: GS, TS Nguyễn Xuân Thắng**

Luận án được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận án cấp Nhà nước

Hội tại Trường Đại học Ngoại Thương

Vào hồi 09 giờ 00 ngày 12 tháng 06 năm 2010

Có thể tìm hiểu Luận án tại thư viện Quốc gia

## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Cho đến nay Việt Nam vẫn là một nước nông nghiệp. Tỷ lệ dân số sống ở nông thôn hiện chiếm khoảng 75%. Nông nghiệp giữ vị trí vai trò hết sức quan trọng trong sự phát triển kinh tế, xã hội của đất nước ta.

Ngoài nghề chính là trồng trọt và chăn nuôi, ở nông thôn ngày nay nhiều ngành nghề được khôi phục và phát triển trở lại như mây tre đan, gốm sứ, dệt chiếu, thảm cói, thảm xơ dừa, hàng sơn mài, thêu ren, đồ gỗ, làm bún, miến, bánh,... Trong quá trình tích tụ và liên kết, dần dần hình thành nên những làng nghề và gần đây xuất hiện thêm mô hình doanh nghiệp làng nghề chuyên sản xuất, kinh doanh một hoặc vài loại sản phẩm đặc trưng cho làng đó. Những làng nghề, doanh nghiệp làng nghề đã giải quyết việc làm cho người nông dân trong thời kỳ nông nhàn và tăng thêm thu nhập cho họ, đồng thời cũng là yếu tố quan trọng góp phần thay đổi bộ mặt nông thôn, thúc đẩy quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá nông nghiệp, nông thôn.

Làng nghề và doanh nghiệp làng nghề là nơi chủ yếu sản xuất và kinh doanh hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam, có vai trò quan trọng nhất tới việc tăng kim ngạch xuất khẩu.

Trong xu thế tự do hoá và toàn cầu hoá về kinh tế và thương mại, với việc Việt Nam gia nhập WTO, đang tạo ra những cơ hội để phát triển xuất khẩu nhiều chủng loại hàng hoá của Việt Nam nói chung và hàng thủ công mỹ nghệ nói riêng. Đồng thời với sự phát triển nhanh của khoa học và công nghệ, cùng với cuộc sống đang thay đổi từng ngày của đa số người dân trên thế giới, nhu cầu về sử dụng những hàng hoá độc đáo, tinh xảo, mang tính văn hoá, nghệ thuật cao, gần gũi với thiên nhiên sẽ tăng lên, tạo ra nhiều cơ hội cho sản xuất và xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ.

Đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ không chỉ là sự đòi hỏi của thực tế hiện tại, mà còn là cả một quá trình lâu dài, góp phần quan trọng vào tiến trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước .

Muốn đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ thì phải phát triển làng nghề và doanh nghiệp làng nghề đúng hướng và bền vững. Làng nghề và doanh nghiệp làng nghề là cơ sở của hoạt động xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ.

Phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề để đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ hiện nay đang đặt ra cần giải quyết một cách đồng bộ, từ nguồn lao động, nguyên liệu, vốn, môi trường, khoa học, công nghệ đến thị trường tiêu thụ,... đòi hỏi Nhà nước Trung ương, địa phương, doanh nghiệp, các cơ quan chức năng và các hiệp hội phải có những chủ trương, chính sách và giải pháp triệt để và hiệu quả. Muốn làm được điều đó, trước hết cần có sự

ngiên cứu nghiêm túc, cụ thể và khoa học về các lĩnh vực liên quan đến làng nghề, doanh nghiệp làng nghề và đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ.

Hiện nay, các hộ kinh tế gia đình, các doanh nghiệp sản xuất trong các làng nghề vẫn hoạt động chủ yếu theo tính truyền thống và tự phát. Việc nghiên cứu có tính quy mô, khoa học cho sự phát triển làng nghề chưa được thực hiện thường xuyên. Do đó hoạt động của làng nghề còn nhiều lúng túng và hiệu quả chưa cao. Hoạt động xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của làng nghề tuy đã có từ lâu, nhưng vẫn thực hiện theo kinh nghiệm thực tế là chủ yếu, chưa có sự phân tích, đánh giá cụ thể về quá trình sản xuất, mô hình quản lý và đề ra chiến lược phù hợp với thực tiễn và lâu dài. Vì vậy nhìn chung hoạt động sản xuất và xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của làng nghề, doanh nghiệp làng nghề chưa tương xứng với tiềm năng, thế mạnh về nguồn lao động dồi dào ở khu vực nông thôn và nguồn nguyên liệu còn khá phong phú.

Với chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước trong việc phát triển kinh tế nông thôn, thực hiện công cuộc công nghiệp hoá, hiện đại hoá nông nghiệp, nông thôn, góp phần xoá đói, giảm nghèo, thì việc đẩy mạnh phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề, phát triển xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ là một vấn đề lớn và cấp bách nhằm tạo ra hàng triệu việc làm tại các vùng nông thôn và tạo ra hàng tỷ USD bằng chính nguồn nguyên liệu sẵn có ở nước ta như đất sét, mây tre lá, cỏ cây, phế thải công nghiệp, góp phần quan trọng trong việc thúc đẩy tiến trình công nghiệp hoá nông nghiệp, chuyển dịch mạnh mẽ cơ cấu kinh tế tại khu vực nông thôn.

Với lý do và ý nghĩa đó, nhằm góp phần vào việc thực hiện chủ trương lớn của Đảng về vấn đề nông nghiệp, nông thôn, nông dân và mục tiêu đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam, tác giả đã lựa chọn đề tài “***Phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề thủ công để đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ trong quá trình hội nhập***” làm đề tài luận án tiến sĩ kinh tế.

## **2. Tình hình nghiên cứu**

\* *Tình hình nghiên cứu đề tài ở nước ngoài*

Trên thế giới, làng nghề và xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ chủ yếu có ở các nước châu Á và một số ít nước châu Phi, còn các nước công nghiệp phát triển ở châu Âu, châu Mỹ thì rất ít làng nghề sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ. Do vậy, các công trình nghiên cứu về đề tài này trên thế giới không có nhiều. Các nước hoặc vùng lãnh thổ có làng nghề như Trung Quốc, Thái Lan, Malaysia, Indônêxia, Philippin, Nhật Bản, Hàn Quốc,... có một số đề tài nghiên cứu phục vụ cho việc xây dựng chính sách phát triển làng nghề của họ, nhưng thường trong phạm vi hẹp và chưa được công bố rộng rãi.

\* *Tình hình nghiên cứu đề tài trong nước*

Trong những năm gần đây, trong nước đã có một số công trình nghiên cứu khoa học có liên quan đến việc phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề, đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ ở Việt Nam.

Trong các công trình này, chủ yếu là một số đề tài cấp Bộ, ngành, hiệp hội có liên quan đến làng nghề và xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam.

- Bộ Thương mại (nay Bộ Công Thương) đã có công trình “*Đề án phát triển xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ đến năm 2010*” đề án hoàn thành tháng 5/2007. Đề án tập trung vào đánh giá những yếu tố có tầm quan trọng quyết định sự thành bại của tăng trưởng xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ, đề ra những khuyến nghị nhằm khai thác hiệu quả nhất tiềm năng của Việt Nam, góp phần giải quyết công ăn việc làm. “*Đề án phát triển xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ đến năm 2010*” cũng đưa ra những giải pháp, chính sách, cơ chế nhằm thực hiện những mục tiêu về xuất khẩu ngành hàng thủ công mỹ nghệ. Phương pháp được sử dụng trong nghiên cứu là phân tích quy trình hoạt động sản xuất, kinh doanh xuất khẩu liên quan đến bốn nhóm vấn đề về (1) sản xuất trong nước; (2) môi trường kinh doanh; (3) phát triển thị trường xuất khẩu; (4) phát triển bền vững.

- Bộ Thương mại (nay là Bộ Công Thương) có “*Đề án phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006-2010*” đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt. Đề án đã xác định mục tiêu, định hướng và những giải pháp lớn cho phát triển xuất khẩu, trong đó có xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam trong thời kỳ 2006-2010

- Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn phối hợp với Cơ quan hợp tác quốc tế Nhật Bản (JICA), có công trình “*Nghiên cứu Quy hoạch phát triển ngành thủ công mỹ nghệ theo hướng công nghiệp hoá nông thôn Việt Nam*”, với các chuyên mục: Báo cáo cuối cùng, Báo cáo chính nghiên cứu quy hoạch tổng thể. Công trình được nghiên cứu dựa trên các số liệu điều tra thực tế từ sản xuất, kinh doanh của các làng nghề. Đề án hoàn thành tháng 2/2004.

- Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ (Bộ Giáo dục và Đào tạo) “*Xây dựng và phát triển mô hình làng nghề du lịch của một số tỉnh đồng bằng Bắc Bộ*”, mã số B2005-40-5, do GS, TS Hoàng Văn Châu chủ nhiệm đề tài.

- PGS, TS Nguyễn Hữu Khải, ThS. Đào Ngọc Tiến, ThS. Vũ Thị Hiền “*Chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam*”. Sách chuyên khảo, Nhà xuất bản Thống kê, năm 2007.

- PGS, TS Nguyễn Hữu Khải; ThS. Đào Ngọc Tiến “*Thương hiệu hàng thủ công mỹ nghệ truyền thống*”. Sách chuyên khảo, Nhà xuất bản Lao động Xã hội, năm 2006.

- Vũ Từ Trang “*Nghề cổ đất Việt*”. Sách khảo cứu, Nhà xuất bản Văn hoá - Thông tin, năm 2007.

- Phạm Côn Sơn “*Làng nghề truyền thống Việt Nam*”. Sách tham khảo. Nhà xuất bản Văn hoá dân tộc, năm 2007.

- Nguyễn Văn Đáng “*Giải pháp phát triển làng nghề truyền thống ở Hà Nội và các vùng phụ cận đến năm 2010 và những năm tiếp theo*”. Mã số B2003 - 39-34.

- Ngoài những công trình nghiên cứu tương đối quy mô này, nhiều hội thảo của các bộ, ngành, Hiệp hội làng nghề cũng có những đề tài nghiên cứu trong từng lĩnh vực. Chẳng hạn, năm 2008, Hiệp hội làng nghề Việt Nam tổ chức Hội thảo: “*Cơ hội đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn trong bối cảnh mới*”, và Hội thảo “*Tiềm năng và thực trạng làng nghề Việt Nam hiện nay*” đã có nhiều tham luận, báo cáo nghiên cứu tình hình sản xuất và xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ và nêu ra những giải pháp phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề. Trong đó, đáng lưu ý là những tham luận như: “*Bảo tồn và phát triển làng nghề*”, “*Phát triển nghề, làng nghề trong điều kiện mới*” của ông Vũ Quốc Tuấn, Chủ tịch Hiệp hội làng nghề Việt Nam, “*Một số vấn đề phát triển của các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở các địa phương - Kết quả nghiên cứu ở 2 tỉnh Vĩnh Phúc và Phú Thọ*” của ông Lê Đức Thịnh và bà Lê Thị Phi Vân, “*Định hướng bảo tồn và phát triển làng nghề*” của thạc sĩ Bùi Văn Vượng, “*Vài suy nghĩ về du lịch làng nghề Việt Nam*” của ông Lưu Duy Dân, Phó chủ tịch Hiệp hội làng nghề Việt Nam. Bên cạnh đó, nhiều báo, tạp chí cũng có những bài viết về thực trạng, vai trò, giải pháp phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề, nhưng chỉ ở từng khía cạnh riêng rẽ, không mang tính tổng kết.

Tóm lại, đến nay đã có một số công trình khoa học nghiên cứu liên quan đến vấn đề phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề, sản xuất và xuất khẩu mặt hàng thủ công mỹ nghệ ở các cách tiếp cận và mức độ khác nhau, nhưng chưa có một công trình nào giải quyết một cách toàn diện và có tính hệ thống các vấn đề lý luận và thực tiễn về phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề để đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ trong quá trình hội nhập.

Do vậy, tác giả hy vọng đề tài “*Phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề thủ công để đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ trong quá trình hội nhập*” có thể góp phần giải quyết được phần nào yêu cầu bức xúc đang đặt ra.

### **3. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu**

#### *a. Mục tiêu nghiên cứu*

- Hệ thống hoá và góp phần bổ sung cơ sở lý luận về phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề với mục tiêu đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ;

- Đánh giá thực trạng phát triển làng nghề và doanh nghiệp làng nghề ở Việt Nam;

- Đánh giá thực trạng sản xuất và xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ trong thời gian qua để tìm ra những kết quả, hạn chế, nguyên nhân là cơ sở thực tiễn cho việc đề xuất các giải pháp thúc đẩy sản xuất trong các làng nghề, doanh nghiệp làng nghề, tăng nhanh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam;

- Đề xuất chính sách, giải pháp phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề để tăng nhanh hàng thủ công mỹ nghệ xuất khẩu.

#### *b. Nhiệm vụ nghiên cứu*

- Làm rõ khái niệm về làng nghề và doanh nghiệp làng nghề;

- Phân tích quá trình hình thành và phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề Việt Nam;

- Nêu được vai trò của làng nghề và doanh nghiệp làng nghề trong sự phát triển kinh tế xã hội của đất nước;

- Rút ra bài học kinh nghiệm từ việc phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề của một số nước và khu vực trên thế giới;

- Điều tra thực trạng phát triển làng nghề và doanh nghiệp làng nghề;

- Điều tra thực trạng xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của các doanh nghiệp làng nghề;

- Đánh giá kết quả xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của các doanh nghiệp làng nghề;

- Làm rõ quan điểm phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề để đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam;

- Nêu phương hướng, mục tiêu phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề để đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ;

- Đưa ra được những giải pháp chủ yếu phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ;

- Đề xuất một số kiến nghị phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ.

### **4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

#### *a. Đối tượng nghiên cứu*

Đối tượng nghiên cứu của luận án là những làng nghề, doanh nghiệp làng nghề sản xuất và xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ.

#### *b. Phạm vi nghiên cứu*

- Về thời gian: Đánh giá thực trạng từ năm 2000 đến 2008, đề xuất và định hướng các giải pháp phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề, xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ đến năm 2015, tầm nhìn đến năm 2020.

- Về không gian:

+ Đề tài đi sâu nghiên cứu tại làng nghề và xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của các doanh nghiệp làng nghề. Thực tế các làng nghề và doanh nghiệp làng nghề xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ chiếm khoảng 90% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam. Do vậy nghiên cứu xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của làng nghề và doanh nghiệp làng nghề được hiểu là nghiên cứu xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam;

+ Nghiên cứu về sản xuất và xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ trên cơ sở tiếp cận các chủ thể là hộ sản xuất và doanh nghiệp trong các làng nghề và qua các phiếu điều tra;

+ Luận án quan tâm tới các giải pháp vĩ mô của Nhà nước và việc thực hiện của các làng nghề, doanh nghiệp làng nghề sản xuất và kinh doanh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ;

- Về lĩnh vực: Sản xuất tại làng nghề, xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của làng nghề.

## **5. Phương pháp nghiên cứu**

Phương pháp nghiên cứu dựa trên cơ sở phương pháp luận, kết hợp các phương pháp thống kê, phân tích thông tin, số liệu, liên hệ và so sánh, khái quát và tổng hợp.

Đồng thời áp dụng phương pháp điều tra xã hội thông qua khảo sát thực tế và phát phiếu thăm dò.

## **6. Đóng góp mới của luận án**

a/ Đánh giá một cách toàn diện và sâu sắc hơn về thực trạng làng nghề, doanh nghiệp làng nghề, góp phần hoàn chỉnh khái niệm về doanh nghiệp làng nghề và mối quan hệ biện chứng giữa việc hình thành và phát triển làng nghề tới việc ra đời và phát triển doanh nghiệp làng nghề, tạo nền tảng vững chắc thúc đẩy xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ.

b/ Hệ thống hoá cơ sở lý luận và thực tiễn trong việc sản xuất, kinh doanh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của làng nghề và doanh nghiệp làng nghề.

c/ Xây dựng được những dữ liệu quan trọng và cần thiết về làng nghề, doanh nghiệp làng nghề góp phần truyền tải những thông tin, số liệu, quan điểm, nhu cầu từ cơ sở tới các Bộ, ngành, hiệp hội và các cơ quan chức năng hoạch định chính sách và đề ra các giải pháp hữu hiệu cho việc phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề.

d/ Xác định rõ những nội dung và nhân tố tác động đến sản xuất và xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ để có hướng điều chỉnh phù hợp hơn.

e/ Cung cấp cho những người quản lý, nghiên cứu và cả những người sản xuất có cách nhìn mới và thêm kinh nghiệm trong việc phát triển làng



nghề, doanh nghiệp làng nghề và đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của một số quốc gia nổi tiếng về làng nghề.

f/ Đưa ra một số dự báo quan trọng và định hướng phát triển xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ đến năm 2015 và tầm nhìn đến năm 2020 của Việt Nam.

g/ Đề xuất được một cách hợp lý, khoa học với các cơ quan chức năng về cơ chế, chính sách, giải pháp phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề để tăng nhanh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ.

## **7. KẾT CẤU CỦA LUẬN ÁN**

Ngoài phần mở đầu, kết luận, phụ lục và danh mục tham khảo, nội dung luận án được kết cấu thành 3 chương.

*Chương I: Tổng quan về làng nghề, doanh nghiệp làng nghề và tiềm năng xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của doanh nghiệp làng nghề.*

*Chương II: Thực trạng xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam.*

*Chương III: Giải pháp phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề để đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ trong quá trình hội nhập.*

# CHƯƠNG 1

## TỔNG QUAN VỀ LÀNG NGHỀ, DOANH NGHIỆP LÀNG NGHỀ VÀ TIỀM NĂNG XUẤT KHẨU HÀNG THỦ CÔNG MỸ NGHỆ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP LÀNG NGHỀ.

### 1.1. Khái niệm, đặc điểm về làng nghề và doanh nghiệp làng nghề

#### 1.1.1. Khái niệm về làng nghề và làng nghề thủ công mỹ nghệ

Theo tác giả, làng nghề là một cụm dân cư sinh sống trong một thôn (một làng), có một hay một số nghề được tách ra khỏi nông nghiệp để sản xuất, kinh doanh độc lập. Thu nhập từ các nghề đó chiếm tỷ lệ cao trong tổng giá trị sản phẩm của toàn làng.

#### 1.1.2. Khái niệm về doanh nghiệp làng nghề và doanh nghiệp làng nghề thủ công mỹ nghệ

Doanh nghiệp làng nghề là những doanh nghiệp ra đời và hoạt động theo Luật Doanh nghiệp, nhằm chủ yếu sản xuất, kinh doanh các sản phẩm thủ công mỹ nghệ hoặc dịch vụ phục vụ sản xuất, kinh doanh hàng thủ công mỹ nghệ.

### 1.2. Lịch sử phát triển làng nghề và doanh nghiệp làng nghề Việt Nam

#### 1.2.1. Quá trình ra đời và phát triển làng nghề

##### *a/ Thời kỳ phong kiến*

- Thời kỳ Đông Sơn (thời đại đồ đồng), người Việt Đông Sơn đã đúc được trống đồng đạt tới đỉnh cao về kỹ thuật và nghệ thuật.

- Thời kỳ Bắc thuộc, các nghề chủ yếu sản xuất công cụ và vật dụng bằng sắt, đồng, giấy, thủy tinh, mộc,...

- Thời cận đại, dưới triều Nguyễn, trước khi Pháp xâm lược nước ta, từ năm 1858 trở về trước, ngoài nghề nông thì sản xuất hàng hoá hầu hết bằng công nghệ truyền thống.

##### *b/ Thời kỳ Pháp thuộc*

Nửa cuối thế kỷ thứ XIX đến năm 1945, chính quyền Pháp ở Đông Dương nắm giữ vai trò chủ đạo phát triển sản xuất hàng thủ công ở Việt Nam.

##### *c/ Thời kỳ từ năm 1954 tới nay*

Sau ngày miền Bắc hoàn toàn giải phóng, nhất là từ năm 1960 nghề và làng nghề thủ công có điều kiện mở rộng và phát triển mạnh hơn.

### **1.2.2. Quá trình ra đời và phát triển của doanh nghiệp làng nghề Việt Nam**

- Trước những năm 60 của thế kỷ XX, tại các làng nghề của Việt Nam hoạt động sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ hầu như tập trung toàn bộ tại các hộ gia đình.

- Từ những năm 60, trên miền Bắc đã xuất hiện rầm rộ mô hình sản xuất hợp tác xã.

- Trong các làng nghề, hình thức hoạt động hợp tác xã cũng ra đời.

- Với công cuộc đổi mới đất nước, đặc biệt từ giữa những năm 1990, tình hình kinh tế trong nước có những chuyển biến quan trọng, nhiều thành phần kinh tế mới ra đời, nhiều mô hình sản xuất, kinh doanh với các hình thức sở hữu khác nhau cũng xuất hiện.

### **1.3. Đặc điểm và thực trạng của làng nghề và doanh nghiệp làng nghề**

#### **1.3.1. Đặc điểm làng nghề và doanh nghiệp làng nghề**

##### **1.3.1.1. Đặc điểm của làng nghề**

*Một là*, sự ra đời và phát triển của làng nghề không tách rời sự phát triển, phong tục, tập quán, văn hoá, tư duy của làng xã nông thôn Việt Nam.

*Hai là*, làng nghề Việt Nam là sản phẩm của tổ chức nông thôn truyền thống, theo địa bàn cư trú và có tính gia truyền.

*Ba là*, ngành nghề thủ công là sản phẩm chủ yếu của làng nghề, ra đời trên cơ sở kỹ thuật thủ công truyền thống. Gần đây do tiến bộ khoa học, công nghệ một số công đoạn được sử dụng máy móc.

*Bốn là*, nhìn chung, tại các làng nghề hình thức tổ chức sản xuất hộ gia đình là chủ yếu, một số đã thành lập các tổ sản xuất, hợp tác xã, doanh nghiệp.

##### **1.3.1.2. Đặc điểm doanh nghiệp làng nghề**

- *Doanh nghiệp làng nghề Việt Nam chủ yếu ra đời trong thời kỳ đổi mới, đặc biệt từ khi có Luật doanh nghiệp năm 1995.*

- *Doanh nghiệp làng nghề Việt Nam đều thuộc loại doanh nghiệp vừa và nhỏ.*

### **1.3.2. Thực trạng của làng nghề và doanh nghiệp làng nghề**

#### **1.3.2.1. Thực trạng của làng nghề**

*a/ Số lượng, quy mô, cơ cấu và tổ chức làng nghề.*

*Phân bố làng nghề:*

Miền Bắc là nơi tập trung số lượng làng nghề lớn nhất, chiếm tới 63% số làng nghề cả nước, Trung Bộ chiếm 21%, khu vực Đông Nam Bộ và Đồng bằng

sông Cửu Long chiếm 16%, khu vực Tây Nguyên phát triển làng nghề và doanh nghiệp làng nghề còn chậm

*Về quy mô:* Trung bình cả nước, dân số mỗi làng nghề (11 loại làng nghề phân theo mặt hàng) là 2.079 người, trong đó, trên một nửa số làng nghề có từ 1.000 đến 5.000 người. Thợ thủ công trong làng nghề trung bình là 668 người, chiếm trên 30% dân số trong làng.

*Cơ cấu làng nghề:* Theo kết quả điều tra lập bản đồ của Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn phối hợp với Cơ quan Hợp tác Quốc tế Nhật Bản (tháng 4 năm 2004), làng nghề mây tre chiếm 24% trong tổng số làng nghề (thống kê từ 11 mặt hàng), sau đó là làng dệt vải chiếm 14%, nghề gỗ chiếm 12%, thêu ren chiếm 11%, cói chiếm 10%, gốm chiếm 2%. Tỷ lệ này cho thấy làng nghề mây tre phân bố rộng khắp cả nước và chiếm đa số trong làng nghề

*b/ Đánh giá thực trạng làng nghề hiện nay*

*Một là, cơ sở hạ tầng làng nghề Việt Nam còn yếu, thiếu và lạc hậu.*

*Hai là, đa số các hộ làng nghề Việt Nam hiện nay đều có quy mô nhỏ, vốn ít, công nghệ lạc hậu.*

*Ba là, thiết bị, máy móc của các làng nghề còn lạc hậu, mẫu mã, chủng loại hàng hoá nghèo nàn, đơn điệu, chất lượng thấp, chưa đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng, sức cạnh tranh của hàng hoá yếu.*

*Bốn là, tình trạng ô nhiễm môi trường đang là vấn đề quan tâm hàng đầu đối với các làng nghề.*

*Năm là, thị trường tiêu thụ sản phẩm làng nghề đang gặp nhiều khó khăn.*

*Sáu là, trình độ chuyên môn, tay nghề người thợ trong các làng nghề đang bị giảm sút nghiêm trọng.*

*1.3.2.2. Thực trạng của doanh nghiệp làng nghề*

*a/. Quy mô, tốc độ phát triển các doanh nghiệp làng nghề*

*Cơ cấu các loại doanh nghiệp làng nghề của Việt Nam*

*Mô hình quản lý các doanh nghiệp làng nghề*

*b/ Đánh giá thực trạng doanh nghiệp làng nghề hiện nay*

*Một là, doanh nghiệp làng nghề hiện nay cơ sở vật chất còn nghèo nàn, thiếu vốn hoạt động.*

*Hai là, doanh nghiệp làng nghề hiện nay còn thiếu kinh nghiệm trong hoạt động kinh doanh đặc biệt là xuất khẩu.*

*Ba là, doanh nghiệp làng nghề Việt hiện nay đang phải đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức khác.*

- Khó khăn về cung cấp nguyên liệu;
- Khó khăn về tiêu thụ sản phẩm;
- Khó khăn về tiếp cận với các nguồn vốn;
- Khó khăn do nhiều chi phí phát sinh;
- Khó khăn trong việc tuyển dụng lao động có tay nghề cao.

#### **1.4. Vai trò của làng nghề, doanh nghiệp làng nghề với việc đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ và phát triển kinh tế - xã hội**

##### **1.4.1. Vai trò đối với việc đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ**

+ Một là: Tổ chức sản xuất thành mặt hàng có số lượng lớn hơn, đồng đều hơn, có chất lượng và kiểu dáng phù hợp với nhu cầu của một hoặc nhiều dân tộc trên thế giới; hàng hóa có kiểu dáng hợp lý cho đóng gói bao bì, vận chuyển và bảo đảm an toàn cho con người,...

+ Hai là: Xúc tiến thị trường, nhằm quảng bá cho cá thương nhân, các cơ quan xúc tiến, người tiêu dùng,... trong nước và nước ngoài biết được công dụng, giá trị và lợi ích mặt hàng khi có điều kiện sử dụng.

##### **1.4.2. Vai trò đối với phát triển kinh tế**

- Sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ ở các làng nghề cho thu nhập cao hơn hẳn so với sản xuất nông nghiệp, là một ngành góp phần xóa đói, giảm nghèo ở nông thôn.

- Sự phát triển của làng nghề, doanh nghiệp làng nghề đã góp phần quan trọng trong việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hoá- hiện đại hoá nông nghiệp, nông thôn.

Công nghiệp hoá, hiện đại hoá nông nghiệp, nông thôn được xác định là là vấn đề trọng tâm trong chính sách quốc gia về phát triển kinh tế - xã hội. Trong “Chiến lược phát triển kinh tế- xã hội quốc gia năm 2001 - 2010” đã nêu rõ: “coi trọng công tác phát triển sự nghiệp công nghiệp hoá - hiện đại hoá nông nghiệp, nông thôn, với mục tiêu giảm tỷ lệ lao động nông nghiệp xuống còn 50%”.

##### **1.4.3. Vai trò đối với phát triển văn hoá dân tộc**

Sản phẩm thủ công là kết tinh của của lao động vật chất và lao động tinh thần. Nó được tạo nên bởi bàn tay tài hoa và óc sáng tạo của người thợ thủ công. Nhiều sản phẩm thủ công mỹ nghệ có tính nghệ thuật cao. Mỗi sản phẩm là một tác phẩm nghệ thuật, trong đó chứa đựng những nét đặc sắc văn hoá riêng, đồng thời thể hiện những nét độc đáo, sắc thái riêng của từng làng nghề, doanh nghiệp làng nghề.

#### **1.4.4. Vai trò đối với xã hội**

Qua thực tiễn và tính toán của các chuyên gia, cứ xuất khẩu được 1 triệu USD hàng thủ công mỹ nghệ, thì tạo ra việc làm và thu nhập cho 3.000 - 4.000 lao động thường xuyên, nếu lao động thời vụ thì sẽ gấp 3 - 4 lần.

#### **1.4.5. Vai trò đối với quan hệ đối ngoại**

- Sự phát triển của làng nghề và doanh nghiệp làng nghề sẽ thu hút thêm khách du lịch đến với Việt Nam.

- Các sản phẩm làng nghề, doanh nghiệp làng nghề có vai trò quảng bá thương hiệu Việt Nam, mở rộng quan hệ đối ngoại.

Hiện nay hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam đã có mặt tại hơn 130 quốc gia, vùng lãnh thổ trên thế giới. Đây cũng là điều kiện thuận lợi để các làng nghề, doanh nghiệp làng nghề quảng bá thương hiệu sản phẩm, thương hiệu doanh nghiệp và thương hiệu Việt Nam, để người tiêu dùng trên thế giới biết đến Việt Nam nhiều hơn, hiểu tiềm năng và giá trị văn hoá nghệ thuật, đất nước và con người Việt Nam nhiều hơn.

### **1.5. Tiềm năng sản xuất và xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của làng nghề và doanh nghiệp làng nghề**

#### **1.5.1. Nguồn lao động**

Với dân số khoảng 86 triệu người, đa số sống ở nông thôn, trong đó có hơn 10 triệu lao động trong các ngành nghề phi nông nghiệp, chiếm 29,5% lực lượng lao động ở nông thôn, đây là nguồn lao động dồi dào cho sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ.

Trong số lao động hoạt động trong các ngành nghề hiện nay, có tới 17,9% thuộc nhóm nông, lâm, thủy sản; 40,76% thuộc nhóm nghề tiểu thủ công nghiệp, xây dựng và 41,34% thuộc nhóm dịch vụ.

#### **1.5. 2. Nguồn nguyên liệu**

Nguyên liệu chủ yếu sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ như đất sét, song mây, tre, lá cọ, gỗ, kim loại, dừa,... thường có sẵn trong nước, phân bố khắp nơi trong cả nước.

#### **1.6.1. Kinh nghiệm của Trung Quốc**

Chính phủ Trung Quốc rất quan tâm đến việc phát triển làng nghề kết hợp với các điểm tham quan du lịch.

#### **1.6.2. Kinh nghiệm của Thái lan**

Chính phủ Thái Lan đã phát động phong trào có tên gọi “One Tambon, One Product”, nghĩa là “mỗi làng một sản phẩm”.

### **1.6.3. Kinh nghiệm của Nhật Bản**

Năm 1974, Luật Phát triển nghề thủ công truyền thống (gọi tắt là Luật Nghề truyền thống) đã được Chính phủ Nhật Bản ban hành với mục đích khôi

Chính phủ Nhật Bản cũng đã thành lập Hiệp hội Khuyến khích phát triển nghề thủ công truyền thống (gọi tắt là Hiệp hội Nghề truyền thống-Densankyokai).

### **1.6.4. Bài học kinh nghiệm quốc tế**

*Một là*, bảo tồn, duy trì và phát triển làng nghề truyền thống là vấn đề được nhiều quốc gia Châu Á chú trọng.

*Hai là*, Chính phủ chú trọng đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực cho các làng nghề.

*Ba là*, vai trò của Nhà nước trong việc giúp đỡ, hỗ trợ về tài chính cho làng nghề.

*Bốn là*, Nhà nước có chính sách ưu đãi mở rộng thị trường để khuyến khích làng nghề truyền thống phát triển.

*Năm là*, kết hợp chặt chẽ giữa công nghiệp và tiêu thủ công nghiệp làng nghề.

*Sáu là*, phát triển làng nghề gắn liền với phát triển du lịch làng nghề: Thu hút khách du lịch đến với làng nghề không chỉ giúp mở rộng thị trường mà còn là một trong những kênh quảng cáo cho sản phẩm thủ công mỹ nghệ truyền thống. Hai lĩnh vực này cùng thúc đẩy nhau phát triển. Kinh nghiệm này đã được thực hiện rất thành công tại Thái Lan.

## **CHƯƠNG II**

### **THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU HÀNG THỦ CÔNG MỸ NGHỆ CỦA VIỆT NAM**

#### **2.1. Tình hình xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam**

Trước những năm 90 của thế kỷ XX, hàng thủ công mỹ nghệ xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu xuất sang thị trường Liên Xô và Đông Âu theo Nghị định thư được ký kết giữa các Chính phủ. Mặt hàng chủ yếu là thảm len, thảm đay, thảm cói, chiếu cói, hàng mây tre đan, mảnh trúc, mảnh cọ, hàng thêu ren, khăn trải bàn, khăn trải giường,...

#### **2.2. Cơ cấu mặt hàng thủ công mỹ nghệ xuất khẩu**

Mặt hàng thủ công mỹ nghệ xuất khẩu nước ta nên chia thành các nhóm sau đây:

- Nhóm hàng gốm sứ;
- Nhóm mây tre lá;
- Nhóm hàng sơn mài;
- Nhóm hàng thêu ren;
- Nhóm hàng gỗ mỹ nghệ;
- Nhóm hàng đan, móc, dệt thổ cẩm;
- Nhóm hàng đá quý, kim loại quý;
- Nhóm hàng giày dép đính hạt cườm, kim tuyến, dép thủ công;
- Nhóm hàng đồ chơi;
- Nhóm hàng quà tặng,...

Trong đó có 5 nhóm hàng chính, có kim ngạch lớn, có tiềm năng phát triển cao hơn đang được Nhà nước, các địa phương và các nhà sản xuất kinh doanh quan tâm đầu tư phát triển xuất khẩu.

### **2.3. Mặt hàng thủ công mỹ nghệ xuất khẩu chủ yếu**

#### **2.3.1. Mặt hàng gốm, sứ**

Gốm sứ gồm 2 dòng sản phẩm khác nhau, được sản xuất từ chủng loại nguyên liệu khác nhau, nung trong môi trường nhiệt độ khác nhau:

+ Sứ được sản xuất từ đất sét tinh chế, có nhiều phụ gia tăng độ liên kết, tăng khả năng chịu nhiệt độ nung cao hơn và được nung trong lò có nhiệt độ từ 1.300 đến 1.350 độ C.

+ Gốm là mặt hàng phát triển lâu đời hơn, được sản xuất bằng nguyên liệu chế biến thô, ít phụ gia tạo độ dính; nung ở nhiệt độ 900 đến 1.200 độ C.

#### **2.3. 2. Hàng mây, tre, cói, thảm**

Được sản xuất từ nguồn nguyên liệu tự nhiên như: lá buông, bèo tây, tre nứa, song, mây, đay,... được tập trung chủ yếu ở Cao Bằng, Ninh Bình, Thanh Hóa, Ninh Thuận, Hưng Yên, Vĩnh Long,...

Đặc điểm của nhóm nguyên liệu này là dễ trồng, có thể tận dụng những vùng đất cằn, đất mặn,... các loại nguyên liệu này phát triển nhanh, dễ thu hoạch. Song yêu cầu cao về sơ chế, bảo quản để tránh độ ẩm cao và gây mốc, mối mọt,...

Song hàng năm vẫn mang lại nguồn ngoại tệ tương đối lớn về cho đất nước: khoảng 226 triệu USD trong năm 2008, tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2000 – 2008 trên 20%/năm



### **2.3.3. Mặt hàng sơn mài**

Cả nước có 31 làng nghề sơn mài với khoảng 11 ngàn thợ. Những địa phương làm nghề sơn mài nhiều như Hà Tây, Bắc Ninh, Nam Định, Bình Dương, trong đó nổi tiếng là làng Bình Vọng (Thường Tín) và Đình Bảng (Từ Sơn).

- Một là loại sản phẩm có phẩm cấp thấp, sử dụng sơn hạt điều, sản xuất tại các doanh nghiệp quy mô nhỏ hoặc các hộ gia đình.

- Loại thứ hai là sản phẩm có mẫu mã đẹp, được sử dụng như những đồ nội thất chất lượng cao.

Trong thời gian qua, kim ngạch xuất khẩu tăng lên 4 lần từ năm 2000 đến năm 2008.

### **2.3.4. Hàng thêu ren**

Phát triển cách đây khoảng 700 năm. Kết quả điều tra cho thấy, số làng nghề thêu ren hiện có 341 làng, 2/3 trong số đó nằm trong khu vực đồng bằng sông Hồng và 20% là làng của người dân tộc thiểu số khu vực Tây Bắc. Số lượng thợ trong nghề thêu ren khoảng 130 ngàn người.

Sản phẩm chủ yếu của mặt hàng thêu là ga trải giường, gối, khăn trải bàn, rèm các loại, quần áo, các loại thời trang cao cấp,...

### **2.3.5. Đồ gỗ mỹ nghệ**

Cả nước có 342 làng nghề gỗ mỹ nghệ với khoảng 100 ngàn thợ. Các địa phương có nhiều làng nghề gỗ nhất là Bắc Ninh, Hà Tây, Thái Bình, Ninh Bình, Nam Định, Cần Thơ.

Hiện nay, đồ gỗ là một mặt hàng xuất khẩu chủ lực, cần phải phát triển nhanh, cần nghiên cứu và phát triển mẫu mã đáp ứng tốt nhu cầu thị trường, phù hợp với sinh hoạt hiện đại của các nước.

## **2.4. Cơ cấu thị trường hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam**

### **2.4.1. Những yếu tố tác động tới sự hình thành và chuyển dịch cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam: Có bốn yếu tố cơ bản**

- Thứ nhất: Thị trường hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam bị tác động mạnh mẽ bởi yếu tố chính trị của nước sở tại mà hàng Việt Nam xuất khẩu tới.

- Thứ hai: Bản sắc văn hóa dân tộc của một đất nước có tác động tới cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ nước ta.

- Thứ ba: Cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ phụ thuộc nhiều vào yếu tố kinh tế gồm: chính sách thuế quan, các sắc thuế liên quan đến hàng hóa, hàng rào bảo hộ và sức mua của cộng đồng xã hội.

- Thứ tư: Vị trí địa lý và điều kiện tự nhiên là một yếu tố tác động tới cơ cấu hàng hóa, quy mô thị trường xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ nước ta.

#### **2.4.2. Quá trình hình thành, chuyển dịch và cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của nước ta**

#### **2.4.3. Vai trò Nhà nước và doanh nghiệp với cơ cấu thị trường xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ**

### **2.5. Đánh giá kết quả xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của các doanh nghiệp làng nghề**

#### **2.5.1 Kết quả đạt được**

##### *- Hiệu quả kinh tế*

Theo số liệu thống kê, năm 2008, cả nước xuất khẩu được 62,8 tỷ USD, trong đó có 820 triệu USD là hàng thủ công mỹ nghệ, bằng 1,3% tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước.

##### *- Hiệu quả xã hội*

Thực tiễn cứ xuất khẩu 1 triệu USD hàng thủ công mỹ nghệ phải sử dụng 3.000 – 4.000 lao động trong năm. Vì vậy, với kim ngạch xuất khẩu 820 triệu USD năm 2008 tương đương với 2.460.000 lao động.

##### *- Phát triển mối quan hệ đối ngoại*

Hàng thủ công mỹ nghệ nước ta mang đậm nét văn hóa dân tộc, hiện đó có mặt tại 130 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới. Vì vậy, đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ cũng chính là thúc đẩy mối quan hệ kinh tế thương mại hai chiều, góp phần phát triển mối quan hệ toàn diện giữa Việt Nam và các nước trên thế giới.

#### **2.5.2. Hạn chế**

*- Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam chậm hơn nhiều mặt hàng khác.*

*- Cơ cấu, chủng loại, mẫu mã mặt hàng thủ công mỹ nghệ xuất khẩu ít thay đổi.*

*- Chất lượng hàng thủ công mỹ nghệ xuất khẩu đang là vấn đề cần cảnh báo, nhiều khách hàng nước ngoài giảm lòng tin.*

*- Giá cả hàng thủ công mỹ nghệ xuất khẩu của Việt Nam vẫn còn cao so với so với hàng hóa các nước trong khu vực*

*- Tình trạng không giữ chữ tín vẫn thường diễn ra tại các làng nghề, doanh nghiệp làng nghề nên việc xuất khẩu tại chỗ đang có xu hướng chậm lại.*

- Thị phần xuất khẩu một số mặt hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam vào EU còn thấp so với nhiều nước trong khu vực, đặc biệt so với Trung Quốc.

### **2.5.3 Nguyên nhân**

#### **a. Nguyên nhân đạt được kết quả**

- Nhờ chính sách đổi mới do Đảng ta đề xướng, nên đã nhanh chóng chuyển đổi từ cơ chế bao cấp sang hoạt động theo cơ chế thị trường.

- Các doanh nghiệp đã năng động trong việc chuyển đổi, tìm kiếm thị trường xuất khẩu mới.

- Các làng nghề và doanh nghiệp làng nghề ngày càng năng động, sáng tạo trong sản xuất, kinh doanh.

- Nhu cầu hàng thủ công mỹ nghệ trên thế giới ngày càng tăng.

#### **b. Nguyên nhân của những hạn chế**

- Cơ chế, chính sách của Nhà nước chưa thực sự kích thích và khuyến khích đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ.

- Sức cạnh tranh hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam chưa cao.

- Các doanh nghiệp làng nghề chưa chú trọng đến việc quảng bá, giới thiệu sản phẩm.

- Công tác mở rộng thị trường của các doanh nghiệp còn yếu.

## **CHƯƠNG 3**

### **GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN LÀNG NGHỀ, DOANH NGHIỆP LÀNG NGHỀ ĐỂ ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU HÀNG THỦ CÔNG MỸ NGHỆ TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP**

#### **3.1. Quan điểm, đường lối và những vấn đề đặt ra trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của nước ta.**

##### **3.1.1. Quan điểm và đường lối của Đảng ta về hội nhập kinh tế quốc tế.**

“ Độc lập, tự chủ, đa phương hóa, đa dạng hóa quan hệ đối ngoại” với phương châm “ Việt Nam muốn làm bạn với tất cả các nước trong cộng đồng quốc tế, phấn đấu vì vì hòa bình, độc lập và phát triển”.

##### **3.1.2. Những vấn đề đặt ra trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế**

Cần tập trung đẩy mạnh tốc độ tăng trưởng xuất khẩu, góp phần tăng trưởng ổn định của nền kinh tế, nhất là thời kỳ hậu khủng hoảng hiện nay.

- Định hướng điều chỉnh lại cơ cấu sản xuất và đầu tư, nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế và tạo điều kiện thuận lợi để nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngành hàng hóa, dịch vụ và của các doanh nghiệp.

- Nâng cao hiệu quả và sức cạnh tranh của doanh nghiệp.

- Hoàn thiện hệ thống pháp luật chính sách quản lý kinh tế.

- Đối với các doanh nghiệp, hội nhập kinh tế quốc tế có nhiều thuận lợi lớn. Nó sẽ tạo ra nhiều điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp mở rộng quan hệ, tiếp cận với các phương thức quản lý tiên tiến, tiếp thu những thành tựu khoa học, công nghệ mới của thế giới và tham gia vào cuộc cạnh tranh đang diễn ra ngày càng gay gắt giữa các quốc gia trên thế giới.

Đối với làng nghề, doanh nghiệp làng nghề, ngoài những cơ hội, thuận lợi và thách thức chung còn có những mặt riêng biệt trong quá trình hội nhập của đất nước.

*Một là*, mặt hàng thủ công mỹ nghệ không phải chịu sự cạnh tranh mạnh mẽ như nhiều mặt hàng khác trên thị trường nội địa. Hiện nay, trên thị trường nội địa chỉ có một ít hàng gốm sứ của Trung Quốc bày bán, các mặt hàng thủ công mỹ nghệ khác không nhiều.

*Hai là*, quá trình hội nhập kinh tế quốc tế chắc chắn lượng khách du lịch và khách đến quan hệ làm ăn sẽ tăng nhanh, điều đó tạo thêm cơ hội cho các làng nghề, doanh nghiệp làng nghề đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu tại chỗ và có điều kiện tiếp xúc trực tiếp với người tiêu dùng để nắm bắt thông tin, nhu cầu, thị hiếu của họ một cách chính xác hơn.

*Ba là*, hội nhập kinh tế quốc tế sẽ tạo điều kiện dễ dàng hơn cho hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam thâm nhập vào những thị trường ít hoặc không sản xuất những mặt hàng thủ công như Châu Âu, Hoa Kỳ, Trung Đông.

### **3.2. Dự báo sản xuất, tiêu thụ hàng thủ công mỹ nghệ thế giới giai đoạn 2010 đến 2020**

#### **3.2.1. Dự báo về sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm thủ công mỹ nghệ trên thế giới và khu vực**

- Sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ thế giới và khu vực sẽ tăng, nhưng mức tăng không nhiều.

- Xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ sẽ bằng hoặc thấp hơn mức tăng sản xuất

**3.2.2. Dự báo về nhu cầu tiêu thụ các sản phẩm thủ công mỹ nghệ trên thế giới và khu vực**

**3.3. Quan điểm, định hướng phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề của Việt Nam và đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ**

**3.3.1. Quan điểm phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề của Việt Nam**

**3.3.2. Phương hướng, mục tiêu phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề của Việt Nam**

“Tiếp tục đầu tư nâng cao chất lượng để tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng chủ lực như dâu thô, gạo, cà phê, cao su, hàng thủy sản, dệt may, da giày, hàng thủ công mỹ nghệ, điện tử và linh kiện điện tử, phần mềm máy tính”

**3.3.3. Phương hướng, mục tiêu đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ**

Phấn đấu tăng trưởng xuất khẩu mặt hàng này ở mức 20 -22%/năm và kim ngạch xuất khẩu 1,5 tỷ USD vào năm 2010.

**3.3.4. Phương hướng, mục tiêu xuất khẩu một số mặt hàng thủ công mỹ nghệ chủ yếu của Việt Nam**

- Nhóm hàng gốm, sứ

Mục tiêu năm 2010 kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này đạt 600 triệu USD đến năm 2015 tăng lên 1 tỷ USD và đến năm 2020 đạt khoảng 2,48 tỷ USD.

- Nhóm hàng mây, tre, cói, lá

Mục tiêu năm 2010, mặt hàng này đạt kim ngạch 400 triệu USD, đến năm 2015 sẽ tăng lên 700 triệu USD, năm 2020 đạt 1,74 tỷ USD.

- Nhóm hàng sơn mài, mỹ nghệ

Mục tiêu năm 2010 kim ngạch xuất mặt hàng này đạt 160 triệu USD, đến năm 2015 tăng lên 260 triệu USD đến năm 2020 đạt 647 triệu USD.

- Nhóm hàng thêu ren, thổ cẩm

Mục tiêu kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này vào năm 2010 đạt 140 triệu USD và đến năm 2015 tăng lên 250 triệu USD và năm 2020 đạt 620 triệu USD.

- Nhóm hàng đồ gỗ mỹ nghệ

Theo Chiến lược phát triển Lâm nghiệp đã được Chính phủ phê duyệt, đến năm 2020, xuất khẩu đồ gỗ Việt Nam đạt 7 tỷ USD. Mục tiêu này là có cơ sở thực hiện vì tiềm năng, thế mạnh và uy tín đồ gỗ Việt Nam đã khẳng định được trên thị trường thế giới.

### **3.3.5. Định hướng một số thị trường chủ yếu xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ**

#### *- Thị trường Liên minh Châu Âu EU*

Dự báo tốc độ tăng trưởng mặt hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam sang thị trường EU sẽ khoảng 18 - 20 % trong thời gian tới.

#### *- Thị trường Hoa Kỳ*

Dự báo, kim ngạch xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam vào Hoa Kỳ sẽ tăng từ 18 - 25%/năm trong thời gian đến năm 2020.

#### *- Thị trường Nhật Bản*

Dự báo kim ngạch xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam sang Nhật Bản sẽ tăng khoảng từ 15-17%/ năm trong khoảng thời gian đến năm 2020.

#### *- Thị trường Nga và Đông Âu*

Dự báo trong khoảng 5 - 7 năm tới, xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ sang thị trường này sẽ tăng khoảng 15 - 18%/năm.

#### *- Thị trường Hàn Quốc, Đài Loan, Hồng Kông*

Dự báo trong thời gian tới, xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam vào ba thị trường này sẽ tăng khoảng 13%/năm.

#### *- Thị trường Trung Đông*

Dự báo khu vực thị trường này sẽ nhập khẩu khá nhiều hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam thời gian tới. Nhưng các doanh nghiệp cần chú ý tới chủng loại mặt hàng vì chi phí vận chuyển cao và đặc thù tiêu dùng của người Hồi giáo.

### **3.4. Giải pháp phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề và đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ**

#### **3.4.1. Giải pháp phát triển làng nghề và doanh nghiệp làng nghề**

##### *3.4.1.1. Quy hoạch phát triển làng nghề và doanh nghiệp làng nghề*

##### *3.4.1.2. Xây dựng chiến lược phát triển làng nghề và doanh nghiệp làng nghề*

##### *3.4.1.3. Xây dựng mô hình và cơ chế quản lý phát triển làng nghề và doanh nghiệp làng nghề*

##### *3.4.1.4. Tạo chuỗi liên kết chặt chẽ từ khâu sản xuất đến xuất khẩu*

##### *3.4.1.5. Kiện toàn tổ chức, nâng cao năng lực của các Hiệp hội làng nghề và Hiệp hội ngành hàng*

#### **3.4.2. Giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam**

##### *3.4.2.1. Đổi mới và hoàn thiện cơ chế, chính sách phát triển sản xuất và xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ*

3.4.2.2. Đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng, vốn, thị trường cho làng nghề và doanh nghiệp làng nghề

3.4.2.3. Đổi mới và ứng dụng công nghệ hiện đại kết hợp với công nghệ truyền thống

3.4.2.4. Phát triển nguồn nhân lực cho làng nghề và doanh nghiệp làng nghề

3.4.2.5. Gắn phát triển làng nghề với phát triển văn hoá du lịch để tăng cường hoạt động xuất khẩu tại chỗ

### **3.5. Một số kiến nghị phát triển làng nghề và DN làng nghề nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ**

#### **3.5.1. Kiến nghị đối với các cơ quan Nhà nước**

- **Đối với Chính phủ:** cần 3 định hướng hỗ trợ:

- + Hỗ trợ để có nguồn hàng có quy mô phù hợp với thị trường;
- + Hỗ trợ để giới thiệu sản phẩm tại chỗ;
- + Hỗ trợ để phát triển thị trường xuất khẩu.

- **Đối với các Bộ, ngành**

+ *Bộ Nông nghiệp & phát triển nông thôn:*

a. Hỗ trợ phát triển bền vững làng nghề, đặc biệt là các làng tham gia sản xuất các mặt hàng thủ công mỹ nghệ truyền thống.

b. Nâng cao chất lượng cuộc sống ở nông thôn, giảm tỷ lệ nghèo, đói.

- *Bộ Công Thương:*

\* Hỗ trợ trực tiếp và gián tiếp để tăng cường tính cạnh tranh cho hàng thủ công mỹ nghệ.

\* Tăng cường hỗ trợ xuất khẩu cho các doanh nghiệp làng nghề bằng các cơ chế, chính sách quy định của Nhà nước về xúc tiến thương mại.

- *Bộ Lao động - Thương binh - Xã hội:* Hỗ trợ tăng cường đào tạo dạy nghề và cải tiến điều kiện làm việc, bảo tồn và phát triển các kỹ thuật sản xuất thủ công truyền thống

- *Bộ Kế hoạch - Đầu tư:* Tăng cường hỗ trợ làng nghề phục hồi các dự án phát triển các ngành nghề thủ công ở từng vùng

- *Bộ Giáo dục và Đào tạo:* Hỗ trợ đào tạo nghề bằng việc mở các trường cao đẳng và đại học có nhiều ngành học liên quan đến sản xuất và kinh doanh các sản phẩm làng nghề

- *Bộ Khoa học và Công nghệ:* Hỗ trợ kỹ thuật để nâng cao năng suất, cải tiến kỹ thuật, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ.

- *Bộ Tài nguyên và Môi trường*: Cần phát triển hệ thống đánh giá hiện trạng môi trường tại các cơ sở, làng nghề

- *Bộ Văn hoá - Thể thao - Du lịch*: Tổng cục Du lịch cần tăng cường mối liên hệ với các làng nghề để thu hút khách du lịch trong và ngoài nước.

### **3.5.2. Kiến nghị với các địa phương**

### **3.5.3. Kiến nghị với các hiệp hội**

## **KẾT LUẬN**

Với đường lối cải cách mở cửa, đổi mới do Đảng ta đề xướng và lãnh đạo, trong hơn 20 năm qua, đến nay đã thu được những thành tựu quan trọng. Bộ mặt đất nước đã có nhiều thay đổi nhanh chóng, vị thế Việt Nam trên trường quốc tế đã được nâng lên một tầm cao mới. Tuy nhiên, so với nhiều quốc gia trong khu vực và trên thế giới thì Việt Nam vẫn là một nước nghèo, lạc hậu. Vì vậy, đẩy nhanh phát triển kinh tế là một nhiệm vụ, mục tiêu quan trọng của đất nước trong những năm tiếp theo. Để đạt được những mục tiêu, định hướng phát triển kinh tế xã hội thì phải phát triển một cách toàn diện tất cả mọi lĩnh vực ở mọi ngành, mọi cấp. Trong đó xuất khẩu là một lĩnh vực có tầm quan trọng đặc biệt. Những năm gần đây, lĩnh vực xuất khẩu đã có những bước tiến nhanh. Kim ngạch xuất khẩu không ngừng tăng trưởng với tốc độ khoảng trên 20%/năm. Năm 2008 kim ngạch xuất khẩu đã đạt gần 63 tỷ USD, tăng 29,5% so với năm 2007. Thị trường xuất khẩu được mở rộng. Ngày nay Việt Nam đã có quan hệ buôn bán với hầu hết các nước và vùng lãnh thổ trên thế giới. Cơ cấu mặt hàng cũng đã có sự thay đổi nhanh chóng. Năm 2009 có trên 10 mặt hàng đạt kim ngạch trên 1 tỷ USD. Tuy nhiên, hiện tại, một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực đang gặp khó khăn do phải đối mặt với những rào cản thương mại mới ngày càng nhiều với những hành vi bảo hộ tinh vi tại các thị trường lớn. Việc tăng giá trị xuất khẩu phụ thuộc nhiều vào giá cả thế giới và những thị trường xuất khẩu lớn. Trong khi thị trường xuất khẩu gặp khó khăn, thì chi phí đầu vào không giảm, thậm chí còn tăng cao như lương công nhân, lãi suất ngân hàng, chi phí tiêu cực, khiến nhiều doanh nghiệp đang đứng trước nguy cơ giảm sút mạnh. Hơn nữa, xuất khẩu vẫn phụ thuộc nhiều vào các mặt hàng khoáng sản, nông, lâm, thủy sản; các mặt hàng công nghiệp chế biến chủ yếu vẫn còn mang tính chất gia công; các mặt hàng xuất khẩu chưa đa dạng, phong phú; số lượng mặt hàng xuất khẩu mới có kim ngạch lớn, tốc độ tăng trưởng nhanh chưa nhiều. Xuất khẩu chủ yếu dựa vào khai thác lợi thế so sánh sẵn có mà chưa khai thác được lợi thế cạnh tranh thông qua việc xây dựng các ngành công nghiệp có mối liên hệ chặt chẽ với nhau để hình thành chuỗi giá trị gia tăng xuất khẩu lớn. Cho đến nay, chúng ta vẫn chưa tận dụng triệt để lợi ích từ việc gia nhập WTO, các hiệp định thương mại song phương và khu vực đã được ký kết giữa Việt Nam và các đối tác để khai thác hết tiềm năng của các thị trường lớn như Hoa Kỳ, EU,



Trung Quốc. Đồng thời, việc tiếp cận nguồn vốn vay cho sản xuất, kinh doanh vẫn bất cập, mặc dù lãi suất đã giảm nhiều, nhất là đối với các mặt hàng nông, lâm, thủy sản, hàng thủ công mỹ nghệ và đối với các doanh nghiệp dịch vụ, điều này cũng làm chi phí tăng cao, ảnh hưởng tới khả năng của hàng hoá xuất khẩu.

Trước thực trạng đó, cần đa dạng hoá chủng loại hoá và thị trường xuất khẩu để tăng nhanh kim ngạch xuất khẩu và đối phó với những bất cập, rủi ro có thể xảy ra. Trong xu hướng đó, thì đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ là một hướng đi đúng đắn và thích hợp.

Xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ không những mang lại giá trị về kinh tế, mà còn có ý nghĩa lớn về vấn đề xã hội. Đó là việc giải quyết công ăn việc làm cho người lao động với số lượng lớn; là công cụ đắc lực để thực hiện mục tiêu xoá đói, giảm nghèo; là yếu tố quan trọng để chuyển dịch cơ cấu kinh tế, cơ cấu lao động trong xã hội. Đồng thời cũng là giải pháp cơ bản thực hiện quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá nông nghiệp và nông thôn.

Làng nghề, doanh nghiệp làng nghề là nơi sản xuất và kinh doanh chủ yếu mặt hàng thủ công mỹ nghệ. Hiện nay, trong cả nước có hơn 2000 làng nghề và hàng chục ngàn doanh nghiệp làng nghề đang hoạt động trên nhiều lĩnh vực, chủ yếu là sản xuất và kinh doanh hàng thủ công, trong đó phần quan trọng là hàng thủ công mỹ nghệ.

Tuy các làng nghề, doanh nghiệp làng nghề sản xuất và kinh doanh hàng thủ công mỹ nghệ, mang lại nhiều lợi ích thiết thực về kinh tế và xã hội, nhưng hiện tại, làng nghề và doanh nghiệp làng nghề vẫn còn nhiều điều bất cập. Đó là kết cấu cơ sở hạ tầng của làng nghề và doanh nghiệp làng nghề còn yếu kém; môi trường ô nhiễm nặng; kỹ thuật, công nghệ sản xuất lạc hậu; đề tài, mẫu mã sản phẩm chậm được cải tiến; thiếu vốn sản xuất, kinh doanh; nguồn nguyên liệu đang cạn dần. Đặc biệt việc triển khai những chủ trương, đường lối, cơ chế, chính sách của Đảng và Nhà nước chưa thực hiện tốt và đồng bộ; vai trò làng nghề chưa được chú trọng và nâng cao.

Hoạt động xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ gặp nhiều khó khăn, vướng mắc. Do cơ cấu và chủng loại mặt hàng thủ công mỹ nghệ còn manh mún, phân tán, đơn điệu; đề tài, mẫu mã chậm được cải tiến; chất lượng hàng hoá không cao. Kết quả là sức cạnh tranh của hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam trên thị trường thế giới thấp. Điều này làm hạn chế khả năng tiếp cận thị trường mới, duy trì và mở rộng thị trường truyền thống.

Nguyên nhân của sự hạn chế trên là do nội lực làng nghề, doanh nghiệp làng nghề và cả phía các cơ quan quản lý Nhà nước.

Nhà nước, tuy đã ban hành nhiều cơ chế, chính sách phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề để đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ, nhưng nhiều cơ quan thực hiện, chủ yếu là các bộ, ngành triển khai còn chậm và không

đồng bộ. Nhiều chính sách đưa ra, nhưng chính quyền địa phương không thực hiện nghiêm túc làm cho làng nghề và doanh nghiệp làng nghề gặp nhiều khó khăn, vướng mắc. Chẳng hạn như việc giải quyết đất đai để mở rộng mặt bằng sản xuất, việc vay vốn ngân hàng, đầu tư cải tạo nâng cấp hạ tầng cơ sở, hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực, hỗ trợ hoạt động xúc tiến thương mại,....

Về phía làng nghề, doanh nghiệp làng nghề, chưa theo kịp cơ chế thị trường, tư tưởng ỷ lại Nhà nước còn phổ biến, thiếu tính chủ động, sáng tạo trong tổ chức sản xuất và kinh doanh, thiếu sự liên kết, thiếu sự cạnh tranh lành mạnh; không ít làng nghề, doanh nghiệp làng nghề còn có tư tưởng làm ăn chộp giật, không giữ chữ “tín” với khách hàng

Từ thực trạng trên, rút ra một một nhận định có tính tổng quát là, phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề để mở rộng xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ trong thời kỳ hội nhập là một hướng đi đúng đắn và cấp bách đối với tình hình đất nước hiện nay và trong nhiều năm tới.

Muốn phát triển làng nghề, doanh nghiệp làng nghề để đẩy mạnh xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ thì phải giải quyết những khó khăn, vướng mắc đang xảy ra. Điều đó trước hết phụ thuộc vào sự cố gắng, sự năng động, sáng tạo của chính các làng nghề và doanh nghiệp làng nghề, đồng thời, không thể tách rời những cơ chế, chính sách của Nhà nước và việc vận dụng thực hiện của các bộ, ngành, địa phương.

Tuy đã có những cố gắng nhưng với những khó khăn khách quan, những giới hạn về năng lực cá nhân của người thực hiện, luận án không thể tránh khỏi còn những hạn chế nhất định. Trong quá trình thực hiện luận án, bên cạnh sự cố gắng của bản thân, tác giả còn nhận được sự giúp đỡ và hỗ trợ một cách hiệu quả của nhiều cá nhân và tổ chức. Tác giả cũng bày tỏ lời cảm ơn chân thành nhất đến các thầy giáo hướng dẫn khoa học, các giáo viên, cán bộ lãnh đạo Trường Đại học Ngoại thương, lãnh đạo và các nhà quản trị doanh nghiệp, các chuyên gia, các nhà nghiên cứu chuyên ngành, các doanh nghiệp, các cá nhân đã tạo điều kiện, cung cấp các thông tin tư liệu thực tế, góp ý chân thành cho nội dung luận án và tạo điều kiện thuận lợi cho tôi hoàn thành luận án này.

*Hà Nội, năm 2010*

## **DANH MỤC CÔNG TRÌNH CỦA TÁC GIẢ**

- 1.** Dự báo sản xuất và xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ Thế giới thời gian qua, Tạp chí Thương mại, số 17/2009.
- 2.** Đổi mới và hoàn thiện chính sách, cơ chế phát triển sản xuất và xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ, Tạp chí Thương mại, số 18/2009.
- 3.** Vì sao HAPROSIMEX Sài Gòn đạt mức tăng trưởng nhanh, Tạp chí Thương mại, số 23/1999.