

# THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN NGHỀ THỦ CÔNG MỸ NGHỆ TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HUẾ, TỈNH THỪA THIÊN HUẾ

Hồ Thắng\*, Đào Duy Minh\*\*

Ngày nhận: 01/9/2015

Ngày nhận bản sửa: 15/9/2015

Ngày duyệt đăng: 25/9/2015

## Tóm tắt:

Nghiên cứu được thực hiện trên địa bàn Thành phố Huế về thực trạng phát triển nghề Thủ công mỹ nghệ. Nghiên cứu tiến hành điều tra 90 cơ sở đang hoạt động sản xuất kinh doanh trong lĩnh vực thủ công mỹ nghệ với 3 nghề điển hình bao gồm Thêu ren: 25; Đúc đồng 30 và Mộc mỹ nghệ 35. Kết quả nghiên cứu cho thấy, số lượng các cơ sở hoạt động trong lĩnh vực này có xu hướng tăng nhẹ trong những năm từ 2012 đến 2014. Các cơ sở ở các ngành nghề hoạt động có hiệu quả, tuy nhiên có sự khác nhau giữa các nghề. Trong đó, nghề Mộc mỹ nghệ có giá trị gia tăng (VA) cao nhất với 113,97 triệu đồng và thấp nhất là nghề Đúc đồng với 73,20 triệu đồng. Sản phẩm của các cơ sở chủ yếu phục vụ thị trường nội địa và được thu mua chủ yếu qua kênh bán lẻ. Nghiên cứu cũng đã đưa ra một số định hướng và giải pháp để phát triển một cách toàn diện nghề thủ công mỹ nghệ trên địa bàn Thành phố Huế.

**Từ khóa:** Phát triển; thủ công mỹ nghệ

## The practice of developing handicraft sector in Hue city, Thua Thien Hue province

### Abstract

This research examines the practice of developing handicraft sector in Hue City. A survey was conducted on 90 business units operating in the handicraft sector including 3 sub-sectors: embroidery - 25 producers; brass casting - 30 producers; and furniture - 35 producers. The research results indicated that the number of producers running businesses in this sector increased slightly in the period from 2012 to 2014. Most producers showed good performance, but at different levels in different sub-sectors. The furniture sub-sector gained the largest of Value added (VA) of VND113,97 million while the brass casting only gained VND73,20 million. The products of these producers mainly served the domestic market and were distributed mainly by the retail channels. This research also provides some directions and solution to develop the handicraft sector in Hue city.

**Keywords:** Developing; handicraft, Hue city.

## 1. Giới thiệu

Được biết đến là một trung tâm kinh tế - văn hóa xã hội của vùng kinh tế trọng điểm miền Trung Thành phố Huế vừa được công nhận là thành phố văn hóa của ASEAN. Đây là nơi đã gắn bó với truyền thống lịch sử lâu đời, tồn tại nhiều nét văn hóa của cố đô, gắn với những đặc điểm chung về lịch sử, truyền thống, văn hóa của đất kinh đô nên

Thành phố Huế có những nét nổi bật để phát triển kinh tế xã hội. Trong chiều dài phát triển về cả văn hóa lẫn lịch sử như thế, các nghề thủ công mỹ nghệ đã trở thành biểu tượng cũng như là lý do mà rất nhiều du khách nước ngoài đến với Huế. Huế cũng là vùng đất của sự phát triển các nghề truyền thống, tại thời điểm hiện nay, thành phố Huế có đến 38 nghề Tiểu thủ công nghiệp được phân đều ở các

xã/phường và được chia thành 4 nhóm nghề là Thủ công mỹ nghệ với 7 nghề thành phần có 366 cơ sở chiếm 33,87% trong tổng số các cơ sở; nhóm nghề sản xuất hàng tiêu dùng gồm 13 nghề với 1.424 cơ sở chiếm 44,33% trong tổng số các cơ sở; nhóm nghề sản xuất lương thực, thực phẩm gồm 7 nghề với 334 cơ sở chiếm 10,40%; nhóm nghề cuối cùng là phục vụ sản xuất đời sống với 1088 nghề chiếm 33,87% (Cục Thống kê Thừa Thiên Huế, 2013; Phòng Kinh tế thành phố Huế, 2104). Theo thời gian, số lượng các cơ sở tham gia hoạt động trong lĩnh vực thủ công mỹ nghệ không có biến động nhiều, số lượng đơn vị tăng bình quân 3,15% từ năm 2012 đến 2014, cụ thể, tổng số đơn vị trong năm 2014 là 366 đơn vị (Phòng Kinh tế thành phố Huế, 2014). Trong quá trình tồn tại và phát triển, bên cạnh những thành tựu đạt được thì sự phát triển của nghề thủ công mỹ nghệ gặp rất nhiều khó khăn và trở ngại như: hầu hết các cơ sở sản xuất đều tổ chức nhỏ lẻ phát triển theo hộ gia đình, thiếu liên kết, kém hiệu quả, cơ sở vật chất nghèo nàn, lạc hậu, không đảm bảo vệ sinh môi trường, khả năng thu hút đầu tư thấp (Ủy Ban Nhân dân thành phố Huế, 2014). Về mẫu mã sản phẩm đơn điệu, chưa hấp dẫn, chất lượng sản phẩm còn hạn chế. Sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ chủ yếu mang tính tự phát, thiếu quy hoạch tổng thể và định hướng phát triển dài hạn (Ủy Ban Nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế, 2014). Bên cạnh đó, các chính sách hỗ trợ chưa đạt hiệu quả cao, chưa tạo được tiền đề vững chắc cho sự phát triển bền vững của ngành thủ công mỹ nghệ. Liên quan đến các nghiên cứu ở lĩnh vực này trước đó, có thể kể đến các nghiên cứu JICA & Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2002), Liên Minh (2009). Các nghiên cứu này đã đưa ra một số đánh giá sơ bộ liên quan đến các nghề thủ công mỹ nghệ, đồng thời đưa ra những giải pháp tổng thể nhằm định hướng phát triển cho lĩnh vực này, tuy nhiên, đối với nghề thủ công mỹ nghệ ở Huế vẫn chưa có nghiên cứu nào cụ thể liên quan đến khía cạnh hiệu quả kinh tế, thị trường tiêu thụ sản phẩm và các giải pháp phát triển cho các nghề này.

Vì vậy cần có nghiên cứu cụ thể để nắm bắt thực trạng để từ đó đưa ra những định hướng và giải pháp cần thiết để hướng đến phát triển nghề thủ công mỹ nghệ một cách toàn diện và bền vững. Nghiên cứu này nhằm tập trung giải quyết hai mục tiêu chính, cụ thể: Thứ nhất là, đánh giá thực trạng một số nghề thủ công mỹ nghệ điển hình ở Thành phố Huế, tỉnh

Thừa Thiên Huế; Thứ hai là đề xuất những giải pháp cơ bản nhằm phát triển nghề thủ công mỹ nghệ ở Thành phố Huế, tỉnh Thừa Thiên Huế.

## **2. Phương pháp nghiên cứu**

Nghiên cứu này kết hợp phân tích định lượng và phân tích định tính. Số liệu thứ cấp: các số liệu được thu thập từ các báo cáo phát triển ngành/ nghề thủ công mỹ nghệ, các chiến lược quy hoạch và phát triển làng nghề truyền thống của sở Công thương tỉnh Thừa Thiên Huế, các báo cáo từ phòng kinh tế thành phố Huế. Ngoài ra, các số liệu cũng được thu thập từ các trang web liên quan đến lĩnh vực thủ công mỹ nghệ để có cách nhìn tổng quan về thực trạng phát triển của lĩnh vực này. Bên cạnh đó, các bài báo chuyên ngành cũng được tác giả tham khảo để sử dụng cho đề tài nghiên cứu của mình. Số liệu sơ cấp: do giới hạn về mặt thời gian và kinh phí nên nghiên cứu chỉ tiến hành thu thập 90 mẫu điều tra với số lượng mẫu được xác định trước (quota sampling). Cụ thể, nhóm tác giả đã chọn nghiên cứu ba nghề đó là thêu ren, đúc đồng và mộc mỹ nghệ. Chọn mẫu theo phương pháp tỷ lệ với số mẫu như sau: thêu ren: 25; đúc đồng 30 và mộc mỹ nghệ 35. Bên cạnh đó, chúng tôi đã tham khảo ý kiến từ các chuyên viên từ phòng kinh tế để có nắm bắt những thông tin cơ bản nhất về lĩnh vực điều tra. Số liệu được thu thập bằng bảng hỏi điều tra với phần lớn là các câu hỏi đóng để thu thập thông tin về tình hình sản xuất kinh doanh của các cơ sở, các khó khăn mà các cơ sở gặp phải cũng như vấn đề về vấn đề đầu vào và đầu ra sản phẩm. Các câu hỏi mở cũng được sử dụng ở phần kiến nghị của các cơ sở đối với chính quyền địa phương và các ban ngành chức năng có liên quan. Phương pháp hạch toán kinh tế được áp dụng để tính toán một số chỉ tiêu phản ánh kết quả như tổng giá trị sản xuất (GO), giá trị gia tăng (VA), chi phí trung gian (IC) và các chỉ tiêu hiệu quả như GO/IC, VA/ IC... Đây cũng là cơ sở để đánh giá thực trạng hoạt động sản xuất kinh doanh của các cơ sở thuộc nghề thủ công mỹ nghệ. Bên cạnh đó, nhóm tác giả còn sử dụng các kiểm định về giá trị trung bình (F. test) để kiểm định về sự khác nhau giữa các chỉ tiêu về chi phí cũng như là kết quả và hiệu quả giữa các nhóm nghề được nghiên cứu.

## **3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận**

### **3.1. Những thông tin cơ bản về các cơ sở được điều tra**

Quá trình thu thập thông tin cho thấy, bình quân số lao động trên một cơ sở là 3,72, trong đó cao nhất

là Thêu ren với 5,00 lao động và thấp nhất là Mộc mỹ nghệ với 3,00 lao động trên một cơ sở các nghề khác có số lượng lao động trên cơ sở xấp xỉ trên dưới 3,50. Đối với nghề Đúc đồng và nghề Mộc mỹ nghệ, vì đây là những nghề mang tính chất nặng nhọc nên cần nhiều nam giới hơn, tỷ lệ lao động nam chiếm trên 90%. Trong khi đó, các nghề đòi hỏi sự khéo léo như Thêu ren thì tỷ lệ lao động nữ chiếm tỷ lệ cao hơn nổi bật, tỷ lệ lao động nữ đều là 90,50% cho cả hai nghề; Về mặt bằng sản xuất kinh doanh, bình quân các cơ sở có mặt bằng khoảng 58,02 m<sup>2</sup>. Cao nhất là nghề Mộc mỹ nghệ với 60,38 m<sup>2</sup> và thấp nhất là nghề Thêu ren với 30,95 m<sup>2</sup>.

Về việc sử dụng công nghệ thì đa phần các cơ sở ở các nghề chủ yếu vẫn làm sử dụng theo phương pháp thủ công, bình quân tỷ lệ này là 77,50%. Trong đó đáng chú ý, việc sử dụng máy móc và một phần máy móc của nghề Mộc mỹ nghệ với tỷ lệ lần lượt là 10,00% và 40,00%, điều này cho thấy mức độ thủ công của các nhóm nghề này.

### 3.2. Chi phí sản xuất kinh doanh của các cơ sở điều tra

Bảng 1 trình bày chi phí sản xuất kinh doanh của các cơ sở ở 3 nghề. Bình quân chi phí sản xuất kinh doanh của 3 nghề là 123,40 triệu đồng. Tuy nhiên tổng chi phí của các nghề khác nhau có sự chênh lệch rõ ràng. Cụ thể, tổng chi phí sản xuất kinh doanh của của nghề Mộc mỹ nghệ là cao nhất với 139,12 triệu đồng, thấp nhất là tổng chi phí của nghề Thêu ren với 90,30 triệu đồng tổng chi phí của nghề Đúc đồng nằm ở mức ở giữa với 132,65 triệu đồng.

Trong kết cấu chi phí sản xuất của các cơ sở thì chi phí trung gian chiếm một tỷ lệ rất lớn và có thể nói chi phí trung gian có ảnh hưởng rất lớn đến kết quả và hiệu quả sản xuất kinh doanh của cơ sở. Bình quân chi phí trung gian của cả 3 nghề là 82,99 triệu đồng chiếm 70%. Đối với nghề Đúc đồng chi phí trung gian chiếm 99,50%, điều này do đặc điểm của nghề này với nguyên liệu chính là phôi đồng với giá được mua vào khá cao trong điều kiện nguồn cung không ổn định. Trong khi đó, chi phí trung gian thấp nhất là nghề Thêu ren 54,13 triệu đồng chiếm gần 60%; nghề Mộc mỹ nghệ có chi phí trung gian cao hơn với 91 triệu đồng và chiếm trên 65% tổng chi phí.

Trong chi phí trung gian thì chủ yếu bao gồm chi phí nguyên vật liệu, các chi phí khác như điện nước chiếm một tỷ lệ không đáng kể. Đối với những nghề

**Bảng 1: Chi phí và kết cấu chi phí của các cơ sở điều tra**

| Chỉ tiêu                  | Thêu ren   |       | Đúc đồng   |       | Mộc mỹ nghệ |       | BQC        |       | Sig. (F-test) |
|---------------------------|------------|-------|------------|-------|-------------|-------|------------|-------|---------------|
|                           | Triệu đồng | %     | Triệu đồng | %     | Triệu đồng  | %     | Triệu đồng | %     |               |
| TC                        | 90,30      | 100   | 132,65     | 100   | 139,12      | 100   | 123,40     | 100   | 0,000         |
| 1. IC                     | 54,13      | 59,95 | 97,02      | 73,14 | 91,56       | 65,81 | 82,99      | 67,25 | 0,000         |
| - Chi phí nguyên vật liệu | 53,24      | 58,96 | 94,52      | 71,26 | 90,14       | 64,80 | 81,35      | 65,92 | 0,000         |
| - Chi phí điện            | 0,77       | 0,85  | 2,02       | 1,53  | 1,33        | 0,96  | 1,41       | 1,14  | 0,000         |
| - Chi phí nước            | 0,13       | 0,14  | 0,48       | 0,36  | 0,09        | 0,06  | 0,23       | 0,19  | 0,000         |
| 2. Chi phí lao động       | 33,27      | 36,84 | 29,97      | 22,60 | 41,72       | 29,99 | 35,46      | 28,73 | 0,000         |
| 3. Lãi vay                | 0,06       | 0,07  | 0,23       | 0,17  | 0,77        | 0,55  | 0,39       | 0,32  | 0,000         |
| 4. Thuế                   | 0,00       | 0,00  | 0,00       | 0,00  | 3,87        | 2,78  | 1,51       | 1,22  | 0,000         |
| 5. KHTSCĐ                 | 1,8        | 1,99  | 0,41       | 0,31  | 2,56        | 1,84  | 1,63       | 1,32  | 0,000         |

Nguồn: Số liệu điều tra năm 2015

mang tính chất thủ công thì chi phí lao động cũng đóng vai trò không kém phần quan trọng (chi phí này chiếm gần 30% trong cả 3 nghề). Vậy nên, việc hạ giá thành sản phẩm và nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ cũng phải bắt đầu từ các yếu tố then chốt này.

Các kết quả kiểm định (F-test) với giả thiết  $H_0$ : chi phí của các nhóm nghề khác nhau là giống nhau. Kết quả kiểm định cho thấy rằng, với mức ý nghĩa 1%, các sig đều bé hơn 0,001. Điều này đồng nghĩa với việc có cơ sở để bác bỏ giả thiết cho rằng chi phí sản xuất của các nhóm nghề khác nhau là giống nhau, hay nói cách khác, chi phí sản xuất giữa các nhóm nghề khác nhau là khác nhau.

### 3.3. Kết quả và hiệu quả sản xuất của các doanh nghiệp điều tra

Bảng 2 mô tả kết quả sản xuất kinh doanh của các cơ sở điều tra ở 3 nghề trong năm 2014, chỉ tiêu GO bình quân của 3 nhóm nghề khá cao với hơn 175 triệu đồng, đây là con số đáng mong đợi. Trong đó cao nhất chính là nghề Mộc mỹ nghệ với gần 206 triệu đồng, tiếp theo phải kể đến là nghề Đúc đồng với hơn 170 triệu đồng; giá trị sản xuất thấp nhất là nghề Thêu ren cũng cao hơn 140 triệu đồng.

Chỉ tiêu VA được tính bằng tổng giá trị sản xuất trừ đi chi trung gian. Từ chỉ tiêu này ta thấy rằng nghề Đúc đồng là nghề mang lại VA cao nhất với hơn 97 triệu đồng, tiếp theo là nghề Mộc mỹ nghệ

với xấp xỉ 92 triệu đồng, thấp nhất là nghề Thêu ren với hơn 54 triệu đồng. Có thể nói rằng lợi nhuận là mục tiêu cuối cùng của việc sản xuất kinh doanh tính trên khía cạnh kinh tế. Bình quân lợi nhuận của các cơ sở sản xuất đối với 3 nhóm nghề là khá cao với hơn 52 triệu đồng. Tuy nhiên, có sự chênh lệch lớn về lợi nhuận giữa các nhóm nghề, cao nhất không giống với chỉ tiêu VA, đối với chỉ tiêu này thì nghề Đúc đồng mới mang lại lợi nhuận cao nhất với hơn 62 triệu đồng; tiếp theo là nghề Thêu ren với xấp xỉ 50 triệu đồng và thấp nhất là nghề Đúc đồng, lý do là nghề này có mức độ đầu tư khá lớn nên lợi nhuận bị giảm.

Ngoài các chỉ tiêu kết quả người ta còn quan tâm đến chỉ tiêu hiệu quả kinh tế, đây là các chỉ tiêu nhằm so sánh tương quan giữa đầu ra và đầu vào. Các chỉ số tính được càng lớn thì chứng tỏ hiệu quả càng cao. Nhìn vào các chỉ tiêu GO/IC, VA/IC, VA/K và M/K ta thấy rằng các cơ sở sản xuất ở 3 nghề đạt được khá cao đều lớn hơn 0. Trong đó, hiệu quả cao nhất là nghề Thêu ren rồi đến nghề Mộc mỹ nghệ và sau cùng là nghề Đúc đồng. Tuy nhiên cần kết hợp cả chỉ tiêu kết quả và hiệu quả để có cái nhìn thực tế hơn về thực trạng sản xuất giữa các nghề nói riêng và nghề thủ công mỹ nghệ nói chung. Rõ ràng rằng, việc đầu tư lớn ở một nghề nào đó có thể mang lại doanh thu hoặc quy mô của lợi nhuận lớn nhưng khi kết hợp so sánh với chi phí thì những nghề có mức đầu tư ít với giá trị sản xuất nhỏ hơn thì chỉ tiêu

**Bảng 2: Kết quả và hiệu quả sản xuất của các cơ sở điều tra**

| Chỉ tiêu        | ĐVT        | Thêu ren | Đúc Đồng | Mộc mỹ nghệ | BQC    | Sig (F-test) |
|-----------------|------------|----------|----------|-------------|--------|--------------|
| Kết quả         |            |          |          |             |        |              |
| GO              | triệu đồng | 140,21   | 170,22   | 205,53      | 175.62 | 0,000        |
| IC              | triệu đồng | 54,13    | 97,02    | 91,56       | 82.99  | 0,000        |
| VA              | triệu đồng | 86,08    | 73,20    | 113,97      | 92.63  | 0,000        |
| M (Lợi nhuận)   | triệu đồng | 49,91    | 37.57    | 66,41       | 52.21  | 0,000        |
| Hiệu quả        |            |          |          |             |        |              |
| GO/IC           | Lần        | 2,59     | 1,75     | 2,24        | 2.18   | 0,000        |
| VA/IC           | Lần        | 1,59     | 0,75     | 1,24        | 1.18   | 0,000        |
| GO/K (Vốn)      | Lần        | 3,46     | 2,84     | 3,21        | 3.16   | 0,000        |
| VA/K            | Lần        | 2,12     | 1,22     | 1,78        | 1.69   | 0,000        |
| M/K             | Lần        | 1,23     | 0,63     | 1,04        | 0.96   | 0,000        |
| GO/L (Lao động) | triệu đồng | 28,05    | 46,32    | 68,51       | 49.87  | 0,000        |
| VA/L            | triệu đồng | 17,22    | 19,92    | 37,99       | 26.20  | 0,000        |
| M/L             | triệu đồng | 9,98     | 10,22    | 22,14       | 14.79  | 0,000        |

Nguồn: Số liệu điều tra năm 2015

hiệu quả cũng có thể lớn hơn.

Các chỉ tiêu về kết quả được tính cho mỗi lao động cũng giúp ta có những đánh giá về tình hình sản xuất của các cơ sở. Giá trị sản xuất trên lao động của các nghề khá cao, bình quân cho cả 3 nhóm nghề là gần 50 triệu đồng; nghề Mộc mỹ nghệ chỉ tiêu này đạt được tương đối cao với hơn 68 triệu đồng, tiếp theo là nghề Đúc đồng với hơn 46 triệu đồng và sau cùng là nghề Thêu ren với giá trị thấp hơn 27 triệu đồng.

Tương tự ta thấy các chỉ tiêu VA/LĐ (giá trị gia tăng bình quân trên một lao động) và M/LĐ (lợi nhuận bình quân trên một lao động) đạt được cũng khá cao. Điều này cho thấy rằng, các nghề sản xuất này có ảnh hưởng rất lớn đến đời sống của người lao động, góp phần giải quyết các vấn đề về tạo thu nhập và đảm bảo an sinh xã hội.

Sử dụng kiểm định F về giá trị trung bình của các chỉ tiêu về kết quả và hiệu quả, với giả thiết  $H_0$ : kết quả và hiệu quả giữa các nghề khác nhau là giống nhau. Kết quả kiểm định chỉ ra rằng, với mức ý nghĩa 1%, các sig đều bé hơn 0,001, điều này có nghĩa rằng, có đủ cơ sở để bác bỏ giả thiết  $H_0$  cho rằng kết quả và hiệu quả giữa các nghề khác nhau là giống nhau. Hay nói cách khác, các nghề khác nhau

thì kết quả và hiệu quả cũng khác nhau.

Nói tóm lại, kết quả và hiệu quả sản xuất đạt được của các nghề cho thấy rằng các cơ sở đã đi đúng hướng và nên tiếp tục gắn bó với các nghề này, tuy nhiên ở mức độ nào đó cần có sự đầu tư để mang lại kết quả và hiệu quả cao hơn nữa.

### 3.4. Thị trường tiêu thụ sản phẩm

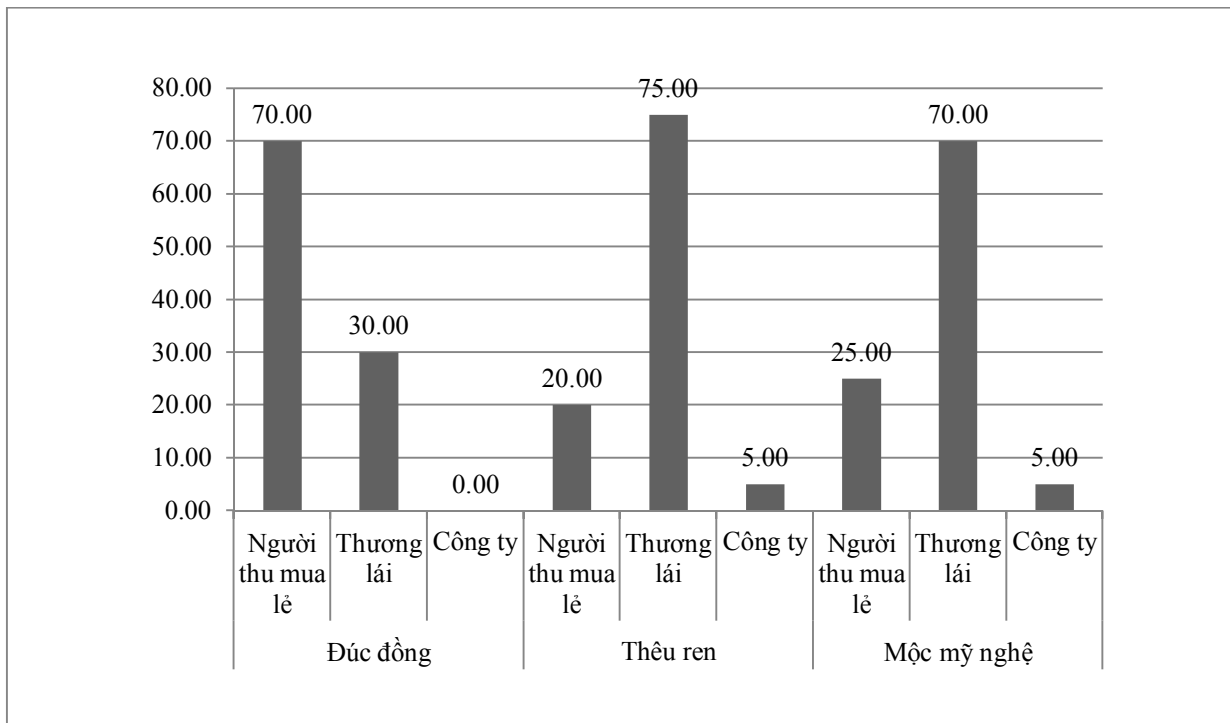
#### 3.4.1. Tình hình thu mua sản phẩm

Qua quá trình điều tra cho thấy, các sản phẩm sau khi sản xuất được bán ra ngoài thị trường qua 3 kênh đó là người thu mua lẻ, thương lái và công ty. Đối với nghề Đúc đồng, những người thu mua lẻ chiếm tỷ lệ cao nhất với 70,00%, phần còn lại được thu mua bởi thương lái với 30,00%. Trong khi đó, đối với nghề Thêu ren, kênh thương lái chiếm tỷ lệ cao nhất với 75,00%, tiếp theo là kênh của người thu mua lẻ với 20,00% và cuối cùng là kênh công ty với 5,00%. Tương tự đối với nghề Mộc mỹ nghệ, kênh thu mua là thương lái vẫn chiếm tỷ lệ khá cao với 70,00%, kênh công ty là 5,00% và phần còn lại là người thu mua lẻ.

#### 3.4.2. Thị trường tiêu thụ sản phẩm

Thị trường tiêu thụ sản phẩm được chia làm 3 khu vực là trong tỉnh, ngoài tỉnh và xuất khẩu. Có thể nói rằng, mặc dù đây là một thế mạnh của địa

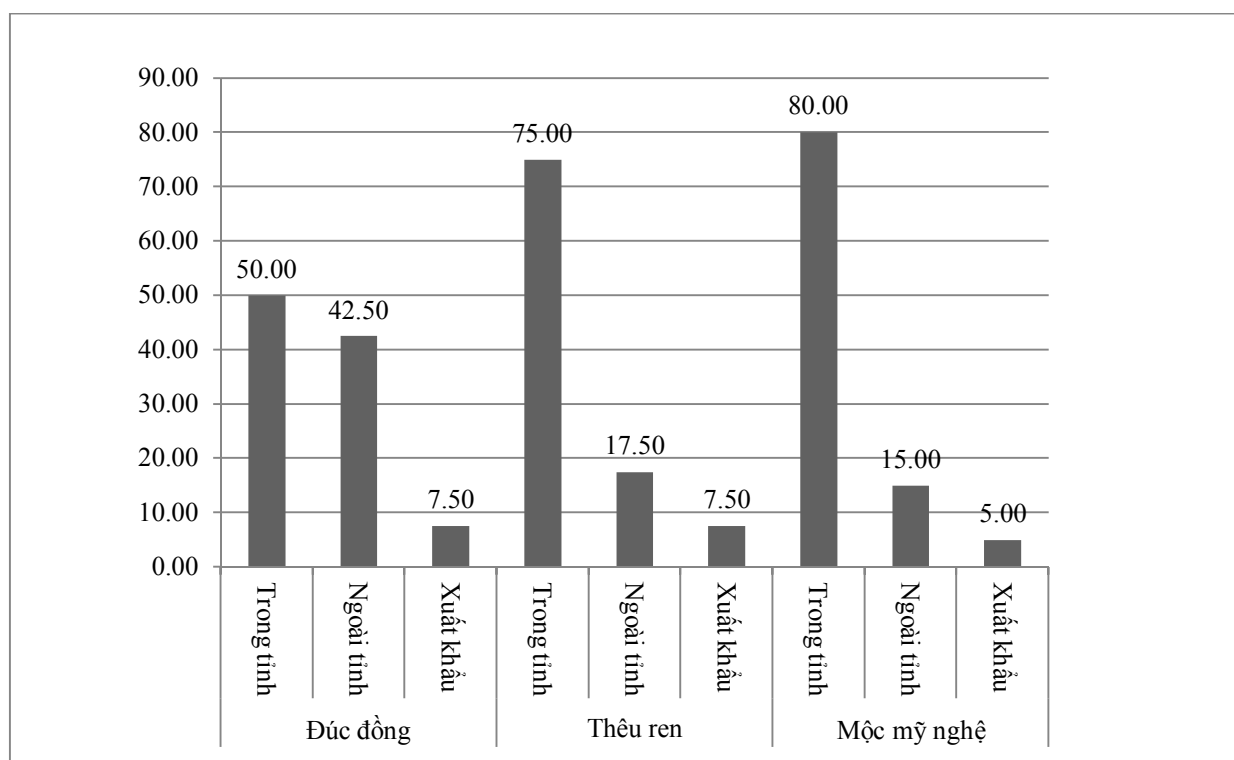
**Hình 1: Tình hình thu mua các sản phẩm của nghề thủ công mỹ nghệ**



Đơn vị tính: %

Nguồn: số liệu điều tra năm 2015

**Hình 2: Thị trường tiêu thụ sản phẩm của các nghề thủ công mỹ nghệ**



Đơn vị tính: %

Nguồn: số liệu điều tra năm 2015

phương nhưng việc xuất khẩu sản phẩm ra nước ngoài vẫn còn rất hạn chế, bằng chứng là các sản phẩm được xuất khẩu thường dưới 10% cho tất cả các nghề. Sản phẩm được bán chủ yếu là trong nước mà chủ yếu là thị trường trong tỉnh, đáng chú ý 2 nghề là Thêu ren và Mộc mỹ nghệ thì tỷ lệ sản phẩm được tiêu dùng trong tỉnh đạt mức rất cao với trên 75,00%.

Nói tóm lại, việc thu mua sản phẩm cần được cải thiện theo hướng chuyên nghiệp hơn mà cụ thể là nên tập trung ở các công ty để sản phẩm đến được với thị trường dễ dàng hơn. Điều quan trọng nữa là cần hướng sản phẩm ra thị trường xuất khẩu để tăng nguồn thu ngoại tệ.

#### **4. Một số định hướng và giải pháp phát triển nghề thủ công mỹ nghệ trên địa bàn thành phố Huế, tỉnh Thừa Thiên Huế**

Trong ngắn hạn lẫn dài hạn, để người dân có thể sống với nghề thủ công mỹ nghệ một cách lâu dài và bền vững, cần có một số định hướng cụ thể như sau: thứ nhất là phát huy thế mạnh của từng nhóm ngành nghề thông qua việc tạo lập mối quan hệ hợp tác, liên kết trong sản xuất và kinh doanh các sản phẩm thủ công mỹ nghệ Huế. Thứ hai là phát triển ngành

nghề thủ công mỹ nghệ trên cơ sở kết hợp một cách có hiệu quả giữa giá trị truyền thống và hiện đại. Thứ ba là tập trung phát triển các nghề có khả năng thu hút nhiều lao động, có tiềm năng xuất khẩu trực tiếp (Nguyễn Diễm, 1997). Thứ tư là liên kết phát triển cùng ngành du lịch để tăng khả năng tiêu thụ sản phẩm tại chỗ và đây cũng là một kênh quản bá sản phẩm trực tiếp một cách hiệu quả, đưa sản phẩm đến với khách hàng một cách rộng rãi (Hà Thị Hương Lan, 2011).

Trong thời gian tới cần thực hiện đồng bộ các nhóm giải pháp như:

Quy hoạch tổng thể nghề thủ công mỹ nghệ để đồng nhất hóa sản phẩm và tạo điều kiện để bán sản phẩm ra thị trường, ưu tiên thành lập các làng nghề và nâng cao vai trò của làng nghề trong việc liên kết tạo sức mạnh và ổn định thị trường đầu ra cho sản phẩm; Mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm để gia tăng sức mua và đảm bảo đầu ra cho sản phẩm; Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao để có thể áp dụng máy móc và công nghệ hiện đại để đáp ứng đòi hỏi ngày càng tăng phát triển nghề thủ công mỹ nghệ; Cải tiến chất lượng sản phẩm và phát triển mẫu mã để nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm; Xúc tiến bán hàng, hình thành hệ thống quảng bá,

giới thiệu sản phẩm, đặc biệt phát huy hiệu quả của festival các làng nghề truyền thống được tổ chức qua các năm (Sở Công thương Thừa Thiên Huế, 2013).

Thêm vào đó, để các nghề cụ thể gồm đúc đồng, thêu ren và mộc mỹ nghệ mà nhóm tác giả đã nghiên cứu phát triển hiệu quả và lâu dài, cần có những giải pháp chi tiết đối với mỗi nghề.

Đối với nghề đúc đồng, cần nâng cao năng lực cho chủ cơ sở trong việc áp dụng công nghệ cũng như sử dụng công nghệ trong quá trình sản xuất nhằm tăng năng suất lao động. Việc quảng bá sản phẩm đã được thực hiện hàng năm qua các lễ hội làng nghề, cũng như các gian hàng trưng bày tại địa phương, tuy nhiên những kiến thức liên quan đến quản lý và marketing của chủ cơ sở vẫn còn rất hạn chế do đó sản phẩm chưa được người tiêu dùng ngoài tỉnh biết đến nhiều. Vậy nên, chính quyền địa phương cần phối hợp với các cơ sở đào tạo để tổ chức các khóa đào tạo ngắn hạn liên quan đến những kiến thức kể trên để trang bị cho chủ cơ sở. Về khía cạnh đào tạo cho người lao động, cần thiết phải nâng cao trình độ tay nghề dưới sự hướng dẫn của các nghệ nhân, đây cũng là cách để bảo tồn những giá trị truyền thống của nghề đúc đồng. Sức khỏe cho người lao động cũng cần được quan tâm vì đây là công việc khá độc hại, chính vì thế cần nâng cao ý thức bảo vệ sức khỏe cho người lao động, dưới sự kết hợp từ ba phía, chính quyền địa phương, cơ sở kinh doanh và bản thân người lao động. Về khía cạnh thị trường, đầu vào thường không ổn định do nguyên liệu chủ yếu là đồng được tái chế từ các cơ sở thu gom dẫn đến số lượng cũng như giá cả thường xuyên biến động ảnh hưởng đến kết quả sản xuất kinh doanh của các cơ sở, vậy nên, phía chủ cơ sở cần tìm kiếm nguồn nguyên liệu ổn định hơn, có thể là thị trường ngoài tỉnh. Đối với thị trường đầu ra, để các sản phẩm được tiêu thụ ổn định, cần tìm kiếm thị trường mới có thể kết hợp với giới thiệu và quảng bá sản phẩm qua việc tham gia hội chợ làng nghề các sản phẩm ở tỉnh khác. Bên cạnh đó, phía ngân hàng cần tạo điều kiện cho các cơ sở tiếp cận với các nguồn vốn ngắn hạn để cơ sở có thể mua nguyên liệu đầu vào một cách chủ động và dễ dàng hơn.

Đối với nghề thêu ren, liên quan đến nâng cao năng lực cho chủ cơ sở, đối với nghề này, trình độ văn hóa của nhóm ngành này khá cao (gần 50%) chủ cơ sở tốt nghiệp cấp 3, do đó việc tiếp thu các kiến thức, kỹ năng và các thông tin liên quan đến thị trường sẽ rất tốt. Do đó, cần có một tầm nhìn dài hạn

trong tương lai để các cơ sở này có thể đưa sản phẩm ra thị trường các nước khác, việc này trước hết cần có những kế hoạch đào tạo nhằm nâng cao năng lực quản lý, kinh doanh cho chủ cơ sở. Thêm vào đó, công tác đào tạo cho người lao động cũng cần được quan tâm đúng mức, đây là nhóm ngành mà trình độ của người lao động có trình độ học vấn khá cao so với các nhóm ngành còn lại, tuy nhiên, hiện nay các kiến thức về kỹ thuật cũng còn khá hạn chế. Cụ thể, trong các nhu cầu liên quan đến đào tạo được đưa ra thì nhu cầu được đào tạo về kỹ thuật cho người lao động vẫn được ưu tiên. Do đó, để nâng cao khả năng sử dụng máy móc cho người lao động, có thể mở các lớp đào tạo cơ bản về sử dụng máy móc cho người lao động. Việc này có thể được thực hiện qua việc liên kết với các trường trung cấp nghề hoặc cùng với các công ty may mặc lớn với đội ngũ kỹ thuật giỏi để kết hợp đào tạo các lớp ngắn hạn về áp dụng máy móc, công nghệ trong quá trình sản xuất ra các sản phẩm. Về thị trường đầu ra, cần xây dựng hệ thống kênh tiêu thụ để sản phẩm này được đến với người tiêu dùng một cách chính thống và khoa học hơn thay vì bán cho các môi quen biết. Cụ thể, thông các kênh quảng cáo, hội chợ làng nghề trong và ngoài tỉnh để đưa sản phẩm tới khách hàng. Thêm vào đó, cần thiết phải nghiên cứu nhu cầu sản phẩm này ở thị trường ngoài nước để mở rộng thị trường tiêu thụ rồi mới tính đến các công việc tiếp theo như mở các trung tâm pháp lý hỗ trợ xuất khẩu, tư vấn hoạt động xuất khẩu, xúc tiến xuất khẩu. Bên cạnh đó, cũng cần chú ý đến hỗ trợ vay vốn cho cơ sở sản xuất với lãi suất ưu đãi, nâng cao sức mạnh và tính hiệu quả của hiệp hội các làng nghề.

Đối với nghề mộc mỹ nghệ, các chủ cơ sở hiện nay cũng chỉ chú trọng đến việc sản xuất sản phẩm mà chưa chú trọng đến việc làm thế nào để bán sản phẩm được nhiều hơn, giá cả cao hơn, trong bối cảnh Việt Nam vừa đàm phán thành công hiệp định TPP, đây vừa là thời cơ và cũng là thách thức. Vậy nên, yêu cầu các chủ cơ sở cần được trang bị những kiến thức liên quan đến kinh doanh bài bản hơn, chủ cơ sở không đơn thuần là người thợ giỏi và chỉ biết sản xuất ra sản phẩm đẹp chất lượng tốt, mà đồng thời là một nhà kinh doanh. Vậy nên, cũng như hai nghề trên, chính quyền địa phương cũng cần thiết mở những lớp đào tạo ngắn hạn để cung cấp các nghiệp vụ như đã trình bày dưới sự đào tạo của các trường đại học hoặc các trung tâm. Trong bối cảnh mới, vấn đề về an toàn lao động và môi trường cũng

cần được quan tâm đúng mức, người lao động cần được có hợp đồng lao động và đóng bảo hiểm đầy đủ cũng như nâng cao ý thức bảo vệ môi trường cho chủ cơ sở và người lao động vì đây cũng là một lĩnh vực mà các phế phẩm là tác nhân gây ô nhiễm môi trường. Chính quyền địa phương cũng cần phối hợp với các trường trung cấp nghề cũng như các trung tâm đào tạo nghề nhằm cung ứng cho thị trường những lao động được đào tạo bài bản và thành thạo trong việc sử dụng máy móc, công nghệ để làm được những sản phẩm tinh xảo có giá trị cao. Việc

quảng bá và giới thiệu sản phẩm cần được thực hiện bài bản và hiệu quả hơn, hiện nay các sản phẩm được đưa vào hội chợ truyền thống được thực hiện chưa triệt để, do đó các chủ cơ sở cũng không mấy mặn mà trong việc đưa sản phẩm đến với hội chợ. Thêm vào đó, cần có thêm những khảo sát về thị trường tiêu thụ các sản phẩm mộc mỹ nghệ ở ngoài tỉnh, có thể phối hợp với các trường đại học ở các tỉnh để thực hiện nhằm đánh giá chính xác nhu cầu về sản phẩm này. □

### Tài liệu tham khảo

- Cục Thống kê Thừa Thiên Huế (2013), *Niên giám thống kê năm 2013*, Thừa Thiên Huế.
- Hà Thị Hương Lan (2011), ‘Đánh giá thị trường hàng Thủ công mỹ nghệ phục vụ khách du lịch Châu Âu trên địa bàn thành phố Huế’, Luận văn Thạc sỹ, Đại học Kinh tế Huế.
- JICA [Cơ quan hợp tác quốc tế Nhật Bản] & Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2002), *Nghiên cứu qui hoạch phát triển ngành nghề thủ công theo hướng CNH nông thôn Việt Nam*, Hà Nội.
- Liên Minh (2009), ‘Một số vấn đề về bảo tồn và phát triển làng nghề’, *Kỷ yếu Hội thảo Nghề và làng nghề thủ công truyền thống - Tiềm năng và định hướng phát triển*, Ban tổ chức Hội chợ triển lãm làng nghề Việt Nam 2009 và Ban tổ chức Festival nghề truyền thống Huế 2009, Thừa Thiên Huế, tr. 12-20.
- Nguyễn Diễm (1997), *Công nghiệp hóa nông nghiệp nông thôn các nước ở Châu Á và Việt Nam*, Trung tâm về kinh tế Châu Á – Thái Bình Dương, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
- Phòng Kinh tế Thành phố Huế (2014), *Báo cáo tình trạng hoạt động sản xuất kinh doanh Tiểu thủ công nghiệp*, Thừa Thiên Huế.
- Sở công thương Thừa Thiên Huế (2013), *Đề án quy hoạch phát triển nghề và làng nghề trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2015*, Thừa Thiên Huế.
- Ủy Ban Nhân Dân tỉnh Thừa Thiên Huế (2014), *Báo cáo tổng kết tình hình kinh tế xã hội tỉnh Thừa Thiên Huế*, Thừa Thiên Huế.
- Ủy Ban Nhân Dân Thành phố Huế (2014), *Báo cáo tình hình thực hiện kế hoạch và nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội Thành phố Huế*, Thừa Thiên Huế.

---

### Thông tin tác giả:

**\*Hỗ Thắng**, Thạc sỹ

- Tổ chức tác giả công tác: Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế
- Lĩnh vực nghiên cứu chính: Kinh tế nông nghiệp, phát triển nông thôn
- Một số Tạp chí tác giả đã đăng tải công trình nghiên cứu: Tạp chí Đại học Huế; Tạp chí Kinh tế và Dự báo.
- Địa chỉ Email: hothithang@gmail.com

**\*\*Đào Duy Minh**, Thạc sỹ

- Tổ chức tác giả công tác: Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế
- Lĩnh vực nghiên cứu chính: Kinh tế nông nghiệp, phát triển nông thôn, chính sách phát triển.
- Một số Tạp chí tác giả đã đăng tải công trình nghiên cứu: Tạp chí đại học Huế; Chuyên san Học viện hành chính Quốc gia tại Huế.
- Địa chỉ Email: daominh88@gmail.com