

Số: 7430 /QĐ-UBND

Hà Nội, ngày 09 tháng 12 năm 2013

QUYẾT ĐỊNH
**Phê duyệt Đề án phát triển sản phẩm xuất khẩu chủ yếu
của làng nghề Hà Nội giai đoạn 2013 - 2020**

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HÀ NỘI

Căn cứ Luật Tổ chức HĐND và UBND ngày 26 tháng 11 năm 2003;

Căn cứ Nghị quyết số 26 NQ/TW ngày 05 tháng 8 năm 2008 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa X về nông nghiệp, nông dân, nông thôn;

Căn cứ Nghị định số 45/2012/NĐ-CP ngày 09/6/2012 của Chính phủ về khuyến công;

Căn cứ Nghị định số 66/2006/NĐ-CP ngày 07/7/2006 của Chính phủ về phát triển ngành nghề nông thôn;

Xét đề nghị của Giám đốc Sở Công thương tại Tờ trình số 4999/TTr-SCT ngày 29 tháng 11 năm 2013 về việc phê duyệt Đề án phát triển sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của làng nghề Hà Nội giai đoạn 2013 - 2020,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt “Đề án phát triển sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của làng nghề Hà Nội giai đoạn 2013 - 2020” kèm theo Quyết định này.

Điều 2. Sở Công thương có trách nhiệm chủ trì, phối hợp với các ngành có liên quan và UBND các quận, huyện, thị xã có làng nghề triển khai thực hiện Đề án. Đồng thời, hàng năm tổng hợp báo cáo UBND Thành phố kết quả thực hiện Đề án.

Điều 3. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký.

Chánh Văn phòng UBND Thành phố, Thủ trưởng các Sở, Ban, ngành, đơn vị có liên quan; Chủ tịch UBND các quận, huyện, thị xã chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Như Điều 3;
- Thường trực: TU, HĐND TP (để b/c);
- Đ/c Chủ tịch UBND TP (để b/c);
- Bộ Công Thương; Bộ NN&PTNT (để p/h);
- CVP, PVP Nguyễn Ngọc Sơn, ;
- Lưu: VT, CTh.

50 *ky*

TM. ỦY BAN NHÂN DÂN
KT. CHỦ TỊCH *ky*
PHÓ CHỦ TỊCH



ky
Trần Xuân Việt

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HÀ NỘI

ĐỀ ÁN

**PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA
LÀNG NGHỀ HÀ NỘI GIAI ĐOẠN 2013 - 2020**

*(Ban hành kèm theo Quyết định số 7430 /QĐ-UBND
ngày 09 tháng 12 năm 2013 của Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội)*

Hà Nội, tháng 12 năm 2013

MỞ ĐẦU

I. SỰ CẦN THIẾT XÂY DỰNG ĐỀ ÁN

Thực hiện đường lối đổi mới, nền kinh tế đã chuyển sang cơ chế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa, các thành phần kinh tế được mở rộng và mức sống của nhân dân được nâng cao. Đạt được kết quả đó có sự đóng góp rất quan trọng của lĩnh vực phát triển nghề và làng nghề, đặc biệt là các sản phẩm xuất khẩu của làng nghề. Làng nghề mang bản sắc riêng của nền kinh tế Việt Nam nói chung và của Thủ đô nói riêng, nên việc phát triển làng nghề có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với sự phát triển kinh tế, chuyển dịch cơ cấu kinh tế ở nông thôn theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa, giữ vững và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc.

Trước năm 2000, làng nghề Việt Nam nói chung và của Thành phố Hà Nội nói riêng ít được chú trọng phát triển, chỉ có một số làng nghề làm hàng xuất khẩu cho các nước Đông Âu và Liên Xô (cũ) là có việc làm tương đối ổn định. Sau năm 2000, nghề và làng nghề đã được các cấp, các ngành quan tâm, chỉ đạo và đề ra những chính sách khuyến khích phát triển.

Đến hết năm 2012, Thành phố Hà Nội có 1.350 làng có nghề chiếm 58,8% số làng của toàn Thành phố, trong đó có 281 làng được công nhận chiếm 20,30% tổng số làng có nghề của Thành phố. Theo điều tra của tổ chức JICA Nhật Bản thì Hà Nội có tới 47 nghề trên tổng số 52 nghề trên toàn quốc với hàng chục nhóm ngành nghề đang có chiều hướng phát triển như: gốm sứ, dệt may, da giày, điêu khắc, khảm trai, thêu ren, sơn mài, mây tre đan,...trong đó, có một số nhóm ngành nghề đang có xu hướng phát triển nhanh như: gốm sứ, khảm trai, mây tre đan, sơn mài,...

Thông qua sản phẩm thủ công tinh xảo, được chế tác khéo léo, mang phong cách văn hóa riêng, các sản phẩm xuất khẩu của làng nghề góp phần củng cố, tăng cường và phát huy giá trị văn hóa truyền thống, giới thiệu được nét đẹp văn hóa Việt Nam với văn hóa thế giới.

Tuy nhiên, hoạt động sản xuất hàng xuất khẩu cũng đang phải đối mặt với nhiều khó khăn về kết cấu hạ tầng kỹ thuật, mặt bằng cho sản xuất kinh doanh chất lượng nguồn nhân lực, vốn đầu tư vào phát triển sản phẩm xuất khẩu của làng nghề...

Vấn đề đặt ra là phải phân tích các hạn chế tồn tại, chỉ ra các nguyên nhân và đề xuất các giải pháp tổng thể hướng tới việc hình thành và phát triển mạng lưới các làng nghề chuyên sản xuất hàng xuất khẩu với chất lượng cao và chuyên nghiệp hơn. Đây là vấn đề có tính thời sự đối với Việt Nam và Hà Nội sau khi mở rộng.

II. MỤC TIÊU CỦA ĐỀ ÁN

Đánh giá thực trạng phát triển các sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của làng nghề Hà Nội trong thời gian qua nhằm chỉ ra thành công và những hạn chế cần khắc phục trong thời gian tới.

Đề xuất một số định hướng, giải pháp chủ yếu nhằm phát triển các sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của làng nghề Hà Nội đến năm 2020.

III. CÁC CĂN CỨ PHÁP LÝ LÀM CƠ SỞ ĐỂ XÂY DỰNG ĐỀ ÁN

- Luật Thủ đô năm 2012.
- Nghị quyết số 11-NQ/TW của Bộ Chính trị ngày 06/1/2012 về phương hướng, nhiệm vụ phát triển thủ đô Hà Nội giai đoạn 2011 - 2020.
- Nghị quyết số 26 NQ/TW ngày 05/8/2008 Hội nghị lần thứ 7 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa X về nông nghiệp, nông dân, nông thôn.
- Nghị quyết số 24/2008/NQ-CP ngày 28/10/2008 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 26 NQ/TW ngày 05/8/2008 Hội nghị lần thứ 7 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa X về nông nghiệp, nông dân, nông thôn.
- Nghị định số 45/2012/NĐ-CP ngày 09/6/2012 của Chính phủ về khuyến công;
- Nghị định số 66/2006/NĐ-CP ngày 07/7/2006 của Chính phủ về phát triển ngành nghề nông thôn;
- Quyết định số 1956/QĐ-TTg ngày 27/11/2009 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Đào tạo nghề cho lao động nông thôn đến năm 2020”;
- Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg ngày 15/11/2010 của Thủ tướng Chính phủ Ban hành quy chế Xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia;
- Quyết định số 1081/QĐ-TTg ngày 6/7/2011 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt quy hoạch phát triển kinh tế xã hội thành phố Hà Nội đến năm 2020, định hướng đến năm 2030.
- Quyết định số 1259/QĐ-TTg ngày 26/7/2011 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt quy hoạch chung xây dựng quy hoạch chung thủ đô Hà Nội đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050.
- Quyết định số 222/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 22/2/2012 về Phê duyệt chiến lược phát triển kinh tế xã hội thành phố Hà Nội đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050.
- Thông tư số 116/2006/TT-BNN ngày 18/12/2006 của Bộ Nông nghiệp và PTNN hướng dẫn thực hiện một số nội dung của Nghị định số 66/2006/NĐ-CP ngày 07/7/2006 của Chính phủ về phát triển ngành nghề nông thôn;

- Thông tư số 113/2006/TT-BTC ngày 28/12/2006 của Bộ Tài Chính hướng dẫn thực hiện một số nội dung của Nghị định số 66/2006/NĐ-CP ngày 07/7/2006 của Chính phủ về phát triển ngành nghề nông thôn;
- Thông tư số 46/2011/TT-BTNMT ngày 26/12/2011 của Bộ Tài nguyên và môi trường quy định về bảo vệ môi trường làng nghề;
- Thông tư số 46/2012/TT-BCT ngày 28/12/2012 của Bộ Công thương quy định chi tiết một số nội dung của Nghị định số 45/2012/NĐ-CP ngày 09/6/2012 của Chính phủ về khuyến công;
- Thông tư 88/2011/TT-BTC ngày 17/6/2011 của Bộ Tài chính hướng dẫn cơ chế tài chính hỗ trợ từ ngân sách nhà nước để thực hiện chương trình xúc tiến thương mại quốc gia
- Thông tư liên tịch số 112/2010/TTLT-BTC-BLĐTBXH ngày 30/7/2010 của liên Bộ Tài Chính, Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội hướng dẫn quản lý và sử dụng kinh phí thực hiện Đề án "Đào tạo nghề cho lao động nông thôn đến năm 2020" ban hành theo quyết định số 1956/QĐ-TTg ngày 27/11/2009 của Thủ tướng Chính phủ;
- Thông tư số 125/2009/TTLT/BTC-BCT ngày 17/6/2009 của liên bộ Bộ Tài Chính – Bộ Công thương quy định việc quản lý và sử dụng kinh phí sự nghiệp kinh tế đối với chương trình khuyến công;
- Thông tư liên tịch số 102/2006/TTLT/BTC-BKHHCN ngày 31/10/2006 của Bộ Tài chính và Bộ Khoa học và Công nghệ hướng dẫn quản lý tài chính đối với chương trình hỗ trợ phát triển tài sản trí tuệ của doanh nghiệp;
- Quyết định số 22/2008/QĐ-UBND ngày 02/5/2008 của UBND thành phố Hà Nội ban hành Quy định một số chính sách hỗ trợ phát triển nghề và làng nghề Hà Nội;
- Quyết định số 2500/QĐ-UBND ngày 10/04/2013 của UBND Thành phố ban hành kế hoạch hành động thực hiện chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011 - 2020, định hướng đến năm 2030;
- Quyết định số 31/2012/QĐ-UBND ngày 30/10/2012 của UBND thành phố Hà Nội ban hành Quy chế "Hỗ trợ các doanh nghiệp trên địa bàn Thành phố Hà Nội xây dựng và phát triển thương hiệu".
- Các văn bản hướng dẫn của các Bộ, ngành liên quan.

PHẦN THỨ NHẤT THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA LÀNG NGHỀ HÀ NỘI

I. TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN LÀNG NGHỀ TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ

1. Số lượng nghề và làng nghề

Trong nền kinh tế nước ta hiện nay, làng nghề giữ vị trí quan trọng. Theo Bộ Nông nghiệp và PTNT, hiện cả nước có khoảng 3.000 làng nghề, thuộc 11 nhóm nghề, giải quyết việc làm cho hơn 13 triệu lao động nông thôn với thu nhập từ 1 - 3 triệu đồng/người/tháng (cao hơn gấp 3 - 4 lần so với người lao động thuần nông). Đã có 40% sản phẩm làng nghề được xuất khẩu đến thị trường của trên 100 nước và vùng lãnh thổ. Việc phân bố làng nghề không đồng đều trong cả nước, các làng nghề ở miền Bắc phát triển hơn ở miền Trung và miền Nam. Vùng ĐBSH là nơi tập trung số lượng làng nghề lớn nhất, chiếm khoảng 80% tổng số các làng nghề trong cả nước.

Hiện nay, Thành phố có 1.350 làng nghề và làng có nghề chiếm gần 59% tổng số làng. Số làng có nghề phân bố không đều đa số tập trung chủ yếu ở các huyện: Phú Xuyên 124 làng (chiếm 9,2%), Thường Tín 125 làng (chiếm 9,3%), Chương Mỹ 174 làng (chiếm 12,9%), Ứng Hoà 113 làng (chiếm 8,4%), Thanh Oai 101 làng (chiếm 7,48%), Ba Vì 91 làng (chiếm 6,74%)..., một số huyện có số lượng làng có nghề ít như: Thanh Trì 24 làng, Gia Lâm 22 làng, Từ Liêm 11 làng, Long Biên 1 làng... Hết năm 2012, đã có 281 làng nghề được Ủy ban nhân dân cấp bằng công nhận danh hiệu làng nghề (chiếm 20,81% tổng số làng), trong đó có 207 làng nghề truyền thống được công nhận.

Các ngành nghề sản xuất tại các làng nghề Hà Nội hiện nay được chia thành 16 nhóm cơ bản. Nghề có nhiều làng nghề nhất là ngành nghề mây tre đan có 365 làng chiếm tới 27,04% số làng nghề, trong đó huyện Chương Mỹ 141 làng, Ứng Hoà 55 làng, Phú Xuyên 25 làng, Thạch Thất 19 làng, Ba vì 17 làng, Quốc Oai 15 làng, Thanh Oai 15 làng....; nghề chế biến lâm sản có 170 làng chiếm 12,59%; nghề chế biến nông sản thực phẩm có 159 làng chiếm 11,78%; nghề dệt may có 152 làng chiếm 11,26%; nghề thủ ren có 138 làng chiếm 10,22%;... Ít nhất là ngành dát vàng bạc quý (Gia Lâm) với 04 làng, rắn Lệ Mật (Long Biên) 01 làng.

Các làng nghề đã có xu hướng chuyển động tích cực, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn theo hướng “công nghiệp - dịch vụ - nông nghiệp” ngay trên địa bàn nông thôn.

2. Số cơ sở, lao động tham gia nghề

Hiện nay, ngành nghề công nghiệp - TTCN ở nông thôn đã thu hút được 739.630 người tham gia sản xuất với 175.889 hộ gia đình, 2.063 công ty cổ phần, 4.562 công ty TNHH, 1.466 Doanh nghiệp tư nhân, 164 Hợp tác xã và 50 Hội, Hiệp hội. Trong đó số lao động tại 281 làng nghề được công nhận là 464.589 lao

động (chiếm 79% tổng số lao động trong các làng nghề được công nhận) với 142.071 hộ sản xuất.

Như vậy, trong thời gian qua số cơ sở sản xuất kinh doanh tại các làng nghề tăng lên đã góp phần chuyển dịch nhanh cơ cấu lao động ở nông thôn ngoài thành từ nông nghiệp sang làm công nghiệp và dịch vụ.

3. Giá trị sản xuất

Giá trị sản xuất của làng có nghề ngày càng tăng. Đến hết tháng 6 năm 2013, giá trị sản xuất của làng nghề đạt 10.582 tỷ đồng, trong đó: giá trị sản xuất của 281 làng nghề được công nhận đạt 8.232,84 tỷ đồng.

Một số nhóm nghề có giá trị sản xuất tăng mạnh như: sơn mài khảm trai, chế biến lâm sản, mộc dân dụng, dệt may, chế biến nông sản thực phẩm.

Một số làng nghề có giá trị sản xuất cao như: làng nghề Sơn Mài Hạ Thái (Thường Tín), làng nghề dệt lụa Vạn Phúc (Hà Đông), làng nghề gốm sứ Bát Tràng, Giang Cao (Gia Lâm), nghề mộc Chàng Sơn (Thạch Thất)...

Tuy nhiên, một số làng nghề sản xuất kinh doanh vẫn còn khó khăn, sản phẩm tồn kho lớn như làng nghề dệt Phùng Xá (Mỹ Đức), may Tam Hiệp (Phúc Thọ) do suy thoái kinh tế, thị trường trong nước tiêu thụ chậm.

4. Kim ngạch xuất khẩu

Tình hình xuất khẩu năm 2012 và 9 tháng đầu năm 2013 vẫn chịu nhiều tác động tiêu cực do tình hình kinh tế trong nước và quốc tế gặp nhiều khó khăn, thách thức, thị trường xuất khẩu bị thu hẹp nhưng các doanh nghiệp, trong đó có các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất làng nghề có nhiều nỗ lực vượt qua khó khăn sau thời kỳ suy thoái kinh tế thế giới. Do vậy, kim ngạch xuất khẩu năm 2012 vẫn tăng trưởng so với cùng kỳ. Năm 2012, kim ngạch xuất khẩu của Hà Nội đạt 10.304 triệu USD (năm 2011, kim ngạch xuất khẩu của Hà Nội đạt 9.782 triệu USD), trong đó hàng TCMN truyền thống 148 triệu USD, dệt may 1.065 triệu USD, giày dép và sản phẩm từ da 185 triệu USD, hàng lâm sản 92 triệu USD, các loại hàng khác 3.862 triệu USD...; 9 tháng đầu năm 2013, kim ngạch xuất khẩu ước đạt 7.680 triệu USD.

Các nhóm hàng xuất khẩu đều tăng trưởng so với cùng kỳ năm 2011, trong đó nhóm hàng thủ công mỹ nghệ, hàng nông sản và các loại hàng khác vẫn duy trì mức tăng trưởng. Một số nhóm hàng có kim ngạch xuất khẩu giảm so với năm 2011 như hàng dệt may, giày dép và sản xuất từ da...

Như vậy, Hà Nội là địa phương có tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu cao trong Vùng đồng bằng Sông Hồng và Bắc Trung bộ. Năm 2012 chiếm tỷ trọng 29,3% trong Vùng góp phần đưa kim ngạch xuất khẩu toàn Vùng đạt hơn 35 tỷ USD.

5. Thu nhập của người lao động

Đến hết tháng 6 năm 2013, thu nhập bình quân khu vực nông thôn ngoài thành Hà Nội đạt 23,712 triệu đồng/người/năm, trong đó thu nhập bình quân của người lao động ở làng nghề đạt khoảng 25 triệu đồng/người/năm. Tuy nhiên, thu

nhập bình quân từng làng nghề ở các quận, huyện, thị xã không đều, các huyện có thu nhập bình quân đạt khá như: Gia Lâm, Đông Anh, Hà Đông... đạt từ 30 - 33 triệu đồng/người/năm. Các huyện đạt dưới 20 triệu đồng/người/năm như: Ba Vì, Mỹ Đức, Sóc Sơn... Ngay tại các làng nghề khác nhau, mức thu nhập của các lao động cũng có sự khác nhau như: nghề nón mũ lá thu nhập lao động bình quân đạt 18,7 triệu đồng/người/năm, nghề gốm sứ thu nhập 46,6 triệu đồng/người/năm.

Như vậy, thu nhập bình quân lao động ở làng nghề cao hơn thu nhập bình quân của lao động thuần nông. Điều này đã làm cho khoảng cách thu nhập giữa lao động làm nghề và lao động thuần nông ngày càng gia tăng. Mặt khác, do thu nhập tăng đời sống nhân dân làng nghề được cải thiện nên tình hình an ninh chính trị tại các làng nghề ổn định hơn so với các làng khác.

6. Thị trường

Chỉ một số ít nghề thủ công nổi tiếng mới tìm được thị trường xuất khẩu còn hầu hết là tiêu thụ trong nước nhưng cũng gặp không ít trở ngại, sản phẩm làng nghề phải đối mặt với hàng loạt sản phẩm nhập khẩu đồng loại giá rẻ, mặt khác sản phẩm của làng nghề hầu hết có chất lượng chưa cao. Trên 80% số làng nghề không được tiếp cận thông tin thị trường trực tiếp, mà hầu hết phải thông qua các trung gian. Người sản xuất ở các làng nghề chỉ thuần túy đáp ứng đơn đặt hàng của các nhà phân phối và khách hàng, chứ không có đủ khả năng hoặc kinh phí để tạo ra các sản phẩm mới. Do đó, thị trường của sản phẩm làng nghề chủ yếu là trong nước (chiếm gần 90%) với các sản phẩm mang tính đặc trưng, mỹ nghệ cao như: lụa tơ tằm, gốm sứ, điêu khắc gỗ xương sừng, đồ gỗ mỹ nghệ, mây tre đan, thêu ren, sơn mài, điêu khắc...

Ngoài ra, thị trường xuất khẩu hàng TCMN truyền thống của ta đã mở rộng sang khoảng hơn 100 nước trên thế giới, trong đó thị trường xuất khẩu lớn nhất là Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Mỹ, Liên minh Châu Âu, Đài Loan, Hồng Kông v.v... Tuy nhiên, hiện nay hầu hết các sản phẩm TCMN xuất khẩu trực tiếp còn gặp nhiều khó khăn, do chất lượng sản phẩm chưa cao, mẫu mã chưa phong phú, hầu hết các sản phẩm chưa có thương hiệu, nhãn mác nên chủ yếu là xuất khẩu qua uỷ thác làm giảm lợi nhuận của các doanh nghiệp và ảnh hưởng đến thu nhập của người lao động.

7. Nguồn nguyên liệu

Với sự phát triển mạnh của làng nghề, nguồn nguyên vật liệu ngày càng cần thiết cho sản xuất với khối lượng lớn và đa dạng. Tuy nhiên, khai thác nguồn nguyên liệu tại chỗ trên địa bàn Thành phố là không đáng kể mà chủ yếu được khai thác tại các địa phương trong cả nước. Đối với một số nghề như chế biến gỗ, khảm trai phải nhập thêm nguyên liệu từ thị trường nước ngoài như: Lào, Campuchia, Đài Loan, Trung Quốc, Hồng Kông, Nam Phi. Một số sản phẩm sản xuất ra từ nguyên liệu trong nước như mây, tre, cỏ tế, sơn mài, dệt lụa, gốm sứ... cũng phải thu mua từ các tỉnh khác, đồng thời phụ thuộc vào thời vụ.

Như vậy, nguyên liệu chính phục vụ cho sản xuất của các làng nghề chưa chủ động được, mặt khác các làng nghề chưa quan tâm để tạo thị trường nguyên

liệu ổn định lâu dài nên chưa có nguồn cung ứng nguyên liệu đảm bảo chất lượng, ổn định.

8. Mặt bằng sản xuất kinh doanh và môi trường làng nghề

Hiện nay diện tích đất dành cho sản xuất của các làng nghề binh quân mới đáp ứng được 25% đến 30%. 70% số nhà xưởng không đáp ứng yêu cầu sản xuất của các hộ. Các nhà xưởng này không đảm bảo yêu cầu về an toàn trong sản xuất và phòng chống cháy nổ, hệ thống thoát chất thải phù hợp gây ảnh hưởng đến môi trường... Vì vậy nhu cầu về mặt bằng để phát triển mở rộng sản xuất tại làng nghề là rất lớn.

Hầu hết các cơ sở sản xuất theo hộ đặt tại nhà và nằm trong khu dân cư nên việc thu gom và xử lý chất thải rất khó khăn; các làng nghề chưa đầu tư bất kỳ giải pháp nào để giảm thiểu ô nhiễm không khí, tiếng ồn, nước thải, bụi, chất thải rắn. Do vậy, môi trường tại một số làng nghề ô nhiễm nghiêm trọng như: ô nhiễm về nguồn nước ở các làng nghề chế biến nông sản thực phẩm, cơ kim khí, chế biến lâm sản...; ô nhiễm không khí tại các làng nghề sắt thép và gốm sứ; ô nhiễm tiếng ồn tại các làng nghề cơ khí, dệt may... Các chất thải rắn chưa được quản lý, thu gom để xử lý vừa gây ô nhiễm môi trường, vừa làm xấu cảnh quan làng nghề.

9. Làng nghề gắn với du lịch

Hà Nội với lịch sử 1.000 năm tuổi, có nhiều danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử đã tạo ra các loại hình du lịch sinh thái, tâm linh, du lịch tìm về cội nguồn... Ngoài những lợi thế về cảnh quan thiên nhiên và nét văn hóa đặc sắc, Hà Nội là nơi hội tụ của hầu hết các nghề trên đất nước Việt Nam như gốm sứ, mỹ nghệ kim hoàn, đồ gỗ mỹ nghệ, khảm trai, sơn mài, mây tre đan... có sức hút đặc biệt đối với du khách, vì mỗi làng lại gắn với nét văn hóa riêng hay một hệ thống di tích lịch sử văn hóa. Du khách đến với làng nghề không những chỉ ngắm cảnh mà còn tham quan nơi sản xuất, trực tiếp tiếp xúc với thợ thủ công, thậm chí còn được trực tiếp tham gia thử làm một vài công đoạn sản xuất các sản phẩm. Trong những năm gần đây du lịch làng nghề trên địa bàn Hà Nội đã được tổ chức và phát triển như các tour du lịch gắn với làng nghề gốm sứ Bát Tràng, mây tre đan Phú Vinh, điêu khắc Thanh Thủy, tạc tượng Sơn Đông, sơn mài Hạ Thái...

Ngoài ra, Hà Nội đã có Phòng trưng bày giới thiệu sản phẩm TCMN làng nghề với diện tích trên 600m², hiện đang trưng bày khoảng 1.000 sản phẩm TCMN của các làng nghề giúp khách du lịch có thể chiêm ngưỡng những sản phẩm từ độc đáo, tinh xảo đến đơn giản của các làng nghề Hà Nội. Phòng trưng bày chính là điểm nhấn, điểm đến giúp các đơn vị lữ hành lưu tâm, từ đó đưa ra chương trình phát triển làng nghề gắn với tour du lịch.

II. TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA LÀNG NGHỀ TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI

Qua khảo sát thực tế, các sản phẩm làng nghề có khả năng xuất khẩu tập trung vào một số nhóm nghề chính như sau:

1. Nhóm sản phẩm sơn mài, khảm trai

Hiện nay, nhóm sản phẩm sơn mài, khảm trai có 39 làng có nghề chiếm khoảng 3% các ngành nghề trên toàn Thành phố tập trung ở các xã Duyên Thái (Thường Tín), xã Chuyên Mỹ (Phú Xuyên)..., trong đó có 11 làng đã được công nhận làng nghề. Nhóm nghề này thu hút 11.125 hộ với 34.490 lao động làm nghề, đạt giá trị 608,73 tỷ đồng, thu nhập bình quân 21,77 triệu đồng/người/năm.

Với lịch sử hơn 200 năm, trước đây sản phẩm sơn mài được biết đến như đồ thờ cúng, tượng Phật. Hiện nay, sản phẩm sơn mài rất đa dạng, gồm các loại khay, hộp, bát, đĩa, lọ hoa, đồ nội thất, tranh sơn, tranh khảm... Chất liệu chính của sơn mài là gỗ, tre, nứa, song mây, gần đây những người thợ sơn mài đã sử dụng thêm các chất liệu mới như composite, gốm sứ..., nhờ đó tạo nên sự độc đáo cho sản phẩm đáp ứng nhu cầu thị trường nước ngoài. Các sản phẩm sơn mài Hà Nội không chỉ được tiêu thụ ở thị trường trong nước như Thành phố Hồ Chí Minh, Huế... mà còn xuất khẩu ra nhiều nước trên thế giới như: Anh, Nhật, Pháp, Italy, Hàn Quốc, Mỹ... Sở dĩ sản phẩm sơn mài của làng nghề Hà Nội được nhiều người ưa chuộng do người thợ sơn mài đã sử dụng sơn ta, pha theo kinh nghiệm truyền thống, tạo nên những sản phẩm sơn mài mịn, có độ bóng sâu, độ bền cao. Tuy nhiên, các sản phẩm xuất khẩu này chủ yếu là các sản phẩm trang trí chứ không phải các sản phẩm truyền thống.

Nghề khảm trai xuất hiện thời Lý cách đây 1000 năm tại làng Chuôn Ngọ (xã Chuyên Mỹ - Phú Xuyên) do ông Trương Công Thành làm tổ nghề... Nét nổi bật của các sản phẩm khảm trai là những vỏ trai, vỏ ốc được khảm xuống gỗ rất khít. Từ tủ, giường, ghế, sập, bình phong được khảm với rất nhiều chi tiết, tinh vi cho đến các sản phẩm đơn giản của cuộc sống như bàn cờ, lọ hoa, hộp đựng giấy, tranh khảm... Theo thời gian và xu thế hội nhập thế giới, những người thợ khảm trai Hà Nội đã từng bước nâng cao tay nghề để sáng tạo ra những mẫu tranh tinh xảo, kỹ thuật hơn như phong cảnh non nước, khắc họa chân dung... đó là những đồ vật trang trí đắt tiền dành cho giới thượng lưu. Hiện nay, sản phẩm khảm trai được tiêu thụ mạnh tại thị trường nội địa, ngoài ra còn được xuất sang các nước Châu Âu, Nhật, Hàn Quốc, Đài Loan, Mỹ, Anh...

Tuy nhiên, thị trường xuất khẩu của nhóm sơn mài, khảm trai chưa ổn định, chất lượng sản phẩm chưa cao, quy mô sản xuất nhỏ, phân tán, chủ yếu là hộ cá thể, thông tin thị trường và môi liên kết trong sản xuất tiêu thụ sản phẩm hạn chế

2. Nhóm sản phẩm mây tre đan

Nhóm nghề mây tre đan phát triển vào thế kỉ XVII tập trung ở các xã Trường Yên, Đông Phương Yên (Chương Mỹ), Bình Phú (Thạch Thất), Cán Hữu (Quốc Oai). Tiêu biểu là: xã Phú Nghĩa (Chương Mỹ) có 7/7 làng duy trì và phát triển nghề với 90% số hộ tham gia; thôn Bằng Sở xã Ninh Sở (Thường Tín) làm nghề từ cách đây 400 năm, đời vua Lê Cảnh Hưng. Hiện nay, nghề phát triển hầu hết ở các huyện với 365 làng, chiếm 27,04% số làng có nghề của Thành phố. Có 83 làng được UBND Thành phố công nhận làng nghề. Năm 2012, ngành nghề này đạt giá trị 1.521,49 tỷ đồng, thu hút 32.768 hộ với 159.900 lao động trong làng nghề, thu nhập bình quân 17,7 triệu đồng/người/năm.

Nguyên liệu chính của các sản phẩm là cây mây, tre, cỏ tẻ được đan thành sản phẩm có giá trị như Vali, bàn ghế, nôi, giỏ, túi mua hàng, tranh, bình phong... đã cung cấp cho thị trường trong nước và nước ngoài như: Liên Bang Nga, Mỹ, Canada, Anh, Pháp, Đức, Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan, Tây Ban Nha... Tuy nhiên, sản phẩm mây tre đan của Việt Nam nói chung và Hà Nội nói riêng khi tiếp cận thị trường nước ngoài đang gặp các đối thủ cạnh tranh đáng gờm như Indônêxia, Thái Lan, Tây Ban Nha về cả mẫu mã, chất lượng, kiểu dáng cũng như kinh nghiệm tiếp thị.

3. Nhóm sản phẩm điêu khắc (chạm, điêu khắc: đá, kim loại, gỗ, xương, sừng)

Đây là những nghề thủ công mỹ nghệ truyền thống có từ lâu đời. Tiêu biểu là làng điêu khắc gỗ Thanh Thủy (Thanh Oai), khắc đá Nhân Hiền (Thường Tín), nghề lược sừng Thuy Ứng (Thường Tín), nghề tạc tượng Sơn Đồng (Hoài Đức), tạc tượng Võ Lãng (Thanh Oai), Chàng Sơn (Thạch Thất), nghề tiện Nhị Khê (Thường Tín), điêu khắc gỗ Vân Hà (Đông Anh). Nguyên liệu chính của nghề này là gỗ, đá, sừng trâu, ngà voi, đồng, bạc... với bàn tay khéo léo của người thợ đã tạo ra sản phẩm thủ công giá trị cho tiêu dùng trong nước và xuất khẩu sang các nước: Nhật Bản, Đài Loan, Hồng Kông, Trung Quốc, một số nước EU. Nhóm nghề này có các sản phẩm đa dạng về mẫu mã, kiểu dáng như: các loại tượng, đồ thờ, sập gụ, tủ chè, giường cao cấp...

Hiện nay, nhóm nghề có 64 làng có nghề trong đó UBND Thành phố đã công nhận 27 làng nghề. Giá trị sản xuất năm 2012 đạt 1.099,83 tỷ đồng, thu hút 13.953 hộ với 65.543 lao động, thu nhập bình quân 26,9 triệu đồng/người/năm.

Theo kết quả khảo sát, số lượng sản phẩm điêu khắc đặc biệt là đồ gỗ được tiêu thụ không chỉ ở Hà Nội mà còn được tiêu thụ ở hầu hết ở các tỉnh, thành phố trong cả nước như Thành phố Hồ Chí Minh, Hải Phòng, Thái Bình, Thanh Hoá,... Ngoài ra, sản phẩm điêu khắc gỗ còn được tiêu thụ ở nhiều nước. Trước thập kỷ 90 của Thế kỷ 20, sản phẩm điêu khắc gỗ chủ yếu được xuất sang Liên Xô cũ và các nước Đông Âu. Gần đây các sản phẩm điêu khắc gỗ bắt đầu được xuất khẩu sang các nước Châu Âu, Mỹ, Australia, Nhật Bản, Đài Loan, Campuchia, Trung Quốc... Ngoài ra, các sản phẩm chạm khắc đá (nổi tiếng là: tượng Phật, tượng danh nhân, bia đá, đồ thờ, đồ mỹ nghệ, chạm trang trí kiến trúc...) là đồ trang trí chứ không phải là các vật dụng hàng ngày. Trong quá trình đô thị hóa, nhiều công trình kiến trúc nghệ thuật lớn, hiện đại được xây dựng; đời sống của một bộ phận nhân dân được nâng cao rõ rệt và việc giao lưu văn hóa - kinh tế với các nước được mở rộng, các sản phẩm chạm khắc đá có cơ hội phát triển mạnh mẽ trong các lĩnh vực trang trí, thiết kế kiến trúc công trình, nội thất.

4. Nhóm sản phẩm thêu, ren

Nghề thêu xuất hiện thời kì Lê Mạc thế kỷ XVI do cụ tổ Lê Công Hành truyền cho làng Quất Động (Thường Tín). Nghề ren được nhập vào nước ta từ thế kỷ XIX ở xã Hạ Mỗ (Đan Phượng). Nhóm nghề thêu ren hiện có 138 làng có nghề chiếm gần 10,22% trong các nghề của Thành phố, tập trung nhiều nhất ở huyện

Thường Tín 63 làng, Phú Xuyên 20 làng, Mỹ Đức 23 làng. Năm 2012 nghề thêu ren có 14.558 hộ thu hút 39.720 lao động, giá trị sản xuất năm đạt 507,68 tỷ đồng. Thu nhập bình quân 18,78 triệu đồng/người/năm. UBND Thành phố đã công nhận 28 làng nghề.

Thời kì đầu, nghề thêu chủ yếu là thêu câu đối, trướng, tàu lọng... ở các đình chùa; các loại khăn chầu; áo ngự, mũ miện cho vua chúa... các sản phẩm thêu thường nặng về giá trị sử dụng và kĩ thuật còn đơn giản. Dần dần, theo nhu cầu của thị trường và tài hoa của người thợ, mẫu mã hàng thêu ngày một phong phú, đa dạng hơn. Hiện nay các sản phẩm thêu, ren chủ yếu là thêu tranh phong cảnh, chân dung, thêu bát vàng (thêu chỉ kim tuyến trên nền vải nhung đỏ)... để phục vụ mục đích trang trí, thưởng thức nghệ thuật. Các sản phẩm thêu như lọng, phướn, họa tiết áo Kimono, ga trải giường, các loại túi sách... không còn được thêu nhiều và chỉ thêu khi có khách hàng đặt thêu. Các sản phẩm thêu được thực hiện trên nền vải cotton, lụa tơ tằm là chính, ít có các sản phẩm thêu trên nền da, nỉ, dạ, len...

Trong thập kỷ 60 của thế kỷ 20, sản phẩm thêu ren được xuất sang các nước Đông Âu. Mặc dù coi thị trường xuất khẩu là thị trường chính, nhưng các hộ gia đình và các doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn về đánh giá thị trường. Hiện nay, sản phẩm thêu ren được dùng làm đồ sinh hoạt hàng ngày để phục vụ cho tiêu dùng trong nước và xuất khẩu sang các nước Nhật, Hồng Kông, Singapo, Đài Loan, Hàn Quốc, Pháp, Ý...

Tuy nhiên, thị trường xuất khẩu hàng thêu ren chưa ổn định, đơn giá, giá thành sản phẩm thấp, quy mô sản xuất nhỏ, phân tán, thiếu thông tin thị trường và liên kết của các doanh nghiệp trong sản xuất. Thu nhập từ nghề thêu thấp lại không ổn định nên nhiều thợ thêu đã bỏ nghề để làm nông nghiệp hoàn toàn hoặc chuyển sang nghề khác.

5. Nhóm sản phẩm dệt may

Nhóm nghề dệt may có từ lâu đời, bao gồm dệt lụa, dệt vải, dệt màn, dệt khăn, dệt len, nghề may áo dài, quần áo. Nghề dệt may với nguyên liệu chính là tơ, vải, len, da... để tạo ra các sản phẩm lụa, đũi, gấm, the, quần áo các loại bằng vải, bằng da đặc biệt với bàn tay khéo léo của người thợ đã tạo ra chiếc áo dài truyền thống của dân tộc. Hiện có 152 làng có nghề chiếm trên 11,26% trong các nghề của Thành phố tập trung ở các huyện Phúc Thọ, Ứng Hoà, Hoài Đức, Mỹ Đức, Phú Xuyên, Thanh Oai, Quốc Oai, Từ Liêm, Gia Lâm. Tính đến hết năm 2012, UBND Thành phố đã công nhận 25 làng nghề thu hút 21.164 hộ, 71.452 lao động. Giá trị sản xuất đạt 1.269,84 tỷ đồng. Thu nhập bình quân trên 18,91 triệu đồng/người/năm.

Hiện nay, thị trường tiêu thụ của các sản phẩm dệt may chủ yếu là thị trường nội địa, một số sản phẩm được xuất khẩu đặc biệt như lụa (Phường Vạn Phúc, Hà Đông), áo dài (Làng Trạch Xá, Ứng Hòa)... đã được giới thiệu ra quốc tế từ thập niên 30 của thế kỷ 20. Hiện nay, các sản phẩm dệt may đã có mặt và được ưa chuộng tại các nước Pháp, Thái Lan, Indonexia... Ngoài ra, các sản phẩm còn được xuất khẩu tại chỗ thông qua khách du lịch đến thăm làng nghề.

Tuy nhiên, sản phẩm dệt may thủ công đang phải cạnh tranh gay gắt với sản phẩm cùng loại của sản xuất công nghiệp, mẫu mã đơn giản, giá công là chủ yếu nên số lượng xuất khẩu không đáng kể.

6. Nhóm sản phẩm gốm sứ

Nghề gốm sứ là nghề truyền thống tập trung chủ yếu tại làng nghề gốm Bát Tràng xuất hiện cách đây 600 năm, làng gốm sứ Kim Lan có từ thế kỷ 16, sau lan sang các xã lân cận như Đa Tốn, Đông Du, Văn Đức. Đến nay, UBND Thành phố đã công nhận 3 làng nghề truyền thống thu hút 3.593 hộ với 20.658 lao động. Giá trị sản xuất đạt 899,20 tỷ đồng, thu nhập bình quân 45,70 triệu đồng/người/năm.

Trên thực tế, Bát Tràng là làng nghề sản xuất gốm sứ sôi động nhất, xuất hiện nhiều mô hình sản xuất mới, có số lượng sản phẩm lớn, nhiều lao động làm thuê, nhiều mối quan hệ trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm trong và ngoài nước. Xã có hơn 1.100 lò gốm, mỗi năm sản xuất 100-120 tỷ đồng hàng hóa, đã xuất hiện hàng trăm chủ trẻ, hàng chục công ty TNHH, doanh thu hàng chục tỷ đồng, có nhiều lô hàng xuất khẩu, đặc biệt được đặt trước từ Hàn Quốc, Nhật Bản. Khách trong, ngoài nước tập nập đến thăm quan, mua hàng. Trong các cửa hàng, có đủ các mẫu gốm sứ từ cổ truyền đến hiện đại của các nước Pháp, Italy, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc.

Đến nay sản phẩm gốm sứ ngày càng đa dạng phong phú và được chia thành hai dòng sản phẩm chính, đó là hàng phục chế cổ và hàng hiện đại theo xu hướng hiện nay. Các sản phẩm dùng phổ biến hàng ngày và tiêu thụ trong nước như: bát, đĩa, ấm, chén, bát hương, các tượng, lọ hoa, các loại bình mỹ thuật vẫn giữ được men ngọc, men rạn... Ngoài ra, thị trường xuất khẩu chính của nhóm sản phẩm gốm sứ là các nước Châu Âu, Hàn Quốc, Đài Loan, Nhật Bản, Hoa Kỳ...

Tuy nhiên, Trung Quốc là quê hương của nghề gốm và các nước Châu Á khác như Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan, Thái Lan... cũng phát triển các sản phẩm gốm của riêng họ nên sản phẩm gốm sứ khi tiếp cận với thị trường nước ngoài cũng gặp không ít khó khăn.

III. VAI TRÒ CỦA CÁC SẢN PHẨM XUẤT KHẨU

Việc phát triển các sản phẩm xuất khẩu của làng nghề có ý nghĩa vô cùng quan trọng đối với sự phát triển kinh tế xã hội của một làng nghề, một vùng nhất định, điều này được thể hiện như sau:

1. Góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông nghiệp nông thôn theo hướng công nghiệp hoá, hiện đại hoá

Phát triển sản xuất sản phẩm xuất khẩu chính là chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn theo hướng CNH, HĐH, chuyển từ lao động nông nghiệp năng suất thấp, thu nhập thấp sang lao động ngành nghề có năng suất và chất lượng cao, thu nhập cao. Sự phát triển các sản phẩm xuất khẩu trên địa bàn Hà Nội đã mở rộng quy mô sản xuất, thu hút nhiều lao động đã góp phần làm chuyển dịch cơ cấu lao động sang làm công nghiệp và dịch vụ và giảm dần lao động nông nghiệp. Chính làng nghề sản xuất sản phẩm xuất khẩu đã hình thành các trung tâm buôn bán, trao

đổi hàng hoá, dần dần trở thành các trung tâm dân cư, các thị trấn, thị tứ và từng bước đô thị hoá.

Những làng nghề nói chung và làng nghề sản xuất sản phẩm xuất khẩu nói riêng đã có tác động tích cực tới sản xuất nông nghiệp, góp phần chuyển dịch cơ cấu trong nội bộ ngành nông nghiệp.

2. Góp phần giải quyết việc làm, tăng thu nhập cho người lao động

Sản phẩm xuất khẩu của làng nghề rất quan trọng, nó là một bộ phận hợp thành của công nghiệp nông thôn, được coi là động lực trực tiếp giải quyết việc làm cho người lao động, đồng thời góp phần làm tăng thu nhập cho người lao động nông thôn. Hiện nay, nhiều làng nghề sản xuất hàng xuất khẩu của Hà Nội đã thu hút trên 70% lao động sản xuất phi nông nghiệp của làng, hạn chế số lao động di dời từ nông thôn ra thành thị tìm việc làm, đem lại giá trị sản xuất vượt trội so với nông nghiệp, thu nhập từ làm nghề của dân cư có chiếm tới 70 - 80% tổng thu nhập.

Theo kết quả khảo sát, bình quân mỗi cơ sở sản xuất hàng xuất khẩu tạo việc làm ổn định cho 27 lao động thường xuyên và 8 - 10 lao động thời vụ, mỗi hộ chuyên làm nghề tạo việc làm cho 4 - 6 lao động thường xuyên và 2 - 5 lao động thời vụ. Đặc biệt nghề dệt, may, thêu ren, mỗi cơ sở có thể thu hút 30 - 50 lao động, cá biệt có những cơ sở có hàng trăm lao động. Nhiều làng nghề sản xuất hàng xuất khẩu không những thu hút một lực lượng lao động lớn ở địa phương mà còn tạo việc làm cho hàng nghìn lao động nơi khác đến làm thuê như nghề gốm sứ Bát Tràng (Gia Lâm), đan cỏ tế xã Phú Túc, khảm trai xã Chuyên Mỹ (Phú Xuyên),... Sự phát triển các sản phẩm xuất khẩu của làng nghề kéo theo dịch vụ cung cấp nguyên vật liệu, chuyên chở, kinh doanh hàng hoá, phục vụ ăn uống tại các làng nghề phát triển tạo ra nhiều việc làm cho người lao động và góp phần phân công lại lực lượng lao động ở nông thôn. Việc mở rộng thị trường xuất khẩu sản phẩm truyền thống là nhân tố quan trọng để kích thích sản xuất, tạo việc làm, tăng thu nhập cho hàng triệu lao động thủ công chuyên nghiệp và nhàn rỗi.

3. Thu hút vốn nhàn rỗi, tận dụng thời gian và lực lượng lao động, hạn chế di dân tự do

Khác với một số ngành nghề công nghiệp, phát triển sản phẩm xuất khẩu trong làng nghề không đòi hỏi số vốn đầu tư lớn, bởi rất nhiều nghề chỉ cần công cụ thủ công, thô sơ do thợ thủ công tự sản xuất được. Đặc điểm của sản xuất trong các làng nghề là quy mô nhỏ, cơ cấu vốn và lao động ít nên rất phù hợp với khả năng huy động vốn và các nguồn lực vật chất của các hộ gia đình, đó là lợi thế để các làng nghề có thể huy động các loại vốn nhàn rỗi trong dân vào hoạt động SXKD. Mặt khác, do đặc điểm sản xuất sử dụng lao động thủ công là chủ yếu, nơi sản xuất cũng chính là nơi ở của người lao động nên bản thân nó có khả năng tận dụng và thu hút nhiều lao động, từ lao động thời vụ nông nhàn đến lao động trên hay dưới độ tuổi lao động. Trẻ em vừa học và tham gia sản xuất dưới hình thức học nghề hay giúp việc. Lực lượng này chiếm một tỷ lệ đáng kể trong tổng số lao động làm nghề. Phát triển sản xuất sản phẩm xuất khẩu nói riêng theo phương

châm “ly nông, bất ly hương” không chỉ có khả năng giải quyết việc làm, nâng cao thu nhập cho người lao động mà còn có vai trò tích cực trong việc hạn chế dòng di dân tự do ra đô thị.

4. Góp phần tăng khối lượng hàng hoá xuất khẩu và phát triển dịch vụ du lịch

Với quy mô nhỏ bé, được phân bố rộng khắp ở các vùng nông thôn, hàng năm các làng nghề sản xuất hàng xuất khẩu luôn sản xuất ra một khối lượng sản phẩm hàng hóa khá lớn, đóng góp đáng kể cho nền kinh tế quốc dân nói chung và cho từng địa phương nói riêng. Kim ngạch xuất khẩu của các mặt hàng xuất khẩu tăng nhanh qua các năm và thị trường xuất khẩu được mở rộng ra nhiều quốc gia trên thế giới trong đó có Mỹ, Nhật Bản và một số nước châu Âu, châu Á khác. Năng lực SXKD của các làng nghề là yếu tố quan trọng thúc đẩy phát triển sản xuất hàng hóa ở nông thôn. Mỗi sản phẩm xuất khẩu của làng nghề đều có những kiểu dáng đặc sắc, thể hiện những quan niệm về thẩm mỹ, tư tưởng, đặc điểm nhân văn, trình độ khoa học kỹ thuật rất độc đáo, chứa đựng những tinh hoa văn hóa của dân tộc, đóng góp vào kho tàng văn hóa của nhân loại, làm phong phú thêm văn hóa thế giới. Thông qua các mặt hàng xuất khẩu, chúng ta đã giới thiệu với bạn bè thế giới những sản phẩm độc đáo mang dấu ấn văn hóa truyền thống.

Mặt khác, Hà Nội có tiềm năng về phát triển du lịch lớn lại có nhiều làng nghề truyền thống. Vì vậy việc gắn kết các tour du lịch đến với các làng nghề để khách du lịch tham quan, với những mặt hàng lưu niệm phong phú sẽ tăng thêm chất lượng của tour du lịch, qua đó quảng bá các sản phẩm làng nghề đồng thời góp phần thúc đẩy ngành dịch vụ, du lịch phát triển.

5. Phát huy nội lực địa phương, phát triển kinh tế - xã hội, bảo tồn và phát huy các giá trị văn hoá truyền thống

Sản phẩm của các làng nghề truyền thống là sự kết tinh của lao động vật chất và lao động tinh thần, được tạo nên bởi bàn tay tài hoa và óc sáng tạo của người thợ thủ công. Các sản phẩm xuất khẩu của làng nghề chứa đựng những phong tục, tập quán, tín ngưỡng... mang sắc thái riêng có của dân tộc Việt Nam. Nhiều sản phẩm làng nghề có giá trị nghệ thuật cao, trong đó hàm chứa những nét đặc sắc, những sắc thái riêng, đặc tính riêng của mỗi làng nghề và được coi là biểu tượng nghệ thuật truyền thống của dân tộc, minh chứng sự thịnh vượng của Quốc gia, cũng như thể hiện những thành tựu, phát minh mà con người đạt được. Phát triển các sản phẩm xuất khẩu tạo điều kiện khai thác thế mạnh của địa phương về nguồn lực (lao động, thiết bị máy móc, tiền vốn) để tập trung cho SXKD theo quy mô hộ gia đình, tổ sản xuất, hợp tác xã, các loại hình công ty,... Trong quá trình phát triển sẽ tạo ra đội ngũ lao động có tay nghề cao, lớp nghệ nhân mới có trình độ để tiếp thu, ứng dụng những tiến bộ về công nghệ tiên tiến sản xuất ra những sản phẩm có giá trị cao, giá thành hạ, khả năng cạnh tranh thị trường lớn đáp ứng dần với hội nhập kinh tế thế giới. Phát triển các nghề TCMN đã tạo ra một nguồn tích lũy khá lớn và ổn định cho ngân sách địa phương cũng như cho các hộ gia đình. Ở những vùng có nhiều ngành nghề phát triển thường hình thành nên một

trung tâm giao lưu buôn bán, dịch vụ và trao đổi hàng hóa. Những trung tâm này ngày càng được mở rộng và phát triển, tạo nên một sự đổi mới trong nông thôn. Việc phát triển các sản phẩm xuất khẩu của làng nghề sẽ tăng thêm sức mạnh cội nguồn, tăng giá trị văn hoá truyền thống của Việt Nam đối với bạn bè thế giới. Điều đó không gì khác là giữ gìn và phát huy một bộ phận của nền văn hoá - văn minh nhân loại, làm tăng những giá trị văn hoá truyền thống trong một thế giới đa phương tiện thông tin và đầy biến động.

IV. NHỮNG TỒN TẠI, KHÓ KHĂN

1. Khó khăn và tồn tại

- Mặc dù đã có những chính sách hỗ trợ vốn vay cho các cơ sở sản xuất trong đó có sản xuất hàng xuất khẩu nhưng các làng nghề, các cơ sở sản xuất không tiếp cận được với các nguồn vốn hỗ trợ, ưu đãi.
- Các sản phẩm xuất khẩu có sức cạnh tranh kém, thường bị ép giá trên thị trường ngay cả thị trường nội địa của các sản phẩm cùng loại. Công tác quảng bá và phát triển thương hiệu chưa mạnh, quy mô nhỏ. Các cơ sở sản xuất chưa có đủ khả năng để xuất khẩu trực tiếp mà chủ yếu xuất khẩu qua khâu trung gian.
- Sản phẩm xuất khẩu của các làng nghề có chất lượng không đồng đều, trình độ thẩm mỹ chưa cao, mẫu mã chưa được đổi mới thường xuyên. Chủ yếu sản xuất theo các mẫu thiết kế của khách hàng nước ngoài.
- Việc phát triển nghề và làng nghề còn mang tính tự phát, phân tán, thiếu tính bền vững, chủ yếu là hộ gia đình nên đầu tư, cải tiến và áp dụng công nghệ còn khó khăn.
- Hệ thống hạ tầng tại hầu hết các làng nghề đều chưa đạt yêu cầu như: đường giao thông đã xuống cấp, hệ thống điện ở một số nơi chưa đáp ứng được nhu cầu sản xuất và sinh hoạt, hệ thống cấp thoát nước thiếu đồng bộ... Mặt bằng sản xuất chật hẹp, nhiều cơ sở sản xuất trong làng nghề có nhu cầu về mặt bằng để xây dựng nhà xưởng mở rộng sản xuất nhưng gặp khó khăn. Tình trạng ô nhiễm môi trường ngày càng tăng cả về nguồn nước, không khí, tiếng ồn đã ảnh hưởng đến đời sống nhân dân. Các thiết bị phòng chống cháy nổ, trang thiết bị an toàn lao động chưa được chú trọng.
- Nguyên liệu phục vụ cho sản xuất làng nghề gặp khó khăn do nguồn nguyên liệu tại chỗ đáp ứng ở mức độ rất hạn chế, phụ thuộc vào nguồn nguyên liệu từ nơi khác, chưa có chợ đầu mối cung cấp nguyên liệu, phụ liệu.

2. Nguyên nhân

- Quy mô sản xuất của làng nghề đặc biệt là các làng nghề sản xuất hàng xuất khẩu còn nhỏ lẻ, phân tán, hầu hết các hộ sản xuất ngay tại nhà.
- Nguồn vốn đầu tư cho khu vực sản xuất làng nghề còn hạn chế.
- Nguồn lao động dành cho làng nghề thiếu, không ổn định, kỹ thuật lao động kém, tỷ lệ luân chuyển lao động giữa các ngành nghề cao.

- Trình độ công nghệ lạc hậu, chủ yếu sử dụng máy móc đơn giản, lỗi thời.
- Chưa có chiến lược quảng bá chung cho các sản phẩm làng nghề; chưa khai thác triệt để loại hình du lịch gắn với làng nghề.
- Năng lực thiết kế sản phẩm kém; chưa có hoạt động nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới cho các làng nghề.
- Hạ tầng kỹ thuật chưa được quan tâm đầu tư đồng bộ. Mặt bằng dành cho làng nghề ngày càng bị hạn chế do tốc độ đô thị hóa cao. Ý thức bảo vệ môi trường của người dân chưa tốt.
- Vai trò của các hội, hiệp hội ngành nghề chưa cao, chưa gắn kết được mối quan hệ giữa các hội viên. Thiếu sự liên doanh, liên kết giữa các làng nghề có cùng loại sản phẩm để tạo ra sức cạnh tranh trên thị trường trong nước và xuất khẩu.
- Nguồn nguyên liệu thô dùng cho 1 số làng nghề khan hiếm, hầu hết nhập từ các tỉnh khác và từ nước ngoài.

PHẦN THỨ HAI NỘI DUNG PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA LÀNG NGHỀ HÀ NỘI

I. TIỀM NĂNG XUẤT KHẨU CỦA CÁC SẢN PHẨM LÀNG NGHỀ

1. Tiềm năng về lực lượng lao động

Hiện nay, toàn Thành phố có 149 “Nghệ nhân Hà Nội” với gần 100 nghệ nhân đang hoạt động nghề, trong đó có 01 nghệ nhân nhân dân, 13 nghệ nhân ưu tú, hàng nghìn thợ giỏi được khách hàng và đồng nghiệp các địa phương đánh giá cao nhiệt tình truyền nghề, dạy nghề cho thế hệ trẻ.

Bên cạnh đó Hà Nội hiện có 77 trường đại học và cao đẳng, 45 trường trung học chuyên nghiệp và 279 trường công nhân kỹ thuật, đặc biệt trên địa bàn còn có các trường mỹ thuật. Tỷ lệ lao động qua đào tạo đạt 45%, trong đó lao động qua đào tạo nghề đạt 23% ... là tiềm năng rất lớn để các làng nghề phát triển với nguồn nhân lực rất dồi dào có khả năng tiếp thu nhanh, cần cù, sáng tạo.

2. Yếu tố truyền thống của các ngành nghề và làng nghề

Hà Nội có hàng trăm làng nghề truyền thống, các làng nghề này đã có một quá trình phát triển hàng trăm năm và hết sức phong phú mang đặc tính riêng và gắn với truyền thống lịch sử văn hóa như làng nghề gốm sứ Bát Tràng hình thành cách đây 600 năm, làng nghề sơn mài Hạ Thái, mây tre đan Phú Vinh hình thành cách đây 400 năm, làng nghề khảm trai Chuôn Ngọ hình thành cách đây 1000 năm, làng nghề dệt lụa Vạn Phúc hình thành cách đây 1200 năm.

Các sản phẩm thủ công mỹ nghệ truyền thống của Hà Nội đa dạng, phong phú về chủng loại mẫu mã, đặc biệt có những sản phẩm mang tính riêng biệt đặc thù mà chỉ ở Hà Nội mới có như sản phẩm gốm sứ Bát Tràng, dát vàng bạc quý Kiều Ky, lụa Vạn Phúc, đúc đồng Ngũ Xã, Tò He Xuân La... Các sản phẩm đã có mặt ở nhiều nơi và được các nước, các tổ chức, cá nhân đánh giá cao cả về chất lượng kỹ thuật, mỹ thuật.

3. Tiềm năng về thị trường

a. Thị trường nước ngoài

Hiện nay, thị trường quốc tế đang được mở rộng đối với các sản phẩm truyền thống của Việt Nam, nhu cầu về thị hiếu của người nước ngoài (đặc biệt là Mỹ và khối EU) hướng vào hàng thủ công mỹ nghệ có nguyên liệu xuất xứ từ thiên nhiên, đặc biệt với các nhóm mặt hàng trang trí nội thất, trang sức và hàng quà tặng. Nhu cầu của các khách hàng trên thế giới nhìn chung hướng đến những sản phẩm mang đậm bản sắc dân tộc, có độ tinh xảo và khéo léo trong sản phẩm. Đó là những sản phẩm không sản xuất hàng loạt trên các thiết bị công nghiệp mà sản xuất thủ công truyền thống, mang bản sắc văn hoá riêng của một quốc gia hoặc vùng lãnh thổ, nơi mà chúng được sản xuất. Nói cách khác, nhu cầu về các sản phẩm thủ công mỹ nghệ truyền thống đang có xu hướng tăng lên ở các nước công nghiệp phát triển và lan sang các nước công nghiệp và các nước đang phát triển.

Mặt khác, việc đẩy nhanh quá trình hội nhập kinh tế quốc tế cũng như nhiều nỗ lực trong xúc tiến thương mại của Việt Nam mở ra một triển vọng rất khả quan trong xuất khẩu của Việt Nam những năm tới, tiềm năng thị trường thế giới về hàng thủ công mỹ nghệ còn rất lớn với các nhóm sản phẩm chính là: mây tre đan, gốm sứ, hàng dệt kim, hàng thêu tay, hàng sơn mài, điêu khắc...

Về thị trường xuất khẩu: Theo đề án phát triển xuất khẩu của Bộ Công thương: Xuất khẩu thủ công mỹ nghệ của Việt Nam chỉ chiếm 1,5% kim ngạch nhập khẩu của Mỹ; 1,7% của Nhật và 5,4% của EU; Do đó Mỹ là thị trường có nhu cầu lớn về hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam có nhu cầu lớn về hàng gốm sứ nghệ thuật., dự báo sẽ chiếm khoảng 20 - 25% kim ngạch xuất khẩu sản phẩm thủ công mỹ nghệ của các làng nghề Hà Nội. Thị trường EU có nhu cầu lớn về các sản phẩm gỗ (bao gồm cả gỗ dân dụng và gỗ mỹ nghệ); gốm sứ mỹ nghệ, mây tre đan... Thị trường Nhật Bản cũng có nhu cầu lớn về sản phẩm gỗ, gốm sứ mỹ nghệ. Thị trường Đài Loan, Hàn Quốc, Trung Quốc, Hồng Kông có nhu cầu lớn về sản phẩm gỗ dân dụng và gỗ mỹ nghệ, đá mỹ nghệ, mây tre đan. Bên cạnh đó có thể khai thác các thị trường mới như Nam Mỹ, Trung Đông, Nga và các nước EU.

Như vậy, thị trường hàng hóa của làng nghề có tỷ lệ xuất khẩu ngày càng tăng sang các nước Mỹ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc, Hồng Kông, Trung Đông... nhất là các sản phẩm thủ công mỹ nghệ truyền thống (như gỗ mỹ nghệ, gốm sứ, mây tre đan...). Tuy nhiên các sản phẩm của các làng nghề phải cạnh tranh gay gắt với hàng nhập khẩu của Trung Quốc, Thái Lan, Indonesia, Malaysia...

b. Tính cạnh tranh trong khu vực

Trên quan điểm xếp hạng về tính cạnh tranh, mỗi quốc gia có một thế mạnh riêng, Trung Quốc đứng đầu bảng về các nghề gốm sứ, dệt lụa, Myanmar đứng đầu về mây tre đan chất lượng cao, Indonesia đứng đầu về đan bẹ chuối, lục bình và nội thất mây tre. Việt Nam hiện đang đứng đầu ở các mặt hàng mây tre đan chất lượng thấp và trung bình, gỗ mỹ nghệ, sơn mài và thêu ren, đứng thứ hai về gốm sứ, đứng thứ 3 về đan bẹ chuối, lục bình, nội thất mây tre, dệt lụa và đứng thứ 4 về mây tre đan chất lượng cao.

Trong những năm tới, ưu thế cạnh tranh chưa hề có dấu hiệu thay đổi. Trung Quốc tiếp tục dựa vào thế mạnh của cơ khí hóa quá trình sản xuất để nâng cao tính cạnh tranh các nhóm hàng, Indonesia tiếp tục tập trung phát triển hàng mây tre nội thất, Philippine vẫn coi trọng thiết kế là chiến lược để giữ vững vị trí số 1 trong thị trường hàng thủ công cao cấp... vì vậy, các làng nghề của thủ công Việt Nam vốn dĩ đang thiên về sản xuất các mặt hàng giá rẻ với số lượng lớn, cung cấp chủ yếu cho một số nhà bán lẻ lớn như Ikea (Thụy Điển), Wal - Mart và Peer 1 Import (Mỹ)... sẽ tiếp tục chịu sức cạnh tranh rất lớn từ các nước trong khu vực. Hơn nữa, kỳ vọng của người tiêu dùng ngày càng muốn sử dụng các sản phẩm chất lượng cao, có tính thẩm mỹ song giá thành rẻ... cũng tạo nên một sức ép để đào thải một số mặt hàng không có tính cạnh tranh thực sự.

4. Tiềm năng về du lịch làng nghề

Hà Nội có vị trí địa lý và điều kiện tự nhiên đa dạng, đặc biệt có nền văn hoá lâu đời với 1000 năm Thăng Long lịch sử, có nhiều di tích được xếp hạng cấp quốc gia, nhiều danh lam thắng cảnh nổi tiếng đã tạo ra nhiều địa điểm cho du lịch để Hà Nội trở nên hấp dẫn đối với du khách trong, ngoài nước.

Ngoài những lợi thế về cảnh quan thiên nhiên và nét văn hóa dân tộc đặc sắc, làng nghề truyền thống cũng có sức hút đặc biệt đối với du khách bởi mỗi làng lại gắn với một vùng văn hóa hay một hệ thống di tích lịch sử, văn hóa. Đến với làng nghề du khách không chỉ được ngắm cảnh quan mà còn được tham quan nơi sản xuất, trực tiếp được tiếp xúc với những người thợ thủ công, thậm chí còn được trực tiếp tham gia làm ra sản phẩm.

Phát triển làng nghề kết hợp với du lịch góp phần thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa tại chỗ, tạo thêm việc làm và thu nhập. Hơn nữa phát triển làng nghề còn giúp cho ngành du lịch quảng bá được hình ảnh của đất nước ra nước ngoài thông qua các sản phẩm của các làng nghề truyền thống.

II. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CỦA LÀNG NGHỀ

Có nhiều nhân tố khác nhau tác động đến việc phát triển các sản phẩm xuất khẩu của các làng nghề, cụ thể:

1. Nhu cầu thị trường đối với các sản phẩm xuất khẩu của làng nghề

Sự tồn tại và phát triển của các làng nghề sản xuất sản phẩm xuất khẩu phụ thuộc rất lớn vào khả năng đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng, phong phú và thường xuyên biến đổi của thị trường. Những làng nghề có khả năng thích ứng với sự thay đổi nhu cầu của thị trường thường có sự phát triển nhanh chóng. Ngay cả trong mỗi một nghề, cũng có những làng nghề phát triển, trong khi một số làng nghề khác lại không phát triển được, do sản phẩm làm ra chỉ là những sản phẩm truyền thống, ít chú ý đến sự thay đổi kiểu dáng, mẫu mã, chất lượng và giá cả nhằm đáp ứng được sự thay đổi thị hiếu của người tiêu dùng trên thị trường.

Hiện nay, thị trường hàng thủ công mỹ nghệ xuất khẩu ngày càng cạnh tranh quyết liệt, bởi vậy sản phẩm cần phải được sáng tạo, đổi mới theo xu hướng mới nhất để tạo ra bản sắc riêng của mỗi làng nghề, doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, trong đó yếu tố cá tính, phẩm chất riêng đặc biệt quan trọng, làm cho sản phẩm trở nên độc đáo.

2. Cơ chế chính sách về phát triển nghề, làng nghề sản xuất hàng xuất khẩu

Cơ chế chính sách của Nhà nước có ảnh hưởng rất lớn đến sự tồn tại, phát triển hay suy vong của các làng nghề nói chung và làng nghề sản xuất hàng xuất khẩu nói riêng. Chính sách mở cửa hội nhập nền kinh tế nước ta với khu vực và thế giới làm cho một số sản phẩm làng nghề có điều kiện phát triển và mở rộng được thị trường, nhất là hàng thủ công mỹ nghệ, nhưng cũng tạo điều kiện cho hàng hóa nước ngoài tràn vào thị trường trong nước, làm cho sản phẩm của các làng nghề khó có thể cạnh tranh nổi với sản phẩm ngoại nhập, làm hạn chế sự phát triển của

một số làng nghề. Trong quá trình CNH, HĐH đất nước, nếu không có chính sách phát triển hợp lý đối với sự kết hợp giữa đại công nghiệp với TTCN thì các làng nghề sản xuất sản phẩm xuất khẩu cũng khó có điều kiện phát triển.

3. Cơ sở hạ tầng

Sự phát triển của các làng nghề nói chung và các làng nghề sản xuất sản phẩm xuất khẩu nói riêng chịu ảnh hưởng rất lớn bởi hệ thống giao thông, cung cấp điện, cấp thoát nước, trong việc đưa máy móc, thiết bị, công nghệ hiện đại để đổi mới công nghệ cổ truyền, làm tăng năng suất lao động, tăng sức cạnh tranh của sản phẩm làng nghề và làm giảm thiểu ô nhiễm môi trường ở các làng nghề.

Mạng lưới bưu chính viễn thông phát triển giúp cho các làng nghề sản xuất sản phẩm xuất khẩu nắm bắt kịp thời, nhanh chóng, chính xác những thông tin về thị hiếu, giá cả, mẫu mã, chất lượng, quy cách sản phẩm trên thị trường, theo đó, có những ứng xử phù hợp đáp ứng nhu cầu của thị trường. Bên cạnh đó, hệ thống cửa hàng, cửa hiệu, nhà trưng bày, giới thiệu sản phẩm... cũng là những nhân tố tích cực giúp việc tiêu thụ sản phẩm nhanh, phát triển mạnh các làng nghề TCMN sản xuất sản phẩm xuất khẩu.

4. Trình độ kỹ thuật và công nghệ

Trình độ kỹ thuật và công nghệ sản xuất có ảnh hưởng rất quan trọng đối với bất kỳ ngành nghề nào, sản phẩm nào. Nó ảnh hưởng trực tiếp đến năng suất lao động, chất lượng và giá thành sản phẩm, đến năng lực cạnh tranh của các sản phẩm. Hiện nay, phần lớn các cơ sở sản xuất ở các làng nghề sản xuất hàng xuất khẩu vẫn sử dụng thiết bị thủ công, công nghệ cổ truyền chủ yếu dựa vào kinh nghiệm có tính chất cha truyền con nối trong từng hộ gia đình là chính. Bởi vậy, sản phẩm sản xuất ra với năng suất, số lượng và chất lượng sản phẩm thấp kém, không đồng bộ, giá thành cao, hạn chế khả năng cạnh tranh của các sản phẩm làng nghề. Để đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm, đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng trong nước và xuất khẩu, các cơ sở sản xuất kinh doanh trong các làng nghề không thể không đổi mới trang thiết bị, cải tiến áp dụng một số tiến bộ khoa học công nghệ vào các lĩnh vực sản xuất.

5. Vốn phát triển sản xuất kinh doanh

Sự phát triển của các làng nghề sản xuất hàng xuất khẩu cũng không nằm ngoài sự ảnh hưởng của nhân tố vốn sản xuất. Trước đây, vốn của các hộ sản xuất kinh doanh trong các làng nghề này rất nhỏ bé, thường là vốn tự có của từng gia đình hoặc vay mượn của bà con họ hàng, láng giềng, nên quy mô sản xuất không được mở rộng. Ngày nay, trong điều kiện của nền kinh tế thị trường cạnh tranh khốc liệt, nhu cầu về vốn đã khác trước, đòi hỏi các hộ SXKD trong các làng nghề sản xuất hàng xuất khẩu phải có lượng vốn khá lớn để đầu tư, cải tiến công nghệ, đưa thiết bị, máy móc tiên tiến vào một số khâu, công đoạn, công việc có thể thay thế kỹ thuật lao động thủ công, nhằm nâng cao năng suất lao động, chất lượng sản phẩm.

6. Nguyên vật liệu

Yếu tố nguyên vật liệu cũng có ảnh hưởng không nhỏ đến các làng nghề sản xuất hàng xuất khẩu. Khối lượng, chủng loại, phẩm cấp và khoảng cách từ cơ sở sản xuất tới nơi có nguồn nguyên vật liệu ảnh hưởng tới chất lượng và giá thành sản phẩm của các cơ sở sản xuất. Cho nên, các làng nghề sản xuất hàng xuất khẩu thường chú ý nhiều đến yếu tố nguyên vật liệu. Trước đây, phần lớn các làng nghề được hình thành do có nguồn nguyên vật liệu tại chỗ. Hiện nay, nguồn nguyên liệu tại chỗ của nhiều làng nghề sản xuất hàng xuất khẩu đã cạn kiệt, phải vận chuyển từ những nơi khác về, điều kiện khai thác, vận chuyển có ảnh hưởng tới việc đảm bảo nguồn nguyên liệu cung cấp cho các làng nghề. Trong điều kiện khoa học và công nghệ phát triển, nguyên vật liệu cho các làng nghề ngày càng phong phú, đa dạng và có thể dùng nguyên liệu thay thế. Vì vậy, vấn đề chọn lựa và sử dụng các loại nguyên vật liệu hợp lý, đa dạng hóa, giá rẻ, bảo đảm cho quy trình sản xuất có chất lượng cao, giá thành hạ là điều cần được quan tâm.

7. Yếu tố truyền thống

Đây là nhân tố quan trọng không chỉ chi phối các hoạt động sản xuất kinh doanh mà còn chi phối cả tiêu dùng và đời sống của cư dân tại các làng nghề nói chung, làng nghề sản xuất sản phẩm xuất khẩu nói riêng. Sự ổn định của các làng nghề là điều kiện tạo ra truyền thống và truyền thống lại góp phần làm cho làng nghề ổn định hơn.

Tuy nhiên, yếu tố truyền thống có những tác động trái ngược nhau tới sự phát triển của làng nghề. Một mặt, yếu tố truyền thống có tác dụng bảo tồn những nét đặc trưng của từng làng nghề, làm cho sản phẩm có tính độc đáo, tiêu biểu, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc, tính mỹ thuật, nghệ thuật cao. Mặt khác, yếu tố truyền thống cũng phần nào cản trở việc vận dụng khoa học và công nghệ hiện đại vào các công đoạn sản xuất.

III. BÀI HỌC KINH NGHIỆM

Từ thực tiễn phát triển làng nghề ở một số nước và các tỉnh trong nước, có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm đối với việc phát triển các sản phẩm xuất khẩu của làng nghề Hà Nội như sau:

- Cần phải có sự hỗ trợ tích cực của Nhà nước: Đó là sự hỗ trợ bằng việc ban hành những quy định pháp chế, tạo môi trường pháp lý thuận lợi cho sản xuất kinh doanh, đồng thời hỗ trợ về tài chính và tiếp cận nguồn vốn, tạo nền tảng và động lực cho các doanh nghiệp trong ngành TTCN phát triển.

- Phải xuất phát từ nhu cầu thị trường, sản phẩm phải đáp ứng được các yêu cầu cơ bản của thị trường: Đó là thường xuyên được cải tiến về mẫu mã, hình thức, chủng loại để những sản phẩm được đưa ra thị trường có chất lượng, giá cả hợp lý, đảm bảo tính truyền thống đặc trưng của sản phẩm.

- Cần chú trọng đào tạo, bồi dưỡng chuyên môn, kỹ thuật cho lao động tại các làng nghề TCMN sản xuất sản phẩm xuất khẩu.

- Áp dụng công nghệ mới, hiện đại để nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm, hạn chế ô nhiễm môi trường tại các làng nghề.

- Tiếp tục thành lập và phát huy vai trò của các tổ chức, hiệp hội ngành nghề trong phát triển sản xuất kinh doanh.

- Phải gắn kết phát triển làng nghề truyền thống với phát triển du lịch nhằm nâng cao thu nhập của làng nghề, mở rộng thị trường và quảng bá cho sản phẩm TCMN.

- Chú trọng xây dựng kết cấu hạ tầng, nhất là đầu tư vào giao thông, điện, thông tin liên lạc..., từ đó tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tại làng nghề tiếp cận với các điều kiện SXKD hiện đại và mở rộng thị trường.

IV. QUAN ĐIỂM, ĐỊNH HƯỚNG

1. Quan điểm

- Phát triển sản phẩm xuất khẩu của làng nghề Hà Nội phải gắn liền với quy hoạch, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của Thủ đô, quy hoạch phát triển nghề và làng nghề Hà Nội, trong đó chú trọng đến quy hoạch phát triển các khu, cụm công nghiệp, khu đô thị mới và các tuyến đường giao thông.

- Phát triển sản phẩm xuất khẩu của làng nghề Hà Nội phải gắn với bảo tồn, khôi phục bản sắc văn hóa dân tộc và truyền thống 1000 năm Thăng Long - Hà Nội.

- Phát triển các sản phẩm xuất khẩu của làng nghề phải xuất phát từ tiềm năng và nhu cầu thị trường, nhu cầu của xã hội đối với mỗi nghề.

- Trong phát triển các sản phẩm xuất khẩu của làng nghề Hà Nội cần chú trọng kết hợp truyền thống với việc ứng dụng khoa học, kỹ thuật tiên tiến vào các công đoạn sản xuất.

- Phát triển, mở rộng sản xuất sản phẩm xuất khẩu của các làng nghề phải đảm bảo cân bằng sinh thái và bảo vệ môi trường, duy trì chất lượng sống khu vực dân cư tại địa phương có làng nghề.

- Phát triển các sản phẩm xuất khẩu cần hướng vào các ngành nghề có tiềm năng là các làng nghề truyền thống, các làng nghề TCMN mới có nguyên liệu tại chỗ hoặc dễ khai thác, có sẵn các điều kiện để có thể sản xuất ngay, có thị trường, có thể tận dụng được nhiều lao động thuộc nhiều lứa tuổi.

- Phát triển sản phẩm xuất khẩu của làng nghề Hà Nội cần gắn với phát triển du lịch, tạo thành các Tour du lịch hấp dẫn, thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế đến với làng nghề, sử dụng sản phẩm và dịch vụ của làng nghề.

2. Định hướng

- Tăng cường khả năng tiếp cận và mở rộng thị trường nước ngoài thông qua hình thức quảng bá thương hiệu sản phẩm trên các phương tiện thông tin (đài, báo, internet...), triển lãm, hội chợ quốc tế, tổ chức nghiên cứu, nắm bắt và cung cấp thông tin về thị trường như các thông tin chủng loại, mẫu mã, chất lượng và giá cả hàng hoá.

- Quan tâm, đẩy mạnh công tác thiết kế, sáng tác mẫu mã đáp ứng nhu cầu và thị hiếu của khách hàng, chú trọng đến những thị trường tiềm năng. Tăng cường sự hỗ trợ có hiệu quả của các cơ quan thương vụ Việt Nam tại nước ngoài.

- Liên doanh, liên kết với một số tỉnh để nhận cung cấp nguyên liệu thô và nguyên liệu sơ chế cung cấp cho các làng nghề. Hình thành các vùng nguyên vật liệu tập trung, tiêu chuẩn hoá các loại nguyên liệu để đảm bảo chất lượng sản phẩm và tiết kiệm cho sản xuất. Hình thành các tổng đại lý, chợ đầu mối cung cấp ổn định nguyên liệu cho làng nghề.

- Đa dạng hoá các hình thức dạy nghề như truyền nghề, cấy nghề. Hình thành đội ngũ doanh nhân có trình độ quản lý, trình độ tổ chức kinh doanh, tiếp thị sản phẩm, tạo mẫu mã sản phẩm tại các làng nghề.

- Xây dựng kế hoạch khai thác triệt để khả năng tham gia của làng nghề vào các tour du lịch thông qua việc xây dựng các mô hình trình diễn sản xuất, chế tác sản phẩm tiêu biểu trong các làng nghề để tăng thêm sự hấp dẫn đối với du khách góp phần quảng bá sản phẩm và thương hiệu cho các làng nghề.

3. Mục tiêu

3.1. Mục tiêu tổng quát

Đẩy mạnh xuất khẩu của Hà Nội với tốc độ tăng trưởng cao và bền vững, làm động lực thúc đẩy tăng trưởng GDP và chuyển dịch cơ cấu kinh tế của Thành phố; Tiếp tục duy trì các sản phẩm xuất khẩu có lợi thế cạnh tranh, đồng thời phát triển các sản phẩm xuất khẩu có hàm lượng công nghệ, chất xám và giá trị gia tăng cao; đẩy mạnh các dịch vụ hỗ trợ xuất khẩu và tăng cường xuất khẩu dịch vụ; xây dựng Hà Nội thành trung tâm xuất khẩu và giao dịch quốc tế lớn của cả nước.

3.2. Mục tiêu cụ thể

- Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa trên địa bàn đạt bình quân 14 – 15%/năm trong giai đoạn 2013 – 2015; đạt 13 - 14%/năm trong giai đoạn 2016 – 2020;

- Đến năm 2015, kim ngạch xuất khẩu một số mặt hàng xuất khẩu ngành thủ công mỹ nghệ đạt 0,593 tỷ USD; Đến năm 2020, kim ngạch xuất khẩu ngành TCMN đạt 0,85 tỷ USD; trong đó tập trung vào một số nhóm ngành như: gốm sứ, mây tre đan, thêu ren, sơn mài, khảm trai...;

- Ngoài các thị trường xuất khẩu truyền thống như EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản, Nga, Trung Quốc..., cần tập trung thâm nhập vào các thị trường mới như: Bắc Mỹ, Tây Nam Á, Châu Phi, Châu Mỹ la tinh...

V. NỘI DUNG PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA LÀNG NGHỀ

1. Đảm bảo nguồn nguyên liệu

Trong những năm gần đây, cùng với quá trình phát triển nghề, làng nghề nên nguyên liệu cần thiết cho sản xuất ở làng nghề là rất lớn và đa dạng. Do khai thác

bừa bãi và không theo quy hoạch đã dẫn đến cạn kiệt nguyên liệu phục vụ sản xuất, đặc biệt là đối với các làng nghề thủ công mỹ nghệ. Mặt khác, cung ứng nguyên liệu trong sản xuất của các làng nghề đã phát triển theo hướng chuyên nghiệp hóa, ở các làng nghề đã hình thành các cơ sở thực hiện dịch vụ cung cấp nguyên liệu (chuyên khai thác và cung ứng vật tư nguyên liệu). Nhìn chung, các cơ sở đều cho rằng việc cung cấp vật tư nguyên liệu là thuận lợi cho các hộ sản xuất.

Bên cạnh đó, nguyên liệu cho các làng nghề luôn gắn liền với nguồn tài nguyên và các loại sản phẩm nông, lâm, ngư nghiệp. Tuy nhiên trong những năm gần đây việc cung ứng này gặp rất nhiều khó khăn. Nguồn nguyên liệu tại chỗ hầu như chỉ đủ duy trì sản xuất ở quy mô nhỏ chứ không đủ để mở rộng quy mô sản xuất. Nguồn nguyên liệu này cũng chỉ là một trong nhiều loại nguyên liệu cần có của cơ sở sản xuất. Vì vậy, sản xuất tại nhiều làng nghề lại phụ thuộc rất lớn vào nguồn cung cấp nguyên, vật liệu từ các địa phương khác và cả thị trường quốc tế. Hiện nay tuy không phải là khó khăn lớn nhất, nhưng việc khai thác và cung cấp nguyên, vật liệu gặp nhiều cản trở, nhất là đối với các làng nghề sản xuất đồ gỗ mỹ nghệ, gốm sứ.

Tuy nhiên, các làng nghề chưa chú ý đến việc tạo một thị trường nguyên liệu ổn định lâu dài. Các làng nghề chưa có nguồn cung ứng nguyên liệu đảm bảo chất lượng ổn định. Hiện nay nguyên liệu chủ yếu dựa vào khai thác tự nhiên của thiên nhiên: gỗ, đất sét, tơ tằm, mây tre, sơn ta... Chưa chú ý tạo nguồn nguyên liệu có chất lượng ổn định cho sản xuất. Bởi vậy, trong thời gian tới để đảm bảo nguồn nguyên liệu cần:

- Có ý thức tiết kiệm, giảm tỷ lệ hàng hư hỏng, giảm làm các hàng có khối lượng quá lớn.
- Nghiên cứu cải tiến giống và kỹ thuật nuôi, trồng, chăm sóc các loại cây, con nguyên liệu nhằm tạo ra nguyên liệu có chất lượng tốt, phù hợp với các mặt hàng thủ công và với kỹ thuật sản xuất mới của các nghề thủ công.
- Nghiên cứu cải tiến kỹ thuật khai thác và chế biến nguyên liệu cho các nghề thủ công theo hướng tiêu chuẩn hóa, phân làm nhiều chủng loại và tăng cường chất lượng cần thiết cho nguyên liệu.
- Cần có kế hoạch khai thác các vùng nguyên liệu một cách bền vững cũng như các phương án vận chuyển, cung cấp các nguyên liệu khác phù hợp.
- Các làng nghề cần chủ động phối hợp xây dựng và bảo tồn các vùng nguyên liệu bao gồm cả vùng nguyên liệu thiên nhiên và vùng nguyên liệu nuôi, trồng nhằm chủ động được một trong các yếu tố đầu vào cho quá trình sản xuất.
- Ký kết các hợp đồng dài hạn với các nơi cung cấp nguyên liệu nhằm tránh sự biến động về giá nguyên liệu đầu vào ảnh hưởng tới giá thành sản phẩm.
- Tiếp tục duy trì và thành lập mới các cơ sở chuyên môn hoá trong chế biến nguyên liệu thô cung cấp cho các cơ sở sản xuất.
- Dành diện tích đất hợp lý cho bãi tập kết nguyên liệu đầu vào.

2. Nâng cao trình độ tay nghề cho người lao động

Nguồn nhân lực của làng nghề chủ yếu là lao động trẻ, bao gồm những nghệ nhân, những người thợ thủ công và những chủ cơ sở sản xuất kinh doanh. Những nghệ nhân có vai trò đặc biệt quan trọng trong việc truyền nghề, dạy nghề, đồng thời là những người sáng tạo ra những sản phẩm độc đáo mang đậm yếu tố truyền thống, đặc trưng riêng có của địa phương.

Hiện nay ở nhiều làng nghề vẫn còn nhiều nghệ nhân tâm huyết với nghề, muốn giữ và phát triển nghề. Bên cạnh đó, một lực lượng lao động dồi dào, cơ cấu lao động trẻ, có khả năng thích ứng với những điều kiện mới của nền kinh tế thị trường, là những nhân tố quan trọng quyết định toàn bộ hoạt động sản xuất kinh doanh.

Như vậy có thể thấy rằng, số lượng các lao động có trình độ lao động phổ thông và tay nghề trung bình chiếm đa số trong các làng nghề. Con số lao động có tay nghề cao chỉ chiếm hơn 10% trong tổng số lao động và những người được coi là bậc thầy của nghề trong làng nghề - những nghệ nhân - chiếm một vị trí khiêm tốn, chỉ khoảng 1,5%. Trên thực tế, tỷ lệ trên cũng có biến động nhiều qua đặc tính của từng loại nghề. Những nghề đòi hỏi có tay nghề cao như gốm sứ, điêu khắc, thêu... thì tỷ lệ thợ lành nghề có thể lên tới hơn 20%, nhưng con số này chỉ là khoảng 10% đối với những nghề đơn giản như mây tre đan, dệt may...

Vấn đề bất cập trên thực tế hiện nay là sản phẩm có chất lượng cao phụ thuộc chủ yếu vào tay nghề của thợ bậc cao. Trong khi đó, số lượng thợ lành nghề với bàn tay tài hoa lại chưa nhiều làm cho chất lượng các sản phẩm làng nghề phần đông chưa đáp ứng được yêu cầu thị trường, chưa chi phối được thị trường.

Do nhiều nguyên nhân khác nhau, đặc biệt là tính truyền thống, tính lịch sử trong truyền nghề nên việc truyền nghề tại các làng nghề cũng có nhiều phương cách khác nhau. Tại nhiều làng, công việc truyền nghề gặp nhiều khó khăn do tâm lý chọn lọc người để truyền nghề, giữ bí quyết nghề theo dòng tộc còn nặng nề. Mặt khác, hiện nay việc giáo dục, truyền nghề tại các làng nghề chưa được coi trọng. Hầu như chưa có địa phương nào mở lớp dạy nghề để đẩy mạnh công tác truyền nghề. Một số địa phương đã có lớp dạy nghề nhưng đa số là tự phát, chưa theo một phương pháp đào tạo quy mô, hiệu quả. Nhìn chung, chất lượng công tác đào tạo nghề tại một số làng nghề đã có cơ sở đào tạo chưa thực sự đáp ứng được yêu cầu về lao động làm nghề, chưa có đội ngũ giáo viên - nghệ nhân chuyên tâm truyền nghề tại các lớp học. Cũng chính vì nội dung và chất lượng đào tạo của một số cơ sở đào tạo nghề hiện nay chưa có chất lượng cao nên chưa thu hút được nhiều học viên. Các cơ sở sản xuất dường như còn đứng ngoài cuộc trong lĩnh vực này.

Một vấn đề bất cập nữa là mặc dù trên thực tế các địa phương đều lấy nghề thủ công làm trọng điểm phát triển kinh tế nhưng việc đầu tư đào tạo nghề lại chưa được chính quyền địa phương thực sự quan tâm. Ngoài ra, trên địa bàn Hà Nội, nhiều nghề truyền thống có giá trị văn hóa nghệ thuật cao đang bị mai một và có nguy cơ mất hẳn do chỉ còn rất ít người làm nghề, công tác đào tạo lại nghề hầu

như không có, chỉ có trong gia đình truyền nghề cho nhau nên ảnh hưởng rất lớn đến việc bảo tồn nghề cổ nổi tiếng của Hà Nội.

Các làng nghề sản xuất sản phẩm xuất khẩu cũng không nằm ngoài những vấn đề trên. Do đó, trong thời gian tới để nâng cao trình độ tay nghề cho người lao động cần tập trung vào những nội dung sau:

- Trước tiên phải điều chỉnh cơ cấu đào tạo lao động theo hướng tăng lao động có tay nghề cao, có kiến thức văn hóa; tập trung vào đào tạo cho những thợ giỏi và nghệ nhân nâng cao trình độ; khuyến khích các nghệ nhân, thợ giỏi dạy nghề, truyền nghề trực tiếp cho lao động tại địa phương. Sử dụng có hiệu quả các nguồn kinh phí đào tạo của Nhà nước hoặc của các tổ chức quốc tế hỗ trợ thông qua việc lồng ghép các chương trình dự án để tránh trùng lặp, lãng phí.

- Đối với các chủ cơ sở sản xuất hộ và chủ doanh nghiệp nên có chương trình đào tạo riêng. Các cấp chính quyền cần có sự kết hợp tổ chức đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực quản lý, trình độ chuyên môn,...cho các chủ cơ sở sản xuất và chủ doanh nghiệp thông qua một số hình thức:

+ Đào tạo theo cách hướng về nhu cầu của cơ sở và gắn bó, liên kết đào tạo cùng doanh nghiệp. Có kế hoạch đẩy mạnh công tác đào tạo nguồn nhân lực cho làng nghề, tạo điều kiện cho doanh nghiệp chủ động nguồn nhân lực chất lượng cao. Do đó, trong quá trình đào tạo nghề rất cần có sự kết hợp chặt chẽ với các doanh nghiệp, các cơ sở sản xuất để họ một mặt tham gia vào quá trình đào tạo; mặt khác có thể tạo cơ hội cho người học được tham gia vào quá trình sản xuất của doanh nghiệp từ khi còn học và sau khi học nghề xong là có thể làm việc được ngay với nghề nghiệp của mình. Theo đó, nên chỉ đạo các trường dạy nghề tăng cường bổ sung, nâng cấp phương pháp, các điều kiện giảng dạy cho lao động làng nghề. Đây là phương pháp tích cực bền vững nhất, bởi phần lớn người lao động gắn bó với doanh nghiệp khi làm nghề đều là những người có lòng yêu nghề và ham muốn được làm nghề ngay trước khi quyết định lựa chọn học nghề.

+ Đào tạo bồi dưỡng kiến thức thông qua hình thức mở các câu lạc bộ giám đốc, chủ cơ sở sản xuất. Đào tạo tại các trung tâm (thông qua Trung tâm khuyến công và tư vấn phát triển công nghiệp, các Trung tâm dạy nghề ở các địa phương...) cho các chủ doanh nghiệp, mở các lớp tập huấn ngắn hạn cho chủ doanh nghiệp về chuyên môn nghiệp vụ, quản lý, kế toán, thị trường, tiếp thị... Các trung tâm này vừa có nhiệm vụ tư vấn, vừa có nhiệm vụ bồi dưỡng kiến thức cho các chủ doanh nghiệp. Với phương thức này, các giám đốc, chủ cơ sở sản xuất vừa tiếp thu được kiến thức, vừa học hỏi trao đổi kinh nghiệm đồng thời tìm kiếm thêm được bạn hàng.

- Đối với người lao động, việc đào tạo nghề và nâng cao tay nghề phải xuất phát từ đặc điểm đặc thù và nhu cầu sản xuất. Do tính đặc thù của lao động nông thôn, việc đào tạo nghề cho lao động nông thôn cần phải có những cách thức tổ chức phù hợp với từng nhóm đối tượng. Có nhiều hình thức đào tạo phong phú, từ nhà nước đến tư nhân và đều đem lại hiệu quả kinh tế cao. Tuy nhiên để chất lượng lao động tốt hơn, đáp ứng được sự thay đổi của nhu cầu thị trường, cần có sự kết

hợp các hình thức và sự tham gia của các thành phần kinh tế trong quá trình đào tạo. Có thể áp dụng các hình thức sau:

+ Dạy nghề theo lối truyền thống: Đây là phương pháp cần được coi trọng. Ở một số nơi tự tổ chức và mời các nghệ nhân hoặc thợ giỏi đến dạy nghề, hoặc phổ biến hơn là các cơ sở sản xuất đã gửi người đến học tại các làng nghề truyền thống trong một thời gian nhất định. Để phát triển các nghề truyền thống ở một phạm vi rộng hơn thì đây là một trong những mô hình đào tạo tốt cần được khuyến khích phát triển. Trong quá trình thực hiện có sự tham gia của các nghệ nhân, thợ giỏi của làng nghề.

+ Đa dạng hoá các hình thức dạy nghề theo nhiều ngành, nhiều cấp khác nhau, trên cơ sở lập kế hoạch về nhu cầu lao động cần được đào tạo trong từng ngành nghề. Có thể đưa việc dạy nghề truyền thống vào các trường dạy nghề. Phát triển các trung tâm dạy nghề của tư nhân, chính quyền địa phương các cấp để tăng nhanh số lao động có tay nghề, đáp ứng nhu cầu và mở rộng phát triển các nghề TCMN truyền thống.

+ Kết hợp với các trường Đại học Mỹ thuật công nghiệp hoặc các Viện nghiên cứu mở các lớp cho các học viên là những người lao động tại làng nghề TCMN truyền thống, giúp đỡ họ nâng cao trình độ kỹ thuật và trình độ mỹ thuật, hướng dẫn họ có thể tự tạo ra những mẫu mã sản phẩm đẹp, phong phú và có tính mỹ thuật cao. Hình thức này sẽ rất hiệu quả đối với những làng nghề truyền thống sản xuất những mặt hàng TCMN.

+ Nâng cao trình độ về mọi mặt cho cư dân nông thôn nói chung và làng nghề TCMN nói riêng, tăng cường giáo dục kỷ luật lao động, rèn tác phong công nghiệp cho người thợ thủ công. Đây là yếu tố cơ bản có tính chất quyết định đến chất lượng lao động nông thôn.

+ Hỗ trợ cho hội ngành nghề tổ chức các lớp dạy nghề, nâng cao trình độ sản xuất, quản lý, thiết kế sáng tác mẫu sản phẩm TCMN, nhất là các sản phẩm TCMN xuất khẩu.

+ Tăng cường các khóa đào tạo, trang bị kiến thức về du lịch, kỹ năng bán hàng trực tiếp cho khách du lịch.

Ngoài ra, cần lập kế hoạch, dự án cho việc sử dụng nguồn lao động chuyên ngành, lao động phụ và lao động thời vụ hợp lý để khắc phục tình trạng thừa, thiếu lao động và sự căng thẳng về lao động trong nông thôn. Sử dụng tốt nguồn lao động tại chỗ, phân công lao động hợp lý, hạn chế di dân tự do, tạo thêm việc làm, tăng thu nhập cho lao động địa phương. Quản lý tốt và phát triển thị trường lao động vì hiện nay thị trường lao động trong ngành TCMN tuy đã hình thành nhưng hoạt động của nó còn mang tính tự phát, thiếu sự tổ chức và quản lý chặt chẽ. Các hợp đồng lao động chủ yếu được thoả thuận bằng miệng. Các chế độ bảo hiểm lao động, BHXH hầu như không được thực hiện. Sự thiếu hụt một thị trường lao động có tổ chức và thực hiện đúng luật lao động là nguyên nhân dẫn đến tổ chức quản lý lao động yếu kém ở đây. Vì vậy, cần có những biện pháp xây dựng và điều tiết thị trường này, tạo điều kiện thuận lợi để nó phát triển đáp ứng được nhu cầu sản xuất cả về chất lượng

và số lượng. Đồng thời tăng cường kiểm soát việc thi hành luật lao động trong các cơ sở sản xuất kinh doanh để đảm bảo quyền lợi của người lao động.

3. Nâng cao chất lượng các sản phẩm đã có và phát triển sản phẩm mới, cải thiện mẫu mã sản phẩm.

Sản phẩm của các làng nghề thường gặp khó khăn trong tiêu thụ và giá bán thấp vì sản phẩm luôn chịu sức ép cạnh tranh gay gắt đối với sản phẩm cùng loại của ngành công nghiệp thành thị và hàng ngoại nhập. Bên cạnh lợi thế về độ tinh xảo, độc đáo và tính đa dạng của sản phẩm thủ công mỹ nghệ, nhiều sản phẩm của các làng nghề cũng có hạn chế là chất lượng chưa cao, chi phí cao, các sản phẩm vẫn chưa được đa dạng hóa về kiểu dáng, mẫu mã để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao và đa dạng của khách hàng.

Trong thời gian tới, để tiếp tục nâng cao chất lượng các sản phẩm đã có và phát triển sản phẩm mới, cải thiện mẫu mã sản phẩm cần tập trung chủ yếu vào các nội dung sau:

- Xây dựng hệ thống quản lý chất lượng. Tiêu chuẩn hoá chất lượng là một trong những nhân tố chính tạo ra sức cạnh tranh trên thị trường.

- Cải tiến công nghệ và hỗ trợ phát triển công nghệ mới. Hỗ trợ người sản xuất đầu tư vào cải tiến công nghệ, đầu tư thiết bị mới vào sản xuất hàng thủ công.

- Tổ chức hệ thống hỗ trợ thiết kế sản phẩm, phát triển thành hoạt động thường xuyên trong các cơ sở sản xuất. Bên cạnh việc phối hợp với các nhà thiết kế chuyên nghiệp, cần tập trung vào công tác đào tạo nghiệp vụ và tư vấn cho những người làm thiết kế tại các cơ sở sản xuất.

- Tạo quan hệ phối hợp giữa các nhà khoa học, kỹ thuật, chuyên môn, thiết kế, kinh doanh v.v... với các cơ sở sản xuất để tư vấn và giúp đỡ các cơ sở phát triển các sản phẩm thủ công vừa mang tính truyền thống, vừa có tính đương đại, thích hợp với yêu cầu của thị trường mới.

- Xây dựng các chương trình đào tạo mang tính thực tiễn cho các trường đại học và các trường dạy nghề để các học sinh nắm được khái niệm về thiết kế và phương pháp phát triển mẫu mã.

- Xây dựng diễn đàn về thiết kế mẫu mã nghề thủ công để cải thiện mạng lưới thiết kế mẫu mã trong nước và quốc tế.

- Tổ chức thi về kỹ năng sản xuất các mặt hàng thủ công. Bảo tồn các kỹ thuật truyền thống, kỹ thuật sản xuất tiên tiến. Hỗ trợ cho các kỹ thuật đó được công nhận và phổ biến rộng rãi.

- Tổ chức công nhận các sản phẩm truyền thống độc đáo, có giá trị và tiềm năng phát triển hiện tại và trong tương lai, hỗ trợ cho việc duy trì sản xuất các sản phẩm đó.

- Tăng cường nghiên cứu cải tiến các sản phẩm truyền thống thành sản phẩm hàng hoá phục vụ cho tiêu dùng nội địa và xuất khẩu, phát triển các sản phẩm thủ công mới sử dụng kỹ thuật và nguyên liệu truyền thống.

4. Phát triển thị trường

Hiện nay, hầu hết các làng nghề dù đang phát triển mạnh hoặc có nhiều tiềm năng, vấn đề thị trường đầu ra vẫn là một vấn đề hết sức khó khăn. Nếu giải quyết được vấn đề thị trường cho các cơ sở sản xuất làng nghề thì sẽ tạo thế phát triển vững chắc cho làng nghề. Các làng nghề không chỉ chú trọng đến thị trường nội địa và các thị trường xuất khẩu truyền thống, mà cần phải tìm kiếm những thị trường mới, thị trường có sức tiêu thụ lớn, ổn định như thị trường Mỹ, EU, Nhật Bản, Nam Mỹ... Các thị trường này thường đòi hỏi sản phẩm thủ công truyền thống có chất lượng cao, số lượng lớn và thời gian giao hàng nhanh vì thế các doanh nghiệp làng nghề (những doanh nghiệp bao tiêu sản phẩm của làng nghề) thường rất hạn chế trong đáp ứng yêu cầu của bạn hàng ở các thị trường này.

Bên cạnh đó, nếu giải quyết tốt vấn đề thương hiệu sản phẩm, thương hiệu làng nghề cộng với yếu tố truyền thống, danh tiếng của làng nghề (chẳng hạn như gốm sứ Bát Tràng, lụa Vạn Phúc, Sơn mài Hạ Thái...) thì sẽ tạo thuận lợi lớn cho các doanh nghiệp trong việc tìm kiếm thị trường đầu ra đối với sản phẩm của các làng nghề. Ngoài ra, do đặc thù sản phẩm của làng nghề là yếu tố thủ công cùng với yếu tố truyền thống đóng vai trò quyết định chất lượng của sản phẩm nên việc tìm kiếm các "thị trường ngách" để giải quyết vấn đề thị trường cũng cần được các đơn vị sản xuất kinh doanh lưu tâm. Có những thị trường ngách mà các doanh nghiệp biết khai thác sẽ tạo ra tiềm năng rất lớn cho các làng nghề phát triển, đặc biệt là các làng nghề sản xuất gốm, sứ, thủ công mỹ nghệ...

Như vậy thị trường tiêu thụ là yếu tố vô cùng quan trọng có tính quyết định cho việc tổ chức và phát triển sản xuất của các làng nghề. Nhìn chung, tình trạng phổ biến của các làng nghề Hà Nội là thiếu khả năng khai thác thị trường. Thể hiện ở sự yếu kém trong các khâu nghiên cứu dự báo thị trường để định hướng điều chỉnh ngành nghề và mặt hàng sản xuất, và ở khâu tiếp thị, quảng cáo giới thiệu sản phẩm.

Trong thời gian tới, phương hướng chung là phát triển đồng bộ các loại thị trường tiêu thụ: thị trường nội địa, thị trường xuất khẩu tại chỗ và thị trường nước ngoài, trong đó tập trung vào một số nội dung sau:

- Xây dựng hình ảnh tích cực về làng nghề thông qua các sản phẩm thủ công mỹ nghệ có sắc thái riêng chứ không là sản phẩm hàng loạt.

- Bên cạnh việc quan tâm đến thị trường trong nước, cần tiếp tục phát triển các thị trường của các bạn hàng truyền thống, sẵn có như Đông Âu và Liên bang Nga; mở rộng hoạt động xuất khẩu ra các thị trường Tây Âu, Nhật Bản, đặc biệt quan tâm tới thị trường Hoa Kỳ - thị trường có sức mua lớn và nhiều tiềm năng chưa được khai thác. Cụ thể:

- + Thị trường EU: hiện chiếm tỷ trọng trên 23% thị phần xuất khẩu sản phẩm của các làng nghề Việt Nam và Hà Nội; dự kiến tiếp tục tăng mạnh trong thời gian tới, nhất là các sản phẩm gốm, sứ, mộc mỹ nghệ...

+ Thị trường Nhật Bản: hiện đang là nước nhập khẩu lớn nhất hàng hoá thủ công mỹ nghệ của Việt Nam như các sản phẩm gỗ, mây tre đan, thêu ren (áo Kimoto), gốm sứ... Sản phẩm gỗ sắp tới dự báo sẽ được nhập với số lượng lớn vì không có những quy định khắt khe như của EU.

+ Thị trường Hoa Kỳ: hiện đứng thứ 7 trong số 10 thị trường xuất khẩu mỹ nghệ lớn nhất của Việt Nam nói chung và Hà Nội nói riêng và chiếm 34% thị phần. Đây là thị trường có tiềm năng rất lớn, nhất là sản phẩm gốm, sứ. Nếu phía Việt Nam được hưởng quy chế MFN của Hoa Kỳ về hàng gốm sứ thì mức nhập sẽ tăng lên rất nhiều lần.

+ Thị trường Trung Quốc: sẽ tiếp tục là các thị trường trọng điểm và chiếm tỷ trọng lớn, chiếm khoảng 35% thị phần xuất khẩu của các sản phẩm truyền thống ở khu vực Bắc Bộ mà trong đó các sản phẩm xuất sứ từ Hà Nội chiếm một lượng không nhỏ.

+ Thị trường Liên Bang Nga và Đông Âu: là các thị trường truyền thống có nhiều tiềm năng, trong thời gian tới, nếu biết khai thác tốt và tạo các mối quan hệ trở lại với các đối tác sẽ có nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp xuất khẩu hàng thủ công truyền thống của ta..

- Đa dạng hoá các hình thức tiếp thị sản phẩm ra thị trường nước ngoài. Do hình thức tổ chức sản xuất của các làng nghề truyền thống chủ yếu do hộ gia đình và một số ít doanh nghiệp tư nhân hoặc công ty TNHH nên năng lực tiếp cận thị trường nước ngoài rất yếu, phải thông qua các trung gian nên việc hỗ trợ cho các hoạt động tiếp thị, tham gia hội chợ, triển lãm trong và ngoài nước, quảng cáo là hết sức cần thiết.

- Chú trọng phát triển du lịch, xây dựng các tuyến, điểm du lịch làng nghề truyền thống, tăng cường liên kết giữa các nhà sản xuất thủ công mỹ nghệ và các công ty du lịch tạo điều kiện để thu hút khách tới tham quan quá trình sản xuất hàng thủ công. Qua đó khuyến khích việc bán hàng tại chỗ của các cơ sở sản xuất, kinh doanh các sản phẩm thủ công truyền thống, quảng bá sản phẩm trực tiếp với du khách nhằm đẩy mạnh xuất khẩu tại chỗ.

- Cần có biện pháp hỗ trợ về thông tin thị trường cho các doanh nghiệp cũng như các hộ sản xuất kinh doanh. Áp dụng các hình thức cung cấp thông tin đa dạng qua nhiều kênh khác nhau tạo điều kiện cho người sản xuất nắm bắt thông tin về thị trường nước ngoài và ngược lại.

- Tăng sức cạnh tranh của các sản phẩm thủ công truyền thống trên thị trường trong và ngoài nước. Có những sản phẩm nhiều địa phương sản xuất cùng tiêu thụ trên thị trường nên việc khẳng định thế mạnh của các sản phẩm thủ công truyền thống của Hà Nội là rất cần thiết. Việc áp dụng những mẫu mã mới, thương hiệu mang bản sắc Hà Nội sẽ tạo nên lợi thế cạnh tranh cho các sản phẩm này.

- Xây dựng thương hiệu cho các khu vực sản xuất bao gồm xuất xứ hàng hoá và nhãn hiệu hàng hoá của các sản phẩm thủ công.

- Đẩy mạnh số cơ sở xuất khẩu trực tiếp, giảm tỷ trọng xuất khẩu qua uỷ thác, trung gian. Các cơ sở xuất khẩu phải có trách nhiệm cùng với đơn vị sản xuất trong việc tạo ra sản phẩm đủ tiêu chuẩn xuất khẩu.

- Phát triển các loại hình liên kết các doanh nghiệp thích hợp trong làng nghề nhằm kết nối các hộ sản xuất với các tổ chức hỗ trợ, thị trường, tổ chức các hộ sản xuất hàng hóa với khối lượng lớn. Trong đó đặc biệt coi trọng phát triển Hội, hiệp hội, hợp tác xã trong làng nghề để hỗ trợ cho các hội viên.

5. Bảo tồn giá trị truyền thống

Các nghề thủ công từ lâu đã trở thành một bộ phận không thể thiếu được của truyền thống văn hóa dân tộc. Truyền thống đó không chỉ thể hiện trên sản phẩm mà còn là cách sử dụng nguyên liệu thiên nhiên, cách chế tác và sử dụng công cụ lao động, các bí quyết hành nghề v.v... Bản sắc truyền thống văn hóa dân tộc thể hiện trên sản phẩm thông qua màu sắc, hoa văn, hình dáng, cách dùng v.v..., góp phần nâng cao giá trị và tạo sự khác biệt của sản phẩm thủ công và đó lý do cơ bản để khách hàng lựa chọn và quyết định mua. Vì thế phát triển các sản phẩm thủ công mỹ nghệ không chỉ quan tâm đến các yếu tố kinh tế, kỹ thuật mà còn phải quan tâm đến các yếu tố văn hóa, nghệ thuật của sản phẩm nữa.

Tuy nhiên, các làng nghề vẫn chưa khai thác hết những lợi thế riêng có của mình về văn hóa, bản sắc dân tộc. Vì thế sản phẩm của các làng nghề đang gặp rất nhiều khó khăn trong cạnh tranh với các mặt hàng của các nước trong khu vực và trên thế giới.

Để khắc phục được hạn chế trên, cần tập trung giải quyết một số nội dung sau:

- Tổ chức sưu tầm, ghi chép, nghiên cứu về các nghề thủ công truyền thống từ nguyên liệu, công cụ, kỹ thuật sản phẩm của từng nghề.

- Tổ chức biên tập thành các bộ tài liệu về các nghề thủ công truyền thống dưới dạng văn bản, ảnh, hình minh họa, băng đĩa ghi hình.

- Tổ chức giới thiệu rộng rãi kết quả sưu tầm, nghiên cứu với đông đảo công chúng, đặc biệt cho những người thợ thủ công trong làng nghề.

- Xây dựng hệ thống bảo tàng riêng cho các nghề thủ công; trưng bày có hệ thống từng nghề thủ công từ nguyên liệu, công cụ, sản phẩm tiêu biểu v.v... Ngoài các hiện vật cần có các hình thức ấn phẩm, đĩa ghi hình, sản phẩm thủ công lưu niệm v.v...

- Khuyến khích các làng nghề, vùng nghề xây dựng bảo tàng hay phòng truyền thống về nghề thủ công.

- Xây dựng cơ chế, chính sách khuyến khích các cơ quan, cá nhân trong và ngoài nước tham gia nghiên cứu về các nghề thủ công. Dành nguồn kinh phí thích đáng cho các đề tài nghiên cứu, sưu tầm về các nghề thủ công.

- Tiếp tục tổ chức xét phong tặng danh hiệu Nghệ nhân đối với các nghề thủ công.

PHẦN THỨ BA CÁC GIẢI PHÁP CHỦ YẾU

I. ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC

Để phát triển các sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của làng nghề ở Hà Nội, vấn đề đào tạo tay nghề và nâng cao chất lượng lao động, sử dụng hiệu quả và tôn vinh lao động của làng nghề có ý nghĩa ngày càng quan trọng. Trong làng nghề truyền thống các nghệ nhân có vai trò quyết định đối với việc duy trì và phát triển nghề. Tuy nhiên, thời gian vừa qua việc đãi ngộ các nghệ nhân vẫn chưa đúng mức. Mặt khác, vấn đề sử dụng lao động trong các làng nghề còn có nhiều bất cập và mang tính tự phát, thường có tình trạng khi thừa, khi thiếu lao động, sức ép về lao động tăng lên, nhất là vào thời vụ nông nhàn. Để có thể khai thác và phát huy cao nhất lao động và năng lực sáng tạo của người lao động trong các làng nghề, vấn đề đào tạo nguồn nhân lực là cần thiết và cần tập trung vào một số giải pháp sau:

- Nhà nước cần có chính sách khen thưởng và ưu đãi thích đáng đối với các nghệ nhân, khuyến khích họ dạy nghề và truyền nghề cho lớp trẻ. Hàng năm hoặc vài năm một lần cần tổ chức khen thưởng xứng đáng cho những người thợ giỏi, những nhà kinh doanh có tài làm ra nhiều sản phẩm có chất lượng cao, xuất khẩu nhiều và những người có phát minh sáng chế, cải tiến máy móc, thiết bị và công nghệ sản xuất.

- Thực hiện chính sách xã hội hóa công tác dạy nghề và Nhà nước phải thống nhất quản lý tiêu chuẩn đào tạo, chất lượng đào tạo. Khuyến khích, hỗ trợ đầu tư các cơ sở đào tạo nghề tư nhân, các trung tâm đào tạo ở khu vực nông thôn.

- Thành lập trung tâm giới thiệu việc làm ở nông thôn để cung cấp các thông tin về việc làm cho người lao động, giúp người lao động tìm việc làm phù hợp với trình độ và khả năng nghề nghiệp của mình.

- Tại địa bàn tập trung nhiều làng nghề, vùng nghề lớn, nhu cầu đào tạo lớn, Thành phố có chính sách khuyến khích, hỗ trợ đầu tư xây dựng trường hay trung tâm dạy nghề riêng, vừa dạy cho người trong làng nghề, vừa đào tạo giúp cho các làng nghề khác và cho các đối tượng ngoài xã hội hoặc có chính sách hỗ trợ cho hoạt động đào tạo trong làng nghề, trong các doanh nghiệp; có chính sách thỏa đáng cho các giáo viên và mời giáo viên giúp đào tạo nghề tại các làng nghề và các doanh nghiệp; khuyến khích tổ chức các khóa vừa học vừa làm, các chương trình đào tạo ngắn hạn.

- Cải thiện các chương trình đào tạo tại các trường dạy nghề: cải tiến và tiêu chuẩn hóa nội dung chương trình đào tạo thợ thủ công. Đưa môn thẩm mỹ vào các chương trình đào tạo thợ từ thấp đến cao. Đồng thời bố trí đào tạo kiến thức về khoa học kỹ thuật phù hợp với từng nghề. Tổ chức biên soạn các giáo trình tiêu chuẩn hóa cho các nghề thủ công theo phương pháp mô-đun kỹ năng hành nghề. Nghiên cứu xây dựng các giáo trình dạy nghề thông qua đĩa ghi hình để phát triển rộng việc dạy nghề thủ công.

- Xây dựng tài liệu hướng dẫn quản lý kinh doanh. Chuẩn bị tài liệu hướng dẫn xây dựng kế hoạch kinh doanh phù hợp cho các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ. Tổ chức phổ biến, đào tạo cho các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất làng nghề.

- Tổ chức các lớp bồi dưỡng, đào tạo thợ lành nghề, bao gồm thợ cả có kỹ thuật cao, giáo viên dạy nghề, nghệ nhân sáng tác mẫu và thợ phục chế.

- Tổ chức thi tay nghề, nâng bậc hàng năm và cấp giấy chứng nhận trình độ tay nghề cho thợ thủ công trong các nghề.

- Hỗ trợ các nghệ nhân, những thợ thủ công có tay nghề cao, nhất là những người đang giữ những bí quyết nghề nghiệp có nguy cơ thất truyền cần được truyền thụ cho thế hệ sau nhằm duy trì, bảo tồn những giá trị truyền thống trong sản phẩm như kỹ thuật làm men gốm, sứ, kỹ thuật dát vàng bạc, điêu khắc, sơn mài truyền thống...

- Tổ chức các lớp đào tạo học nghề thủ công truyền thống ngay tại làng nghề nhằm tạo điều kiện tạo công ăn việc làm cho người lao động và đào tạo lao động có tay nghề cao cho người dân địa phương. Các lớp đào tạo cần đa dạng hoá hình thức đào tạo cũng như các cấp độ đào tạo. Khuyến khích công tác đào tạo tại chỗ theo phương thức truyền nghề trực tiếp hoặc dạy nghề phổ thông đối với các nghề thủ công truyền thống trong khi chưa có hệ thống đào tạo chính quy. Nhân rộng mô hình đào tạo qua làm việc (kết hợp vừa học với thực hành qua từng công đoạn của việc sản xuất sản phẩm).

- Tổ chức cho các chủ doanh nghiệp, chủ cơ sở sản xuất, tham quan học tập kinh nghiệm phát triển làng nghề ở trong và ngoài nước.

- Thường xuyên tổ chức các cuộc hội thảo, hội nghị nhằm giới thiệu các kinh nghiệm quản lý, sản xuất kinh doanh, khoa học công nghệ mới và các lĩnh vực liên quan đến hoạt động sản xuất, kinh doanh tại làng nghề.

II. GIẢI PHÁP VỀ KỸ THUẬT, CÔNG NGHỆ

Để giải pháp về kỹ thuật công nghệ thực sự có hiệu quả cần tập trung vào một số điểm sau:

- Phát triển thị trường công nghệ: Thị trường công nghệ được coi là thị trường hàng hoá đặc biệt. Khoa học công nghệ chính là một lực lượng sản xuất trực tiếp, có vai trò thúc đẩy sản xuất phát triển. Tuy nhiên, trong thực tế thị trường công nghệ phục vụ cho các làng nghề thủ công mỹ nghệ chưa thực sự phát triển, do khả năng hạn hẹp về vốn đầu tư của người sản xuất, đồng thời các dịch vụ tư vấn, đổi mới công nghệ chưa phát triển, nên các doanh nghiệp sẽ gặp lúng túng trong việc đầu tư và áp dụng công nghệ mới, hoặc thậm chí sẽ bị thua thiệt trong quan hệ mua bán và chuyển giao công nghệ. Bên cạnh đó thị trường nhập khẩu máy móc, thiết bị, nhất là máy cơ khí nhỏ Trung Quốc không được kiểm tra, kiểm soát chặt chẽ nên nhiều khi chất lượng máy kém, giá cả lại cao, gây thiệt hại cho các cơ sở sản xuất. Để thị trường công nghệ phục vụ ngành thủ công nghiệp phát triển và hoạt động có hiệu quả nên thực hiện một số biện pháp sau:

+ Xóa bỏ độc quyền đối với các cơ quan nghiên cứu nhà nước, tạo mọi điều kiện cho các cá nhân, tổ chức tư nhân được tham gia vào những chương trình, đề tài nghiên cứu khoa học công nghệ do nhà nước tài trợ.

+ Tăng cường sự kiểm tra, kiểm soát đối với thị trường nhập khẩu máy móc công nghệ nhằm đảm bảo chất lượng của máy móc thiết bị, tránh nhập công nghệ cũ, thải loại của nước ngoài. Đồng thời không cho nhập những máy móc trong nước có khả năng sản xuất với chất lượng tốt, giá cả phù hợp.

+ Kích thích nhu cầu đổi mới thiết bị, công nghệ trên cơ sở có những cơ chế chính sách khuyến khích mở rộng sản xuất và nâng cao hiệu quả của sản xuất kinh doanh.

+ Quan tâm bố trí kinh phí, thực hiện chính sách khuyến khích, hỗ trợ chuyển giao công nghệ, ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất; thông qua các đơn vị tư vấn hướng dẫn, tư vấn giúp các cơ sở sản xuất lựa chọn trang thiết bị và công nghệ phù hợp với yêu cầu sản xuất và của thị trường, hướng dẫn cách sử dụng thiết bị công nghệ đó nhằm đảm bảo sự thành công và hiệu quả cao, làm môi giới trong việc mua bán, lắp đặt máy móc thiết bị, tổ chức quan hệ hợp tác giữa các cơ quan nghiên cứu khoa học với các cơ sở sản xuất.

+ Cải tạo và phát triển cơ sở hạ tầng cho các làng nghề. Sự yếu kém của cơ sở hạ tầng đã làm hạn chế khả năng mở rộng thị trường, hạn chế sự phát triển sản xuất, làm giảm động lực đổi mới công nghệ của các cơ sở sản xuất. Vì vậy việc cải tạo và xây dựng tốt cơ sở hạ tầng ở nông thôn là một trong những biện pháp thiết thực tạo điều kiện thuận lợi cho sự đổi mới công nghệ của các làng nghề thủ công mỹ nghệ.

- Triển khai đánh giá rà soát trình độ thiết bị, công nghệ để khuyến khích áp dụng kỹ thuật hiện đại, công nghệ mới vào sản xuất tiểu thủ công nghiệp với những công đoạn không cần độ tinh xảo và khéo léo của con người, đặc biệt là áp dụng khoa học kỹ thuật giảm nhẹ sức lao động trong một số công đoạn sản xuất nhất định.

- Đối với các doanh nghiệp có khó khăn về nguồn vốn đầu tư nên thực hiện việc đổi mới công nghệ theo phương thức: hiện đại hóa từng phần, từng công đoạn trong giai đoạn sản xuất.

- Đối với các dự án đầu tư mới cần cân nhắc lựa chọn áp dụng công nghệ phù hợp với từng giai đoạn phát triển của làng nghề. Đẩy mạnh ứng dụng khoa học kỹ thuật tiên tiến, công nghệ mới để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

- Tăng cường cơ chế hỗ trợ vốn đầu tư phục vụ mục đích đổi mới công nghệ thực hiện ưu đãi tín dụng và hỗ trợ vốn đối với những ngành nghề và cơ sở sản xuất áp dụng công nghệ tiên tiến.

- Đẩy mạnh áp dụng công nghệ thông tin phục vụ sản xuất và tiêu thụ sản phẩm của các làng nghề: phần mềm quản lý sản xuất, quản lý chất lượng sản phẩm, xây dựng website, chợ ảo điện tử...

- Hỗ trợ nghiên cứu và tuyên truyền, hướng dẫn các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất sử dụng các kỹ thuật hiện đại để nâng cao chất lượng sản phẩm đặc biệt là nguồn nguyên liệu, những công nghệ tiết kiệm năng lượng và thân thiện với môi trường.

- Cần ban hành và thực hiện cơ chế, chính sách, hệ thống các quy định đồng bộ nhằm khuyến khích các đề tài nghiên cứu ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật và dự án chuyển giao công nghệ, khuyến khích các hoạt động tư vấn dịch vụ, cung cấp thông tin về đổi mới công nghệ cho các làng nghề.

- Áp dụng chính sách miễn thuế cho các doanh nghiệp, hộ sản xuất ở các làng nghề đầu tư đổi mới công nghệ, thiết bị, miễn giảm thuế cho phần vốn nghiên cứu đổi mới công nghệ và các sản phẩm đạt tiêu chuẩn chất lượng thay thế hàng nhập khẩu.

- Mở các lớp huấn luyện, đào tạo tại chỗ ngắn ngày theo chương trình phù hợp với công nghệ chuyển giao, nhằm tạo cho người lao động có đủ trình độ tiếp thu và làm chủ công nghệ mới.

III. XÂY DỰNG VÙNG NGUYÊN LIỆU

Để đảm bảo nguồn nguyên liệu phục vụ phát triển sản xuất các sản phẩm xuất khẩu tại các làng nghề TCMN trên địa bàn Hà Nội cần quan tâm một số giải pháp cơ bản sau:

1. Sử dụng hợp lý nguồn nguyên liệu thiên nhiên

- Tổng hợp kế hoạch sản xuất của các cơ sở trong làng nghề, cân đối với trữ lượng nguyên liệu có thể khai thác tại địa phương và trữ lượng của các vùng cung cấp nguyên liệu cho sản xuất sản phẩm xuất khẩu của làng nghề, trên cơ sở đó lập kế hoạch sử dụng, kế hoạch phân bổ hạn ngạch khai thác, kế hoạch trồng nguyên liệu tại địa phương, kế hoạch mua và nhập khẩu nguyên liệu một cách hợp lý.

- Tăng cường vai trò quản lý của chính quyền và cơ quan quản lý nhà nước về việc khai thác và sử dụng nguồn nguyên liệu tại địa phương. Có chính sách khuyến khích các làng nghề hạn chế sử dụng các loại nguyên liệu quý hiếm, không có khả năng tái tạo (các loại gỗ quý, đá quý), và tận dụng các nguyên liệu thiên nhiên sẵn có, dồi dào về số lượng và có thể nuôi trồng cho sản phẩm nhanh (các loại đá mềm trong lòng đất; các loại cây mây, song; cây sơn; các loại trai, ốc...).

- Có cơ chế khuyến khích người dân trồng các loại cây nguyên liệu phục vụ sản xuất, tận dụng nguyên liệu tái chế, sử dụng các hóa chất ít gây ảnh hưởng đến môi trường...; có chế tài xử phạt nghiêm đối với nạn khai thác bừa bãi, nhất là đối với các nguyên liệu quý hiếm nằm trong danh sách cấm khai thác.

- Xây dựng và thiết lập hệ thống tiêu chuẩn nguyên liệu đầu vào cho các ngành nghề sản xuất sản phẩm xuất khẩu trong đó cần chú trọng đến nhu cầu, thị hiếu của từng đối tượng khách hàng. Sử dụng loại nguyên liệu thiên nhiên được ưa chuộng tại thị trường xuất khẩu để thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm.

2. Bảo đảm nguồn nguyên liệu cung cấp cho sản xuất

- Lập quy hoạch phát triển vùng nguyên liệu cho các nghề thủ công bao gồm: nghiên cứu hiện trạng về vùng nguyên liệu quốc gia và các vùng nguyên liệu địa phương, vùng nguyên liệu thiên nhiên và vùng nguyên liệu nuôi trồng. Tiến hành xây dựng vùng nguyên liệu tập trung trên cơ sở phân công lao động và chuyên môn hóa sản xuất theo quy hoạch đã được phê duyệt. Hỗ trợ tài chính để phát triển các dự án trồng rừng, phát triển nguyên liệu. Liên kết chặt chẽ giữa vùng cung cấp nguyên liệu với các làng nghề, có cơ chế chính sách điều tiết thị trường này, tránh tình trạng ép giá gây mất cân đối cung cầu, ảnh hưởng xấu đến sản xuất kinh doanh.

- Nghiên cứu cải tạo và nâng cao chất lượng nguồn nguyên liệu. Áp dụng các phương pháp tiên tiến để sơ chế và bảo quản nguyên liệu, thành lập các đơn vị xử lý, chế biến ngay tại vùng trồng nguyên liệu. Nâng cao chất lượng nguyên liệu với mục tiêu là thiết lập tiêu chuẩn chất lượng và hệ thống đánh giá cho các nguồn nguyên liệu quan trọng phục vụ cho sản xuất của các làng nghề.

- Nghiên cứu cải tạo giống cây cho năng suất cao, chất lượng tốt, có thời gian thu hoạch sớm đối với các giống cây trồng làm nguyên liệu sản xuất cho các ngành sản xuất sản phẩm xuất khẩu: các loại mây, song; cọ, cây vầu, nứa; gỗ; cây sơn... Đồng thời du nhập các giống cây trồng có chất lượng cao từ các nước bạn (Trung Quốc, Singapore) hiện vẫn đang được thị trường xuất khẩu ưa chuộng.

- Nghiên cứu gia công chế biến nguyên liệu, gia công phối liệu xương gốm sứ, cách tính phối liệu xương gốm sứ, lựa chọn và tính toán phối liệu men tối ưu; khử sắt và từ trong đất sét để hạn chế tỷ lệ sản phẩm hỏng để tiết kiệm nguyên liệu.

- Đối với ngành nghề thủ, rèn chủ yếu sử dụng nguyên liệu đặt của khách hàng hoặc nhập khẩu từ nước ngoài thì trong ngắn hạn cần tiếp tục phát huy thế mạnh làm thủ công của làng nghề, tìm nguồn nhập khẩu tối ưu về chất lượng và giá thành, nâng cao kỹ thuật đối với tất cả các loại nguyên liệu do khách hàng cung cấp để đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách quốc tế. Đối với các ngành nghề khác, khi nguyên liệu trong nước không đáp ứng thì vẫn phải tiếp tục cho nhập khẩu trên cơ sở đạt được các mục tiêu kinh doanh của làng nghề.

- Đối với nguyên liệu phải nhập khẩu, các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất trong các làng nghề cần kết hợp với nhau giao cho một đơn vị làm đầu mối để nhập khẩu trực tiếp từ nhà cung ứng nước ngoài, để tránh bị ép giá do lượng nhập ít.

IV. XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU

Để xây dựng, phát triển thương hiệu cho các làng nghề sản xuất các mặt hàng TCMN xuất khẩu trong thời gian tới, cần tập trung thực hiện đồng bộ các giải pháp sau:

- Đẩy mạnh việc hỗ trợ các làng nghề trong việc xây dựng và phát triển thương hiệu, nhất là làng nghề truyền thống. Tăng cường công tác tuyên truyền, giới thiệu về vai trò, tầm quan trọng của thương hiệu, khuyến khích các làng nghề

đăng ký xây dựng thương hiệu thông qua việc hoàn thiện các cơ chế chính sách trong hỗ trợ xây dựng và phát triển thương hiệu làng nghề theo hướng nâng mức hỗ trợ kinh phí cao hơn so với hiện nay.

- Tăng cường và nâng cao hiệu quả phối hợp giữa cơ quan nhà nước các cấp Thành phố, huyện và xã có làng nghề, phát huy tính năng động của UBND xã có làng nghề kết hợp với nâng cao vai trò của các tổ chức Hội, Hiệp hội, chính quyền cấp xã, thôn và các doanh nghiệp trong các làng nghề trong việc quảng bá, giới thiệu thương hiệu làng nghề tới khách hàng trong và ngoài nước.

- Tích cực xây dựng và phát triển thương hiệu chung cho tập thể, khu vực, đồng thời hỗ trợ xây dựng và phát triển thương hiệu cho một số sản phẩm tiêu biểu của làng nghề.

- Quan tâm bố trí kinh phí, tạo điều kiện thuận lợi và thực hiện tốt chính sách khuyến khích, hỗ trợ các cơ sở xuất khẩu trong xây dựng và bảo vệ thương hiệu. Xây dựng và cụ thể hóa các bước trong quy trình thực hiện việc đăng ký thương hiệu sản phẩm, có những quy định ưu tiên riêng đối với các sản phẩm làng nghề, đặc biệt là sản phẩm có khả năng xuất khẩu.

- Các cơ quan quản lý nhà nước, các Hiệp hội ngành nghề của Thành phố hỗ trợ các làng nghề nâng cao năng lực thiết kế sản phẩm, nghiên cứu và phát triển các sản phẩm mới cho làng nghề.

- Giải pháp bảo vệ thương hiệu sản phẩm:

+ Muốn bảo vệ thương hiệu sản phẩm làng nghề đã xây dựng được thương hiệu trước hết các cơ quan nhà nước, các hiệp hội ngành nghề của thành phố phải luôn quan tâm, động viên, khuyến khích các cơ sở sản xuất đảm bảo và không ngừng nâng cao, hoàn thiện chất lượng, mẫu mã, công dụng của sản phẩm, đảm bảo chữ tín đối với khách hàng.

+ Các cơ quan quản lý nhà nước, các Hiệp hội ngành nghề của Thành phố hỗ trợ các đơn vị đã đăng ký thương hiệu thực hiện việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tại nước ngoài.

+ Hướng dẫn về mặt pháp lý cho các doanh nghiệp, các làng nghề khởi kiện các đơn vị vi phạm thương hiệu sản phẩm đã đăng ký bảo hộ.

+ Tạo điều kiện, hỗ trợ kinh phí thông qua các đơn vị tư vấn giúp các cơ sở đăng ký thương hiệu sản phẩm, đăng ký bảo hộ sản phẩm, các thủ tục khởi kiện việc vi phạm bản quyền sản phẩm.

+ Công tác quảng bá thương hiệu sản phẩm của làng nghề phải được tiến hành một cách có tổ chức, có chiến lược quảng bá chung cho các sản phẩm làng nghề.

V. GIẢI PHÁP VỀ THIẾT KẾ MẪU MÃ SẢN PHẨM

- Nghiên cứu và lập đề án và tập trung xây dựng, bồi dưỡng, đào tạo đội ngũ thiết kế mẫu mã sản phẩm hàng thủ công mỹ nghệ của Thành phố đáp ứng yêu cầu phát triển.

- Hàng năm tổ chức các cuộc thi cấp Thành phố về sáng tác mẫu mã sản phẩm làng nghề theo chuyên đề. Tài trợ cho các giải sáng tác mẫu mã kiểu dáng sản phẩm thủ công mỹ nghệ để khuyến khích thiết kế sáng tạo, phát triển các mẫu mã sản phẩm thủ công mỹ nghệ mới, phù hợp với nhu cầu thị trường trong và ngoài nước để khẳng định và tăng cường khả năng cạnh tranh sản phẩm thủ công mỹ nghệ Việt Nam đối với thị trường quốc tế.

- Hỗ trợ kinh phí tổ chức các khóa đào tạo tập trung về sáng tác, thiết kế mẫu mã cho các làng nghề; thường xuyên tổ chức các hội nghị, hội thảo về thiết kế mẫu mã cho các làng nghề tham gia, trao đổi để tìm ra những hướng đi thích hợp cho việc phát triển mẫu mã sản phẩm.

- Khuyến khích hỗ trợ các nghệ nhân, thợ giỏi tham gia các cuộc thi về sáng tác mẫu mã sản phẩm làng nghề do các tỉnh, thành phố khác tổ chức và các cuộc thi phạm vi toàn vùng, toàn quốc để tăng cường giao lưu, liên kết học hỏi nâng cao tay nghề.

- Tạo cầu nối giữa các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất có nhu cầu thiết kế mẫu với các nghệ nhân, thợ giỏi trên toàn thành phố, toàn vùng và toàn quốc.

- Nghiên cứu, tìm kiếm giải pháp hỗ trợ duy trì và nâng cao chất lượng các sản phẩm làm theo đơn đặt hàng theo yêu cầu của khách.

- Khuyến khích hỗ trợ thiết kế mẫu mã bao bì sản phẩm theo hướng mỗi làng nghề có một đặc trưng riêng, nhằm thu hút sự chú ý của khách hàng và là dấu hiệu nhận dạng sản phẩm của mỗi làng nghề.

VI. PHÁT TRIỂN LÀNG NGHỀ KẾT HỢP DU LỊCH

Bên cạnh thị trường trong nước và thị trường xuất khẩu thì du lịch có một vai trò quan trọng đối với việc tiêu thụ sản phẩm của các làng nghề. Trong những năm đổi mới, du lịch ngày càng có điều kiện phát triển và đó là một thị trường đầy tiềm năng của nước ta. Số lượng khách tham quan trong nước cũng như quốc tế tăng lên hàng năm. Đáp ứng nhu cầu của thị trường này là những sản phẩm truyền thống thể hiện những nét độc đáo của nền văn hoá dân tộc và mang đậm những dấu ấn lịch sử của từng thời kỳ. Qua những quan sát thực tế cho thấy khách nước ngoài đến tham quan du lịch ở nước ta, ngoài việc đi đến các điểm du lịch, bao giờ họ cũng đến nơi bày bán và giới thiệu các sản phẩm truyền thống. Các sản phẩm được giới thiệu chủ yếu là các đồ thủ công mỹ nghệ như: gốm sứ, khảm trai, khắc gỗ, đá, bạc, đồng hoặc đồ thêu, ren, đan lát và một số hàng tiêu dùng khác như sản phẩm dệt may bằng tơ lụa v.v... Đồng thời nhiều làng nghề truyền thống đã thu hút một lượng lớn khách du lịch đến tham quan, tìm hiểu về lịch sử phát triển cũng như sản phẩm của làng nghề để từ đó thiết lập quan hệ thương mại. Vì vậy để đáp ứng một cách có hiệu quả nhu cầu thị trường du lịch, trước hết cần phải tìm hiểu kỹ và nắm bắt thị hiếu thẩm mỹ của từng đối tượng khách hàng, có gian hàng giới thiệu các mặt hàng truyền thống, đặc biệt do đặc điểm của khách du lịch là di chuyển nhiều nơi nên các mặt hàng phục vụ cần phải gọn nhẹ, đẹp mắt, có bao bì bảo vệ để khách hàng thuận tiện vận chuyển. Về lâu dài sẽ phát triển các dịch vụ khác để phục vụ khách du lịch như nhà hàng, khách sạn.

Một số giải pháp cần tập trung trong thời gian tới như sau:

- Đẩy mạnh việc nâng cấp, chỉnh trang cơ sở hạ tầng của các làng nghề thủ công mỹ nghệ, phục vụ tốt hơn cho nhu cầu du lịch, từng bước khắc phục tình trạng ô nhiễm môi trường. Thực hiện tốt chính sách Nhà nước và nhân dân cùng làm nhằm huy động mọi nguồn lực về vốn để phát triển cơ sở hạ tầng của các làng nghề thủ công mỹ nghệ sản xuất các mặt hàng xuất khẩu.
- Xây dựng các trung tâm trưng bày, giới thiệu sản phẩm, bãi đỗ xe, xây dựng khu sản xuất tập trung có đủ điều kiện để làm điểm du lịch cho khách tham quan đến làng nghề thủ công mỹ nghệ sản xuất các mặt hàng xuất khẩu.
- Xây dựng các tour du lịch làng nghề theo các các tuyến du lịch như: Hà Nội - chùa Hương, Hà Nội - Tràng An, Bái Đính, Tam Cốc Bích Động, Cúc Phương, Hà Nội - Hòa Bình, Hà Nội - Ba Vì...
- Khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất đủ điều kiện di dời vào các cụm công nghiệp làng nghề.
- Tăng cường chỉnh trang, trang trí nhà xưởng, vệ sinh môi trường, thay đổi thiết bị sản xuất để thu hút tốt hơn đối với khách du lịch.
- Tổ chức các khóa đào tạo, tập huấn ngắn và dài hạn nâng cao trình độ và kỹ năng cho cán bộ làm công tác thuyết minh, hướng dẫn để họ mang đến cho du khách những giá trị văn hóa truyền thống và nguồn gốc hình thành phát triển của các làng nghề, ý nghĩa của từng sản phẩm làng nghề chứa đựng những giá trị lịch sử, nhân văn và nét đặc trưng của từng địa phương.
- Tiếp tục đẩy mạnh công tác bảo tồn, trùng tu và phát triển các di tích văn hóa, lịch sử (vật thể), các hoạt động lễ hội truyền thống (phi vật thể) trong mỗi làng nghề góp phần làm phong phú thêm nội dung của các tour du lịch làng nghề. Lập dự án bảo tồn và phát triển làng nghề.
- Xây dựng cơ chế, chính sách phù hợp hỗ trợ từ các nguồn kinh phí của Thành phố nhằm tạo điều kiện cho các nghệ nhân, thợ giỏi trong các làng nghề sáng tác các mẫu mã mới, đồng thời truyền dạy cho thế hệ trẻ các bí quyết sản xuất nhằm giữ gìn bản sắc văn hóa, khôi phục và phát triển nghề và làng nghề truyền thống.
- Cần tăng cường sự phối hợp chặt chẽ giữa các công ty du lịch với các làng nghề sản xuất sản phẩm TCMN xuất khẩu để khai thác triệt để loại hình du lịch gắn với làng nghề.

VII. GIẢI PHÁP VỀ VỐN

Dựa trên tình hình thực tế, có thể tập trung vào một số giải pháp chính sau:

- Thực hiện đa dạng hoá các hình thức huy động vốn, bao gồm nhiều nguồn như vốn tự có trong dân, từ hệ thống ngân hàng, từ ngân sách nhà nước Trung ương và địa phương, từ thị trường tài chính phi chính thức v.v... Trong điều kiện hiện nay, nguồn vốn ngân sách và nguồn vốn từ bên ngoài còn rất hạn chế, do vậy nguồn vốn tự có và huy động từ trong dân là rất quan trọng. Tuy nhiên việc huy

động vốn từ trong dân là chưa được nhiều. Vì vậy, ngoài việc thực hiện mức lãi suất hợp lý cần cải tiến nâng cao chất lượng phục vụ của hệ thống ngân hàng. Bên cạnh đó tăng cường nguồn vốn tín dụng của hệ thống ngân hàng thông qua việc phát triển thị trường vốn tín dụng ở nông thôn. Để đáp ứng yêu cầu này nhà nước cần ban hành chính sách lãi suất phù hợp với quan hệ cung cầu về vốn ở từng khu vực để thu hút nhiều tổ chức tín dụng tham gia cạnh tranh trong cung ứng phát triển vốn.

Một hình thức huy động vốn khác cần được khuyến khích, đó là hình thức liên kết kinh tế. Hình thức này được phát triển trên cơ sở phân công hiệp tác lao động và chuyên môn hoá sản xuất. Nó được coi là một giải pháp hữu hiệu không chỉ nhằm giải quyết vấn đề vốn thông qua việc cung ứng nguyên, vật liệu hoặc ứng vốn trước cho người sản xuất làm hàng gia công v.v... mà còn nhằm khai thác lợi thế lẫn nhau giữa các bên tham gia liên kết.

- Cải tiến và đa dạng hoá phương thức cho vay trên cơ sở đảm bảo được ba điều kiện: lãi suất, thời gian vay, số lượng vốn vay phù hợp với nhu cầu và quy trình sản xuất của cơ sở sản xuất kinh doanh. Thực tế hiện nay việc cho vay vốn đối với các hộ và cơ sở sản xuất tại làng nghề TCMN sản xuất hàng xuất khẩu hầu như chưa thoả mãn các điều kiện trên: lãi suất cao, thời gian vay ngắn, thủ tục rườm rà, số lượng không đủ. Vì vậy, nên áp dụng chính sách ưu đãi hơn nữa đối với phát triển các nghề thủ công. Thực hiện đơn giản hoá các thủ tục cho vay trung hạn và dài hạn đối với các ngành nghề cần khuyến khích phát triển. Điều chỉnh về mức vốn và thời hạn cho vay phù hợp đối tượng và chu kỳ sản xuất ra sản phẩm. Việc vay vốn để mở rộng quy mô sản xuất, đổi mới công nghệ, hiện đại hoá trang thiết bị máy móc, đầu tư sử lý môi trường phải được ưu tiên hàng đầu trong chính sách cho vay vốn.

Khuyến khích thành lập quỹ hỗ trợ đầu tư dưới nhiều hình thức như quỹ hỗ trợ đầu tư, quỹ hỗ trợ xúc tiến việc làm, quỹ trợ giúp áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật, quỹ khuyến công v.v...

Nâng cao hiệu quả hoạt động cho Quỹ bảo lãnh tín dụng tạo điều kiện cho các doanh nghiệp hoạt động sản xuất, kinh doanh, đồng thời thu hút thêm các tổ chức tín dụng tham gia góp vốn bổ sung cho Quỹ.

- Nâng cao hiệu quả sử dụng vốn đầu tư phục vụ cho xuất khẩu sản phẩm, để đạt được mục tiêu này cần thực hiện một số nội dung sau:

+ Thành phố, địa phương và các làng nghề thủ công mỹ nghệ cần có kế hoạch và hợp lý hoá cơ cấu vốn đầu tư cho phát triển sản phẩm xuất khẩu, trong đó có nguồn vốn từ ngân sách các cấp. Tập trung đầu tư cho việc phục hồi và phát triển các làng nghề sản xuất mặt hàng truyền thống có nhu cầu xuất khẩu cao được nhà nước khuyến khích phát triển, tránh sự đầu tư tràn lan gây tình trạng dàn trải vốn.

+ Các dự án vay vốn phải xác định được rõ mục đích và phân tích khả năng phát triển, trong đó hệ thống ngân hàng đóng vai trò rất quan trọng trong việc tư

vấn, hỗ trợ việc xây dựng các dự án khả thi có hiệu quả và kiểm tra, giám sát việc triển khai thực hiện dự án.

+ Các chủ doanh nghiệp cần được nâng cao kiến thức về quản lý, sản xuất, kinh doanh cung cấp các thông tin về thị trường, công nghệ, kỹ thuật và các nhu cầu, xu hướng phát triển ngành nghề trong vùng, trong nước và thế giới để các doanh nghiệp có cơ sở tin cậy trong việc xây dựng án phát triển.

www.LuatVietnam.vn

PHẦN THỨ TƯ TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Công thương

- Là cơ quan thường trực, giúp UBND Thành phố theo dõi, đôn đốc, tổng hợp, định kỳ báo cáo UBND Thành phố về tình hình triển khai thực hiện Đề án. Kiến nghị điều chỉnh, bổ sung các giải pháp cụ thể để giải quyết những khó khăn, vướng mắc trong quá trình thực hiện.

- Chủ trì xây dựng và thực hiện các chương trình, kế hoạch, giải pháp phát triển sản phẩm xuất khẩu của làng nghề Hà Nội về: đào tạo nghề, nâng cao năng lực quản lý, đổi mới công nghệ và ứng dụng khoa học công nghệ mới, xúc tiến thương mại, xây dựng thương hiệu, phát triển làng nghề kết hợp với du lịch.

2. Sở Kế hoạch và Đầu tư

Phối hợp Sở Tài chính cân đối bố trí vốn và phối hợp với các Sở, ban, ngành, các địa phương thực hiện Đề án.

3. Sở Tài chính

- Chủ trì tham mưu bố trí vốn ngân sách và khai thác huy động các nguồn vốn từ xã hội để thực hiện Đề án theo đúng quy định hiện hành.

- Phối hợp cùng Sở Công thương hướng dẫn, kiểm tra, giám sát chi tiêu tài chính thực hiện Đề án.

4. Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

- Chủ trì phối hợp Sở Công thương xây dựng kế hoạch phát triển vùng nguyên liệu phục vụ cho sản xuất tại các làng nghề. Cung cấp các dịch vụ nhằm phát triển vùng nguyên liệu như: cây, con giống, phân bón, thuốc trừ sâu... đáp ứng nhu cầu của các làng nghề thủ công mỹ nghệ, chế biến nông sản thực phẩm...

- Phối hợp với các Sở, ban, ngành, các địa phương thực hiện Đề án.

5. Sở Lao động – Thương binh và Xã hội

- Xây dựng quy hoạch đào tạo nghề ở khu vực nông thôn;

- Phối hợp với các Sở, ban, ngành, các địa phương thực hiện Đề án.

6. Sở Tài nguyên và Môi trường

- Đề xuất các cơ chế chính sách hỗ trợ và tạo điều kiện thuận lợi cho các cơ sở sản xuất, làng nghề về đất đai, mặt bằng sản xuất và xử lý ô nhiễm môi trường.

- Chủ trì, phối hợp cùng Sở công thương và các địa phương xây dựng và thực hiện các dự án bảo vệ môi trường làng nghề.

7. Sở Khoa học và Công nghệ

- Đề xuất các giải pháp khuyến khích chuyển giao công nghệ và ứng dụng tiên bộ khoa học trong lĩnh vực phát triển ngành nghề.

- Bộ trí thực hiện các đề tài, dự án về khoa học, công nghệ cho các cơ sở sản xuất và làng nghề.

8. Sở Văn hóa, thể thao và Du lịch

- Chủ trì tuyên truyền, quảng bá xúc tiến du lịch các làng nghề. Nghiên cứu đề xuất và triển khai những giải pháp thu hút đầu tư phát triển du lịch làng nghề, tăng cường và gắn kết vai trò của doanh nghiệp du lịch với làng nghề

- Tổ chức đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng dịch vụ du lịch cho người dân làng nghề, đội ngũ hướng dẫn viên du lịch, thuyết minh viên chuyên nghiệp.

9. Các Sở, ban, ngành có liên quan:

Căn cứ vào chức năng và nhiệm vụ của mình phối hợp với Sở Công thương và các địa phương để tổ chức các hoạt động hỗ trợ thực hiện nội dung của Đề án.

10. Ủy ban nhân dân các cấp

a. Xây dựng các chương trình, kế hoạch cụ thể trên địa bàn để thực hiện tốt Đề án phát triển sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của làng nghề tại địa phương.

b. Chỉ đạo tổ chức và thực hiện lồng ghép có hiệu quả Đề án phát triển sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của làng nghề với các chương trình, dự án khác có trên địa bàn, đặc biệt là gắn với chương trình xây dựng mô hình nông thôn mới.

c. Thường xuyên kiểm tra, giám sát việc thực hiện Đề án và thực hiện đầy đủ chế độ báo cáo theo quy định.

d. Tuyên truyền, vận động nhân dân nâng cao ý thức, tự giác thực hiện tốt Đề án.

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Mỗi làng nghề thủ công mỹ nghệ sản xuất hàng xuất khẩu mang một bản sắc riêng nên việc phát triển các sản phẩm xuất khẩu của các làng nghề có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với sự phát triển kinh tế, chuyển dịch cơ cấu kinh tế ở nông thôn theo hướng CNH, HĐH, giữ vững và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc. Thông qua sản phẩm thủ công tinh xảo, được chế tác khéo léo, mang phong cách văn hóa riêng, các sản phẩm xuất khẩu của làng nghề góp phần củng cố, tăng cường và phát huy giá trị văn hóa truyền thống, giới thiệu được nét đẹp văn hóa Việt Nam với văn hóa thế giới.

Việc đánh giá thực trạng tình hình sản xuất kinh doanh các sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của làng nghề trên địa bàn Hà Nội trong thời gian qua, từ đó đề ra một số giải pháp chủ yếu để phát triển các sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của các làng nghề thành phố Hà Nội đến năm 2020 là nội dung quan trọng trong chiến lược công nghiệp hoá, hiện đại hoá nông nghiệp nông thôn. Có ý nghĩa góp phần bảo đảm cho các làng nghề TCMN sản xuất các mặt hàng xuất khẩu tiếp tục phát triển cả về số lượng, quy mô, sản xuất ổn định, hiệu quả bền vững, bảo vệ môi trường sinh thái, đưa giá trị sản xuất CN-TTCN ngày càng tăng, góp phần làm chuyển dịch nhanh cơ cấu kinh tế của thành phố về công nghiệp, dịch vụ; đời sống nhân dân được cải thiện; giảm dần khoảng cách giàu, nghèo giữa thành thị và nông thôn; giữ gìn và phát huy bản sắc văn hoá các làng nghề truyền thống của thủ đô Hà Nội ngàn năm văn hiến.

Để các định hướng và giải pháp trên trở thành hiện thực, xin đề xuất một số kiến nghị với Trung ương và Thành phố sau đây:

I. VỚI TRUNG ƯƠNG

- Chính phủ có chính sách ưu đãi, hỗ trợ các làng nghề về vốn đầu tư, xây dựng cơ sở hạ tầng làng nghề, có cơ chế giảm lãi suất cho vay trung, dài hạn cho làng nghề phù hợp với cam kết hội nhập kinh tế quốc tế. Có cơ chế, chính sách về đất đai để khuyến khích đẩy nhanh xây dựng cụm công nghiệp làng nghề. Cải tiến thủ tục giao đất, thuê đất lâu dài và triển khai thực hiện thí điểm về đấu giá quyền sử dụng đất cho các cụm công nghiệp làng nghề.

- Các Bộ, Ngành Trung ương khi có chính sách mới của chính phủ ban hành có liên quan về nghề và làng nghề (đặc biệt là các làng nghề TCMN xuất khẩu) cần ra các thông tư hướng dẫn kịp thời để các địa phương và cơ sở thực hiện.

- Các Bộ Công thương, Bộ Văn hoá thể thao và du lịch, Bộ Tài nguyên và môi trường quan tâm phối hợp, hỗ trợ Thành phố đầu tư cho phát triển các làng nghề truyền thống kết hợp với du lịch; khắc phục ô nhiễm môi trường làng nghề. Xây dựng chương trình quảng bá sản phẩm, hỗ trợ kinh phí cho làng nghề đăng kí tham gia hội trợ triển lãm, tổ chức các tuyến du lịch đến các làng nghề TCMN xuất khẩu.

- Bộ Công thương, Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn chọn Hà Nội là điểm để thực hiện các chương trình khuyến công quốc gia, bảo tồn và phát triển làng nghề, ngành nghề nông thôn...

- Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam, Hiệp hội làng nghề Việt Nam, Hiệp hội TCMN và làng nghề Hà Nội và các tổ chức có liên quan của Trung ương quan tâm quan hệ với tổ chức quốc tế hỗ trợ cung cấp thông tin để giúp các doanh nghiệp, làng nghề TCMN tiếp cận thị trường xuất khẩu các sản phẩm, nhập khẩu nguyên liệu cho làng nghề.

II. ĐỐI VỚI THÀNH ỦY VÀ HỘI ĐỒNG NHÂN DÂN THÀNH PHỐ

- Tập trung sự chỉ đạo, lãnh đạo, thường xuyên đôn đốc kiểm tra, giám sát.

- Có cơ chế đặc thù liên quan đến khai thác và huy động nguồn lực làm cơ sở khai thác và tổ chức thực hiện.

- Đề nghị ưu tiên bố trí nguồn lực kịp thời và đầy đủ để thực hiện thành công chương trình.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nghiên cứu quy hoạch phát triển ngành nghề thủ công theo hướng công nghiệp hoá nông thôn Việt Nam. Quy hoạch của các tỉnh thí điểm tháng 12 - 2003 của cơ quan hợp tác quốc tế Nhật Bản (Jica) và Bộ Nông nghiệp PTNT.
2. Chiến lược và quy hoạch phát triển ngành tiểu thủ công nghiệp Việt Nam giai đoạn 2006 - 2015, tầm nhìn đến năm 2020 của Cục Công nghiệp địa phương (Bộ Công nghiệp), Hà Nội 2005.
3. Niên giám thống kê năm 2011, 2012 của Cục Thống kê Thành phố Hà Nội.
4. Làng nghề Hà Nội tiềm năng và triển vọng phát triển của Sở Công thương Hà Nội - NXB Khoa học xã hội ngày 28/12/2009.
5. Đề án bảo tồn và phát triển nghề, làng nghề Hà Nội giai đoạn từ năm 2010 đến năm 2020 kèm theo Quyết định số 554/QĐ-UBND ngày 27/01/2010 của UBND Thành phố Hà Nội.
6. Định hướng chiến lược phát triển kinh tế xã hội thủ đô Hà Nội đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050.
7. Quy hoạch phát triển công nghiệp Thành phố Hà Nội đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 của Sở Công thương thành phố Hà Nội năm 2010.
8. Đề án xây dựng nông thôn mới Hà Nội giai đoạn 2010 - 2020, định hướng đến năm 2030.
9. Báo cáo quy hoạch phát triển ngành nghề nông thôn đến năm 2015 và định hướng đến năm 2020 của Bộ Nông nghiệp và PTNT năm 2009.
10. Quy hoạch phát triển nghề, làng nghề trên địa bàn Thành phố Hà Nội đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.
11. Báo cáo tổng kết 5 năm thực hiện Nghị định số 134/2004/NĐ - CP ngày 09/6/2004 của Chính phủ về khuyến khích phát triển công nghiệp nông thôn và sơ kết 2 năm thực hiện Quyết định số 136/2007/QĐ - TTg ngày 20/8/2007 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt chương trình khuyến công quốc gia đến năm 2012.
12. Quyết định số 1081/QĐ - TTg ngày 6 tháng 7 năm 2011 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt quy hoạch phát triển kinh tế xã hội thành phố Hà Nội đến năm 2020, định hướng đến năm 2030.
13. Quyết định số 1259/QĐ - TTg ngày 26 tháng 7 năm 2011 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt quy hoạch chung xây dựng quy hoạch chung thủ đô Hà Nội đến năm 2030 và tầm nhìn đến năm 2050.