

## Tăng sức cạnh tranh cho hàng thủ công mỹ nghệ Việt

20:23 31/08/2019

Khi đến với Việt Nam, đa số du khách đều muốn mang theo về nước một món đồ thủ công mỹ nghệ, bởi những sản phẩm này luôn chứa đựng những gì tinh tế nhất của một nền văn hóa.

### **Xuất khẩu hàng thủ công tăng**

. Điều đó có được nhờ vào đôi bàn tay khéo léo và đầu óc sáng tạo của người thợ, người nghệ nhân. Sản phẩm làm ra vừa có giá trị sử dụng nhưng lại vừa mang dấu ấn tài hoa của người thợ và nét độc đáo của một miền quê nào đó.

Theo thống kê từ Tổng cục Hải quan, so với cùng kỳ năm 2018, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng túi xách, ví, vali, mũ, ô dù tăng 10,6% (tăng 206 triệu USD); mặt hàng đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận tăng 6,5% (tăng trên 50 triệu USD); mặt hàng gốm, sứ tăng 4,6% (tăng trên 13 triệu USD); mặt hàng mây tre cói thảm tăng 39,9% (tăng 76 triệu USD). Cộng kim ngạch của 4 nhóm mặt hàng trên đạt 3,536 tỷ USD, tăng 10,8%- cao hơn tốc độ tăng của tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước (tăng 345 triệu USD).



Độc

### *đáo sản phẩm thủ công mỹ nghệ*

Thị trường xuất khẩu hàng thủ công của Việt Nam tập trung chủ yếu vào Mỹ (chiếm trên 1/3) rồi EU (chiếm trên 1/5), Nhật Bản (chiếm trên 1/10), còn lại là Trung Quốc, Hàn Quốc và một số thị trường khác.

Nhiều mặt hàng đã được xuất khẩu tại chỗ thông qua việc chi tiêu mua sắm của khách quốc tế đến Việt Nam (hiện chiếm khoảng 15% tổng chi tiêu- khoảng 15 USD/khách). Do việc sản xuất, xuất khẩu hàng thủ công phần lớn khai thác nguồn nguyên liệu tại chỗ và hầu như không phụ thuộc nguyên liệu nhập khẩu nên thuộc nguồn hàng hóa có tính nội lực rất cao, đồng thời là ngành có điều kiện phát triển ở nhiều khu vực, vùng miền, góp phần chuyển dịch cơ cấu lao động, cơ cấu kinh tế của những nơi này.

Do xuất khẩu và tiêu thụ ở trong nước tăng nên ngành công nghiệp sản xuất hàng thủ công trong 7 tháng 2019 đã tăng 12,9%, cao hơn tốc độ tăng của công nghiệp chế biến, chế tạo (10,7%) và cao hơn tốc độ tăng của toàn ngành công nghiệp (9,4%).

Việc sản xuất, xuất khẩu các sản phẩm thủ công có vai trò quan trọng khi giải quyết nhiều công ăn việc làm, sử dụng được nguồn lao động dồi dào, với giá rẻ...

### **Sáng tạo để cạnh tranh**

Dưới bàn tay khéo léo của các nghệ nhân làng nghề Việt Nam đã tạo nên những sản phẩm rất được khách hàng nước ngoài ưa chuộng, tuy nhiên, thị trường cho những sản phẩm này còn rất hạn chế, các làng nghề chủ yếu tự tìm kiếm thị trường theo cách truyền thống.

Bên cạnh những kết quả đạt được, hiện các làng nghề ở Việt Nam nói chung đang yếu về thiết kế. Sản phẩm làm ra chưa đáp ứng tốt nhu cầu thị trường, đặc biệt là thị trường xuất khẩu, khả năng cạnh tranh của sản phẩm còn tương đối yếu so với các sản phẩm cùng loại của các nước trong khu vực như Trung Quốc, Ấn Độ, Philippines.

Có nhiều nguyên nhân dẫn đến tình trạng này, trong đó việc chậm đổi mới mẫu mã, sản phẩm thiếu tính sáng tạo, nhiều sản phẩm chưa xuất phát từ nhu cầu của khách hàng, làm dập khuôn theo các mẫu có sẵn trên thị trường hoặc theo đơn đặt hàng từ phía khách hàng mà ít có những sản phẩm của riêng mình. Nhiều nghệ nhân thợ giỏi có những mẫu thiết kế đẹp nhưng lại thiếu tính thương mại, khó sản xuất hàng loạt... Phần lớn doanh nghiệp vẫn đang bị động trong việc tìm kiếm, sáng tạo, thiết kế mẫu sản phẩm.

Đây là tình trạng chung của các cơ sở sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ, nhất là cơ sở quy mô nhỏ ở nước ta. Do hạn chế về nguồn lực, các cơ sở này không dám đầu tư đội ngũ thiết kế riêng, thiếu điều kiện nghiên cứu, tìm hiểu về thị hiếu của người tiêu dùng quốc tế. Trong khi đó, nhiều cơ sở cũng e ngại, nếu bỏ công sức đầu tư thiết kế mẫu bài bản, thì chỉ sau một thời gian ngắn sẽ bị các cơ sở khác làm nhái, vì vấn đề bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ ở Việt Nam chưa được thực hiện nghiêm. Do đó, doanh nghiệp, cơ sở sản xuất làng nghề rất cần sự hỗ trợ của các sở, ngành trong việc cải thiện, sáng tạo mẫu mã sản phẩm.

Doanh nghiệp, làng nghề cần thay đổi về thiết kế với các sản phẩm thủ công ứng dụng như trang sức, túi đeo, khuyên tai, vòng tay... và có cách nhìn thực tế, hiện đại hơn về thiết kế sản phẩm. Từ đó, cơ sở có những điều chỉnh về mẫu phù hợp với xu hướng hiện đại, đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Để đẩy mạnh xuất khẩu mặt hàng thủ công mỹ nghệ, các làng nghề truyền thống cả nước nói chung cần phải thay đổi bằng cách đổi mới thiết kế mẫu mã, đáp ứng được thị hiếu người tiêu dùng, nhưng vẫn giữ được bản sắc, giá trị truyền thống của sản phẩm.

**Hà Trần**