

Tìm đầu ra cho sản phẩm tiểu thủ công nghiệp

Thực trạng và giải pháp

DIỆU THÚY

Vừa qua, tại Lâm Đồng, Tạp chí Công nghiệp, Vụ Tổ chức Cán bộ - Bộ Công Thương phối hợp với Sở Công Thương tỉnh Lâm Đồng đã tổ chức Hội thảo với chủ đề: “Tìm đầu ra cho sản phẩm tiểu thủ công nghiệp miền Trung – Tây Nguyên”. Tới dự có ông Trần Văn Thanh – Phó Vụ trưởng Vụ TCCB, Phó Trưởng Ban chỉ đạo Bộ Công Thương thực hiện Đề án 1956 về đào tạo nghề cho lao động nông thôn, cùng đại diện Tổng cục Dạy nghề (Bộ LĐTB&XH); lãnh đạo các Sở Công Thương, Trung tâm khuyến công, Hiệp hội doanh nghiệp, các HTX, đại diện các làng nghề... khu vực các tỉnh miền Trung – Tây Nguyên; các cơ quan báo, đài Trung ương và địa phương.

Với mục tiêu là, nắm bắt nhu cầu nội dung cung cấp thông tin thị trường hàng hóa hỗ trợ cho việc tiêu thụ sản phẩm tiểu thủ công nghiệp; thảo luận, xây dựng kế hoạch chi tiết và các chương trình thông tin quảng bá giới thiệu sản phẩm đến cấp xã, tư vấn triển khai công tác cung cấp thông tin thị trường hàng hóa, quảng bá thương hiệu sản phẩm tiểu thủ công nghiệp của các địa phương đến các thị trường trong và ngoài nước. Chính vì vậy mà tại Hội thảo, báo cáo tham luận của Viện Nghiên cứu chiến lược chính sách công nghiệp đã nhấn mạnh đến tình hình phát triển CN-TTCN trên địa bàn cả nước nói chung, các tỉnh miền Trung – Tây Nguyên nói riêng, trong đó phân tích đánh giá khá kỹ lưỡng và sâu sắc về thực trạng bức tranh làng nghề ở nông thôn nước ta, nhất là làng nghề ở khu vực đồng bằng Bắc Bộ. Đặc biệt, tác giả đã minh họa rõ nét về tiềm năng, thế mạnh về lao động và trình độ KHKT, về thị trường và cả những thách thức đối với sự phát triển của TTCN, làng nghề Việt Nam hiện nay. Bản tham luận nhấn mạnh, phát triển TTCN và làng nghề cần phải theo 5 tiêu chí: Tổ chức liên kết; Thương hiệu và thị trường; Truyền nghề và phát triển nguồn nhân lực; Tạo nguồn nguyên liệu và triển khai các dự án. Đặc biệt, các tỉnh duyên hải miền Trung, với tiềm năng về kinh tế biển, đảo, đồi núi, cao nguyên... là điều kiện lý tưởng cho phát triển du lịch, xây dựng các khu vui chơi giải trí, nơi tiêu thụ sản phẩm của các làng nghề truyền thống. Qua đó, tác giả đề xuất định hướng phát triển TTCN và làng nghề vùng miền Trung - Tây Nguyên, nhằm khai thác những sản phẩm nổi tiếng của các làng nghề TTCN truyền thống...

Thực trạng bức tranh làng nghề sản xuất tiểu thủ công nghiệp

Tại Hội thảo, một số tham luận còn dẫn chứng nhiều số liệu sinh động được tổng hợp từ các cuộc khảo sát, tìm hiểu thông tin tại 89 cơ sở CN-TTCN nông thôn các

tỉnh miền Trung- Tây Nguyên, trong đó chủ yếu là các hộ kinh doanh, doanh nghiệp, Công ty TNHH, CTCP, tổ hợp tác... và thấy rằng, ngoài năng lực sản xuất, thì hầu hết đầu ra cho các sản phẩm công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp bao gồm các mặt hàng cơ khí, đồ uống, thủ công mỹ nghệ, hàng tiêu dùng trên địa bàn các tỉnh miền Trung – Tây Nguyên chủ yếu được các chủ doanh nghiệp bao tiêu theo hướng khép kín để tăng giá trị gia tăng. Tuy nhiên, do năng lực sản xuất và với quy mô vừa và nhỏ nên lượng vốn đối với các cơ sở CN-TTCN nông thôn không lớn, có khả năng thu xếp được, nhưng vì sản xuất nhỏ lẻ nên mức tăng trưởng hàng năm không cao. Trong đó, ông Huỳnh Ngọc Cảnh - Giám đốc Sở Công Thương tỉnh Lâm Đồng có bài tham luận với chủ đề “Thực trạng và định hướng phát triển sản phẩm TTCN ở Lâm Đồng và mối liên hệ với khu vực miền Trung – Tây Nguyên”. Tác giả khái quát khá đầy đủ về tiềm năng thế mạnh về tài nguyên, thiên nhiên, những thuận lợi về điều kiện địa lý, đặc biệt là tình có lợi thế về du lịch, dịch vụ và hoạt động sản xuất công nghiệp tiểu thủ công nghiệp trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng, về thực trạng nguồn nhân lực, về hỗ trợ vốn, cơ sở vật chất, đào tạo nghề, đặc biệt là chú trọng quan tâm, đầu tư ở những nơi được đưa vào chương trình xây dựng nông thôn mới.

Các báo cáo tham luận đến từ tỉnh Ninh Thuận, Hiệp hội Doanh nghiệp vừa và nhỏ tỉnh Lâm Đồng, HTX Tiểu thủ công nghiệp Trạm Hành, HTX Mây tre đan Bao La... cũng phần nào nêu rõ, ngoài công tác phát triển tiểu thủ công nghiệp còn gặp nhiều khó khăn, chủ yếu là các cơ sở sản xuất chưa định hình được sản phẩm chính, hoặc còn loay hoay với vốn đầu tư, mặt bằng sản xuất, nguồn nguyên liệu... thì vấn đề thị trường tiêu thụ cũng là bài toán nan giải đối với các cơ sở sản xuất tiểu thủ công nghiệp nông thôn. Nhiều HTX, doanh nghiệp sản xuất... thiếu vốn đầu tư, công nghệ lạc hậu, sản xuất nhỏ lẻ, lao động thủ công, tay nghề thấp, nên chưa có sản phẩm

“tinh”, đặc sắc tiêu biểu cho vùng, miền. Chính vì vậy mà sản phẩm chưa chinh phục được thị trường trong nước và đương nhiên, sẽ rất khó để “đem chuông đi đấm xú người”. Thấy rõ thực trạng trên, Trung tâm Khuyến công một số tỉnh, trong đó có Lâm Đồng, Khánh Hòa... đã có các giải pháp đẩy mạnh công tác khuyến công, trong đó, hỗ trợ cho các cơ sở sản xuất tiểu thủ công nghiệp xây dựng nhà xưởng, mua sắm máy móc thiết bị, đổi mới công nghệ... nhằm sản xuất ra những sản phẩm mới, hoặc nâng cao chất lượng sản phẩm để cạnh tranh trên thị trường và đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế, góp phần xóa đói giảm nghèo vùng nông thôn, góp phần vào sự tăng trưởng giá trị sản xuất công nghiệp hàng năm và thực hiện chủ trương chuyển dịch cơ cấu kinh tế.

Các đại biểu cũng đã được nghe bài tham luận của đại diện Tạp chí Công nghiệp về sự cần thiết phải tăng cường công tác cung cấp thông tin thị trường hàng hóa, hỗ trợ việc tiêu thụ sản phẩm tiểu thủ công nghiệp cho lao động nông thôn, nhằm góp phần đẩy mạnh các hoạt động truyền thông, hướng tới đối tượng là người dân nông thôn, đặc biệt là những người đã, đang và sẽ tham gia vào các hoạt động sản xuất và cung ứng dịch vụ trong lĩnh vực TTCN và thương mại nông thôn tại ba miền Bắc, Trung, Nam. Hiện tại, Tạp chí Công nghiệp – Cơ quan thông tin lý luận của Bộ Công Thương ngoài được giao là đầu mối phụ trách các xã tại địa bàn các tỉnh miền Trung - Tây Nguyên để thực hiện nhiệm vụ điều tra, khảo sát thực trạng công tác đào tạo nghề cho lao động nông thôn, còn thực hiện xuất bản Bản tin Công nghiệp Thương mại nông thôn, định kỳ 3 tháng 01 số với số lượng mỗi kỳ gần 10.000 bản và được phát hành rộng trên phạm vi toàn quốc. Nét mới của Bản tin là bên cạnh các chuyên mục chính như phần tin tức sự kiện, nhà nông làm giàu, công nghệ sản phẩm mới, thông tin thị trường, hàng hóa dịch vụ, kinh nghiệm quốc tế, Bản tin còn có mục bạn đọc hỏi, chúng tôi trả lời, văn bản mới, trong đó nổi bật là để giới thiệu các cơ sở sản xuất TTCN nông thôn, các bài về thông tin thị trường, công nghệ sản phẩm mới, cả mục nhà nông làm giàu đều có địa chỉ, điện thoại để mọi người có thể tìm hiểu và trao đổi thông tin.

Giải pháp thúc đẩy phát triển thị trường

Để các cơ sở sản xuất CN-TTCN nông thôn có cơ hội phát triển mạnh hơn, mấu chốt quyết định quá trình đi lên và tạo đà để nông thôn Việt Nam nói chung, khu vực nông thôn miền Trung và Tây Nguyên nói riêng phát triển trong thời gian tới, các đại biểu tham dự Hội thảo cũng đã đề xuất, kiến nghị với Nhà nước, các tỉnh và ngành Công Thương cần hỗ trợ hơn nữa để các sản phẩm TTCN của địa phương phát triển và ngày càng chiếm lĩnh được thị trường nội địa và xuất khẩu. Đặc biệt là cần tiếp tục triển khai tổ chức bình chọn sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu theo định kỳ và xét chọn nghề nhân cấp tỉnh, nhằm kích thích sự sáng tạo của nghệ nhân để có những sản phẩm chất lượng và

mỹ thuật hơn, phát huy được giá trị văn hóa - bảo tồn duy trì phát triển ngành nghề truyền thống, nhằm đáp ứng phục vụ nhu cầu khách hàng trong và ngoài nước.

Muốn vậy, các cấp, các ngành và địa phương cần hỗ trợ nâng cao năng lực quản lý, nhằm giúp cho các cơ sở sản xuất TTCN từng bước nâng cao năng lực tổ chức và điều hành sản xuất kinh doanh; tổ chức các lớp tập huấn về khởi sự doanh nghiệp; nâng cao năng lực quản lý cho cán bộ quản lý điều hành và kỹ năng giao việc cho cấp dưới; nâng cao năng lực điều hành cho tổ trưởng sản xuất; nâng cao năng lực quản lý và phát triển nguồn nhân lực trong xu thế hội nhập; quản trị doanh nghiệp về tiết giảm chi phí, hạ giá thành sản phẩm; nghiên cứu sản phẩm mới; quản trị doanh nghiệp về công cụ quản lý và năng suất lao động; quản trị doanh nghiệp về kinh doanh xuất nhập khẩu và kinh doanh quốc tế; quản trị doanh nghiệp về nâng cao chất lượng và thu nhập của người lao động.

Bên cạnh đó, cần tổ chức các cuộc thi “Sáng tạo sản phẩm công nghiệp-tiểu thủ công nghiệp”, tổ chức “bình chọn và cấp giấy chứng nhận sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu”, tổ chức các hội chợ, triển lãm ngành nghề, các lĩnh vực chế biến nông-lâm sản, thủ công mỹ nghệ, cơ khí phục vụ nông nghiệp, chế biến thực phẩm và tiểu thủ công nghiệp khác, nhằm khơi dậy tiềm năng sáng tạo của các cơ sở sản xuất TTCN tại các địa phương, qua đó, hỗ trợ các cơ sở sản xuất tiểu thủ công nghiệp đầu tư phát triển sản xuất đối với sản phẩm mũi nhọn, góp phần khôi phục và phát triển một số ngành hàng truyền thống, nhất là đối với hàng thủ công mỹ nghệ.

Tuy nhiên, để đầu ra cho các sản phẩm TTCN khu vực miền Trung - Tây Nguyên đứng được trên thị trường tiêu dùng trong và ngoài nước, về phía các cơ sở sản xuất TTCN cũng cần phải nỗ lực hơn nữa trong việc tham gia các hội chợ triển lãm, hội chợ, mở rộng tiếp cận thị trường, tích cực quảng bá giới thiệu cho khách hàng trong và ngoài nước các sản phẩm tiểu thủ công nghiệp đặc trưng của địa phương, của vùng miền; chủ động đầu tư nâng cao năng lực sản xuất, huy động nguồn vốn phát triển; đẩy mạnh công tác đào tạo nghề, lựa chọn sản phẩm chủ lực, mũi nhọn và phải chú trọng cải tiến mẫu mã, nâng cao chất lượng sản phẩm, đáp ứng thị hiếu và nhu cầu của khách hàng.

Cuối cùng là, Nhà nước và Bộ Công Thương cần tăng cường hơn nữa công tác truyền thông, trong đó hỗ trợ thêm kinh phí để nâng cao chất lượng nội dung và lượng phát hành Bản tin Công nghiệp Thương mại nông thôn đến các đối tượng không chỉ là người dân nông thôn, các xã, làng, mà cả các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong cả nước, các tham tán thương mại Việt Nam ở nước ngoài... Có như vậy sẽ giúp cho các cơ sở sản xuất có điều kiện tiếp cận thêm thông tin và tìm kiếm thị trường tiêu thụ sản phẩm, qua đó định hướng sản xuất những mặt hàng phù hợp với năng lực và đáp ứng nhu cầu của khách hàng. ❖