

Mức tiêu 1,5 tỷ USD có còn xa?

Written by Phan Dang An

Tuesday, 13 July 2010 16:06 - Last Updated Tuesday, 13 July 2010 16:12

Lao Động - Theo chiến lược phát triển của ngành thủ công mỹ nghệ, đến năm 2010 phải đạt kim ngạch xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ phải đạt 1,5 tỷ USD, nhưng tiêu chí này có lẽ vẫn còn xa vời.

Cơ cấu hiện có hơn 2.000 làng nghề, với hơn 1,3 triệu lao động làm việc trong ngành thủ công mỹ nghệ (TCMN) và có khoảng 1.120 doanh nghiệp (DN) xuất khẩu (XK) hàng TCMN.

Còn quá nhỏ so với tiềm năng?

Thông tin về các DN, HTX sản xuất hàng TCMN tại TPHCM có nhu cầu đến hàng XK đến hết năm 2010 đang làm cho giới sản xuất TCMN thấy an lòng, kể việc cho thuê kho hàng TCMN để đóng gói XK và mức tiêu chí của XK 1,5 tỷ USD hàng TCMN trong năm 2010 sớm trở thành hiện thực.

Đặc biệt, HTX mây tre lá mảnh trúc XK Bình Minh (Q.Phú Nhuận, TPHCM) đã ký nhu cầu hợp đồng (gồm cả hợp đồng ghi nhận) đến hết năm 2010. Trong 6 tháng đầu năm, HTX này đã XK được số hàng TCMN trị giá đạt 2,5 tỷ đồng (bằng cả năm 2009).

Còn Cty TNHH Tam Long (Thị Đức) cũng vừa XK được 2 container số phẩm nổi bật chế biến từ lụa bình qua Australia và Việt Nam trị giá 27.000USD. So với năm 2009, giá trị hàng đến thị trường này của Cty Tam Long đã tăng được khoảng 20%.

Tuy nhiên, kim ngạch XK hàng TCMN của VN trong 3 tháng đầu năm 2010 mới chỉ đạt khoảng 180 triệu USD. Thị trường XK hàng TCMN chủ yếu là Mỹ, Nhật Bản, Pháp, Đức, Đài Loan, Thái Sĩ... Trong đó, kim ngạch XK sang thị trường Pháp tăng tới 31,4% so với cùng kỳ năm trước. Kim ngạch XK sang thị trường Mỹ tăng 2,3% và Đức tăng 1,1%. Trong khi đó, kim ngạch XK sang thị trường Nhật Bản giảm 35,2%; Australia giảm 86,4%. Đặc biệt, kim ngạch XK sang thị trường Thái Sĩ giảm tới 2,2 tỷ USD của quý I năm trước xu hướng còn trên 8 triệu USD của năm nay do cùng kỳ năm trước các DN XK nhu cầu vàng núp dưới đồng hàng TCMN (vòng, lụa... bằng vàng) sang thị trường này.

Trong các mặt hàng TCMN XK quý I năm nay, kim ngạch XK gốm sứ đạt cao nhất cũng chỉ là 80,6 triệu USD, tăng 8,1% so với cùng kỳ năm trước. Mặt hàng gốm sứ XK sang hầu hết các thị trường chính đều giảm. Trong đó, kim ngạch XK sang Mỹ giảm 12,34%, đạt trên 10 triệu USD; kim ngạch XK sang Đức giảm 6,64% đạt 8,7 triệu USD; Nhật Bản giảm 2,27% đạt 8,4 triệu USD.

Ngược lại, kim ngạch XK sang một số thị trường khác lại tăng so với cùng kỳ năm 2009, như Đài Loan tăng 51%; Campuchia tăng tới 206%. Đặc biệt, kim ngạch XK gốm sứ sang Indonesia tăng tới 4 ngàn USD của quý I năm ngoái lên tới 1,67 triệu USD trong quý I năm nay. Nếu so với mức tiêu XK 1,5 tỷ USD hàng TCMN trong cả năm 2010 thì kết quả đạt được hiện còn quá... xa vời.

Tiềm năng to lớn

Mức tiêu 1,5 tỉ USD có còn xa?

Written by Phan Dang An

Tuesday, 13 July 2010 16:06 - Last Updated Tuesday, 13 July 2010 16:12

Sản phẩm TCMN là mặt hàng có truyền thống lâu đời của VN, được XK khá sớm so với các mặt hàng khác. Đến nay, hàng TCMN của VN đã có mặt tại 163 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới.

Theo số liệu thống kê, các mặt hàng TCMN có mức độ tăng trưởng bình quân khoảng 20%/năm. Năm 2004, kim ngạch XK mặt dệt 300 triệu USD thì đến năm 2007 đã dệt hơn 750 triệu USD. Năm 2008, dù tác động suy thoái kinh tế toàn cầu, nhưng kim ngạch XK vẫn dệt gần 1 tỉ USD.

Kim ngạch XK hàng TCMN tuy không lớn, nhưng có vai trò quan trọng trong chuyển đổi cơ cấu kinh tế nông thôn, là ngành nghề thu hút nhiều lao động tham gia làm hàng XK, góp phần xóa đói, giảm nghèo ở nông thôn.

Mặt khác, kim ngạch XK của hàng TCMN lại có giá trị gia tăng lớn, chỉ mặt dệt triệu USD XK của ngành TCMN sẽ mang lại lợi nhuận gấp 5-10 lần so với ngành khai thác; giúp quy mô vốn làm dệt 3 đến 5 ngàn lao động. Mặt khác, hàng TCMN sản xuất chủ yếu từ nguồn nguyên liệu sản có trong nước, nguyên phụ liệu nhập khẩu có tính chi phí 3 - 3,5% giá trị XK.

Mặc dù tiềm năng XK hàng TCMN VN rất lớn, nhưng do quy mô sản xuất nhỏ nên các DN sản xuất hàng TCMN VN khó đáp ứng được nhu cầu dệt hàng lớn của nước ngoài. Mặt đi kèm yếu cấu trúc phức tạp là có tới 90% các sản phẩm XK được sản xuất theo mẫu thiết kế của nước ngoài dệt hàng.

Cách làm này tuy sẽ giúp quy mô dệt ra sản phẩm, nhưng về lâu dài sẽ làm “thui chột” các ý tưởng sáng tạo của nghề nhân và các thợ nghề và hiệu quả thực thu lợi thấp. Mặt khác, các DN sản xuất hàng TCMN dệt quá ít cho nghiên cứu và phát triển, nhất là thợ dệt dành cho dệt mẫu và thiết kế. Họ quên là dệt nhiều hàng TCMN VN không có nhưng công cụ rõ rệt và cấu trúc dệt vào mặt thợ dệt dệt chi phí lĩnh.

Đặc biệt phức tạp nhưng khi khuyến khích nêu trên trong bối cảnh khó khăn như hiện nay, các DN sản xuất hàng TCMN dệt cần sớm hỗ trợ kịp thời. Chính phủ cũng như các bộ, ngành chức năng thông qua các chương trình bảo tồn làng nghề, khuyến khích công và xây dựng hệ thống cơ sở... để có chính sách khuyến khích phù hợp giúp DN ngành TCMN có điều kiện dệt phát triển, tăng cường khả năng sản xuất, dệt ra các sản phẩm có mẫu mã riêng, kiểu dáng đẹp, chất lượng phù hợp, hiệu quả và giá cả hợp lý có khả năng tiếp cận nhiều dệt hàng lớn, mặt dệt thợ dệt XK.

Hàng năm, Hoa Kỳ có nhu cầu nhập khẩu (NK) khoảng 13 tỉ USD/năm hàng TCMN, như

Thị trường EU NK khoảng 7 tỉ USD hàng TCMN mặt năm, Việt Nam đã chiếm dệt 5,4

Nhật Bản mặt năm (Nguồn: [http://www.vietnam.vn/2010/07/13/USD_t_kh_u_g_hang_t_khuc_o_giang_loc_th_Vietnam](#)) n 1,

Mức tiêu 1,5 tỷ USD có còn xa?

Written by Phan Dang An

Tuesday, 13 July 2010 16:06 - Last Updated Tuesday, 13 July 2010 16:12

Người n : Công Thợ ng(Lao Đợ ng)