

2009

BÁO CÁO NGÀNH HÀNG THỦ CÔNG MỸ NGHỆ VIỆT NAM

hand
crafts



VIETNAM CREDIT GROUP

Báo cáo công ty – Báo cáo ngành – Báo cáo quản trị rủi ro

Trụ sở chính

Tầng 15 Tòa nhà LICOGI 13,
Số 164 Khuất Duy Tiến, Quận Thanh Xuân - Hà Nội
Tel: (+84) 24 6262 0082 Fax: (+84) 24 6262 0083

Văn phòng TP.HCM

Tầng 8 Tòa nhà Master
Số 41 – 43 Trần Cao Vân, Quận 3 - TPHCM
Phone: (+84) 28 3521 0453 Fax: (+84) 28 3521 0460
www.vietnamcredit.com.vn

MỤC LỤC

Trang

DANH MỤC CÁC BẢNG

DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

Một số nhận xét chính của VietnamCredit	1
1. TỔNG QUAN VỀ NGÀNH HÀNG TCMN	2
1.1. Khái niệm hàng TCMN.....	2
1.2. Phân loại ngành hàng TCMN	2
1.3. Đặc thù của hàng TCMN.....	3
2. TÌNH HÌNH NGÀNH HÀNG TCMN THẾ GIỚI	4
2.1. Tình hình chung	4
2.2. Một số quốc gia sản xuất và xuất khẩu hàng TCMN lớn trên thế giới.....	5
2.2.1. Ngành hàng TCMN Trung Quốc.....	5
2.2.2. Ngành hàng TCMN Ấn Độ.....	6
3. TÌNH HÌNH NGÀNH HÀNG TCMN VIỆT NAM	7
3.1. Thực trạng ngành hàng TCMN Việt Nam	7
3.1.1. Tình hình sản xuất.....	7
3.1.2. Tình hình tiêu thụ trong nước	10
3.1.3. Tình hình xuất khẩu hàng TCMN.....	12
3.1.4. Quản lý Nhà nước đối với ngành hàng TCMN	17
3.2. Những nhận định chính về ngành hàng TCMN Việt Nam	19
3.2.1. Ngành hàng TCMN là ngành mang lại giá trị gia tăng lớn	19
3.2.2. Tính bền vững của ngành hàng TCMN chưa cao	19
3.2.3. Xuất khẩu hàng TCMN cần lắm một thương hiệu quốc gia.....	20
4. CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC CỦA NGÀNH	20
4.1. Những cơ hội chính.....	20
4.1.1. Cơ hội từ thị trường thế giới.....	20
4.1.2. Cơ hội từ thị trường trong nước.....	21

4.2. Những thách thức chính	22
4.2.1. Thiếu nguồn nguyên liệu	22
4.2.2. Sản phẩm thiếu tính sáng tạo	23
4.2.3. Cạnh tranh ngày càng gay gắt.....	24
4.2.4. Vấn đề ô nhiễm môi trường.....	24
5. DỰ BÁO PHÁT TRIỂN NGÀNH.....	24
5.1. Dự báo phát triển ngành hàng TCMN thế giới	24
5.2. Các nhân tố ảnh hưởng và dự báo ngành hàng TCMN Việt Nam.....	25
5.2.1. Các nhân tố ảnh hưởng	25
5.2.2. Dự báo ngành hàng TCMN Việt Nam.....	26
6. BẢNG PHÂN TÍCH SWOT.....	28
7. DOANH NGHIỆP ĐƯỢC XẾP HẠNG TRONG NGÀNH	29
PHỤ LỤC	38



DANH MỤC CÁC BẢNG

Trang

Bảng 1. Thống kê số cơ sở sản xuất kinh doanh hàng TCMN theo địa phương	7
Bảng 2. Thống kê số cơ sở sản xuất kinh doanh hàng TCMN theo nhóm nghề.....	7
Bảng 3. Số lượng lao động làm nghề tại các tỉnh.....	8
Bảng 4. Kim ngạch XK hàng gốm sứ Việt Nam sang một số quốc gia.....	16
Bảng 5. Kim ngạch XK hàng thêu ren Việt Nam sang một số quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới.....	16
Bảng 6. Các chính sách có liên quan đến ngành hàng TCMN.....	17
Bảng 7. Thị trường 5 nhóm hàng TCMN Việt Nam xuất khẩu hàng đầu.....	21
Bảng 8. Các chỉ số kinh tế toàn cầu năm 2007-2008 và dự báo 2009-2010.....	25
Bảng 9. Dự báo tốc độ phát triển của kinh tế Việt Nam	27



DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ

Trang

Sơ đồ 1. Quy trình sản xuất hàng TCMN.....	2
Biểu đồ 1. Các nước XK sản phẩm mây tre lớn trên thế giới giai đoạn 2001-2005	4
Biểu đồ 2. Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng TCMN Trung Quốc	5
Biểu đồ 3. Tỷ trọng các quốc gia nhập khẩu hàng TCMN Ấn Độ 2008-2009	6
Biểu đồ 4. Giá trị XK các sản phẩm mây tre của Ấn Độ giai đoạn 2000-2007	6
Biểu đồ 5. Tỷ lệ % thay đổi cơ cấu giá thành một số mặt hàng TCMN năm 2008 so với 2001	9
Biểu đồ 6. Cơ cấu tiêu thụ các sản phẩm TCMN.....	10
Biểu đồ 7. Cơ cấu thị trường nội địa trong tiêu thụ các sản phẩm TCMN	11
Biểu đồ 8. Tỷ trọng xuất khẩu hàng thủ công theo quốc gia (%)	13
Biểu đồ 9. Kim ngạch xuất khẩu hàng TCMN Việt Nam giai đoạn 2000-2008.....	14
Biểu đồ 10. Giá trị xuất khẩu một số mặt hàng chủ yếu giai đoạn 2000-2008.....	14
Biểu đồ 11. Kim ngạch XK các sản phẩm mây, tre, cói và thảm của Việt Nam.....	15
Biểu đồ 12. Doanh thu XK hàng thủ công truyền thống giai đoạn 2002-2007.....	17
Biểu đồ 13. Thu nhập bình quân đầu người một tháng theo giá thực tế phân theo thành thị và nông thôn	21
Biểu đồ 14. Dự báo giá trị XK 5 nhóm hàng TCMN Việt Nam sang các thị trường năm 2010	27

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

CP	Cổ phần
HRPC	Trung tâm nghiên cứu và hỗ trợ phát triển các làng nghề thủ công truyền thống Việt Nam
VIETCRAFT	Hiệp hội xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam
NN	Nông nghiệp
NT	Nông thôn
NK	Nhập khẩu
TCMN	Thủ công mỹ nghệ
XK	Xuất khẩu
SP	Sản phẩm



Một số nhận xét chính của VietnamCredit

Hàng thủ công mỹ nghệ (TCMN) Việt Nam có truyền thống lâu đời và là ngành hàng đóng vai trò quan trọng trong chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn. Theo ước tính, cứ sản xuất và xuất khẩu được 1 triệu USD các sản phẩm làng nghề thì có thể giải quyết được việc làm cho khoảng từ 3000 – 4000 nhân công.

TCMN là ngành hàng mang lại giá trị cao, với mức tăng trưởng xuất khẩu tính theo giá trị đạt 20%/năm, gấp gần 5 lần so với mức tăng trung bình của thế giới. Ngành hàng này được ITC (Trung tâm Thương mại thế giới) đánh giá là có tiềm năng phát triển với chỉ số tiềm năng ở mức 3,2/5.

Nhu cầu về hàng TCMN trong nước cũng như trên thế giới ngày càng tăng. Đây là một tín hiệu đáng mừng cho tất cả các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu hàng TCMN Việt Nam khi mà khủng hoảng kinh tế toàn cầu đã tác động xấu đến toàn bộ các nền kinh tế.

Hàng TCMN Việt Nam bị coi là thiếu tính sáng tạo, copy thiết kế của nước ngoài nên không tạo ra được hiệu ứng lâu dài với các thị trường lớn và khó tính như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản... Thực tế, các doanh nghiệp TCMN Việt Nam luôn có cơ hội để mở rộng thị phần trên thị trường thế giới. Vấn đề ở chỗ là các doanh nghiệp bán cái gì và bán như thế nào mà thôi.

Giống như một số ngành công nghiệp quan trọng khác, ngành hàng TCMN Việt Nam đang rơi vào một tình trạng không đáng có: thiếu nguyên liệu sản xuất nên các doanh nghiệp không có khả năng đáp ứng và bỏ lỡ các hợp đồng lớn. Đây là điểm yếu đã được các chuyên gia trong ngành cảnh báo nhưng đến nay vẫn chưa có hướng giải quyết hiệu quả.

Dự báo năm 2010, ngành hàng TCMN có thể đem về cho Việt Nam 1,5 tỷ USD từ hoạt động xuất khẩu.