

PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM THỦ CÔNG MỸ NGHỆ CỦA ĐỒNG BÀO DÂN TỘC TỈNH KON TUM - THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

DEVELOPING HANDICRAFT PRODUCTS MADE BY ETHNIC MINORITY GROUPS IN KONTUM PROVINCE: STATUS AND SOLUTIONS

Phan Thị Nhung

Phân hiệu Đại học Đà Nẵng tại Kon Tum, Email: phannhung31k8@gmail.com

Tóm tắt - Phát triển sản phẩm thủ công truyền thống nói chung, sản phẩm thủ công mỹ nghệ nói riêng ở Kon Tum là yêu cầu cấp thiết nhằm phát huy nội lực của địa phương, góp phần giải quyết việc làm, tăng thu nhập, làm chuyển dịch cơ cấu kinh tế, bảo tồn bản sắc văn hóa dân tộc. Tuy nhiên, hoạt động sản xuất-kinh doanh sản phẩm thủ công mỹ nghệ trên địa bàn tỉnh vẫn còn yếu, chưa tạo được chuyển biến lớn, giá trị sản xuất chưa cao. Trong phạm vi bài viết, tác giả nghiên cứu làm rõ thực trạng phát triển nghề thủ công nói chung và sản phẩm thủ công mỹ nghệ của đồng bào các dân tộc trên địa bàn tỉnh Kon Tum nói riêng. Trên cơ sở đó, tác giả đưa ra một số khuyến nghị về phát triển sản phẩm thủ công mỹ nghệ ở tỉnh Kon Tum.

Từ khóa - đồng bào dân tộc; Kon Tum; phát triển; thủ công truyền thống; thủ công mỹ nghệ.

1. Đặt vấn đề

Kon Tum là tỉnh thuộc khu vực Bắc Tây Nguyên, dân số có trên 50% là người đồng bào dân tộc thiểu số (DTTS) có các lễ hội văn hóa độc đáo, các loại nhạc cụ dân tộc và đồ thủ công mỹ nghệ (TCMN) truyền thống gắn liền với các thuần phong mỹ tục và sự phát triển của sản xuất sản phẩm hóa địa phương. Qui mô dân số của đồng bào đòi hỏi phải giải quyết bài toán sinh kế, trong đó phải tính đến phát triển các sản phẩm TCMN như là một hoạt động sinh kế có tầm quan trọng.

Thực tế cho thấy, ở các vùng đồng bào DTTS có các ngành nghề thủ công truyền thống độc đáo như dệt thổ cẩm, đan lát, rèn, làm rượu cần, nghề mộc dân dụng, và đồ gỗ cao cấp phát triển đang giúp cải thiện cuộc sống nhiều hộ gia đình và được ưa chuộng của nhiều du khách tham quan du lịch. Tuy nhiên, các cộng đồng DTTS ở nơi đây chỉ tồn tại một số cá nhân đơn lẻ biết nghề và duy trì nghề thủ công như một phương thức sinh kế, làng nghề đang ngày càng bị mai một, các hộ gia đình chán nghề, muốn bỏ nghề tìm kế sinh nhai khác.

Vấn đề quy hoạch và phát triển sản phẩm TCMN cho người đồng bào dân tộc tỉnh Kon Tum đang trở nên cấp thiết, làm thế nào để không những từng bước tháo gỡ những khó khăn để phát triển mà còn cho phép khai thác hiệu quả nguồn nguyên liệu, tay nghề sẵn có của địa phương và góp phần gìn giữ bản sắc văn hóa đặc sắc của người đồng bào dân tộc nơi đây.

2. Khái niệm về phát triển sản phẩm TCMN

Theo Bùi Văn Vượng (2002) Sản phẩm TCMN được hiểu là những sản phẩm mang tính truyền thống và độc đáo của từng vùng, có giá trị chất lượng cao, vừa là hàng hoá, vừa là sản phẩm văn hoá, nghệ thuật, mỹ thuật, thậm chí có thể trở thành di sản văn hoá của

Abstract - Developing traditional handicraft industry in general and fine handicraft products in Kon Tum province in particular is an urgent need to mobilize local resources, contribute to job creation, increase income, bring economic restructuring and preserve cultural identity. However, handicraft production and trade in the province remain underdeveloped: there has not been any significant changes and production value is still low. In this article, the researcher clarifies the status quo of the handicraft industry in general and handicraft products made by ethnic minority groups in Kon Tum province in particular, thereby proposing some recommendations to improve fine handicrafts in Kon Tum province.

Key words - ethnic minority groups; Kon Tum; development; traditional handicraft; fine handicrafts.

dân tộc, mang bản sắc văn hoá của vùng lãnh thổ hay quốc gia sản xuất ra chúng.

Trương Minh Hằng (2012) cho rằng phát triển sản phẩm TCMN là khái niệm biểu thị định hướng phát triển sản phẩm TCMN của một cá nhân, tổ chức, địa phương, vùng hoặc quốc gia, hàm chứa một quá trình từ định hướng cơ cấu và chủng loại sản phẩm cần xúc tiến sản xuất đến quá trình tổ chức sản xuất và phân phối sản phẩm sản xuất ra.

Theo Phạm Văn Thắng (2015) phát triển sản phẩm TCMN thể hiện việc xác định vị trí của ngành sản xuất TCMN trong cơ cấu kinh tế xã hội của địa phương, cho phép tập trung và thu hút nguồn lực cho sự phát triển các hoạt động có liên quan nhằm hình thành các sản phẩm TCMN.

Rogerson (2001) cho rằng phát triển sản phẩm TCMN có 6 nhóm trở ngại chính bao gồm: thị trường và tiếp thị; thiếu vật liệu thô; vốn; công nghệ; yếu kém trong quản lý; sự yếu kém của các cơ quan hỗ trợ.

Với những thay đổi rất nhanh chóng của thị hiếu người tiêu dùng, công nghệ sản xuất và cạnh tranh thị trường, sản phẩm TCMN của đồng bào DTTS cũng cần phải thay đổi, phát triển sản phẩm TCMN theo hướng đáp ứng được với những mong muốn thay đổi của khách hàng, của thị trường, phù hợp với xu hướng đổi mới của công nghệ, nhưng đảm bảo được giá trị văn hóa truyền thống của người đồng bào trong từng sản phẩm.

3. Thực trạng phát triển sản phẩm TCMN của đồng bào dân tộc tỉnh Kon Tum

3.1. Thực trạng phát triển sản phẩm TCMN trên địa bàn tỉnh Kon Tum

3.1.1. Về số lượng và cơ cấu các sản phẩm TCMN trên địa bàn tỉnh Kon Tum

Theo thống kê của Sở Công Thương tỉnh Kon Tum, tính đến năm 2015, tổng số làng nghề sản xuất sản phẩm thủ công truyền thống của tỉnh Kon Tum là 12 làng nghề được phân bố tập trung chủ yếu quanh khu vực thành phố Kon Tum. Tuy nhiên, trong số này chưa làng nào đủ tiêu chuẩn để được công nhận là làng nghề thủ công truyền thống như theo Thông tư 116/2006/TT-BNN ngày 18/12/2006 của Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn. Số lượng làng nghề được thể hiện qua bảng 1.

Bảng 1: Danh sách các làng nghề và nhóm sản phẩm chính trên địa bàn tỉnh Kon Tum đến thời điểm (30/09/2015)

STT	Làng nghề	Địa chỉ	Nhóm sản phẩm chính
1	Plei Đôn, P.Quang Trung	TP. Kon Tum	Thổ cẩm, mây tre đan
2	Kon Klor, P. Thắng Lợi	TP. Kon Tum	Thổ cẩm, mây tre đan, rượu cần
3	Thôn 4, xã Chư Hreng	TP. Kon Tum	Đá chẻ thủ công
4	Kon Hra Ktu, xã Chư Hreng	TP. Kon Tum	Thổ cẩm, mây tre đan
5	PleiSia, xã a Chim	TP. Kon Tum	Thổ cẩm, mây tre đan
6	Kroong, xã Kroong	TP. Kon Tum	Thổ cẩm, mây tre đan
7	Kon Tpách, xã Đăk Blà	TP. Kon Tum	Thổ cẩm, mây tre đan
8	Măng la, xã Ngọc Bay	TP. Kon Tum	Thổ cẩm, mây tre đan
9	Kon Rờ Bàn, xã Vinh Quang	TP. Kon Tum	Thổ cẩm, mây tre đan
10	Kon Klóc, xã Đăk Mar	H. Đăk Hà	Thổ cẩm, rên
11	Thôn Dục Nông, Đăk Dục	H. Ngọc Hồi	Thổ cẩm, rượu cần
12	Măng cành	H. Kon Plong	Thổ cẩm, mây tre đan, rên

Nguồn: Thống kê Sở Công Thương tỉnh Kon Tum năm 2015

Nhìn chung, hoạt động sản xuất kinh doanh sản phẩm làng nghề phát triển còn ở mức khiêm tốn, cơ cấu sản phẩm chưa đa dạng, mức độ thu hút lao động thường xuyên còn thấp, số lượng sản phẩm sản xuất ra còn ít chưa đa dạng, giá trị sản xuất chiếm tỷ trọng nhỏ trong nền kinh tế địa phương. Trong số các sản phẩm thủ công truyền thống này, có 5 nhóm sản phẩm thuộc sản phẩm thủ công mỹ nghệ là dệt thổ cẩm, mây tre đan lát, rên, mộc dân dụng và đá chẻ thủ công.

3.1.2. Lực lượng tham gia sản xuất sản phẩm TCMN

a. Về số lượng các hộ và lao động tham gia:

Theo số liệu báo cáo của Ủy Ban Nhân Dân tỉnh Kon Tum, hiện nay trên toàn tỉnh có 1.500 hộ, với trên 3.000 lao động tham gia sản xuất kinh doanh nghề thủ công truyền thống, chiếm 1,5% tổng số lao động có việc làm trong các ngành kinh tế. Số lao động bình quân tham gia giữa các nhóm nghề tương đối là khác nhau.

Bảng 2: Lực lượng lao động tham gia sản xuất ngành nghề thủ công mỹ nghệ

TT	Ngành nghề	Tổng lao động gia đình (người)			Lao động thuê (người)		
		Bình quân	Cao nhất	Thấp nhất	Bình quân	Cao nhất	Thấp nhất
1	Dệt thổ cẩm	3,77	4	1	0,67	2	0
2	Mây tre đan	4,12	9	2	0	0	0
3	Nấu rượu	3,74	5	1	0	0	0
4	Đá mỹ nghệ	3,94	7	2	1,71	3	1
5	Mộc	3,81	8	2	2,13	4	1
6	Nghề khác	3,02	5	2	1,56	5	1

Nguồn: thống kê Sở Công Thương tỉnh Kon Tum năm 2015

Kết quả điều tra ở bảng 2 cho thấy các nghề truyền thống TCMN như dệt thổ cẩm, mây tre đan, chủ yếu là sử dụng lao động trong gia đình vì sản phẩm tiêu thụ còn ít, chủ yếu phục vụ cho nhu cầu tại địa phương. Còn các nghề mới như mộc, đá mỹ nghệ các chủ hộ phải thuê thêm lao động ngoài để đáp ứng cho nhu cầu tiêu thụ sản phẩm vừa tại địa phương vừa cho thị trường bên ngoài.

Về khó khăn của các lao động tham gia sản xuất nghề gặp phải ở các vấn đề như thiếu thợ có tay nghề, giá nhân công cao... Đối với các hộ không phải thuê lao động như mây tre đan, dệt thổ cẩm thì việc thu hút đội ngũ lao động trẻ vào học nghề, truyền nghề, giữ gìn bảo tồn nghề là một khó khăn rất lớn, vì thị trường tiêu thụ nhóm sản phẩm này còn rất hạn chế, thu nhập của người lao động không đáng kể.

b. Về thu nhập của các hộ và lao động:

Bảng 3: Cơ cấu thu nhập của hộ gia đình từ các sản phẩm thủ công mỹ nghệ

tt	Ngành nghề	Thu nhập của hộ	Lao động gia đình (1.000 đ/tháng)			Lao động thuê ngoài (1.000 đ/tháng)		
			Bình quân	Cao nhất	Thấp nhất	Bình quân	Cao nhất	Thấp nhất
1	Dệt thổ cẩm	5,52	1,48	4	0	-	-	-
2	Mây tre đan	5,02	1,17	3	0	0	0	0
3	Nấu rượu cần	3,91	0,97	1,7	0,6	0	0	0
4	Rên	7,62	2,98	6	1	2,15	3	1
5	Mộc	12,8	3,51	6	2	2,87	4	2
6	Nghề khác	8,2	3,55	8	2	2,01	4	2

Nguồn: Kết quả điều tra của Sở Công Thương tỉnh Kon Tum năm 2015

Nhìn chung, với các nghề truyền thống thu nhập luôn chiếm một tỷ lệ nhỏ trong tổng thu nhập của hộ, mức thu nhập khá chênh lệch theo loại sản phẩm và tay nghề như: Tại các hộ dệt thổ cẩm và mây tre đan, được sản xuất với quy mô hộ gia đình nên nguồn thu nhập từ trồng trọt và chăn nuôi vẫn chiếm một tỷ lệ lớn nhất; sản xuất mộc cao cấp có lao động chuyên, được đào tạo học nghề cơ bản có thu nhập cao do giá thành sản phẩm cao; còn các nghề khác thu nhập ở mức trung bình và thấp.

3.2. Sản phẩm TCMN của đồng bào DTTS trên địa bàn tỉnh

Bảng 3: Tổng hợp về cơ cấu, số lượng sản phẩm TCMN trên địa bàn tỉnh Kon Tum

Tên nhóm nghề TCMN	Tên sản phẩm đặc trưng
1. Nhóm nghề TCMN truyền thống của đồng bào DTTS	
- Nghề dệt thổ cẩm	trang phục (khố, áo, váy, tấm dờ, tấm choàng...), túi xách, ví, vỏ gối, thảm, đồng hồ thổ cẩm, tranh thổ cẩm,...
- Nghề mây tre đan lát	giường, nong, nia, rổ, rá, đơm cá, lồng gà, giàn bếp, bồ đập lúa, cọt đựng lúa, đèn ống,...
2. Nhóm nghề TCMN mới gia nhập	
- Nghề mộc mỹ nghệ	giường, tủ, bàn ghế, đồ dùng nội thất và các vật dụng khác
- Nghề đá mỹ nghệ	mộ đá, tượng đá, đồ thờ đá, đèn thờ đá,...

Nguồn: Thống kê của Sở Công Thương tỉnh Kon Tum năm 2015

- **Về cơ cấu sản phẩm:** Cơ cấu sản phẩm TCMN trên địa bàn tỉnh Kon Tum thuộc 2 nhóm cơ bản. Thứ nhất, sản phẩm TCMN truyền thống do người đồng bào DTTS tỉnh sản xuất ra. Nhóm này hiện nay tồn tại 2 nghề chủ yếu đó là dệt thổ cẩm và mây tre đan lát, sản phẩm làm ra khá phong phú, như nghề dệt thổ cẩm với các sản phẩm đặc thù như: trang phục (khố, áo, váy, tấm dờ, tấm choàng...), túi xách, ví, vỏ gối, thảm, đồng hồ thổ cẩm, tranh thổ cẩm,...; Nghề mây tre đan lát với các sản phẩm như: giường, nong, nia, rổ, rá, đơm cá, lồng gà, giàn bếp, bồ đập lúa, cọt đựng lúa, đèn ống,.... Thứ hai, sản phẩm TCMN thuộc nhóm nghề mới gia nhập như mộc mỹ nghệ, đá mỹ nghệ cơ cấu sản phẩm cũng khá đa dạng, chủ cơ sở sản xuất hầu hết đều là của người Kinh đến từ các vùng miền khác trong cả nước.

- **Về số lượng sản phẩm:** Nhìn chung, số lượng sản xuất sản phẩm TCMN của đồng bào dân tộc tỉnh Kon Tum trong thời gian qua diễn biến không giống nhau giữa các nhóm nghề. Đối với nhóm nghề TCMN truyền thống của người đồng bào như dệt thổ cẩm và mây tre đan, sản xuất chủ yếu để phục vụ nhu cầu tiêu dùng sản phẩm ngay trong dân, một phần để đáp ứng nhu cầu mua sắm của khách du lịch, các đại lý, người bán buôn, bán lẻ trong và ngoài vùng... Tuy nhiên, khách hàng đặt sản phẩm là không ổn định và không có ký kết hợp đồng lâu dài. Còn đối với nhóm nghề mới như đá mỹ nghệ, mộc mỹ nghệ,... ngoài phục vụ cho nhu cầu tiêu dùng, buôn bán của người dân địa phương, các cơ sở sản xuất đáp ứng chủ yếu cho nhu cầu xuất khẩu với một số lượng rất lớn.

- **Về chất lượng sản phẩm:** chất lượng của sản phẩm thủ công mỹ nghệ được làm ra phụ thuộc vào nhiều yếu tố như: trình độ học vấn, kinh nghiệm tay nghề và sự thích ứng của sản phẩm vào nhu cầu thị hiếu của người tiêu dùng trên thị trường. Mẫu mã sản phẩm TCMN của người đồng bào DTTS tỉnh Kon Tum mang tính chất thủ công truyền thống, người lao động lại chưa được đào tạo nghề một cách kỹ lưỡng nên chất lượng, mẫu mã hầu hết các sản phẩm TCMN trên địa bàn tỉnh Kon Tum chưa cao; chưa có sự kết hợp giữa yếu tố truyền thống với thiết kế mẫu mã cho phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng. Chính điều này đã làm cho nghề TCMN nơi đây vẫn không thể phát triển như kỳ vọng của người dân và chính quyền.

3.3. Đánh giá về tiềm năng phát triển sản phẩm TCMN của tỉnh Kon Tum

3.3.1. Thế mạnh để phát triển sản phẩm TCMN của đồng bào DTTS tỉnh Kon Tum

a. Thế mạnh của sản phẩm

Sản phẩm TCMN của đồng bào DTTS tỉnh Kon Tum vừa chứa đựng những đường nét thô mộc của chất liệu tự nhiên và của cách thức sản xuất thủ công, vừa chứa đựng cả sự tinh xảo trong từng đường nét sản phẩm, thể hiện nét văn hóa độc đáo riêng có của họ. Đó chính là giá trị văn hóa truyền thống kết tinh trong sản phẩm, là giá trị vô hình của sản phẩm tạo cho sản phẩm của đồng bào có một thế mạnh riêng, một chỗ đứng vững chắc.

Bên cạnh đó, Kon Tum là tỉnh miền núi có độ che phủ rừng lớn nhất nước (733.376 ha), là thế mạnh của tỉnh về cung cấp nguyên vật liệu tại chỗ giá rẻ, gia tăng tính cạnh tranh về giá cho sản phẩm TCMN trên thị trường trong nước cũng như quốc tế.

b. Thế mạnh đội ngũ lao động

Hiện nay trên toàn tỉnh Kon Tum có hơn 22 dân tộc sinh sống, mỗi dân tộc đều lưu giữ một số nghề truyền thống mang bản sắc đặc trưng riêng. Đây là lợi thế của tỉnh để phát triển sản phẩm TCMN với nguồn cung lao động tại chỗ giá rẻ và có kinh nghiệm tay nghề.

3.3.2. Thuận lợi để phát triển sản phẩm TCMN của đồng bào DTTS tỉnh Kon Tum

Chính quyền địa phương tỉnh Kon Tum đã có những chương trình, chính sách nhằm bảo tồn, phát triển làng nghề, phát triển ngành nghề ở nông thôn trong đó có nghề TCMN của đồng bào DTTS của tỉnh. Thể hiện trong Nghị quyết 01/2010/NQ-HĐND tại kỳ họp chuyên đề của HĐND tỉnh khóa IX về quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Kon Tum giai đoạn 2011-2020; định hướng đến 2025. Đây là cơ hội và tiềm năng lớn để cho ngành nghề TCMN của người đồng bào dân tộc trên địa bàn tỉnh Kon Tum có thể phát triển một cách nhanh chóng và bền vững.

3.3.3. Cơ hội mở rộng thị trường tiêu thụ

Kon Tum có vị trí địa lý khá đặc biệt, tiếp giáp với các nước bạn Lào, Campuchia, nằm trên trục hành

lang Đông - Tây của khu vực Đông Nam Á, là thế mạnh của tỉnh về cơ hội để tiếp cận được các thị trường trong nước và các nước trong khu vực.

3.4. Những khó khăn và hạn chế còn tồn tại

Bên cạnh những thế mạnh và điều kiện thuận lợi nêu trên để phát triển sản phẩm TCMN thì vẫn còn tồn tại nhiều bất cập ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của sản phẩm và sự phát triển bền vững của sản phẩm trên thị trường. Các khó khăn liên quan đến các nhân tố cơ bản bao gồm: Nguồn nguyên liệu đầu vào khai thác bừa bãi, chưa có quy hoạch; Cơ sở sản xuất thiếu mặt bằng, thiếu nguồn vốn để đầu tư mở rộng sản xuất, công cụ sản xuất thô sơ, năng suất sản xuất còn thấp, lao động chưa được đào tạo một cách bài bản, chưa có kiến thức chuyên môn về kinh doanh sản phẩm TCMN; Chưa có sự liên kết giữa các thành viên trong chuỗi cung ứng sản phẩm TCMN từ nguyên liệu đầu vào đến sản phẩm đầu ra. Do đó, tính cạnh tranh của sản phẩm TCMN của đồng bào DTTS tỉnh Kon Tum chưa cao.

4. Đề xuất giải pháp phát triển sản phẩm TCMN cho đồng bào dân tộc tỉnh Kon Tum

4.1. Phát triển về cơ cấu, số lượng sản phẩm TCMN

Trong điều kiện các ngành nghề thủ truyền thống nói chung và ngành nghề TCMN của đồng bào dân tộc trên địa bàn tỉnh Kon Tum nói riêng còn gặp nhiều khó khăn và hạn chế về nhiều mặt, thì không nên đầu tư dàn trải vào tất cả các ngành nghề mà cần có sự ưu tiên tập trung phát triển những nhóm ngành nghề có tiềm năng, có khả năng cạnh tranh cao.

Cụ thể, cần tập trung vào hai nhóm sản phẩm chính là dệt thổ cẩm và mây tre đan lát. Sau khi khôi phục phát triển được hai nhóm nghề trên, trong tương lai tiếp tục khôi phục phát triển thêm các ngành nghề TCMN truyền thống của đồng bào DTTS đã bị mai một nhưng có giá trị văn hóa dân tộc cao và thị trường đang có nhu cầu lớn như nghề gốm sứ, nghề chạm khắc,...

4.2. Phát triển chất lượng sản phẩm TCMN

Sản phẩm TCMN của đồng bào dân tộc tỉnh Kon Tum muốn nâng cao khả năng cạnh tranh ngoài việc phải nâng cao chất lượng sản phẩm, hạ giá bán, hoàn thiện dịch vụ cung ứng hoàn hảo,... cần phải tập trung quan tâm đến mẫu mã của sản phẩm. Đây là là một trong những yếu tố cơ bản, quan trọng mang tính quyết định đến khả năng cạnh tranh của sản phẩm. Do đó, cần phải đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu thị trường, để tìm hiểu nắm bắt nhu cầu thị trường sẽ là căn cứ để thiết kế, cải tiến mẫu mã sản phẩm, tạo ra sản phẩm của riêng mình. Sự kết hợp giữa tài năng độc đáo của nghệ nhân làng nghề với những hiểu biết về thị trường sẽ giúp cho sản phẩm có tính cạnh tranh cao hơn, phát triển bền vững hơn.

Đồng thời, để tăng tính cạnh tranh của sản phẩm, các cơ sở sản xuất cần phải áp dụng hệ thống quản lý chất lượng phù hợp nhằm đảm bảo uy tín và nâng cao chất lượng sản phẩm. Như đảm bảo các tiêu chuẩn quốc gia như: TCVN – tiêu chuẩn Việt Nam, tiêu chuẩn ngành, tiêu chuẩn vùng. Sau đó đầu tư thỏa đáng

cho việc đáp ứng các tiêu chuẩn về chất lượng như ISO9000, ISO2000, ISO 14001....

4.3. Phát triển các nguồn lực sản xuất sản phẩm TCMN

- Phát triển nguồn nhân lực

Việc phát triển nguồn nhân lực là một trong những vấn đề lớn cần có sự hoạch định từ phía các cơ quan quản lý chuyên ngành của Nhà nước và địa phương. Bởi vì việc đào tạo nguồn nhân lực không chỉ đơn thuần là dạy nghề cho người lao động trực tiếp mà còn cần phải trang bị cho họ kiến thức kinh doanh. Chiến lược đào tạo cần có tính toàn diện, nhưng trước hết cần ưu tiên đào tạo các nhóm sau:

- Lao động trực tiếp có thể sản xuất ra sản phẩm có chất lượng cao;
- Đội ngũ điều hành, quản lý quy trình sản xuất và chất lượng sản phẩm;
- Đội ngũ thiết kế có khả năng phát triển các sản phẩm được thị trường chấp nhận;
- Đội ngũ thương nhân, chuyên gia giỏi có thể quản lý từ quá trình sản xuất đến tiếp thị và bán sản phẩm.

Chính quyền địa phương cần tạo cơ chế khuyến khích các cơ sở đào tạo, khối doanh nghiệp tham gia tích cực vào quá trình phát triển nguồn nhân lực này. Chủ các đơn vị sản xuất kinh doanh cần tạo điều kiện để người thợ có cơ hội học tập nâng cao tay nghề, trình độ văn hoá cho người lao động. Đối với lao động chưa có nghề thì đào tạo theo hình thức truyền nghề, kèm cặp tại nơi sản xuất; đối với lao động đã có nghề thì bồi dưỡng, bổ sung kiến thức theo hình thức tập huấn ngắn ngày tại các trung tâm dạy nghề địa phương.

- Phát triển các nguồn lực vốn liên quan như: vốn vay tín dụng, mặt bằng kinh doanh, nguyên liệu, hạ tầng kinh doanh,....

✓ Về nguồn vốn vay tín dụng

Hiện nay, hầu hết các hộ, các cơ sở sản xuất ngành nghề TCMN của người đồng bào trong tỉnh đều gặp khó khăn về vốn sản xuất. Để tiếp tục mở rộng quy mô sản xuất, đầu tư thêm chiều sâu, các chính sách về tín dụng nhất là tín dụng nông thôn cần:

- Đơn giản hóa thủ tục vay vốn để tăng cường khả năng tiếp cận của các hộ dân, các cơ sở sản xuất, các doanh nghiệp đến nguồn vốn tín dụng thông qua hệ thống ngân hàng.

- Tùy theo từng đối tượng vay có thể tăng lượng vốn vay cho phù hợp với điều kiện sản xuất thực tế. Thời gian có vốn nhanh nhất và cho vay với thời hạn phù hợp với một chu kỳ sản xuất kinh doanh của hộ.

- Các ngành chức năng của tỉnh và huyện, thành phố vận dụng các chính sách của Trung ương cho phát triển nghề và ngành nghề truyền thống để triển khai thực hiện đến các hộ, các cơ sở sản xuất.

- Thực hiện tốt phương châm Nhà nước và nhân dân cùng làm, tiếp tục tăng tỷ trọng vốn ngân sách đầu tư xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật nông thôn nói chung và ngành nghề nông thôn nói riêng.

✓ **Chính sách về đất đai, hỗ trợ mặt bằng sản xuất**

- Nhà nước hỗ trợ kinh phí giải phóng mặt bằng và xây dựng cơ sở hạ tầng (hệ thống đường giao thông, điện, nước, nước thải...) ở mức cao nhất theo quy định.

- Tạo điều kiện thuận lợi cho các hộ, cơ sở sản xuất được thuê đất để hoạt động sản xuất kinh doanh, miễn tiền thuê đất 2-5 năm đầu cho các cơ sở mới thành lập nằm ngoài điều kiện hưởng các ưu đãi về miễn giảm tiền thuê và sử dụng đất áp dụng trong luật khuyến khích đầu tư trong nước.

- Quy hoạch các vùng trồng nguyên liệu cung cấp cho các ngành nghề. Cơ sở sản xuất có sử dụng nhiều nguyên liệu tự nhiên như nghề mây tre đan, dệt thổ cẩm,...

✓ **Phát triển các nguồn lực khác**

Hiện nay các vấn đề nguyên liệu cho ngành nghề TCMN đang gặp rất nhiều khó khăn, tình trạng khai thác bừa bãi, không có quy hoạch, không trồng tái tạo, dẫn đến ngày càng cạn kiệt. Do vậy, để cải thiện tình trạng này chính quyền địa phương tỉnh Kon Tum cần phối hợp với nhà nước hỗ trợ các dự án đầu tư xây dựng các vùng trồng nguyên liệu gỗ, tre, nứa, mây,... phục vụ cho sản xuất mặt hàng TCMN trên địa bàn tỉnh như: chính sách giao đất, giảm tiền thuê đất, hoặc tiền sử dụng đất,... để hướng tới việc tự chủ về nguồn nguyên liệu phục vụ cho hoạt động sản xuất sản phẩm TCMN của các cơ sở kinh doanh trên địa bàn tỉnh nhằm gia tăng lợi thế cạnh tranh cho sản phẩm TCMN của tỉnh. Mặt khác, tỉnh cũng cần có chính sách khuyến khích các dự án đầu tư khai thác và xử lý nguyên liệu để cung ứng cho các cơ sở sản xuất sản phẩm TCMN. Để nguyên liệu khai thác được xử lý đúng quy trình công nghệ, đảm bảo chất lượng nguyên liệu đầu vào, từ đó nâng cao chất lượng sản phẩm, khắc phục được nhược điểm, tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường trong và ngoài nước.

Bên cạnh đó, nguồn lực về hạ tầng, máy móc, trang thiết bị cũng là một yếu tố quan trọng phục vụ cho quá trình sản xuất kinh doanh sản phẩm TCMN. Vì vậy, địa phương nên phát triển cơ sở hạ tầng theo xu hướng tập trung liên kết sản xuất. Thông qua các dự án bảo tồn và phát triển các sản phẩm TCMN truyền thống của các làng nghề, các địa phương nên xây dựng các khu sản xuất và trưng bày sản phẩm tập trung, kêu gọi các hộ tập trung sản xuất và trưng bày sản phẩm. Về máy móc, trang thiết bị phục vụ cho sản xuất các sản phẩm TCMN, chính quyền tỉnh và địa phương nên hỗ trợ cho các cơ sở sản xuất trong việc tìm hiểu các trang thiết bị máy móc phù hợp, định hướng, hướng dẫn cho các cơ sở sản xuất đầu tư mua sắm các loại trang thiết bị này để góp phần cải thiện đáng kể năng suất và chất lượng sản phẩm sản xuất ra, giảm thời gian sản xuất và hạ giá thành sản phẩm.

4.4. Phát triển các hình thức tổ chức sản xuất

Trên địa bàn tỉnh Kon Tum hiện nay, hình thức tổ

chức sản xuất sản phẩm TCMN phổ biến là kinh tế hộ gia đình manh mún nhỏ lẻ, có nhiều hạn chế về vốn nên khó đổi mới công nghệ, mở rộng sản xuất, tiếp cận thị trường. Do vậy, để khuyến khích các cơ sở sản xuất sản phẩm TCMN cần đẩy mạnh thực hiện đa dạng hóa các hình thức tổ chức sản xuất. Cụ thể tập trung vào ba hình thức cơ bản sau:

Thứ nhất, hình thức tổ chức sản xuất theo kiểu *hình thành doanh nghiệp vừa và nhỏ chuyên sản xuất và phân phối sản phẩm TCMN ở các làng nghề theo các cách: từ các hộ gia đình tích tụ và tập trung thành các doanh nghiệp vừa và nhỏ* (đây là cách chủ yếu) hoặc *thành lập mới một số doanh nghiệp vừa và nhỏ ở các làng nghề* bằng cách kêu gọi vốn đầu tư từ những người trong làng hoặc ở bên ngoài vào. Chính quyền địa phương tỉnh cần tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển doanh nghiệp này.

Thứ hai, phát triển hình thức sản xuất theo hướng *liên kết giữa các doanh nghiệp sản xuất, doanh nghiệp tiêu thụ sản phẩm, các trường dạy nghề* để gia tăng sức cạnh tranh cho sản phẩm TCMN của đồng bào dân tộc tỉnh Kon Tum.

Thứ ba, phát triển hình thức sản xuất *làng nghề TCMN truyền thống gắn với du lịch* là một giải pháp cũng rất hữu ích mà hiện nay nhiều địa phương trên cả nước đã áp dụng thành công. Để thực hiện được hình thức này cần:

- Tạo dựng các làng nghề TCMN truyền thống nổi tiếng thành các điểm tham quan du lịch, khai thác triệt để dịch vụ làng nghề với mô hình du lịch sinh thái.
- Xây dựng các trung tâm triển lãm, cửa hàng bán sản phẩm TCMN tại các làng nghề để khách du lịch xem các sản phẩm trưng bày, xem nghệ nhân biểu diễn hoặc tự tay làm một số sản phẩm đơn giản.
- Xây dựng cơ chế quản lý và chia sẻ quyền lợi hợp lý giữa các bên tham gia vào khu làng nghề.
- Có cơ chế ưu đãi, khuyến khích sự tham gia của các nghệ nhân, các doanh nghiệp có uy tín tại các làng nghề của địa phương vào khu làng nghề tập trung.
- Thiết kế và xây dựng thêm khu thực hiện và biểu diễn các thao tác quy trình sản xuất thủ công các sản phẩm mỹ nghệ.
- Chú trọng đến việc giới thiệu và thuyết minh cho khách du lịch về yếu tố lịch sử và văn hoá độc đáo của sản phẩm.

4.5. Xây dựng mô hình kinh doanh

Mô hình kinh doanh được đề xuất cho sản phẩm TCMN của đồng bào dân tộc tỉnh Kon Tum đó là mô hình Hợp tác xã sản xuất, thu mua và tiêu thụ kết hợp với từng bước khôi phục và phát triển các làng nghề truyền thống TCMN làm mô hình sản xuất và tiêu thụ chính cho ngành sản xuất TCMN của tỉnh Kon Tum.

Mô hình này vừa có sự kết hợp giữa sản xuất, thu mua và tiêu thụ sản phẩm TCMN. Một mặt thu hút được sự tham gia sản xuất tập trung, đảm bảo được

nguồn cung thường xuyên khi có đơn hàng, mặt khác đảm bảo được giá bán sản phẩm do không phải tiêu thụ qua trung gian, kết hợp phát triển mô hình du lịch cộng đồng.

4.6. Giải pháp bổ sung và hỗ trợ

4.6.1. Tăng cường công tác quảng bá sản phẩm

Tùy theo điều kiện và tình hình về tài chính mà các doanh nghiệp làng nghề, cơ sở sản xuất có thể thực hiện công tác tuyên truyền và quảng bá sản phẩm thông qua các hình thức khác nhau như: hội chợ - triển lãm ở các quy mô khác nhau (tỉnh, thành phố, quốc gia, khu vực, thế giới,...), quảng cáo trên mạng, trên truyền hình, báo chí, hoặc các hình thức khác.

Tham gia hội chợ triển lãm là cơ hội không chỉ để giới thiệu, trưng bày sản phẩm mà còn là cơ hội để tìm hiểu về thị hiếu, xu hướng tiêu dùng của khách hàng. Tuy nhiên chi phí để có một vị trí trong các triển lãm, hội chợ là rất lớn, nhất là trong các hội chợ quốc tế. Do vậy, để lựa chọn hình thức này nhưng có thể giảm bớt một phần chi phí doanh nghiệp có thể lựa chọn thông qua các hình thức như:

- ✓ Gửi sản phẩm cùng với tờ rơi giới thiệu về mặt hàng của mình vào các gian hàng TCMN trong các khách sạn lớn, các trung tâm, hoặc các điểm du lịch. Sự có mặt của các sản phẩm với các thông tin giới thiệu đầy đủ về sản phẩm (như về nguyên liệu sản xuất, phương pháp sản xuất hoặc những nét độc đáo về văn hóa truyền thống trên sản phẩm,...) và địa chỉ cung cấp rõ ràng để những người khách du lịch và doanh nhân nước ngoài sẽ nhanh chóng biết đến sản phẩm của doanh nghiệp. Đây là hình thức xuất khẩu tại chỗ - một hình thức xuất khẩu đang rất phổ biến ở nước ta và có thể giảm chi phí và hạ giá thành sản phẩm.

- ✓ Gửi sản phẩm của mình vào gian hàng của các doanh nghiệp có gian hàng trong hội chợ - triển lãm. Đây cũng là hình thức quảng bá giúp giảm thiểu chi phí cho các doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ như các doanh nghiệp TCMN ở các làng nghề.

- ✓ Thực hiện hình thức liên kết với nhiều doanh nghiệp nhỏ khác cùng tham gia vào hội chợ - triển lãm. Đây là phương án giúp các doanh nghiệp nhỏ không đủ điều kiện về tài chính có thể trực tiếp tham gia vào hội chợ triển lãm. Tuy nhiên, để thực hiện được phương án này cần có sự hỗ trợ từ cơ quan quản lý tại hội chợ - triển lãm trong việc tìm kiếm đối tác để hợp tác.

Tiến hành quảng cáo sản phẩm trên báo, tạp chí hoặc trên mạng xã hội. Hiện nay việc tìm kiếm thông tin trên mạng xã hội đang ngày càng phổ biến. Do vậy việc đưa thông tin sản phẩm của doanh nghiệp lên mạng xã hội để quảng bá giới thiệu sản phẩm cần phải được quan tâm và đầu tư đúng mực.

- **Đầu tư cho chính sách tìm hiểu thông tin, nhu cầu và thị hiếu của thị trường.**

Để tìm hiểu thông tin về khách hàng các doanh nghiệp cũng có thể tìm hiểu qua các phương tiện thông tin đại chúng như internet, báo chí, truyền hình,..., hoặc

tham gia các hội thảo, các cuộc gặp gỡ giữa doanh nghiệp với khách hàng để thu thập thông tin. Tại các làng nghề nên hình thành các phòng như phòng kinh doanh, phòng thị trường,... đào tạo một đội ngũ chuyên trách nắm vững về công tác chuyên môn nghiệp vụ để hoạt động một cách hiệu quả nhất. Có như thế việc thu thập thông tin về thị trường và đối thủ cạnh tranh mới đạt hiệu quả cao.

4.6.2. Thực hiện tốt công tác xúc tiến thương mại cho sản phẩm.

Để đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại cho sản phẩm TCMN của đồng bào DTTS tỉnh Kon Tum cần:

- Địa phương cần tuyên truyền tới các doanh nghiệp về nội dung và các chính sách hỗ trợ xúc tiến thương mại để họ có thể hiểu được lợi ích của hoạt động này. Đồng thời chính quyền địa phương nên mở các lớp tập huấn về hoạt động xúc tiến thương mại để các cơ sở sản xuất kinh doanh có thể nắm bắt được các chính sách về thương mại, con đường để đưa sản phẩm của mình đến tay người tiêu dùng một cách có hiệu quả.

- Hỗ trợ kinh phí quảng bá sản phẩm trên các phương tiện thông tin đại chúng, hướng dẫn hỗ trợ kinh phí cho các cơ sở kinh doanh thực hiện chương trình từng bước xây dựng thương hiệu, nhãn hiệu cho sản phẩm TCMN của người đồng bào DTTS trên địa bàn tỉnh.

4.6.3. Xây dựng từng bước thương hiệu, nhãn hiệu cho sản phẩm

- Xây dựng thương hiệu, nhãn hiệu cho sản phẩm là một công đoạn quan trọng để tạo chỗ đứng và vị trí của sản phẩm trên thị trường. Tại Kon Tum nói riêng và các tỉnh khu vực Tây Nguyên nói chung, hàng năm đều có một nguồn quỹ dành riêng cho hoạt động xúc tiến thương mại các sản phẩm chủ lực của tỉnh do Ủy ban nhân dân tỉnh Kon Tum phân bổ cho Sở Công Thương làm chủ trì. Nguồn quỹ này sẽ dùng để hỗ trợ cho các doanh nghiệp làm thủ tục đăng ký thương hiệu và nhãn hiệu cho sản phẩm. Để thực hiện tốt nguồn quỹ này cần:

- Đầu tiên cần phải đào tạo kiến thức cơ bản về công tác xây dựng, đăng ký và bảo vệ nhãn hiệu, thương hiệu sản phẩm cho cán bộ chuyên trách của Sở Công Thương.

- Đối với sản phẩm TCMN của đồng bào dân tộc tỉnh cần xác định nhóm các sản phẩm chủ đạo có thể mạnh để đăng ký thương hiệu và nhãn hiệu đầu tiên để hạn chế tình trạng nhái sản phẩm giả trên thị trường.

Tóm lại, việc xác định được vai trò quan trọng của xây dựng thương hiệu, nhãn hiệu cho sản phẩm TCMN truyền thống của đồng bào DTTS tỉnh Kon Tum nói riêng và các sản phẩm nông nghiệp chủ lực khác của tỉnh nói chung sẽ góp phần tuyên truyền và quảng bá hình ảnh về thương hiệu và nhãn hiệu cho các sản phẩm chủ lực của tỉnh.

5. Kết luận

Chiến lược phát triển sản phẩm TCMN của đồng bào dân tộc tỉnh Kon Tum nói riêng và phát triển các ngành nghề truyền thống của địa phương nói chung ở Kon Tum chính là khai thác và phát huy những giá trị tiềm năng to lớn của tỉnh, một vùng đất giàu truyền thống lịch sử, đa văn hóa, đa sắc tộc. Chính quyền địa phương cần có những thay đổi mạnh mẽ trong chính sách và đầu tư để đủ sức khôi phục và phát triển các sản phẩm TCMN có thể mạnh của tỉnh; Tập trung nỗ lực thực hiện tốt sáu giải pháp cơ bản được đưa ra trong nghiên cứu này, trong đó cần đặc biệt chú trọng khâu phát triển mô hình kinh doanh liên kết Hợp tác xã và gắn với phát triển du lịch của địa phương.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Trương Minh Hằng, *Tổng tập nghệ và làng nghề truyền thống Việt Nam*, Tập I, V, NXB Khoa học xã hội Hà Nội, 2012.
- [2] Rogerson, C.M. & Sithole, P.M. (2001). Rural handicraft production in Mpumalanga, South Africa: Organization, problems and support needs. *South African Geographical Journal*, 83(2), 149-158.
- [3] Phạm Văn Thăng, Luận văn thạc sĩ “*Phát triển sản phẩm TCMN của đồng bào dân tộc tỉnh Kon Tum*”, 2016.
- [4] Bùi Văn Vượng, *Làng nghề thủ công truyền thống Việt Nam*, NXB Văn hóa thông tin, 2002.
- [5] Sở Công Thương tỉnh Kon Tum, “Quy hoạch tổng thể phát triển ngành Công Thương giai đoạn 2011 -2020 có định hướng đến 2025”.
- [6] Ủy ban nhân dân tỉnh Kon Tum, Đề án Khôi phục và phát triển làng nghề truyền thống, đầu tư xây dựng khu vực sản xuất tập trung theo từng ngành nghề trên địa bàn tỉnh Kon Tum giai đoạn 2006 -2015.

(BBT nhận bài: 20/12/2016, phản biện xong: 10/1/2017)