

MỤC LỤC

TRANG PHỤ BÌA

LỜI CAM ĐOAN

MỤC LỤC

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ

Trang

PHẦN MỞ ĐẦU

Chương 1: CƠ SỞ KHOA HỌC VỀ VIỆC CẦN ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU GÓM MỸ NGHỆ CỦA TỈNH ĐỒNG NAI VÀO THỊ TRƯỜNG EU 1

1.1 Cơ sở lý luận để đẩy mạnh xuất khẩu gồm mỹ nghệ 1

1.1.1 Học thuyết trọng thương 1

1.1.2 Học thuyết lợi thế tuyệt đối của Adam Smith 2

1.1.3 Học thuyết lợi thế so sánh của David Ricardo 3

1.1.4 Học thuyết yếu tố thâm dụng 4

1.2 Vai trò và sự cần thiết phải đẩy mạnh xuất khẩu gồm mỹ nghệ Đồng Nai 5

1.3 Tổng quan về thị trường EU 6

1.3.1 Đặc điểm chung của thị trường EU 6

1.3.2 Quan hệ thương mại của EU và Việt Nam 11

1.3.3 Chính sách thương mại của EU đối với Việt Nam 14

1.3.4 Một số vấn đề cần lưu ý khi xuất khẩu sản phẩm gồm mỹ nghệ vào thị trường EU 16

Kết luận chương 1 17

Chương 2: PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH SẢN XUẤT GÓM MỸ NGHỆ TẠI TỈNH ĐỒNG NAI VÀ TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU MẶT HÀNG NÀY SANG THỊ TRƯỜNG EU GIAI ĐOẠN 2001-2006

2.1 Phân tích tình hình sản xuất gồm mỹ nghệ tại tỉnh Đồng Nai thời gian qua 18

2.1.1 Giới thiệu khái quát về tỉnh Đồng Nai 18

2.1.2 Phân tích thực trạng phát triển sản xuất gồm mỹ nghệ của tỉnh Đồng Nai 19

2.2 Phân tích tình hình xuất khẩu gồm mỹ nghệ Đồng Nai sang thị trường EU giai đoạn 2001-2006 33

2.2.1 Điểm qua tình hình xuất khẩu của tỉnh Đồng Nai 33

2.2.2 Điểm qua tình hình xuất khẩu gốm sứ mỹ nghệ của Việt Nam 35

2.2.3 Phân tích tình hình xuất khẩu gốm mỹ nghệ của tỉnh Đồng Nai 37

| | |
|---|-----------|
| 2.2.4 Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu gốm mỹ nghệ của tỉnh Đồng Nai..... | 40 |
| 2.3 Đánh giá điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và nguy cơ đối với ngành gốm mỹ nghệ của tỉnh Đồng Nai trong việc đẩy mạnh xuất khẩu vào thị trường EU .. | 41 |
| 2.4 Kinh nghiệm thành công của một doanh nghiệp xuất khẩu gốm mỹ nghệ vào thị trường EU .. | 45 |
| Kết luận chương 2 .. | 48 |
| Chương 3: MỘT SỐ BIỆN PHÁP NHẪM ĐẨY MẠNH VIỆC XUẤT KHẨU GÓM MỸ NGHỆ CỦA TỈNH ĐỒNG NAI SANG THỊ TRƯỜNG EU ĐẾN NĂM 2015 .. | 49 |
| 3.1 Mục đích đề xuất các biện pháp .. | 49 |
| 3.2 Căn cứ để xây dựng các biện pháp .. | 49 |
| 3.3 Một số biện pháp nhằm đẩy mạnh việc xuất khẩu gốm mỹ nghệ của tỉnh Đồng Nai sang thị trường EU đến năm 2015..... | 50 |
| 3.3.1 Biện pháp 1: Biện pháp về nâng cao chất lượng nguồn nhân lực | 50 |
| 3.3.2 Biện pháp 2: Biện pháp về tài chính | 54 |
| 3.3.3 Biện pháp 3: Biện pháp nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm | 56 |
| 3.3.4 Biện pháp 4: Biện pháp về cải tiến mẫu mã sản phẩm | 59 |
| 3.3.5 Biện pháp 5: Biện pháp về nâng cao hiệu quả hoạt động marketing xuất khẩu | 61 |
| 3.3.6 Biện pháp 6: Thực hiện nhanh chóng việc quy hoạch lại ngành gốm mỹ nghệ Đồng Nai một cách có khoa học và hiệu quả để đảm bảo sự phát triển bền vững | 66 |
| 3.3.7 Biện pháp 7: Biện pháp nhằm phát huy tối đa vai trò của Hiệp hội gốm Đồng Nai | 70 |
| 3.4 Một số kiến nghị đối với UBND tỉnh, các cơ quan chức năng | 75 |
| Kết luận chương 3 .. | 77 |
| PHẦN KẾT LUẬN | |
| TÀI LIỆU THAM KHẢO | |
| PHỤ LỤC | |

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ

| | Trang |
|--|-------|
| Bảng 1.1: Một số chỉ tiêu kinh tế cơ bản của EU | 7 |
| Bảng 1.2: Một số thông tin cơ bản về một số nước thành viên EU | 8 |
| Bảng 1.3: Kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và EU..... | 12 |
| Bảng 1.4: Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam với các đối tác chủ yếu | 12 |
| Bảng 1.5: Kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam với các đối tác chủ yếu | 13 |
| Bảng 2.1: Các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh gốm sứ mỹ nghệ Đồng Nai | 22 |
| Bảng 2.2: Số lao động trong ngành gốm sứ mỹ nghệ của tỉnh Đồng Nai | 23 |
| Bảng 2.3: Tình hình trình độ công nghệ, máy móc thiết bị của các doanh nghiệp gốm sứ mỹ nghệ Đồng Nai | 26 |
| Bảng 2.4: Tình hình sử dụng công cụ tạo hình của các doanh nghiệp gốm sứ mỹ nghệ Đồng Nai | 27 |
| Bảng 2.5: Cơ cấu lò nung của Đồng Nai | 27 |
| Bảng 2.6: Tình hình mặt bằng sản xuất của các doanh nghiệp gốm sứ mỹ nghệ Đồng Nai | 29 |
| Bảng 2.7: Số lượng sản phẩm gốm sứ của Đồng Nai giai đoạn 2001-2005 | 30 |
| Bảng 2.8: Doanh thu của ngành gốm sứ của Đồng Nai giai đoạn 2001- 2005 | 30 |
| Bảng 2.9: Tình hình tuyển dụng lao động thời vụ của các doanh nghiệp gốm sứ mỹ nghệ Đồng Nai | 31 |
| Bảng 2.10: Kim ngạch xuất khẩu của tỉnh Đồng Nai | 33 |
| Bảng 2.11: Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của tỉnh Đồng Nai | 34 |
| Bảng 2.12: Kim ngạch xuất khẩu gốm sứ mỹ nghệ của Việt Nam | 35 |
| Bảng 2.13: Một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam | 35 |
| Bảng 2.14: Tình hình xuất khẩu gốm sứ của Việt Nam sang EU..... | 36 |
| Bảng 2.15: Kim ngạch xuất khẩu gốm sứ mỹ nghệ của tỉnh Đồng Nai | 37 |
| Bảng 2.16: Các mặt hàng gốm sứ xuất khẩu của tỉnh Đồng Nai..... | 38 |
| Bảng 2.17: Thị trường xuất khẩu chủ yếu của ngành gốm sứ Đồng Nai | 38 |
| Bảng 2.18: Xuất khẩu gốm sứ mỹ nghệ của Đồng Nai so với cả nước | 39 |
| Bảng 2.19: Hình thức xuất khẩu của các doanh nghiệp gốm sứ Đồng Nai..... | 39 |
| Sơ đồ 2.1: Quy trình sản xuất gốm sứ mỹ nghệ ở Đồng Nai | 24 |

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài nghiên cứu:

Ngành gốm mỹ nghệ là một trong những ngành nghề truyền thống của Việt Nam. Việc xuất khẩu gốm mỹ nghệ đã và đang đem lại cho Việt Nam một nguồn ngoại tệ đáng kể, đồng thời góp phần phản ánh nét văn hóa truyền thống của nhân dân ta. Ngày nay, những sản phẩm gốm mỹ nghệ Việt Nam đã có mặt ở hầu hết các thị trường lớn trên thế giới như Hoa Kỳ, Nhật Bản, EU, Bắc Mỹ... và đang ngày càng chiếm được niềm tin của người tiêu dùng thị trường nước ngoài. Kim ngạch xuất khẩu gốm sứ mỹ nghệ trong những năm qua liên tục tăng nhanh từ 108,4 triệu USD năm 2000, lên đến 123,5 triệu USD năm 2002, đạt mức 154,6 triệu USD năm 2004 và đặc biệt đến năm 2005 kim ngạch xuất khẩu gốm sứ mỹ nghệ đã có sự phát triển nhảy vọt, đạt mức 255,3 triệu USD.

Đồng Nai là tỉnh thuộc miền Đông Nam Bộ cũng có truyền thống lâu đời trong việc sản xuất gốm mỹ nghệ. Sự phát triển của ngành gốm Đồng Nai hiện nay cũng không nằm ngoài sự phát triển của ngành gốm Việt Nam. Trong những năm gần đây, kim ngạch xuất khẩu gốm mỹ nghệ của tỉnh Đồng Nai có xu hướng ngày càng tăng, với kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này tăng từ 7.953.000 USD năm 2001 lên đến 10.500.000 USD năm 2006. Sản phẩm gốm mỹ nghệ Đồng Nai đã được xuất khẩu ra nhiều nước trên thế giới, trong đó có cả những nước được xem là có yêu cầu đòi hỏi cao như Mỹ, Nhật, EU... Việc xuất khẩu gốm mỹ nghệ trong những năm qua đã mang lại cho Đồng Nai một nguồn ngoại tệ rất đáng kể, giúp tạo ra công ăn việc làm cho hàng chục ngàn lao động tại địa phương. Đồng thời, xuất khẩu gốm mỹ nghệ còn mang giá trị giao lưu văn hoá, giới thiệu truyền thống văn hoá dân tộc với bạn bè thế giới, từ đó góp phần mở rộng mối quan hệ hợp tác với bạn bè quốc tế, góp phần thúc đẩy sự phát triển của các ngành nghề khác.

Tại thị trường EU, gốm mỹ nghệ Đồng Nai đã và đang từng bước chiếm được niềm tin của người tiêu dùng, với kim ngạch xuất khẩu gốm sang thị trường này trong những năm qua có xu hướng gia tăng. EU hiện đang trở thành thị trường xuất

khẩu gốm mỹ nghệ lớn nhất của ngành gốm tỉnh Đồng Nai, chiếm hơn 70% tổng kim ngạch xuất khẩu gốm mỹ nghệ của tỉnh.

Sự phát triển của ngành gốm mỹ nghệ Đồng Nai trong thời gian qua là đáng khích lệ song nhưng vẫn chưa tương xứng với tiềm năng của tỉnh. Nếu so với tốc độ phát triển chung của ngành gốm sứ mỹ nghệ cả nước, thì trong những năm qua ngành gốm sứ mỹ nghệ Đồng Nai có sự phát triển khá chậm. Nếu như năm 2001, tỉ trọng xuất khẩu gốm mỹ nghệ Đồng Nai chiếm khoảng 12,9% tổng kim ngạch xuất khẩu gốm sứ cả nước, năm 2002 chiếm tỉ trọng 14,3%, thì đến năm 2005 chỉ chiếm 11% tổng kim ngạch xuất khẩu gốm sứ cả nước. Hiện tại, hoạt động sản xuất và xuất khẩu của các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh vẫn còn tồn tại rất nhiều vấn đề bất cập cần phải được giải quyết.

Song song đó, với sự cạnh tranh của thương mại quốc tế ngày càng trở nên gay gắt. Tại thị trường EU, ngành gốm mỹ nghệ của Việt Nam nói chung, Đồng Nai nói riêng đang gặp phải sự cạnh tranh của các sản phẩm cùng loại tại các nước trong khu vực như Trung Quốc, Thái Lan, Malaysia, Indonêxia...

Do vậy, vấn đề làm thế nào để ngành gốm Đồng Nai có thể phát triển bền vững, đồng thời đẩy mạnh việc xuất khẩu sang thị trường EU, thị trường lớn nhất của ngành gốm mỹ nghệ Việt Nam nói chung, Đồng Nai nói riêng là một trong những vấn đề khá bức thiết.

Với mong muốn góp phần nhỏ bé vào việc nghiên cứu, đánh giá ưu, nhược điểm của gốm mỹ nghệ Đồng Nai, tìm hiểu về nhu cầu thị trường EU đối với sản phẩm gốm, để từ đó đưa ra một số giải pháp nhằm đẩy mạnh gốm mỹ nghệ Đồng Nai vào thị trường này, tác giả đã chọn đề tài “**Một số biện pháp nhằm đẩy mạnh việc xuất khẩu gốm mỹ nghệ Đồng Nai vào thị trường EU đến năm 2015**” là luận văn tốt nghiệp Thạc sĩ của mình.

2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:

- Đối tượng nghiên cứu:

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là sản phẩm gốm mỹ nghệ Đồng Nai - thực trạng sản xuất và xuất khẩu trong những năm qua, thị trường EU đối với việc xuất

khẩu gồm mỹ nghệ, các giải pháp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu gồm mỹ nghệ của tỉnh Đồng Nai sang thị trường EU.

- Phạm vi nghiên cứu:

+ Về không gian: Luận văn chỉ tập trung nghiên cứu về thực trạng sản xuất, xuất khẩu gồm mỹ nghệ của các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Đồng Nai, không nghiên cứu chi tiết tình hình sản xuất, xuất khẩu tại một doanh nghiệp cụ thể nào hay nghiên cứu rộng rãi các doanh nghiệp trên phạm vi toàn quốc. Về thị trường, luận văn chỉ tập trung nghiên cứu về thị trường EU đối với sản phẩm gồm mỹ nghệ và đề xuất các giải pháp nhằm xuất khẩu sang thị trường này.

+ Về thời gian: Luận văn nghiên cứu về thực trạng sản xuất gồm mỹ nghệ tại tỉnh Đồng Nai, tình hình xuất khẩu mặt hàng này tại thị trường EU trong thời gian qua (cụ thể từ năm 2001-2006) và đề xuất một số giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường EU cho đến năm 2015.

3. Mục đích nghiên cứu của đề tài:

- Phân tích thực trạng sản xuất và tình hình xuất khẩu gồm mỹ nghệ của tỉnh Đồng Nai trong thời gian qua, cụ thể trong giai đoạn 2001-2006

- Nghiên cứu thị trường mục tiêu EU đối với mặt hàng gồm mỹ nghệ.

- Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến việc sản xuất và xuất khẩu gồm mỹ nghệ Đồng Nai.

- Đánh giá điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và nguy cơ đối với ngành gồm mỹ nghệ Đồng Nai.

- Đề xuất một số biện pháp nhằm đẩy mạnh việc xuất khẩu gồm mỹ nghệ của tỉnh Đồng Nai sang thị trường EU đến năm 2015.

4. Phương pháp nghiên cứu:

Luận văn sử dụng các phương pháp nghiên cứu như: Phương pháp thống kê, điều tra khảo sát, phương pháp phân tích, so sánh, tổng hợp từ cơ sở lý luận và việc thu thập thông tin từ dữ liệu thứ cấp (sách, báo, tạp chí, internet...), dữ liệu sơ cấp (khảo sát, điều tra tình hình sản xuất kinh doanh từ 38 doanh nghiệp gồm mỹ nghệ tại tỉnh Đồng Nai).

5. Những đóng góp mới của đề tài:

Tính đến nay, tại Việt Nam đã có khá nhiều công trình nghiên cứu liên quan đến việc đẩy mạnh xuất khẩu gốm mỹ nghệ ra thị trường nước ngoài. Cụ thể là các công trình như sau:

- Công trình nghiên cứu khoa học cấp bộ: **“Một số giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu gốm sứ mỹ nghệ Việt Nam”** do PGS.TS Đoàn Thị Hồng Vân làm chủ nhiệm (năm 2004). Trọng tâm nghiên cứu của công trình này là phân tích, đánh giá tình hình sản xuất và tình hình xuất khẩu gốm sứ mỹ nghệ Việt Nam trong thời gian qua, đánh giá những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và nguy cơ đối với hoạt động xuất khẩu gốm sứ mỹ nghệ Việt Nam. Từ đó, tác giả đã đưa ra một số giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu gốm sứ mỹ nghệ Việt Nam.

- Đề tài nghiên cứu khoa học: **“Nghiên cứu xây dựng chiến lược, đề xuất giải pháp thực hiện chương trình hội nhập kinh tế quốc tế của tỉnh Vĩnh Long đến năm 2010 và tầm nhìn đến năm 2020”** do GS.TS Võ Thanh Thu làm chủ nhiệm đề tài. Trọng tâm nghiên cứu của đề tài này là nghiên cứu, xây dựng chiến lược nâng cao khả năng cạnh tranh cho sản phẩm gốm mỹ nghệ của tỉnh Vĩnh Long.

- **“Đề án phát triển ngành gốm mỹ nghệ xuất khẩu Vĩnh Long từ năm 2004 đến năm 2010”** do Sở Công nghiệp tỉnh Vĩnh Long nghiên cứu. Nội dung nghiên cứu chủ yếu của đề án này là nghiên cứu những đặc điểm cụ thể về ngành gốm mỹ nghệ Vĩnh Long, phân tích các điểm mạnh, điểm yếu, thách thức của ngành gốm mỹ nghệ Vĩnh Long, từ đó đề xuất những biện pháp phát triển ngành gốm mỹ nghệ của tỉnh.

- Luận án tiến sĩ: **“Nghiên cứu khả năng cạnh tranh của gốm mỹ nghệ Việt Nam nhằm đẩy mạnh xuất khẩu”** của tác giả Vũ Minh Tâm. Trọng tâm nghiên cứu của luận văn này là đánh giá khả năng cạnh tranh và những nhân tố ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của gốm mỹ nghệ Việt Nam, từ đó tác giả đưa ra các giải pháp nâng cao khả năng cạnh tranh nhằm đẩy mạnh xuất khẩu gốm Việt Nam ra thị trường nước ngoài.

- **“Báo cáo quy hoạch phát triển ngành gốm mỹ nghệ của tỉnh Đồng Nai giai đoạn 2001-2010”** do Sở Công nghiệp tỉnh Đồng Nai soạn thảo. Nội dung chính

của báo cáo tập trung phân tích về những khó khăn và sự cạnh tranh mà ngành gốm của tỉnh sẽ gặp phải. Từ đó, xây dựng định hướng quy hoạch phát triển chung cho ngành gốm địa phương giai đoạn từ 2001-2010.

- Luận văn thạc sĩ: **“Xuất khẩu gốm sứ mỹ nghệ của Việt Nam vào thị trường Nhật Bản, thực trạng và các giải pháp phát triển”** của tác giả Phạm Thị Kim Thủy (năm 2006).

- Luận văn thạc sĩ: **“Xây dựng chiến lược cạnh tranh ngành gốm mỹ nghệ Vĩnh Long”** của tác giả Nguyễn Phan Bảo Anh (năm 2006).

- Luận văn thạc sĩ: **“Giải pháp marketing để đẩy mạnh xuất khẩu hàng gốm sang thị trường châu Âu của công ty Tropicdance giai đoạn 2006-2010”** của tác giả Trần Thị Hà Minh (năm 2005).

- Luận văn thạc sĩ: **“Một số giải pháp chủ yếu nhằm đẩy mạnh xuất khẩu gốm sứ của tỉnh Bình Dương giai đoạn 2005-2015”** của tác giả Nguyễn Bá Thanh (năm 2005).

- Luận văn thạc sĩ: **“Chiến lược đẩy mạnh xuất khẩu mặt hàng gốm sứ mỹ nghệ tỉnh Bình Dương”** của tác giả Nguyễn Thị Ngọc Thu (năm 2000).

- Luận văn thạc sĩ: **“Vận dụng marketing trong việc đẩy mạnh xuất khẩu gốm mỹ nghệ Đồng Nai”** của tác giả Vũ Minh Tâm (năm 1998).

- Rất nhiều bài báo, tham luận được đăng tải trên các phương tiện thông tin đại chúng như internet, tạp chí chuyên ngành, tờ báo địa phương, tờ báo trung ương...

Những công trình nghiên cứu nêu trên, các tác giả đã nghiên cứu, phân tích, đánh giá nhiều khía cạnh, vấn đề khác nhau liên quan ngành gốm mỹ nghệ, từ đó đưa ra một số giải pháp thiết thực cho sự phát triển của ngành gốm mỹ nghệ.

Trên cơ sở nghiên cứu các tài liệu, các công trình nghiên cứu khoa học, kết hợp với thực tiễn công việc, tác giả của luận văn cũng xin được tiếp tục nghiên cứu và đưa ra một số đề xuất để làm phong phú hơn nữa về mặt lý luận và thực tiễn nhằm đẩy mạnh việc xuất khẩu các sản phẩm gốm mỹ nghệ của tỉnh Đồng Nai. Có thể tóm tắt một số đóng góp mới của luận văn như sau:

- Hệ thống các lý thuyết về thương mại quốc tế nhằm làm rõ hơn những luận cứ khoa học về sự cần thiết phải đẩy mạnh xuất khẩu gốm mỹ nghệ Đồng Nai ra thị trường nước ngoài.

- Tập trung nghiên cứu về thực trạng sản xuất gốm mỹ nghệ của các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Đồng Nai và tình hình xuất khẩu gốm mỹ nghệ Đồng Nai giai đoạn 2001-2006.

- Nêu lên bài học kinh nghiệm thành công của một công ty xuất khẩu gốm mỹ nghệ vào thị trường EU.

- Tập trung nghiên cứu thị trường xuất khẩu gốm mỹ nghệ EU, thị trường xuất khẩu chính của ngành gốm mỹ nghệ Đồng Nai.

- Đề xuất các giải pháp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu mặt hàng này trên thị trường EU đến năm 2015.

6. Kết cấu luận văn bao gồm:

Luận văn có số lượng 77 trang (chưa kể phần mở đầu, mục lục, phụ lục và kết luận). Kết cấu nội dung bao gồm 3 chương:

- Chương 1: Cơ sở khoa học về việc cần đẩy mạnh xuất khẩu gốm mỹ nghệ của tỉnh Đồng Nai vào thị trường EU

- Chương 2: Phân tích tình hình sản xuất gốm mỹ nghệ tại tỉnh Đồng Nai và tình hình xuất khẩu mặt hàng này giai đoạn 2001-2006

- Chương 3: Một số biện pháp nhằm đẩy mạnh việc xuất khẩu gốm của tỉnh Đồng Nai sang thị trường EU đến năm 2015