



CHUYỂN ĐỔI SỐ THÚC ĐẨY PHÁT TRIỂN NGÀNH NGHỀ THỦ CÔNG TRUYỀN THỐNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH QUẢNG BÌNH

Phan Văn Hoà*, Lê Ngọc Quỳnh Anh, Bùi Dũng Thế, Hoàng Trọng Hùng,
Nguyễn Thanh Tuấn, Trần Công Dũng, Trần Huỳnh Quang Minh, Nguyễn Thị Minh Phương,
Nguyễn Công Định, Nhiêu Khánh Phước Hải, Phan Nhiêu Thục Nhi

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế, 99 Hồ Đắc Di, Huế, Việt Nam

* Tác giả liên hệ: Phan Văn Hoà <pvanhoakt@hueuni.edu.vn>
(Ngày nhận bài: 19-6-2024; Ngày chấp nhận đăng: 30-7-2024)

Tóm tắt. Chuyển đổi số là xu hướng toàn cầu mang lại giá trị ngày càng to lớn ở tất cả các lĩnh vực quản lý, đời sống, sản xuất và kinh doanh. Nghiên cứu này tập trung phân tích thực trạng ứng dụng chuyển đổi số nhằm thúc đẩy phát triển ngành nghề thủ công truyền thống ở Quảng Bình, từ đó đề xuất các giải pháp phát triển trong thời gian đến. Phương pháp thống kê mô tả và phân tích tần suất được sử dụng chủ yếu trong nghiên cứu với nguồn dữ liệu thứ cấp giai đoạn 2018-2023 và khảo sát 103 cơ sở sản xuất với 30 khách hàng tiêu thụ online sản phẩm thủ công truyền thống. Kết quả cho thấy ứng dụng chuyển đổi số góp phần tạo việc làm và phát triển ngành nghề thủ công truyền thống, tuy nhiên còn nhiều hạn chế. Để tăng cường ứng dụng chuyển đổi số, cần thực hiện đồng bộ các giải pháp như ứng dụng công nghệ số, số hóa sản phẩm, hỗ trợ tài chính, từng bước phát triển ngành nghề thủ công truyền thống đáp ứng nhu cầu sản xuất và tiêu dùng cho người dân trong nước và thế giới.

Từ khóa: thủ công truyền thống, phát triển thủ công truyền thống, chuyển đổi số, Quảng Bình, Việt Nam

JEL Classification: O33, L10

Boosting Traditional Handicraft Industries in Quang Binh Province through Digital Transformation

Phan Van Hoa*, Le Ngoc Quynh Anh, Bui Dung The, Hoang Trong Hung,
Nguyen Thanh Tuan, Tran Cong Dung, Tran Huynh Quang Minh, Nguyen Thi Minh Phuong,
Nguyen Cong Dinh, Nieu Khanh Phuoc Hai, Phan Nieu Thuc Nhi

University of Economics, Hue University, 99 Ho Duc Di St., Hue, Vietnam

* Correspondence to Phan Van Hoa <pvanhoakt@hueuni.edu.vn>
(Received: June 19, 2024; Accepted: July 30, 2024)

Abstract. Digital transformation is a global trend that brings increasingly significant value across all areas of management, daily life, production, and business. This study aims to analyze the current state of digital transformation applications in the growth of Quang Binh's traditional handicraft industries and suggest solutions for future development. Descriptive statistical methods and frequency analysis were primarily used in this study, utilizing secondary data from 2018–2023 and surveys of 103 production facilities along with 30 customers who purchase traditional handicraft products online. The results indicate that the application of digital transformation contributes to job creation and the development of traditional handicraft industries; however, there are still many limitations. To enhance the application of digital transformation, it is necessary to implement a range of synchronized solutions, such as the application of digital technology, product digitization, financial support, and the gradual development of traditional handicraft industries to satisfy human production and consumption demands on both domestic and global scales.

Keywords: traditional handicrafts, traditional handicraft development, digital transformation, Quang Binh, Vietnam

JEL Classification: O33, L10

1 Đặt vấn đề

Chuyển đổi số đang là xu hướng toàn cầu và mang lại giá trị ngày càng to lớn ở tất cả các lĩnh vực quản lý, đời sống, sản xuất và kinh doanh [1]. Ở Việt Nam, năm 2023, ước tính tỷ trọng kinh tế số so với GDP là 16,5%, với hơn 1.500 doanh nghiệp công nghệ số có doanh thu nước ngoài và đạt 7,5 tỷ USD. Trong lĩnh vực nông nghiệp, ví dụ chiếu sáng thông minh kích thích ra hoa tăng sản lượng hay trong lĩnh vực thương mại điện tử đã tiết kiệm hơn 1,4 tỷ đơn hàng với 2,1 triệu nhà bán lẻ trực tuyến [2].

Đối với ngành nghề thủ công truyền thống, là ngành nghề đã xuất hiện từ rất sớm theo sự phát triển lịch sử loài người và chủ yếu phân bố rộng khắp ở các vùng nông thôn của các nước trên thế giới [3] cũng như ở nước ta [4]. Tính đến hết năm 2023, Việt Nam có 211 nghề truyền thống và 2.031 làng nghề, làng nghề truyền thống đã được công nhận. Tạo việc làm cho khoảng 3,7 triệu lao động; doanh thu các hoạt động ngành nghề nông thôn đạt trên 202.000 tỷ đồng, thu nhập bình quân đạt 4–5 triệu đồng/lao động/năm. Hiện cả nước có 11.056 sản phẩm OCOP “One Commune One Product” đạt 3 sao trở lên (tăng 2.189 sản phẩm so với năm 2022), với 5.724 chủ thể tham gia Chương trình OCOP, trong đó có 37,9% là hợp tác xã, 24% là doanh nghiệp, 35,3% là cơ sở sản xuất, hộ kinh doanh, còn lại là tổ hợp tác [5]. Các sản phẩm thủ công của Việt Nam đã có mặt tại 163 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới. Kim ngạch xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam giai đoạn 2015–2022 tăng trung bình 9,5%/năm, từ 1,62 tỷ USD (2015) lên đến 2,23 tỷ USD (2019) [6], đạt gần 3 tỷ USD (2021) và giảm xuống còn 2,4 tỷ USD (năm 2022) do tác động của dịch bệnh, các diễn biến địa chính trị đã làm giảm xuất khẩu các mặt hàng thủ công mỹ nghệ của Việt Nam [7]. Các làng nghề, ngành nghề truyền thống đã và đang tạo ra hàng ngàn loại sản phẩm hàng hoá truyền thống, thủ công mỹ nghệ, từ sản phẩm thêu dệt, đến mây tre đan, lá, cói; từ sơn mài, đồ gỗ đến gốm, sứ, sành, vò; từ kim khí sắt, đồng đến chế tác vàng bạc, đá quý, ... [8].

Quảng Bình là tỉnh có điều kiện thời tiết khí hậu khá khắc nghiệt trong phát triển nông nghiệp, nhưng đây cũng là tỉnh có truyền thống lâu đời sản xuất và tiêu dùng hàng hoá thủ công truyền thống. Theo Ủy ban nhân dân (UBND) tỉnh Quảng Bình, năm 2023 trên địa bàn tỉnh trên địa bàn tỉnh có 29 làng nghề, làng nghề truyền thống được công nhận, trong đó có 19 làng nghề (chiếm 65,5%) và 10 làng nghề truyền thống (chiếm 34,5%). Số cơ sở sản xuất kinh doanh trong làng nghề, làng nghề truyền thống là 6.005 cơ sở (giảm 2.274 cơ sở so với năm 2019) [9], trong đó có 12 Hợp tác xã và 5.993 hộ kinh doanh cá thể. Tổng số lao động trong các làng nghề là 12.837 lao động; giá trị sản xuất của các làng nghề, làng nghề truyền thống năm 2023 đạt 192,67 tỷ đồng [10]. Tuy nhiên, việc phát triển các loại sản phẩm này để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người dân gặp rất nhiều khó khăn. Mặc dù phát triển ngành nghề nông thôn, ngành nghề và làng nghề truyền thống là chủ trương của chính quyền địa phương từ rất sớm, nhưng ngành nghề nông thôn nói chung, ngành nghề thủ công truyền thống ở các địa phương trên địa bàn tỉnh nói riêng còn nhiều bất cập, như sản xuất manh mún, quy mô nhỏ lẻ, vốn ít, sản phẩm đơn điệu, chất lượng không cao, mẫu mã, bao gói, quảng bá quảng cáo kém, ứng dụng công nghệ số, chuyển đổi số chậm [11, 12] nên khả năng tiêu thụ và hiệu quả thấp, sản phẩm chưa đáp ứng các yêu cầu mới của xã hội và khó khăn trong cạnh tranh, nhất là giai đoạn 2020–2022 với sự bùng phát của đại dịch Covid-19 và trong bối cảnh chuyển đổi số như hiện nay [13].

Nhằm giải quyết những vấn đề trên, nhiều công trình nghiên cứu trong và ngoài nước cho thấy, việc áp dụng công nghệ thông tin, công nghệ kỹ thuật số để sản xuất và phát triển sản phẩm thủ công truyền thống là xu hướng mới của nhiều quốc gia hiện nay [14, 15], thiết kế, chế tạo, sản xuất một số loại sản phẩm thủ công truyền thống như dây trang sức, đồ trang sức, đồ gỗ, hình [16]. Các công cụ kỹ thuật số rất hữu ích trong việc mở rộng công việc và nâng cao kỹ năng truyền thống mà không thay thế truyền thống. Công nghệ kỹ thuật số hiện nay cũng cho phép người dùng thay đổi sản xuất hàng hóa thông qua một quy trình tự động [15]. Vì thế, nhiều làng nghề đã tăng đầu tư, mở rộng sản xuất [17], phát triển thương hiệu [18–20], sử dụng công nghệ thông tin quảng bá hình ảnh, sản phẩm và giao thương điện tử [21–23]. Thương mại điện tử mở ra cánh cửa và cơ hội mới cho các doanh nghiệp siêu nhỏ và nhỏ giao dịch thương mại quốc tế, trong đó có hàng thủ công truyền thống, thủ công mỹ nghệ với điều kiện ngày nay [24, 25], đặc biệt trong đại dịch Covid-19 [26–28]. Điều đó cho thấy, trong bối cảnh chuyển đổi số, nhiều lĩnh vực sản xuất nói chung, ngành nghề thủ công truyền thống nói riêng đã mạnh dạn áp dụng công nghệ kỹ thuật số, chuyển đổi số vào thiết kế sản phẩm, phát triển sản xuất, quảng bá sản phẩm và bán hàng online trên các sàn thương mại điện tử đã thu được kết quả, hiệu quả cao. Tuy nhiên, trên địa bàn tỉnh Quảng Bình, đến nay chưa có công trình này đi sâu nghiên cứu chuyển đổi số thúc đẩy phát triển ngành nghề thủ công truyền thống, thủ công mỹ nghệ, đây chính là khoảng trống để nhóm đi vào nghiên cứu, đề xuất giải pháp tăng cường chuyển đổi số trong các làng nghề, ngành nghề thủ công truyền thống tỉnh Quảng Bình.

Chính vì vậy, nghiên cứu chuyển đổi số thúc đẩy phát triển sản phẩm thủ công truyền thống trên địa bàn tỉnh Quảng Bình là rất cần thiết, vừa mang tính thời sự, vừa mang tính chiến lược lâu dài để phát triển ngành nghề thủ công truyền thống địa phương. Mục tiêu của nghiên cứu này là ứng dụng chuyển đổi số nhằm thúc đẩy phát triển sản xuất và tiêu thụ sản phẩm ngành nghề thủ

công truyền thống tỉnh Quảng Bình, góp phần phát triển kinh tế địa phương, bảo tồn bản sắc văn hoá dân tộc, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng cho người dân địa phương, cả nước và trên thế giới.

2 Cơ sở lý thuyết

Đại dịch Covid-19 bùng phát trên toàn thế giới, cùng với sự phát triển mạnh mẽ của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và trở thành xu hướng thời đại [29] đã tạo ra xu hướng mới về sản xuất kinh doanh sản phẩm, đó là xu hướng chuyển đổi số [30]. Nhiều doanh nghiệp, trong đó có ngành nghề thủ công mỹ nghệ, thủ công truyền thống nhanh chóng ứng dụng chuyển đổi số để tồn tại, phát triển và cạnh tranh [31]. Trong nước, bắt kịp xu thế đó, Đảng và Nhà nước ta đã có nhiều chủ trương mạnh mẽ nhằm chuyển đổi số, kinh tế số [32].

Chuyển đổi số là bước phát triển tiếp theo của tin học hóa, có được nhờ sự tiến bộ vượt bậc của những công nghệ mới mang tính đột phá, nhất là công nghệ số [32]. Chuyển đổi số là quá trình thay đổi tổng thể và toàn diện của cá nhân, tổ chức về cách sống, cách làm việc và phương thức sản xuất dựa trên các công nghệ số [33].

Chuyển đổi số không chỉ giúp tăng năng suất, giảm chi phí mà còn mở ra không gian phát triển mới, tạo ra các giá trị mới ngoài các giá trị truyền thống vốn có [34]. Chuyển đổi số doanh nghiệp có thể thực hiện thông qua việc tư duy lại hướng kinh doanh, đánh giá lại chuỗi giá trị, kết nối lại với khách hàng và cấu trúc lại doanh nghiệp [35, 26]. Đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa, chuyển đổi số mang lại cơ hội kinh doanh mới [36]. Mỗi người dân có thể thành một doanh nghiệp, kinh doanh sản phẩm, dịch vụ trên các nền tảng số, các sàn thương mại điện tử [37]. Doanh nghiệp nhỏ và vừa có thể chuyển đổi số nhanh hơn, tiết kiệm hơn, hiệu quả hơn thông qua việc sử dụng các nền tảng [26].

Với ngành nghề thủ công truyền thống, cho đến nay, vẫn chưa có định nghĩa nào chính xác, thống nhất [38] tuy nhiên, theo Dương Bá Phương: “Nghề thủ công truyền thống bao gồm những ngành nghề phi nông nghiệp có từ trước thời thuộc Pháp còn tồn tại cho đến ngày nay. Nghề thủ công truyền thống còn bao hàm cả những ngành nghề được cải tiến hoặc sử dụng những loại máy móc hiện đại để hỗ trợ sản xuất nhưng phải tuân thủ công nghệ truyền thống, thể hiện được những nét văn hoá đặc sắc của dân tộc Việt Nam” [39]. Còn sản phẩm thủ công truyền thống, theo Dianna McLeod: “*Các sản phẩm thủ công truyền thống là những sản phẩm được sản xuất từ rất lâu bởi các nghệ nhân, hoàn toàn bằng tay hoặc với sự trợ giúp của dụng cụ cầm tay hoặc phương tiện cơ học nhưng lao động thủ công trực tiếp của nghệ nhân là thành phần quan trọng nhất của sản phẩm. Chúng được sản xuất mà không hạn chế về số lượng và sử dụng nguyên liệu từ các nguồn tài nguyên bên vững. Bản chất đặc biệt của các sản phẩm thủ công xuất phát từ các tính năng đặc biệt của chúng, có thể mang tính thực dụng, thẩm mỹ, nghệ thuật, sáng tạo, gắn kết văn hóa, trang trí, chức năng, truyền thống, tôn giáo, biểu tượng xã hội và ý nghĩa*” [40]. Trong khi đó, Rogerson cho rằng các sản phẩm thủ công truyền thống phải được làm bằng tay 80% và có thể bao gồm nhiều nguyên liệu thô khác nhau như sợi tự nhiên, vải dệt, đất sét hạt và vật liệu có thể tái chế mang tính truyền thống [41].

Từ những khái niệm trên cho thấy, sản phẩm thủ công truyền thống là những sản phẩm có từ lâu đời, chủ yếu được làm thủ công bằng tay, có sự sáng tạo cá nhân, có tính văn hóa, nghệ thuật và có giá trị thẩm mỹ cao.

Trên cơ sở quan điểm về phát triển, là một quá trình lớn lên, tăng tiến mọi lĩnh vực và thúc đẩy phát triển là sự gia tăng hơn nữa quá trình đó. Bất cứ trong lĩnh vực nào, sự phát triển đều thỏa mãn các thành tố như: sự tăng lên cả về chất và lượng; sự thay đổi về cơ cấu, thể chế, chủng loại, tổ chức; sự thay đổi về thị trường [42] và giữ công bằng xã hội, an ninh, trật tự [43] thì phát triển sản phẩm thủ công truyền thống cũng không nằm ngoài quan điểm đó.

Chuyển đổi số thúc đẩy làm gia tăng về mặt lượng nhờ áp dụng công nghệ số vào sản xuất và tiêu thụ sản phẩm; thúc đẩy làm gia tăng về mặt chất trong sản xuất sản phẩm nhờ làm tăng chất lượng sản phẩm; ứng dụng công nghệ số vào phân phối và tiêu thụ sản phẩm như số hoá sản phẩm, quảng cáo, quảng bá, marketing trên các website, mạng xã hội, internet, đặt hàng và bán hàng trực tuyến góp phần quảng bá hình ảnh thương hiệu sản phẩm, thu hút khách hàng và tăng khả năng tiêu thụ. Chuyển đổi số thông qua ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ, máy móc thiết bị tiên tiến hiện đại thúc đẩy ngành nghề, làng nghề thay thế dần công nghệ, máy móc thiết bị cũ kỹ lạc hậu, gây ô nhiễm môi trường từ các ngành nghề, làng nghề truyền thống, một trong những vấn đề nan giải hiện nay trong các làng nghề truyền thống. Chuyển đổi số mạnh mẽ góp phần thúc đẩy quy mô doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, chuyển dịch sang các hình thức tổ chức quản lý sản xuất có quy mô lớn, uy tín, thương hiệu, hiệu quả, có tính cạnh tranh cao trên thị trường thế giới; sản phẩm sản xuất ra ngày càng phong phú và đa dạng, có tính thẩm mỹ cao, có giá trị lớn, ngày càng đáp ứng và thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng trong và ngoài nước. Bên cạnh sự gia tăng về lượng, về chất, chuyển đổi số còn thúc đẩy làm thay đổi cơ cấu ngành nghề sản phẩm theo hướng tích cực hơn, đòi hỏi sự vào cuộc của hệ thống chính sách, biện pháp của nhà nước và chính quyền địa phương trong việc hoạch định chiến lược phát triển nghề thủ công mỹ nghệ trên địa bàn một cách hợp lý hơn [44].

3 Phương pháp nghiên cứu

Để đạt được mục tiêu và nội dung, các phương pháp nghiên cứu được sử dụng trong nghiên cứu này là phương pháp thống kê mô tả, phương pháp phân tổ thống kê, phương pháp so sánh, phương pháp hạch toán kinh tế, phương pháp phân tích tần suất và phương pháp khảo cứu tài liệu.

Để đánh giá được các nội dung chuyển đổi số thúc đẩy phát triển sản phẩm thủ công truyền thống trên địa bàn tỉnh Quảng Bình, các chỉ tiêu được sử dụng chủ yếu là các chỉ tiêu đánh giá sự gia tăng về mặt số lượng, chất lượng, chuyển dịch cơ cấu cả về số tuyệt đối và số tương đối, gồm các chỉ tiêu đo lường sự gia tăng số lượng, giá trị; tốc độ tăng trưởng, phát triển ngành thông tin và truyền thông, phát triển các cơ sở sản xuất, các yếu tố đầu vào và kết quả, hiệu quả đầu ra.

Nghiên cứu tập trung phân tích nguồn số liệu thứ cấp được thu thập từ các cơ quan ban ngành ở tỉnh Quảng Bình. Nguồn dữ liệu sơ cấp thu thập thông qua điều tra khảo sát 103 cơ sở sản

xuất hàng thủ công truyền thống trên địa bàn tỉnh. Theo kết quả thống kê của Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Quảng Bình và Nghị định 52/2018/NĐ-CP về phát triển ngành nghề nông thôn, các hoạt động ngành nghề nông thôn [6], năm 2023, trên địa bàn tỉnh có 29 làng nghề, làng nghề truyền thống được công nhận với số cơ sở sản xuất kinh doanh trong làng nghề, làng nghề truyền thống là 6.005 cơ sở [10].

Qua khảo sát thực tế, nhóm nghiên cứu chọn 5 ngành nghề truyền thống tại 5 địa phương với tổng số cơ sở sản xuất là 1.446 cơ sở. Đây là những làng nghề truyền thống có số lượng cơ sở sản xuất lớn, tập trung đáp ứng được yêu cầu để điều tra khảo sát thu thập số liệu sơ cấp. Áp dụng công thức [45], với sai số 10%, số mẫu khảo sát là 94 mẫu. Tuy nhiên, để đảm bảo tính chính xác và dự phòng, chúng tôi tiến hành cân đối và cơ cấu mẫu điều tra trong tổng số 103 cơ sở. Đối với khách hàng tiêu dùng trực tiếp, theo giới thiệu của các cơ sở sản xuất, 5 nghề, mỗi nghề chọn giới thiệu 6 khách hàng thường xuyên mua hàng online của cơ sở. Tổng số khách hàng điều tra là 30 khách hàng tiêu thụ sản phẩm của các nghề thủ công truyền thống, làng nghề truyền thống được điều tra. Áp dụng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên, nhóm nghiên cứu chọn mẫu theo tỷ lệ và danh sách do địa phương cung cấp. Thực hiện phương pháp điều tra phỏng vấn trực tiếp theo bảng hỏi đã xây dựng sẵn, nhóm nghiên cứu tiến hành phỏng vấn thu thập số liệu và nghiên cứu thực địa cơ sở sản xuất được điều tra.

4 Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1 Thực trạng phát triển ngành thông tin, truyền thông và chuyển đổi số trên địa bàn tỉnh Quảng Bình

Những năm gần đây, cùng với những chủ trương, chính sách và sự hỗ trợ tích cực của Chính phủ, các Bộ ngành, các nhà tài trợ và sự vào cuộc của chính quyền các cấp, tỉnh Quảng Bình cũng đã có nhiều chủ trương, biện pháp thúc đẩy phát triển lĩnh vực thông tin và truyền thông của tỉnh, cơ sở để thực hiện chuyển đổi số trên địa bàn, đặc biệt là chính quyền số, xã hội số và kinh tế số, ngành thông tin và truyền thông tỉnh Quảng Bình đã có nhiều bước phát triển quan trọng [13]. Mặc dù những năm 2020–2021 dịch bệnh Covid-19 bùng phát với nhiều biện pháp giãn cách xã hội, đứt gãy nguồn cung, thị trường tiêu thụ suy giảm [46] nhưng giai đoạn 2018–2022, tổng sản phẩm trên địa bàn (GRDP) của ngành thông tin và truyền thông tỉnh tăng mạnh từ 1,5 ngàn tỷ năm 2015 lên 1,8 ngàn tỷ đồng năm 2022, bình quân tăng 1,04%/năm (bảng 1), góp phần tạo điều kiện nền tảng để phát triển công nghệ thông tin, thực hiện chuyển đổi số trên địa bàn.

Năm 2021 là năm tỉnh dành một lượng vốn lớn đầu tư phát triển ngành thông tin và truyền thông với 123,7 tỷ đồng, cao gấp 5–6 lần trung bình hàng năm giai đoạn 2018–2022 xây dựng hạ tầng và triển khai một số hệ thống thông tin, dịch vụ đô thị thông minh, thực hiện dự án chuyển đổi số, chính quyền điện tử và đô thị thông minh [13] nên vốn đầu tư năm 2021 cao đột biến. Tuy nhiên, do vốn đầu tư các năm thấp nên tốc độ tăng vốn bình quân năm giai đoạn này là 0,95%/năm. Mặc dù so với các địa phương khác, số doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thông tin và truyền thông là không lớn, tuy nhiên giai đoạn 2018–2022 có sự gia tăng đáng kể về số doanh nghiệp cũng như doanh thu của các doanh nghiệp ngành thông tin và truyền thông. Cụ thể so năm 2018, năm

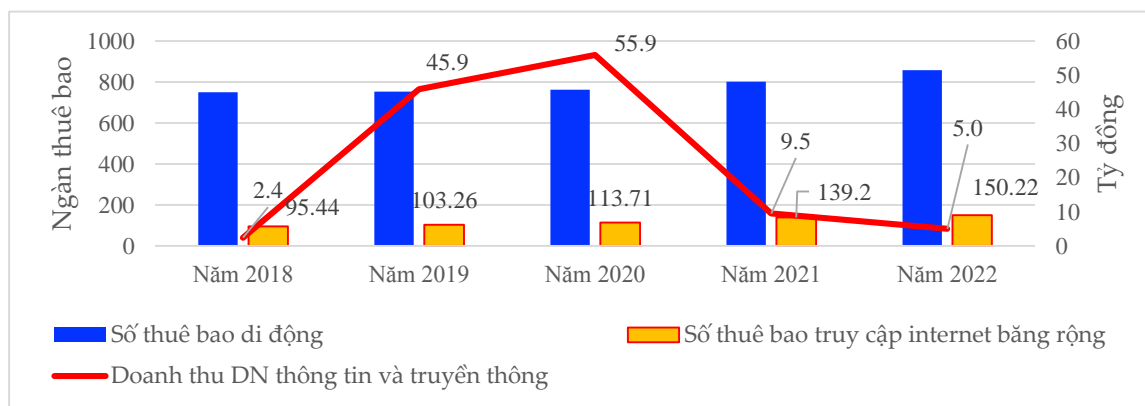
2022 số doanh nghiệp tăng gấp 4 lần (từ 3 doanh nghiệp lên 12 doanh nghiệp), doanh thu tăng 4,17 lần (từ 2,4 tỷ lên 10 tỷ đồng).

Nhờ vậy mà số thuê bao di động và số thuê bao truy cập internet băng rộng trên địa bàn tỉnh qua 5 năm gia tăng đáng kể từ 750,16 ngàn thuê bao di động và 95,44 ngàn thuê bao internet băng rộng năm 2018 đã tăng lên 856,62 ngàn thuê bao di động và 150,22 ngàn thuê bao internet băng rộng năm 2022. Điều đó góp phần lớn thực hiện chủ trương chuyển đổi số của địa phương trong thời gian qua và những năm đến (Đồ thị 1). Nhờ đó, công tác chuyển đổi số trên địa bàn được thực hiện toàn diện trên tất cả các ngành, lĩnh vực của đời sống xã hội đã tạo hiệu ứng tích cực về nâng cao nhận thức, ý thức chuyển đổi số trong sản xuất kinh doanh và đời sống nhân dân.

Bảng 1. Tổng sản phẩm ngành thông tin và truyền thông tỉnh Quảng Bình giai đoạn 2018–2022

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	2018	2019	2020	2021	2022	Tăng trưởng BQ/năm (%)
1	GRDP ngành thông tin và truyền thông	Tỷ đồng	1.537,8	1.661,5	1.653,7	1.700,0	1.831,6	1,04
2	Tăng trưởng GRDP ngành thông tin và truyền thông	%	6,0	7,53	4,12	3,36	6,04	1,00
3	Vốn đầu tư ngành thông tin và truyền thông	Tỷ đồng	27,1	24,9	23,2	123,7	22,1	0,95
4	Số doanh nghiệp thông tin và truyền thông	DN	3	9	9	12	12	1,41
5	Doanh thu doanh nghiệp thông tin và truyền thông	Tỷ đồng	2,4	45,9	55,9	9,5	10,0	1,43

Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Quảng Bình 2022



Đồ thị 1. Doanh thu các doanh nghiệp thông tin và truyền thông và số thuê bao truy cập internet băng rộng tỉnh Quảng Bình giai đoạn 2018–2022

Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Quảng Bình 2022 [47]

Trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh, chủ trương của tỉnh trong việc chuyển đổi số hướng đến phát triển kinh tế số. Tỉnh đã xây dựng và vận hành website và đưa các sản phẩm OCOP “One Commune One Product - Mỗi xã một sản phẩm” của địa phương thời gian qua giới thiệu trên không gian mạng: ocop.quangbinh.gov.vn. Giai đoạn 2008–2022, toàn tỉnh có 158 sản phẩm OCOP được công nhận, trong đó có 19 sản phẩm đạt 4 sao, 139 sản phẩm đạt 3 sao. Năm 2023 công nhận thêm 17 sản phẩm OCOP 4 sao, nâng tổng số sản phẩm OCOP 4 sao của tỉnh lên 36 sản phẩm, đạt và vượt mục tiêu kế hoạch giai đoạn 2021–2025. Đến nay, hầu hết các sản phẩm OCOP cấp tỉnh được số hoá tài liệu, hồ sơ thông qua phần mềm chamdiemocop.quangbinh.gov.vn và đã công bố giao dịch trên 3 sàn thương mại điện tử: Sàn giao dịch thương mại điện tử Quảng Bình (quangbinhtrade.vn); sàn thương mại điện tử của Tổng công ty Bưu điện Việt Nam (Postmart.vn) và sàn thương mại điện tử của Tổng công ty cổ phần Bưu chính Viettel (Voso.vn). Sản phẩm đưa lên sàn thương mại điện tử rất đa dạng, bao gồm sản phẩm chế biến, đồ thủ công mỹ nghệ, nông sản phi thực phẩm, nông sản sạch, sản phẩm OCOP, ... [10] bên cạnh các cơ sở riêng lẻ quảng bá sản phẩm qua các nền tảng mạng xã hội như zalo, facebook, livestream...

Tuy nhiên, chuyển đổi số trên địa bàn thời gian qua cũng còn nhiều hạn chế, nhất là các cơ sở sản xuất, kinh doanh có số lượng lớn nhưng quy mô nhỏ, sản xuất theo thời vụ nên sản lượng thấp, không đều, khó khăn trong việc đáp ứng yêu cầu của thị trường quy mô lớn hiện nay, nên công tác chuyển đổi số theo đó còn nhiều hạn chế. Bên cạnh đó, người tiêu dùng trên địa bàn phần lớn vẫn quen với mua sắm theo phương truyền thống, việc tiêu thụ sản phẩm trên các sàn thương mại điện tử, nhất là các sàn thương mại điện tử của tỉnh vẫn còn hạn chế cần có giải pháp khắc phục để phát triển.

4.2 Tình hình thúc đẩy phát triển ngành nghề, làng nghề nông thôn thông qua chuyển đổi số

Cùng với cả nước, thực hiện chủ trương của Chính phủ, các Bộ ngành của Trung ương và địa phương trong việc thực hiện chuyển đổi số và phát triển ngành nghề nông thôn, đến nay trên địa bàn tỉnh Quảng Bình, ngành nghề, làng nghề nông thôn đã được chú trọng, linh hoạt và chủ động trong đầu tư, phát triển sản xuất kinh doanh và cơ cấu mặt hàng đáp ứng yêu cầu thị trường hiện nay. Nhiều ngành nghề làng nghề đã được khôi phục như: Mây tre xuất khẩu, chế biến hải sản, mộc mỹ nghệ, chiếu cói... Một số ngành nghề sản xuất có hiệu quả như: chế biến hải sản tại xã Cảnh Dương (huyện Quảng Trạch), chế biến mây nguyên liệu Phương Bắc, to tầm (huyện Tuyên Hóa), rượu Vạn Lộc, nước mắm Quy Đức (huyện Bố Trạch), sản xuất mộc mỹ nghệ, vật liệu xây dựng, thêu ren (Đông Hới), mộc mỹ nghệ cao cấp Tân Tiến, mây tre xuất khẩu Vĩnh An (huyện Quảng Ninh), chiếu cói An Xá, rượu Lộc Thủy (huyện Lệ Thủy), ... đã góp phần tạo sự chuyển biến tích cực, thúc đẩy sản xuất phát triển, tạo nhiều sản phẩm đáp ứng nhu cầu xã hội.

Năm 2023, trên địa bàn tỉnh Quảng Bình có 26,25 ngàn cơ sở tham gia sản xuất kinh doanh ngành nghề nông thôn, thủ công truyền thống (Bảng 2).

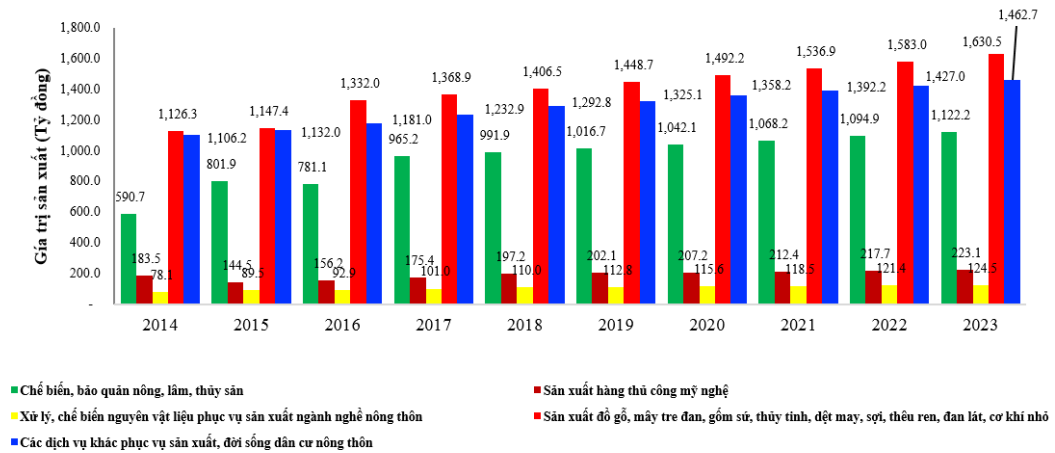
Bảng 2. Chuyển đổi số thúc đẩy phát triển cơ sở sản xuất và các hình thức tổ chức quản lý ngành nghề thủ công truyền thống tỉnh Quảng Bình giai đoạn 2018–2023

Ngành nghề nông thôn, thủ công truyền thống	Năm 2018				Năm 2023				So sánh 2023/2018	
	Tổng số (Ngàn cơ sở)	Doanh nghiệp	Hợp tác xã	Hộ cá thể (Ngàn hộ)	Tổng số (Ngàn cơ sở)	Doanh nghiệp	Hợp tác xã	Hộ cá thể (Ngàn hộ)	+/- (Ngàn cơ sở)	%
1. Chế biến, bảo quản nông, lâm, thủy sản	4,68	46	11	4,62	5,42	47	15	5,36	0,74	15,9
2. SX hàng thủ công mỹ nghệ	1,95	0	0	1,95	2,26	2	1	2,26	0,31	16,2
3. Xử lý, chế biến nguyên vật liệu phục vụ SX NNNT	0,38	0	9	0,38	0,45	3	10	0,44	0,064	16,7
4. SX đồ gỗ, mây tre đan, gốm sứ, thủy tinh, dệt may, sợi, thêu ren, đan lát, cơ khí nhỏ	10,75	25	13	10,71	12,47	29	15	12,42	1,72	16,0
5. SX và KD sinh vật cảnh	0,008	0	1	0,007	0,012	1	1	0,01	0,004	50,0
6. Sản xuất muối	0,40	0	0	0,40	0,47	0	1	0,46	0,065	16,3
7. Các dịch vụ khác	4,46	83	7	4,37	5,17	90	10	5,07	0,71	15,9
Tổng cộng	22,63	154	41	22,43	26,25	172	53	26,02	3,62	16,0

Nguồn: Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Quảng Bình

Qua nghiên cứu cho thấy, chuyển đổi số thúc đẩy phát triển tất cả các nhóm sản phẩm ngành nghề, trong đó nhóm sản phẩm ngành nghề sản xuất đồ gỗ, mây tre đan, gốm sứ, thủy tinh, dệt may, sợi, thêu ren, đan lát, cơ khí nhỏ; đến nhóm chế biến, bảo quản nông, lâm thủy sản và sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ. Lợi thế của các nhóm mặt hàng này là các chủng loại sản phẩm dễ nhận diện, dễ số hoá, giá cả, định lượng rõ ràng... để quảng bá, quảng cáo trên các trang mạng xã hội. So với năm 2018, năm 2023 số lượng cơ sở sản xuất đã tăng lên 3,62 ngàn cơ sở, tức tăng 16%. Các nhóm có tốc độ tăng cao như sản xuất và kinh doanh sinh vật cảnh (tăng 50%); xử lý, chế biến nguyên vật liệu phục vụ sản xuất nông nghiệp nông thôn (tăng 16,7%); sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ (tăng 16,2%). Về các hình thức tổ chức quản lý, loại hình hộ cá thể tăng mạnh nhất, hơn 1,7 ngàn hộ. Đây là nhóm dễ áp dụng chuyển đổi số trong quảng bá, quảng cáo sản phẩm và giao dịch trên các trang mạng xã hội như facebook, Tiktok, zalo, ... Các hình thức tổ chức khác như doanh nghiệp và Hợp tác xã không có sự thay đổi lớn, tương ứng tăng 18 doanh nghiệp và 12 hợp tác xã. Điều đó cho thấy, hiện nay trên địa bàn tỉnh Quảng Bình, đối với ngành nghề thủ công truyền thống, việc áp dụng chuyển đổi số chủ yếu ở cấp đơn vị hộ gia đình, trong khâu quảng bá, quảng cáo và bán hàng online, đơn giản, thuận tiện và ít tốn phí nên dễ áp dụng.

Chính sự việc đẩy mạnh chuyển đổi số trong khâu quảng bá, bán hàng đã làm cho doanh thu các ngành nghề tăng, giá trị sản xuất của các ngành nghề tăng mạnh trong giai đoạn 2014–2023. Năm 2014 đạt 3,08 ngàn tỷ đồng nhưng đến năm 2023 đạt 4,56 ngàn tỷ đồng, tức tăng 1,48 ngàn tỷ đồng, bình quân hàng năm tăng 164, 4 tỷ đồng, với tốc độ tăng bình quân hàng năm là 4,45%. Trong đó, năm 2023, nhóm ngành Sản xuất đồ gỗ, mây tre đan, gốm sứ, thủy tinh, dệt may, sợi, thêu ren, đan lát, cơ khí nhỏ chiếm tỷ trọng lớn nhất, đạt 1,63 ngàn tỷ đồng, tốc độ tăng bình quân hàng năm đạt 4,2%; đến nhóm ngành Các dịch vụ khác phục vụ sản xuất, đời sống dân cư nông thôn, đạt 1,46



Đồ thị 2. Giá trị sản xuất một số ngành nghề nông thôn, thủ công truyền thống tỉnh Quảng Bình giai đoạn 2014–2023

Ghi chú: Đối với ngành nghề sản xuất và kinh doanh sinh vật cảnh và sản xuất muối có giá trị sản xuất khá nhỏ nên nhóm nghiên cứu không đưa vào đồ thị

Nguồn: UBND tỉnh Quảng Bình, 2023 [10]

ngàn tỷ đồng, tốc độ tăng bình quân hàng năm đạt 3,15%; nhóm ngành Chế biến, bảo quản nông, lâm, thủy sản cũng đạt 1,12 ngàn tỷ đồng, tốc độ tăng bình quân hàng năm đạt 7,39%. Thấp nhất là 2 nhóm ngành Sản xuất và kinh doanh sinh vật cảnh và Sản xuất muối, giá trị sản xuất năm 2023 tương ứng đạt 0,5 tỷ và 1 tỷ đồng.

Theo Chi cục Phát triển nông thôn Quảng Bình, hiện nay trên địa bàn tỉnh chưa có cơ sở sản xuất sản phẩm thủ công truyền thống ứng dụng chuyển đổi số vào khâu sản xuất hay tham gia vào quy trình sản xuất sản phẩm, tuy nhiên trong khâu quảng cáo, quảng bá tiếp thị thông tin cơ sở, sản phẩm, bán hàng online trên các trang mạng xã hội như facebook, youtube, zalo, ... khá lớn, nhưng cũng chỉ dừng lại ở quảng bá, quảng cáo sản phẩm là chính, việc số hoá sản phẩm và tổ chức bán hàng online, hoặc đăng trên các sàn thương mại lớn như Lazada, Sendo, Tiki... còn khá hạn chế, mới một vài sản phẩm như Khoai dẻo Tân Định, Hải Ninh; Bánh mì xát Tân An được số hoá và bán online trên Lazada. Nguyên nhân chính là do phần lớn các cơ sở chưa đáp ứng được số lượng và chất lượng sản phẩm, tính cạnh tranh thấp, sợ nộp phí cao và chưa thực hiện bao giờ nên không tự tin để công bố và bán sản phẩm trên các sàn thương mại này. Chính vì thế, trong thời gian đến chính quyền địa phương cần có chủ trương và biện pháp thiết thực nhằm hỗ trợ các cơ sở sản xuất công bố sản phẩm trên các sàn thương mại lớn để tăng tương tác, quảng bá và bán hàng online.

4.3 Tình hình công nhận và phát triển ngành nghề, làng nghề thủ công truyền thống

Từ năm 2008 đến nay, UBND tỉnh Quảng Bình đã xét và ra quyết định công nhận các ngành nghề, làng nghề, làng nghề truyền thống trên địa bàn tỉnh. Cụ thể năm 2008, UBND tỉnh đã công nhận 15 làng nghề, làng nghề truyền thống (trong đó có 10 làng nghề và 05 làng nghề truyền thống).

Năm 2010, UBND tỉnh ra quyết định công nhận 9 làng nghề, làng nghề truyền thống (trong đó có 04 làng nghề và 05 làng nghề truyền thống). Năm 2015, công nhận 5 làng nghề. Tổng cộng cho đến nay, UBND tỉnh đã công nhận 29 làng nghề, làng nghề truyền thống (trong đó 19 làng nghề và 10 làng nghề truyền thống).

Trong các làng nghề trên, hiện nay một số làng nghề, làng nghề truyền thống được đánh giá là hoạt động tốt, thu hút nhiều lao động, tạo ra nhiều sản phẩm có thể cạnh tranh tốt và đáp ứng thị trường như chiếu cói An Xá; nón lá Ba Đẽ, Cao Lao Hạ, Mỹ Trạch, Hà Tiến, La Hà, Hạ Thôn, Quy Hậu, Thổ Ngọa; nước mắm Quy Đức, Lý Nhân Nam, Xuân Hoà; rượu Gia Hưng; bún bánh Tân An; khoai deo Tân Định; hương Quyết Thắng; muối Phú Lộc và rền đúc Mai Hồng. Các sản phẩm làng nghề hoạt động cầm chừng, có nguy cơ mai một là đan lát Xuân Bô; rượu Vạn Lộc.

Phát triển số cơ sở sản xuất kinh doanh trong các làng nghề, làng nghề truyền thống

Số cơ sở sản xuất kinh doanh tại 29 làng nghề, làng nghề truyền thống trên địa bàn tỉnh Quảng Bình năm 2023 là 6.005 cơ sở, với 12.837 lao động, giá trị sản xuất năm 2023 là 192,7 tỷ đồng. Trong 19 làng nghề, số lượng làng nghề làm nón lá chiếm nhiều nhất (6 làng nghề), chổi đót, chiếu cói và chế biến hải sản, làm nước mắm (mỗi nhóm 3 làng nghề), đan lát mây tre và bún, bánh, khoai deo (mỗi nhóm 2 làng nghề), các sản phẩm còn lại rượu, hương, rền đúc mỗi sản phẩm một làng nghề. Đối với 10 làng nghề truyền thống, số lượng làng nghề làm nón lá cũng chiếm nhiều nhất (4 làng nghề truyền thống), đến nấu rượu (3 làng nghề truyền thống), các sản phẩm đan lát mây tre, rền đúc và làm muối, mỗi loại 1 làng nghề truyền thống. Như vậy, trên địa bàn tỉnh Quảng Bình, làng nghề làm nón lá và nấu rượu chiếm nhiều nhất nên số cơ sở làm nón lá trên địa bàn cũng khá cao 2.800 cơ sở (chiếm 46,6% trong tổng số cơ sở) với hơn 7.157 lao động tham gia (chiếm 55,8% trong tổng số lao động), tạo ra giá trị sản xuất 117,7 tỷ đồng hàng năm (chiếm 61,1% tổng giá trị sản xuất các làng nghề, làng nghề truyền thống). Một số làng nghề nón lá nổi tiếng như Hạ Thôn (nón lá dừa và nón lá xanh), Quy Hậu, Ba Đẽ, ... Nghề làm nón lá đòi hỏi số lượng và chất lượng lao động không cao, thời gian tập trung không lớn, có thể sử dụng được thời gian nhàn rỗi của lao động gia đình nên đây là nghề đem lại giá trị gia tăng cao cho các cơ sở và xã hội. Chính vì thế, thời gian đến, địa phương cần quan tâm hỗ trợ ổn định và phát triển nghề này.

Đối với nghề nấu rượu, đây cũng là sản phẩm có số lượng làng nghề, làng nghề truyền thống nhiều thứ hai của tỉnh, với 4 làng nghề, 1.061 cơ sở, thu hút 1.300 lao động đã tạo ra giá trị sản xuất hàng năm khoảng 9,9 tỷ đồng. Một số làng rượu nổi tiếng ở Quảng Bình như Tuy Lộc, Vạn Lộc, ... Ngoài nón lá và nấu rượu, nghề chế biến hải sản, làm nước mắm và làm chổi đót, chiếu cói, đan lát mây tre cũng là các sản phẩm có nhiều làng nghề đang hoạt động. Nhiều làng nghề khá nổi tiếng trong các làng nghề thủ công truyền thống như nghề đan lát mây tre Thọ Đơn, chiếu cói An Xá, bánh Tân An, rền đúc Mai Hồng. Mặc dù trong những năm qua địa phương đã có nhiều biện pháp khuyến khích, hỗ trợ các cơ sở tham gia sản xuất, bảo tồn bản sắc văn hoá sản phẩm, thu hút lao động, phát triển kinh tế, tuy nhiên do khó khăn về thị trường, sản phẩm bị cạnh tranh mạnh nên nhiều cơ sở không giữ được nghề, phải bỏ nghề sang làm các nghề khác mưu sinh. Đây cũng là thực tế ở nhiều làng nghề, làng nghề truyền thống hiện nay ở tỉnh Quảng Bình.

Bảng 3. Tình hình làng nghề, số lượng cơ sở và lao động ngành nghề truyền thống tỉnh Quảng Bình năm 2023

TT	Chỉ tiêu	Số làng nghề (làng)	Số lượng (cơ sở)	Lao động (người)	Giá trị sản xuất (triệu đồng)
	Tổng số	29	6.005	12.837	192.668
I	Nhóm sản phẩm làng nghề	19	2.163	5.894	95.474
1.1	Nón lá	6	843	2.707	45.819
1.2	Đan lát mây tre	2	41	125	13.320
1.3	Chổi đót, chiếu cói	3	66	172	3.650
1.4	Bún, bánh, khoai deo	2	434	1.230	13.100
1.5	Chế biến hải sản, nước mắm	3	351	605	8.325
1.6	Rượu	1	120	130	2.100
1.7	Làm hương	1	300	900	9.000
1.8	Rèn đúc	1	8	25	160
II	Nhóm sản phẩm làng nghề truyền thống	10	3.842	6.943	97.194
2.1	Nón lá	4	1.957	4.450	71.856
2.2	Đan lát mây tre	1	523	523	3.138
2.3	Rượu	3	941	1.170	7.800
2.4	Rèn đúc	1	149	180	8.900
2.5	Muối	1	272	620	5.500

Nguồn: Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Quảng Bình

Kết quả và hiệu quả sản xuất kinh doanh của một số sản phẩm thủ công truyền thống cụ thể

Áp dụng mạnh mẽ quảng bá, quảng cáo sản phẩm trên các trang mạng xã hội để giới thiệu sản phẩm, đưa sản phẩm đến gần khách hàng hơn, khách hàng có điều kiện, thời gian nghiên cứu tìm hiểu sản phẩm trước khi mua là lợi thế lớn trong kinh doanh hiện nay, đặc biệt các loại hình sản xuất truyền thống, quy mô nhỏ. Nhờ đó, doanh thu tiêu thụ các loại sản phẩm có sự gia tăng đáng kể qua các năm 2018 đến 2022. Nếu như doanh thu năm 2018 chỉ đạt 37,8 tỷ đồng thì đến năm 2022 đạt 39,28 tỷ đồng, tức tăng 1,1%. Trong đó, doanh thu cao nhất là làng nghề thủ công truyền thống rèn đúc Mai Hồng đạt 9,55 tỷ năm 2022, đến làm hương làng Quyết Thắng đạt 8,55 tỷ đồng. Thấp nhất là doanh thu rượu của làng nghề thủ công truyền thống Vạn Lộc chỉ đạt 850 triệu đồng năm 2022 (Bảng 4).

Để kết quả đạt được cao hơn trong thời gian đến đòi hỏi tỉnh cần nghiên cứu, triển khai các biện pháp, chương trình cụ thể phát triển làng nghề, làng nghề truyền thống, ngành nghề thủ công truyền thống để thực hiện tốt chương trình xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2022–2025. Nhất là các biện pháp về mở rộng, xúc tiến thị trường tiêu thụ sản phẩm, xây dựng và quảng bá thương hiệu, từng bước mở rộng thị trường và hỗ trợ phát triển sản xuất. Thực hiện được điều đó hy vọng

Bảng 4. Tình hình doanh thu sản xuất một số sản phẩm thủ công truyền thống tỉnh Quảng Bình giai đoạn 2018–2022

		ĐVT: Tỷ đồng					
TT	Sản phẩm	Làng nghề	2018	2021	2022	So sánh (%)	
						2021/ 2018	2022/ 2021
Tổng cộng			37,8	38,86	39,28	2,8	1,1
I	Doanh thu sản phẩm làng nghề		27,8	28,61	28,88	2,9	0,9
1	Nón lá	Ba Đẽ	5,9	6,05	6,1	2,5	0,8
2	Nước mắm	Quy Đức	2,1	2,15	2,18	2,4	1,4
3	Rượu	Gia Hưng	3,7	3,8	3,85	2,7	1,3
4	Nón lá	Cao Lao Hạ	1,0	1,1	1,1	10,0	0,0
5	Nước mắm	Lý Nhân Nam	1,0	1,06	1,1	6,0	3,8
6	Nón lá	Mỹ Trạch	5,8	5,95	6,0	2,6	0,8
7	Hương	Quyết Thắng	8,3	8,5	8,55	2,4	0,6
II	Doanh thu làng nghề truyền thống		10,0	10,25	10,4	2,5	1,5
1	Rèn, đúc	Mai Hồng	9,2	9,4	9,55	2,2	1,6
2	Rượu	Vạn Lộc	0,8	0,85	0,85	6,2	0,0

Nguồn: Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Quảng Bình

ngành nghề thủ công truyền thống của địa phương sẽ được khôi phục, phát triển tốt trong thời gian đến.

Kết quả và hiệu quả sản xuất kinh doanh của các cơ sở được điều tra

Để biết được tình hình sản xuất kinh doanh phát triển ngành nghề của các cơ sở, nhóm nghiên cứu tiến hành điều tra 103 cơ sở với cơ cấu như sau: 10 cơ sở làm nghề rèn đúc làng Mai Hồng (chiếm 9,7%), 5 cơ sở nấu rượu làng Vạn Lộc (chiếm 4,9%), 55 cơ sở làm nón lá ở làng Ba Đẽ (chiếm 53,4%), 5 cơ sở làm nước mắm làng Quy Đức (chiếm 4,9%) và 28 cơ sở làm hương làng Quyết Thắng (chiếm 27,1%).

Với 103 cơ sở được điều tra, có 12 nam và 91 nữ trả lời phỏng vấn, trong đó các ngành nghề sản phẩm như làm nước mắm, nón lá, làm hương người tham gia khảo sát toàn là nữ, nghề rèn đúc toàn là nam tham gia khảo sát, nghề nấu rượu có 2 nam và 3 nữ tham gia khảo sát. Điều đó cũng cho thấy, một số ngành nghề thủ công truyền thống như nấu rượu, chằm nón, làm nước mắm, làm hương thì phụ nữ là lao động chính, nắm nhiều thông tin, bí quyết ngành nghề, là trụ cột sản xuất sản phẩm của các ngành nghề. Độ tuổi bình quân của người được phỏng vấn là 48,5 tuổi; trình

độ văn hoá bình quân lớp 6, lớp 7 (bình quân 6,9); bình quân chung 1 cơ sở có 4 nhân khẩu với 2,4 lao động.

Kết quả và hiệu quả sản xuất kinh doanh là vấn đề cốt lõi trong hoạt động sản xuất của các cơ sở nghề, bởi đó là thành quả lao động do các thành viên trong gia đình tạo ra trong năm. Giá trị sản xuất (GO) từ hoạt động ngành nghề thủ công truyền thống tính bình quân chung là 80,2 triệu đồng/cơ sở. Trong đó, cơ sở rèn đúc, làm hương đạt mức cao nhất, tương ứng 274,9 triệu đồng/cơ sở và 228 triệu đồng/cơ sở. Các ngành nghề còn lại bình quân không cao từ 85,9 đến 87,5 triệu đồng/cơ sở đối với nghề nấu rượu và làm nước mắm. Riêng nghề làm nón lá có giá trị sản xuất cũng không cao 38,2 triệu đồng/cơ sở. Điều đó cho thấy, GO giữa các cơ sở nghề khác nhau có khoảng biến thiên rất lớn.

Về giá trị thu nhập, hiện nay hầu hết các cơ sở nghề trên địa bàn tỉnh tiến hành sản xuất mà không hoặc tham gia đóng các loại thuế nào. Đồng thời, các cơ sở nghề chưa có động thái trích khấu hao cho tài sản cố định trong sản xuất, tuy nhiên do khó khăn từ thị trường đầu vào và đầu ra, thu nhập của các cơ sở năm 2022 không cao. Số liệu cho thấy, thu nhập bình quân một cơ sở là 28 triệu đồng (Bảng 5). Nhiều cơ sở cho biết, sau đại dịch Covid-19 năm 2021, 2022 các cơ sở ngành nghề phải hạn chế quy mô sản xuất do thị trường tiêu thụ kém, nhiều cơ sở sản xuất cầm chừng. Vì thế sau khi trừ chi phí, bình quân một cơ sở chỉ đạt 28 triệu đồng. Nếu trừ lao động gia đình, các cơ sở có thể lỗ vì thế nhiều cơ sở không sản xuất hoặc giảm quy mô, chờ đại dịch qua đi sản xuất trở lại. Thu nhập cao nhất là nghề làm nước mắm, nấu rượu và rèn đúc. Thu nhập bình quân tương ứng các ngành nghề này là 40,3 triệu đồng/cơ sở, 38,9 triệu đồng/cơ sở và 37,7 triệu đồng/cơ sở. Nghề làm nón có thu nhập thấp hơn bình quân 23,9 triệu đồng/cơ sở (Bảng 4).

Nếu xét về hiệu quả kinh tế: bình quân chung cứ một đồng chi phí tạo ra được 1,54 đồng giá trị sản xuất và 0,54 đồng thu nhập. Trong đó, lớn nhất là nghề nón lá (2,67 lần), đến làm nước mắm (1,88 lần), nấu rượu (1,8 lần). Thấp nhất là nghề rèn đúc và làm hương, tương ứng chỉ đạt 1,16 lần và 1,17 lần (Bảng 6). Như vậy, hoạt động sản xuất của 5 loại nghề thủ công truyền thống được điều tra chủ yếu vẫn là thủ công nên giá trị lao động sống lớn, năng suất thấp, công nghệ khá lạc hậu, lượng vốn đầu tư chưa đủ lớn đã gây ra nhiều khó khăn đến việc tồn tại và phát triển của ngành nghề thủ công truyền thống.

Bảng 5. Kết quả sản xuất của các cơ sở thủ công truyền thống được điều tra (Tính bình quân / cơ sở)

TT	Ngành nghề	Giá trị sản xuất (GO) (Triệu đồng)	Chi phí (Triệu đồng)	Thu nhập (Triệu đồng)
1	Rèn đúc Mai Hồng	274,9	237,2	37,7
2	Rượu Vạn Lộc	87,5	48,6	38,9
3	Nón lá Ba Đẽ	38,2	14,3	23,9
4	Nước mắm Quy Đức	85,9	45,6	40,3
5	Hương Quyết Thắng	228,0	194,1	33,9
BQ chung		80,2	52,2	28,0

Nguồn: Số liệu điều tra của nhóm tác giả

Bảng 6. Hiệu quả sản xuất của các cơ sở thủ công truyền thống được điều tra (Tính bình quân/ cơ sở)

ĐVT: lần			
TT	Ngành nghề	Tỷ suất Giá trị sản xuất/ Chi phí	Tỷ suất Thu nhập/ Chi phí
1	Rèn đúc Mai Hồng	1,16	0,16
2	Rượu Vạn Lộc	1,80	0,80
3	Nón lá Ba Đẽ	2,67	1,67
4	Nước mắm Quy Đức	1,88	0,88
5	Hương Quyết Thắng	1,17	0,17
BQ chung		1,54	0,54

Nguồn: Số liệu điều tra của nhóm tác giả

Nhìn chung, kết quả và hiệu quả sản xuất ngành nghề thủ công truyền thống chưa cao, chưa đồng đều. Việc khai thác và sử dụng các yếu tố đầu vào chưa hiệu quả nên sức sản xuất; khả năng sinh lời của một đồng vốn; của một lao động và của một đồng chi phí còn thấp. Tuy nhiên, một thực tế không thể phủ nhận trong những năm gần đây, ở cả 5 ngành nghề được điều tra đã tận dụng được thời gian rảnh rỗi của gia đình và mang lại nguồn thu nhập cho họ; ổn định hơn so với thu nhập từ hoạt động sản xuất nông nghiệp, bộ mặt nông thôn được đổi thay nhiều, cung cấp ra nhiều sản phẩm đáp ứng nhu cầu xã hội.

Trong nhóm 5 ngành nghề thủ công truyền thống tỉnh được điều tra cho thấy tỷ lệ số cơ sở áp dụng khoa học công nghệ, đặc biệt là chuyển đổi số là rất thấp. Gần như 100% cơ sở sản xuất kinh doanh hàng thủ công truyền thống được điều tra không áp dụng công nghệ số, chuyển đổi số trong quá trình thiết kế, chuẩn bị, tổ chức sản xuất sản phẩm. Chỉ một số ít cơ sở áp dụng vào việc mua nguyên liệu, quảng bá, quảng cáo sản phẩm, nhắn tin, gọi điện đặt hàng, ship hàng và thanh toán điện tử hoặc số hoá trên một số sàn thương mại điện tử nhưng không nhiều.

4.4 Đánh giá của các đối tượng điều tra về ứng dụng chuyển đổi số vào phát triển sản phẩm thủ công truyền thống trên địa bàn tỉnh Quảng Bình

Để biết được tình hình tiêu thụ và đánh giá của khách hàng đối với sản phẩm thủ công truyền thống tỉnh Quảng Bình, nhóm nghiên cứu tiến hành điều tra ngẫu nhiên 30 khách hàng mua hàng online của các cơ sở sản xuất kinh doanh sản phẩm thủ công truyền thống trên địa bàn.

Đánh giá về sản phẩm, chất lượng sản phẩm thủ công truyền thống tỉnh Quảng Bình, một số quan sát có giá trị trung bình lớn hơn 4,0 như: “Sản phẩm chủ yếu được làm thủ công” (giá trị trung bình 4,13), “Sản phẩm được làm từ nguyên liệu tự nhiên, thân thiện với môi trường” (giá trị trung bình 4,20), “Sản phẩm có chất lượng cao” (giá trị trung bình 4,23), “Điểm bán hàng khá thuận lợi” (giá trị trung bình 4,03), “Người bán hàng rất thân thiện” (giá trị trung bình 4,23) (Bảng 7). Đây cũng là 5 quan sát có các mức đánh giá “Đồng ý” (mức 4) và “Hoàn toàn đồng ý” (mức 5) khá cao so với mức đánh giá “Không đồng ý” (mức 2) thấp (3,3%) và không có khách hàng nào đánh giá mức 1, mức “Hoàn toàn không đồng ý”.

Bảng 7. Đánh giá của khách hàng mua online sản phẩm thủ công truyền thống tỉnh Quảng Bình

TT	Chỉ tiêu	Mức đánh giá (%)					Giá trị trung bình	Std. Error
		Mức 1	Mức 2	Mức 3	Mức 4	Mức 5		
I	Về sản phẩm, chất lượng sản phẩm							
1	Sản phẩm rất phong phú và đa dạng	0,0	10,0	30,0	56,7	3,3	3,53	0,730
2	Sản phẩm luôn tươi, mới	0,0	0,0	23,3	70,0	6,7	3,83	0,531
3	Sản phẩm chủ yếu được làm thủ công	0,0	3,3	20,0	36,7	40,0	4,13	0,860
4	Sản phẩm được làm từ nguyên liệu tự nhiên, thân thiện với môi trường	0,0	0,0	23,3	33,3	43,3	4,20	0,805
5	Sản phẩm có chất lượng cao	0,0	3,3	20,0	26,7	50,0	4,23	0,898
II	Về giá cả							
6	Giá sản phẩm rẻ, phù hợp khả năng trả	0,0	0,0	20,0	63,3	16,7	3,97	0,615
7	Giá cả sản phẩm hợp lý	0,0	0,0	26,7	53,3	20,0	3,93	0,691
8	Giá cả phù hợp với chất lượng sản phẩm	0,0	3,3	13,3	66,7	16,7	3,97	0,669
III	Về phân phối và dịch vụ							
9	Điểm bán hàng khá thuận lợi	0,0	0,0	16,7	63,3	20,0	4,03	0,615
10	Người bán hàng rất thân thiện	0,0	0,0	6,7	63,3	30,0	4,23	0,568
11	Người bán hàng rất chuyên nghiệp	0,0	0,0	13,3	76,7	10,0	3,97	0,490
12	Người bán hàng hỗ trợ bao gói rất tốt	0,0	13,3	10,0	56,7	20,0	3,83	0,913
IV	Về áp dụng chuyển đổi số							
13	Sản phẩm được quảng bá, quảng cáo trên mạng xã hội (facebook, zalo, messenger)	3,3	23,3	13,3	26,7	33,3	3,63	1,273
14	Thông tin sản phẩm có thể tiếp cận dễ dàng	3,3	13,3	20,0	53,3	10,0	3,53	0,973
15	Nhắn tin, điện đặt hàng trên mạng dễ dàng	0,0	13,3	13,3	56,7	16,7	3,77	0,898
16	Hàng ship đến nhanh, kịp thời	0,0	13,3	13,3	66,7	6,7	3,67	0,802
17	Hàng ship đảm bảo đủ số lượng như đặt hàng	0,0	3,3	20,0	63,3	13,3	3,87	0,681
18	Chất lượng hàng ship đến đảm bảo	0,0	3,3	20,0	70,0	6,7	3,80	0,610
19	Hàng ship đến đầy đủ bao gói, sạch sẽ	3,3	10,0	3,3	63,3	20,0	3,87	0,973
20	Việc thanh toán qua mạng thuận lợi	0,0	0,0	26,7	53,3	20,0	3,93	0,691
V	Đánh giá chung							
21	Đánh giá chung khi mua sản phẩm thủ công truyền thống tỉnh Quảng Bình thông qua chuyển đổi số	0,0	0,0	36,7	60,0	3,3	3,67	0,547

Ghi chú: Mức 1 (M1): Hoàn toàn không đồng ý; Mức 2 (M2): Không đồng ý; Mức 3 (M3): Bình thường; Mức 4 (M4): Đồng ý; Mức 5 (M5): Hoàn toàn đồng ý.

Nguồn: Số liệu điều tra của nhóm tác giả

Các mức đánh giá “Hoàn toàn không đồng ý” (mức 1) và “Không đồng ý” (mức 2) với các quan sát sau: “Sản phẩm rất phong phú và đa dạng” (10%), “Người bán hàng hỗ trợ bao gói rất tốt” (13,3%), “Sản phẩm được quảng bá, quảng cáo trên mạng xã hội (facebook, zalo, messenger)” (26,6%), “Thông tin sản phẩm có thể tiếp cận dễ dàng” (16,6%), “Nhắn tin, điện đặt hàng trên mạng dễ dàng” (13,3%), “Hàng ship đến nhanh, kịp thời” (13,3%), và “Hàng ship đến đầy đủ bao gói, sạch sẽ” (13,3%). Điều đó cho thấy sản phẩm thủ công truyền thống vẫn còn ít chủng loại sản phẩm, ít chủng loại kích cỡ, bao gói vệ sinh và nhất là bao gói vận chuyển chưa thật hợp lý và thuận tiện, đặc biệt các mặt hàng như rượu, nón lá, hương.

Việc ứng dụng công nghệ số, chuyển đổi số trong truyền thông, quảng bá, tiêu thụ sản phẩm thủ công truyền thống và thanh toán của các cơ sở sản xuất được điều tra cũng còn khá yếu, nhiều khách hàng không hài lòng ở khâu này. Điều đó cho thấy các sản phẩm thủ công truyền thống trên địa bàn ít được quảng bá, quảng cáo bài bản, đầy đủ, chủ yếu tiêu dùng ở địa phương, nhiều người quen biết. Đây là hạn chế lớn trong điều kiện hiện nay đòi hỏi cơ sở sản xuất cần thay đổi, tiếp cận công nghệ mới để quảng bá, quảng cáo sản phẩm, nhằm tăng khả năng tiêu thụ. Chính vì thế, cần phải xem xét và có những cải tiến tốt hơn đối với sản phẩm thủ công truyền thống địa phương từ khâu chủng loại sản phẩm, giá cả, dịch vụ đến thực hiện chuyển đổi số để tạo nhiều lợi ích cho khách hàng và cơ sở sản xuất kinh doanh trong thời gian đến.

4.5 Đánh giá chung ứng dụng chuyển đổi số thúc đẩy phát triển sản phẩm thủ công truyền thống trên địa bàn tỉnh Quảng Bình

Chuyển đổi số đã có tác động mạnh mẽ đến phát triển ngành nghề, làng nghề nông thôn, thủ công truyền thống trên địa bàn tỉnh Quảng Bình. Mặc dù mức độ thúc đẩy chưa lớn, cũng như chưa thể xác định hết giá trị mà chuyển đổi số tạo ra cho sự phát triển làng nghề, ngành nghề nông thôn, thủ công truyền thống thời gian qua. Tuy nhiên, dưới góc độ số lượng, có thể nói, sự phát triển của làng nghề, ngành nghề nông thôn hiện nay có sự tác động không nhỏ từ phong trào chuyển đổi số, nhất là trong khâu quảng bá, quảng cáo, bán hàng online. So với năm 2018, năm 2022, số thuê bao di động cũng như số thuê bao internet băng rộng có sự gia tăng đáng kể, tương ứng tăng 106,46 ngàn thuê bao (tức tăng 14,19%) và 54,78 ngàn thuê bao (tức tăng 57,4%). Điều đó góp phần làm bùng nổ số cơ sở sản xuất ngành nghề nông thôn, thủ công truyền thống trên địa bàn tỉnh. So với năm 2018, năm 2023, số cơ sở sản xuất tăng 3,62 ngàn cơ sở và đã thu hút thêm 6,99 ngàn lao động địa phương (năm 2018 số lao động tham gia là 43,23 ngàn người và năm 2023 là 50,22 ngàn người), làm cho giá trị sản xuất tăng thêm 0,57 ngàn tỷ đồng (năm 2018 là 3,99 ngàn tỷ đồng và năm 2023 là 4,56 ngàn tỷ đồng).

Hiện nay, trên địa bàn tỉnh có 29 làng nghề, làng nghề truyền thống được công nhận với số cơ sở sản xuất kinh doanh trong làng nghề, làng nghề truyền thống tính đến năm 2023 là 6.005 cơ sở, tổng số lao động trong các làng nghề là 12.837 lao động và tạo ra giá trị sản xuất 192,7 tỷ đồng. Trong thời gian đến, tinh tập trung vào nhóm làng nghề đã được công nhận và một số làng nghề có sản phẩm tham gia chương trình OCOP “*Mỗi xã một sản phẩm*” để xây dựng mô hình, phát triển sản xuất và đẩy mạnh số hoá sản phẩm, đưa lên các sàn thương mại điện tử của tỉnh cũng như cả nước.

Công tác bảo vệ môi trường làng nghề được tỉnh quan tâm triển khai hàng năm. Hoạt động hỗ trợ đào tạo nghề, truyền nghề, nâng cao tay nghề, phát triển nghề theo hướng các cơ sở tự đào tạo nghề, truyền nghề (các lớp nón lá, cơ khí, chế biến thủy sản, ...); mời chuyên gia đào tạo nghề mới gắn với ứng dụng chuyển đổi số, số hoá vào sản xuất và tiêu thụ sản phẩm.

Việc bảo tồn các làng nghề, làng nghề truyền thống từ lâu đời đang có nguy cơ mai một, thất truyền được thực hiện thông qua chính sách hỗ trợ phát triển sản xuất nông nghiệp và nguồn vốn chương trình mục tiêu quốc gia về xây dựng nông thôn mới hàng năm. Qua đó đã tổ chức hỗ trợ cải tiến dây chuyền sản xuất, xúc tiến thương mại trong và ngoài tỉnh, nhất là ứng dụng chuyển đổi số, số hoá mẫu mã, sản phẩm, nhất là sản phẩm đã bị mai một để giữ mẫu và truyền lửa cho các thế hệ mai sau. Ngoài ra, thông qua các chương trình khuyến công, khuyến nông, khoa học công nghệ, đào tạo nghề cho lao động nông thôn, nông thôn mới đã đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng làng nghề, ứng dụng công nghệ tiên tiến, máy móc thiết bị hiện đại vào sản xuất, xử lý ô nhiễm môi trường các cơ sở sản xuất trong khu dân cư.

Bên cạnh đó cũng còn một số tồn tại:

– Việc ứng dụng khoa học công nghệ, nhất là chuyển đổi số vào sản xuất, kinh doanh và tiêu thụ sản phẩm còn rất hạn chế. Một số nhóm ngành nghề phát triển còn gặp khó khăn, mang tính cầm chừng, chưa bền vững. Một số nghề truyền thống đang có nguy cơ mai một.

– Công tác bảo tồn và phát triển ngành nghề thủ công truyền thống chậm, quy mô nhỏ lẻ. Việc huy động các nguồn vốn, để đầu tư vào phát triển sản xuất kinh doanh chủ yếu là vốn tự có của các cơ sở sản xuất, hộ gia đình.

Nguyên nhân chủ yếu là do đa số cơ sở ngành nghề ở dạng quy mô nhỏ lẻ, sản xuất tự phát nên việc huy động vốn còn gặp nhiều khó khăn. Sản phẩm của các nghề thủ công truyền thống ở Quảng Bình hiện nay vẫn giữ nguyên lối sản xuất rất thủ công và truyền thống nên chủng loại đơn điệu, sản phẩm thiếu tính đa dạng, thẩm mỹ thấp, chất lượng không cao trong khi đó phải chịu sự cạnh tranh khốc liệt của sản phẩm công nghiệp và các sản phẩm cùng loại ở các địa phương khác như: rượu, nước mắm, nón lá... Nguồn vốn đầu tư cơ sở hạ tầng phục vụ phát triển ngành nghề nông thôn còn ít, chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển. Vùng nguyên liệu bị thu hẹp do quá trình đô thị hóa, công nghiệp hóa, chuyển đổi cây trồng vật nuôi. Các nghề trước đây sản xuất thủ công cần nhiều lao động, đặc biệt là các lao động có tay nghề cao, sức chịu đựng khó nhọc như nghề rèn đúc nên sản phẩm mất dần tính truyền thống, giảm nhiều và dần mai một.

5 Giải pháp ứng dụng chuyển đổi số nhằm thúc đẩy phát triển sản phẩm thủ công truyền thống trên địa bàn tỉnh Quảng Bình

Để tăng cường ứng dụng chuyển đổi số nhằm thúc đẩy phát triển sản phẩm thủ công truyền thống trên địa bàn tỉnh Quảng Bình, qua phân tích, nhóm nghiên cứu đề xuất một số giải pháp sau:

5.1 Nhóm giải pháp chung

– Ứng dụng mạnh mẽ chuyển đổi số vào hoạt động sản xuất, kinh doanh, phân phối và tiêu thụ, đặc biệt là ứng dụng công nghệ số, số hoá sản phẩm trên internet, các trang mạng xã hội, áp dụng mạnh mẽ chuyển đổi số vào khâu marketing, quảng bá sản phẩm, đặt hàng và bán hàng online.

– Phát triển ngành nghề thủ công truyền thống phải gắn với quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh, với quy hoạch danh mục các làng nghề, ngành nghề ưu tiên bảo tồn, hỗ trợ phát triển. Quy hoạch bố trí đất cho các cơ sở ngành nghề sản xuất vào các khu, cụm tiểu thủ công nghiệp, tạo điều kiện thuận lợi về việc thuê mặt bằng dài hạn ổn định sản xuất, bảo vệ môi trường.

– Triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại và tìm kiếm thị trường tiêu thụ sản phẩm gắn với chuyển đổi số; nghiên cứu, lựa chọn các sản phẩm nghề thủ công truyền thống tiêu biểu để xây dựng thương hiệu, thương hiệu số. Tổ chức tham gia các hội chợ về nghề thủ công truyền thống cho các cơ sở sản xuất để tuyên truyền, quảng bá sản phẩm tiêu thụ sản phẩm đến thị trường trong và ngoài nước.

– Tiếp tục thực hiện các chính sách ưu đãi về vốn, tín dụng cho các cơ sở ngành nghề thủ công truyền thống, hướng đến các nguồn vốn trung và dài hạn để đầu tư đổi mới công nghệ, nghiên cứu tạo ra sản phẩm mới, đồng thời đơn giản hóa thủ tục vay vốn để tăng cường khả năng tiếp cận của các cơ sở đến nguồn vốn ưu đãi.

– Triển khai có hiệu quả đề án đào tạo nghề cho lao động nông thôn, trong đó ưu tiên, chú trọng công tác đào tạo tay nghề tại các làng nghề, cơ sở nghề thủ công truyền thống. Kêu gọi, khuyến khích các doanh nghiệp tham gia đào tạo, hỗ trợ tạo việc làm cho lao động ngành nghề thủ công truyền thống. Có chính sách thu hút các nghệ nhân, thợ giỏi tham gia đào tạo cho người dân.

5.2 Nhóm giải pháp cụ thể

– Giải pháp về áp dụng công nghệ số để marketing và phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm. Hiện nay, đối với sản phẩm thủ công truyền thống tỉnh Quảng Bình, khó khăn về thị trường tiêu thụ là khó khăn lớn nhất mà các cơ sở sản xuất, kinh doanh phải đối mặt. Chính vì thế, giải pháp căn cơ trước mắt và lâu dài là các cơ sở cần có chiến lược marketing để phát triển thị trường tiêu thụ, đặc biệt là áp dụng công nghệ số, chuyển đổi số. Trước mắt, địa phương hỗ trợ mời chuyên gia công nghệ, chuyên gia marketing phối hợp các cơ sở sản xuất số hoá thương hiệu làng nghề, thương hiệu sản phẩm, chủng loại, mẫu mã, kích cỡ, hình ảnh, thậm chí quy trình sản xuất, đơn hàng, hợp đồng thương mại điện tử... đăng ký và tham gia quảng bá, quảng cáo, bán hàng trực tuyến trên các trang mạng xã hội như Facebook, Zalo, Twitter, Linkedin, ...; trên các sàn giao dịch điện tử hàng thủ công truyền thống chính thức của các địa phương, nơi có nhiều tiềm năng tiêu thụ; trên các trang mạng bán hàng online như Lazada, Shopee, Sendo, Tiki, ... để các cơ sở, các đơn vị và cá nhân tiêu thụ, vận chuyển có thể đặt hàng, hợp đồng, liên doanh, liên kết trực tuyến... nhằm phát triển thị trường, tăng lượng sản xuất và tiêu thụ, nâng cao kết quả và hiệu quả sản xuất kinh doanh.

– Giải pháp đầu tư, trang bị máy móc thiết bị hiện đại trong quy trình sản xuất sản phẩm. Một số ngành nghề có quy trình sản xuất chia làm nhiều công đoạn như rèn đúc, nấu rượu, nước mắm, ... nên đầu tư trang bị máy móc, thiết bị hiện đại để phát triển sản xuất nhằm tăng năng suất, nâng cao chất lượng sản phẩm, từng bước cải thiện và bảo vệ môi trường sinh thái. Đa dạng hóa các hình thức sở hữu và loại hình tổ chức sản xuất kinh doanh trong làng nghề, ngành nghề thủ công truyền thống là đòi hỏi cấp bách, phù hợp với quy luật phát triển của thị trường trong bối cảnh chuyển đổi số như hiện nay. Đẩy mạnh việc xây dựng thương hiệu tập thể, cá nhân bằng việc đăng ký nhãn hiệu, chất lượng sản phẩm hàng hóa; tăng cường công tác tiếp thị, xúc tiến thương mại, tăng cường các hoạt động hỗ trợ bán hàng (quảng cáo, triển lãm quảng bá giới thiệu sản phẩm, ...) thông qua các hội chợ, mạng internet, trung tâm giới thiệu sản phẩm. Cung cấp hàng hóa sản phẩm cho các siêu thị, nhà hàng, các điểm bán hàng lưu động; hình thành các cửa hàng, điểm bán hàng giới thiệu sản phẩm tại các trung tâm thị trấn, thị xã và thành phố; phát triển các điểm du lịch và xây dựng các tour du lịch làng nghề để tạo thị trường tiêu thụ tại chỗ cho sản phẩm.

– Tăng cường các biện pháp liên kết, liên doanh giữa các cơ sở sản xuất với các doanh nghiệp, cơ sở cung cấp đầu vào, các doanh nghiệp, đơn vị tiêu thụ, tạo thành chuỗi liên kết, cung ứng sản phẩm từ nghiên cứu thị trường, thiết kế sản phẩm đến khâu cung cấp nguyên liệu, sản xuất, phân phối và tiêu thụ. Tạo mọi điều kiện khuyến khích doanh nghiệp đầu tư thu hút các nghệ nhân, các nhà kỹ thuật, sáng tác thiết kế sản phẩm, đào tạo, bồi dưỡng các thợ thủ công có kỹ năng và tay nghề cao tham gia vào chuỗi sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. Chỉ có doanh nghiệp mới đủ điều kiện sử dụng tốt nghệ nhân, đầu tư máy móc thiết bị tiên tiến, áp dụng chuyển đổi số, xây dựng và phát triển thương hiệu, tăng cường quảng bá, quảng cáo, tham gia hội chợ triển lãm, liên kết và xúc tiến tiêu thụ trên thị trường trong và ngoài nước. Bên cạnh đó, chính quyền địa phương cần nỗ lực nhiều hơn nữa, triển khai thực hiện tốt các chính sách hỗ trợ phát triển ngành nghề thủ công truyền thống, thủ công mỹ nghệ như chính sách vốn, tín dụng, đất đai, cơ sở hạ tầng, thuế, khoa học công nghệ và bảo vệ môi trường.

– Cần quy hoạch, bảo tồn các làng nghề, sản phẩm đang mai một; nghiên cứu du nhập một số nghề, sản phẩm mới, đào tạo lao động và phát triển thành ngành nghề chính nhằm tận dụng lao động nhàn rỗi, nguyên liệu sẵn có của địa phương, giải quyết việc làm và phát triển kinh tế.

6 Kết luận

Ứng dụng chuyển đổi số để thúc đẩy phát triển sản phẩm thủ công truyền thống có ý nghĩa vô cùng quan trọng trong việc bảo tồn và phát triển làng nghề, ngành nghề thủ công truyền thống trong giai đoạn hiện nay, từ đó giải quyết việc làm, tăng thu nhập, tạo sản phẩm cho xã hội và phát triển kinh tế địa phương. Trong thời gian qua, chuyển đổi số đã đóng vai trò quan trọng góp phần phát triển ngành nghề nông thôn, thủ công truyền thống ở Quảng Bình. Trên địa bàn tỉnh hiện nay đã có 29 làng nghề, làng nghề truyền thống được công nhận đã tạo nên nhiều loại, chủng loại sản phẩm thủ công đa màu sắc ở địa phương. Một số ngành nghề thủ công truyền thống ban đầu chỉ là nghề phụ nhưng lại đạt trình độ điêu luyện đến mức trở thành nghề thuật, người thợ trở thành nghệ nhân đã sáng tạo nên những tác phẩm nghệ thuật mang tính thẩm mỹ cao đóng góp vào nét

văn hóa của quê hương, dân tộc, tạo ra hàng ngàn việc làm, góp phần phát triển kinh tế địa phương. Tuy nhiên, trong điều kiện hiện nay, tình hình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm thủ công truyền thống ở địa phương gặp nhiều khó khăn, công nghệ lạc hậu; tình hình quảng bá, quảng cáo và chuyển đổi số kém, số lượng đơn hàng và hợp đồng ngày một giảm, dẫn đến khả năng cạnh thấp, thị trường ngày một thu hẹp.

Qua khảo sát 103 cơ sở sản xuất hàng thủ công truyền thống và 30 khách hàng mua hàng thủ công truyền thống online cho thấy, tình hình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm không lớn. Nếu trừ khấu hao tài sản cố định, tiền công lao động gia đình và nộp các khoản phí khác thì các cơ sở sản xuất các nghề trên có thể không còn lợi nhuận, nếu kéo dài, nhiều cơ sở sẽ ngừng sản xuất, khó đứng vững trên thị trường.

Để khuyến khích ứng dụng chuyển đổi số nhằm thúc đẩy phát triển các làng nghề, nghề thủ công truyền thống của địa phương, phát triển sản xuất, Nhà nước, địa phương và bản thân các cơ sở sản xuất cần có những giải pháp thiết thực, hiệu quả như áp dụng công nghệ số, số hoá sản phẩm trên internet để marketing và phát triển thị trường tiêu thụ; hỗ trợ vốn, khuyến khích các ngân hàng, tổ chức tín dụng hỗ trợ tín dụng ưu đãi; khuyến khích các tổ chức, doanh nghiệp đầu tư, liên doanh, liên kết tạo thành chuỗi liên kết, cung ứng sản phẩm từ nghiên cứu thị trường, thiết kế sản phẩm đến khâu cung cấp nguyên liệu, sản xuất, phân phối và tiêu thụ. Thực hiện được các giải pháp trên góp phần phát triển sản xuất, bảo tồn và phát huy nghề thủ công truyền thống trên địa bàn tỉnh Quảng Bình, đáp ứng nhu cầu sản xuất và tiêu dùng trong bối cảnh chuyển đổi số như hiện nay. Tuy nhiên, việc áp dụng chuyển đổi số vào sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh Quảng Bình, đặc biệt ngành nghề nông thôn, thủ công truyền thống là khá hạn chế. Nhóm nghiên cứu chưa thể đo lường một cách chi tiết tác động của chuyển đổi số đến phát triển các ngành nghề cụ thể. Chính vì thế, trong thời gian đến cần có những nghiên cứu cụ thể hơn cho từng ngành, nhóm ngành, nhóm sản phẩm để đo lường chính xác tác động của chuyển đổi số đến phát triển các ngành nghề, sản phẩm thủ công truyền thống trên địa bàn tỉnh Quảng Bình.

Thông tin tài trợ

Nghiên cứu này là sản phẩm của đề tài cấp Bộ: "Phát triển sản phẩm thủ công truyền thống tại các tỉnh khu vực Bình- Trị -Thiên trong bối cảnh chuyển đổi số". Mã số: B2022-ĐHH-10.

Tài liệu tham khảo

1. Florina Pînzaru, Alexandra Zbucea, Alexandra Vițelar (2019), *Digital transformation trends reshaping companies*. Proceedings of the 13th International Conference on Business Excellence 2019. DOI: 10.2478/picbe-2019-0056, pp. 635-646, ISSN 2558-9652.
2. Bộ Thông tin và Truyền thông (2023), *Báo cáo Chuyển đổi số quốc gia năm 2023*. <https://chuyendoiso.cantho.gov.vn/media/files/File%20hội%20nghị.pdf>.
3. Zbucea, A. (2022), *Traditional Crafts A Literature Review Focused on Sustainable Development, Culture. Society. Economy. Politics*, 2(1), 10–27. <https://doi.org/10.2478/csep-2022-0002>. ISSN (online)

- 2810-2010. <https://website.sciendo.com/publication/culture-society-economy-politics/http://www.facultateademangement.ro/culture-sep/>.
4. Vu Nam (2009), Applicability of the OVOP Movement in rural tourism development The Case of Craft tourism in Vietnam, *International Journal of Social and Cultural Studies*, 2, 93–112. <http://hdl.handle.net/2298/28784>.
 5. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2023), *Báo cáo Tổng kết thực hiện kế hoạch phát triển nông nghiệp, nông thôn năm 2023 và triển khai kế hoạch năm 2024*. <https://www.mard.gov.vn/Pages/tai-lieu-hoi-nghi-tong-ket-nam-2023-va-trien-khai-ke-hoach-nam-2024-nganh-nong-nghiep-va-phat-.aspx>.
 6. Chính phủ (2018), Nghị định số 52/2018/NĐ-CP ngày 12/4/2018 về *Phát triển ngành nghề nông thôn*.
 7. Nguyễn Hạnh (2023), Mục tiêu 6 tỷ USD xuất khẩu thủ công mỹ nghệ: Vương ở đâu?, *Báo Công thương*, Bộ Công thương. <https://congthuong.vn/muc-tieu-6-ty-usd-xuat-khau-thu-cong-my-nghewuong-o-dau-260336.html>.
 8. Trần Quốc Vương, Đỗ Thị Hào (2014), sách: “*Nghề thủ công truyền thống Việt Nam và các vị tổ nghề*”, Hội văn nghệ dân gian Việt Nam, Nhà xuất bản Văn hoá Thông tin.
 9. UBND tỉnh Quảng Bình (2020), *Báo cáo tình hình phát triển ngành nghề nông thôn và bảo tồn, phát triển làng nghề*.
 10. UBND tỉnh Quảng Bình (2023), *Kế hoạch 2404/KH-UBND ngày 21/11/2023 của Chủ tịch UBND tỉnh Quảng Bình về Kế hoạch phát triển ngành nghề nông thôn tỉnh Quảng Bình đến năm 2030*.
 11. Chi cục Phát triển nông thôn (2023), Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Quảng Bình, *Báo cáo số 576/PTNT-KHHT ngày 13/12/2023 của Chi cục Phát triển nông thôn về kết quả thực hiện chuyển đổi số năm 2023 và xây dựng kế hoạch chuyển đổi số năm 2024*.
 12. Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Quảng Bình (2022), *Kế hoạch chuyển đổi số ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn tỉnh Quảng Bình năm 2025, định hướng đến năm 2030*.
 13. UBND tỉnh Quảng Bình (2022), *Kế hoạch 689/KH-UBND ngày 28/6/2022 của Chủ tịch UBND tỉnh Quảng Bình về việc thực hiện chuyển đổi số giai đoạn đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*.
 14. Uma shankar yadav, Ravindra tripathi, mano ashish tripathi, nikhil yadav (2023), *Số hoá và đổi mới trong lĩnh vực thủ công mỹ nghệ trong thời kỳ suy thoái: Những thách thức và cơ hội của các doanh nghiệp thủ công mới*. *Research Square*. https://www.researchgate.net/publication/366887383_Digital_and_Innovative_entrepreneurs_hip_in_the_Handicraft_sector_during_economic_Calamities_Challenges_and_Opportunities_of_New_Craft_Entrepreneurs.
 15. Vishal Gulati, Sonu Mathur (2017), Digital Manufacturing of Indian Traditional Handicrafts, *International Journal of Computer Applications (0975 – 8887)*, 164(11), April 2017.
 16. Wangli and Zhanghai-chao (2020), *Research on Innovative Design of Traditional Craft Products in the Intelligent Age*, E3S Web of Conferences 179, 02043. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202017902043>.

17. Frost & Sullivan (2005), *Market feasibility study and business development plan for the handicrafts sector*, Export Promotion Council for handicrafts, new Delhi, India. http://www.epch.in/projects/Handicrafts%20Final%20Report_August,%202005.pdf.
18. Tatiana Corejova, Alexandra Rovnanova, Tatiana Genzonrova, Marek Valica (2023), *Chuyển đổi số và tác động của nó đến thương hiệu*. Central and Eastern European Online Library. <https://www.ceeol.com/search/viewpdf?id=540010>.
19. Baltasar Taruma Djata, Yohanes Paulus Luciany, Kanisius Rambut (2021), The Development of Handicraft in Watunggere and Nida Village: Ende Regency, *International Journal of Business, Economics & Management*, 4(1), 16–27. <https://doi.org/10.31295/ijbem.v4n1.675>.
20. Bouziane Fatiha, Azizul Hassan (2016), *Strategic Determinants for the Development of Traditional Handicraft Industry of Algeria*, *International Journal of Managing Value and Supply Chains (IJMVSC)*, 7(1). <https://www.researchgate.net/publication/300802158>.
21. Nguyễn Văn Đại, Nguyễn Thị Phương Lan, Hà Thị Hoài Thương và nhiều tác giả (2022), Các logic thể chế và chiến lược đổi mới sản phẩm trong các doanh nghiệp sản xuất thủ công, *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 301(2).
22. Indrajit Ghosal,¹ Bikram Prasad² and Mukti Prakash Behera (2020), *Delineating the Exchange Environment of Handicraft Industry from Market Space to Marketplace: An Inclusive Map for RURBAN Development*. [in.sagepub.com/journals-permissions-india](https://www.in.sagepub.com/journals-permissions-india) DOI: 10.1177/0971890720959533 [journals.sagepub.com/home/par](https://www.journals.sagepub.com/home/par).
23. Nguyen Duong Giang (2015), *Tourism, Traditional Handicrafts, and Community Economic Development: A Value Chain Analysis of Phuoc Tich Heritage Village, Vietnam*, The Doctor of Philosophy Thesis submitted to Auckland University of Technology, New Zealand Tourism Research Institute (NZTRI).
24. Syed Mohamad Shahfiq Syed Mohd Suhaimi cùng nhiều tác giả (2023), Số hoá doanh nghiệp thủ công mỹ nghệ ở Malaysia, *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(5), 58 – 68. https://www.researchgate.net/publication/373332741_Digitalization_of_Handicraft_Entrepreneurship_in_Malaysia.
25. Jovanka Damoska, Aleksandar Erceg (2019), *Digital technologies as tool for increasing the competitiveness of the handicraft industry*. Proceedings 11* International Conference Digital Transformation of the Economy and Society: Shaping the future. <https://www.researchgate.net/publication/337705970>.
26. Nguyễn Thị Thu Hương, Nguyễn Văn Dũng (2021), Chuyển đổi số đối với sản phẩm thủ công mỹ nghệ tại Hà Nội, *Tạp chí Khoa học*, Trường Đại học mở Hà Nội, số 84, tháng 10/2021.
27. Anjar Priyono, Abdul Moin and Vera Nur Aini Oktaviani Putri (2020), *Identifying Digital Transformation Paths in the Business Model of SMEs during the COVID-19 Pandemic*, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. MDPI. <https://www.mdpi.com/2199-8531/6/4/104>.

28. Nuno Martins, Daniel Brandão, Heitor Alvelos and Sara Silva (2020), E-Marketplace as a Tool for the Revitalization of Portuguese Craft Industry: The Design Process in the Development of an Online Platform, MDPI, *Future Internet*, 12, 195; doi:10.3390/fi12110195.
29. Rashiya Bekmurzaeva and Kovalev, G. S. (2023), *Industry 4.0: The Fourth Industrial Revolution*, SHS Web of Conferences 172, 02011 (2023) SHCMS 2023. SHS Web of Conferences. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202317202011>. https://www.researchgate.net/publication/372339190_Industry_40_The_Fourth_Industrial_Revolution.
30. Sascha Kraus, Susanne Durst, João J. Ferreira, Pedro Veiga, Norbert Kailer, Alexandra Weinmann (2022), Digital transformation in business and management research: An overview of the current status quo, *Elsevier, ScienceDirect*. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102466>. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401221001596>.
31. Phan Van Hoa, Nhieu Khanh Phuoc Hai (2021), *Impacts of the COVID-19 pandemic on production and consumption: A case study in traditional bronze casting villages in Thua Thien Hue province*. The Third International Conference in Business, Economics & Finance, Can Tho University. ISBN: 978-604-965-832-7.
32. Le Duy Binh, Tran Thi Phuong (2020), Digital economy and Digital transformation in Vietnam. A Reader Prepared for Roundtable Series on EVFTA, EVIPA and Post-COVID-19 Economic Recovery in Vietnam. <https://www.economica.vn/Content/files/PUBL%20%26%20REP/EVFTA%20and%20Digital%20Economy%20in%20Vietnam%20ENG.pdf>.
33. Bộ Thông tin và Truyền thông (2021), *Cẩm nang Chuyển đổi số*. https://www.mic.gov.vn/mic_2020/Pages/TinTuc/152588/Cam-nang-chuyen-doi-so.html.
34. Sascha Kraus, Paul Jones, Norbert Kailer, Alexandra Weinmann, Nuria Chaparro-Banegas, and Norat Roig-Tierno (2021), Digital Transformation: An Overview of the Current State of the Art of Research, *SAGE Open*, 1–15. DOI: 10.1177/21582440211047576. journals.sagepub.com/home/sgo.
35. Mohsin SHAFI, Katarzyna SZOPIK-DEPCZYNSKA, Katarzyna CHEBA, Cristina CILIBERTO, Radosław DEPCZYNSKI, Giuseppe IOPPOLO (2022), Innovation in traditional handicraft companies towards sustainable development. A systematic literature review, *Technological and Economic Development of Economy*, 28(6), 1589–1621 <https://doi.org/10.3846/tede.2022.17085>.
36. Roshan Rassool, Ravindra Dissanayake (2019), Digital transformation for small & medium enterprises (SMEs): With special focus on Sri Lankan context as an emerging economy, *International Journal of Business and Management Review*, 7(4), 59–76. https://www.researchgate.net/publication/335028085_DIGITAL_TRANSFORMATION_FOR_SMALL_MEDIUM_ENTERPRISES_SMES_WITH_SPECIAL_FOCUS_ON_SRI_LANKAN_CONTEXT_AS_AN_EMERGING_ECONOMY.
37. Moses Kwame Kumah, *The role of social media as a platform for e-commerce*. VAASAN Ammattikorkeakoulu, University of applied sciences. <https://core.ac.uk/download/pdf/161423643.pdf>.

38. Yongzhong Yang, Mohsin Shafi, Xiaoting Song and Ruo Yang (2018), Preservation of Cultural Heritage Embodied in Traditional Crafts in the Developing Countries. A Case Study of Pakistani Handicraft Industry, *Accelerating Open Access, Sustainability*, 10(5), 1336. <https://doi.org/10.3390/su10051336>. MDPI, Basel, Switzerland.
39. Dương Bá Phương (2001), *Bảo tồn và phát triển các làng trong quá trình công nghiệp hoá*, Nhà xuất bản Khoa xã hội, Hà Nội 2001.
40. UNESCO/International Trade Centre (ITC) (1997), *Symposium: Crafts and the International Market: Trade and Customs Codification*, Manila, 6–8 October 1997. Available online: <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-industries/crafts-and-design> hoặc <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000111488>.
41. Rogerson, C. M. (2010), The Enterprise of Craft: Constraints and Policy Challenges in South Africa. *Acta Acad.*, 42, 115–144.
42. Fajardo, F. (1999), *Agricultural Economics*, Fourth Edition: REX Book store, Manila, Philippines.
43. Phan Văn Hoà (2022), Phát triển thủ công mỹ nghệ trong các làng nghề truyền thống tỉnh Thừa Thiên Huế, *Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển*, 131(5A).
44. Phan Van Hoa, Le Ngoc Quynh Anh, Bui Dung The, Hoang Trong Hung, Nguyen Thanh Tuan, Tran Cong Dung, Tran Huynh Quang Minh, Nguyen Thi Minh Phuong, Nguyen Cong Dinh, Nhieuh Khanh Phuoc Hai, Nguyen Van Dai (2024), *Development of traditional handicraft products in Quang Tri province in the context of digital transformation*, Proceedings The Fifth International Conference on Business, Economics & Finance, November, 3, 2023.
45. Slovin, E. (1960), *Slovin's Formula for Sampling Technique*. <https://prudencexd.weebly.com/>.
46. Martin Bodenstein, Giancarlo Corsetti, Luca Guerrieri (2022), Social distancing and supply disruptions in a pandemic, *Quantitative Economics*, 13, 681–721. <https://www.econometricsociety.org/publications/quantitative-economics/2022/05/01/Social-distancing-and-supply-disruptions-in-a-pandemic>.
47. Cục Thống kê tỉnh Quảng Bình (2022), *Niên giám thống kê tỉnh Quảng Bình 2022*.