

Phát triển làng nghề ở một số nước châu Á: Kinh nghiệm và bài học cho Việt Nam^(*)

NGUYỄN XUÂN DŨNG*

Nghề thủ công truyền thống là một trong những tài sản văn hóa tinh thần quý báu của mỗi quốc gia dân tộc. Tùy vào điều kiện cụ thể của mỗi nước, việc giữ gìn và phát triển nghề thủ công truyền thống nói chung, nghề thủ công trong khu vực làng nghề nói riêng đã để lại nhiều kinh nghiệm quý báu trong phát triển làng nghề để các nước đi sau có thể tham khảo. Trên cơ sở nghiên cứu kinh nghiệm phát triển khu vực làng nghề của các nước châu Á như Nhật Bản, Trung Quốc và Thái Lan, bài viết sẽ rút ra một số bài học cụ thể cho quá trình hiện đại hóa làng nghề ở nước ta trong giai đoạn phát triển mới.

Từ khóa: Làng nghề, nghề thủ công truyền thống, châu Á, Việt Nam.

1. Kinh nghiệm phát triển làng nghề ở một số nước trong khu vực

Thứ nhất, xây dựng khung pháp lý và chính sách phát triển nghề thủ công truyền thống.

- Nghề thủ công đã tồn tại một thời gian dài và đóng góp lớn cho đời sống xã hội của Nhật Bản trước khi làn sóng công nghiệp hóa xuất hiện. Vào những năm 1970, trong lúc đời sống vật chất bão hòa bởi các sản phẩm công nghiệp sản xuất hàng loạt, không những đơn điệu về mẫu mã mà còn có nguy cơ ảnh hưởng đến môi trường sinh thái, phá hoại tự nhiên, gây ra những tác hại vô cùng lớn đối với con người và xã hội, thì người Nhật Bản đã quan tâm đến chất lượng cuộc sống ở khía cạnh văn hóa, tinh thần. Họ khôi phục lại các sản phẩm thủ công truyền thống in dấu ấn bàn tay sáng tạo có khả năng đem đến một hàm lượng văn hóa mới. Chính phủ Nhật Bản đã có những đổi mới, hành động thích hợp để bảo tồn, khôi phục và

phát triển tài sản văn hóa bằng cách ban hành và chỉnh sửa nhiều lần Luật *Phát triển nghề thủ công truyền thống*. Đây chính là cơ sở pháp lý, là đòn bẩy giúp khôi phục, chấn hưng nghề thủ công có từ lâu đời, được toàn xã hội thừa nhận và cùng thực hiện. Theo đó, một mạng lưới các cơ sở công nghiệp vừa và nhỏ đã được khôi phục, xây dựng và phát triển. Nhà nước đã khuyến khích các cơ sở công nghiệp gia đình ở nông thôn, đặc biệt ưu tiên mở rộng các làng nghề truyền thống vừa góp phần giải quyết việc làm cho một bộ phận nông dân lúc nông nhàn, vừa góp phần tạo ra một lượng đáng kể hàng tiêu dùng và một số tư liệu sản xuất được người Nhật Bản tự hào và cả thế giới ngưỡng mộ. Ngoài ra, Chính phủ còn ban hành hàng loạt chính sách có liên quan để thực thi đồng bộ pháp luật, như Luật *Khuyến khích phát triển năng lực lao động* do Bộ Y tế, Lao động và Phúc lợi ban hành năm 1969. Luật này đảm bảo cho mọi người cơ hội được đào tạo, dạy nghề hoặc thi lấy bằng, chứng chỉ về khả năng lao động, nhằm phát triển tay nghề của người thợ thủ công cũng như đảm bảo và nâng cao vị thế của họ. Người nhận được chứng chỉ được gọi là Gmoshi (người có kỹ năng) và mỗi năm có 100 người được trao danh hiệu nghệ nhân hiện đại.

*PGS. TS., Nhà xuất bản Khoa học xã hội

^(*) Nghiên cứu này được tài trợ bởi Quỹ Phát triển khoa học và công nghệ quốc gia (NAFOSTED) thuộc đề tài "Hiện đại hóa làng nghề theo chiến lược tăng trưởng xanh: Trường hợp vùng đồng bằng sông Hồng", Mã số II.4.5-2012.21.

Ở Trung Quốc, sau một thời gian phát triển kinh tế quá nóng bởi quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước với hệ lụy là nạn ô nhiễm môi trường, cạn kiệt tài nguyên, Chính phủ nước này đã điều chỉnh các chính sách phát triển kinh tế theo hướng phát triển kinh tế xanh và bền vững. Theo đó, một loạt chính sách nhằm thực hiện cải cách, mở cửa tạo ra những chuyển biến mạnh mẽ trong xây dựng nông thôn mới, thúc đẩy phát triển nghề thủ công và làng nghề truyền thống dưới hình thức phát triển Xí nghiệp hương trấn (XNHT). Các XNHT không chỉ tập trung vào sản xuất thủ công nghiệp và chế biến nông sản như trước đây, mà đã phát triển thành các ngành: chế biến nông sản, công nghiệp và thủ công nghiệp, các nghề thủ công truyền thống, giao thông vận tải và dịch vụ thương mại nên nó chiếm một vị trí rất quan trọng trong nền kinh tế quốc dân, góp phần gia tăng mạnh mẽ tiềm lực kinh tế quốc dân, thay đổi bộ mặt nông thôn, thúc đẩy cải cách kinh tế Trung Quốc theo hướng thị trường hóa. Trung Quốc cũng chủ trương quy định chính sách thuế khác nhau cho các vùng và các ngành nghề khác nhau, đặc biệt ưu tiên các XNHT ở những vùng khó khăn, như miền núi, hải đảo... bằng cách hạ thấp mức thuế áp dụng cho tất cả các XNHT, miễn tất cả các loại thuế trong vòng 3 năm đầu đối với các xí nghiệp thủ công truyền thống mới thành lập nhằm giúp các doanh nghiệp tư nhân định hình và phát triển ổn định, sau đó Chính phủ mới thực hiện chính sách thuế đồng nhất. Ở một số vùng khó khăn như biên giới, vùng núi và hải đảo, Nhà nước vẫn dành sự ưu tiên nhiều mặt để doanh nghiệp phát triển ổn định được ngành nghề mà họ lựa chọn.

Để phát triển hàng thủ công truyền thống, từ năm 2001, Chính phủ Thái Lan đã có những dự án mang tính toàn quốc như "*Mỗi làng một sản phẩm*" (one village, one product) với mục tiêu tập trung nhiều nguồn lực và chú ý hơn đến phát triển những sản phẩm và dịch vụ đặc thù địa phương. Dự án được coi như một chiến lược tạo ra thu nhập bình đẳng hơn cho nông dân ở các vùng nông thôn Thái Lan. Dựa trên đặc điểm và thế mạnh của mình, từng làng sẽ chọn và phát triển một sản phẩm đặc thù có chất lượng. Mục tiêu cuối cùng là sản phẩm giành

được các thị trường ngách trên thị trường thế giới và được nhận biết thông qua chất lượng cũng như tính dị biệt nhờ vào đặc thù của từng địa phương. Chính phủ Thái Lan có nhiều chính sách toàn diện để phát triển nghề thủ công truyền thống; các bộ, ngành chủ chốt trong nước như: Văn phòng Thủ tướng, Cục Phát triển kinh tế - xã hội quốc gia (NESDB), Bộ Nội vụ (Vụ Phát triển xã hội), Bộ Tài chính, Bộ Thương mại (Cục Xúc tiến thương mại), Bộ Nông nghiệp và các hợp tác xã, Bộ Công nghiệp, Bộ Y tế, Tổng cục Du lịch Thái Lan (TAT), Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường và Cục Đầu tư (NECTEC)... đều được huy động để tập trung mọi nguồn lực hỗ trợ cho địa phương. Mục tiêu thực hiện dự án là: i) mang tính địa phương, nhưng phải tiến ra toàn cầu; ii) phát huy tính tự lực và sáng tạo, và iii) phát triển nguồn nhân lực. Việc thực hiện dự án có sự phối hợp đồng thuận của tất cả các thực thể quan trọng trong nước như chính quyền địa phương, các tổ chức kinh doanh ở từng địa phương, như các hợp tác xã nông nghiệp, phòng thương mại và khu vực tư nhân¹.

Thứ hai, phát triển thị trường gắn chặt với việc giới thiệu, lưu giữ, bảo tồn và phát triển các tinh hoa của nghề thủ công truyền thống.

- Với chức năng thông tin tổng hợp về công nghệ sản phẩm truyền thống, Chính phủ Nhật Bản đã thành lập các Trung tâm thủ công truyền thống quốc gia. Đây là nơi giao lưu giữa người sản xuất và người tiêu dùng, giúp người tiêu dùng tiếp cận được với hàng thủ công truyền thống và người sản xuất tìm hiểu, nắm bắt được nhu cầu của người tiêu dùng. Đồng thời, đây còn là nơi quay phim video về kỹ thuật - thủ pháp không thể thiếu trong việc chế tạo hàng thủ công mỹ nghệ truyền thống để truyền lại cho các thế hệ sau, cũng như giới thiệu rộng rãi về nét đặc sắc của những mặt hàng này, nhấn mạnh chúng không chỉ có ý nghĩa kinh tế mà còn có ý nghĩa rất lớn về văn hóa, là kho tàng quý báu của dân tộc². Để khuyến khích kế thừa,

¹ Arnupab Tadpitakkul: Bộ Thương mại, Báo cáo: "*Cùng cố nền kinh tế Thái Lan từ gốc*", ngày 22/11/2001.

² Trần Minh Yên (2004): *Làng nghề truyền thống trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa*, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội, tr. 92.

cải tiến kỹ thuật trong nghề thủ công, các kỹ thuật, bí quyết truyền thống này đã được Nhật Bản công khai hóa. Các cuộc triển lãm là nơi để các nghệ nhân học hỏi kỹ thuật của nhau và truyền lại cho thế hệ kế tiếp. Từ năm 1955, các Trung tâm này đã cho ghi chép lại các kỹ thuật thủ công được coi là bí quyết nghề với mục đích công khai hóa các nội dung công đoạn kỹ thuật chế tác quan trọng để truyền lại cho thế hệ kế nghiệp. Nhằm nâng cao hiểu biết và sự quan tâm tới nghề thủ công truyền thống trong mọi tầng lớp nhân dân, không chỉ dừng lại ở một số người yêu thích nghề, Nhật Bản đã xây dựng chương trình giáo dục văn hóa truyền thống, trong các giờ học đạo đức đối với học sinh từ tiểu học nhằm giúp các em sớm tiếp xúc với kỹ nghệ của những đồ thủ công mỹ nghệ truyền thống nổi tiếng đã có lịch sử hàng trăm năm của địa phương mình, thông qua đó giáo dục truyền thống và những nét đẹp tinh hoa của các làng nghề. Ngoài ra, các hội thi tài năng, tay nghề hay các chiến dịch quảng cáo sản phẩm trên các phương tiện thông tin đại chúng... cũng được tiến hành thường xuyên hơn. Đặc biệt, việc sản xuất phim truyền hình, băng video tư liệu đã đáp ứng được nhiệm vụ truyền bá một cách rộng rãi và dễ hiểu về cái hay, cái đẹp của nghề thủ công truyền thống đến mọi tầng lớp nhân dân.

Nhật Bản thường xuyên tổ chức các cuộc triển lãm trưng bày sản phẩm ở các địa phương hoặc ở những khu vực đông dân cư nhằm thu hút và kích thích nhu cầu tiêu dùng hàng thủ công truyền thống của người dân ngay cả khi mức thu nhập của họ còn ở mức thấp. Nhật Bản hiện có 30 tòa Nhà triển lãm đã được xây dựng để lưu trữ tài liệu về các địa phương có nghề thủ công và thực hiện các dự án đào tạo tại hầu hết các khu vực có nghề, hoặc kết hợp với ngành du lịch để thực hiện các dự án quảng bá và phát triển sản phẩm của các làng nghề. Tại các triển lãm này, người ta còn tổ chức các cuộc hội nghị, hội thảo, giao lưu giữa người sản xuất và người tiêu dùng để trao đổi thông tin và quảng bá rộng rãi các sản phẩm thủ công truyền thống, qua đó khảo sát, và nghiên cứu mối quan hệ qua lại giữa các nghề thủ công truyền thống và nhu cầu tiêu dùng của dân cư. Mỗi năm, Chính phủ Nhật Bản tài trợ khoảng 1 tỷ yên cho các hoạt động nghiên cứu và khảo sát này, trong

đó các địa phương được cấp khoảng 800 triệu yên. Chính phủ Nhật Bản còn đầu tư xây dựng *Nhà triển lãm thủ công quốc gia* để giới thiệu kỹ thuật thủ công truyền thống, và hoạt động này được Nhà nước tài trợ. Tại đây có trưng bày các sản phẩm của các lĩnh vực như gốm sứ, nhuộm, dệt, chế tác đồ vàng, nghề mộc, làm búp bê... Không những thế, hoạt động này còn thu hút sự quan tâm rộng rãi của dân chúng, và đó cũng là yếu tố đóng góp quan trọng trong công cuộc bảo tồn và phát triển nghề thủ công truyền thống³.

Chính phủ Trung Quốc thực hiện nhiều chính sách để tìm kiếm, xây dựng thị trường xuất khẩu cho hàng thủ công truyền thống. Trong những năm 1990, hàng thủ công truyền thống của Trung Quốc đã đóng góp to lớn vào xuất khẩu, cải thiện cán cân thương mại, tăng thu ngoại tệ, tạo động lực cho sự phát triển của các làng nghề⁴. Các sản phẩm thủ công truyền thống Trung Quốc đã nhanh chóng chiếm lĩnh thị trường của nhiều nước trên thế giới với hình thức đẹp, giá rẻ, mẫu mã phong phú, phù hợp và hấp dẫn mọi đối tượng tiêu dùng. Đồng thời với việc đẩy mạnh xuất khẩu, Trung Quốc thực hiện chính sách kích cầu mạnh mẽ ở khu vực nông thôn nhằm tạo thị trường đầu ra ngay trong nước cho các XNHT. Thu nhập của người dân được nâng cao đã làm thay đổi nhu cầu tiêu dùng theo hướng giảm nhu cầu về thực phẩm, tăng nhu cầu tiêu dùng các mặt hàng phi thực phẩm. Điều này đã mở ra cơ hội thuận lợi cho sự phát triển của các XNHT nói chung và ngành nghề truyền thống nói riêng. Ngoài ra, Trung Quốc còn thực hiện chính sách bảo hộ hàng nội địa một cách kiên quyết, cấm nhập khẩu những mặt hàng công nghiệp trong nước sản xuất được, nhất là những mặt hàng tiêu dùng cho người dân nông thôn. Vì vậy, các XNHT có điều kiện khai thác và tạo lập thị trường mới ở các địa phương đang có nhu cầu tiêu dùng tăng lên, đồng thời vẫn ổn định được thị trường trong nước sẵn có của mình.

³ Triển lãm đã được tổ chức tại Tokyo và 9 thành phố khác (Nagoya, Kyoto, Osaka, Kanazawa, Okayama, Takamatsu, Hiroshima, Fukuoka, Sen dai).

⁴ Năm 1996 có khoảng 130.000 trong số 23,6 triệu xí nghiệp nông thôn ở Trung Quốc tham gia xuất khẩu.

Bộ Thương mại Thái Lan có vai trò quan trọng và tích cực trong việc tìm kiếm thị trường tiêu thụ cho sản phẩm thủ công. Theo đó, tiến hành phân loại đối tượng sản xuất theo tiềm năng thị trường, bao gồm: Nhóm có khả năng xuất khẩu, nhóm tiêu thụ trong nước và nhóm chỉ tiêu thụ ở địa phương, đồng thời hình thành những mắt xích liên kết giữa các thị trường địa phương và thị trường nước ngoài, mở rộng các kênh thị trường hiện tại, tìm ra những thị trường mới và theo dõi xu hướng thị trường mới. Xây dựng dự án mở rộng thị trường cho các sản phẩm, bao gồm một loạt các hoạt động có sự tài trợ lớn của Chính phủ. Xây dựng các chiến lược marketing cho thị trường nội địa và các thị trường quốc tế, lập kế hoạch hậu cần và hình thành các kênh phân phối. Các hoạt động khuyến khích và xúc tiến sản phẩm được thực hiện rộng khắp như: Phát triển các quan hệ với công chúng và quảng cáo thông qua các phương tiện thông tin đại chúng khác nhau. Chính phủ giúp mở rộng thị trường thông qua việc tài trợ tổ chức triển lãm và hội chợ thương mại trong nước, đưa các phái đoàn ra nước ngoài tham dự triển lãm quốc tế. Các doanh nhân và sản phẩm của Thái Lan tham dự hội chợ quốc tế ở nước ngoài được Chính phủ tài trợ gần như hoàn toàn, trừ một khoản phí tượng trưng. Việc nghiên cứu thị trường nước ngoài cũng được tiến hành dưới sự hỗ trợ bằng ngân sách nhà nước.

Ở các làng nghề thủ công mỹ nghệ truyền thống của Thái Lan, người ta không chỉ bán sản phẩm cho người tiêu dùng, mà còn giới thiệu kiến thức và kinh nghiệm làm nghề nhằm thu hút du khách góp phần bảo tồn thiên nhiên, phối hợp hài hòa giữa phát triển kinh tế với phát huy và bảo tồn văn hóa truyền thống. Chính phủ tập trung hỗ trợ một số vấn đề như: tài nguyên thiên nhiên, nguồn nhân lực với kỹ năng và kiến thức, bản sắc văn hóa độc đáo, từ đó phát huy tính tự lực, tự quản lý của từng địa phương và khuyến khích những nỗ lực nhằm tận dụng kỹ năng và kiến thức truyền thống đem lại nguồn thu bền vững. Ngoài ra, họ rất quan tâm đến vấn đề bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ thông qua việc xây dựng và thực thi các quy phạm pháp luật có liên quan và tuân thủ Hiệp định Quyền sở hữu trí tuệ liên

quan đến thương mại (TRIPS) để đảm bảo sân chơi công bằng cho những người sản xuất.

Thứ ba, đào tạo nguồn nhân lực cho phát triển các làng nghề.

Ở Nhật Bản, tại các cuộc triển lãm ở các địa phương, cùng với sự hợp tác và hỗ trợ của Sở Văn hóa, người ta thường tổ chức khóa học "Trẻ em thường thức kỹ nghệ thủ công truyền thống Nhật Bản". Hoặc thông qua Hiệp hội khôi phục và phát triển ngành nghề truyền thống (gọi tắt là *Hiệp hội Nghệ truyền thống - Densankyouki*), người ta cũng đã có nhiều giải pháp tích cực như: mời các nghệ nhân đến các cơ sở giáo dục - đào tạo để nói chuyện, thuyết trình về kỹ thuật và kinh nghiệm sản xuất, tạo cho học sinh cơ hội làm quen với các phương pháp, công nghệ, vật liệu và sản phẩm thủ công truyền thống, qua đó giúp cho các em có sự hiểu biết nhất định về ý nghĩa của hoạt động sản xuất này.

Để duy trì, phát triển ngành nghề truyền thống, hầu như trong mỗi khu vực sản xuất, người Nhật Bản đều có một dự án đào tạo người kế thừa kỹ thuật, công nghệ cổ truyền theo hình thức truyền bí quyết nghề. Công tác đào tạo kiểu này chủ yếu được thực hiện dưới hình thức các nghệ nhân có tay nghề cao⁵ trực tiếp truyền thụ bí quyết nghề cho những người theo nghề đang làm việc tại cơ sở sản xuất của họ. Cũng có trường hợp, các nghệ nhân được mời tham gia vào các dự án dạy nghề của các đoàn thể cộng đồng địa phương. Ví dụ, trong dự án đào tạo thế hệ kế thừa kỹ thuật điêu khắc sơn mài (choshitsu) và kỹ thuật làm tranh sơn mài rắc vàng (kinma) được tỉnh Kaorigawa hỗ trợ, các nghệ nhân trong nghề đã trở thành giáo viên dạy nghề chính cho các sinh viên và nghiên cứu viên của Viện Nghiên cứu nghệ thuật sơn mài tỉnh Kaorigawa⁶. Từ năm 1965, công tác đào tạo thế hệ kế nghiệp được giao cho Hiệp hội thủ công truyền thống. Thông qua triển lãm và công khai

⁵ Những nghệ nhân này được công nhận là "Người làm công tác bảo tồn".

⁶ Viện thành lập năm 1954 với hai mục đích: đào tạo đội ngũ kế nghiệp nghề sơn mài của tỉnh và tiến hành các thử nghiệm, nghiên cứu để cải tiến kỹ thuật. Lương trả cho giáo viên và chi phí nguyên cho vật liệu được lấy từ nguồn kinh phí của Nhà nước.

các bí quyết nghề, số người muốn theo học nghề truyền thống ở Nhật Bản đã ngày càng tăng, và đây được coi là phương thức bảo tồn quan trọng ở chỗ nó gắn liền việc trau dồi và nâng cao kỹ thuật của những nghệ nhân với công cuộc đào tạo thế hệ kế nghiệp. Để tạo điều kiện cho việc tham gia đào tạo và bảo tồn các ngành nghề truyền thống, Nhật Bản có chính sách đảm bảo quyền lợi cho người lao động làm nghề thủ công và tôn vinh nghệ nhân... cũng như ban hành chính sách về phúc lợi y tế cho lao động đang theo nghề, lao động khi về già và lao động lành nghề; công nhận danh hiệu "nghệ nhân công nghệ truyền thống", tặng thưởng cho những người có công đóng góp cho sự nghiệp khôi phục, phát triển nghề truyền thống ở các địa phương, cấp học bổng cho thanh niên theo học nghề...

Việc đào tạo nguồn nhân lực cho các làng nghề cũng luôn được Chính phủ Thái Lan chú trọng. Chính phủ đã đầu tư một khoản vốn nhất định để xây dựng trung tâm dạy nghề cho nông dân nghèo. Trung tâm này do Hoàng hậu đỡ đầu, hàng năm thu hút hàng trăm thanh niên nghèo ở các địa phương về học nghề. Học viên được cấp học bổng, không phải đóng học phí hay bất cứ một khoản lệ phí nào. Kết thúc khóa học, họ được giới thiệu trở lại địa phương và được tạo điều kiện để hành nghề⁷.

Thứ tư, phát triển các hiệp hội nghề thủ công truyền thống, đầu tư kỹ thuật thay đổi mẫu mã tạo ra nhiều sản phẩm mới.

Tại Nhật Bản, với mục đích khôi phục và chấn hưng việc sản xuất hàng thủ công trong cả nước và làm cho các tầng lớp nhân dân hiểu đúng, ủng hộ và tiêu dùng mặt hàng này, Hiệp hội khôi phục và phát triển ngành nghề truyền thống, được thành lập năm 1975 và hoạt động dựa theo Luật Nghề truyền thống, có tư cách pháp nhân tài chính và là cơ quan hạt nhân của quá trình khôi phục và phát triển các ngành nghề truyền thống. Hiệp hội là cơ quan kết nối chặt chẽ giữa các nghệ nhân và những người làm công tác nghiên cứu, vừa hỗ trợ cho việc trau dồi kỹ thuật, vừa là nơi truyền dạy nghề, hoạch định kế hoạch bảo tồn, sử dụng và phát triển nghề thủ công truyền thống góp phần phát

triển văn hóa. Hiệp hội hợp tác chặt chẽ với Bộ Giáo dục, Văn hóa, Thể thao, Khoa học và Công nghệ để thực hiện một số dự án như: "Kết nối giáo dục trong nhà trường với các viện bảo tàng mỹ thuật" nhằm bồi dưỡng cho trẻ em tình yêu đối với các mặt hàng thủ công truyền thống. Hiệp hội còn xét duyệt và công nhận các danh hiệu Nghệ nhân thủ công truyền thống (Dento Kogeishi), tặng thưởng cho người có công đóng góp cho sự nghiệp khôi phục và phát triển ngành nghề truyền thống ở các địa phương. Ngoài ra, Hiệp hội còn khuyến khích, nâng cao kỹ thuật công nghệ truyền thống và tài trợ (chừng 300.000 yên/năm) cho những người mới tham gia sản xuất hàng công nghệ truyền thống, thúc đẩy chỉ hướng nâng cao kỹ thuật của họ, đồng thời cung cấp học bổng cho thanh niên theo học nghề truyền thống. Hiệp hội không chỉ quan tâm tiến hành các hoạt động nghiên cứu nhu cầu và khai thác thị trường, mà còn chỉ đạo các kế hoạch khôi phục, phát triển nghề truyền thống và chấn hưng sản xuất. Để quảng bá sản phẩm thủ công truyền thống Nhật Bản đến người tiêu dùng trong nước, tháng 11 hàng năm, Hiệp hội tổ chức *tháng công nghệ truyền thống* với quy mô toàn quốc để tiến hành triển lãm, trưng bày sản phẩm, mở các hội thi tài năng, các chiến dịch quảng cáo... nhằm nâng cao mối quan tâm của người dân về sản phẩm thủ công truyền thống, đồng thời trưng bày, triển lãm các mặt hàng thủ công ở một số nước để giới thiệu và quảng bá rộng rãi. Hiệp hội còn tiến hành kiểm tra, giám sát và cấp giấy chứng nhận hàng công nghệ truyền thống cho các sản phẩm đạt các tiêu chuẩn về kỹ thuật, công nghệ, nguyên vật liệu...

Ngoài ra, Nhật Bản đã thành lập một số tổ chức như: Hội nghệ sĩ công nghệ truyền thống Nhật Bản, Hiệp hội thương mại gốm sứ truyền thống toàn quốc... nhằm gắn kết, hỗ trợ và thúc đẩy các nghề truyền thống ngày một phát triển. Đa dạng hóa các ngành sản xuất thủ công, *Hiệp hội Phát triển mẫu mã* - cơ quan nòng cốt trong việc phát triển ngành thiết kế mẫu mã tại Nhật Bản - ra đời vào năm 1999 nhằm nghiên cứu thị hiếu người tiêu dùng, cải tiến mẫu mã, giảm giá thành để tăng sức cạnh tranh với hàng hóa cao cấp, mẫu mã đẹp của các nước tràn vào thị trường Nhật Bản. Một chương trình thực

⁷ Trần Minh Yên: Sdd, tr. 102.

hiện dự án cụ thể đã được xây dựng với các bước: năm thứ nhất, thành lập cơ quan có trách nhiệm quản lý dự án tại địa phương với tên gọi "Phòng phát triển mẫu mã địa phương"; năm thứ hai, kêu gọi các cơ sở sản xuất tham gia vào Tổ chức hợp tác thực hiện dự án (ít nhất có 5-6 cơ sở; nhiều nhất lên tới 900 cơ sở tham gia); năm thứ ba, thực hiện sản xuất thử nghiệm mặt hàng mới dưới sự chỉ đạo của các nhà thiết kế mẫu mã; năm cuối, tiến hành mở triển lãm trưng bày sản phẩm mẫu tại thủ đô Tokyo để lấy ý kiến đóng góp, phê bình của các nhà chuyên môn cũng như đồng đảo người tiêu dùng. Nhờ những dự án như vậy, công tác thiết kế mẫu mã, phát triển sản phẩm mới đã lần lượt được thực hiện tại các địa phương có nghề thủ công truyền thống. Mặc dù, thời gian đầu chưa thể khẳng định là những mặt hàng mới có tiêu thụ được hay không, song ít nhất cũng đã đem lại cho các nghệ nhân những kinh nghiệm quý báu trong việc tìm tòi, sáng tạo và phát triển mẫu mã. Điều này có ý nghĩa vô cùng to lớn đối với việc thúc đẩy sản xuất, đưa các hàng thủ công truyền thống đến với người tiêu dùng hiện đại, góp phần phát triển kinh tế địa phương.

Thứ năm, hỗ trợ mọi nguồn lực cho khu vực làng nghề truyền thống phát triển.

Chính phủ Nhật Bản đã có nhiều chủ trương hỗ trợ, giúp đỡ về mặt tài chính cho các làng nghề truyền thống phát triển. Theo đó, hệ thống bảo lãnh và bảo hiểm tín dụng được thành lập để giúp đỡ khu vực làng nghề vay vốn mà không cần tài sản thế chấp. Trên cơ sở xây dựng kế hoạch hay dự án cụ thể phát triển sản xuất (đào tạo nghề, cải tiến kỹ thuật và nâng cao chất lượng sản phẩm, nghiên cứu nguyên vật liệu và đảm bảo nguyên vật liệu cho sản xuất, tìm hiểu và khai thác nhu cầu, cải tiến môi trường sản xuất, cung cấp thông tin, mức kinh phí...), doanh nghiệp, liên hiệp hợp tác xã, và tổ chức công thương sản xuất nghề thủ công có thể vay vốn để sản xuất kinh doanh hay mua sắm thiết bị mới trong kỳ hạn 3 đến 5 năm với lãi suất ưu đãi trung bình 9,3%/năm. Chỉ trong một thời gian ngắn, nhiều phong trào khuyến khích tìm tòi vốn cổ được phát động như "đi tìm kho báu quê hương", "xây dựng câu lạc bộ thủ công đời sống"... được phối hợp với các chính sách trợ

giúp vay vốn ưu đãi để sản xuất đã góp phần phục hồi và phát triển hàng trăm nghề thủ công truyền thống có nguy cơ mai một.

Ở Trung Quốc, Chính phủ cũng đã có các chính sách cho vay ưu đãi đối với các doanh nghiệp, xí nghiệp sản xuất hàng hóa thủ công. Trong suốt những năm 1980, số tiền mà một số ngân hàng hàng đầu của Trung Quốc đã cho các XNHT vay đã tăng mạnh (gấp hơn 10 lần trong thời kỳ 1978 - 1990). Nhà nước đã tạo điều kiện cho các XNHT tham gia vào các hoạt động xuất khẩu bằng các chính sách thuế, khuyến khích xuất khẩu. Nhờ đó, kim ngạch xuất khẩu của các xí nghiệp này đã tăng với tốc độ bình quân là 69%/năm, từ 48,6 tỷ nhân dân tệ (NDT) lên 235 tỷ NDT, đưa tỷ trọng xuất khẩu của các XNHT trong tổng kim ngạch xuất khẩu toàn Trung Quốc từ 15,5% năm 1990 lên 41,5% năm 1993, và 45,8% năm 1997⁸.

Ở Thái Lan, đã có cơ chế phân định rõ trách nhiệm, trong đó, Chính phủ có vai trò xây dựng, ban hành và điều phối chính sách, còn các chính quyền địa phương có vai trò tự quản thực thi tại các địa phương, trên cơ sở khuyến khích sự tham gia rộng rãi của mọi tầng lớp nhân dân. Chính phủ cùng các cơ quan trực thuộc có trách nhiệm điều phối chính sách và tiếp nhận các nguồn thông tin phản hồi từ các tỉnh và quận. Cấp tỉnh phụ trách quản lý nguồn ngân sách nhà nước cấp cho địa phương để hỗ trợ cho các làng nghề thủ công, thông qua các chương trình dự án. Cấp quận phụ trách việc phân loại sản phẩm, hỗ trợ cộng đồng dân cư thiết kế và đảm bảo chất lượng sản phẩm. Các hội đồng làng (Tambon Council) trực tiếp đề ra và phát triển các sản phẩm hàng hóa và dịch vụ đặc thù cho từng làng. Mạng lưới liên kết giữa hội đồng làng với tiểu ban cấp quận và uỷ ban quốc gia trong việc phát triển sản phẩm, đảm bảo tiếng nói của người dân được phản ánh đến cấp lập chính sách. Quan trọng hơn, Chính phủ trực tiếp hỗ trợ hình thành các kênh phân phối, khuyến khích trưng bày sản phẩm và tìm kiếm thị trường cho các sản phẩm thủ công của từng địa phương. Như

⁸ Ngân hàng Thế giới (2002): *Suy ngẫm lại sự thần kỳ Đông Á*, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội, tr.188.

vậy, có thể thấy, cơ chế hoạt động này đảm bảo thu hút được mọi nguồn lực của địa phương để tạo ra những sản phẩm hàng hoá và dịch vụ có tính dị biệt cao, đồng thời tạo ra sự đồng thuận ở cấp địa phương. Nói chung, Thái Lan đã có các chính sách khuyến khích người dân bảo tồn và phát triển nghề tại chỗ, như gia hạn nợ ba năm cho nông dân; ban hành chính sách “Một triệu bạt cho một làng” và “mỗi làng một sản phẩm” để cấp vốn lưu động cho các doanh nghiệp cộng đồng⁹... nhằm tạo điều kiện để người nông dân tận dụng được thế mạnh của mình (như lao động có tay nghề, có kỹ năng, có nguồn tài nguyên tại chỗ phong phú và bí quyết nghề nghiệp của địa phương) để có thể tự tạo ra việc làm và thu nhập ngay trên quê hương mình, khỏi phải đi tìm việc làm ở thành phố.

Thứ sáu, phát triển nguyên vật liệu mới thay thế nguyên vật liệu truyền thống, sử dụng lao động địa phương tại chỗ và sử dụng thương mại điện tử.

Trong điều kiện ngày càng khó nhập khẩu được các nguyên liệu cần thiết để sản xuất các mặt hàng thủ công truyền thống, trong vài thập kỷ gần đây, Nhật Bản đã tiến hành nghiên cứu các nguyên vật liệu thay thế cho các vật liệu truyền thống đang ngày một cạn kiệt như: Sợi tơ thô trong sản xuất vải lụa, sơn ta trong đồ sơn mài, vật liệu gỗ và các loại đá quý để làm giấy Nhật Bản truyền thống... Ngoài ra, Nhật Bản còn khuyến khích đầu tư ra nước ngoài nhằm tìm kiếm các vật liệu thay thế. Điểm nổi bật trong các chính sách phát triển ngành nghề thủ công truyền thống của Nhật Bản là, hệ thống sản xuất và tiêu thụ sản phẩm thủ công phải được xây dựng đồng bộ, tận dụng tối đa nguồn nguyên vật liệu và lao động tại địa phương¹⁰, đồng thời, nhấn mạnh đến việc khuyến khích phát triển nguồn nhân lực và hệ thống phân phối sản phẩm phù hợp. Không những thế, các chính sách này đều được công khai và mở cho

sự tham gia tự nguyện của mọi thành phần và đối tác, nên nhờ đó, hầu hết các dự án đều thu hút được quan tâm và hỗ trợ từ nhiều nguồn.

Một trong những chủ trương lớn của Trung Quốc thực hiện trong nhiều năm qua là “Ly điền bầy ly hương, nhập xưởng bất nhập thành”, nghĩa là “rời ruộng không rời làng, vào nhà máy không vào thành phố”. Kết quả là, đã thu hút được hơn 100 triệu lao động nông nghiệp và dịch vụ tại các xưởng sản xuất thủ công truyền thống ngay tại làng xã với nhiều hình thức khác nhau như: cá thể, tư nhân, hợp tác xã... Với sự phát triển mạnh mẽ và linh hoạt, các XNHT đã phát huy thế mạnh của các làng nghề trong việc tạo công ăn việc làm, thu hút nhiều lao động, đặc biệt là lao động nhàn rỗi ở nông thôn, góp phần nâng cao thu nhập, cải thiện đời sống của người dân, góp phần thúc đẩy tiến bộ xã hội ở nông thôn. Trung Quốc đã ban hành nhiều chính sách nhằm hạn chế việc di chuyển lao động giữa các vùng từ nông thôn ra thành thị. Giải pháp này được thực hiện dựa trên nguyên tắc quản lý hộ tịch chặt chẽ của thành phố, khiến cho người nông dân khó có thể tự do đi vào thành phố để kiếm sống hay lập nghiệp. Một loạt chính sách của Chính phủ về phát triển làng nghề thủ công đã góp phần tích cực trong việc chấn hưng các làng nghề thủ công. Các XNHT là một bộ phận cấu thành của công nghiệp nông thôn Trung Quốc, được coi là nhiệm vụ quan trọng để giải quyết các vấn đề việc làm ở tầm vĩ mô cho một vùng nông thôn rộng lớn. Với việc giải quyết việc làm cho 12 triệu lao động dư thừa từ nông thôn mỗi năm, tốc độ tăng trưởng 22 - 30%/năm, XNHT đã khẳng định vai trò quan trọng của mình trong quá trình thúc đẩy tăng trưởng kinh tế ở Trung Quốc¹¹.

Vào những năm 1980 và đầu những năm 1990, sự phát triển của XNHT tại Trung Quốc đã gặp phải những khó khăn lớn do ảnh hưởng của các yếu tố: Kỹ thuật thủ công, lạc hậu, quy mô sản xuất nhỏ và phân tán, năng suất thấp, chất lượng kém, nguyên liệu, chất đốt và máy móc cung cấp không đủ, hệ thống thông tin yếu kém, gây ô nhiễm nặng nề... Hậu quả là, sản phẩm tồn đọng, không tiêu thụ được, dẫn đến

⁹ Trung tâm thông tin thư viện, Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2001): “Kế hoạch phát triển nông nghiệp và nông thôn ở Thái Lan”, Tin tham khảo nội bộ kinh tế - xã hội, số 5 (686), tr. 24-26.

¹⁰ Luật Phát triển nghề thủ công truyền thống của Nhật Bản (sửa đổi lần 2).

¹¹ Trần Minh Yên: Sdd, tr. 84.

nhiều xí nghiệp bị thua lỗ, phá sản. Nhiều lợi thế ban đầu như giá thành hạ, chi phí thấp, sức mua trong nước tăng nhanh, thị trường xuất khẩu mở rộng... đã dần dần không còn nữa, tạo ra những khó khăn chông chát cản trở rất lớn tới sự phát triển của các XNHT. Để khắc phục tình trạng trên, Chính phủ Trung Quốc đã đề ra chương trình “đốt lửa” nhằm chuyển giao công nghệ và khoa học ứng dụng tiên tiến đến những vùng nông thôn, kết hợp khoa học và kỹ thuật với kinh tế. Mục tiêu của chương trình này là tận dụng các nguồn lực nông thôn vào phát triển sản xuất hàng hóa để cải thiện các vùng nông thôn. Nhiều XNHT đã chi những khoản đầu tư lớn để phát triển sản phẩm mới và đổi mới công nghệ nhằm tăng năng suất lao động và nâng cao chất lượng sản phẩm, giảm giá thành, tăng khả năng tiêu dùng của người dân cạnh tranh với các sản phẩm xuất khẩu cùng loại của các nước khác.

Tại Thái Lan, phát triển làng nghề được coi như một trong những chiến lược quan trọng tạo ra thu nhập bình đẳng hơn cho người dân ở vùng nông thôn. Dựa trên đặc điểm và thế mạnh của mình, từng làng sẽ chọn và phát triển một sản phẩm đặc thù có chất lượng. Mục tiêu cuối cùng là tạo cho sản phẩm này giành được các thị trường trong nước và quốc tế và được nhận biết thông qua chất lượng cũng như tính dị biệt nhờ vào đặc thù của từng địa phương. Chính phủ Thái Lan xác định phát triển thương mại điện tử dựa trên công nghệ thông tin không chỉ là phương tiện chiến lược để giúp mở rộng thị trường, mà còn là một cách hữu hiệu để giảm khoảng cách giàu nghèo và phát triển kinh tế bền vững cho đất nước. Website *thaitambon.com* đã xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu thông tin và những chi tiết sản phẩm của từng làng nghề trên cả nước, cũng như cung cấp những thông tin cơ bản về từng làng nghề, catalogue cung cấp đặc điểm sản phẩm và giá hàng hoá, các dịch vụ thương mại điện tử và chương trình hỗ trợ tài chính tự động tính toán chi phí vận chuyển và thuế VAT cũng như các dịch vụ ngân hàng. Hiện có khoảng 1.200 loại hàng hoá có thông tin trên mạng¹², nhờ đó, đã

có rất nhiều giao dịch của khách hàng nước ngoài mua khối lượng lớn sản phẩm. Ngoài ra, Thái Lan còn chú trọng phát triển du lịch sinh thái, tổ chức các tour du lịch tới các làng nghề truyền thống - coi đây như một sản phẩm dịch vụ đặc trưng của từng làng nghề. Tất cả các làng nghề đều ủng hộ việc phát triển hệ thống mạng để cung cấp các thông tin về sản phẩm đặc biệt của mình. Chính phủ Thái Lan còn khuyến khích thành lập mạng lưới các trung tâm viễn thông (telecenter) để trao đổi các thông tin sản phẩm, hỗ trợ marketing, bán hàng hoá và dịch vụ, hậu cần và giao chuyển hàng hoá. Từ năm 2003, cùng với các bộ, ngành, mạng này tập trung vào việc nâng cấp và tiêu chuẩn hoá chất lượng và việc đóng gói các sản phẩm địa phương để đạt được chứng chỉ quốc tế ISO, tiến tới hoàn thiện công thanh toán quốc tế, phát triển nghiên cứu và triển khai sản phẩm trên mạng nhằm hình thành mạng lưới các sản phẩm, hoàn thiện quy định về đánh thuế giao dịch trên mạng, phát triển các dịch vụ quốc tế và hình thành mạng lưới các thị trường hàng hoá.

Khu vực làng nghề ở Thái Lan luôn chú trọng việc nâng cao chất lượng và phát triển sản phẩm, bao gồm: quản lý, thiết kế mẫu mã, chế biến hay chế tạo sản phẩm, đóng gói và lưu kho sản phẩm giúp cho sản phẩm đáp ứng được các tiêu chuẩn quốc tế. Đồng thời, nghiên cứu tìm hiểu thị trường, thị hiếu khách hàng, cũng như các sản phẩm tương tự hoặc đang cạnh tranh với sản phẩm được chọn, các điều kiện thị trường, các yếu tố sản xuất... để từ đó hình thành các ý tưởng về kiểu dáng, mẫu mã sản phẩm. Nhà nước đầu tư hỗ trợ giai đoạn thiết kế ban đầu, phát triển mô hình và hoàn tất các chi tiết để tạo ra thành phẩm. Điều này mang lại những hiệu quả hết sức tích cực, không chỉ giúp nâng cao chất lượng sản phẩm, mà còn tạo ra khả năng cạnh tranh trong marketing, giảm chi phí sản xuất, đáp ứng thị hiếu và sở thích của khách hàng. Những yếu tố đó đã giúp nâng cao số lượng hàng bán cũng như giá trị gia tăng của hàng hoá và gia tăng lợi nhuận. Nhưng kết quả quan trọng hơn là khuếch trương và nâng cao

¹² Somnuk Keretho: *Mối quan hệ giữa chiến lược thương mại điện tử của Thái Lan và Kế hoạch phát triển kinh*

tế và xã hội quốc gia và Chiến lược công nghệ liên lạc và thông tin quốc gia 2010, ngày 10-12/7/2002.

hình ảnh của sản phẩm và chất lượng nhãn mác sản phẩm Thái Lan trên thị trường quốc tế. Vấn đề bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ đối với các sản phẩm truyền thống cũng luôn được Chính phủ Thái Lan quan tâm và Bộ Thương mại được giao trách nhiệm đặc biệt này.

Ngoài ra, Thái Lan còn tổ chức các cuộc thi sản phẩm trong nước, trao giải thưởng và các hình thức công nhận khác đối với các sản phẩm đặc trưng địa phương tiêu biểu và các làng tiêu biểu. Chính phủ hỗ trợ để mở ở các tỉnh những trung tâm chuyên mua bán các sản phẩm của dự án được gọi là *Trung tâm các sản phẩm tinh xảo* (State of the Art Center- SOAC). Những trung tâm này không chỉ giúp khuếch trương sản phẩm của địa phương, mà nó còn giúp người sản xuất yên tâm về thị trường tiêu thụ sản phẩm.

2. Một số bài học kinh nghiệm có thể vận dụng vào phát triển khu vực làng nghề của Việt Nam

Từ kinh nghiệm về phát triển làng nghề của Nhật Bản, Thái Lan và Trung Quốc ở trên, bài viết xin rút ra một số bài học có thể áp dụng vào quá trình bảo tồn, phát triển và hiện đại hóa khu vực làng nghề ở nước ta trong giai đoạn phát triển mới như sau:

Một là, trong quá trình chuyển đổi mô hình tăng trưởng, cùng với việc chuyển dịch nguồn lực sang các lĩnh vực mới của nền kinh tế, Nhà nước cần nhận thức đúng đắn vai trò của khu vực làng nghề trong phát triển kinh tế - xã hội, và trên cơ sở đó, có những chính sách và giải pháp bảo tồn và phát triển thích đáng khu vực này theo hướng hiệu quả, bền vững và thân thiện với môi trường. Đây là quá trình lâu dài, vì thế cần có tầm nhìn dài hạn trong việc xây dựng và thực thi chiến lược hiện đại hóa làng nghề, chiến lược bảo tồn và phát triển làng nghề cần gắn với chiến lược phát triển kinh tế - xã hội nói chung, và cần có cơ chế đảm bảo có sự phối hợp, triển khai đồng bộ với các lĩnh vực liên quan. Đồng thời, trong phát triển làng nghề truyền thống, cần có một cơ sở pháp lý rõ ràng, một cơ quan đầu mối quản lý thống nhất, vì hoạt động của các làng nghề liên quan đến nhiều lĩnh vực, từ sản xuất, thương mại, du lịch đến văn hóa, xã hội. Mặt khác, kinh nghiệm của

Nhật Bản và Thái Lan cho thấy, để tạo điều kiện cho khu vực làng nghề có thể phát triển một cách bền vững, chính phủ cần có những hỗ trợ toàn diện cho các hoạt động của khu vực làng nghề, từ cơ chế, chính sách đảm bảo nguồn nguyên liệu, đào tạo lao động đến cung cấp thông tin, quảng bá sản phẩm... Đồng thời, đây cũng là trách nhiệm chung của Nhà nước, các cấp, các ngành, các tổ chức xã hội và của cả cộng đồng, nên việc bảo tồn và phát triển làng nghề truyền thống chỉ có thể thành công, nếu có được sự đồng thuận và tham gia của toàn xã hội.

Hai là, việc phát triển làng nghề truyền thống phải đi kèm với những chính sách bảo tồn và phát triển văn hóa truyền thống, bởi làng nghề truyền thống luôn chứa đựng những giá trị văn hóa của dân tộc. Kinh nghiệm của Nhật Bản cho thấy, những chính sách bảo tồn và phát triển văn hóa truyền thống vừa là tiền đề để tổ chức sản xuất, vừa là phương tiện hiệu quả để quảng bá sản phẩm thủ công mỹ nghệ truyền thống. Vì thế, Nhà nước cần có kế hoạch tạo điều kiện và hỗ trợ cho việc phát triển khu vực làng nghề, nhất là khi tiến hành hiện đại hóa làng nghề theo chiến lược tăng trưởng xanh, từ việc cho vay vốn, đảm bảo nguồn nguyên liệu, đào tạo lao động đến cung cấp thông tin, quảng bá sản phẩm... Cụ thể là, cần có các giải pháp về nguồn lực đầu tư và cơ chế tài chính phù hợp, trong đó đầu tư công là đặc biệt quan trọng. Thông qua việc tăng chi ngân sách hàng năm, ưu tiên xây dựng chiến lược phát triển kinh tế - xã hội nói chung, hiện đại hóa khu vực làng nghề theo hướng tăng trưởng xanh nói riêng. Tăng cường công tác nghiên cứu, điều tra sản phẩm thủ công, tiến hành liên kết, cộng tác giữa các trường đại học, các cơ quan nghiên cứu với khu vực làng nghề để cải tiến mẫu mã, nâng cao chất lượng sản phẩm, phát triển sản xuất theo hướng phục vụ nhu cầu của cuộc sống hiện đại, nghiên cứu tìm nguồn nguyên liệu thay thế đối với những tài nguyên đã cạn kiệt và công bố những kết quả này với toàn xã hội. Kinh nghiệm phát triển làng nghề truyền thống bền vững của Nhật Bản và Thái Lan cho thấy, cần phải bắt đầu từ những sản phẩm mang đặc trưng văn hóa quốc gia. Trên thực tế không một quốc gia nào có thể bảo tồn và phát triển tất cả các sản phẩm truyền thống.

Ba là, phát triển làng nghề phải gắn với giáo dục và đào tạo, dạy nghề, đảm bảo đủ số người kế tục nghề. Giáo dục và đào tạo giữ vị trí đầu tiên trong các hạng mục được nhà nước bảo trợ, nhất là việc giáo dục thế hệ trẻ biết giữ gìn văn hóa truyền thống cũng như tôn vinh nghề nhân, những người trực tiếp làm nên những sản phẩm thủ công mỹ nghệ truyền thống độc đáo. Tuyên truyền giáo dục nhận thức đối với người dân, không chỉ trong hoạt động truyền thông nói chung, mà cần đưa vào chương trình giảng dạy về nội dung hiện đại hóa nền kinh tế nói chung, dù rằng đây là vấn đề cần nhiều thời gian và công sức. Nâng cao sự am hiểu, coi trọng giá trị văn hóa truyền thống của quê hương đất nước, yêu thích và tin dùng sản phẩm truyền thống, đồng thời quảng bá, giới thiệu với bạn bè quốc tế. Kinh nghiệm của Nhật Bản và Thái Lan cho thấy để phát triển sản phẩm của làng nghề cần phải có sự đóng góp của toàn xã hội.

Bốn là, cần hạn chế mở rộng làng nghề ở những vùng nông thôn đang sản xuất nông nghiệp, đông dân cư, vì điều này có thể vừa làm giảm diện tích đất nông nghiệp, vừa gây ô nhiễm môi trường do khí thải, chất thải từ sản xuất của làng nghề. Trường hợp mô hình

XNHT của Trung Quốc là một ví dụ cần rút kinh nghiệm. Mặt khác, cần chuyển giao công nghệ và ứng dụng khoa học tiên tiến đến khu vực làng nghề, kết hợp khoa học và kỹ thuật với kinh tế nhằm tận dụng các nguồn lực vào phát triển sản xuất hàng hóa ở khu vực làng nghề để cải thiện chính các vùng nông thôn. Cần đặc biệt ưu tiên cho các công nghệ xanh khi nhập khẩu công nghệ của nước ngoài cho hoạt động ở khu vực làng nghề, nhằm thúc đẩy quá trình hiện đại hóa làng nghề theo hướng tăng trưởng xanh.

Năm là, phát triển làng nghề bền vững phải gắn với phát triển du lịch. Đây mạnh thu hút khách du lịch đến với làng nghề không chỉ giúp mở rộng thị trường, mà còn là một trong những kênh quảng bá cho sản phẩm thủ công truyền thống. Kinh nghiệm của dự án “một làng nghề, một sản phẩm” của Thái Lan là một ví dụ cho thấy làng nghề không chỉ là nơi sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ truyền thống, không chỉ là một làng nghề du lịch, mà còn là phương tiện hiệu quả để quảng bá sản phẩm thủ công mỹ nghệ truyền thống. Vì thế, cần tập trung nguồn lực vào phát triển một số sản phẩm thủ công mỹ nghệ truyền thống mang đặc trưng văn hóa dân tộc♦

Tài liệu tham khảo:

1. Arnupab Tadpitakkul (2001): Bộ Thương mại, *Báo cáo: Củng cố nền kinh tế Thái Lan từ gốc*, ngày 22/11/2001, Băng Kok.
2. Dương Bá Phượng (2001): *Bảo tồn và phát triển các làng nghề trong quá trình công nghiệp hóa*, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội.
3. Luật *Phát triển nghề thủ công truyền thống* của Nhật Bản, sửa đổi lần 2.
4. Ngân hàng Thế giới (2002): *Suy ngẫm lại sự thần kỳ Đông Á*, Nxb. Chính trị Quốc gia, Hà Nội, tr.188.
5. Nguyễn Hữu Khải - Đào Ngọc Tiên (2007): “*Dự án quốc gia: Một làng nghề, một sản phẩm của Thái Lan và kinh nghiệm đối với Việt Nam*”, Tạp chí Kinh tế đối ngoại, số 22.
6. Somnuk Keretho (2002): *Mối quan hệ giữa chiến lược thương mại điện tử của Thái Lan và Kế hoạch phát triển kinh tế và xã hội quốc gia và Chiến lược công nghệ liên lạc và thông tin quốc gia 2010*, ngày 10 - 12/7/2002.
7. Trần Minh Yên (2004): *Làng nghề truyền thống trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa*, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội.
8. Viện Nghiên cứu Đông Bắc Á (2004): *Vấn đề bảo tồn và phát triển nghề thủ công truyền thống ở Nhật Bản*, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội.