

Mở rộng và phát triển các làng nghề công nghiệp bên cạnh làng nghề truyền thống

HỒ NGÀ (thực hiện)

Với mạng lưới phân bố rộng khắp trong cả nước bao gồm trên 40.000 cơ sở sản xuất ở gần 3.000 làng nghề, trong đó trên 80% là các hộ cá thể, các làng nghề Việt Nam đang đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh tế của mỗi địa phương. Vậy cần phải định hướng phát triển các làng nghề tiểu thủ công nghiệp (TTCN) thế nào cho hiệu quả và bền vững là nội dung trao đổi giữa Tạp chí Công nghiệp với TS. Dương Đình Giám – Viện trưởng Viện Nghiên cứu chiến lược, chính sách công nghiệp. Xin trân trọng giới thiệu cùng bạn đọc.



TS. Dương Đình Giám

PV: Thưa ông, nếu cần một vài nét phác thảo về hiện trạng làng nghề TTCN hiện nay, ông sẽ nói như thế nào?

TS. Dương Đình Giám: Hiện trạng của các làng nghề hiện nay nếu phân tích thì sẽ rất dài. Nhưng có thể hình dung một cách ngắn gọn như thế này. Các làng nghề phân bố rộng khắp cả nước nhưng không đồng đều. Theo số liệu thống kê của Hiệp hội Làng nghề Việt Nam năm 2009, số lượng làng nghề miền Bắc phát triển hơn, chiếm gần 70% số lượng các làng nghề trong cả nước (2.200 làng nghề), trong đó tập trung nhiều nhất và mạnh nhất là ở vùng đồng bằng sông Hồng. Miền Trung có khoảng gần 200 làng nghề, còn lại ở miền Nam hơn 400 làng nghề; Nguyên, vật liệu cho các làng nghề chủ yếu được khai thác ở các địa phương trong nước và hầu hết các nguồn nguyên liệu vẫn lấy trực tiếp từ tự nhiên; Phần lớn công nghệ

và kỹ thuật áp dụng cho sản xuất trong các làng nghề nông thôn còn lạc hậu, tính cổ truyền chưa được chọn lọc và đầu tư khoa học kỹ thuật để nâng cao chất lượng sản phẩm còn thấp, do đó chưa đáp ứng được nhu cầu thị trường và giảm sức cạnh tranh; Do hạn chế về công nghệ và kỹ thuật sản xuất nên các làng nghề vẫn sử dụng chủ yếu là lao động thủ công ở hầu hết các công đoạn, kể cả những công đoạn nặng nhọc và độc hại nhất. Nhiều sản phẩm đặc thù đòi hỏi trình độ kỹ thuật và tính mỹ thuật cao, tay nghề khéo léo... chủ yếu là ở các làng nghề truyền thống, sản xuất các sản phẩm thủ công mỹ nghệ. Trong các làng nghề truyền thống, vai trò của các nghệ nhân rất quan trọng, được coi là nòng cốt của quá trình sản xuất và sáng tạo ra nghệ thuật; Riêng về thị trường tiêu thụ sản phẩm thì trước đây, về cơ bản thị trường này nhỏ hẹp, tiêu thụ tại chỗ (các vùng nông thôn, các làng nghề) do đó, giá thành cũng

thấp. Nhưng hiện nay, thị trường xuất khẩu các mặt hàng truyền thống của Việt Nam mở rộng sang khoảng hơn 100 quốc gia trên thế giới, trong đó, có các thị trường truyền thống, như Trung Quốc, Hồng Kông, Singapo, thậm chí cả các thị trường khó tính, như Nhật Bản, Hàn Quốc, Hoa Kỳ, EU... Do đó, giá trị sản lượng các làng nghề cũng phát triển nhanh, đáp ứng nhu cầu trong nước và xuất khẩu.

PV: Thực tế cho thấy, sự phát triển “nóng” của một số làng nghề đã gây nên tình trạng ô nhiễm môi trường trầm trọng. Vậy làm thế nào để khắc phục tình trạng này, thưa ông?

TS. Dương Đình Giám: Đây quả là vấn đề nhức nhối đặt ra khi phát triển các làng nghề TTCN. Hầu hết các làng nghề Việt Nam hiện nay đã và đang bị ô nhiễm ở cả ba dạng: ô nhiễm nước, ô nhiễm rác thải và khí thải.

Một trong những nguyên nhân của tình trạng trên là do cách thức tổ chức và quản lý sản xuất của các làng nghề hiện nay chưa thật sự hiệu quả. Đa số các làng nghề sản xuất với hình thức nhỏ lẻ, thiếu sự hỗ trợ về vốn, công nghệ, cũng như những thông tin về thị trường... Nhằm giúp cải thiện tình trạng này thì việc quy hoạch không gian sản xuất gắn với bảo vệ môi trường là một trong những giải pháp đang thu được hiệu quả đáng kể. Tuy nhiên, hiện nay việc quy hoạch các làng nghề còn hạn chế về số lượng do thiếu sự đồng bộ, công tác quản lý còn chồng chéo và phân định chưa rõ ràng giữa trách nhiệm của Bộ Công Thương và Bộ NN & PTNT.

Trước những khó khăn đó, đòi hỏi cần có những chính sách phát triển các làng nghề phù hợp, sao cho tận dụng được những lợi thế của đất nước trong quá trình phát triển, vượt qua những thử thách của hội nhập và đảm bảo cho sự phát triển lâu dài, hiệu quả.

Hiện nay, một mô hình quy hoạch khác đang được triển khai là: Chính quyền địa phương và các hộ sản xuất trong làng nghề cùng xem xét phương án quy hoạch đưa khu vực sản xuất nghề ra khỏi nơi sinh hoạt của gia đình. Địa phương sẽ quy hoạch khu đất riêng thuộc địa bàn của xã. Các hộ gia đình sẽ được cho thuê đất để chuyển xưởng sản xuất ra ngoài. Hạ tầng cơ sở sẽ do địa phương và hộ nghề cùng góp vốn xây dựng. Mô hình này đã được thực hiện thành công ở nhiều địa phương. Tuy nhiên, hiện một số địa phương vẫn gặp khó khăn về quỹ đất để bố trí mặt bằng cho việc di dời này.

PV: Vậy theo ông, xu hướng vận động của các làng nghề TTCN hiện đại là gì?

TS. Dương Đình Giám: Ngành TTCN ngày một phát triển. Bên cạnh những nét truyền thống thì còn được đan xen bởi những yếu



Lúa Vọt Phúc là một trong 7 làng nghề truyền thống được hỗ trợ xây dựng thương hiệu

tổ mới, điều này đem lại cho ngành TTCN và làng nghề một diện mạo mới. Các làng nghề TTCN ngày nay cần phải vận động theo xu hướng: Đẩy mạnh việc áp dụng khoa học công nghệ hiện đại vào quá trình sản xuất kinh doanh; Bên cạnh các làng nghề truyền thống, mở rộng và phát triển các làng công nghiệp tạo ra bước phát triển mới cho ngành TTCN; Hình thành nhiều làng nghề mới; Phát triển làng nghề truyền thống theo cả chiều rộng và chiều sâu; Phát triển hình thức du lịch làng nghề.

Ngoài ra, còn chú trọng phát triển TTCN và làng nghề theo tiêu chí 5T, gồm: 1. Tổ chức liên kết; 2. Thương hiệu và thị trường; 3. Truyền nghề và phát triển nguồn nhân lực; 4. Tạo nguồn nguyên liệu; 5. Triển khai bằng dự án.

PV: Sao lại là tạo nguồn nguyên liệu cho làng nghề chứ không phải là gần làng nghề với nơi có nguồn nguyên liệu, thưa ông?

TS. Dương Đình Giám: Không phải nơi có nguồn nguyên liệu là nơi có nguồn nhân lực chế biến sâu các sản phẩm thủ công mỹ nghệ. Thực tế một số dự án khuyến công với thời lượng dạy nghề ngắn hạn, không có cơ sở sản xuất tại chỗ nên

người học không làm được nghề. Mặt khác, với cách khai thác nguồn nguyên liệu tự nhiên không theo hướng bền vững (đối với nhóm gỗ, mây tre lá,...) nên nguồn nguyên liệu dạng này đang suy giảm về lượng và không đủ tiêu chuẩn về chất lượng; thậm chí có loại đã bị khai thác theo hướng tận diệt.

Do đó, các địa phương có nguồn nguyên liệu cũng cần phải chú ý đến khía cạnh phát triển bền vững về lĩnh vực này; bên cạnh đó, các dự án khuyến công, các cơ sở sản xuất sản phẩm hoàn chỉnh cần có những hợp đồng dài hạn có kiểm soát, ràng buộc để phát triển nguồn nguyên liệu cây trồng, vật nuôi, khoáng sản phục vụ sản xuất, tạo được tín nhiệm giữa bên bán, bên mua, bảo đảm lợi ích các bên. Hiện nay và sắp tới, ngành TTCN ở nước ta sẽ nhập nhiều nguyên liệu, mẫu sản phẩm gia công xuất khẩu, để tận dụng tối đa nguồn nhân lực, các doanh nghiệp xuất khẩu chú ý khai thác các hợp đồng gia công quốc tế, giúp các HTX có thêm việc làm. Một nền kinh tế được gọi là hội nhập thuận khi sản xuất, làm dịch vụ xuất khẩu hướng theo giá trị gia tăng hơn là cố gắng nội địa hoá đầu vào, tiêu thụ trong nước thay thế nhập khẩu.

PV: *Điểm yếu của các làng nghề hiện nay là phát triển thương hiệu và tìm kiếm đầu ra để tiêu thụ sản phẩm. Theo ông, cần khắc phục nhược điểm này như thế nào?*

TS. Dương Đình Giám: Các HTX và nhiều doanh nghiệp nhỏ còn mắc cảm, tự ti, ngại thủ tục nên chưa đăng ký thương hiệu, ở TP. Hồ Chí Minh có đến 90% HTX chưa đăng ký thương hiệu. Tuy nhiên, có nhiều hình thức đăng ký thương hiệu, ví dụ như HTX ở làng nghề dùng thương hiệu của làng nghề, hoặc HTX đăng ký thương hiệu giúp cả làng nghề (như HTX lựa Vạn Phúc đã đăng ký). Mỗi làng một sản phẩm là mô hình thành công ở nhiều quốc gia châu Á, chúng nhận xuất xứ hàng hoá theo tiêu chuẩn quốc tế cũng là cách quảng bá thương hiệu (ví dụ nước mắm Phú Quốc).

Việc đăng ký thương hiệu cần có sự hỗ trợ của Nhà nước; các HTX, doanh nghiệp liên kết cùng đăng ký thương hiệu theo nhóm sản phẩm, tự kiểm soát chất lượng. Để khuyến khích thương hiệu, cần xây dựng các kênh thông tin như các catalog, sách in, băng đĩa, đặc biệt là cần xây dựng một cơ sở dữ liệu riêng về các sản phẩm CNNT tiêu biểu của các địa phương trên toàn quốc; bên cạnh đó, các trang Web của Bộ, ngành, địa phương cần mở chuyên mục giới thiệu sản phẩm, thương hiệu, nhu cầu đầu tư, thương mại theo “Chương trình phát triển sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu” quy định tại Quyết định 136/2007/QĐ-TTg. Các HTX, cơ sở sản xuất chủ động cung cấp thông tin và chịu trách nhiệm về thông tin giới thiệu trên các Website.

Việc xúc tiến thương mại cần áp dụng nhiều kênh, không nhất thiết các HTX phải có gian hàng riêng, nhưng HTX cần được hỗ trợ chi phí gửi sản phẩm, gửi các tài liệu như bản in, băng đĩa hình...

giới thiệu ở các hội chợ quốc tế. Xây dựng thương hiệu là một quá trình bền bỉ, liên tục cùng với việc duy trì chất lượng sản phẩm, bổ sung mẫu mã sản phẩm, thông qua nhiều kênh thông tin. Mặt khác, các doanh nghiệp xuất khẩu, các tổ chức xúc tiến thương mại cần nắm bắt và phổ biến nhu cầu thị trường nước ngoài (theo từng khu vực địa lý, thậm chí theo mùa...), chuyển các đơn đặt hàng của thị trường quốc tế đến những HTX, doanh nghiệp, làng nghề. Mỗi địa phương, thành phố lớn, làng nghề cần có một gian hàng trưng bày sản phẩm, ghi rõ xuất xứ, định kỳ tổ chức “hội chợ” giới thiệu sản phẩm, nghề nhân...

Nếu làm được những vấn đề này, chúng ta không lo gì các làng nghề bị lấy mất thương hiệu và không có thị trường tiêu thụ.

PV: *Nhưng khi làng nghề phát triển thì lại vấp phải vấn đề vừa thiếu vừa yếu của nhân lực. Giải pháp nào cho tình trạng này, thưa ông?*

TS. Dương Đình Giám: Đây là nội dung quan trọng nhất của chính sách khuyến công đã và đang thực hiện. Kinh nghiệm chỉ ra, để có 1 lao động nghề gồm mỹ nghệ phải có đầu vào trên 20 học viên cùng với trợ cấp học việc tối thiểu 20.000 đồng/ngày. Nhiều chủ nhiệm HTX, chủ doanh nghiệp cho biết, khó khăn nhất là đào tạo lao động có nghề, yêu nghề và sống với nghề. Thực tế những thợ cả, nghệ nhân đã truyền nghề cho những lao động trong gia đình, họ hàng, người yêu nghề đạt kết quả tốt (bằng chứng là nhiều thợ không qua các lớp mà được truyền nghề, đến 97% thành nghề là do “cha truyền con nối”). Trong thời gian vừa qua, một số dự án khuyến công thiếu thầy dạy, thời gian thực hành ngắn, dạy nghề không phù hợp với thực tế địa phương về nguyên liệu, tiêu thụ sản phẩm, học nghề

xong không có việc làm, dẫn đến khai giảng, bế giảng khá đủ, nhưng người học thành nghề rất ít!

Cần song hành đào tạo tập trung, và truyền nghề tại nơi sản xuất. Các Trung tâm khuyến công cấp tỉnh phối hợp với địa phương, đoàn thể, HTX, doanh nghiệp nghiên cứu nhu cầu học nghề, xây dựng chương trình chuẩn về giáo trình, giáo cụ thực hành, kết hợp hợp dạy nghề và khởi nghiệp, hình thành nhóm học viên từ 10 người trở lên cùng nhau thành lập HTX, tổ hợp tác có sự hỗ trợ của chính quyền về thủ tục thành lập cùng các ưu đãi, các doanh nghiệp giúp HTX về điều kiện sản xuất như góp vốn, cho vay, bao tiêu sản phẩm, bán thành phẩm. Thực tế, nhiều doanh nghiệp chế biến chè ở Yên Bái, Thái Nguyên rất thành công khi tạo dựng Tổ hợp tác thanh niên thu mua, sơ chế chè nguyên liệu.

Hiện nay đã có chính sách hỗ trợ hình thức truyền nghề, các dự án khuyến công, đào tạo nghề ngắn hạn ở nông thôn cần có đội ngũ thợ, nghệ nhân được bồi dưỡng kiến thức sư phạm miễn phí, biên soạn tài liệu, dạy nghề truyền nghề được hỗ trợ theo chế độ của giảng viên, được thu học phí.

Cục Công nghiệp địa phương cần tiếp tục hướng dẫn các Trung tâm khuyến công tổng hợp và công khai danh sách, địa chỉ các nghệ nhân, thợ lành nghề, giảng viên theo nhóm ngành nghề tiểu thủ công nghiệp để ban tổ chức lớp học, học viên, HTX, doanh nghiệp, khách hàng chủ động tiếp cận. Đó cũng là cách tôn vinh nghề, quảng bá hình ảnh nghề mang nhiều hiệu quả.

Các đơn vị xuất khẩu lao động, doanh nghiệp đầu tư ra nước ngoài, các công ty du lịch, cơ sở đào tạo cần nắm bắt thị trường nước ngoài để thực hiện trao đổi nhân lực, đào tạo, du lịch, làm việc của những người thợ, nghệ nhân của nước ta và các nước.

PV: *Trân trọng cảm ơn ông!*