

CHIẾN LƯỢC “KINH TẾ LÀNG”

TS. ĐINH CÔNG TIẾN

Làng theo cách gọi của người Việt gồm nhiều cụm dân cư thôn, ấp hoặc các điểm dân cư tương tự thuộc một xã hay thị trấn. Làng có các đặc trưng: chung địa giới; có đặc trưng văn hóa riêng; có những liên hệ dòng tộc. Theo thống kê, hiện Việt Nam có 47.147 làng thuộc 6349 xã. Mỗi làng có từ 500 tới 2000 người¹. Các làng, bản này dung dưỡng 75% số dân Việt Nam. Phát triển kinh tế làng ảnh hưởng tới hơn 60 triệu người đang sinh sống ở nông thôn. Hộ gia đình là những tế bào của làng, cùng sinh sống trên một địa bàn dân cư, có những đặc trưng văn hóa giống nhau, vì vậy thường mỗi làng đều có hương ước. Người ta có thể chia tách xã, nhưng với làng thì không. Làng thực sự là tế bào của tổ chức xã hội ở nông thôn. Mỗi làng chỉ có không quá một đình làng, điều đó chứng tỏ tính thống nhất của làng ngay từ trong đời sống tinh thần. Mỗi làng cần có chiến lược phát triển kinh tế của nó. Hoạt động kinh tế nào là chủ lực của các thành viên trong làng, hay nói cách khác, sản phẩm, dịch vụ nào mà mỗi làng sẽ cung cấp cho xã hội? Việc chọn lựa sản phẩm/dịch vụ nào cùng cách thức tổ chức sản xuất ra sao có thể hiểu như là chiến lược phát triển kinh tế của làng.

Mỗi hộ trong làng là một tế bào kinh tế vừa có tính độc lập tương đối vừa có những liên hệ ràng buộc với các hộ khác trong làng. Sự phát triển kinh tế làng là biểu hiện chung của sự tăng trưởng về thu nhập, sự thay đổi về chất lượng cuộc sống, sự bền vững của các

mô hình kinh tế hộ. Về bản chất, mỗi làng đã, đang và sẽ là một hệ thống trên cả các khía cạnh kinh tế, xã hội. Tuy nhiên, hiệu quả của hệ thống này như thế nào còn tùy thuộc vào việc nó được quản trị ra sao, nhất là về khía cạnh kinh tế. Cần chú trọng tới khía cạnh quản lý kinh tế hơn nữa. Là một hệ thống kinh tế như các hệ thống kinh tế khác, làng được đòi hỏi phải có chiến lược kinh tế của riêng mình. Phát triển làng bền vững về kinh tế là điều kiện quyết định việc phát triển làng bền vững về văn hoá, xã hội và môi trường.

Việc hình thành hơn 2.000 làng nghề ở Việt Nam nói lên điều gì? Phải chăng là kết quả của quá trình định hướng chiến lược phát triển kinh tế của các làng? Hay chỉ là kết quả ngẫu nhiên hình thành từ sự lan tỏa tự nhiên bởi lợi thế cạnh tranh của mỗi làng. Lịch sử phát triển của mỗi làng nghề truyền thống hầu như được khởi xướng bởi ông tổ nghề của làng. Các làng nghề đúc đồng Đại Bái (Bắc Ninh), Ngũ Xã (Hà Nội), Phước Kiều (Quảng Nam) được hình thành và phát triển tới nay đều có những ông tổ làng nghề và bản thân nó cũng không phải được sinh ra từ đó. Vào khoảng đời Lê (1428 - 1527), dân của 5 làng Đông Mai, Châu Mỹ, Long Thượng, Điện Tiền và Đào Viên mà tên nôm là các làng Hà, Ròng, Dí Thượng, Dí Hạ...) thuộc huyện Văn Lâm, Hưng Yên và huyện Thuận Thành, Bắc Ninh ngày nay, vốn có nghề đúc đồng đã về kinh thành Thăng Long để lập trường đúc tiền và đồ thờ. Tại đây, họ đã sinh cơ lập nghiệp, tạo dựng làng mới

¹ Vũ Trọng Khải - NXB Nông nghiệp - 2004

trên đất Thăng Long và lấy tên Ngũ Xã, có nghĩa là 5 làng để ghi nhớ 5 làng quê gốc của mình. Những làng nghề sản xuất bún như Phú Đô (Hà Nội), Yên Ninh (Ninh Bình) cũng phát triển theo quy luật tương tự.

Ngay trong lĩnh vực sản xuất hoa cây cảnh thì các làng nghề cũng phát triển từ những nhận thức ban đầu về nhu cầu và lợi thế cạnh tranh. Nếu như trước năm 1975, có trên dưới khoảng 200 hộ trồng hoa kiểng, tập trung chủ yếu ở xã Tân Quy Đông thì đến thập niên 90, làng hoa Tân Quy Đông bắt đầu phát triển mạnh, lan rộng ra các xã, phường lân cận và hiện nay diện tích đã lên tới 160 ha với khoảng 1.200 hộ trồng hoa kiểng. Lợi thế về đất đai màu mỡ, khí hậu thuận hòa đã làm nên một làng hoa nhiệt đới nổi tiếng. Tương tự, làng hoa Nhật Tân cũng là một minh chứng.

Cần phải đưa thêm một minh chứng về các làng nghề mới. Ngay những làng nghề mới hình thành thì quy luật cũng không nằm ngoài nhu cầu, lợi thế cạnh tranh và điều quan trọng là người khởi xướng nhận ra được những cơ hội và lợi thế đó. Làng Tề Lỗ (Yên Lạc, Vĩnh Phúc) hiện tại có 1.500 hộ thì đã có gần 300 hộ làm nghề “mổ xe” và cả xã có khoảng 300 bãi “mổ xe” ô tô các loại. Trong xã đã có gần 200 hộ sắm được xe hơi. Cách nay 10 năm còn là xã nghèo với 14% hộ nghèo, từ sự khởi đầu của một người làm nghề “mổ xe” mà hình thành một làng nghề như đã nói. Có nhiều làng phát triển từ những nghề rất đặc biệt như làng nấu rượu, làng buôn chó, làng buôn vải...

Sự phát triển của các làng nghề là ngẫu nhiên hay có những quy luật? Bằng phương pháp phân tích và đối chiếu chúng ta có thể rút ra điều kiện phát triển một làng nghề:

- Có người khởi xướng tiên phong;
- Phục vụ nhu cầu chưa được thỏa

mãn hoặc nhu cầu mới xuất hiện của xã hội;

- Có lợi thế (điểm mạnh) về con người, đất đai, vị trí địa lý...;

- Sự tụ lại của những hộ cùng nghề và học hỏi nhau của những người cùng làng để cùng khai thác lợi thế đã làm xuất hiện hiệu ứng kinh tế ngoại vi;

- Có tính cộng đồng.

Những điều kiện đó có được khi một con người hay tổ chức phân tích môi trường kinh tế xã hội, tìm được những cơ hội và nguy cơ đồng thời đối chiếu với những điểm mạnh, điểm yếu của làng để lựa chọn “làng sẽ làm gì”, đó là những nội hàm của quản trị chiến lược. Mỗi làng, trong cơ chế thị trường, hội nhập quốc tế và toàn cầu hóa, sẽ trả lời câu hỏi này như thế nào? Khẩu hiệu “mỗi làng mỗi nghề” như ở Thái Lan chỉ là điều mà người ta mong muốn. Nghề ở đây được hiểu là dạng hoạt động kinh tế hợp pháp cụ thể, đưa lại thu nhập cho con người, nhằm thỏa mãn nhu cầu của xã hội.

Ở mỗi làng hiện chưa có cơ chế cho việc xác định chiến lược kinh tế, mọi hoạt động kinh tế đều tự phát. Mâu thuẫn giữa khả năng rủi ro cao cho việc đi tiên phong tìm kiếm cơ hội đầu tư ngành nghề mới với khả năng tài chính hạn hẹp của mỗi nông hộ đã hạn chế sự phát triển các làng nghề mới. Có lẽ mỗi làng cũng cần có một quỹ đầu tư “rủi ro” chỉ để hỗ trợ cho những người tiên phong. Chiến lược phát triển nông thôn Việt Nam cần phải tính đến những giải pháp hỗ trợ cho hoạt động xác định “chiến lược kinh tế làng”. Mỗi làng cần xác định rõ những mục tiêu cho từng giai đoạn cùng chương trình hành động để đạt mục tiêu đó. Nếu vẫn cứ “đèn nhà ai nhà ấy rạng” thì chắc chắn kinh tế hộ sẽ khó cạnh tranh với các hình thức kinh tế khác trong cơ chế thị trường.