

Chính sách của Thái Lan về bảo tồn và phát triển nghề thủ công truyền thống gắn với du lịch: một số bài học kinh nghiệm cho tỉnh Cao Bằng

Nguyễn Thị Tám*

Nhận ngày 16 tháng 1 năm 2023. Chấp nhận đăng ngày 19 tháng 3 năm 2023.

Tóm tắt: Thái Lan là đất nước có nhiều thành tựu trong việc bảo tồn và phát triển nghề thủ công gắn với du lịch. Kinh nghiệm của nước này cho thấy, chương trình “Một làng một sản phẩm”, “Một làng một triệu Baht” hay “chính sách khuyến khích phát triển du lịch” đã mang lại nhiều kết quả quan trọng trong quá trình phát triển làng nghề truyền thống gắn với phát triển du lịch. Từ thành quả của Thái Lan, việc bảo tồn và phát triển nghề thủ công gắn với du lịch đã để lại cho các địa phương của Việt Nam những bài học kinh nghiệm sâu sắc, trong đó có tỉnh Cao Bằng. Bài viết¹ khái quát một số chính sách và mô hình bảo tồn phát triển nghề thủ công ở Thái Lan, từ đó rút ra bài học kinh nghiệm cho tỉnh Cao Bằng.

Từ khóa: Nghề thủ công, chính sách bảo tồn và phát triển, Thái Lan, du lịch, Cao Bằng.

Phân loại ngành: Nhân học

Abstract: Thailand is a country with many achievements in preserving and developing handicrafts associated with tourism. The experience of this country shows that the program “One village, one product”, “One million Baht per village” or “the policy to encourage tourism development”, “The policy of vocational training for rural workers” has bring many important results in the process of developing traditional craft villages associated with tourism development. From Thailand's achievements, the preservation and development of handicrafts associated with tourism has left many Vietnamese localities with profound lessons of experience, including Cao Bằng province. The article outlines a number of policies and models for the conservation and development of handicrafts in Thailand, thereby drawing some lessons for Cao Bằng province.

Keywords: Crafts, conservation and development policy, Thailand, tourism, Cao Bang.

Subject classification: Anthropology

1. Đặt vấn đề

Cao Bằng là tỉnh biên giới, địa đầu Tổ quốc, nằm trong không gian hai hành lang một vành đai hợp tác kinh tế Việt Nam và Trung Quốc, nơi có cửa khẩu biên giới với nhiều khả năng và thế mạnh để phát triển, mở rộng thị trường sản phẩm du lịch với các tỉnh của nước bạn, với các trung tâm du lịch lớn khác trong nước. Đây cũng là cái nôi của cách mạng Việt Nam, quê hương của hơn 95% dân số là đồng bào dân tộc thiểu số (Tày, Nùng, Hmông, Dao, Sán Chi, Lô Lô,...), mỗi dân tộc lại có những nét sinh hoạt văn hóa với phong tục tập quán riêng, tạo nên một vùng văn hóa đa dạng, đa sắc màu. Chính nguồn tài nguyên du lịch nhân văn quý giá này đã góp phần đem lại cho tỉnh Cao Bằng một sức hút lạ kỳ không chỉ với du khách Việt Nam mà cả quốc tế.

* Viện Dân tộc học, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.

Email: hongtam.ls89@gmail.com

¹ Bài viết là một phần kết quả của Dự án: *Bảo tồn và phát triển nghề thủ công truyền thống gắn với du lịch vùng Công viên địa chất non nước Cao Bằng (2021-2023)*, mã số: VINIF09.2021.VHLS 04 do TS. Bùi Thị Bích Lan làm Chủ nhiệm, Viện Dân tộc học chủ trì. Dự án này được tài trợ bởi tập đoàn Vingroup và hỗ trợ bởi Quỹ Đổi mới, sáng tạo (VINIF), Viện Nghiên cứu Dữ liệu lớn.

Cùng với tiến trình phát triển của du lịch cả nước, du lịch tỉnh Cao Bằng đã đạt được những thành tựu đáng kể ở giai đoạn trước Covid-19, từng bước khẳng định một trong những ngành kinh tế có vị trí quan trọng trong cơ cấu kinh tế của địa phương. Một cơ hội lớn cho phát triển du lịch của tỉnh là vào ngày 12/4/2018, tại Kỳ họp lần thứ 204 tại Paris (Pháp), Hội đồng Chấp hành UNESCO đã thông qua Nghị quyết, công nhận Công viên địa chất Non nước Cao Bằng là Công viên địa chất toàn cầu. Với danh hiệu này, Công viên địa chất Non nước Cao Bằng trở thành địa danh thứ hai ở Việt Nam được vinh danh, sau Công viên địa chất toàn cầu Cao nguyên đá Đồng Văn, tỉnh Hà Giang. Ngay sau khi được công nhận danh hiệu, lượng khách quốc tế đến tỉnh Cao Bằng năm 2019 đã tăng mạnh, gấp 1,54 lần so với năm trước (Quốc Đạt, 2019). Sau giai đoạn dịch Covid-19, hết quý I năm 2022, tổng lượt khách đến Cao Bằng đạt 121.236 lượt, bằng 83,3% so với cùng kỳ, trong đó, khách du lịch quốc tế ước đạt 204 lượt; khách du lịch nội địa đạt 121.032 lượt; tổng thu du lịch đạt 42,8 tỷ đồng, tăng 91,4% so với cùng kỳ (La Ngà, Kim Dung, 2022). Kết quả phục hồi sau Covid-19 đã giúp lãnh đạo và người dân địa phương có thêm quyết tâm thực hiện mục tiêu xây dựng tỉnh Cao Bằng trở thành trung tâm du lịch của các tỉnh Trung du, miền núi phía Bắc trong tương lai gần.

Trên địa bàn tỉnh, nhiều nghề, làng nghề thủ công của các tộc người thiểu số đã được lưu truyền qua bao thế hệ, tập trung chủ yếu tại huyện Quảng Hòa, Hà Quảng, Trùng Khánh, Nguyên Bình,... Một số sản phẩm nghề không chỉ nổi tiếng trong vùng mà còn được khách hàng ở các tỉnh lân cận, thậm chí bên kia biên giới rất ưa chuộng như: làm hương, giấy bản, chạm bạc, dệt thổ cẩm, đúc, rèn, miến dong, gốm sứ,... Bên cạnh những dấu hiệu khởi sắc, ngành du lịch ở tỉnh Cao Bằng nói chung và vấn đề bảo tồn, khai thác giá trị các làng nghề thủ công trong phát triển du lịch nói riêng vẫn còn nhiều hạn chế, bất cập, kết quả chưa tương xứng với tiềm năng, lợi thế và ẩn chứa không ít yếu tố thiếu bền vững.

Để nghề thủ công được bảo tồn và phát huy thế mạnh, mang lại hiệu quả kinh tế - xã hội, sử dụng nguồn lao động tại chỗ, gắn với phát triển du lịch cần thiết phải có sự học hỏi kinh nghiệm từ những quốc gia làm tốt vấn đề này. Thái Lan là đất nước cùng khu vực Đông Nam Á với Việt Nam, đã rất thành công trong việc phát triển du lịch làng nghề. Mong muốn từ việc học hỏi kinh nghiệm quốc tế sẽ góp phần thiết thực vào bảo tồn và phát triển các nghề thủ công, các làng nghề truyền thống, đồng thời là cơ sở giúp cho tỉnh Cao Bằng có thêm những kinh nghiệm trong việc đề ra giải pháp, hành động cụ thể, ban hành cơ chế chính sách phù hợp khuyến khích nghề, làng nghề phát triển bền vững, góp phần phát triển kinh tế - xã hội trong thời kỳ đổi mới và hội nhập.

2. Chính sách phát triển các nghề, làng nghề truyền thống gắn với du lịch ở Thái Lan

2.1. Chính sách mỗi làng nghề một sản phẩm, đưa du lịch làng nghề trở thành ngành kinh tế mũi nhọn

Thái Lan là nước có ngành du lịch phát triển mạnh ở châu Á. Truyền thống văn hóa và sự mến khách của nhân dân Thái Lan là yếu tố quan trọng góp phần tăng cường thu hút khách du lịch đến với đất nước này. Ngành du lịch là ngành thu được nguồn ngoại tệ chủ yếu và cao hơn các ngành sản xuất khác của Thái Lan. Quan trọng là ngành du lịch Thái Lan phát triển đã thúc đẩy sản xuất, đặc biệt là sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ phục vụ xuất khẩu và thị trường cả nước.

Thái Lan có khoảng 70.000 làng nghề thủ công truyền thống (Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch (ITDR), 2013). Năm 2001, để cải thiện tình trạng suy thoái kinh tế do hậu quả nặng nề từ cuộc khủng hoảng tài chính châu Á, chính phủ Thái Lan đã tập trung phát triển và khai thác nguồn thu từ các làng nghề. Đến nay, sau gần 20 năm thực hiện hướng đi này, mô hình làng nghề đã trở thành đòn bẩy không thể thiếu đối với tăng trưởng kinh tế của xứ Chùa Vàng.

“One Tambon One Product” - OTOP (tạm dịch là Mỗi làng nghề một sản phẩm) là chiến lược phát triển kinh tế làng nghề tại Thái Lan do Thủ tướng Thaksin Sinnawatra khởi xướng, lấy ý tưởng từ chương trình tương tự được triển khai tại quận Oita (Nhật Bản) vào năm 1979. Theo đó, mỗi làng, tùy theo điều kiện và hoàn cảnh, lựa chọn ra những sản phẩm độc đáo, có tiềm năng tiếp

cận thị trường để phát triển. Tuy nhiên, khác với Nhật Bản, mô hình OTOP tại Thái Lan được triển khai từ trên xuống dưới. Nghĩa là Chính phủ đóng vai trò quan trọng từ ý tưởng phát triển sản phẩm, đào tạo kiến thức, công nghệ, hỗ trợ tài chính cho đến tiếp thị thông qua các hội chợ, quảng bá xúc tiến thương mại ở trong và ngoài nước (Quỳnh Dương, 2020).

Để phát huy tối đa hiệu quả của hướng đi này, Thái Lan thành lập Ủy ban OTOP quốc gia. Đây là nơi hoạch định đường hướng phát triển cho các dự án làng nghề để các sản phẩm OTOP được biết đến nhiều hơn trong khu vực và thế giới. Mọi hoạt động của Ủy ban OTOP đều hướng đến phát triển sản phẩm một cách hoàn thiện nhất như: nghiên cứu và phát triển sản phẩm, xây dựng câu chuyện cho sản phẩm, đổi mới sản phẩm... Ngoài ra, ủy ban còn có nhiệm vụ giới thiệu nhãn mác của các sản phẩm OTOP và mở rộng thêm kênh bán hàng thông qua các trang web, sân bay và các phương tiện truyền thông.

Chính phủ cũng tạo cơ chế cạnh tranh và đánh giá chất lượng để phân bổ nguồn lực hợp lý như phân chia hàng OTOP theo tiêu chuẩn từ 1 đến 5 sao. Hằng năm, cơ quan chức năng tổ chức đánh giá và xếp hạng sản phẩm theo 3 tiêu chí: Sản phẩm và tính hợp tác của cộng đồng; chiến lược kinh doanh và nguồn gốc của sản phẩm; chất lượng sản phẩm. Sản phẩm OTOP 5 sao phải đạt hơn 90 điểm, có chất lượng và tiềm năng xúc tiến rõ ràng. Sản phẩm 4 sao đạt 80-89 điểm, có tiềm năng cấp quốc gia và có thể phát triển thành hàng xuất khẩu. Sản phẩm đạt tiêu chuẩn 3 sao phục vụ tiêu dùng nội địa. Sản phẩm chất lượng thấp, 1-2 sao thì cần tiếp tục nghiên cứu phát triển (Quỳnh Dương, 2020). Như vậy, nhà sản xuất không đi vào ngõ cụt mà tiếp tục có cơ hội nâng cấp, phát triển sản phẩm cho chu kỳ tiếp theo. Sản phẩm đạt chuẩn 5 sao được trao thưởng và hưởng nhiều đặc quyền như được Chính phủ hỗ trợ vốn đầu tư, trợ cấp cho công tác xúc tiến thương mại ở khắp thế giới. Địa phương có sản phẩm chưa đạt chuẩn 5 sao cũng có thể tham gia học tập để phát triển thêm.

Chính phủ Thái Lan đã chỉ thị cho các trường đại học mở các phòng vi tính tạo phần mềm thiết kế các sản phẩm OTOP, đồng thời lập ra các trang thông tin nhằm giúp khách hàng nước ngoài có thể đặt mua hàng qua mạng. Chính phủ cũng giúp tổ chức các tour du lịch tới các làng nghề để du khách có thể tận mắt thấy được các sản phẩm OTOP được sản xuất như thế nào.

Với chính sách khuyến khích và những biện pháp hỗ trợ mạnh mẽ đó, năm 2020, ở Thái Lan đã có khoảng 36.000 mô hình OTOP. Mỗi mô hình tập hợp từ 30 - 3.000 thành viên tham gia (Quỳnh Dương, 2020). Sự phát triển OTOP không chỉ giúp giải quyết việc làm, nâng cao kỹ năng tay nghề nghề nhân, làm ra nhiều sản phẩm đặc sắc của từng địa phương, góp phần tăng thu nhập cho người dân tham gia, mà còn giữ được giá trị văn hóa truyền thống.

Đối với du lịch, mô hình OTOP đang trở thành sức hút không nhỏ đối với du khách quốc tế. Điển hình như làng nghề gốm sứ truyền thống Lampang với lịch sử hàng trăm năm. Sau gần 2 thập niên thực hiện OTOP, hiện Lampang có trên 200 cơ sở sản xuất lớn nhỏ cung cấp hàng triệu sản phẩm xuất khẩu mỗi tháng, mang về nguồn thu nhập lớn và việc làm cho hàng nghìn lao động địa phương. Ngoài ra, với chủ trương phát triển du lịch kết hợp với phát huy nghề gốm sứ truyền thống, làng nghề ở miền núi phía Bắc Thái Lan này đã thu hút tới hơn 500 nghìn lượt khách tham quan mỗi năm (Quỳnh Dương, 2020).

Bên cạnh đó, các làng nghề thủ công mỹ nghệ được thành lập bởi sự hỗ trợ của cơ quan du lịch Thái Lan (TAT) để giới thiệu cách sống văn hóa của vùng miền khác nhau trên đất nước. Người lao động được đào tạo về nghệ thuật dân gian và hàng thủ công ở đây. Tại trung tâm này, khách du lịch sẽ có một cái nhìn sâu sắc về cách thức người dân trong vùng sống và làm việc, cách thức họ sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ. Các sản phẩm có thể được nhìn thấy ở đây là áo vải Fern Viên, giỏ dệt, hoa nhân tạo, tơ lụa, bông vải, tơ tằm, khắc gỗ, tay thu nhỏ, búp bê Thái Lan, đồ trang trí nội thất, các sản phẩm vải... Tất cả các sản phẩm đều được bán tại trung tâm và tại mọi chi nhánh trên khắp cả nước. Du khách cũng có thể tham quan và tham gia trải nghiệm các khâu khác nhau của quá trình sản xuất (Phạm Thị Mai Yên, 2017: 58-59).

Theo số liệu được Ủy ban OTOP quốc gia công bố, sản phẩm của các làng nghề tại Thái Lan năm 2019 đã lên tới hơn 167.000 mặt hàng, phân theo 5 nhóm, gồm: thực phẩm (38%), đồ gia dụng (27%), vải và quần áo (18%), sản phẩm chế biến từ thảo dược (13%) và phần còn lại (5%) là đồ uống. Năm 2019, chỉ tính riêng nguồn thu từ buôn bán các mặt hàng OTOP qua các kênh như hội chợ, trang web trực tuyến, cửa hàng và lễ hội nước ngoài đã lên đến hơn 6 triệu USD; tổng doanh thu từ các sản phẩm OTOP vào khoảng hơn 7,3 tỷ USD (Quỳnh Dương, 2020).

Có thể nhận thấy, yếu tố thành công của chương trình phát triển làng nghề Thái Lan là quá trình tổ chức thực hiện nhất quán, xuyên suốt của Chính phủ, sự vào cuộc tích cực với tư duy sản xuất hàng hóa hướng đến xuất khẩu, nỗ lực học hỏi, tiếp cận kinh tế thị trường, hợp tác sản xuất của người dân. Dự án OTOP sau gần 20 năm thực hiện đã giúp nghề thủ công truyền thống của Thái Lan được duy trì: giúp cho người dân Thái Lan có công ăn việc làm, tăng thu nhập, làm ra nhiều sản phẩm đặc sắc của từng địa phương. Nhờ đó gìn giữ, trao truyền được giá trị văn hóa truyền thống: sử dụng nguồn nguyên liệu có sẵn tại chỗ, dựa vào tri thức truyền thống bản địa để làm ra sản phẩm đặc trưng của địa phương. Từ các hoạt động này mà phát triển du lịch thông qua đa dạng hóa loại hình du lịch: du lịch làng nghề, du lịch trải nghiệm, du lịch văn hóa, qua đó có thể giới thiệu quảng bá con người và nền văn hóa Thái Lan ra thế giới (Nguyễn Thị Thu Thủy, 2021).

Hoạt động du lịch đã góp phần nâng cao giá trị hàng hoá địa phương (giá trị tăng thêm) và tạo điều kiện cho du lịch tại các làng nghề phát triển. Hành trình trải nghiệm của du khách qua việc tìm hiểu quy trình sản xuất sản phẩm, giao lưu với nghệ nhân và thử sức tạo ra sản phẩm... Ngoài ra, nhờ gắn với hoạt động du lịch mà các dịch vụ bổ trợ cũng phát triển đi kèm như vận chuyển, ăn uống... Xây dựng thành công chính sách và quy hoạch tốt đã giúp Thái Lan khai thác hiệu quả hoạt động du lịch tại các làng nghề. Việc xây dựng chính sách OTOP đã hạn chế việc đụng chạm lợi ích và phát huy tốt việc khai thác giá trị sản phẩm.

2.2. Chính sách mở cửa phát triển du lịch

2.2.1. Chính sách xuất nhập cảnh

Thái Lan là một trong những quốc gia tiên phong trong việc thực hiện chính sách “Bầu trời mở”. Thái Lan đã có những biện pháp đơn giản hóa thủ tục visa cho công dân các nước vào du lịch. Hiện nay công dân của 55 quốc gia và vùng lãnh thổ không cần visa vào Thái Lan nếu đến Thái Lan với mục đích du lịch và ở lại không quá 30 ngày đối với mỗi lần viếng thăm. Nếu như công dân của những nước đến du lịch Thái Lan thông qua các điểm nhập cảnh ở các nước tiếp giáp biên giới với Thái Lan thì sẽ được miễn visa du lịch trong thời hạn 15 ngày, ngoại trừ công dân Malaysia được miễn visa du lịch nếu lưu trú không quá 30 ngày. Thái Lan đã có thỏa thuận song phương về miễn visa với các nước như Brazil, Hàn Quốc và Pê-ru, Ác-hen-ti-na, Chi-lê. Các thỏa thuận này cho phép công dân các nước trên có hộ chiếu ngoại giao hay phổ thông đều được miễn visa đối với mỗi lần viếng thăm Thái Lan không quá 90 ngày. Công dân nước ngoài thăm Thái Lan với mục đích kinh doanh có thể dùng visa loại “B” trong vòng 3 năm. Loại visa này được phát hành cho giới doanh nhân và có giá trị trong vòng 3 năm, cho phép người giữ visa có thể viếng thăm thường xuyên mà không cần xin visa cho mỗi lần đi trong thời hạn 3 năm và ở tại các khách sạn của Thái Lan trong thời gian không quá 90 ngày đối với mỗi lần thăm (Nguyễn Xuân Thiên, Hà Minh Tuấn, 2016).

2.2.2. Chính sách thuế

Một trong những yếu tố tạo nên sự hấp dẫn của việc mua sắm ở Thái Lan là chính sách thuế. Du khách đến Thái Lan theo visa du lịch sẽ được hoàn lại thuế giá trị gia tăng (Value Added Tax - VAT) (thuế suất 7%) đối với những hàng hóa đã được mua tại các cửa hàng có treo biển hiệu “Hoàn thuế giá trị gia tăng cho khách du lịch”. Các địa điểm bán hàng thủ công địa phương của Thái Lan cũng được chính phủ miễn thuế VAT. Các công ty lữ hành có thu nhập thấp hơn 600.000 baht cũng được miễn thuế VAT. Với các công ty lữ hành có thu nhập lớn hơn 600.000 baht nhưng

ít hơn 1.200.000 bath thì được quyền lựa chọn chỉ nộp 1,5% thuế doanh thu hoặc nộp thuế VAT thông thường (Nguyễn Xuân Thiên, Hà Minh Tuấn, 2016). Từ chính sách này, khách du lịch được hưởng những quyền lợi ưu đãi nhất khi đến mua sắm tại các làng nghề, đồng thời giúp các sản phẩm nghề thủ công được quảng bá rộng rãi đến du khách quốc tế.

2.2.3. Chính sách “khuyến khích nhà nhà, người người làm du lịch”

Đối với Thái Lan, cả nhà Vua, Chính phủ và người dân cùng làm du lịch. Thái Lan là một trong những quốc gia có mô hình du lịch dựa vào cộng đồng rất tốt. Các loại hình du lịch như du lịch nông nghiệp, du lịch “homestay” được phát triển và luôn thu hút đông đảo người dân tham gia. Người dân địa phương đóng vai trò như những hướng dẫn viên du lịch, hướng dẫn du khách cách trồng trọt, chăn nuôi, giới thiệu cho du khách về văn hóa của địa phương (Nguyễn Xuân Thiên, Hà Minh Tuấn, 2016). Đặc biệt, chương trình “Mỗi làng một sản phẩm” đã thu hút được sự tham gia đông đảo của người dân ở các làng nghề và giúp giới thiệu sản phẩm đặc trưng của từng địa phương đến du khách.

2.3. Chính sách hỗ trợ vốn bằng chương trình “Mỗi làng một triệu Baht”

Chính phủ Thái Lan đã ban hành chính sách và biện pháp cụ thể nhằm bảo đảm tín dụng cho người lao động nông thôn. Bằng cách thiết lập hệ thống tín dụng nông thôn, từng bước giúp người lao động tiếp cận nguồn vốn tín dụng chính thức để khuyến khích đầu tư phát triển các nghề thủ công. Đồng thời chương trình cho vay vốn tối thiểu từ nguồn tài trợ của Chính phủ được thực hiện nhằm tạo cơ hội cho người lao động tự tạo dựng việc làm. Chính phủ Thái Lan trong quá trình điều chỉnh nền kinh tế đã đề xuất nhiều giải pháp, chính sách phát triển nông nghiệp nông thôn (Trần Minh Yên, 2004: 100). Số tiền hỗ trợ vào khoảng một triệu Baht mỗi làng và thường được nhắc đến với tên gọi “Chương trình mỗi làng một triệu Baht” nhằm thúc đẩy sự phát triển của phong trào “Mỗi làng một sản phẩm” đã được đề ra. Trong tháng 6 năm 2002, một cuộc triển lãm các sản phẩm của phong trào (chủ yếu là tô đồng, khăn trải bàn, vải tơ tằm dệt tay, tượng gỗ, rổ mây) đã được tổ chức tại tỉnh Nonthaburi và Chính phủ Thái Lan cho biết chỉ trong 4 tháng đầu năm 2002 chương trình này đã đem lại 3,66 tỷ Baht (84,2 triệu USD) lợi nhuận cho nông dân. Các làng nghề truyền thống được tổ chức tốt và được đưa vào các chương trình tour du lịch của Thái Lan bằng nhiều hình thức, điển hình như tờ rơi giới thiệu chương trình OTOP du lịch.

3. Thực trạng bảo tồn và phát triển nghề thủ công truyền thống gắn với du lịch của tỉnh Cao Bằng

3.1. Chính sách bảo tồn và phát triển nghề thủ công truyền thống gắn với du lịch

Cao Bằng có tiềm năng lớn về tài nguyên du lịch, với những nét độc đáo về tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn. Việc khai thác và phát triển nghề thủ công truyền thống gắn với du lịch ở tỉnh được đẩy mạnh trong những năm gần đây, đặc biệt là từ khi được công nhận danh hiệu Công viên địa chất Non nước Cao Bằng - không ít chính sách khuyến khích hỗ trợ phát triển làng nghề, làng nghề công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp đã được tỉnh ban hành. Trong số đó có thể kể đến văn bản số 3362/UBND-NL, ngày 22/10/2018 của UBND tỉnh về việc triển khai thực hiện Nghị định số 52/2018/NĐ-CP ngày 12/4/2018, giao nhiệm vụ cụ thể cho các Sở, ngành, UBND các huyện, thành phố thực hiện nội dung tại Nghị định.

Nắm bắt được xu thế và tận dụng tiềm năng sẵn có, Cao Bằng đã bước đầu xây dựng kế hoạch nhằm bảo tồn và khai thác giá trị của các nghề thủ công, làng nghề thủ công tiêu biểu, phục vụ du lịch và giảm nghèo. Một số cơ chế, chính sách nhằm bảo tồn, phát triển nghề, làng nghề thủ công truyền thống đã được tỉnh ban hành, trong đó, định hướng phát triển nghề truyền thống, làng nghề gắn với Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” (OCOP) giai đoạn 2018-2020 theo Quyết định số 490/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ và Chương trình Mục tiêu quốc gia xây dựng Nông thôn mới; chú trọng việc xây dựng quy hoạch tổng thể các làng nghề nhằm đưa ra những định hướng

phát triển phù hợp, đặc biệt ưu tiên theo hướng quy hoạch phát triển sản xuất gắn với phục vụ du lịch (Hoàng Quý, 2020). Qua đó, một số nghề, làng nghề truyền thống đã được bảo tồn, phát triển ở dưới dạng tổ hợp tác, nhóm hộ và hộ gia đình; một số sản phẩm trở thành hàng hóa bán ra thị trường, giải quyết việc làm tại chỗ, tăng thu nhập cho người dân lúc nông nhàn và chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông nghiệp, nông thôn. Gắn với du lịch, một số làng đã xây dựng được mô hình du lịch cộng đồng hoặc là điểm đến tham quan, trải nghiệm, thu hút một lượng lớn du khách như làng rèn Pác Rặng, làng làm hương Phia Thấp, làng giấy Dì Trên (xã Phúc Sen, huyện Quảng Hòa), làng dệt thổ cẩm Luống Nội (xã Ngọc Đào, huyện Hà Quảng),...

Năm 2019, tại Thành phố Cao Bằng, Tổng cục Du lịch (Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch) phối hợp Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Cao Bằng tổ chức tọa đàm “Phát triển sản phẩm du lịch thác Bản Giốc gắn với Công viên địa chất toàn cầu Non nước Cao Bằng” nhằm khẳng định giá trị cũng như bàn về giải pháp khắc phục những hạn chế để khai thác, phát triển tiềm năng du lịch của Cao Bằng theo hướng bền vững và hiệu quả. Trước đó, đoàn khảo sát do Tổng cục Du lịch tổ chức đã tiến hành chuyến đi điền dã đến nhiều địa điểm du lịch nổi tiếng và còn hoang sơ thuộc Công viên địa chất Non nước Cao Bằng. Từ hoạt động này, các làng nghề thủ công truyền thống cũng có cơ hội được rà soát, phục hồi và khai thác để phục vụ du lịch.

Đáng lưu ý là Đề án “Phát triển du lịch tỉnh Cao Bằng giai đoạn 2020-2025, tầm nhìn đến năm 2035” của UBND tỉnh Cao Bằng (2020) đã đề ra những nhiệm vụ cơ bản để phát triển du lịch. Đề án chỉ rõ: “Phát triển du lịch tỉnh Cao Bằng nhằm khai thác có hiệu quả tiềm năng du lịch, nhưng phải gắn với bảo tồn các giá trị tự nhiên, môi trường sinh thái và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc theo đúng định hướng và nguyên tắc phát triển bền vững”. Đây chính là tiền đề để các làng nghề truyền thống của tỉnh sẽ được đầu tư bảo tồn và khai thác để phục vụ du lịch.

Việc ban hành, triển khai các chính sách, các dự án, các nghiên cứu đã cho thấy, mặc dù tiềm năng của tài nguyên du lịch nhân văn, trong đó có nghề thủ công truyền thống trong phát triển du lịch của tỉnh là rất lớn, song vấn đề gắn kết 2 yếu tố này để tạo ra những “lợi ích kép” mới đang ở giai đoạn khởi đầu. Trên thực tế, địa phương này vẫn chưa có chiến lược cụ thể trong việc gắn phát triển du lịch gắn với bảo tồn và khai thác làng nghề thủ công truyền thống, vì thế hiệu quả đạt được chưa tương xứng với tiềm năng sẵn có.

3.2. Thực trạng bảo tồn và phát triển nghề thủ công truyền thống gắn với du lịch

Hiện nay, trên địa bàn tỉnh Cao Bằng có 112 nghề thủ công truyền thống (Dạ Đăng, 2022). Thời gian qua, các làng nghề thủ công truyền thống dần được các cấp chính quyền quan tâm khôi phục, đưa vào khai thác và quảng bá tại các sự kiện du lịch, góp phần phát triển dịch vụ du lịch của tỉnh. Các nghề thủ công truyền thống có mặt ở tất cả các huyện, thành phố, nhưng chủ yếu tập trung tại các huyện: Hà Quảng, Quảng Hòa, Nguyên Bình, Trùng Khánh. Nắm bắt xu thế một bộ phận người tiêu dùng, nhất là du khách nước ngoài chuộng sử dụng sản phẩm thủ công truyền thống, các cấp, ngành triển khai nhiều chủ trương, chính sách và giải pháp nhằm phục hồi và phát triển nghề thủ công truyền thống của đồng bào dân tộc thiểu số.

Động lực cơ bản làm nên sức sống bền vững và cũng là thành công lớn nhất của phong trào “Mỗi làng một sản phẩm” là việc đặt người dân vào vị trí trung tâm của quá trình triển khai, phát triển của mọi hoạt động trong phong trào. Chính người dân trong mỗi làng là chủ nhân phát hiện ra tiềm năng của quê hương mình, lập kế hoạch để phát triển các sản phẩm mang tính đặc thù, gìn giữ bản sắc văn hóa và môi trường tại địa phương. Thái độ, sự chuyên nghiệp của người dân tại các làng nghề chính là nét thu hút khách du lịch quan trọng trong phát triển du lịch làng nghề.

Tại các làng nghề, du khách được tham gia trải nghiệm một số công đoạn đơn giản của quá trình tạo nên sản phẩm để khám phá văn hóa bản địa. Những năm gần đây, nhu cầu của khách du lịch tăng cao, để bắt kịp xu hướng của thị trường, tại các làng có nghề, người dân bản địa nghiên cứu, thiết kế thêm nhiều mẫu mã, đa dạng hóa các sản phẩm du lịch. Ví dụ nghề dệt thổ cẩm truyền thống

Luống Nội, xã Ngọc Đào, huyện Hà Quảng mặc dù hiện nay còn 30 hộ duy trì nhưng khả năng thu hút khách du lịch quốc tế đến đây khá lớn bởi hiện tại, nghề dệt nơi đây còn giữ được khá nguyên bản về kỹ thuật lẫn công cụ dệt, với trên 20 khung cửi truyền thống. Những năm gần đây, nhu cầu về mặt hàng lưu niệm thổ cẩm của khách du lịch tăng cao. Để bắt kịp xu hướng của thị trường, một số người thợ trong xóm đã tự nghiên cứu, thiết kế thêm nhiều dạng hoa văn mới để dệt túi sách, bùa may mắn, khăn, mặt gối, mặt chăn, ga, thảm trải ghế, trải giường, đệm, váy dân tộc... nhằm đa dạng hóa các sản phẩm. Đến nay, sản phẩm thổ cẩm của nghệ nhân Nông Thị Thuộc trong xóm Luống Nội đã được mang đi quảng bá trong các hội chợ cả nước và một số quốc gia trong mạng lưới công viên địa chất toàn cầu. Từ đây, sản phẩm thổ cẩm truyền thống của dân tộc Tày tỉnh Cao Bằng đã ghi dấu ấn như một thương hiệu tiêu biểu. Đây là điểm thu hút, gây ấn tượng tốt đẹp cho khách du lịch khi đến tham quan, khám phá và trải nghiệm.

Nhận thức được vai trò, vị trí của phát triển ngành nghề truyền thống gắn với phát triển du lịch, chính quyền các cấp - nơi có các làng nghề, làng có nghề thủ công đã đưa việc bảo tồn, phát huy các nghề truyền thống gắn với phát triển du lịch của địa phương vào trong nội dung các Nghị quyết, kế hoạch hàng năm. Hiện tại, một số làng có nghề thủ công truyền thống đã được lựa chọn trở thành điểm dừng chân của một trong 03 tuyến tham quan chính thuộc Công viên địa chất Non nước Cao Bằng với tên gọi “Trải nghiệm văn hóa bản địa ở xứ sở thần tiên”.

Mặc dù việc bảo tồn và phát triển nghề thủ công truyền thống gắn với du lịch của tỉnh Cao Bằng trong những năm gần đây có nhiều điểm sáng thuận lợi, tuy nhiên qua khảo sát thực tế tại các làng nghề cho thấy, việc phục vụ khách du lịch tại các làng này vẫn còn nhiều khó khăn nhất định, cụ thể như sau:

Một là, người dân tại các làng nghề truyền thống chưa có kinh nghiệm trong lĩnh vực dịch vụ du lịch, dẫn đến việc họ chưa biết cách phục vụ khách du lịch một cách chuyên nghiệp. Điều này dễ hiểu bởi truyền thống của các làng nghề thường xoay quanh việc sản xuất và bán hàng cho người dân trong vùng. Vì vậy, khi tiếp xúc với khách du lịch, người dân làng nghề cảm thấy khó khăn và ngại tương tác với họ. Đặc biệt khi có những đoàn khách du lịch quốc tế - cơ hội để quảng bá sản phẩm của mình ra thế giới nhưng vì rào cản không biết ngoại ngữ, thiếu tự tin nên người dân không trực tiếp giới thiệu được cho khách.

“Những ngày khảo sát tại làng nghề rèn Pắc Ràng, chúng tôi chứng kiến 3 nhóm du khách người Pháp, Anh và Hàn Quốc theo chân hướng dẫn viên của một công ty du lịch ở Hà Nội đến tham quan tại làng. Khi qua các cơ sở sản xuất, du khách được nghe về làng nghề, về sản phẩm chủ yếu qua lời giới thiệu của hướng dẫn viên du lịch, rất ít những hoạt động tương tác giữa khách và nghệ nhân. Ba nhóm khách đó không ai mua một sản phẩm nào từ làng rèn, bởi vậy người dân không có thu nhập từ nhóm du khách này. Khi đó chúng tôi nghĩ, nếu như một bạn trẻ trong cơ sở sản xuất đó tự đứng ra giới thiệu được về những đặc sắc của làng nghề và sản phẩm, tương tác được với du khách thì chắc chắn tiền thù lao của người dân sẽ có, thậm chí có thể bán được sản phẩm cho khách” (Tư liệu thực địa, tháng 6/2022).

Hai là, công tác đào tạo nghề, truyền nghề ở các làng nghề thủ công chưa chú trọng theo hướng gắn với phát triển du lịch. Hình thức truyền nghề “cha truyền con nối” bộc lộ một số hạn chế như bị giới hạn về tay nghề, kỹ năng cũng như thói quen và ý thức kỷ luật, trách nhiệm trong lao động làm ảnh hưởng tới chất lượng sản phẩm và khả năng phát triển sản phẩm, đặc biệt là giới hạn về chất lượng thẩm mỹ và độ tinh xảo trên các sản phẩm thủ công, làm cho sản phẩm của làng nghề khó bán với giá trị cao trên thị trường, đồng thời chưa thực sự hấp dẫn khách du lịch.

Trong mỗi làng nghề thường nổi lên một vài cá nhân xuất sắc, có thể họ chưa được phong danh hiệu nghệ nhân nhưng trong công cuộc hội nhập của làng nghề gắn với du lịch, họ đã sáng tạo nhiều mẫu mã bắt mắt, cải tiến chất lượng sản phẩm nghề thủ công để tạo nét riêng biệt với du khách. Tuy nhiên những kiến thức này chưa được nhân rộng ra các hộ làm nghề khác, chỉ tập trung ở 1-2 hộ trong làng. Trước tốc độ phát triển của các sản phẩm công nghiệp và sự cạnh tranh gay gắt của nền kinh tế thị trường, các sản phẩm thủ công ngày càng đòi hỏi cao về chất lượng thẩm mỹ và độ tinh xảo để phục vụ cho nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng.

Bên cạnh đó, kỹ năng đón tiếp, thuyết trình cho khách du lịch ngay tại cơ sở sản xuất của làng nghề cũng chưa được quan tâm. Khi đến khảo sát tại làng nghề, chúng tôi vừa là nhà nghiên cứu, đồng thời đóng vai là du khách đến tham quan trải nghiệm để quan sát và lắng nghe chủ thể văn hóa ứng xử với khách như thế nào. Kết quả là, phần đa người dân ngại ngùng, ít khi tự chủ động giao tiếp hoặc giới thiệu cho khách về các sản phẩm mà mình có mặc dù quy trình sản xuất họ đã thuộc lòng, chỉ khi có cán bộ thôn đến làm việc giới thiệu trước thì họ tiếp chúng tôi một khoảng thời gian nhất định. Mặc dù kỹ năng về nghiệp vụ hướng dẫn viên du lịch tại điểm của người dân làng nghề đã được Ban Quản lý Công viên địa chất Non nước Cao Bằng cho đi học, nhưng theo phản ánh của người dân thì họ chỉ được phát tài liệu đọc và nghe lý thuyết, chưa có những lớp học đào tạo theo kiểu thực hành để người dân nắm được những kỹ năng cơ bản.

3.3. Một số bài học kinh nghiệm từ Thái Lan áp dụng vào bảo tồn và phát triển nghề thủ công truyền thống gắn với du lịch của tỉnh Cao Bằng

Trong bối cảnh hội nhập và mở cửa, việc kết hợp phát triển du lịch với việc phát triển làng nghề truyền thống được xem là một trong những hướng đi mới trong việc phát triển kinh tế - xã hội. Trong những năm triển khai hoạt động du lịch làng nghề, tỉnh Cao Bằng đã đạt được nhiều thành tựu nhất định, góp phần nâng cao đời sống cho cộng đồng địa phương cũng như bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống của địa phương. Từ những kinh nghiệm của đất nước Thái Lan, trong thời gian sắp tới chính quyền địa phương và ngành du lịch tỉnh Cao Bằng cần có những định hướng và chiến lược lâu dài để phát huy những điểm mạnh, hạn chế các điểm yếu trong việc phát triển nghề thủ công gắn với hoạt động du lịch để đảm bảo sự phát triển hài hòa về kinh tế - xã hội, môi trường và lợi ích cho cộng đồng địa phương.

Trong định hướng bảo tồn và phát triển nghề thủ công, tỉnh Cao Bằng cần có những định hướng rõ ràng, chiến lược lâu dài và bền vững, góp phần nâng cao hiệu quả khai thác du lịch:

i) Để giúp các làng nghề thủ công phát triển gắn liền với du lịch, kết hợp được tính truyền thống và hiện đại, điều quan trọng hàng đầu là phải quan tâm đến công tác đào tạo thợ, hình thành một đội ngũ thợ thủ công vừa có kiến thức văn hoá, mỹ thuật, vừa có tay nghề cao trong các làng nghề bởi đội ngũ này trên nền tảng các nguyên liệu truyền thống sẽ tìm tòi, sáng tạo nên những sản phẩm phù hợp với thị hiếu của du khách, từ đó tăng lượng hàng bán ra, người dân làng nghề sẽ thêm thu nhập. Bên cạnh đó, trong chiến lược phát triển du lịch làng nghề Non nước Cao Bằng ngoài đào tạo nâng cao năng lực chế tác sản phẩm nghề thủ công phục vụ du lịch, rất cần lồng ghép các lớp đào tạo nghiệp vụ hướng dẫn viên. Bởi sản phẩm do họ tạo ra, chính họ thuyết minh, chính họ giới thiệu sẽ mang bản sắc độc đáo, hấp dẫn du khách thập phương.

ii) Cần phát triển cơ sở hạ tầng - cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ tại các điểm du lịch làng nghề. Hầu hết các làng nghề truyền thống tại tỉnh Cao Bằng đều phân bố tại các vùng nông thôn và miền núi nên các điều kiện để phát triển du lịch đều rất hạn chế. Vì vậy, cần nâng cấp tuyến đường giao thông quốc lộ và các tuyến đường nội bộ để có thể tạo điều kiện cho du khách tiếp cận dễ dàng với các điểm du lịch làng nghề; xây dựng và hoàn thiện hệ thống thông tin liên lạc, mở rộng các cơ sở lưu trú và dịch vụ ăn uống gắn liền với môi trường cảnh quan của tộc người thiểu số; nâng cấp hệ thống y tế, bưu điện đáp ứng nhu cầu phục vụ khách du lịch tại các làng nghề.

iii) Cần chú trọng đến công tác đào tạo nguồn nhân lực, nhất là nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn nghiệp vụ du lịch. Chính quyền địa phương cần có chính sách thu hút và phát triển nguồn nhân lực, mở những lớp đào tạo nghiệp vụ du lịch cho người dân địa phương. Nguồn nhân lực tại địa phương chính là nguồn nhân lực có giá trị và nếu được đào tạo bài bản sẽ mang lại hiệu quả cao để góp phần thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch.

iv) Chú trọng đến việc liên kết với các làng nghề khác cũng như các điểm tham quan khác, hấp dẫn trong địa phương nhằm kéo dài ngày lưu trú của khách du lịch và nâng cao doanh thu từ hoạt động du lịch tại các làng nghề. Tuy nhiên cần xây dựng mô hình tốt “Mỗi làng một sản phẩm” để tránh lặp lại và gây ra sự nhàm chán cho du khách.

4. Kết luận

Kinh nghiệm của Thái Lan cho thấy, chương trình “Mỗi làng một sản phẩm”, “Mỗi làng một triệu Baht” hay “Chính sách khuyến khích phát triển du lịch” đã mang lại nhiều kết quả quan trọng trong quá trình phát triển làng nghề truyền thống gắn với phát triển du lịch. Việc bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa luôn là vấn đề cấp thiết, đầy thách thức của các quốc gia, dân tộc, nhất là trong thời đại của kinh tế thị trường và hội nhập sâu rộng như hiện nay. Bảo tồn không phải là giữ cho các giá trị bất biến, mà giữ lại những giá trị cốt lõi mang tính bản sắc riêng của từng loại hình di sản để chúng còn trường tồn chứ không phải mai một hay tàn lụi theo thời gian. Đây là những bài học kinh nghiệm quý báu mà Việt Nam cần tiếp thu chọn lọc và học hỏi, áp dụng vào bảo tồn, phát triển nghề thủ công truyền thống của mỗi tộc người, mỗi địa phương.

Với bề dày kinh nghiệm trong phát triển ngành du lịch, đặc biệt là du lịch quốc tế, Thái Lan đã đưa du lịch làng nghề trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, xứng đáng là điểm đến hấp dẫn của du khách quốc tế, đóng góp quan trọng vào sự phát triển kinh tế - xã hội của Thái Lan. Thành công trong phát triển du lịch làng nghề của Thái Lan bắt nguồn từ những lợi thế động và có các chỉ số cạnh tranh rất cao. Xây dựng thành công chính sách và quy hoạch tốt đã giúp Thái Lan khai thác hiệu quả hoạt động du lịch tại các làng nghề. Việc xây dựng chính sách OTOP đã góp phần hạn chế việc đung chim lợi ích và phát huy tốt việc khai thác giá trị sản phẩm. Bên cạnh đó, chính việc xây dựng “Mỗi làng một sản phẩm” cũng góp phần tạo ra sự riêng biệt, nét thu hút riêng của từng làng nghề truyền thống và tạo giá trị khai thác du lịch. Những kinh nghiệm về phát triển du lịch làng nghề của Thái Lan rất đáng để các quốc gia đi sau nghiên cứu và học tập; thiết nghĩ là rất cần thiết và bổ ích đối với tỉnh Cao Bằng hiện nay trong bảo tồn và phát triển nghề thủ công gắn với du lịch.

Tài liệu tham khảo

Dạ Đăng. (22/3/2023). Phát triển nghề thủ công truyền thống gắn với du lịch bền vững. *Báo điện tử Cao Bằng*. <https://baocaobang.vn/Du-lich/Phat-trien-nghe-thu-cong-truyen-thong-gan-voi-du-lich-ben-vung/91721.bcb>

La Ngà, Kim Dung. (2022). Tổng lượt khách du lịch trong quý I/2022 bằng 83,3% so với cùng kỳ năm trước. *Cao Bằng tv*. <http://caobangtv.vn/tin-tuc-n48891/tong-luot-khach-du-lich-trong-quy-i2022-bang-833-so-voi-cung-ky-nam-truoc.html>

Nguyễn Thị Thu Thủy. (1/1/2021). Thăm làng gốm cổ của Thái Lan. *Công an nhân dân online*. <https://cand.com.vn/Kinh-te-Van-hoa-The-Thao/Tham-lang-gom-co-cua-Thai-Lan-i592941/>

Nguyễn Văn. (1995). Chính sách phát triển nông nghiệp và nông thôn của Chính phủ Thái Lan. *Quản lý nông nghiệp*. Số 14.

Nguyễn Xuân Thiên, Hà Minh Tuấn. (19/3/2016). Kinh nghiệm phát triển du lịch của Thái Lan và một số gợi ý đối với Việt Nam. *Dân sinh*. <https://baodansinh.vn/kinh-nghiem-phat-trien-du-lich-cua-thai-lan-29000.htm>

Phạm Thị Mai Yến. (2017). Phát triển làng nghề gắn với phát triển du lịch, bài học kinh nghiệm và đề xuất áp dụng cho Thái Nguyên. *Nghiên cứu Kinh tế*. Số 12 (475).

Quốc Đạt. (19/12/2019). Du lịch Cao Bằng tăng trưởng mạnh trong năm 2019. *VOV tv*. <https://truyenhinhdulich.vn/tin-tuc/du-lich-cao-bang-tang-truong-manh-trong-nam-2019-14108.html>

Quỳnh Dương. (16/3/2020). Thành công của mô hình làng nghề tại Thái Lan”. *Hà Nội Mới*. <http://www.hanoimoi.com.vn/tin-tuc/Chuyen-la/961260/thanh-cong-cua-mo-hinh-lang-nghe-tai-thai-lan>

Trần Minh Yến. (2004). *Làng nghề truyền thống trong quá trình Công nghiệp hóa - Hiện đại hóa*. Nxb. Khoa học xã hội.