

Khởi nghiệp từ vốn văn hóa dân tộc:

Can đảm lựa chọn, đam mê kinh doanh, trân trọng văn hóa và bản lĩnh đương đầu

■ Minh Hải

Chuyện của người khởi nghiệp

Trong quá trình làm việc và trao đổi công việc, tôi được quen biết với một số chủ doanh nghiệp nhỏ, là những người đã có thành công nhất định trong quá trình khởi nghiệp từ vốn văn hóa dân tộc. Ai cũng biết, phát triển kinh tế từ vốn văn hóa là con đường vô cùng gian nan và đầy rủi ro, thách thức. Ngay cả những tập đoàn lớn khi đầu tư vào các lĩnh vực phát triển kinh tế từ vốn văn hóa cũng gặp nhiều thất bại. Cả những đề án phát triển của các cơ quan nhà nước trong lĩnh vực này cũng không mang lại nhiều hiệu quả. Nhưng vẫn có những người trẻ, với đam mê và nhiệt huyết của mình đã dấn thân vào con đường đầy rẫy khó khăn nhưng cũng rất hấp dẫn đó.

Đầu tiên là câu chuyện của chị Lương Thanh Hạnh, Giám đốc Công ty Cổ phần Thương mại Hanhsilk, Chủ nhiệm Hợp tác xã Dệt đũi Nam Cao (huyện Kiến Xương, tỉnh Thái Bình), một thương hiệu về lụa tơ tằm truyền thống đang được nhiều người trong và ngoài nước yêu thích. Sinh ra ở Thanh Hóa, trong một gia đình chẳng có ai liên quan đến nghề dệt tơ lụa, tốt nghiệp đại học ngành du lịch và làm việc trong lĩnh vực thiết kế nội thất, nhưng chị Hạnh lại bén duyên với nghề dệt tơ lụa. Từ một chuyến đi về nông thôn ở xã Nam Cao đã đưa ra cho chị nhiều trăn trở. Để rồi khi tìm kiếm câu trả lời cho những trăn trở đó là sự ra đời của thương hiệu Hanhsilk vào năm 2011. Sau đó chị cùng bà con nhân dân thành lập Hợp tác xã Lụa đũi Nam Cao để cùng

phát triển. Dệt lụa Nam Cao đã tồn tại từ bao đời nay, là làng nghề có hơn 400 tuổi. Tơ lụa Nam Cao cũng nổi tiếng và được xuất khẩu đi nhiều nước. Nhưng rồi vì nhiều nguyên nhân khác nhau mà làng nghề này dần bị mai một. Khi chị Hạnh về thì chỉ còn lác đác một vài khung cửi. Nhưng những câu chuyện lịch sử về nghề dệt ở đây đã hấp dẫn chị và chị muốn một lần nữa làm sống dậy những khung cửi trong làng, đưa sản phẩm dệt Nam Cao quay lại thị trường để khẳng định giá trị của những câu chuyện lịch sử mà chị được biết, cũng là để quảng bá một yếu tố văn hóa truyền thống của người dân nơi đây. Ban đầu, chị động viên được 9 gia đình tham gia, sau đó lên đến ba chục người và hiện tại có hơn 200 thành viên tham gia vào Hợp tác xã Lụa đũi Nam Cao. Sản phẩm lụa tơ tằm Nam Cao được xuất khẩu ra nhiều nước và trở thành một thương hiệu được yêu thích trên thị trường. Nó cũng nâng tầm thương hiệu Hanhsilk lên cao hơn. Sau hơn mười năm, chị Hạnh và các đồng nghiệp đã khôi phục lại làng nghề dệt lụa đũi Nam Cao, tạo ra cả một vùng trồng dâu hơn 700ha, tạo ra tuyến du lịch văn hóa làng nghề và tạo công ăn việc làm cho hàng ngàn người, đặc biệt là dành cho những người già trên 60 tuổi có thu nhập ổn định và không phải phụ thuộc vào con cái, trở thành sinh kế chính cho

hơn 1000 hộ gia đình trong cả nước. Chia sẻ với mọi người, chị Hạnh khiêm tốn nói rằng: “Lúc bước vào xây dựng và phát triển sản phẩm lụa tơ tằm Nam Cao và thương hiệu Hanhsilk thì tôi không nghĩ nhiều về khởi nghiệp hay về phát huy vốn văn hóa dân tộc vào phát triển kinh tế. Tôi nghĩ đây là sự lựa chọn để tìm kiếm một hướng đi riêng cho mình, tìm kiếm công ăn việc làm và thu nhập cho chính mình và cho những người khác. Khi lựa chọn lĩnh vực này, nhiều người bảo tôi bị hâm, đi lựa chọn cái sản phẩm đã thất bại thì sao mà dựng lại được. Người dân cũng không tin vào tôi lắm. Nhưng sau nhiều lần thuyết phục, một số người đã ủng hộ, dù ban đầu chưa nhiệt tình. Nhưng rồi sau những khởi sắc ban đầu, đã thu hút được một số gia đình khác cùng tham gia. Dần dần tôi kết hợp giữa phát triển sản phẩm thủ công nghiệp với du lịch. Du khách đến mua hàng tại chỗ, tham quan, trải nghiệm, qua đó quảng bá hình ảnh ra xa hơn. Khi du lịch phát triển thì kéo theo nghề dệt tơ lụa phát triển theo. Cứ vậy mà thu nhập ngày càng tăng lên. Bây giờ nhìn lại mới thấy, sự lựa chọn của mình có lẽ đã chính xác, ít nhất đến hiện tại tôi thấy mình có đóng góp những giá trị nhất định khi gìn giữ và phát triển một sản phẩm gắn với văn hóa truyền thống của một cộng đồng”.

Cũng như Lương Thanh Hạnh, chị Vi Thị Thắm, một phụ nữ người Thái ở huyện Con Cuông, tỉnh Nghệ

An cũng lựa chọn khởi nghiệp từ vốn văn hóa. Chị Thắm từng học ở Úc về, được nhiều nơi tuyển dụng nhưng lại lựa chọn về quê lập nghiệp. Chị tập trung vào phát triển du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng ở miền Tây xứ Nghệ. Ban đầu chị chủ yếu đầu tư vào các tuyến du lịch ở Con Cuông, tập trung ở điểm du lịch Phà Lài, là Giám đốc Khu du lịch sinh thái Phà Lài với nhiều sản phẩm du lịch khác nhau. Sau đó chị thành lập Trung tâm Điều phối Du lịch Miền Tây xứ Nghệ TNT - Tây Nghệ Tourist để phát triển du lịch văn hóa rộng rãi hơn. Các sản phẩm du lịch mà chị Thắm xây dựng đều gắn với các giá trị văn hóa truyền thống của các cộng đồng dân tộc thiểu số ở miền Tây Nghệ An. Với cách nhìn rộng lớn hơn, chị đã xây dựng các tour du lịch kết nối nhiều giá trị văn hóa truyền thống của các cộng đồng khác nhau, vừa kéo dài thời gian lưu trú của khách, vừa khai thác được các nét đặc trưng văn hóa của nhiều cộng đồng. Cũng vì vậy mà nhiều sản phẩm văn hóa được tham gia vào thị trường du lịch hơn, qua đó tạo công ăn việc làm và thu nhập cho nhiều người.



Chị Lương Thanh Hạnh và thương hiệu Hanhsilk

Chị Hạnh hay chị Thẩm chỉ là vài câu chuyện cụ thể trong vô vàn những con người lựa chọn vốn văn hóa để khởi nghiệp. Nhưng họ có những diễn ngôn khác nhau về khởi nghiệp, về phát triển kinh tế hay về khai thác vốn văn hóa. Và trong hàng ngàn trường hợp đó, cũng có người thành công và người thất bại. Nhưng những câu chuyện của họ luôn có những giá trị nhất định đóng góp vào quá trình tìm hiểu để khởi nghiệp từ vốn văn hóa dân tộc.

Vượt qua các thách thức: “Đường dài mới biết ngựa hay”

Khởi nghiệp từ vốn văn hóa dân tộc là một lựa chọn gian truân, cần sự đam mê và lòng can đảm. Bởi xét cho cùng, đầu tư phát triển kinh tế từ vốn văn hóa có một số đặc điểm quan trọng: Trước hết là cần nhiều vốn đầu tư nhưng phải đầu tư tập trung chứ không đầu tư theo diện rộng được. Các giá trị văn hóa rất khó khai thác vào phát triển kinh tế, nên cần phải đầu tư lớn hơn so với các lĩnh vực khác. Thứ hai là chậm thu hồi vốn. Khởi nghiệp từ vốn văn hóa dân tộc là các mô hình đầu tư văn hóa, nhiều vốn nhưng thu hồi chậm bởi cần phải có thời gian để kiểm chứng các sản phẩm văn hóa, sự kén chọn về khách hàng cũng như giá trị tiêu dùng cần được đảm bảo. Vậy nên những lĩnh vực này không có chỗ cho sự làm ăn chớp giật. Thứ ba, khởi nghiệp từ vốn văn hóa đối diện với nhiều nguy cơ rủi ro. Tỷ lệ thất bại trong lĩnh vực khởi nghiệp từ vốn văn hóa cao hơn các lĩnh vực khác bởi nó phức tạp, không dự báo như các lĩnh vực kinh tế thông thường được, lại nhạy cảm về sự biến đổi nên không dễ để thành công. Tuy nhiên, một khi phát huy được hiệu quả thì nó mang lại nhiều giá trị cùng lúc chứ không chỉ riêng giá trị kinh tế. Cuối cùng là khó dự báo, khó tiên liệu được con đường phát triển của quá trình khởi nghiệp từ vốn văn hóa dân tộc. Trong đầu tư kinh tế, việc

khó tiên đoán các chặng đường phát triển là vấn đề mà các chủ đầu tư lo ngại nhất, bởi họ không chủ động được trong quá trình đầu tư của mình. Với một lĩnh vực trừu tượng, phức tạp như kinh doanh văn hóa thì mọi dự báo, tiên đoán chỉ mang tính chất tham khảo. Vậy nên, lựa chọn khởi nghiệp từ vốn văn hóa là lựa chọn chông gai, sẵn sàng chấp nhận rủi ro và phải đi những chặng đường dài may ra mới có thành công.

Một vấn đề chung mà hầu hết những người lựa chọn khởi nghiệp từ vốn văn hóa chia sẻ là khi họ đưa ra lựa chọn đó thì làm cho những người xung quanh họ không khỏi ngạc nhiên. Họ bị gọi là “hâm” khi mang tiền đi đầu tư vào những lĩnh vực mà không biết tương lai sẽ thế nào. Sở dĩ như vậy vì đây là sự lựa chọn các giá trị truyền thống, vốn khác xa những giá trị thị trường hiện đại, vào một thị trường hiện đại phát triển như vũ bão. Đây là sự lựa chọn các giá trị khác biệt văn hóa để đi vào thị trường. Mà các giá trị văn hóa khác biệt thì không phải ai cũng nhận ra và không phải ai cũng chấp nhận. Thế nên, đây là một sự lựa chọn con đường nhỏ, đường lẻ để đi bên cạnh những xa lộ, những dòng chảy lớn của kinh tế thị trường. Thế nên những người lựa chọn con đường này để khởi nghiệp trong mắt người khác trở nên khác biệt nên bị gọi là “hâm”, là “liều”. Nhưng điều đó cũng thể hiện sự can đảm của người khởi nghiệp. Một người trẻ bước chân vào khởi nghiệp thì ngoài kiến thức và bản lĩnh kinh doanh, cần phải có sự can đảm trong lựa chọn, sự nhanh nhạy trong phân tích, sự đam mê trong nghề nghiệp và sự kiên trì trên đường đi.

Khởi nghiệp từ vốn văn hóa dân tộc gắn với tình yêu, niềm đam mê và sự trân trọng các giá trị văn hóa truyền thống dân tộc. Có những người khởi nghiệp từ nguồn vốn văn hóa của cộng đồng mình như trường hợp của chị Vi Thị Thẩm lựa chọn về quê hương để phát huy các giá trị văn hóa



Chị Vi Thị Thắm tập trung phát triển văn hóa, du lịch cộng đồng ở miền Tây xứ Nghệ

của người Thái, từ đó mở rộng ra các cộng đồng gần đó. Cũng có những người khởi nghiệp từ nguồn vốn văn hóa của một cộng đồng khác mà họ lựa chọn như trường hợp chị Hạnh người Thanh Hóa nhưng khởi nghiệp từ nghề dệt lụa Nam Cao ở Thái Bình... Nhưng dù sao thì họ cũng phải có niềm đam mê, sự trân trọng các giá trị văn hóa. Nếu không có được điều đó, họ không chỉ thất bại trong khởi nghiệp mà còn làm ảnh hưởng tiêu cực đến các giá trị văn hóa truyền thống. Mục tiêu của họ khi khởi nghiệp là làm sao để làm hồi sinh những giá trị văn hóa và càng ngày càng làm cho nguồn vốn văn hóa đó giàu lên, làm cho người dân địa phương giàu lên từ nguồn của cải mà cha ông bao thế hệ để lại. Như vậy, không chỉ phát triển kinh tế, khởi nghiệp từ vốn văn hóa còn làm cho các giá trị văn hóa tỏa sáng, khuyến khích công tác bảo tồn di sản văn hóa truyền thống, nâng cao ý thức và tâm lý con người đối với bản sắc văn hóa dân tộc. Và để đạt được mục tiêu, họ phải vượt qua một chặng đường dài từ 7-10 năm, vượt qua những khó khăn không chỉ từ kinh tế mà cả từ những định kiến, từ sự vận động xã hội. Nhưng khi vượt qua được những điều đó, họ được cộng đồng ghi nhận, được thị trường chấp nhận và được hưởng những kết quả xứng đáng bởi nhiều người được nhận lợi ích và chia sẻ giá trị của quá trình khởi nghiệp của họ.

Tóm lại, hầu hết các giá trị văn hóa dân tộc đều là một nguồn vốn quan trọng, đều là những nhân tố có giá

trị kinh tế khác nhau. Nếu biết vận dụng những nguồn vốn văn hóa dân tộc này vào quá trình phát triển kinh tế sẽ mang lại nhiều giá trị to lớn. Vốn văn hóa dân tộc cũng là nguồn cảm hứng to lớn cho những ai muốn khởi nghiệp từ di sản của cha ông để lại nếu họ có đủ bản lĩnh và đam mê. Khởi nghiệp từ vốn văn hóa dân tộc là con đường vinh quang nhưng đầy rẫy chông gai, là một quãng đường dài chứ không phải là một đoạn đường. Vậy nên để đi đến đích thì người khởi nghiệp cần phải can đảm, đủ lòng đam mê khởi nghiệp, đủ lòng yêu quý và trân trọng các giá trị văn hóa truyền thống, đủ trí tuệ và sáng tạo để vận dụng nguồn vốn văn hóa và đủ bản lĩnh để vượt qua những khó khăn. Họ sẽ được vinh danh khi thành công, và cả khi thất bại, họ vẫn có những đóng góp nhất định cho công việc bảo tồn, phát huy nguồn vốn văn hóa dân tộc vào phát triển kinh tế qua những câu chuyện và kinh nghiệm mà họ để lại. Trong bối cảnh hiện tại, cần phải khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp lựa chọn khởi nghiệp từ vốn văn hóa dân tộc vì nó cần thiết cho sự phát triển bền vững của đất nước./.