

Duy trì và phát triển nghề và phố nghề truyền thống ở khu phố cổ Hà Nội

NGUYỄN XUÂN MAI

I. Mở đầu:

Duy trì và phát triển nghề và phố nghề truyền thống ở khu phố cổ Hà Nội nói riêng và bảo tồn các di sản văn hóa dân tộc nói chung, trong quá trình hiện đại hóa - công nghiệp hóa, đang là vấn đề ngày càng thu hút sự quan tâm của giới hoạch định chính sách, các nhà quản lý đô thị, bảo tồn văn hóa, qui hoạch, kiến trúc và các nhà nghiên cứu đô thị.

Trong khuôn khổ Dự án "Hà Nội 2010: Di sản và đặc trưng văn hóa", hợp tác giữa Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội với hai thành phố Bruxells và Toulouse, một nghiên cứu nhỏ được tiến hành dựa trên cách tiếp cận lịch sử và xã hội học. Bài viết giới thiệu một số kết quả từ nghiên cứu này với hai nội dung chính: 1) Thực trạng các nghề và phố nghề truyền thống ở khu phố cổ Hà Nội (qua nghiên cứu trường hợp 3 nghề truyền thống: nghề kim hoàn ở phố Hàng Bạc, nghề thêu ren, lụa ở phố Hàng Gai, nghề tiện gỗ ở phố Tố Tịch); 2) Một số giải pháp cơ bản nhằm duy trì và phát triển các nghề và phố nghề truyền thống ở khu phố cổ Hà Nội.

II. Thực trạng các nghề và phố nghề truyền thống ở khu phố cổ Hà Nội hiện nay

2.1. Đặc điểm xã hội của nghề và phố nghề ở khu phố cổ:

Nhóm doanh nhân:

Phần lớn doanh nhân trong khu phố cổ (66,7%) là dân gốc ở đây. Ngoại lệ có nghề kim hoàn có gần một nửa (47,4%) số hộ sản xuất - kinh doanh vốn là người tỉnh khác. Đa số chủ sản xuất - kinh doanh (69,3%) có học vấn từ trung học phổ thông trở lên, một phần tư có trình độ đại học hay cao đẳng. Đa số họ được đào tạo những nghề có liên quan đến hoạt động sản xuất - kinh doanh hiện nay. 56,0% số chủ sản xuất - kinh doanh có tuổi đời trên 45, có tuổi nghề trên 10 năm. 70,7% số hộ sản xuất - kinh doanh bắt đầu làm nghề từ trước năm 1995.

Như vậy, với tuổi đời và tuổi nghề khá cao, kinh nghiệm sống và kinh nghiệm nghề nghiệp của phần lớn chủ cơ sở sản xuất - kinh doanh là rất đáng kể. Đây là một

lợi thế của nhóm doanh nhân cho việc duy trì và phát triển nghề truyền thống ở khu phố này.

Khoảng một nửa (46,7%) số hộ sản xuất - kinh doanh được khảo sát có nghề do ông bà truyền lại. Một tỷ lệ ít hơn có người thân đang sản xuất - kinh doanh cùng nghề ở nơi khác, chủ yếu là nghề kim hoàn (42,1%).

Nhóm thợ thủ công:

Số thợ thủ công ở ba phố nghề được khảo sát chỉ chiếm 22,2%. Phần lớn họ là người bán hàng, chứ không phải là người sản xuất. Học vấn của họ cao hơn so với những người chủ của họ. Gần hai phần ba số người bán hàng và thợ thủ công (60,5%) có trình độ học vấn từ trung cấp trở lên, trên một nửa (51,9%) có trình độ đại học hay cao đẳng, và chỉ có 12,3% trong số họ mới học hết trung học cơ sở. Hầu hết số thợ thủ công và người bán hàng ở các cơ sở sản xuất - kinh doanh (93,8%) là người dân sống ở nội ngoại thành Hà Nội. Có đến gần một phần ba trong số họ sống ở các khu phố cổ (32,1%) và gần một nửa sống ở các quận nội thành Hà Nội (46,9%). Trong số họ chỉ có 16,0% là họ hàng thân thích với chủ hộ sản xuất - kinh doanh như vợ hoặc chồng, con, dâu rể, cháu. 18,5% có họ hàng bà con xa với chủ hộ sản xuất - kinh doanh. Và có đến 65,4% là người ngoài được thuê vào làm tại cơ sở.

Số lao động nữ tham gia vào các cơ sở sản xuất - kinh doanh ở 3 phố nghề truyền thống - phố Hàng Bạc, phố Tố Tịch, phố Hàng Gai đều nhiều hơn số lao động nam. Trên ba phần tư số người bán hàng và thợ thủ công (76,5%) hiện đang làm việc tại các cơ sở sản xuất - kinh doanh này là nữ.

Số thợ thủ công và người bán hàng làm việc trên 5 năm ở các cơ sở sản xuất - kinh doanh là khá ít và chỉ chiếm 24,7%. Số thợ thủ công và người bán hàng còn lại làm việc từ 1 đến 5 năm (73,5%).

81,5% số thợ thủ công và người bán hàng có dự tính tiếp tục công việc hiện tại của mình ở cơ sở sản xuất - kinh doanh. Số người muốn thay đổi nghề là chỉ chiếm 13,6%. Điều này cho thấy số người gắn bó với nghề này là khá cao. Đây cũng là một lợi thế cho việc duy trì và phát triển các nghề truyền thống ở khu phố cổ.

2.2. Đặc điểm sản xuất - kinh doanh nghề truyền thống ở khu phố cổ

Việc phân tích các đặc điểm sản xuất kinh doanh nghề truyền thống ở khu phố cổ tạo cơ sở thực tiễn cho các giải pháp duy trì và bảo tồn nghề truyền thống. Những đặc điểm này bao gồm loại hoạt động kinh tế chính, tính chất sở hữu, qui mô sản xuất, kỹ thuật sản xuất, các yếu tố đầu vào và đầu ra của quá trình sản xuất, quan hệ phường hàng, điểm mạnh yếu, các thách thức và cơ hội, triển vọng của nghề truyền thống ở khu phố cổ.

Hoạt động kinh doanh là hoạt động chính ở phần lớn (62,7%) hộ được khảo sát. Trên một phần tư số hộ (28,0%) vừa sản xuất, vừa kinh doanh và chỉ có 8% hộ thuần túy sản xuất. Phần lớn hộ khảo sát (76,0%) là chủ sở hữu của hàng, địa điểm

sản xuất - kinh doanh.

Qui mô sản xuất - kinh doanh nhỏ là phổ biến, với diện tích địa điểm sản xuất - kinh doanh bé (70,7% có diện tích từ 20 m² trở xuống, chỉ 9,7% có diện tích từ 50-120m²) và số lao động ít (52% chỉ có 1-2 lao động và chỉ có 8,0% từ 10 lao động trở lên). Sản xuất - kinh doanh chủ yếu mang tính chất hộ gia đình, gần một nửa (45,3%) số cơ sở không thuê lao động bên ngoài và có 2 cơ sở thuê trên 10 lao động.

Kỹ thuật sản xuất truyền thống còn được lưu giữ ở các mức độ khác nhau, tùy từng nghề và loại sản phẩm, nhưng vẫn giữ được tầm quan trọng và có loại sản phẩm như cò, lọng thì kỹ thuật truyền thống là không thay thế được. Ngành kim hoàn có gần một nửa số hộ (47,4%) khẳng định sử dụng kỹ thuật truyền thống để sản xuất, so với khoảng một phần tư (27,6%) số hộ nghề lụa, thêu ren. Nghề kim hoàn dù có nhiều loại máy hiện đại sản xuất đồ nữ trang, nhưng khâu khuôn mẫu cũng phải do thợ lành nghề thực hiện bằng kỹ thuật thủ công truyền thống.

Sự cải tiến kỹ thuật truyền thống và phối hợp kỹ thuật truyền thống và hiện đại khá phổ biến ở cả 2 loại nghề kim hoàn và lụa, thêu ren. Điều đó tạo ra sự đa dạng, phong phú các loại sản phẩm, làm gia tăng giá trị sản phẩm và đáp ứng tốt hơn những nhu cầu thị trường ngày càng cao và đa dạng.

Nghề thêu ren Việt Nam chịu ảnh hưởng lớn của phong cách Pháp, tuy nhiên cũng có rất nhiều kỹ thuật độc đáo, mà các sản phẩm Trung Quốc cũng như các khu vực khác không có được. Sản phẩm có độ hoàn thiện cao. (Nhận xét của chuyên gia marketing, Đoàn nghiên cứu JICA về các làng nghề Việt Nam).

Nguồn nguyên liệu chủ yếu nhất cho sản xuất - kinh doanh của các hộ chủ yếu là làng nghề tỉnh khác (44,0%) hay tỉnh khác (21,3%), còn trong phạm vi khu phố cổ chỉ có 22,6% và từ khu vực khác của Hà Nội là 17,3%.

Nguồn sản phẩm chủ yếu được cung cấp từ các làng nghề Bắc Bộ (56%), từ các tỉnh khác (30%) và một phần khiêm tốn hơn từ cùng phố hay khu phố cổ, cũng như từ các làng nghề Hà Nội. Vai trò cung cấp sản phẩm từ các làng nghề tỉnh khác và những tỉnh khác, đặc biệt quan trọng đối với các nghề lụa, thêu ren, thủ công mỹ nghệ. Vai trò này cũng quan trọng đối với nghề kim hoàn, nhưng sự cung cấp của chính phường hàng cùng phố là rất phổ biến (36,8%) và tự sản xuất là đáng kể (10,5%).

Nguồn vốn gia đình đóng vai trò chủ yếu trong hoạt động sản xuất - kinh doanh, chiếm 93,3% số hộ được phỏng vấn. Một nguồn vốn quan trọng khác là mua hàng trả chậm: 24,0% số hộ. Tuy nhiên, trong trường hợp mua hàng trả chậm, nhiều thợ thủ công ở các làng nghề thường bị chiếm dụng vốn và ở thế bị thiệt thòi. Vốn vay người thân, chiếm khoảng một phần mười số hộ. Nguồn vay khác, trong đó có vay lãi tư nhân khá quan trọng, với 13,3% số hộ trả lời. Tín dụng từ ngân hàng chỉ giữ vị trí khiêm tốn ở 4,0% số hộ sản xuất - kinh doanh. Như thế, từ cơ cấu nguồn vốn có thể thấy, việc khuyến khích trường hoạt động sản xuất - kinh doanh lên qui mô lớn không dễ dàng.

Mối quan hệ trong phường hàng diễn ra với gần một nửa số hộ được hỏi (44,0%) và chủ yếu là giới thiệu khách hàng (20,0%), mua nguyên liệu, mua sản phẩm, quan hệ giá cả, quan hệ về kỹ thuật sản xuất, cạnh tranh (trên dưới 10% số hộ).

Mối quan hệ trong phường hàng, nơi tập trung nhiều quan hệ họ hàng và đồng hương cùng làng, là khá gắn bó trong cung cấp sản phẩm ở nghề kim hoàn, phù hợp với qui mô sản xuất - kinh doanh nhỏ, tuy nhiên dường như chưa thật sự rộng rãi.

Thị trường nội địa, chủ yếu là Hà Nội và khách du lịch, chiếm thị phần chính của các nghề được khảo sát. Thị trường các tỉnh là quan trọng. Điều đó cho thấy sự cần thiết gắn kết hoạt động du lịch với việc duy trì và phát triển nghề truyền thống. Nguồn khách hàng chủ yếu của các hộ sản xuất - kinh doanh được hỏi là khách Hà Nội (89,3%), khách nước ngoài (60,0%), khách các tỉnh (45,3%). Khách du lịch không có vị trí đáng kể trong nguồn khách hàng của nghề kim hoàn (5,3%).

Thị trường các tỉnh ngoài việc giữ một thị phần quan trọng, còn giúp duy trì việc sản xuất các sản phẩm truyền thống, với kỹ thuật truyền thống, như ở nghề kim hoàn.

Các loại hàng truyền thống lại phải có thợ truyền thống. Các cửa hàng đại bộ phận sẽ là hàng truyền thống. Bởi vì các hiệu vàng các tỉnh sẽ phải về đây đổi.

Sản xuất vẫn như ngày xưa thôi. Những hoa mặt đầu, hoa mặt giàn, hoa tai bèo là những sản phẩm truyền thống của ngày xưa. Hoặc các loại dây chuyền, có hai loại, dây vặn và dây dũa vuông. Các sản phẩm ngày xưa, ở các tỉnh, đại bộ phận người dân vẫn dùng nhiều. (Case 2, nam, nghề nhân kim hoàn, 74 tuổi).

Những mặt mạnh chủ yếu của các cơ sở sản xuất - kinh doanh trên 3 phố nghề này là “Kinh nghiệm lâu đời”, “Có địa điểm kinh doanh thuận lợi”, “Có mối quan hệ tốt với khách hàng”. Nghề lụa, thêu ren dường như có nhiều thế mạnh hơn như “Tạo dựng được thương hiệu”, “Thiết kế được nhiều mẫu mã sản phẩm mới”, “Có nguồn cung cấp nguyên vật liệu, sản phẩm ổn định”, “Tạo đủ nguồn vốn để sản xuất - kinh doanh”, “Nắm bắt nhanh thị hiếu khách hàng”. Nghề kim hoàn có ưu thế hơn ở mặt: “Có đội ngũ nghệ nhân, thợ thủ công giỏi” (xem bảng 1).

Tuy nhiên, chỉ trên dưới một nửa số cơ sở sản xuất - kinh doanh khẳng định những thế mạnh này.

Mối liên kết thành phường hàng, vốn là một đặc điểm, một ưu thế của phố nghề khu phố cổ Hà Nội trong quá trình lịch sử, lại không được nhiều chủ cơ sở sản xuất - kinh doanh cho đây là thế mạnh của mình (chỉ trên dưới 10% số chủ cơ sở). Sự liên kết chủ yếu là giữa anh chị em, họ hàng cùng nghề.

Điểm mạnh thứ nhất, họ có ý thức truyền thống gia đình, họ giữ gìn truyền thống gia đình. Trong phố cổ, có nề nếp gia truyền, đó là một cái rất quý, có lẽ đặc biệt chỉ ở trong các phố cổ mới có. Họ gọi là nghề gia truyền, tức là người nọ truyền cho người kia. (Case 2, nam, nghề nhân kim hoàn, 74 tuổi).

Bảng 1. Điểm mạnh của các cơ sở sản xuất - kinh doanh theo các nghề (% số cơ sở)

S TT	Điểm mạnh của các cơ sở sản xuất - kinh doanh	Kim hoàn	Đồ lưu niệm	Lụa, thêu ren	Khác	Tổng
1	<i>Kinh nghiệm lâu đời</i>	73,7	6,7	51,7	58,3	49,3
2	Có đội ngũ nghệ nhân, thợ thủ công giỏi	42,1	6,7	24,1	25,0	25,3
3	Có người bán hàng giỏi	10,5	6,7	17,2	8,3	12,0
4	Tạo dựng được thương hiệu, tiếng tăm với khách hàng.	21,1	6,7	37,9	25,0	25,3
5	<i>Có địa điểm kinh doanh thuận lợi</i>	52,6	40,0	58,6	41,7	50,7
6	Thiết kế được nhiều mẫu mã sản phẩm mới	21,1	6,7	34,5	8,3	21,3
7	Có nguồn cung cấp nguyên vật liệu, sản phẩm ổn định	26,3	26,7	55,2	33,3	38,7
8	Tạo đủ nguồn vốn để sản xuất - kinh doanh	10,5	20,0	31,0	16,7	21,3
9	Nắm bắt nhanh thị hiếu khách hàng	21,1	13,3	37,9	8,3	24,0
10	<i>Có mối quan hệ tốt với khách hàng</i>	31,6	26,7	41,4	41,7	36,0
11	Quan hệ trong phường hàng tốt, liên kết hỗ trợ lẫn nhau	10,5	6,7	10,3	8,3	9,3
12	Khác	10,5	20,0	6,9	8,3	10,7

Điểm yếu chính của các cơ sở sản xuất - kinh doanh những nghề được khảo sát là “Thiếu mặt bằng sản xuất - kinh doanh”(40%). “Thiếu mẫu mã sản phẩm mới” cũng là yếu điểm đáng kể của nghề này (17,3%). Một số điểm yếu khác cần tính đến ở cả 4 loại nghề là “Con cái không muốn theo nghề, nối nghiệp” (21,3%) và “Thiếu vốn”, hay “Thiếu người bán hàng giỏi” ở nghề lụa, thêu ren và đồ lưu niệm (26%-27%).

Qua phỏng vấn sâu, những người quản lý các cơ sở sản xuất đồ thêu ren cho biết, nguồn nhân lực sản xuất của họ thường là các làng nghề truyền thống vùng Bắc bộ như Quất Động, Thường Tín, Hà Tây. Đây vừa là thế mạnh của nghề này vì nguồn nhân công rẻ, số lượng lao động lớn, linh hoạt trong sản xuất, không tốn phí xây dựng nhà xưởng, giảm chi phí bảo hiểm xã hội... Nhưng nguồn lao động tại các làng nghề nhiều khi lại là thế yếu của những cơ sở này bởi họ chỉ sản xuất thủ công lúc nông nhàn, hay chỉ quen thuộc một số mẫu mã sản phẩm.. Điều đó làm cho nhiều cơ sở sản xuất không thể ký các hợp đồng sản xuất lớn để xuất khẩu.

Vấn đề tổ chức sản xuất, liên kết giữa các cơ sở sản xuất nhỏ và vừa với những làng nghề là một vấn đề cấp thiết đang đặt ra để duy trì và phát triển nghề truyền thống. Có thể vấn đề quan hệ phân phối lợi ích giữa 2 bên đang là rào cản cho mối quan hệ kinh tế bền chặt giữa họ, trong đó chi phí trung gian lớn và lợi ích của người sản xuất thấp là một trong các vấn đề chủ yếu. Mô hình sản xuất của công ty XQ Đà Lạt, đáng lưu ý, nhưng không dễ mở rộng và áp dụng.

Những thuận lợi cơ bản của các cơ sở sản xuất - kinh doanh những nghề này là "Nhu cầu tiêu dùng của người dân tăng" (28,0%), “Buôn có bạn, bán có phường”(56,0%), “Nguồn cung cấp sản phẩm dồi dào, đa dạng, đáp ứng thị hiếu khách hàng”(33,3%), “Nguồn cung cấp nguyên vật liệu dồi dào”(24,0%). Trong đó

yếu tố “Buôn có bạn, bán có phường” có ảnh hưởng rộng rãi nhất và đây là yếu tố có thể tác động đến sự hình thành, phân bố lại các phố nghề, phố hàng (trong đó có phố nghề, phố hàng truyền thống) trong khu phố cổ và lan tỏa sang các khu vực kế cận.

Buôn có bạn, bán có phường. Ở đây tất cả người ta đều bán cái mặt hàng này thì mình cũng bán theo. Nếu mình giỏi thì mình bán được mặt hàng khác, không thì mình cùng bán theo phố phường thôi. (Case 8, nữ, chủ cơ sở kinh doanh thêu ren, lụa).

Những yếu tố thể chế không tạo nên những ảnh hưởng thuận lợi rộng rãi, nhưng trong quá trình phỏng vấn sâu, nhiều người được hỏi lại khẳng định tác động thuận lợi của nhiều chính sách từ sau Đổi mới của Nhà nước. Các yếu tố thị trường như “Nhu cầu tiêu dùng của người dân gia tăng” có ảnh hưởng tốt tới các nghề kim hoàn, hay “Thị trường du lịch phát triển” tác động tốt đến các nghề thủ công mỹ nghệ, sản xuất đồ lưu niệm.

Thì đúng là từ sau Đổi mới đến nay, Nhà nước có mở cửa, nhiều khách du lịch vào Việt Nam, thì họ cũng đến mua đồ truyền thống ở đây, rồi các chính sách khác tạo điều kiện kinh doanh thuận lợi hơn. (Case 9, nữ, 75 tuổi, chủ cơ sở kinh doanh thêu ren, lụa).

Những khó khăn chủ yếu của cơ sở sản xuất - kinh doanh ở các nghề được khảo sát là “Thuế luôn tăng”, “Cơ sở hạ tầng khu phố cổ chật hẹp, hạn chế hoạt động sản xuất - kinh doanh”, “Thị trường khách hàng không ổn định, có xu hướng giảm sút” và “Giá cả nguyên vật liệu, năng lượng cao làm tăng giá thành”, “Nhu cầu khách hàng ngày một cao, khó đáp ứng”. (trừ nghề kim hoàn), “Giá cả mặt bằng sản xuất - kinh doanh ngày một cao”. Yếu tố “Giá cả mặt bằng sản xuất - kinh doanh ngày một cao” tại một khu Trung tâm thương mại - dịch vụ là phù hợp với qui luật của quá trình đô thị hóa và phát triển kinh tế thị trường, nhưng vì thế có thể dẫn đến quá trình phân chia lại các phố nghề, phố hàng (trong đó có các phố nghề truyền thống) tại khu phố cổ và sự xâm lấn, bành trướng các hoạt động này sang các khu phố thuộc 4 quận nội thành Hà Nội cũ.

Những kết quả phỏng vấn sâu cho thấy khách hàng có xu hướng ngày càng đến mua hàng tại các cửa hàng lớn, cho thấy sự cạnh tranh đang làm cho các hộ kinh doanh nhỏ trở nên yếu thế hơn.

Các yếu tố thị trường ảnh hưởng nhiều đến các hoạt động sản xuất - kinh doanh ở những phố nghề được khảo sát, nhưng các hoạt động cạnh tranh không lành mạnh, làm hàng giả, hàng nhái, chưa tác động lớn đến họ. Riêng nghề lụa, thêu ren bị ảnh hưởng nhất định từ các sản phẩm nhập khẩu.

Những qui định thể chế quản lý đô thị như cấm để xe trên vỉa hè trên một số tuyến phố... hay qui chế quản lý khu phố cổ như hạn chế xây dựng mới, sửa chữa... có vẻ như không ảnh hưởng quá nhiều đến hoạt động kinh doanh của họ. Đó là do có phố cấm, phố không cấm để xe trên vỉa hè, nên ảnh hưởng đến tỷ lệ người chịu tác

động của các qui định này.

Yếu tố “Cơ sở hạ tầng khu phố cổ chật hẹp, ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất - kinh doanh” đã từng tác động đến sự phân bố các nghề truyền thống trong lịch sử khu phố cổ, nay có thể ảnh hưởng đáng kể đến quá trình phân bố lại các phố nghề, phố hàng tại đây, trong tiến trình phát triển kinh tế thị trường .

Khoảng gần một nửa số cơ sở sản xuất - kinh doanh (45,3%) dự báo triển vọng phát triển tươi sáng của doanh nghiệp. Triển vọng phát triển bền vững được hơn một phần ba chủ cơ sở sản xuất - kinh doanh khẳng định, đặc biệt là nghề kim hoàn có tới gần một nửa số cơ sở dự báo (47,4%). Đường như dữ liệu này liên quan một cách logic đến chỉ khoảng trên dưới một nửa số chủ cơ sở sản xuất - kinh doanh khẳng định được những thế mạnh của mình. “Duy trì mức độ sản xuất - kinh doanh như hiện tại” được gần một phần năm số hộ nhận định. Trên một phần năm số hộ nhìn nhận một cách bi quan về sự suy giảm hoạt động sản xuất - kinh doanh của mình, trong đó đặc biệt là các nghề tiện gỗ, khắc bia, giải khát...

Bảng 2. Khó khăn của các cơ sở sản xuất - kinh doanh theo các nghề (% số cơ sở)

Khó khăn của các cơ sở sản xuất - kinh doanh	Kim hoàn	Đồ lưu niệm	Lụa, thêu ren	Khác	Tổng
<i>Thị trường khách hàng không ổn định, có xu hướng giảm sút</i>	10,5	53,3	72,4	25,0	45,3
<i>Nhu cầu khách hàng ngày một cao, khó đáp ứng.</i>	0	33,3	44,8	16,7	26,7
<i>Nghề có lợi nhuận thấp</i>	0	20,0	20,7	16,7	14,7
Nhiều hoạt động cạnh tranh không lành mạnh.	0	6,7	10,3	8,3	6,7
Hàng nhập khẩu nhiều, chất lượng tốt, giá rẻ, khó cạnh tranh.	5,3	6,7	20,7	8,3	12,0
<i>Giá cả mặt bằng sản xuất - kinh doanh ngày càng cao</i>	10,5	13,3	34,5	25,0	22,7
<i>Giá cả nguyên vật liệu, năng lượng cao làm tăng giá thành</i>	15,8	60,0	37,9	25,0	34,7
Nguồn sản phẩm không đa dạng, không đáp ứng nhu cầu thị trường	5,3	13,3	10,3	14,3	9,3
Thiếu cơ sở đào tạo lao động nghề này	5,3	0	13,8	0	6,7
Thiếu nguồn lao động lành nghề	0	0	13,8	8,3	6,7
Khó tiếp cận tín dụng ngân hàng					1,3
Qui định quản lý phố cổ hạn chế cải tạo của hàng, nhà xưởng					5,3
Các qui định quản lý đô thị gây khó khăn cho sản xuất - kinh doanh (cấm để xe trên hè, không được đỗ ô tô...)	5,3	20,0	13,8	0	10,7
Thuế luôn tăng	47,4	40,0	48,3	8,3	40,0
Tình trạng hàng giả, hàng nhái tràn lan	10,5	6,7	10,3	16,7	10,7
Cơ sở hạ tầng khu phố cổ chật hẹp, hạn chế hoạt động sản xuất - kinh doanh	36,8	20,0	13,8	33,3	24,0
Khác					14,7

Nghề kim hoàn có đa số cơ sở sản xuất - kinh doanh nhận định lạc quan về triển vọng phát triển.

Để bảo tồn nghề và phố nghề truyền thống, ý kiến một chủ cơ sở sản xuất - kinh doanh sau đây, có thể coi là tiếng nói đại diện cho những người trong cuộc, đang duy trì và phát triển nghề truyền thống ở khu phố cổ.

Để mà có thể gìn giữ được nghề truyền thống tại khu phố mình, theo tôi nên tạo ra thương hiệu riêng cho phố, cho hàng. Ví dụ như phố nào đó chuyên bán hàng gì thì nhà nước tạo điều kiện cho phố đó chuyên bán hàng đó. Nhà nước tạo những chính sách thông thoáng để người dân có điều kiện làm ăn thuận tiện hơn, đồng thời mở cửa để mở rộng du lịch, tăng lượng khách du lịch vào Việt nam, bán hàng tại chỗ. Mặt khác làm cho khu phố được tôn tạo, sạch đẹp, trở thành tuyến phố văn minh. Nhà nước hỗ trợ về thuế má, phát huy nghề truyền thống xuất khẩu tại chỗ. Từ xưa có câu "buôn có bạn bán có phường", như Hàng Thùng, Hàng Thiếc, cũng thành một thương hiệu, như thế nó có tiếng, thu hút được nhiều khách đến mua thì bán được hàng, mới giữ được nghề. (Case 9, nữ, 75 tuổi, chủ cơ sở kinh doanh thêu ren, lụa).

III. Kết luận và khuyến nghị:

Kết luận:

1. Những sản phẩm, nghề, phố nghề ở khu phố cổ Hà Nội được hình thành và phát triển qua nhiều thế kỷ, có giá trị văn hóa lâu đời. Vì thế *vấn đề duy trì và phát triển nghề, phố nghề truyền thống ở khu phố cổ Hà Nội phải là một trong những trọng tâm của Chiến lược bảo tồn và phát triển bản sắc văn hóa Hà Nội nói riêng và Văn hóa Việt nam nói chung.*

2. Trong vấn đề duy trì và phát triển nghề truyền thống cần có quan điểm xem tính truyền thống là luôn vận động biến đổi và phù hợp với các giai đoạn phát triển. Vì thế, *việc tiếp thu những đặc điểm văn hóa khác, những kỹ thuật mới để phát triển nghề là tính qui luật để tồn tại và phát triển, đặc biệt trong điều kiện nền kinh tế thị trường và bối cảnh toàn cầu hóa. Song bên cạnh đó, cần cố gắng lưu giữ, bảo tồn những giá trị truyền thống, tính nguyên bản ở những mức độ, và bằng những biện pháp khác nhau.* Những kỹ thuật mới, việc tiếp thu những đặc điểm văn hóa bên ngoài có thể giúp nâng cao tính cạnh tranh của sản phẩm thủ công truyền thống vì thế nên được xem là vừa tạo ra những cơ hội, vừa tạo ra những thách thức cho việc duy trì và phát triển nghề truyền thống ở Việt Nam nói chung và nghề truyền thống ở khu phố cổ Hà Nội nói riêng.

3. *Những thuận lợi cơ bản của hoạt động nghề truyền thống ở khu phố cổ, trước hết từ tác động của chính sách khuyến khích phát triển mọi thành phần kinh tế, từ vị thế "Buôn có bạn, bán có phường", từ sự mở rộng thị trường, nhất là thị trường du lịch.* Tuy nhiên, những thuận lợi này tạo ra cú hích ban đầu từ những năm đầu Đổi mới đến nay, thúc đẩy sự phát triển một số nghề, phố nghề truyền thống, nhưng cũng tạo ra thách thức đối với nhiều nghề truyền thống đang đứng trước nguy cơ mai một. Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế cũng đặt ra những thách

thức mới trong sự cạnh tranh kinh tế và ảnh hưởng đến khả năng bảo tồn các giá trị truyền thống của các sản phẩm truyền thống. *Vấn đề đặt ra là xây dựng cơ chế chính sách phát huy được những lợi thế so sánh của nghề truyền thống và phố nghề, tận dụng được các cơ hội thị trường và cơ hội phát triển, khắc phục những điểm yếu và đướng đầu với những thách thức mới.*

Khuyến nghị :

1. Xây dựng cơ chế, chính sách bảo tồn giá trị của các sản phẩm nghề truyền thống và phố nghề ở khu phố cổ Hà Nội.

2. Tăng cường liên kết phát triển hàng truyền thống giữa các cơ sở sản xuất - kinh doanh ở khu phố cổ và các làng nghề ở Hà Nội và vùng đồng bằng Bắc Bộ. Kết hợp sản xuất - kinh doanh hàng truyền thống và phát triển du lịch.

3. Thiết lập hệ thống thị trường, hỗ trợ hoạt động xúc tiến thương mại, cung cấp thông tin cho các cơ sở sản xuất - kinh doanh, làng nghề truyền thống, hiệp hội nghề. Xây dựng thương hiệu cho phố nghề, làng nghề, cơ sở sản xuất - kinh doanh. Phát triển du lịch gắn kết với phố nghề, làng nghề.

4. Xây dựng ở khu phố cổ một trung tâm ngành nghề thủ công đầu mối cho vùng đồng bằng Bắc bộ, ưu tiên các nghề truyền thống của khu phố cổ.

5. Xây dựng các mô hình thí điểm ở 2-3 nghề truyền thống trên cơ sở có sự tham gia của cộng đồng, các cơ quan chức năng, những cơ quan tài trợ.

Tài liệu tham khảo

1. Nguyễn Thừa Hỷ: *Thăng Long - Hà Nội thế kỷ XVII-XVIII-XIX*. Hội sử học Việt Nam, Hà Nội - 1993.
2. Nguyễn Xuân Mai: *Biến đổi kinh tế xã hội của khu trung tâm Hà nội trong thời kỳ Đổi mới* (1986-1995). Hà Nội - 1995.
3. *Báo cáo kết quả nghiên cứu trong khuôn khổ Dự án "Hà Nội 2010: Di sản và đặc trưng văn hóa"*, hợp tác giữa Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội với các thành phố Bruxells và Toulouse. 2005