

KINH DOANH QUY MÔ NHỎ, CHUYỂN ĐỔI ĐÔ THỊ, VÀ CƠ CẤU LẠI KHÔNG GIAN TRONG THỜI KỲ HẬU CẢI CÁCH Ở VIỆT NAM

KIRSTEN W. ENDRES

“Ở đâu con người sinh sống, ở đó phải có chợ để tạo thuận lợi cho dòng chảy của hàng hóa và giao tiếp của con người” (trích từ sắc lệnh “Những quy định về việc thành lập chợ” được ban hành trong thời Hồng Đức, 1470-1497, trích trong Nguyen Duc Nghinh, 1993, tr. 339).

“Được các thị trấn tiếp quản, chợ đã phát triển nhanh chóng cùng với các thị trấn... Và kể từ khi chợ đại diện cho tính hiện đại trong cuộc hành quân ấy, sự phát triển của chợ không cho phép bất cứ một trở ngại nào ngăn cản con đường phát triển ấy: chợ gây ra những tắc nghẽn, rác thải và những cuộc tụ họp dai dẳng của người dân cho những vùng xung quanh. Giải pháp được chấp nhận là di dời chợ ra vùng ngoại thành, bên ngoài các bức tường thành và hướng tới các vùng ngoại ô” [Braudel, 2002 (1982), tr. 30-31].

Chợ ở Việt Nam có một lịch sử lâu dài. Ngoài việc là vị trí chủ chốt của kinh doanh và thương mại, các chữ khắc trên đá được tìm thấy ở các làng khác nhau trên khắp vùng đồng bằng sông Hồng cho thấy chợ cũng có một lịch sử lâu dài về những quy định và kiểm soát sâu sắc. Xung đột và tranh cãi phát sinh, ví dụ, về kiểm soát địa hạt của chợ, lịch trình hàng tháng của chợ, các nghĩa vụ tài chính của thương nhân và quyền thu thuế. Trong khi một số chợ đã

hoạt động trong nhiều thế kỷ, thì những chợ khác lại biến mất theo thời gian do vị trí không thuận lợi, thiếu hàng hóa, hoặc do phát triển cơ sở hạ tầng khiến các tuyến đường vận chuyển hàng hóa bị thay đổi (Nguyen Duc Nghinh, 1993).

Chợ cũng đóng một vai trò quan trọng trong lịch sử đô thị của Việt Nam. Từ những ngày đầu khi còn là kinh thành Thăng Long, Hà Nội dần dần chuyển thành một trung tâm thương mại, thu hút các thương nhân và lái buôn từ khắp nơi đến. Khu dân cư đã hình thành bên ngoài các bức tường của Hoàng thành qua nhiều thế kỷ - bao gồm các thương nhân và thợ thủ công, lái buôn nước ngoài, và các thành viên của tầng lớp trí thức - cuối cùng được gọi là Kẻ Chợ và tạo nên hạt nhân để thành phố Hà Nội phát triển (Logan, 2000; Nguyễn, 2002). Năm 1682, Samuel Baron, một thương gia gốc Hà Lan - Việt sinh tại Hà Nội, quan sát thấy rằng vào ngày đầu tiên và ngày thứ mười lăm của tháng âm lịch, hai ngày chợ chính, các đường phố của Kẻ Chợ trở nên quá đông đúc với kẻ bán và người mua khiến người ta chỉ có thể đi bộ một cách khó khăn (Dror và Taylor, 2006, tr. 202).

Ở Hà Nội ngày nay, đường phố nhộn nhịp ô tô và xe máy, và việc đi bộ trên vỉa hè cũng đã trở nên gần như không thể. Những

người bán hàng rong kết lại với nhau theo cách của họ thông qua mê cung xe cộ hoặc thiết lập cửa hàng ở hai bên lề đường; bởi vậy, những người bán hàng rong bị các nhà cầm quyền xem như là một trở ngại cho luồng giao thông trong thành phố. Để theo kịp với sự phát triển đô thị nhanh chóng và hiện đại hóa, Chính phủ đã thiết lập một quy hoạch đô thị tổng thể đầy tham vọng¹ nhằm “Xây dựng, phát triển Hà Nội giàu đẹp, văn minh, hiện đại, tiêu biểu cho cả nước, đảm bảo thực hiện chức năng là trung tâm chính trị, văn hóa, khoa học, công nghệ, giao thương và kinh tế lớn của cả nước” và xây dựng “nếp sống văn minh đô thị, người Hà Nội thanh lịch, văn minh”. “Sứ mệnh văn minh hóa” này, như chúng ta sẽ thấy, bao gồm cả việc tạo ra các không gian mà trong đó, theo lời của Michael Herzfeld (2006, tr. 131), “thiết kế hài hòa sẽ chiến thắng sự hỗn độn của các chợ và ngõ hẻm”.

Hiện đại hóa các chợ dân sinh đã hiện diện trong các chương trình nghị sự của Chính phủ Việt Nam từ đầu những năm 2000. Các chính sách mới được ban hành trong các lĩnh vực quy hoạch mạng lưới phân phối, các quy định và vấn đề quản lý chung về chợ, và việc tư nhân hóa trong xây dựng, cải tạo và nâng cấp chợ². Tại Hà Nội, giữa năm 2007 và năm 2009, một số chợ bán

lẻ có từ lâu đời đã bị phá hủy và đã (hoặc đang) được xây dựng lại với đầu tư của tư nhân thành các trung tâm thương mại cao tầng. Tôi đã theo dõi các sự kiện và những tranh cãi xung quanh một trong những khu chợ (được nhắc đến ở đây bằng cái tên hư cấu “chợ Phố Cổ”) từ thời điểm bị phá hủy vào năm 2008 cho đến khi được khôi phục như là một trung tâm mua sắm hạng sang vào năm 2011. Khi lần đầu tiên tới tìm các tiểu thương đã rời chuyển của chợ cũ, tôi đã gặp khó khăn trong việc tìm kiếm họ. Cuối cùng tôi đã tìm thấy chỗ họ ngồi, hoàn toàn không thoải mái, trong tầng hầm ẩm đăm của trung tâm mua sắm hào nhoáng mới, mà lối vào không phải ngay lập tức được nhìn thấy dễ dàng từ bên ngoài. Sau nhiều năm vật lộn để kiếm sống trong các quầy hàng tạm thời cho đến khi di chuyển tới địa điểm trong tầng hầm của trung tâm mua sắm mới, các tiểu thương ở chợ Phố Cổ giờ đây lại phải chịu đựng những mùi khó chịu bốc ra từ hệ thống điều hòa không khí, với phí thuê hàng tháng cao hơn, ít khách và mất khách hàng và do đó, thu nhập suy giảm.

Bài viết này nghiên cứu một số tranh cãi đã xảy ra trong bối cảnh của các chính sách tái cơ cấu đô thị và quy hoạch lại chợ ở Việt Nam nhìn từ quan điểm không gian xã hội. Một mặt, những tranh luận về các chợ dân sinh liên quan đến “cuộc đấu tranh ngầm ngầm về sự kiểm soát và sử dụng không gian đô thị - không gian mà hiện nay là một mặt hàng tăng trưởng ổn định, khan hiếm và có giá trị hơn mỗi năm” (Lessinger, 1988, tr. 171; cũng tham khảo thêm Spector, 2008). Những cuộc tranh đấu như vậy đã từng diễn ra với tốc độ và quy mô ngày càng tăng trong thời đại hiện nay của Việt Nam: các lô đất bất động sản do Nhà nước nắm giữ trong

¹ Quyết định số 1081/QĐ-TTg ngày 6/7/2011 về việc phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội thành phố Hà Nội đến năm 2020, định hướng đến năm 2030 do Thủ tướng Chính phủ ban hành.

² Chẳng hạn, tham khảo “Nghị định 02/2003/NĐ-CP về phát triển và quản lý chợ”; “Quyết định số 012/2007/QĐ-BCT ngày 26 tháng 12 năm 2007, Phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển mạng lưới chợ trên phạm vi toàn quốc đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020”; đối với Hà Nội cũng tham khảo “Quyết định 5058/QĐ-UBND năm 2012 phê duyệt Quy hoạch mạng lưới bán buôn, lẻ trên địa bàn Thành phố Hà Nội đến năm 2020, định hướng đến năm 2030”.

khu vực nội thành được giao cho các công ty đầu tư tư nhân để phát triển, trong quá trình mà hàng ngàn tiểu thương đang mất phương tiện sinh kế trong chợ. Mặt khác, việc bố trí lại các tiểu thương của chợ Phố Cổ vào tầng hầm của trung tâm mua sắm mới cũng phản ánh các quá trình cơ cấu lại không gian và xã hội lớn hơn hiện đang diễn ra trong xã hội Việt Nam. Như Fernandes (2004, tr. 2421) đã chỉ ra trong trường hợp của Mumbai, những quá trình như vậy cố gắng “tạo ra một hình thái chia cắt không gian-xã hội dựa trên giai cấp” vốn loại trừ các đối tượng là dân nghèo đô thị và những người “thiếu văn minh” từ cái nhìn chung bằng cách tạo ra các không gian cho lối sống và tiêu dùng hạng sang đối với tầng lớp mới nổi của những kẻ tiêu dùng sành điệu.

1. Không gian của kinh doanh quy mô nhỏ

Đến cuối thế kỷ XIX, một người Pháp đã mô tả hoạt động kinh doanh quy mô nhỏ ở thuộc địa Hà Nội như sau: “Thiết lập một cái chợ không tốn một đồng nào, chỉ cần người đó ngồi trên vỉa hè, trên mặt đất, với hàng hóa đặt trên một miếng vải hoặc trong một cái túi, hoặc ngồi ở những nơi rác rưởi nếu người đó không ngại dơ bẩn” (Bourde, 1885, tr. 287, bản dịch của tôi; xem thêm Nguyễn, 2002, tr. 79). Ở Hà Nội hiện nay, việc sử dụng không gian công cộng như vậy để trưng bày và bán hàng hóa vẫn còn là một cảnh tượng phổ biến. Tương tự với các nước hậu xã hội chủ nghĩa ở Trung và Đông Âu, tự do hóa kinh tế của Việt Nam vào cuối những năm 1980 trước tiên đã kích hoạt một sự hồi sinh chưa từng thấy của thương mại quy mô nhỏ mà phụ nữ chiếm ưu thế (Pettus, 2003; Leshkovich, 2005). Khi đường phố ngày càng chật chội bởi những

xe máy bóp còi inh ỏi và - gần đây hơn - cả những chiếc xe ô tô sang trọng, vỉa hè đã bị chiếm dụng bởi các cửa hàng nhỏ, quán ăn vỉa hè, và những người bán hàng rong (chủ yếu là dân di cư). Nhìn chung, những người bán hàng lưu động với ý thức rằng họ có thể dễ dàng di chuyển hàng hóa của họ quanh thành phố, bằng cách mang hàng trong những quang gánh trên vai, trên xe đạp, hoặc trên xe đẩy. Tuy nhiên, họ không liên tục di chuyển, mà có xu hướng co cụm lại quanh các không gian riêng biệt của dòng hàng hóa trong thành phố vào những thời điểm nhất định trong ngày khi họ có nhiều khả năng thu hút khách hàng có nhu cầu mua hàng của họ. Ví dụ, những người bán hàng ăn vỉa hè có thể tập trung tại các vùng xung quanh khu liên hợp văn phòng lớn hơn, trong khi những người bán quà vật hay tụ họp quanh các nơi giải trí và tôn giáo. Những người bán sản phẩm tươi sống có xu hướng tập trung ở góc phố nào đó hoặc trong các ngõ hẻm nơi họ hình thành cái gọi là *chợ cóc*, “chợ ếch” trong những giờ nhất định - thường là vào buổi chiều muộn, khi khách hàng đang trên đường từ nơi làm việc trở về nhà hoặc đón con đi học về. Hơn nữa, những người bán hàng rong có xu hướng tụ tập gần chợ có mái che. Họ thường được nhìn thấy ở những địa điểm giống nhau, nơi mà họ có thể, theo thời gian, tuyên bố độc quyền (không chính thức) với bất kỳ người bán hàng mới nào có mặt ở đây, và thậm chí một số người còn đánh dấu chỗ bán hàng của họ bằng cách viết tên mình lên đá lát bên lề đường hoặc bằng cách phân định ranh giới một điểm nhất định trên phố.

Như Alfred Gell (1982, tr. 472) đã khéo léo thể hiện qua phân tích cấu trúc của

ông về chợ Dhorai (Ấn Độ), cách bố trí không gian của một chợ truyền thống “tạo ra một sự sắp xếp, về không gian, thời gian và theo hình thức tương tác của chợ, đối với toàn bộ quan hệ xã hội được tìm thấy trong xã hội rộng lớn hơn”³. Từ góc độ không gian như vậy, những người bán hàng rong - hàng hóa của họ được đựng trong một cái rổ nan đặt trên mặt đất tại một vị trí không ổn định - rõ ràng được đặt ở nấc thang dưới cùng của hệ thống phân cấp chợ Hà Nội. Ngoài ra, các hình thức hoạt động thương mại “mất trật tự” như vậy đã đưa ra một số quan ngại liên quan đến khái niệm về trật tự công cộng và tình trạng lạc hậu. Thương mại quy mô nhỏ không có giấy phép nằm ngoài ranh giới của những chợ cố định; do đó, nó đã trở thành mục tiêu chính của những chiến dịch của Chính phủ nhằm lập lại trật tự đô thị và lối sống văn minh đô thị kể từ đầu những năm 1990 (Xem bài của Barthelmes trong cùng số chuyên đề này; Leshkovich, 2005; Harms, 2009). Do tính chất dễ bị tổn thương cao và khả năng tài chính hạn chế, những người bán hàng rong ít có cơ hội phát lên và chỉ ít người trong số họ xoay xở được để đảm bảo cho mình có chỗ trong chợ có mái che⁴. Tại Hà Nội, những khu chợ lớn có mái che đầu tiên được xây dựng dưới chế độ thực dân Pháp (ví dụ như chợ Đồng Xuân, 1889) và kể từ đó đã được thể chế hóa trong các trung tâm đô thị trên khắp Việt Nam. Kể từ khi chính sách mở cửa được đưa ra vào năm

1986, nhiều khu chợ đổ nát trong thời kỳ bao cấp đã được cải tạo hoặc xây dựng lại. Chợ Phố Cổ, mặc dù ra đời từ lâu như là một chợ ngoài trời trong khu phố cổ của Hà Nội, được thiết kế lại là chợ có mái che trong năm 1989 và đã cung cấp không gian và cơ hội thu nhập cho hơn năm trăm tiểu thương với các hoàn cảnh khác nhau. Trong khi đó, thương mại tư nhân đã từng được coi là không hiệu quả và chỉ được chấp nhận như một chiến lược sống còn quy mô nhỏ trong nền kinh tế kế hoạch hóa của Nhà nước (Abrami, 2002a), bây giờ nó đã trở thành một phương tiện hữu hiệu để những người nghỉ hưu và nhân viên nhà nước bị sa thải kiếm sống. Theo Pettus (2003, tr. 194), các tiểu thương trong khu vực bán vải lớn của chợ...

“...bao gồm các công nhân nhà máy trước đây, người bán hàng nhà nước, sinh viên đại học, giáo viên và các nhà hoạt động Đoàn Thanh niên. Một số người đã từng là “người lao động nhập cư tạm thời” ở Đông Âu trong những năm 1980. Nhiều ông chồng của những người bán hàng là công nhân nhà nước thất nghiệp hoặc công chức bán thất nghiệp; một số ông chồng điều hành các doanh nghiệp nhỏ (chẳng hạn như phụ tùng ô tô và các cửa hàng sửa chữa) ở các nơi khác của thành phố, trong khi những người khác hỗ trợ vợ của họ bằng cách vận chuyển vải từ nơi bán buôn đến gian hàng ở chợ”.

Nói đúng ra, thương nhân trong chợ do nhà nước quản lý ở Việt Nam không sở hữu quầy hàng của họ nhưng có hợp đồng thuê với Ban quản lý chợ dựa trên các quy định của pháp luật. Các thỏa thuận cho thuê này thường được ký hợp đồng trong một khoảng

³ (nhấn mạnh trong bản gốc)

⁴ Mặc dù, có được một gian hàng trong chợ có mái che có thể không phải là nguyện vọng chính của mỗi người bán hàng rong. Trong khi đó, một số người bán hàng rong di cư chỉ tham gia vào các hoạt động bán hàng tạm thời hoặc theo mùa, những người khác có thể thích sự tự do của việc bán hàng rong tạo nên.

thời gian nhất định. Tuy nhiên, thực tế lại phức tạp hơn nhiều. Đầu tiên, những người bán hàng trong chợ dân sinh cần phải chính thức hóa việc buôn bán của họ tại văn phòng đăng ký kinh doanh (thuộc Sở Kế hoạch và Đầu tư) và đăng ký với cơ quan thuế. Thứ hai, nhà đầu tư có thể góp vốn cho việc xây dựng chợ do nhà nước quản lý bằng cách trả trước tiền thuê trong một thời gian định sẵn (theo quy định hiện hành tại Hà Nội, thời gian thuê tối đa là mười năm). Thứ ba, hợp đồng cho thuê quầy hàng cũng có thể được đấu thầu cho người trả giá cao nhất trong trường hợp nhu cầu vượt quá số lượng quầy hàng trong một chợ mới được xây dựng hoặc nếu một gian hàng trong một chợ đã thiết lập còn trống chỗ. Do đó, nhiều người bán hàng đã đầu tư một khoản tiền lớn vào đấu thầu quyền khai thác gian hàng. Quyền này là chuyển nhượng, tức là một tiểu thương cũng có thể “bán” hoặc cho người khác thuê gian hàng. Hơn nữa, nó có thể được sử dụng như tài sản thế chấp vay vốn ngân hàng để huy động vốn cho các mục đích thương mại. Vì thế, một gian hàng trong chợ có mái che cũng tượng trưng cho một giá trị tài sản, cho dù các tiểu thương không phải là chủ sở hữu đích thực của nó.

Tuy nhiên, trong quá trình chuyển đổi đô thị đang diễn ra tại Hà Nội, giá trị tài sản của một gian hàng trong chợ dân sinh đã bắt đầu xuống giá. Trong khi đó, kinh doanh quy mô nhỏ bên ngoài giới hạn của những chợ cố định từ lâu đã được Chính phủ coi là gây bất lợi cho trật tự đô thị và lối sống văn minh, các kế hoạch phát triển hướng tới đổi mới mạng lưới bán buôn và bán lẻ của thủ đô đang tuyên truyền việc sử dụng các cơ sở

mua sắm hiện đại để “nâng cao trình độ dân trí, trình độ hiểu biết các kiến thức về kinh tế thị trường”⁵. Trong phần sau đây, tôi mô tả một số bài học mà các tiểu thương tại chợ Phố Cổ đã học được trong quá trình này.

2. Cơ cấu lại không gian: Ví dụ về chợ Phố Cổ

Năm 2007, khi Ban quản lý chợ chính thức công bố rằng chợ Phố Cổ sẽ được xây dựng lại, hàng trăm hộ tiểu thương cảm thấy bức xúc. Mặc dù kế hoạch này đã được vận động từ năm 2001, công bố đó rõ ràng đã làm các hộ tiểu thương bất ngờ. Mỗi quan tâm cấp bách nhất của họ là bản thiết kế quy hoạch “trung tâm thương mại” văn minh và hiện đại (mà vẫn chưa được các nhà thầu tư nhân công bố) sẽ không đáp ứng lợi ích và nhu cầu của họ⁶.

Trở lại năm 1989, nhiều tiểu thương của chợ Phố Cổ đã đóng góp chi phí xây dựng để có được một gian hàng kích thước khoảng 3m². Một tiểu thương nhớ lại rằng gia đình ông đã bán một căn nhà với giá mười ba lượng vàng, trong đó hai phần ba đã được đầu tư vào chợ. Phần còn lại, họ mua một mảnh đất mà bây giờ được cho là có giá trị mười tỷ đồng (khoảng 350.000 Euro), trong khi tiểu thương này thấy rằng sự tăng trưởng về giá trị của ki-ốt của mình rất khó để ước tính. Các tiểu thương khác cũng đã đầu tư vốn vào xây dựng chợ, số lượng vốn khác nhau tùy theo vị trí của quầy hàng tại chợ. Mặc dù những đóng góp này được cho là đã khấu trừ vào tiền thuê gian hàng

⁵ Xem Điều 4.4 của Quyết định 5058/QĐ-UBND.

⁶ Thông tin này được dựa trên một tờ báo trực tuyến xuất hiện vào tháng 8 năm 2007. Vì tiêu đề tiết lộ danh tính thực sự của chợ Phố Cổ, nên nguồn không thể được chỉ ra ở đây.

tháng của các tiểu thương, họ lập luận rằng các khoản đầu tư tổng thể của họ vượt xa sự giảm giá mà họ đã nhận được trong những năm qua cho đến khi quyết định nâng cấp chợ được thực hiện. Hơn nữa, nhiều tiểu thương coi quyết định này như là một dấu hiệu về sự coi thường những đóng góp của họ. Như một trong những chủ quầy hàng lập luận, “VẬY mà bây giờ thành phố giao cho một công ty xây mới chợ nhưng lại phải hết công sức đóng góp của các hộ dân. Hàng trăm người đã góp tiền xây chợ nhưng khi chợ bị lấy thì không nhắc gì tới quyền lợi, không đền bù!”⁷.

Tôi bắt đầu theo dõi các sự kiện xung quanh chợ Phố Cổ vào tháng 8 năm 2009 trong một chuyến đi khảo sát tới Việt Nam để chuẩn bị cho nghiên cứu của mình về chợ. Các tiểu thương đã được chuyển tới một dãy dài các gian hàng tạm có mái tôn dọc theo một con phố chính, và chợ cũ đã nhường chỗ cho một công trường xây dựng lớn. Khi tôi nói chuyện với một số tiểu thương, tôi nhận được những câu trả lời khá thống nhất cho câu hỏi của tôi: những người đã “mua” vị trí của họ tại chợ cũ đã được hứa hẹn một gian hàng trong chợ mới như một sự thay thế mà không cần chi phí bổ sung. Với lệ phí được dự kiến sẽ cao hơn so với trước đây, họ dự đoán rằng có thể sẽ phải tăng giá bán hàng để kiếm sống. Do suy thoái kinh tế gần đây, việc kiếm lời từ buôn bán ngày càng trở nên khó khăn, và các tiểu thương khá lo lắng về tương lai bởi vì họ cảm thấy không có gì đảm bảo là họ có thể bán được hàng hóa của mình ở chợ

mới với lợi nhuận nhiều như trước đây họ đã kiếm được.

Hơn một năm sau, vào tháng 12 năm 2010, việc xây dựng trung tâm thương mại mới ở Phố Cổ được hoàn thành. Trong khi các nhà thầu đang tìm kiếm người bán lẻ hàng cao cấp để thuê trong trung tâm thương mại hiện đại, các tiểu thương trước đây đã bắt đầu lấp dần những chỗ mới đã được phân cho họ. Một số quầy hàng dán thông báo trên những vách ngăn mỏng manh đề “rao bán” mà theo tôi đó là dấu hiệu đầu tiên của việc buôn bán không được như mong đợi. Tuy nhiên, phải cho đến lần tới Hà Nội vào tháng 12 năm 2011, tôi mới có thể có được một bức tranh rõ ràng hơn về tình hình hoạt động kinh doanh của phần lớn các cựu tiểu thương ở Phố Cổ kể từ khi họ di chuyển vào trung tâm mua sắm hiện đại. Thay vì được chuyển đến “tầng trệt” của tòa nhà, như đã hứa của các nhà thầu, hầu hết các tiểu thương bị chuyển xuống tầng hầm ngột ngạt. Trong khi đó, thang cuốn lắp lánh dẫn từ lối vào hội trường rộng rãi đến các cửa hàng thời trang cao cấp trên các tầng trên, cầu thang dẫn xuống tầng hầm không tìm thấy ở đâu. Hóa ra, chợ ở dưới hầm chỉ có thể đi vào thông qua cổng sau của tòa nhà, hoặc thông qua một hành lang hẹp bên cạnh bãi gửi xe ở dưới hầm. Không chỉ có các cựu tiểu thương ở Phố Cổ trở nên vô hình với thế giới bên ngoài, mà họ cũng không thể di chuyển dễ dàng trong tòa nhà.

Bộ phim *Chợ Dân sinh Hà Nội* (2012) của Michael DiGregorio đã đưa ra một cái nhìn thật sống động theo cách mà trong đó các tiểu thương bị ảnh hưởng bởi việc cơ cấu lại không gian của chợ Phố Cổ. Trên thực tế, các tiểu thương rõ ràng đã bị lừa bởi sự mơ

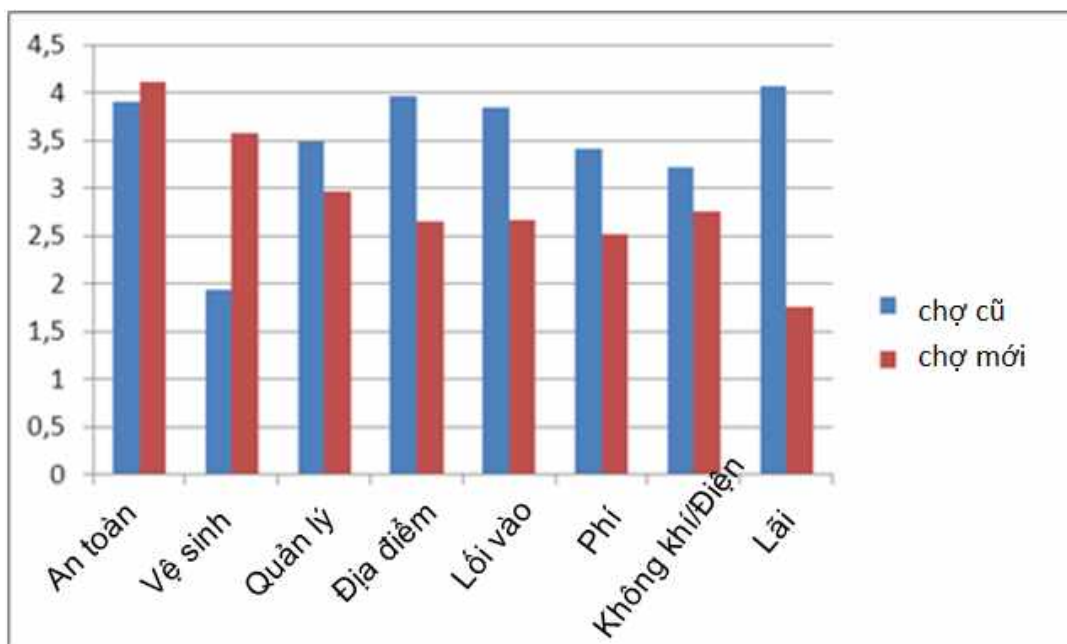
⁷ Thông tin này được dựa trên một tờ báo trực tuyến xuất hiện tháng 5 năm 2008. Vì tiêu đề tiết lộ danh tính thực sự của chợ Phố Cổ, nên nguồn không thể được chỉ ra ở đây.

hồ của thuật ngữ “tầng trệt” được sử dụng bởi các nhà thầu. “Chuẩn bị phá chợ ra họ bảo là bọn chị sẽ ở tầng trệt”, một tiểu thương giải thích. “Bọn chị rất là hiểu cái tầng trệt là nó vẫn nằm trên cái nền cũ và tầng 1 thì tính từ trên nóc trở lên. Thế xong rồi bọn chị té ngửa ra tầng trệt là tầng hầm”. Tuy nhiên, khiếu nại của các tiểu thương là vô ích. “Các cô đã đi đấu tranh, lên văn phòng Chính phủ ngồi 1 tháng trời, để tầng nào trả về tầng đấy. Cuối cùng các cô vẫn bị ép xuống hầm”, một phụ nữ lớn tuổi nói với nhà làm phim. “Nói đúng ra, các cô đã bị bán mất cái quyền làm chủ rồi”.

Không có điều hòa nhiệt độ, mùi khó chịu của không khí (và cái nóng mùa hè) ở tầng hầm thậm chí sẽ càng khó chịu hơn. “Nhưng sử dụng điều hòa sẽ làm tăng chi phí của chúng tôi”, các tiểu thương phản nản. “Hóa đơn tiền điện của chúng tôi ngày

xưa chỉ tốn vài ngàn đồng mỗi tháng. Bây giờ chúng tôi phải trả nhiều hơn vài trăm nghìn đồng. Nó quá tốn kém”. Chủ quầy hàng phải chịu trách nhiệm chi trả cho những phí trên và những lệ phí khác (phí an ninh, vệ sinh, v.v.) kể cả quầy hàng của họ có hoạt động hay không, và đó là lý do tại sao nhiều người trong số họ vẫn phải duy trì kinh doanh ngay cả khi lợi nhuận của họ rất thấp. Những người khác cố gắng tiết kiệm chi phí bằng cách cắt giảm các bữa ăn của mình. “Ở chợ cũ, bữa trưa của tôi thường có thịt”, một trong những người buôn quần áo kể về quá khứ với tôi. “Bây giờ tôi ăn đậu phụ thay thế”.

Một cuộc khảo sát được tiến hành vào tháng 4 năm 2012 trong số 150 tiểu thương ở chợ Phố Cổ chỉ ra mức độ trung bình của sự hài lòng đối với chợ cũ so với chợ mới trong một số vấn đề (Hình 1).



Hình 1. Mức độ hài lòng với những điều kiện ở chợ cũ so với chợ mới

(1 = rất không hài lòng; 5 = rất hài lòng)

Không tính đến vệ sinh và an toàn, sự hài lòng với những điều kiện ở chợ mới là thấp hơn đáng kể so với chợ cũ. Tuy nhiên, mối quan tâm cấp bách nhất của các tiểu thương chính là việc giảm thu nhập đáng kể do thiếu khách hàng, họ không thể tìm thấy lối vào (như chính tôi) hoặc không thấy chỗ gửi xe ở gần và do đó quyết định đi mua ở nơi khác. Như một trong những tiểu thương đã nói, “Chợ mới được xây dựng văn minh, sạch sẽ hơn ngày xưa nhưng cái đó không quan trọng bằng thu nhập”. Trong khi trước đây gian hàng của tôi trung bình một ngày thường có ba mươi đến bốn mươi khách hàng, bây giờ số lượng khách hàng một tháng còn không vượt quá con số đó. Cựu nhân viên nhà nước rên rỉ “Tôi thấy còn khổ hơn thời bao cấp, lúc ấy đi làm còn có lương”.

Tuy nhiên, lợi nhuận thấp hơn không phải là hậu quả duy nhất của việc ngăn chặn không gian của các tiểu thương khỏi các hoạt động kinh tế vốn được coi là không phù hợp với một lối sống đô thị hiện đại, văn minh. Khi được hỏi về giá trị thị trường hiện tại của các quầy hàng, nhiều tiểu thương tuyên bố họ không có ý tưởng gì. Một trong số họ trầm ngâm “Không biết, ế ẩm thế này thì bán cũng chẳng ai mua, không biết giá cả thị trường thế nào?”. “Hỏi đầu mới vào chợ tình hình mua ki-ốt rất rầm rộ, nhưng bây giờ từ sáng đến tối chẳng bán được gì nên chẳng ai muốn mua nữa”. Kể từ khi chợ đã được tư nhân hóa, các tiểu thương cũng cảm thấy rằng nỗi lo âu của họ không được quan tâm và cũng không được giải quyết thỏa đáng. “Nhà đầu tư bỏ tiền ra thì cái quyền ấy thuộc về người ta”, một trong những tiểu thương được mô tả trong *Chợ Dân sinh Hà Nội* nêu lên ý kiến. “Bọn cô có góp ý hàng nghìn lần thì họ cũng không nghe bọn cô. Cái gì người ta có lợi nhất và người ta làm

thế nào để thu hồi vốn nhanh nhất”. Sự đánh giá tình hình của tiểu thương này đã tiết lộ rằng bà đã hiểu các nguyên tắc thị trường tự do đầu tư tư nhân khá rõ. Bà nói “Nói thật nhé, Nhà nước đã bán cái này cho chủ đầu tư rồi, 49-50 năm rồi. Bây giờ chủ đầu tư lấy đất này thì nó phải kinh doanh, nó phải làm thế nào để ra thuận lợi nhiều nhất, thu tiền vốn nhanh nhất. Còn các cô vào đây bán là bắt buộc nó phải xếp chỗ. Còn xếp chỗ bán được hay không thì không phải việc của họ nữa rồi”.

3. Trở trêu của tái cấu trúc đô thị

Câu chuyện về chợ Phố Cổ, tuy nhiên, đã có một số xuyên tạc mỉa mai. Trước hết, việc “loại bỏ chợ dân sinh” tại Hà Nội đã gây ra nhiều cuộc tranh luận trong giới truyền thông. Theo một nhà bình luận, việc chuyển đổi các chợ truyền thống thành các trung tâm thương mại “lạnh lùng” và siêu thị “vô cảm” làm “mất đi những giá trị về mặt kinh tế, văn hóa, xã hội, tinh thần mà chợ mang lại” (Trần, 2012). Thứ hai, một số chợ đã được “nâng cấp” thành trung tâm mua sắm hóa ra là một khoản đầu tư thất bại. Một năm rưỡi sau khi khai trương chợ Phố Cổ mới, nhiều cửa hàng cao cấp ở các tầng trên đã đóng cửa hoặc di chuyển đến các khu vực khác của thành phố. Các bản tin trực tuyến bằng tiếng Anh trên phương tiện thông tin đại chúng gần đây hay đăng tải các tiêu đề như “Kế hoạch phát triển các chợ hiện đại của Hà Nội hoàn toàn thất bại”⁸ và “Các nhà đầu tư đưa ra quyết định sai, trung tâm mua sắm bị bỏ hoang”⁹. Các lý do đưa ra cho sự thất bại bao gồm việc cung cấp quá mức

⁸<http://english.vietnamnet.vn/fms/business/22189/hanoi-s-plan-to-develop-modern-markets-fails-completely.html> (truy cập ngày 7 tháng 2 năm 2014).

⁹<http://english.vietnamnet.vn/fms/business/72620/investors-make-wrong-decisions--shopping-malls-stay-deserted.html> (truy cập ngày 7 tháng 2 năm 2014).

không gian mua sắm tại Hà Nội, sức mua và thói quen mua sắm của người Hà Nội còn ít, và nhìn chung sở thích của người Hà Nội là hình thức mua bán lẻ “truyền thống”.

Cho dù, điều trở trêu nhất là những người bán rong tụ tập ở xung quanh khu chợ Phố Cổ mới nổi lên như là những kẻ đầu cơ trục lợi (tạm thời) từ việc chuyển không gian của các tiểu thương ở chợ xuống vị trí thấp hơn, điều đó lần lượt được những người sau này cho rằng đã làm cho tình trạng bấp bênh của họ càng trầm trọng hơn. Như đã chỉ ra ở trên, những người bán hàng rong tạo ra cách mua thuận tiện cho khách hàng, họ dùng và mua trực tiếp từ xe máy của họ. Chưa kể, đó là “điều không thể thiếu được cho tính biến đổi nhanh của đô thị” (Truitt, 2008, tr. 9), xe máy cũng là một “phương tiện trong việc hình thành giai cấp [...] như là biểu tượng của sức mua, hiện thân của tự do cá nhân, và các hình thức linh hoạt của tính di động” (Tài liệu đã dẫn, tr. 15) trong đô thị Việt Nam. Nhu cầu của lối sống ngày càng bận rộn hơn (cũng như thói quen đã ăn sâu) đã dẫn đến một trở ngại chung, gây cản trở cho dòng di chuyển từ nơi này đến nơi khác, và bất cứ điều gì có thể thực hiện được mà không cần phải gửi xe vào bãi đỗ theo quy định (hơn nữa, nó còn có nghĩa là phải trả một khoản phí gửi xe) mà người dân cảm thấy có thể tiết kiệm thời gian, công sức và tiền bạc. Bất cứ khi nào có thể, thậm chí chợ có mái che cũng phải đi lại được trên một chiếc xe máy, mặc dù có biển hiệu cấm xe. Tuy nhiên, việc này là không thể tại chợ Phố Cổ. Vì bị cấm đỗ xe ở phía trước cửa chợ, khách hàng buộc phải đưa xe của họ đến bãi gửi xe đông đúc để gửi, nơi đó khó mà có đủ chỗ để chứa hết xe máy của các tiểu thương. Hơn nữa, phí gửi xe (dao động từ 3.000 đến

6.000 đồng), thậm chí có thể cao hơn giá của một vài thứ lặt vặt cần thiết cho một bữa ăn. “Người Việt Nam ưu tiên sự thuận tiện”, một tiểu thương có tuổi nhận xét một cách chính xác. “Khi mua sắm, họ không muốn đỗ xe máy mà cũng chẳng muốn đi xuống cầu thang. Mọi người sẽ chỉ xuống đó nếu họ không thể tìm thấy những thứ muốn mua ở trên đó. Đó là cách duy nhất chúng tôi có thể bán được cái gì đó” (*Chợ Dân sinh Hà Nội*, 2012).

Vào cuối ngày, những tranh cãi xung quanh Hàng Da Galleria và các dự án tái phát triển chợ thất bại khác đã đóng góp vào việc suy tính lại về kế hoạch phát triển chợ hiện nay của Hà Nội. “Hà Nội không đẹp chợ dân sinh trong 5-7 năm tới”¹⁰ là một trong những tiêu đề xuất hiện trong bản tin vào tháng 7 năm 2013. Trong khi đó, các tiểu thương ở chợ Phố Cổ tiếp tục hy vọng rằng mọi chuyện sẽ dần dần trở nên tốt hơn - niềm tin, xét cho cùng, cũng vẫn là động lực quan trọng trong sự kiên trì “ngâm” của họ¹¹. Lao động của họ có thể trở nên vô hình, nhưng tiếng nói của họ đã vượt ra khỏi tầng hầm âm ỉ để muốn nói rằng buôn bán ở chợ quy mô nhỏ không thật sự là một nghề nghiệp tạo thu nhập cho những nhóm thiệt thòi trong xã hội. Phần nào, nó tạo thành một lối sống nhấn mạnh các tổ chức xã hội nào đó và các chuẩn mực đạo đức như là các thành tố quan trọng của hành vi kinh tế (Buoye, 2000, tr. 9).

¹⁰<http://english.vietnamnet.vn/fms/business/78557/hanoi-to-not-eliminate-traditional-markets-in-5-7-more-years.html> (truy cập ngày 7 tháng 02 năm 2014).

¹¹ Trong 81,5% số người được khảo sát, hy vọng cho một sự thay đổi tốt hơn đã được đưa ra như một lý do để tiếp tục kinh doanh, trong khi các động cơ lạc quan khác bị số đông từ chối.

Kết luận

Trong cuốn sách nổi tiếng của ông mang tên *Sự biến đổi lớn*, xuất bản lần đầu vào năm 1944, Karl Polanyi đã đưa ra lời cảnh báo chống lại ý tưởng của thị trường tự do (tức là doanh nghiệp tự do và sở hữu tư nhân) như là yếu tố cơ bản của tự do con người, vì điều này cuối cùng có thể mang ý nghĩa là “sự viên mãn của tự do cho những người có thu nhập, giải trí, và an ninh không cần sự nâng cao và sự tự do rẻ mạt cho người dân, những người có thể đang trong những nỗ lực hão huyền sử dụng quyền dân chủ của họ để có được nơi trú ẩn từ quyền lực của những người chủ sở hữu tài sản” (Polanyi, 2001 [1944], tr. 265). Những tác động của tái cơ cấu tự do mới như vậy đã diễn ra ở nhiều nơi trên thế giới, kể cả châu Âu, và chúng ta có thể nhìn thấy bằng chứng của những hạt giống đầu tiên của nó đang bắt rễ tại Việt Nam ngày nay.

Một trong những kết quả dễ thấy nhất của tái cơ cấu tự do mới là sự xuất hiện gây tranh cãi về môi trường bất bình đẳng ở đô thị được đánh dấu bằng sự loại trừ và phân khúc không gian. Như tôi đã nói rõ trong bài viết này, quá trình chuyển đổi không gian xã hội đô thị đang diễn ra đã ảnh hưởng đáng kể đến khả năng kinh tế của những người buôn bán nhỏ ở khu vực nội thành Hà Nội bằng cách đẩy họ đến một mức độ cao hơn của sự bất ổn kinh tế. Trong khi đó, những người bán hàng rong lưu động tìm cách để tồn tại bất chấp các biển cấm và can thiệp thường xuyên của chính quyền địa phương, các quầy hàng trong các khu chợ dân sinh có mái che đang phải đối mặt với việc loại bỏ không gian từ những phương tiện sống của họ bằng những cách nào đó sâu sắc hơn. Không giống như những người bán hàng

rong - những người di chuyển linh hoạt xung quanh thành phố, những người buôn bán trong chợ phụ thuộc vào mặt bằng bán lẻ thường xuyên và dễ bị tổn thương đến sự tăng chi phí cho gian hàng và lòng trung thành dễ thay đổi của khách hàng. Tại chợ Phố Cổ, việc “nâng cấp” các chợ kiểu cũ đã “hạ cấp” các nhà kinh doanh lâu đời để tạo không gian cho các cơ sở mua sắm cao cấp được coi là hấp dẫn đối với các tầng lớp đô thị mới và tầng lớp trên trung lưu. Thay vì tận hưởng sự thoải mái của kiến trúc và thiết kế hiện đại và hưởng lợi từ sự gia tăng giá trị của các quầy hàng của họ, giờ đây họ thấy mình bị mắc kẹt với trách nhiệm trả phí cao hơn cùng các hóa đơn, trong khi lợi nhuận từ thương mại đã giảm đáng kể.

Thêm một lưu ý tích cực hơn, các cuộc tranh cãi xung quanh các trung tâm Phố Cổ mới và các dự án tái phát triển thị trường không thành công khác rõ ràng đã góp phần làm suy nghĩ lại về các kế hoạch phát triển thị trường hiện nay của Hà Nội. “Hà Nội không dẹp chợ dân sinh trong 5-7 năm tới”¹² là một trong những tiêu đề xuất hiện trong bản tin vào tháng 7 năm 2013. Trong khi đó, quyết định này sẽ không làm thay đổi tình hình để những người buôn bán ở chợ Phố Cổ quay trở lại, biểu hiện của sự bất mãn của họ có thể đã góp một phần cho sự tái thương lượng các chương trình nâng cấp chợ đầy tham vọng của Hà Nội và dừng kế hoạch “nâng cấp” hai chợ kiểu cũ còn lại vào các khu mua sắm. Trong khi đó, những người buôn bán ở chợ Phố Cổ tiếp tục hy vọng rằng mọi chuyện sẽ dần dần trở nên tốt hơn -

¹²<http://english.vietnamnet.vn/fms/business/78557/ha-noi-to-not-eliminate-traditional-markets-in-5-7-more-years.html> (truy cập ngày 7/2/2014).

niềm tin, xét cho cùng, cũng vẫn là động lực quan trọng trong sự kiên trì “ngâm” của họ. Trong khi tương lai của họ với tư cách là những người buôn bán nhỏ vẫn chưa chắc chắn, trường hợp của họ nhắc nhở chúng ta rằng không gian cũng như địa điểm luôn luôn được tạo ra, định hình và định dạng bởi các quá trình xã hội, quan hệ quyền lực, và hoạt động kinh tế thay đổi.

Lời cảm ơn

Để có bài viết này, nghiên cứu được thực hiện là một phần của thỏa thuận hợp tác giữa Viện Nhân học Xã hội Max Planck, Halle/S., Đức, và Viện Dân tộc học, Việt Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam tại Hà Nội. Tôi xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến PGS.TS. Vương Xuân Tình và PGS.TS. Nguyễn Văn Minh vì sự hỗ trợ nhiệt tình của họ đối với nhóm nghiên cứu. Rất cảm ơn chị Nguyễn Thị Thanh Bình về việc tổ chức và giám sát điều tra, và các chị Phạm Thị Thu Hà, Nguyễn Thắm Thu Hà và Trần Thị Mai Lan đã thực hiện các cuộc phỏng vấn tại chợ.

Nguyễn Thị Hồng Nhị và
Nguyễn Thùy Trang dịch
Trần Hồng Hạnh hiệu đính

Tài liệu tham khảo

1. Abrami, Regina M. (2002), “Just a Peasant: Economy and Legacy in Northern Vietnam”, In: *Post-Socialist Peasant? Rural and Urban Constructions of Identity in Eastern Europe, East Asia and the Former Soviet Union*, Pamela Leonard and Deema Kaneff, eds., Palgrave, Basingstoke, Pp. 94-116.
2. Bourde, Paul (1885), *De Paris au Tonkin*, Calmann Lévy, Paris.
3. Braudel, Fernand (2002) [1982], *The wheels of commerce: Civilization & capitalism 15th-18th Century*, Volume 2, Phoenix Press, London.
4. Buoye, Thomas M. (2000), *Manslaughter, Markets, and Moral Economy: Violent Disputes over Property Rights in Eighteenth-century China*, Cambridge University Press, Cambridge.
5. Dror, Olga, and K. W. Taylor (eds. and annotators) (2006), *Views of Seventeenth-Century Vietnam, Christoforo Borri on Cochinchina & Samuel Baron on Tonkin*, Southeast Asia Program Publications, Cornell University, Ithaca, New York.
6. Fernandes, Leela (2004), “The Politics of forgetting: Class politics, state power and the restructuring of urban space in India”, *Urban Studies* 41, 12, Pp. 2415-2430.
7. Gell, Alfred (1982), “The market wheel: Symbolic aspects of an Indian tribal market”, *Man* 17, 3, Pp. 470-491.
8. *Hanoi Public Market/Chợ Dân sinh Hà Nội* (2012), Film directed by Michael DiGregorio, Redbridge TV & Film Production, Hanoi.
9. Harms, Erik (2009), “Vietnam’s civilizing process and the retreat from the street: A turtle’s eye view from Ho Chi Minh City”, *City & Society* 21, 2, Pp. 182-106.

10. Herzfeld, Michael (2006), “Spatial cleansing: Monumental vacuity and the idea of the West”, *Journal of Material Culture* 11, 1-2, Pp. 127-149.
11. [Http://english.vietnamnet.vn/fms/business/22189/hanoi-s-plan-to-develop-modern-markets-fails-completely.html](http://english.vietnamnet.vn/fms/business/22189/hanoi-s-plan-to-develop-modern-markets-fails-completely.html) (truy cập ngày 7 tháng 2 năm 2014).
12. [Http://english.vietnamnet.vn/fms/business/72620/investors-make-wrong-decisions--shopping-malls-stay-deserted.html](http://english.vietnamnet.vn/fms/business/72620/investors-make-wrong-decisions--shopping-malls-stay-deserted.html) (truy cập ngày 7 tháng 2 năm 2014).
13. [Http://english.vietnamnet.vn/fms/business/78557/hanoi-to-not-eliminate-traditional-markets-in-5-7-more-years.html](http://english.vietnamnet.vn/fms/business/78557/hanoi-to-not-eliminate-traditional-markets-in-5-7-more-years.html) (truy cập ngày 7 tháng 02 năm 2014).
14. [Http://english.vietnamnet.vn/fms/business/78557/hanoi-to-not-eliminate-traditional-markets-in-5-7-more-years.html](http://english.vietnamnet.vn/fms/business/78557/hanoi-to-not-eliminate-traditional-markets-in-5-7-more-years.html) (truy cập ngày 7/2/2014).
15. Leshkowich, Ann Marie (2005), “Feminine disorder: State campaigns against street traders in socialist and late-socialist Việt Nam”, In: *Le Việt Nam au féminin. Việt Nam: Women's realities*”, Gisèle Bousquet and Nora Taylor, eds., Les Indes Savantes, Paris, Pp. 187-207.
16. Lessinger, Johanna (1988), “Trader vs. developer: The market relocation issue in an Indian city”, In: *Traders versus the State*, Gracia Clark, ed., Westview Press, Boulder and London, Pp. 139-164.
17. Logan, William S. (2000), *Hanoi. Biography of a city*, Select Publishing/UNSW Press, Sydney & Singapore.
18. Nguyen Duc Nghinh (1993), “Markets and villages”, In: *The Traditional Village in Vietnam*, The Gioi Publishers, Hanoi, Pp. 315-376.
19. Nguyen Thua Hy (2002), *Economic history of Hanoi in the 17th, 18th and 19th centuries*, National Political Publishing House, Hanoi.
20. Pettus, Ashley (2003), *Between sacrifice and desire. National identity and the governing of femininity in Vietnam*, Routledge, New York.
21. Polanyi, Karl (2001) [1944], *The great transformation. The political and economic origins of our time*, Beacon Press, Boston.
22. Spector, Regine A. (2008), “Bazaar Politics. The Fate of Marketplaces in Kazakhstan”, *Problems of Post-Communism* 55, 6, Pp. 42-53.
23. Trần Thị Kiều Thanh Hà (2012), *Xóa bỏ chợ trong đô thị để xây siêu thị - Phú quý giạt lùi?* Dân Trí online, 10.04.2012, <http://dantri.com.vn/ban-doc/xoa-bo-cho-trong-do-thi-de-xay-sieu-thi-phu-quy-giat-lui-583857.htm> (truy cập ngày 12/3/2013).