

TƯ NHÂN HÓA VÀ TÍNH NĂNG ĐỘNG CỦA THỊ TRƯỜNG MANG TÍNH CHẤT GIỚI Ở NINH HIỆP, GIA LÂM

ESTHER HORAT

Giới thiệu chung

Từ khi áp dụng chính sách đổi mới, buôn bán nhỏ đã mọc lên như nấm ở khắp mọi nơi trên đất nước Việt Nam. Bán rong và những loại hình buôn bán quy mô nhỏ khác đã trở thành nguồn thu nhập không thể thiếu của nhiều gia đình. Đồng thời, kinh doanh gia đình đã nhanh chóng được lan truyền và trở thành hình thức phổ biến của tổ chức kinh tế. Ninh Hiệp, nơi hầu hết mọi người đều là những người buôn bán và điều hành hoạt động kinh doanh gia đình, hoặc kết hợp cả hai hiện tượng trên. Từ thời xa xưa, làng được biết đến như một trung tâm buôn bán vải vóc và thảo dược. Vào những năm đầu sau Đổi mới, buôn bán được tiến hành trên quy mô tương đối nhỏ như là một trong số nhiều hoạt động để kiếm sống. Việc mở cửa biên giới sang Trung Quốc để buôn bán với khối lượng thương mại nhỏ vào đầu những năm 1990 (Beresford/Phong, 2000, tr. 130) đã là một sự kiện quan trọng để quảng bá việc kinh doanh hàng dệt may ở Ninh Hiệp, bởi công nghiệp dệt may trong nước của Việt Nam trước đây và bây giờ vẫn chưa đáp ứng đủ nhu cầu trong nước, cả về số lượng và chất lượng. Tình hình đã thay đổi đáng kể từ khi khu chợ cố định đầu tiên được xây dựng tại Ninh Hiệp vào năm 2002. Từ đó trở đi, buôn bán đã trở thành cách thức phổ biến đối với người dân Ninh Hiệp

để kiếm được một khoản tiền đáng kể. Từ thời xa xưa, buôn bán là nghề kinh doanh chiếm ưu thế đối với phụ nữ, hơn nữa việc mở rộng không gian chợ từ năm 2010 và sự phát triển nhanh chóng của kinh tế địa phương đã dẫn tới sự phân chia lao động mới và nhìn chung kéo theo cả đàn ông cùng tham gia vào các hoạt động kinh doanh ở Ninh Hiệp.

Giống như các làng buôn bán và các làng nghề khác ở vùng đồng bằng sông Hồng, khu vực kinh tế của Ninh Hiệp được coi như là sự kết hợp giữa nông nghiệp với một số ngành nghề phi nông nghiệp khác nhau (Tô Duy Hợp, 1995, tr. 287). Đầu những năm 2000, có khoảng 1/3 số dân đã tham gia vào các hoạt động phi nông nghiệp (Papin/Tessier, 2002). Ngoài việc buôn bán vải vóc, hầu hết các gia đình ở Ninh Hiệp còn tham gia vào việc bán cây thuốc và các sản phẩm nông nghiệp, họ là nhân viên nhà nước hay làm việc trong các xưởng sản xuất công nghiệp nhỏ hoặc các xưởng thủ công và trong một số các cơ sở dịch vụ hay kinh doanh nhỏ. Tuy nhiên, sự bùng nổ của thị trường những năm gần đây đã có tác động làm thu hẹp lại chiến lược kinh tế hộ gia đình bằng cách tập trung tất cả nguồn lực và của cải sẵn có tham gia vào một hoạt động, buôn bán hàng dệt may. Kinh doanh trong làng càng trở nên hấp dẫn và mở rộng, thì

người ta càng ít quan tâm đến kỹ năng nghề nghiệp và các hoạt động kinh tế không liên quan trực tiếp đến kinh doanh. Thậm chí rất nhiều người trẻ đã có bằng tốt nghiệp đại học vẫn quay trở lại làng làm nghề buôn bán.

Bài viết làm sáng tỏ sự phát triển và tính năng động ở Ninh Hiệp trong bối cảnh của các quá trình biến đổi thị trường sâu sắc đang diễn ra ở Việt Nam. Mặc dù chợ Ninh Hiệp vẫn còn được coi là “chợ quê”, “chợ làng” hay “chợ nông thôn”, nó cũng đã bị tác động mạnh bởi các quá trình đô thị hóa và hiện đại hóa đang diễn ra với tốc độ nhanh chóng do chợ ở rất gần Hà Nội. Và bây giờ, những thay đổi ở Ninh Hiệp mang tính chất đặc trưng về nhiều mặt và cần được xem xét kỹ lưỡng hơn. Bài viết được chia thành ba phần. Trong phần đầu tiên, tôi sẽ mô tả các chợ khác nhau và các hình thức quản lý chợ. Trong phần hai, tôi so sánh những thay đổi ở các chợ tại Ninh Hiệp với tình hình biến đổi các chợ nói chung ở Việt Nam. Trong phần ba, tôi sẽ tập trung vào khía cạnh về giới của những phát triển này, đặc biệt chú ý tới sự phân chia lại lao động đang diễn ra.

1. Cảnh quan chợ

Đến với Ninh Hiệp (huyện Gia Lâm, thành phố Hà Nội¹), không còn nghi ngờ gì nữa, ta sắp sửa tới một trong những chợ bán buôn vải vóc lớn nhất ở Việt Nam. Cách trung tâm của làng vài km, các cửa hàng được sắp xếp dọc theo hai bên đường chính dẫn vào làng, ở đó trưng bày những mẫu vải và những thiết kế mới nhất trước khi ta đến cổng làng. Sau khi đi qua cổng, đường làng

lại tiếp tục đông đúc bởi người bán, người mua và những người chờ hàng, hoặc những người qua lại. Đi tiếp đường làng này, cuối cùng ta sẽ tới 3 khu chợ rất lớn, một khu được gọi là “Chợ Cũ”², còn hai khu khác là “Chợ Mới”³. Khoảng đất trống giữa ba khu chợ này được sử dụng làm bãi đỗ xe và có rất nhiều quán ăn và quán nước chè ở bên rìa đường. Đó là một nơi rất nhộn nhịp với những khách hàng và những người làm nghề xe ôm.

Các gian hàng ở chợ cũ thường không rộng hơn 3m², và mỗi gian hàng chất đầy những cuộn vải và rất nhiều quần áo may sẵn. Đôi khi quần áo được treo hoặc xếp trên những bàn gỗ để bày bán. Buổi tối khi chợ đóng cửa, hàng hóa được để lại trong gian hàng, chỉ được phủ bằng một miếng vải. Chợ cũ là tòa nhà một tầng và gồm hai khối nhà, thoát nhìn ban đầu dường như chúng hòa vào nhau làm một. Tuy nhiên, khi nhìn gần hơn, ta có thể nhận thấy mái của một phần nhà cao hơn một chút và vì thế nó làm cho tòa nhà trông có vẻ rộng rãi hơn, trong khi một phần nhà khác làm cho ta cảm giác ngột ngạt và nóng không thể chịu được vào mùa hè bởi vì mái nhà khá thấp. Thêm vào đó, các lối đi qua lại của phần chợ thứ nhất chạy thẳng và song song với nhau, trong khi các lối đi trong phần chợ thứ hai thì có vẻ lộn xộn hơn và dường như chúng được hình thành một cách tự nhiên chứ không phải là theo quy hoạch trên bản vẽ. Lý do là các gian hàng ở phần chợ thứ hai đã tồn tại từ

¹ Trước đây Ninh Hiệp thuộc tỉnh Bắc Ninh, nhưng từ năm 1961, Ninh Hiệp thuộc huyện Gia Lâm, Thành phố Hà Nội.

² Chợ Nành, được đặt theo tên làng trước đây, là chợ họp thường xuyên đầu tiên. Khái niệm “Chợ Cũ” liên quan đến cái nhìn truyền thống của việc xây dựng chợ.

³ Hai khu chợ mới được xây dựng này được hiểu là khu chợ hiện đại, nhưng không nên nhầm lẫn với trung tâm mua sắm.

lâu đời trước khi khu chợ được xây dựng. Thậm chí, phần chợ cũ hơn này còn có một ngôi đền và một vài nhà dân, họ ở và bán vải tại đó. Phần rộng rãi hơn của chợ cũ được xây dựng vào tháng 10 năm 2001 và cuối cùng được đưa vào sử dụng một năm sau đó. Rồi thì, những “phần đầu tiên” của chợ cũ cũng dần dần được nâng cấp vào tháng 9 năm 2003 và tháng 12 năm 2009⁴.

Đối diện với chợ cũ, đi ngang qua bãi đỗ xe, là hai khu chợ nhiều tầng, đó là “Trung tâm thương mại Sơn Long” và “Phú Điền”, được xây dựng vào năm 2010. Cho tới nay, chỉ các cửa hàng ở tầng trệt của hai khu chợ đó mở cửa, trong khi các cửa hàng trên tầng 2 và tầng 3 được cho thuê phần nào để làm kho. Với sàn lát gạch vuông, cầu thang tự động và được nâng cao hơn một chút so với mặt đất, chợ mới xem ra hiện đại ở mọi khía cạnh và khác hoàn toàn với chợ cũ. Ngoài việc rộng rãi, thoải mái, mát mẻ, sạch sẽ hơn và ít nhộn nhịp hơn, phần lớn những người buôn bán ở chợ mới còn rất trẻ và còn ít kinh nghiệm trong kinh doanh. Trong khi chờ đợi khách hàng, họ thường uống trà và chơi bài, đôi khi còn kèm theo cả tiếng nhạc vui rất lớn. Nhiều người trang trí cửa hàng của họ rất cẩn thận bằng sàn gỗ, giấy dán tường và ma-nơ-canh mặc những một mới nhất. Các cửa hàng có cửa chớp bằng sắt và được đóng, khóa lại vào ban đêm. Vận chuyển hàng hóa ra vào chợ mới rất dễ dàng, bởi vì lối đi giữa các cửa hàng và xung quanh hai tòa nhà rất rộng. Quần áo được bán tại đây có xu hướng đắt hơn một chút so với chợ cũ.

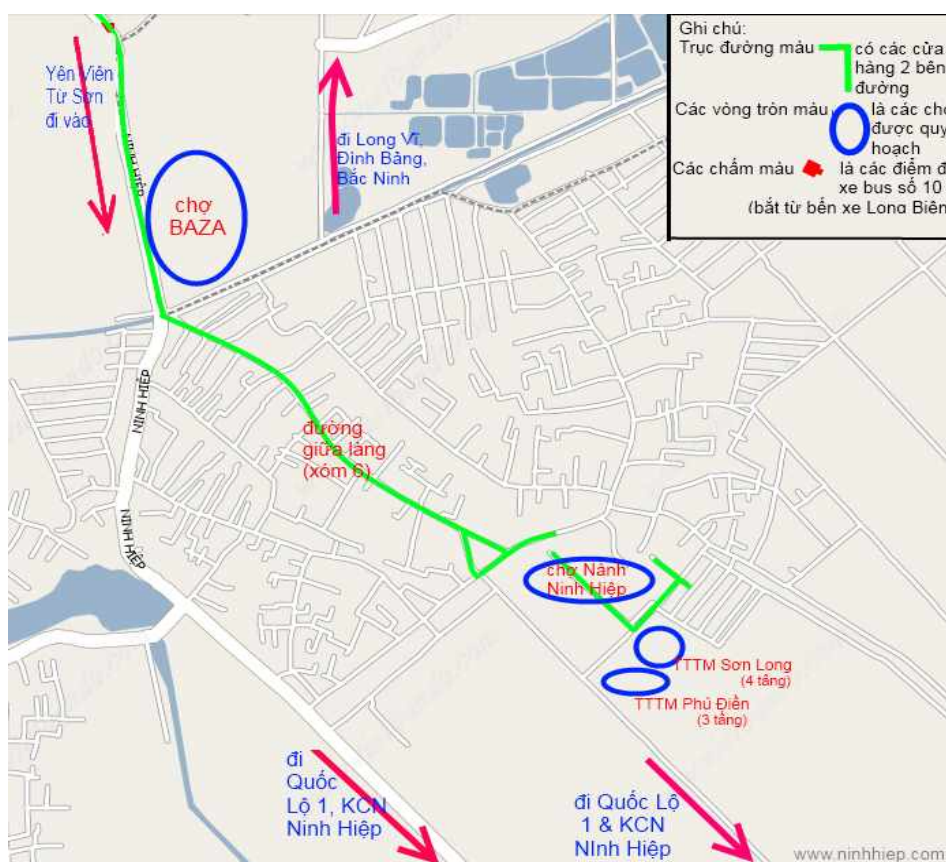
⁴ Báo cáo “Tình hình hoạt động công tác quản lý kinh doanh khai thác chợ Nành xã Ninh Hiệp”, số 10/BC-HTX, ngày 17/9/2012).

Hai khu chợ mới có quy mô rất lớn và cung cấp cho người bán vài trăm gian hàng, tương đương với gần 1/3 số gian hàng của chợ cũ (1.125 gian hàng) và các khu vực xung quanh. Khu chợ mới đã tạo ra không gian buôn bán và cơ hội việc làm cho những người lẽ ra họ phải ở nhà hoặc làm những công việc khác. Trong số đó, có cả thanh thiếu niên và những người trẻ đã nghỉ học và không muốn theo đuổi con đường học tập cao hơn nữa; những người chồng có vợ bán hàng tại khu chợ cũ; những người làm nghề trồng lúa, bán thuốc truyền thống hoặc những giáo viên; và mới chỉ gần đây đến với nghề kinh doanh mặt hàng vải vóc, có những người nghỉ hưu bắt đầu làm kinh doanh để hỗ trợ gia đình và để cho khuây khỏa, và nhiều người từ nơi khác đến (Bắc Ninh, Hà Nội, Hải Phòng, Trung Quốc) - những người muốn nắm bắt cơ hội để kinh doanh.

Việc xây dựng, mở rộng và nâng cấp chợ Nành “cũ” từ năm 2001, việc biến những căn phòng phía đằng trước nhà và phòng khách của những ngôi nhà riêng thành cửa hàng ở Xóm 6 vào khoảng năm 2005, và cuối cùng là việc xây dựng Trung tâm thương mại Sơn Long và Phú Điền có thể được xem như một quá trình thị trường hóa nhanh chóng⁵.

⁵ Ngoài ra, hai chợ mới khác cũng vừa được xây dựng (“Baza mới”, xây dựng năm 2006; và một chợ khác cạnh đó, cũng đang được xây dựng từ năm 2013). Thực chất chợ không được xây dựng trên đất của Ninh Hiệp, mà của một làng bên cạnh, thậm chí đất đó thuộc tỉnh khác (Bắc Ninh). Do sự gán gù về địa lý và do thực tế hầu hết những người bán hàng là người của Ninh Hiệp, hai chợ này được đề cập một cách ngắn gọn ở đây, nhưng không liên quan nhiều đến các nội dung tiếp theo.

BẢN ĐỒ NINH HIỆP



Nguồn: Website Ninh Hiệp.com.

[http://ninhhiiep.com/index.php?option=com_content&view=article&id=246:ch-ninh-hip-nm-au&catid=71:hang-may-mc&Itemid=430, 30/3/2013].

Việc mở rộng không gian kinh doanh trong phạm vi làng và buôn bán trở thành nguồn thu nhập chính của hầu hết các gia đình đã làm cho Ninh Hiệp trở nên giàu có và nâng cao đáng kể mức sống trung bình. Tuy nhiên, những người dân trong làng không được hưởng lợi như nhau từ những thay đổi này. Xu hướng thị trường hóa đã dẫn đến cạnh tranh ngày càng tăng giữa các nhà kinh doanh, cho dù nhiều người buôn bán ở chợ mới là thành viên trong một gia đình của những chủ nhân có các gian hàng ở

chợ cũ. Vì thế, sự phát triển của chợ không chỉ dẫn đến sự cạnh tranh giữa những người buôn bán ở chợ mới và chợ cũ, mà còn là cuộc cạnh tranh giữa các gia đình bán tại các địa điểm khác nhau với các gia đình chỉ bán ở một nơi nhất định. Trong khi các gia đình buôn bán với truyền thống kinh doanh lâu đời hoặc các gia đình thành công trong kinh doanh trong những năm gần đây có thể đầu tư và mở rộng kinh doanh của họ, thì những gia đình khác kinh doanh ở quy mô nhỏ hoặc chỉ vừa mới bắt đầu kinh doanh gần đây và

không có vốn để đầu tư, cũng như không có kinh nghiệm trong kinh doanh, bị tụt lại đằng sau. Do đó, việc mua một gian hàng tại một trong những chợ mới được xem như là cách đầu tư cho tương lai của một gia đình, cũng như một chiến lược để chống lại tình trạng bấp bênh bởi sự đa dạng địa lý⁶.

2. Công tác quản lý chợ

Sự khác biệt cơ bản giữa chợ cũ và các chợ mới thể hiện ở hình thức quản lý. Trong khi chợ cũ lúc đầu do chính quyền cộng đồng địa phương quản lý, và từ năm 2007 lại do hợp tác xã quản lý⁷, hai khu chợ mới thuộc về các nhà đầu tư tư nhân của Ninh Hiệp, những người đã thuê đất trong thời gian 50 năm. Ở khu chợ mới những người buôn bán được quyền sở hữu những gian hàng với thời hạn tối đa là 50 năm. Ở chợ cũ những người buôn bán có quyền thuê gian hàng trong thời hạn 5 năm, sau đó hợp đồng phải được ký lại. Hợp tác xã quản lý chợ cũ, thu phí để trang trải những chi phí dịch vụ (an ninh, nước, điện, vệ sinh, quét dọn) và có trách nhiệm giữ gìn trật tự chợ. Vị trí của mỗi gian hàng được giao cho người buôn bán, những người đã đóng góp tài chính cho việc xây dựng chợ - đó là lý do tại sao chợ cũ được hiểu là “nằm trong tay của người dân Ninh Hiệp”⁸.

⁶ Những nỗ lực tư nhân hóa liên quan đến chợ cũ vào mùa hè năm 2010 đã bị ngăn chặn bởi những cuộc biểu tình xảy ra sau đó của những thương nhân Ninh Hiệp và có thể tiếp tục gây ra cảm giác bất ổn liên quan đến tương lai của chợ cũ.

⁷ Quản lý chợ cũ là một trong ba nhiệm vụ mà hợp tác xã được trao quyền từ năm 2007 (trước đó, chợ cũ do UBND xã Ninh Hiệp quản lý).

⁸ Nhà nước chi trả 1,7 tỷ đồng Việt Nam, trong khi đó người dân Ninh Hiệp đóng góp số tiền còn lại là 2,3 tỷ đồng. Số ít những người buôn bán ở ngoài làng chỉ thuê lại gian hàng để buôn bán.

Các chợ dân sinh phụ thuộc vào sự thỏa thuận giữa người dân và Nhà nước khi bất đồng ý kiến về lợi ích. Ngược lại, quyền sở hữu tư nhân đối với chợ thì lại khác nhau ở chỗ chợ được tổ chức từ trên xuống mà không có sự tham gia của người dân trong việc ra quyết định và hỗ trợ tài chính để xây dựng tòa nhà. Hơn nữa, việc trở thành chủ nhân một gian hàng trong chợ mới chỉ đơn giản là vấn đề tài chính, ví dụ: bất cứ ai có tiền, dù là người Ninh Hiệp hay người ngoài, đều có thể mua gian hàng. Về quyền sử dụng, các chợ do tư nhân làm chủ đề ra những quy định rõ ràng hơn, đồng thời, chừa lại một phần nhỏ để thỏa thuận. Xóm 6 là trường hợp khác về quyền sở hữu tư nhân, nhưng nó không được quản lý tập trung như những khu chợ lớn. Trước sự phát triển nhanh chóng của địa điểm họp chợ, con phố này cũng giống như bất kỳ con phố nào khác trong cộng đồng, các ngôi nhà được xây dựng dọc theo con phố, thường có những cửa hàng nhỏ hoặc hiệu thuốc ở tầng dưới cùng. Không lâu sau khi chợ cũ được xây và bắt đầu đi vào hoạt động năm 2002, chợ đã hết chỗ bởi vì các gian hàng đã được các nhà buôn - những người bị cuốn hút bởi cơ hội kinh doanh - mua ngay. Những cư dân của Xóm 6 rất may mắn bởi vì họ chỉ cần biến tầng dưới cùng của ngôi nhà thành cửa hàng và bán các sản phẩm dệt và quần áo may sẵn tại nhà. Giá đất lên nhanh khiến việc cho thuê vài mét vuông nhà trở thành công việc kinh doanh sinh lợi cho các cư dân, ngoài việc kiếm lợi bằng cách buôn bán. Tầng dưới cùng của ngôi nhà thường được chia ra thành hai hay ba cửa hàng nhỏ, vì vậy, chủ nhà có thể bán hàng trong một gian và cho thuê những gian còn lại, kể cả mặt trước và

hai bên của ngôi nhà. Giá cho thuê cửa hàng trong khu vực này cao hơn so với bất cứ nơi nào khác trong cộng đồng, và bởi vì tính cạnh tranh cũng ngày càng gay gắt hơn, các cuộc xung đột giữa những người buôn bán xảy ra thường xuyên hơn. Vì thế, những người thuê cửa hàng ở Xóm 6 thường phải đi tiên phong về xu hướng thời trang (đấy là lý do tại sao xóm này cũng được gọi là “phố thời trang”) và cần phải đẩy nhanh việc bán hàng mới có thể trả phí thuê cửa hàng rất cao và phí thuê cửa hàng vẫn còn tăng lên nữa.

3. Sự biến đổi của các khu chợ dân sinh

Mười năm qua, rất nhiều chợ dân sinh ở Việt Nam đã được đổi mới, nâng cấp hoặc xây mới. Trên thực tế, chợ Ninh Hiệp cũng là một trường hợp được đề cập đến. Một tài liệu quan trọng liên quan tới vấn đề này là nghị định về phát triển và quản lý chợ, được ban hành vào năm 2003⁹. Nghị định không chỉ chứa đựng những điều khoản, những quy định chung về quy hoạch phát triển, đầu tư xây dựng và quản lý chợ, mà còn có cả những điều khoản về nội quy chợ, chẳng hạn như yêu cầu về xây dựng chợ văn minh thương mại (Điều 10). Chợ dân sinh là một bộ phận thiết yếu của đời sống văn hóa và xã hội của Việt Nam, và vì thế nó được coi như mục tiêu quan trọng hàng đầu đối với các nhà hoạch định kế hoạch nhà nước. Theo quan điểm phát triển này, có thể dễ dàng hiểu được rằng chợ Ninh Hiệp đã được mở rộng và đổi mới trong thời gian gần đây. Nhưng trái ngược với xu thế muốn biến đổi hoàn toàn chợ dân sinh thành các cửa hàng bách hóa hay khu mua sắm xa xỉ (như đã

từng xảy ra ở một số khu vực đô thị của Hà Nội, như chợ Bưởi, chợ Hàng Da), chợ Sơn Long và Phú Điền, ở Ninh Hiệp đã được xây dựng theo quan điểm của chợ bán buôn truyền thống. Trong khi chợ có đầy đủ những đặc điểm để có thể bán và mua tương đối thoải mái, những nguyên tắc cơ bản của các hình thức kinh doanh truyền thống không thể phá bỏ được. Rõ ràng mục tiêu của các nhà đầu tư là nhằm đáp ứng nhu cầu của các thương nhân và thực hiện những nguyện vọng của khách hàng. Mỗi quan tâm này có thể là một nhân tố quyết định cho sự thành công của chợ. Do đó, ý tưởng chính không phải là cạnh tranh với chợ cũ, mà là thu lợi từ những kinh nghiệm, kỹ năng và mạng lưới sẵn có, và cuối cùng là từ danh tiếng của một làng kinh doanh truyền thống. Bằng cách này, lợi thế cạnh tranh của Ninh Hiệp đối với các địa phương khác đang được gia tăng theo nguyên tắc của nền kinh tế cụm¹⁰. Trong làng, việc xây dựng những chợ mới đã đem lại kết quả trái ngược một chút: Trong khi không gian chợ được mở rộng hơn, chợ cũ vẫn giữ được giá trị của nó bởi vì nó được biết đến như là chợ đầu tiên. Đó là nơi mà mọi người thường hay tới mua hàng và là nơi các thương nhân được tin tưởng là những người có kinh nghiệm lâu đời trong buôn bán. Giá trị tài sản của một gian hàng tại một vị trí đắc địa của chợ cũ là một trong những tài sản có giá trị nhất trong cộng đồng. Lúc đầu hai khu chợ mới ít được mọi người lui tới, nhưng sau đó dường như đã hoạt động tốt hơn sau khi khách hàng đã quen hơn với khu chợ mới này. Thêm nữa, quần áo ở chợ mới nhìn chung đắt hơn ở chợ

⁹ Nghị định số 02/2003/NĐ-CP ngày 14/01/2003 về Phát triển và quản lý chợ.

¹⁰ Xây dựng các cụm kinh tế đang được thực hiện phổ biến ở vùng đồng bằng sông Hồng và ở một số nơi khác ở Việt Nam.

cũ. Nhưng ngay cả đến bây giờ chợ mới vẫn không hút nhiều khách hàng như chợ cũ và Xóm 6, hàng ngày họ đang giành được những khách hàng mới, cái đó một lần nữa củng cố sự lớn mạnh của kinh tế địa phương. Dù việc mở rộng chợ đem lại sự cạnh tranh ngày càng gia tăng, nhưng nó cũng làm tăng thêm danh tiếng của Ninh Hiệp như một trung tâm bán hàng dệt may và điều đó dẫn đến sự gia tăng khách hàng.

Tóm lại, cộng đồng buôn bán Ninh Hiệp dù nổi tiếng nhưng vẫn tương đối nhỏ, đã trở thành một trong những trung tâm bán buôn trên cả nước về mặt hàng vải vóc và quần áo may sẵn trong một thập kỷ qua. Phương tiện truyền thông đại chúng Việt Nam thường nhắc tới làng này như một câu chuyện về sự thành công và được truyền bá như một mô hình phát triển kinh tế do sự phát triển vượt trội của làng.

4. Tính năng động của thị trường mang tính chất giới

Từ khi mô hình kinh doanh gia đình chiếm ưu thế hơn trong làng và không gian chợ được mở rộng ở quy mô lớn, một số lượng lớn đáng kể đàn ông cũng bị thu hút vào công việc buôn bán. Số lượng lớn những người đàn ông kinh doanh ở những chợ mới trái ngược hẳn với tỷ lệ rất thấp những người đàn ông kinh doanh ở chợ cũ nói riêng. Ở những phần sau, tôi sẽ thảo luận hiện tượng này có thể được lý giải như thế nào và cái đó có hàm ý gì về vai trò giới trong phạm vi làng, nhưng cũng so sánh với tình hình ở Việt Nam nói chung.

Trong suốt quá trình lịch sử, ở Việt Nam buôn bán là một hoạt động chiếm ưu thế rất thấp. Trong thời Khổng Tử, có sự

phân chia chặt chẽ giữa lao động trí óc và lao động chân tay (Lương Văn Hy, 1992, tr. 68). Những học giả và quan chức (*sĩ*) được xếp ở hạng trên cùng của cây hình chóp hệ thống cấp bậc xã hội, tiếp theo sau là nhà nông (*nông*), các nghệ nhân làm nghề thủ công, và cuối cùng là các thương gia (*thương*) ở vị trí đáy của hình chóp (Malarney, 1998, tr. 271). Sau này, trong thời kỳ thuộc địa và thời kỳ cách mạng, các thương gia không thành công trong việc leo lên địa vị xã hội cao hơn. Hoàn toàn trái ngược: tư thương bị quy cho là không sản xuất và bóc lột (Malarney, 1998, tr. 280). Chỉ gần đây thôi bức tranh khác biệt hơn về những người buôn bán mới bắt đầu xuất hiện. Như đã đề cập ở phần giới thiệu, buôn bán nhỏ ở Việt Nam luôn bị coi là công việc của đàn bà. Leshkovich (2000, tr. 4f) biện luận rằng “hoạt động buôn bán của phụ nữ từng bị coi nhẹ bởi thái độ văn hóa xem thường công việc buôn bán và những người buôn bán là xấu xa và tầm thường (...). Những quan điểm này cũng được phản ánh trong phân công lao động theo giới: phụ nữ đảm đương những hoạt động kinh tế quy mô nhỏ, và địa vị của họ trong lĩnh vực này càng làm tăng thêm những cảm nhận về sự tầm thường của công việc”. Một lời tuyên bố thường được nhắc đi nhắc ở Việt Nam là đàn ông không nên mặc cả bởi vì đàn ông không nên “suy nghĩ vụn vặt”, có nghĩa là để ý tới những điều nhỏ mọn, chẳng hạn như một số tiền lẻ. Trong cách nói tương tự Alexander (1998, tr. 213) và Brenner (1998, tr. 140) gắn các thực tiễn buôn bán với những mong muốn theo giới tính ở Java. Nghề kinh doanh được coi là phù hợp với đàn bà, chứ không phải đàn ông, bởi vì tiền và những

liên đới của nó gắn với những mong muốn vật chất thường được cho là mối đe dọa tới quyền lực của người đàn ông. Ngoài việc hiểu tiền là hiện thân của chủ nghĩa vật chất và những yếu kém về đạo đức, chợ cũng được coi là những nơi không văn minh, nơi người ta thường hay cãi nhau và sử dụng những ngôn từ thô tục (Alexander, 1998, tr. 211; Brenner, 1998, tr. 75).

Trong khi đó, ở Việt Nam, ngay sau Đổi mới, thời kỳ hưng thịnh của các hoạt động thương mại tập trung vào tay phụ nữ, tính năng động gần đây về thị trường được tạo nên bởi cả nam lẫn nữ. Sự phát triển của chợ Ninh Hiệp đã dẫn đến sự phân chia lại lao động bởi cả đàn ông cũng có những đóng góp tích cực cho kinh doanh của gia đình. Mặc dù phần lớn đàn ông đảm nhận các nhiệm vụ trong sản xuất (chẳng hạn như cắt, may, dán nhãn mác, đóng gói quần áo) và vận chuyển hàng hóa hay giám sát những người làm công, điều đó cũng đã được chấp nhận và đôi khi, nếu cần thì người đàn ông cũng bán hàng tại chợ hay đi tới những nơi xa để mua hàng. Sự thay đổi này có thể giải thích bởi khối lượng công việc ngày một tăng do sự phát triển của kinh tế địa phương nói chung và sự gia tăng của kinh tế gia đình nói riêng. Hơn nữa, người ta phải làm vì sự mở rộng của chợ và xu hướng cần có nhiều hơn một sạp hàng đối với mỗi gia đình, điều đó dẫn đến việc đòi hỏi các thành viên khác trong gia đình phải thực hiện nhiệm vụ bán hàng¹¹. Cuối cùng, buôn bán trở thành một hoạt động đem lại lợi nhuận, nó không thể tồn tại lâu dài với số tiền ít ỏi, mà phải cần

thêm một lượng tiền lớn và vì thế điều đó hoàn toàn phù hợp với đàn ông. Bị cuốn hút vào thương trường với tư cách là người buôn bán (thay vì chỉ là người sản xuất hay vận chuyển hàng hóa) đã đặt đàn ông vào vị trí vững chắc hơn để có thể kiểm soát ngân quỹ kinh doanh gia đình (và vì thế cả ngân quỹ của gia đình). Điểm cuối cùng này được xác nhận bởi cuộc điều tra về vai trò của giới trong các gia đình Việt Nam vốn cho thấy rằng một trong những thay đổi chính liên quan đến phân công lao động là đàn ông ngày càng tăng cường tham gia quản lý ngân quỹ hộ gia đình. Các tác giả cho rằng điều này có lẽ do thu nhập sau thuế cao hơn trước Đổi mới (Knoedel và cộng sự, 2004, tr. 13). Trong trường hợp Ninh Hiệp, thu nhập không chỉ cao hơn trước nhiều, mà còn đến từ một nguồn duy nhất, dẫn đến xu hướng quản lý chung toàn diện.

Điều này khiến tôi đi tới kết luận rằng bản thân chợ không còn được hiểu là lãnh địa của riêng phụ nữ nữa. Đúng hơn, cách kinh doanh như thế nào là điều quyết định: bán cái gì, bán thế nào, bán ở đâu và bán cho ai. Nếu gian hàng ở chợ mới thì đàn ông có xu hướng bán một mình; nếu ở chợ cũ hay ở phố thời trang thì họ thường thích bán cùng với vợ, mẹ hoặc chị em gái, hoặc cũng rất hiếm khi bán với bố hay anh em trai. Tài liệu điều tra cho thấy rằng hầu hết đàn ông bán quần áo dành cho đàn ông (sơ mi, áo len, quần bò hay quần áo thể thao) ở những nơi mà không quá đông đúc hoặc những nơi không thuận tiện. Đàn ông bán hàng cho đàn ông có thuận lợi là không cần phải mặc cả, hoặc ít ra cũng không tự đặt họ vào tình thế khó xử. Chợ mới được coi là hiện đại, sạch sẽ và thoải mái và vì thế được xem là phù

¹¹ Những người được thuê có thể hỗ trợ người buôn bán tại sạp hàng nhưng họ không đủ độ tin cậy để bán một mình.

hợp với đàn ông hơn chợ cũ. Khi tôi hỏi một người buôn bán là phụ nữ trẻ rằng tại sao chồng cô ta bán ở chợ mới trong khi cô ấy lại bán ở chợ cũ, cô ấy trả lời:

“Vì ở chợ mới chủ yếu là bán đồ nam và hàng đắt tiền, mặc cả ít hơn nên hợp với đàn ông. Còn ở đây thì bán hàng rẻ tiền và phải ngồi như thế này nên chủ yếu là phụ nữ. Như thế hợp lý hơn” (người bán hàng ở chợ cũ, 12/5/2013).

Mặc dù phân công lao động đã có những thay đổi kể từ khi thị trường phát triển mạnh mẽ trong vài năm gần đây, những khuôn mẫu mang tính đặc thù về giới như đã đề cập ở trên vẫn còn tồn tại, và nhìn chung những kiểu mẫu về giới dường như vẫn tiếp tục tồn tại. Cho dù sự tham gia của những người đàn ông trong gia đình có thể giúp cho việc giải quyết khối lượng công việc cần thiết trong một vài trường hợp, trong các trường hợp khác, nó phụ thuộc trực tiếp vào công việc mà đàn ông thực sự đảm nhiệm, nó cũng có thể hạn chế các đại lý của người phụ nữ và làm cho việc quản lý kinh doanh và quản lý ngân quỹ gia đình trở nên phức tạp. Việc tham gia ngày càng nhiều vào buôn bán (từ làm những việc không liên quan tới buôn bán để thỉnh thoảng hỗ trợ kinh doanh cho tới bán hàng cả ngày tại chợ) đã tác động tới các mối quan hệ trong gia đình và việc tổ chức những công việc lặt vặt trong nhà. Nếu cả bố và mẹ đều dành trọn thời gian một ngày ở chợ hay đi xa vì những chuyến kinh doanh, thì cần phải tìm giải pháp cho việc chăm sóc trẻ. Vài năm trở lại đây, một số nhà trẻ trong làng đã được mở ra và trở nên phổ biến cho các trẻ em trước tuổi đến trường. Hơn nữa, mang trẻ tới chợ từ sớm hay để chúng ở nhà giúp việc kinh doanh trong gia đình đều không hợp lý.

Nhìn chung, mối quan hệ và vai trò giới ở Ninh Hiệp không còn nhiều khác biệt (về tổng thể) so với các vùng khác ở Việt Nam. Số liệu tôi thu thập được trong nghiên cứu của mình chỉ ra rằng kiểm soát quyền lực kinh tế trong mỗi hộ gia đình không thể đánh đồng với sự trao quyền hay một vị trí ra quyết định độc lập. Phụ nữ có thể là người đứng đầu trong kinh doanh gia đình và do đó họ phải có trách nhiệm đối với ngân quỹ của gia đình mình, nhưng họ không được coi là người chủ gia đình. Vị trí đại diện quan trọng này trong mọi thời điểm lại thuộc về người đàn ông nhiều tuổi nhất trong hộ gia đình. Phát hiện này cũng phù hợp với kết quả của Martin (2013, tr. 213) cho rằng đàn bà là “người gánh vác kinh tế chủ yếu” của gia đình trong khi đàn ông gánh vác nhiệm vụ là người quản lý tượng trưng của gia đình. Barbieri và Belanger (2009) cũng đã thu được những kết quả tương tự như vậy ở Việt Nam trong thời đại ngày nay¹².

Kết luận

Trong bài báo này tôi đã mô tả các quá trình đô thị hóa và thị trường hóa diễn ra nhanh chóng, nhấn mạnh vào những biến đổi của các chợ và đặc biệt những phát triển này đã tác động tới làng Ninh Hiệp. Hai chợ mới tạo cơ hội cho các thành viên khác trong gia đình (hầu hết là người chồng hay các con) tham gia vào buôn bán và bằng cách đó cũng có thêm mô hình kinh doanh gia đình. Trong khi các khu vực lân cận bị ảnh hưởng bởi đô thị hóa bằng cách người dân tới Hà Nội tìm việc làm, Ninh Hiệp lại ném trái một kết quả ngược lại. Thị trường hóa tiến triển nhanh hơn thúc giục họ ở lại làng quê, bắt tay vào

¹² Đối với thảo luận về những hộ gia đình do phụ nữ đứng đầu ở Việt Nam, xem Teerawichitchainan (2009).

công việc cùng với gia đình ở độ tuổi còn rất trẻ và tiếp tục kinh doanh để kiếm sống. Do đó, sự phát triển như đô thị hóa và thị trường hóa dường như củng cố thêm mô hình gia đình truyền thống ở Ninh Hiệp hơn là việc mở ra những cơ hội cho một phong cách sống mới hoặc giáo dục cao hơn khiến có thể dẫn tới những cơ hội nghề nghiệp mới.

Song, làng đã trải qua những thay đổi đáng kể trong thời gian gần đây nhờ có việc mở rộng chợ và lực lượng đông đảo những người buôn bán. Điều đó dẫn đến việc phân công lại lao động và những thỏa thuận đối với vai trò và mối quan hệ giới trong gia đình, kể từ khi hầu hết các nam thanh niên chuyển sang buôn bán. Trong một vài trường hợp sự tham gia của đàn ông với tư cách là những người buôn bán trong kinh doanh gia đình tất nhiên đã giúp giải quyết được công việc hàng ngày nặng nhọc, nếu không thì khó có thể vượt qua được, còn trong vài trường hợp khác nó gây phức tạp cho vai trò của phụ nữ. Hơn nữa, một thực tế là việc người đàn ông trở thành nhà kinh doanh đã không đóng góp cho sự đánh giá lại công việc kinh doanh theo cách hiểu thông thường, nhưng lại dẫn đến sự chia tách của một số lĩnh vực hoạt động kinh doanh giữa nam và nữ.

Lời cảm ơn

Tư liệu mà báo cáo này sử dụng đã được thực hiện trong chuyến nghiên cứu điền dã dân tộc học dài ngày từ tháng 7 năm 2012 đến tháng 9 năm 2013 như là một phần của luận án tiến sĩ tại Viện Nhân học Xã hội Max Planck, Halle/Đức, hợp tác với Viện Dân tộc học, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam. Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn tới PGS.TS. Vương Xuân Tình và PGS.TS. Nguyễn Văn Minh về những hỗ trợ của họ

đối với công trình nghiên cứu. Tôi cũng xin cảm ơn Nguyễn Thị Thanh Bình vì những đóng góp của cô ấy trong khâu tổ chức và gửi lời cảm ơn tới Vương Ngọc Thi, Tạ Thị Tâm và Hoàng Thị Lê Thảo về việc thực hiện phỏng vấn và khảo sát tại chợ.

Nguyễn Thị Hồng Nhị dịch

Trần Hồng Hạnh hiệu đính

Tài liệu tham khảo

1. Alexander, Jennifer (1998), “Women traders in Javanese marketplaces: Ethnicity, gender, and the entrepreneurial spirit”, In: *Market Cultures. Society and morality in the New Asian Capitalism*, Hefner, Robert W., ed., Westview Press, Boulder, Pp. 203-223.
2. Barbieri, Magali and Danièle Bélanger (2009), “Introduction”, In: *Reconfiguring families in contemporary Vietnam*, Barbieri, Magali and Danièle Bélanger, eds., Stanford University Press, Stanford, Pp. 1-44.
3. Beresford, Melanie and Dang Phong (2000), *Economic transition in Vietnam: Trade and aid in the demise of a centrally planned economy*, Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham.
4. Brenner, Suzanne A. (1998), *The domestication of desire, Women, wealth, and modernity in Java*, Princeton University Press, Princeton.
5. Hy Van Luong (1992), *Revolution in the village*, University of Hawaii Press, Honolulu.
6. Knoedel, John; Vu Manh Loi; Jayakody, Rukmalie and Vu Tuan Huy (2004), “Gender roles in the family: Change and stability in Vietnam”, *PSC Research Report No. 04-559*.

7. Leshkovich, Ann Marie (2000), *Tightly woven threads: Gender, kinship, and "secret agency" among cloth and clothing traders in Ho Chi Minh City's Ben Thanh Market*, Doctorial dissertation.

8. Malarney, Shaun K. (1998), "State Stigma, Family Prestige, and the Development of Commerce in the Red River Delta of Vietnam", In: *Market cultures, Society and morality in the New Asian Capitalisms*, Hefner, Robert W., ed., Westview Press, Pp. 268-289, Boulder.

9. Martin, Philip (2013), "I want to take risks, like mother": Memory, affect, and Vietnamese masculinities - the legacy of gendered variations in socio-economic mobility during Doi Moi", *Norwegian Journal of Geography* 67, 4, Pp. 210-218.

10. Papin, Philippe and Olivier Tessier (2002), *Làng ở vùng châu thổ sông Hồng: Vấn đề còn bỏ ngỏ*, Trung tâm Khoa học xã hội và Nhân văn quốc gia, Hà Nội.

11. Teerawichitchainan, Bussarawan (2009), "Household headship in the Red River Delta, Vietnam: The political construction of the family", In: *Reconfiguring families in contemporary Vietnam*, Barbieri, Magali and Danièle Bélanger, eds., Stanford University Press, Stanford, Pp. 329-361.

12. To Duy Hop (1995), "Some characteristics of the changing social structure in rural Vietnam under Doi Moi", *Sojourn* 10, 2, Pp. 280-300.



Chợ Ninh Hiệp, huyện Gia Lâm, Hà Nội

Ảnh: Kirsten W. Endres