

CHỢ TRUYỀN THỐNG Ở TIỀN GIANG TRONG XU THẾ ĐỔI MỚI VÀ HỘI NHẬP HIỆN NAY

Võ Văn Sơn

1. Đặt vấn đề

Chợ truyền thống là nơi diễn ra hoạt động trao đổi và mua bán hàng hóa của người sản xuất và người tiêu dùng. Từ lâu, chợ truyền thống đã gắn chặt với tâm thức của người dân Việt Nam. Bên cạnh “nhà”, “làng”, “nước”, chợ truyền thống trở thành một phần không gian văn hoá theo suốt cuộc đời mỗi con người. Câu nói cửa miệng “nhất cận thị, nhị cận giang” (nhất gần chợ, nhì gần sông) hay “đem ra chợ bán, đi ra chợ mua” đã trở thành một nét văn hóa quen thuộc của người dân nước ta. Vì vậy, chợ truyền thống như là một “tấm gương” phản chiếu trình độ phát triển kinh tế - xã hội từng vùng trong từng thời kỳ nhất định.

Với vị trí đặc địa, điều kiện tự nhiên thuận lợi, vùng đất Tiền Giang đã sớm thu hút đông đảo lưu dân ở các vùng miền khác nhau đến định cư và lập nghiệp từ thế kỷ XVII. “Cho đến cuối thế kỷ XVIII, sản xuất nông nghiệp ở Tiền Giang đã đi vào ổn định và bắt đầu có sự phát triển. Nghề trồng lúa nước, nghề vườn và nghề cá đã đạt được những kết quả khả quan. Từ đó, sự giao thương nông sản hàng hóa, nhất là thóc gạo, cau, được hình thành và ngày càng phát triển. Hệ thống chợ buôn bán nông sản, có tầm hoạt động không chỉ ở địa bàn nội hạt mà còn vươn ra thị trường khu vực, toàn quốc và nước ngoài, đã xuất hiện và nhanh chóng trở nên phồn thịnh, như chợ Mỹ Tho, chợ Gạo, chợ Cái Bè, chợ Cai Lậy, chợ Lương Phú, chợ Gò Công... Tiền Giang ngay từ rất sớm, đã là một trong những trung tâm kinh tế và thương mại nổi tiếng của Nam Bộ” (Nguyễn Phúc Nghiệp 1998: 272).

Hệ thống chợ truyền thống ở Tiền Giang biến đổi mạnh nhất từ khi nước ta tiến hành công cuộc đổi mới, phát triển nền kinh tế thị

trường nhiều thành phần. Bên cạnh, các siêu thị và trung tâm mua sắm hiện đại, chợ truyền thống vẫn đóng vai trò quan trọng trong đời sống của người dân. Ở một số địa phương, chợ truyền thống phát triển thành trung tâm thương mại của địa phương. Do đó, mạng lưới chợ truyền thống ở Tiền Giang đã có những thay đổi về quy mô, số lượng, hàng hóa trao đổi, phương thức thanh toán, mô hình quản lý. Sự biến đổi này đã tác động đến đời sống và nhu cầu sinh kế của người dân.

Đặc biệt, Hội nghị Ban Chấp hành Trung ương Đảng lần thứ 7 (khóa X) đã ra nghị quyết về vấn đề “*Nông nghiệp - Nông dân - Nông thôn*”. Đề triển khai Chương trình xây dựng nông thôn mới thực hiện Nghị quyết của Đảng; Chính phủ đã ban hành bộ Tiêu chí Quốc gia xây dựng nông thôn mới; trong đó có tiêu chí về chợ nông thôn quy định mỗi xã phải quy hoạch một chợ tập trung. Song thực tiễn đã cho thấy nhiều nơi đầu tư xây dựng chợ với kinh phí, quy mô tương đối lớn nhưng hiệu quả hoạt động thấp, thậm chí không hoạt động được. Tình trạng hoạt động chợ nêu trên, ở địa phương Tiền Giang cũng không phải là ngoại lệ. Vì vậy, bảo tồn và phát huy mạng lưới chợ truyền thống theo hướng hiện đại là một điều tất yếu cần quan tâm.

2. Khái quát lịch sử chợ truyền thống ở Tiền Giang

Trên cơ sở một nền nông nghiệp lúa nước phát triển, ngay từ rất sớm, nông nghiệp Tiền Giang đã mang tính sản xuất hàng hóa. Nông sản, nhất là lúa gạo và cau, đã đáp ứng thị trường tại chỗ; mà còn dôi ra với số lượng lớn, trở thành hàng hóa được buôn bán, trao đổi trên thị trường trong và ngoài nước. *Địa chí Tiền Giang* (2007: 674) ghi nhận: “Vùng Định

Tuồng trong thế kỷ XVII, XVIII và nửa đầu thế kỷ XIX là một trong những địa phương trọng điểm của vùng Gia Định: nhất thóc nhì cau". Do kinh tế hàng hóa phát triển nên mạng lưới chợ truyền thống ở Tiền Giang phát triển trên khắp địa bàn của toàn tỉnh, với nhiều ngôi chợ có hoạt động thương mại nhộn nhịp nổi tiếng khắp cả nước và quốc tế vào thế kỷ XVIII: chợ phố lớn Mỹ Tho, chợ Gạo, chợ Lương Phú, chợ Thanh Sơn (Cai Lậy), chợ Gò Công, chợ An Bình (Cái Bè), chợ Đề Võng. Nhìn chung, mạng lưới chợ truyền thống đã phát huy tốt vai trò phục vụ đời sống dân sinh, nhu cầu lưu thông hàng hóa, thúc đẩy phát triển thương mại của địa phương và mang đậm dấu ấn văn hóa riêng của vùng đất mới.

Theo thống kê của Trịnh Hoài Đức trong *Gia Định thành thông chí* thì đầu thế kỷ XIX, Tiền Giang có 6 chợ, nhưng đến giữa thế kỷ XIX, theo *Đại Nam nhất thống chí*, có thêm 9 chợ nữa đã được thành lập, nâng tổng số chợ lên 15 và cuối thế kỷ XIX, Tiền Giang có 42 chợ, được phân bố ở 155 làng, tính bình quân 3,5 làng/chợ. Trong đó, có những chợ lớn đóng vai trò quan trọng trong việc buôn bán, điều phối hàng hóa của địa phương và cả khu vực. Tiêu biểu là các chợ: Mỹ Tho đại phố⁽¹⁾ lập năm 1679, chợ Cái Bè lập năm 1732, chợ Tân Thành (Mỹ Tho) lập năm 1826, chợ Gạo và chợ Cai Lậy lập giữa thế kỷ XVIII,... Các ngôi chợ nhỏ như: chợ Giữa, chợ An Hữu, chợ Rạch Gầm, chợ Ba Rài... cũng có từ hơn 250 năm trước. Việc buôn bán nông sản (thóc, gạo, trái cây, hạt cau khô, dừa, chuối, trầu...) ở các chợ diễn ra khá nhộn nhịp. Việc hình thành và phát triển các trung tâm buôn bán (chợ truyền thống) đánh dấu sự phát triển thương mại và nền kinh tế hàng hóa của Tiền Giang xưa ở thế kỷ XVII, XVIII và nửa đầu thế kỷ XIX.

Trong những thập niên 90 của thế kỷ XX, mạng lưới chợ truyền thống của Tiền Giang được quan tâm, cải tạo, nâng cấp và xây dựng. Tính đến năm 2000, Tiền Giang có 117 chợ truyền thống (bao gồm chợ lớn, chợ vừa và chợ nhỏ). Trong đó, chợ Mỹ Tho vẫn tiếp tục là chợ đầu mối quan trọng của tỉnh. Các chợ ở

trung tâm các huyện, thị, ở các khu vực thị tứ hoặc theo các trục lộ giao thông lớn, như: chợ Gò Công (thị xã Gò Công), chợ Tân Hòa, chợ Cầu Nổi (huyện Gò Công Đông), chợ Vĩnh Bình, chợ Đồng Sơn (huyện Gò Công Tây), chợ Gạo, chợ Mỹ Tịnh An, chợ Lương Phú (huyện Chợ Gạo), chợ Cai Lậy, chợ Mỹ Phước Tây (huyện Cai Lậy), chợ Bà Bèo, chợ Phú Mỹ (huyện Tân Phước), chợ Cái Bè, chợ An Hữu, chợ Thiên Hộ (huyện Cái Bè)... là những chợ tương đối quy mô, có lưu lượng hàng hóa phong phú và đa dạng. Đặc biệt, bước đầu hình thành nên các chợ chuyên doanh, có tầm cỡ quốc gia và khu vực như: chợ Hòa Khánh (huyện Cái Bè), chợ Vĩnh Kim (huyện Châu Thành), chợ Thạnh Trị (thành phố Mỹ Tho) chuyên về trái cây; chợ Phú Cường (huyện Cai Lậy) chuyên về lúa gạo. Hầu như tất cả các xã, phường và thị trấn đều có chợ, thậm chí có xã, phường có đến 2, 3 chợ.

Mạng lưới chợ truyền thống ở Tiền Giang tăng dần theo thời gian; gắn liền với sự gia tăng dân cư và phát triển sản xuất. Tính đến cuối 2018, tỉnh Tiền Giang có 176 chợ truyền thống gồm: 5 chợ hạng 1 (trên 400 điểm kinh doanh), chiếm tỷ lệ 2,84%; 21 chợ hạng 2 (từ 200 đến 400 điểm kinh doanh), chiếm tỷ lệ 11,93% và 150 chợ hạng 3 (dưới 200 điểm kinh doanh), chiếm tỷ lệ 85,23%, với tổng số hộ kinh doanh tại các chợ là 174.490 hộ. Mạng lưới chợ phân bố tại các địa phương như sau: huyện Cái Bè: có 35 chợ (5 chợ hạng 2, 30 chợ hạng 3); huyện Cai Lậy: có 17 chợ hạng 3, thị xã Cai Lậy: có 12 chợ (1 chợ hạng 1, 1 chợ hạng 2, 10 chợ hạng 3), huyện Tân Phước: có 06 chợ (2 chợ hạng 2, 4 chợ hạng 3), huyện Châu Thành: có 18 chợ (4 chợ hạng 2, 14 chợ hạng 3), thành phố Mỹ Tho: có 14 chợ (2 chợ hạng 1, 1 chợ hạng 2, 11 chợ hạng 3), huyện Chợ Gạo: có 20 chợ (1 chợ hạng 1, 2 chợ hạng 2, 17 chợ hạng 3), huyện Gò Công Tây: có 18 chợ (4 chợ hạng 2, 14 chợ hạng 3), thị xã Gò Công: có 13 chợ (1 chợ hạng 1, 12 chợ hạng 3), huyện Gò Công Đông: có 16 chợ (2 chợ hạng 2, 14 chợ hạng 3), huyện Tân Phú Đông: có 7 chợ hạng 3 (Sở Công thương Tiền Giang 2019).

Nhìn chung, mạng lưới chợ ở Tiền Giang phân bố khá đồng đều giữa các huyện, thị, thành. Mỗi huyện, thị, thành đều có một chợ tương đối lớn ở trung tâm và các chợ ở xã, phường, thị trấn. Nhiều chợ mang tính chất vùng, có quy mô khá lớn, đóng vai trò quan trọng cho phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội của địa phương. Sự phát triển của các chợ truyền thống Tiền Giang có quy mô ngày càng lớn trên địa bàn tỉnh đã dần dần hình thành nên các trung tâm thương mại: Trung tâm

thương mại Mỹ Tho gồm các chợ thuộc khu vực thành phố Mỹ Tho và hai huyện Châu Thành, Chợ Gạo có 35 chợ; Trung tâm thương mại Gò Công gồm các chợ thuộc khu vực Gò Công và hai huyện Gò Công Đông và Gò Công Tây có 33 chợ; Trung tâm thương mại Cái Bè gồm các chợ ở thị trấn, thị tứ, đầu mối giao thông ở trong huyện có 21 chợ; Trung tâm thương mại Cai Lậy gồm các chợ thuộc khu vực thị xã Cai Lậy, huyện Cai Lậy và Tân Phước, có 28 chợ.

Một số chỉ tiêu cơ bản về mạng lưới chợ truyền thống của tỉnh Tiền Giang

Stt	Huyện, thị thành	Số chợ	Số chợ/xã/phường/thị trấn	Diện tích/chợ (km ² /chợ)	Dân số/chợ (người/chợ)	Bán kính chợ (km/chợ)
1	Huyện Cai Lậy	17	0,89	16,00	11.661	2,08
2	Huyện Cái Bè	35	1,40	12,03	8.240	1,96
3	Huyện Châu Thành	18	0,78	12,77	13.104	2,02
4	Huyện Chợ Gạo	20	0,95	12,92	9.770	2,03
5	Huyện Gò Công Đông	16	1,23	16,73	8.824	2,31
6	Huyện Gò Công Tây	18	1,31	10,72	7.370	1,85
7	Huyện Tân Phước	6	0,46	55,53	9.516	4,21
8	Huyện Tân Phú Đông	7	1,17	31,73	5.799	3,18
9	Thị xã Cai Lậy	12	1,45	34,6	7.736	1,28
10	Thị xã Gò Công	13	1,08	7,88	7.276	1,58
11	Thành phố Mỹ Tho	14	0,71	6,79	18.000	1,47
Cả tỉnh		176	1,01	14,67	9.840	2,16

(Nguồn: Võ Văn Sơn tổng hợp năm 2018)

3. Đặc điểm của mạng lưới chợ truyền thống ở Tiền Giang

Về diện tích của các chợ: các chợ truyền thống trên địa bàn tỉnh đa số có quy mô không lớn: chợ có diện tích đất dưới 1.000 m² là 55 chợ, chiếm tỷ lệ 31,25%, chợ có diện tích đất từ 1.000 m² đến 2.000 m² là 48 chợ, chiếm tỷ lệ 27,27%, chợ có diện tích đất từ 2.000 m² đến 3.000 m² là 36 chợ, chiếm tỷ lệ 20,45%, chợ có diện tích đất trên 3.000 m² là 37 chợ, chiếm tỷ lệ 21,02%.

Về mật độ và bán kính phục vụ của các chợ: mạng lưới chợ truyền thống ở Tiền Giang phân bố khá đồng đều giữa các huyện, thị, thành. Mỗi huyện, thị, thành đều có một chợ tương đối lớn ở trung tâm. Ngoài chợ trung tâm, mỗi huyện, thị, thành lại có nhiều chợ ở các xã, phường, thị trấn. Hiện nay, diện tích đất tự nhiên của toàn tỉnh là 2.509 km² và 176 chợ truyền thống. Tính bình quân cứ 14,3 km² có một chợ, hay bán kính phục vụ bình quân của một chợ là 2,16 km. Bán kính phục vụ bình quân một chợ của tỉnh thấp hơn so với bình quân của khu vực đồng bằng sông Cửu Long (2,83 km) và bình quân cả nước (3,66 km). Như vậy, Tiền Giang có mật độ chợ tương đối cao hơn mức bình quân chung của cả nước và đồng bằng Sông Cửu Long.

Mật độ chợ tính theo đơn vị hành chính xã, phường của tỉnh (176/173) là 1,01 chợ/xã, phường; gần tương đương với mức bình quân chung của khu vực đồng bằng sông Cửu Long (1,02 chợ/xã, phường) và cao hơn bình quân chung của cả nước (0,71 chợ/xã, phường). Tuy nhiên, tỉnh còn 35 xã/phường chưa có chợ kiên cố theo quy hoạch (chiếm 20,7%); Trong đó: thành phố Mỹ Tho: 09 xã/phường, thị xã Gò Công: 03 xã/phường, huyện Cái Bè: 01 xã, huyện Cai Lậy: 02 xã, huyện Tân Phước: 06 xã, huyện Châu Thành: 06 xã, huyện Chợ Gạo: 03 xã, huyện Gò Công Tây: 02 xã, huyện Gò Công Đông: 02 xã; huyện Tân Phú Đông: 02 xã. Tính theo địa bàn cấp huyện, nơi có mật độ chợ/xã cao nhất là huyện Cái Bè (1,40 chợ/xã), huyện Gò Công Tây (1,31 chợ/xã), huyện Gò Công Đông (1,23 chợ/xã). Mật độ chợ thấp

nhất là huyện Tân Phước với 6 chợ/13 xã (bình quân 0,46 chợ/xã); huyện Tân Phú Đông cũng là địa phương có bán kính phục vụ của chợ khá cao (3,03 km/chợ).

Về quy mô phục vụ của một chợ theo dân số: Theo số liệu thống kê, đến năm 2017 tổng dân số trên địa bàn tỉnh là 1.751.841 người. Như vậy, bình quân một chợ phục vụ 9.954 người (đồng bằng sông Cửu Long là 10.928 người, bình quân cả nước là 10.768 người). Các địa phương có mức phục vụ bình quân/chợ trên 10.000 người là thành phố Mỹ Tho, huyện Châu Thành, huyện Cai Lậy. Huyện Tân Phú Đông là huyện có mức phục vụ bình quân thấp nhất (5.783 người/chợ). Tuy nhiên, điều này không phản ánh rằng nhu cầu mua bán của dân tại huyện Tân Phú Đông được đáp ứng tốt hơn so với các huyện, thị, thành khác mà bởi vì mật độ dân số của huyện Tân Phú Đông rất thấp (183 người/km² so với mức bình quân của tỉnh là 671 người/km²).

Chợ truyền thống của tỉnh đa số là chợ nông thôn, tổng cộng có 151 chợ nông thôn, chiếm tỷ lệ 85,8%; chợ thành thị (phường, thị trấn) là 25 chợ, chiếm tỷ lệ 14,2%. Các chợ trên địa bàn tỉnh chủ yếu là chợ bán lẻ phục vụ dân sinh với nhu cầu chủ yếu là mua bán các mặt hàng tiêu dùng hằng ngày của hộ gia đình; nguyên vật liệu, dụng cụ phục vụ sản xuất nông nghiệp... Chỉ một số chợ tại khu vực trung tâm thành phố Mỹ Tho, thị xã Gò Công, thị xã Cai Lậy, thị trấn Cái Bè... vừa bán lẻ vừa bán buôn cho các chợ huyện, chợ xã và các hộ bán lẻ trong khu vực. Ngoài ra, tỉnh cũng đã hình thành một số chợ có tính chất chuyên doanh, đầu mối như: chợ trái cây Vĩnh Kim (huyện Châu Thành), chợ trái cây An Hữu, chợ trái cây Mỹ Đức Tây, chợ gạo Bà Đắc (huyện Cái Bè), chợ trái cây Long Trung (huyện Cai Lậy), chợ trái cây Phường 4, chợ Cá (thành phố Mỹ Tho), chợ hải sản Tân Thành (huyện Gò Công Đông), chợ gia cầm (thị xã Gò Công)... là nơi tập trung lượng lớn hàng hoá và có nhiều thương lái đến thu mua, đóng gói và phân phối cho các vùng miền khác trên phạm vi cả nước và phục vụ xuất khẩu. Hiện các chợ nêu trên đang hoạt

động có hiệu quả, thu hút nhiều khách hàng trong vùng và của cả nước, có xu hướng mở rộng về quy mô cũng như các dịch vụ hỗ trợ (sơ chế, đóng gói bao bì, vận chuyển...).

Về các thành phần tham gia kinh doanh tại chợ, tại các chợ trên địa bàn tỉnh, ngoài các hộ nhà vườn, buôn bán không thường xuyên thì hầu hết người bán hàng là các hộ kinh doanh thường xuyên, cố định tại chợ. Tuy nhiên, phần lớn các hộ đều tham gia bán hàng theo phiên chợ, số hộ có đặt cửa hàng, cửa hiệu tại chợ chiếm tỷ trọng thấp. Theo tổng hợp của Sở Công thương, tổng số hộ kinh doanh tại các chợ trên địa bàn tỉnh khoảng 174.490 hộ. Trong đó, hộ kinh doanh có đặt cửa hàng, cửa hiệu trong chợ: 17.304 hộ, chiếm 9,9%; hộ không đặt cửa hàng, cửa hiệu trong chợ là 157.186 hộ, chiếm 90,1%.

Về cơ cấu hàng hóa lưu thông qua chợ, các chợ trên địa bàn tỉnh chủ yếu kinh doanh mặt hàng tươi sống, hàng nông sản, hàng tạp hóa, hàng công nghệ như hàng may mặc, giày dép,... phục vụ đời sống hằng ngày của người dân và nguyên phụ liệu phục vụ sản xuất. Các mặt hàng nông cụ, vật tư nông nghiệp, vàng bạc, điện tử,... có số lượng hộ tham gia kinh doanh thấp. Đối với các chợ đô thị thì ngành hàng công nghiệp chế biến chiếm tỷ trọng từ 70-75%, hàng nông - ngư nghiệp từ 22-25%, dịch vụ từ 2-5%. Chợ nông thôn: ngành hàng thực phẩm công nghệ, tiêu dùng dao động từ 75-82%; hàng hóa là nguyên vật liệu phục vụ sản xuất 17-20%, dịch vụ 1-2%.

Về công tác quản lý chợ, hiện trên địa bàn tỉnh có 9 Ban Quản lý chợ chủ yếu tập trung quản lý trực tiếp các chợ hạng 1 và hạng 2. Đối với các chợ hạng 3, Ủy ban Nhân dân cấp huyện giao cho Ủy ban Nhân dân cấp xã thành lập Tổ Quản lý chợ để điều hành quản lý. Riêng đối với Huyện Cai Lậy và huyện Tân Phú Đông chưa thành lập Ban Quản lý chợ. Thực hiện chính sách ưu đãi đầu tư xây dựng chợ (chợ xã hội hóa) trên địa bàn tỉnh, tỉnh đã thu hút đầu tư xây dựng 28 chợ với tổng số vốn đầu tư trên 202,4 tỷ đồng; trong đó: có 9 doanh nghiệp kinh doanh quản lý trực tiếp 12 chợ và

03 chợ do hộ kinh doanh quản lý, khai thác. Các chợ còn lại giao lại cho nhà nước quản lý và khai thác.

4. Thực trạng biến đổi của mạng lưới chợ truyền thống ở Tiền Giang

Chợ truyền thống hình thành và phát triển gắn liền với tiến trình vận động và phát triển của kinh tế và xã hội. Trong điều kiện kinh tế thị trường và hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay, xu hướng vận động của chợ truyền thống chịu ảnh hưởng của các quy luật của kinh tế thị trường như: quy luật cung cầu, quy luật giá trị, giá cả và quy luật cạnh tranh. Do đó, mạng lưới chợ truyền thống đã phát triển đa dạng hơn về loại hình, cấp độ, quy mô, phạm vi lan tỏa và có sự bổ sung, thay thế, tác động tương hỗ lẫn nhau trên phạm vi trong và ngoài một địa bàn.

Thực hiện Quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của Tỉnh đến năm 2020, Nghị định về phát triển và quản lý chợ: Văn bản hợp nhất số 11/VBHN-BCT ngày 23 tháng 1 năm 2014 và đặc biệt là Quyết định số 6481/2015/QĐ-BCT ngày 26 tháng 6 năm 2015 của Bộ trưởng Bộ Công thương phê duyệt "Quy hoạch tổng thể phát triển mạng lưới chợ toàn quốc đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035", tỉnh Tiền Giang đã cụ thể hóa quy hoạch trong từng giai đoạn, các chương trình kế hoạch hằng năm và tập trung phối hợp với thành phố, thị xã và các huyện tổ chức triển khai đầu tư xây dựng, nâng cấp và cải tạo cơ sở hạ tầng của chợ truyền thống góp phần phục vụ tốt cho phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn Tiền Giang.

Cho đến thời điểm hiện tại (tháng 4/2019), toàn bộ các chợ truyền thống nổi tiếng như: chợ Cũ, chợ Mỹ Tho, chợ Thạnh Trị (thành phố Mỹ Tho); chợ Cai Lậy, chợ Mỹ Phước Tây (thị xã Cai Lậy); chợ Gạo, chợ Bến Tranh, chợ Bình Phụng Nhứt (huyện Chợ Gạo); chợ Vĩnh Bình, chợ Dinh, chợ Long Bình, chợ Bình Tây (huyện Gò Công Tây); chợ Gò Công (thị xã Gò Công); chợ Tân Hoà, chợ Tân Tây (huyện Gò Công Đông); chợ Tân Phước, chợ Phú Mỹ (huyện Tân Phước)... đã được đầu tư xây dựng khá bề thế, khang trang, thuận tiện cho hoạt động mua, bán trao đổi hàng hóa, giao lưu văn hóa

của đông đảo các tầng lớp nhân dân trong và ngoài tỉnh. Đáng chú ý, chợ truyền thống xưa thường họp rất sớm và vẫn cũng khá nhanh. Ngày nay, các chợ truyền thống trên địa bàn tỉnh đều họp tất cả các ngày trong tháng và lúc nào cũng đông nghịt kẻ mua, người bán với đủ loại hàng hóa được sản xuất cả ở trong và ngoài nước. Nguyên nhân chính là nhu cầu mua sắm của người dân ngày càng cao.

Về vị trí, ngoại trừ những chợ truyền thống dọc các tuyến đường thủy, được thành lập từ nhiều năm trước thường được chọn theo quy luật “*trên bến dưới thuyền*”, nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho cả người đi bộ và đi thuyền có thể đến chợ để mua bán, trao đổi hàng hóa, giao lưu văn hóa như: chợ Cái Bè (huyện Cái Bè), chợ Ba Rài (huyện Cai Lậy), chợ Rạch Gầm, chợ Vĩnh Kim (huyện Châu Thành, chợ Mỹ Tho (thành phố Mỹ Tho), chợ Thang Trông, chợ Bến Tranh, chợ Gạo (huyện Chợ Gạo)...; còn các chợ truyền thống mới được thành lập cuối thế kỷ XX, đầu thế kỷ XXI, thường được chọn ở những vị trí gần các tuyến đường liên xã, liên huyện, hoặc gần các tuyến đường tỉnh lộ, quốc lộ để thu hút đông đảo nhân dân trong xã, huyện... đến trao đổi, buôn bán. Nét chung dễ nhận thấy là phần lớn các chợ truyền thống mới được xây dựng từ cuối thế kỷ XX đến nay, thường được xây dựng khá kiên cố, chợ thường có nhà lồng chợ, có nhiều cửa ra vào và thường lấy tên xã để đặt tên cho chợ. Tiêu biểu một số chợ như: chợ Hoà Khánh, chợ Mỹ Lương (huyện Cái Bè); chợ Tân Phong, chợ Phú An (huyện Cai Lậy; chợ Long Định, chợ Bình Đức (huyện Châu Thành); chợ Gia Thịnh, chợ Bình Nghị (huyện Gò Công Đông).

Xét từ góc độ diện tích và kiến trúc, phần lớn các chợ truyền thống xưa của nước ta thường chỉ họp một vùng đất trống, với ít quán xá, lợp bằng tranh, lá. Các tiểu thương bố trí hàng hóa trên những sạp hàng ngồi bệt trên đất và bày bán lộ thiên. Hiện nay, hầu hết chợ truyền thống trên địa bàn tỉnh đều được đầu tư, cải tạo và nâng cấp theo quy hoạch có diện tích và kiến trúc kiên cố theo tiêu chuẩn theo quy định. Kiến trúc của chợ thường có nhà lồng chợ

với các trụ cột được xây dựng bằng gạch và xi măng, mái lợp tôn và được quy hoạch theo từng khu vực hàng hóa riêng biệt: khu vực dành cho hàng lương thực, thực phẩm; khu vực dành cho hàng dệt may, vải vóc, quần áo; khu vực dành cho hàng thịt, cá, khô; khu vực dành cho hàng kim khí, nông cụ; khu vực dành cho hàng gốm sứ, thủy tinh, đồ nhựa; khu vực bán hoa quả, trái cây; khu vực bán bánh, kẹo, hàng ăn uống, giải khát; khu vực bán hàng mỹ phẩm, trang sức, thuốc men.

Xét về cơ cấu hàng hóa, những mặt hàng nổi bật của các chợ truyền thống ở Tiền Giang trước là các loại nông sản, nhất là lúa gạo và trái cây. Chính nhờ thế mạnh này, nhiều chợ ở Tiền Giang đã trở thành chợ đầu mối chuyên kinh doanh về lúa gạo, trái cây như: chợ Mỹ Tho, chợ Gạo, chợ Cai Lậy, chợ Cái Bè, chợ Gò Công... góp phần duy trì ổn định kinh tế ở địa phương. Hiện nay, cơ cấu hàng hóa lưu thông của mạng lưới chợ truyền thống ở Tiền Giang rất phong phú. Hàng hóa đủ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng cơ bản hằng ngày của người dân như: lương thực (lúa, gạo, đậu,...), thực phẩm (thịt, cá, rau, củ, quả,...); quần áo, vải vóc, giày dép, đồ gia dụng, con giống, cây giống, vật tư nông nghiệp, vàng bạc, điện tử... Chợ nông thôn còn bán các loại đồ ẩm thực như: cơm, phở, hủ tiếu, bánh canh, bánh xèo,... và cả đồ chơi, tranh vẽ cho trẻ em.

Về hình thức kinh doanh hàng hóa, từ khi hoạt động thương mại điện tử xuất hiện, hệ thống chợ truyền thống của Tiền Giang nói riêng và cả nước nói chung mất dần “ngôi vương” trong phân phối hàng hóa. Cá biệt, có chợ truyền thống bị “đuối sức” trong cạnh tranh với siêu thị, cửa hàng tiện ích và thương mại điện tử nên người kinh doanh chủ động đóng sập. Đại đa số chợ truyền thống đang tự nâng cấp, làm mới mình cho họp với xu hướng tiêu dùng mới bằng cách chỉnh trang chợ, làm mới nhà lồng, quây sạp. Bên cạnh đó, tiểu thương chợ truyền thống không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm để người tiêu dùng có thể lựa chọn, tin dùng. Ngoài phương án làm mới về hình thức cùng chất lượng, tiểu thương vừa kết

hợp bán hàng truyền thống và hiện đại. Hình thức bán hàng qua Facebook, Zalo, Viber... được tiêu thương áp dụng triệt để.

5. Sự tồn tại khách quan của chợ truyền thống ở Tiền Giang hiện nay

Ở nước ta, chợ truyền thống đã trải qua quá trình hình thành và phát triển hàng nghìn năm theo xu thế phát triển chung của kinh tế - xã hội đất nước. Đến nay, chợ truyền thống vẫn giữ vai trò là kênh lưu thông hàng hóa chủ yếu, là cơ sở hạ tầng thương mại không thể thiếu ở vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa, biên giới và hải đảo. Thông qua các chợ truyền thống, hàng hóa được đưa từ sản xuất đến tiêu dùng, góp phần mở rộng kích thích sản xuất hàng hóa phát triển, phục vụ sản xuất cũng như đời sống của các tầng lớp nhân dân.

Vùng đất Tiền Giang được định hình và phát triển đến nay đã hơn 300 năm. Từ cuối thế kỷ XVII đến nay, chợ truyền thống ở Tiền Giang như lăng kính phản ánh tình hình kinh tế, văn hóa và xã hội. Sự hình thành, phát triển của mạng lưới chợ truyền thống đã tạo tiền đề đối với sự phát triển kinh tế, xã hội của vùng đất Tiền Giang nói riêng và Nam Bộ nói chung.

Mỗi chợ truyền thống ở Tiền Giang đều có quy mô và vai trò riêng. Tùy theo quy mô, loại hình chợ mà có vai trò tác động to lớn đến kinh tế địa phương. Hoạt động của các chợ làm tăng ý thức về kinh tế hàng hóa của người dân, thúc đẩy sản xuất phát triển, góp phần tích cực vào công cuộc xóa đói giảm nghèo ở nông thôn. Các buổi chợ là cơ hội của người dân giao lưu trao đổi, mua bán hàng hóa của mình, cập nhật thông tin, góp phần làm tăng khả năng thích ứng của người dân với thị trường. Có thể nói, chợ truyền thống ở Tiền Giang là bộ phận quan trọng trong cấu thành mạng lưới phân phối hàng hóa, đẩy mạnh sản xuất, mở rộng phát triển thị trường giao lưu hàng hóa, phục vụ đời sống sinh hoạt của nhân dân và tạo nguồn thu ngân sách.

Chợ truyền thống của Tiền Giang không chỉ đơn thuần là trung tâm mua bán, trao đổi hàng hóa mà còn là điểm sinh hoạt cộng đồng, nơi gặp gỡ, kết nối tâm tư tình cảm, những kinh nghiệm trong cuộc sống và sản xuất của

người dân. Nhìn từ góc độ văn hóa, chợ truyền thống không chỉ đơn thuần là một kênh phân phối hàng hóa mà còn là nơi lưu giữ những giá trị văn hóa đặc trưng của cư dân và đặc biệt là phản ánh rất rõ văn hóa vùng miền. Có thể nói, mạng lưới chợ truyền thống ở Tiền Giang là “đòn bẩy” thúc đẩy kinh tế, văn hóa và xã hội địa phương phát triển. Những yếu tố này một lần nữa khẳng định chợ truyền thống vẫn giữ vai trò quan trọng trong đời sống của người dân.

Những năm gần đây, nhiều loại hình thương nghiệp mới với các phương thức văn minh, hiện đại (siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng tiện lợi, thương mại điện tử) ra đời và đã mang lại sự thuận tiện, tiện ích cho người tiêu dùng khi mua sắm. Ngoài ra, với tốc độ đô thị hóa chóng mặt, các chợ truyền thống này đang có xu hướng bị thay thế bởi các siêu thị, trung tâm thương mại, chuỗi cửa hàng tiện lợi. Do đó, người dân đang có sự dịch chuyển mua sắm từ chợ truyền thống vào cửa hàng tiện lợi và siêu thị. Tuy nhiên, nhìn một cách tổng thể, những mô hình thương mại hiện đại chưa thể thay thế được chợ truyền thống. Thực tế cho thấy chợ truyền thống vẫn là kênh phân phối hàng hóa chủ yếu của người sản xuất và người tiêu dùng. Theo ước tính hiện nay, lượng hàng hóa được mua bán qua các chợ truyền thống trên địa bàn của tỉnh vào khoảng 70 đến 75%.

Ông Ngô Văn Tuấn (Giám đốc Sở Công thương Tiền Giang) nhận định: “Dù sức mua ở chợ có giảm, song, người tiêu dùng hiện nay (nhất là nông dân) vẫn còn ưu tiên mua hàng ở chợ, bởi chợ thuận mua vừa bán, dễ hơn ở siêu thị hay trung tâm thương mại. Thực tế cho thấy, người dân nông thôn có thu nhập trung bình và thấp vẫn còn ưa chuộng chợ truyền thống. Bởi chợ truyền thống có những tiện ích mà không có trung tâm mua sắm nào có được, như: gần nhà luôn được mua thức ăn tươi ngon, hàng hóa cũng phong phú, đa dạng, có thể “kỳ sở” và “khách mới” còn được giảm giá đặc biệt, chính vì vậy, khi đến một nơi nào đó, khách du lịch thường ưa thích khám phá và tiêu tốn nhiều thời gian nhất là đến chợ truyền thống địa phương”⁽²⁾.

Quy hoạch tổng thể phát triển thương mại trên địa bàn Tiền Giang đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 xác định: Phát triển hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh theo hướng văn minh, hiện đại, kết hợp yếu tố truyền thống để đảm bảo đồng bộ cơ sở hạ tầng, phòng chống cháy nổ, vệ sinh môi trường, an toàn thực phẩm, nhằm đáp ứng đầy đủ, kịp thời nhu cầu giao thương, phục vụ sản xuất, tiêu dùng ở địa phương và các vùng miền, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, xóa đói giảm nghèo, thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, đảm bảo an ninh quốc phòng trên địa bàn tỉnh. Tiền Giang sẽ phát triển mạng lưới chợ truyền thống theo các tiêu chí sau: Ưu tiên phát triển chợ theo vùng xã, phường, thị trấn; xây dựng các chợ đạt tiêu chí quy định, hướng về chương trình mục tiêu Nông thôn mới tại các xã và tiêu chí chợ đô thị theo kiểu truyền thống tại các phường, thị trấn,... Hình thành một số chợ đêm, chợ du lịch... kết hợp phố đi bộ như thành phố Mỹ Tho, thị xã Gò Công, thị xã Cai Lậy. Việc xây dựng, cải tạo, nâng cấp các chợ sẽ được xã hội hóa với phương châm Nhà nước và nhân dân cùng làm trên cơ sở tự nguyện và cùng có lợi.

Tác giả Nguyễn Phúc Nghiệp (Nguyên trưởng khoa Khoa học xã hội và nhân văn, Trường Đại học Tiền Giang) nhận định: “Thực tế cho thấy, chợ truyền thống vẫn luôn đóng vai trò vô cùng quan trọng trong đời sống kinh tế, xã hội, có tác động mạnh mẽ đến từng người dân. Do đó, trong quy hoạch chợ, bên cạnh việc khắc phục những bất cập trong phân bố, quản lý, điều hành hoạt động của chợ, cần giữ lại những mô hình chợ truyền thống phù hợp. Cải tạo, nâng cấp chợ cũ, xấp xỉ là cần thiết, nhưng không vì thế mà đánh mất giá trị của chợ, nhất là không nên quá tập trung xây dựng siêu thị, trung tâm thương mại để thay thế cho chợ. Ngoài việc lựa chọn, cân nhắc và tính toán kỹ vị trí, diện tích, các yếu tố nhu cầu của dân cư để xây dựng chợ phù hợp, các cơ quan chức năng cũng cần để ý nhu cầu, khả năng của các tiểu thương, tạo điều kiện cho họ tiếp tục buôn bán thuận lợi trong chợ mới. Nếu người dân không được tạo điều kiện bán hàng

ở chợ dân sinh, họ sẽ tiếp tục bán hàng rong trên đường, tiếp tục hình thành những chợ cóc, chợ tạm không bảo đảm an toàn giao thông, vệ sinh môi trường, khó quản lý... Phát triển chợ truyền thống một cách phù hợp, đúng hướng không chỉ góp phần thúc đẩy kinh tế và xã hội của Tiền Giang phát triển, mà còn giữ gìn, phát huy nét văn hóa đặc sắc của địa phương”⁽³⁾.

6. Phát huy giá trị của chợ truyền thống ở Tiền Giang trong thời kỳ hội nhập

Chợ truyền thống là một loại hình thương mại phổ biến, chiếm vị trí quan trọng trong kênh lưu thông phân phối hàng hóa chính và là một nét văn hóa truyền thống của người Việt Nam. Duy trì và phát triển hiệu quả mạng lưới chợ sẽ góp phần mở rộng thị trường, đẩy mạnh lưu thông hàng hóa và kinh doanh dịch vụ, đồng thời thúc đẩy phát triển sản xuất, nâng cao đời sống nhân dân, nhất là người dân ở nông thôn.

Hiện nay, xu thế toàn cầu hóa thương mại diễn ra mạnh mẽ, hệ thống chợ truyền thống Tiền Giang nói riêng và cả nước nói chung đang đứng trước nhiều thời cơ và thách thức. Đáng chú ý, công cuộc xây dựng nông thôn mới trên địa bàn Tiền Giang đã và đang tiếp tục đạt được nhiều thành tựu to lớn trên các lĩnh vực khác nhau. Số lượng xã, huyện đạt chuẩn nông thôn mới ngày càng tăng và số lượng chợ làng xã, số tiền đầu tư, xây mới, mở rộng quy mô chợ làng xã trên địa bàn tỉnh cũng ngày càng nhiều. Để bảo tồn và phát huy giá trị của mạng lưới chợ truyền thống Tiền Giang trong thời kỳ hội nhập, cần tập trung thực hiện đồng bộ các giải pháp:

Công tác quy hoạch chợ truyền thống

Rà soát, quy hoạch lại mạng lưới chợ đảm bảo phù hợp với thực tiễn, dự báo khả năng phát triển kinh tế xã hội để xác định nhu cầu đầu tư phát triển chợ ở từng địa phương, từng khu vực cụ thể; lựa chọn vị trí trọng tâm, trọng điểm để đầu tư phát triển chợ, duy trì và phát huy các chợ truyền thống gắn liền với những nét văn hóa của địa phương nhằm kết hợp phát triển chợ gắn với phát triển du lịch và với các loại hình thương mại khác.

Đầu tư phát triển chợ truyền thống theo quy hoạch

- Kêu gọi, thu hút các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động đầu tư xây dựng, khai thác kinh doanh chợ, nhằm giảm gánh nặng cho ngân sách Nhà nước. Đánh giá, xem xét các dự án đầu tư xây dựng chợ phù hợp với hình thức đầu tư theo hình thức đối tác công tư. Trước khi đầu tư xây mới các chợ, phải tiến hành khảo sát, đánh giá và lấy ý kiến nhân dân trên địa bàn. Mở rộng, nâng cấp những chợ hoạt động quá tải để đảm bảo đáp ứng nhu cầu mua bán của nhân dân. Chuyển đổi công năng sử dụng và đưa ra khỏi quy hoạch đối với những chợ không hoạt động hoặc hoạt động kém hiệu quả.

- Rà soát, đánh giá các dự án đầu tư xây dựng chợ trên địa bàn có tính chất đầu mối, liên vùng, để xem xét cân đối nguồn ngân sách địa phương kết hợp ngân sách trung ương đầu tư cải tạo, nâng cấp, xây mới các chợ trên địa bàn bảo đảm phù hợp với quy hoạch, điều kiện phát triển kinh tế xã hội của địa phương. Phát triển một số chợ liên xã tại khu vực thành phố Mỹ Tho, thị xã Cai Lậy, thị xã Gò Công... có vị trí trung tâm vùng, là giao điểm của các trục giao thông chính, có thể kết nối thuận tiện với các xã trong vùng có thể trở thành nơi tập kết, trung chuyển hàng hóa của vùng, của khu vực để phân phối đi các chợ trong và ngoài tỉnh.

Tăng cường công tác quản lý chợ truyền thống

- Tăng cường công tác quản lý nhà nước về chợ: Phối hợp chặt chẽ giữa ngành, cấp trong công triển khai thực hiện quy hoạch mạng lưới chợ, nâng cao chất lượng chợ, bảo đảm các điều kiện vệ sinh môi trường, an toàn thực phẩm, phòng chống cháy nổ, an ninh trật tự cho hoạt động của chợ. Thường xuyên tuyên truyền các chính sách của nhà nước, của tỉnh, hướng dẫn người dân và thương nhân tham gia hoạt động chợ tuân thủ nội quy quy chế hoạt động chợ và ý thức giữ gìn môi trường, bảo vệ các thiết bị, tài sản của chợ. Tăng cường hoạt động thanh, kiểm tra hoạt động kinh doanh về nguồn gốc xuất xứ, chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm

đối với các mặt hàng kinh doanh trong chợ. Xử lý nghiêm các tổ chức, cá nhân bán hàng không đúng nơi quy định; không để tình trạng chợ tự phát, chợ lấn chiếm lòng lề đường tồn tại nhằm đảm bảo công bằng giữa các hộ kinh doanh trong chợ.

- Nâng cao hiệu quả hoạt động của các đơn vị quản lý chợ: Cùng cố, kiện toàn hoạt động của các ban quản lý, tổ quản lý, đối với những chợ hoạt động theo phiên, trước mắt giữ nguyên mô hình quản lý hiện tại và duy trì hoạt động của chợ chưa tiến hành chuyển đổi mô hình quản lý, đồng thời bố trí sắp xếp lại khu vực ngành hàng hợp lý, bảo đảm vệ sinh môi trường và các điều kiện kinh doanh tại chợ.

Tăng cường công tác xúc tiến thu hút hoạt động trao đổi mua bán hàng hóa qua chợ

- Xây dựng triển khai phương án bố trí sắp xếp ngành hàng kinh doanh, sử dụng điểm kinh doanh khoa học, khung giá cho thuê mặt bằng hợp lý, phù hợp với điều kiện thực tế của từng địa phương nhằm thu hút các thương nhân vào kinh doanh tại chợ; phát triển các đại lý mua bán hàng hóa và cung cấp các dịch vụ, vật tư cho sản xuất và tiêu dùng theo hợp đồng ổn định, lâu dài cho các chợ xã, chợ vùng sâu, vùng xa còn kém phát triển.

- Khuyến khích phát triển thương nhân và các loại hình doanh nghiệp hoạt động thương mại tại các huyện, thành phố; xây dựng và phát triển mối liên kết bạn hàng giữa các thương nhân nhằm thúc đẩy tiêu thụ hàng hóa của địa phương. Duy trì hoạt động thường xuyên của các thương nhân kinh doanh tại chợ, tạo sự lưu thông, gắn kết giữa sản xuất hàng hóa với tiêu thụ sản phẩm.

- Gắn kết vùng sản xuất hàng hóa tập trung với hệ thống chợ để tạo nguồn cung ứng dồi dào, đảm bảo chất lượng, đáp ứng nhu cầu thị trường nhằm kích thích sản xuất, đặc biệt là sản xuất nông nghiệp theo hướng hàng hóa. Duy trì hoạt động của những chợ hiện có ở khu vực nông thôn theo mô hình chợ tổng hợp, vừa đáp ứng nhu cầu trao đổi, mua bán, vừa giữ được nét văn hóa đặc trưng riêng bảo đảm chợ vừa là nơi để người dân trao đổi mua bán hàng

hóa, vừa là nơi sinh hoạt văn hóa, tinh thần của nhân dân.

- Phát triển chợ gắn với hoạt động du lịch ở những địa phương có các danh lam thắng cảnh nổi tiếng, tạo ấn tượng cho du khách đến tham quan các vùng miền và giữ gìn, quảng bá nét đẹp văn hóa truyền thống, thu hút đông đảo nhân dân và du khách tham gia hoạt động chợ. Đây mạnh cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” thông qua các phiên chợ đưa hàng Việt về miền núi, biên giới. Từ đó, dần thay đổi bộ mặt nông thôn, tạo môi trường giao lưu, mua bán, trao đổi hàng hóa lành mạnh, phát triển thương mại - dịch vụ.

Tuyên truyền, vận động chợ hoạt động đảm bảo văn minh thương mại

- Đa dạng hóa công tác tuyên truyền phổ biến các chủ trương, chính sách và quy định của pháp luật về các vấn đề liên quan đến hoạt động kinh doanh tại các chợ. Hướng dẫn các thương nhân trong các chợ kinh doanh các mặt hàng có nguồn gốc xuất xứ, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm; tổ chức thực hiện tốt cuộc vận động của Bộ Chính trị “Người Việt Nam dùng hàng Việt Nam”.

- Phổ biến các cơ chế chính sách ưu đãi, khuyến khích đầu tư, phát triển sản xuất, kinh doanh... của nhà nước cho các thương nhân nắm được và vận dụng các chính sách để phát triển thương mại tại địa phương. Tạo điều kiện thuận lợi và môi trường kinh doanh lành mạnh cho các thành phần kinh tế. Xây dựng nội quy, quy chế hoạt động của chợ, bảo vệ môi trường, an toàn vệ sinh thực phẩm và phương án phòng chống cháy nổ.

Đào tạo nguồn nhân lực quản lý và khai thác chợ

- Tổ chức đào tạo nghiệp vụ chợ cho cán bộ làm công tác quản lý chợ, nhằm giúp cho công tác quản lý nhà nước tại các chợ đạt hiệu quả cao, qua đó triển khai các văn bản pháp luật liên quan đến chủ trương, chính sách, công tác quản lý điều hành hoạt động chợ.

- Giúp cán bộ làm công tác quản lý chợ hiểu rõ về phương thức kinh doanh, cách thức xây dựng, quảng bá thương hiệu chợ, phương

pháp quản lý nhân viên, hàng hóa, vệ sinh môi trường. Đồng thời chú trọng đào tạo, tập huấn để nâng cao chuyên môn nghiệp vụ cho công chức, viên chức về quản lý thương mại nói chung và quản lý chợ nói riêng.

- Tổ chức tập huấn cho các tiểu thương tham gia các điểm bán hàng cố định, thường xuyên trên địa bàn nhằm truyền đạt các kỹ năng bán hàng; cách quản lý hàng hóa, niêm yết giá và bán đúng giá niêm yết; bảo quản tốt hàng hóa; chống hàng giả, hàng kém chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và quy định về nhãn hàng hóa.

Chuyển đổi mô hình quản lý chợ truyền thống

- Định hướng chuyển đổi mô hình quản lý chợ trên địa bàn tỉnh: Khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia đầu tư xây dựng, khai thác và quản lý chợ, từng bước chuyển đổi công tác quản lý chợ từ các ban quản lý hiện nay cho các doanh nghiệp, các hợp tác xã, gắn trách nhiệm của người quản lý chợ với lợi ích kinh tế từ chợ mang lại đối với họ, từ đó tái đầu tư phát triển chợ nhằm từng bước nâng cao hiệu quả hoạt động của các chợ, khai thác tốt nhất công năng của các chợ, mặt khác giảm bớt gánh nặng tài chính cho ngân sách nhà nước trong việc đầu tư cải tạo, nâng cấp chợ.

- Nguyên tắc chuyển đổi: Quá trình chuyển đổi mô hình quản lý chợ phải công khai minh bạch, theo kế hoạch được duyệt nhằm đảm bảo ổn định xã hội và phù hợp với trình độ phát triển kinh tế - xã hội tại địa phương; đảm bảo các chế độ quyền lợi của người lao động thuộc ban quản lý chợ, tổ quản lý chợ và các hộ hiện đang kinh doanh tại chợ, đáp ứng được yêu cầu quản lý nhà nước và hiệu quả kinh tế - xã hội của các chợ sau khi chuyển đổi mô hình quản lý.

7. Kết luận

Chợ truyền thống là một bộ phận quan trọng trong hệ thống thương nghiệp của nước ta. Chợ truyền thống có vai trò là “cầu nối” giữa người sản xuất và người tiêu dùng, góp phần đảm bảo lưu thông hàng hóa thông suốt, phục vụ đời sống sinh hoạt của nhân dân và tạo nguồn

thu ngân sách. Đồng thời, chợ truyền thống là lăng kính phản ánh mọi mặt đời sống vật chất, tinh thần của cư dân ở một vùng, khu vực nhất định. Không chỉ có ý nghĩa về mặt kinh tế, chợ truyền thống còn phản ánh sự giao lưu, tiếp biến văn hóa của nhân dân ở mỗi địa phương.

Hệ thống chợ truyền thống ở Tiền Giang ra đời và phát triển hơn 300 năm. Chợ truyền thống đã phát huy vai trò phục vụ đời sống dân sinh, nhu cầu lưu thông hàng hóa và thúc đẩy phát triển thương mại của địa phương. Chợ truyền thống kết nối giữa sản xuất và tiêu dùng nhằm giải quyết đầu ra cho người sản xuất, đảm bảo quá trình tái sản xuất diễn ra liên tục không ngừng, nâng cao hiệu quả sản xuất. Ngoài ra, chợ truyền thống ở Tiền Giang không chỉ là nơi trao đổi hàng hóa, giữ vai trò to lớn trong đời sống vật chất mà còn là nơi hội tụ, kết tinh, giao lưu và lan tỏa văn hóa giữa các vùng miền.

Hiện nay, mạng lưới chợ truyền thống ở Tiền Giang vẫn giữ vai trò là kênh lưu thông hàng hóa chủ yếu của người sản xuất và người tiêu dùng. Đặc biệt trong giai đoạn hội nhập, hoạt động của chợ truyền thống của nước ta nói chung và Tiền Giang nói riêng có những biến đổi nhất định. Bên cạnh những mặt tích cực, mạng lưới chợ truyền thống trên địa bàn cũng đã xuất hiện không ít tồn tại bất cập về an toàn thực phẩm, an toàn giao thông, an toàn phòng cháy, chữa cháy và văn hóa kinh doanh. Vì vậy, cần có những chính sách và giải pháp phù hợp để bảo tồn và phát huy các giá trị của chợ truyền thống ở Tiền Giang trong thời kỳ hội nhập hiện nay.

Chú thích

(1) Sách *Đại Nam nhất thống chí* có ghi ở trang 128: “Chợ Mỹ Tho tại huyện Kiến Hưng, thường gọi là chợ là phố lớn. Nhà ngói, rui chạ, đình cao, chùa rộng. Sông sâu tàu thuyền, buồm giông qua lại như dẹt cùi, thật là chỗ đại đô hội”.

(2) Tư liệu phỏng vấn ông Ngô Văn Tuấn (Giám đốc Sở Công thương Tiền Giang) ngày 16/4/2019.

(3) Tư liệu phỏng vấn tiến sĩ sử học Nguyễn Phúc Nghiệp (Nguyên trưởng khoa Khoa học xã hội và nhân văn, Trường Đại học Tiền Giang), ngày 17/4/2019.

Tài liệu tham khảo

1. *Annuaire de la Cochinchine* (1876), Imprimerie du Gouvern, Saigon.
2. Trần Hoàng Diệu, Nguyễn Anh Tuấn chủ biên (2007), *Địa chí Tiền Giang*, tập II, Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy Tiền Giang, Trung tâm Unesco thông tin tư liệu lịch sử văn hoá Việt Nam, Hà Nội.
3. Trịnh Hoài Đức (1972), *Gia Định thành thông chí*, tập Hạ, Lý Việt Dũng dịch và chú giải, Nxb. Tổng hợp Đồng Nai.
4. Lê Thị Mai (2006), *Chợ quê trong quá trình chuyển đổi*, Nxb. Thế Giới, Hà Nội.
5. *Monographie de la province de My Tho* (1902), Imprimerie L. Ménard, Saigon.
6. Nguyễn Phúc Nghiệp (1998), *Kinh tế nông nghiệp Tiền Giang thế kỉ XIX*, Nxb. Trẻ.
7. Quốc sử quán triều Nguyễn (2006), *Đại Nam nhất thống chí*, tập V, Nxb. Thuận Hóa, Huế.
8. Sở Công thương tỉnh Tiền Giang (2014), *Đề án Phát triển hệ thống chợ, siêu thị, trung tâm thương mại và chuyển đổi mô hình quản lý chợ trên địa bàn tỉnh Tiền Giang đến năm 2015 và định hướng đến năm 2020*, Tiền Giang.
9. Sở Công thương tỉnh Tiền Giang (2018), *Báo cáo tổng hợp điều chỉnh quy hoạch phát triển thương mại tỉnh Tiền Giang đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030*, Tiền Giang.
10. Nguyễn Mạnh Tiến (2017), *Sống đời của chợ*, Nxb. Hội Nhà văn, Hà Nội.
11. Tòa thông ngôn quan Thống Đốc (1890), *Lịch An Nam thông dụng trong Nam Kỳ năm 1890*, Nhà in Quán Hạp, Sài Gòn.
12. Tòa thông ngôn quan Thống Đốc (1899), *Lịch An Nam thông dụng trong Nam Kỳ năm 1899*, Nhà in Quán Hạp, Sài Gòn.
13. Trung tâm Tư liệu và Dịch vụ Thống kê - Tổng Cục Thống kê (2018), “Số lượng chợ phân theo hạng và phân theo địa phương”, <https://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=720>, trích đọc ngày 14 tháng 4 năm 2019.
14. Ủy ban Nhân dân tỉnh Tiền Giang (2018), *Quyết định số 1090/QĐ-UBND ngày 23 tháng 4 năm 2018 về việc phê duyệt điều chỉnh Quy hoạch phát triển thương mại Tiền Giang đến năm 2020, định hướng đến năm 2030*.