

GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY PHÁT TRIỂN CHỢ TRUYỀN THỐNG Ở TỈNH NGHỆ AN

● TRẦN THỊ HOÀNG MAI - BÙI DUY ĐÔNG

TÓM TẮT:

Chợ truyền thống hiện đang là kênh phân phối hàng hóa chủ đạo ở tỉnh Nghệ An. Thông qua đổi mới trong các hoạt động thu hút đầu tư, Nghệ An đã có những thành công nhất định trong chuyển đổi mô hình quản lý chợ. Tuy nhiên, những hạn chế của mạng lưới chợ truyền thống cùng với ảnh hưởng của dịch Covid-19 đã tạo ra áp lực lớn, buộc chính quyền tỉnh Nghệ An và các đơn vị quản lý chợ, các hộ kinh doanh và tiểu thương phải đổi mới để có thể tồn tại và phát triển. Nghiên cứu này đi sâu phân tích thực trạng phát triển chợ truyền thống ở Nghệ An nhằm tìm ra những giải pháp đẩy mạnh sự phát triển đồng bộ và hiện đại của mạng lưới chợ trong thời gian tới.

Từ khóa: chợ truyền thống, phát triển chợ, Nghệ An.

1. Đặt vấn đề

Chợ truyền thống là bộ phận quan trọng trong mạng lưới phân phối và tiêu thụ hàng hóa. Khác với các hình thức kinh doanh hiện đại như: siêu thị, cửa hàng tiện ích, trung tâm thương mại, chợ truyền thống chứa đựng những giá trị văn hóa, lịch sử, du lịch gắn với các thói quen, phong tục, tập quán vùng miền, là không gian giao tiếp văn hóa của người dân địa phương. Ở Việt Nam hiện nay, chợ truyền thống đang dần vượt ra khỏi chức năng đơn thuần mua bán hàng hóa với những mô hình, phương thức kinh doanh mới để thích ứng với xã hội hiện đại. Việc quy hoạch chợ truyền thống phù hợp với sự phát triển của các đô thị đã đưa chợ trở thành những tổ hợp chợ, trung tâm mua sắm tích hợp đa dạng dịch vụ vui chơi, giải trí. Tuy nhiên, việc chuyển đổi mô hình phát triển chợ truyền thống vẫn đang là một bài toán khó đối với nhiều địa phương, đặc biệt về tính hiệu quả và bền vững.

Hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh Nghệ An với 405

chợ truyền thống đang hoạt động, nhìn chung đảm bảo phục vụ nhu cầu phân phối và tiêu thụ hàng hóa của người dân địa phương, góp phần thúc đẩy thương mại trong nước và xuất khẩu. Tuy nhiên, cùng với sự phát triển kinh tế - xã hội thì nhu cầu mua sắm hàng hóa tiêu dùng của người dân có xu hướng tăng lên, hoạt động kinh doanh tại chợ truyền thống ngày càng mở rộng về quy mô, phạm vi không gian với đa dạng các phương thức, hình thức kinh doanh. Các yêu cầu về cơ sở vật chất, hạ tầng chợ, vệ sinh và an toàn thực phẩm, các dịch vụ hỗ trợ... ngày càng đòi hỏi cao hơn. Bên cạnh đó, vẫn còn nhiều chợ được xây dựng tạm, không đảm bảo an toàn vào mùa mưa lũ, không đủ trang thiết bị đảm bảo phòng cháy chữa cháy hay vệ sinh môi trường. Thực tiễn đó cho thấy, cần có những nghiên cứu nhằm tìm kiếm các giải pháp phát triển chợ truyền thống vừa đáp ứng nhu cầu mua sắm của người dân, vừa bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa, lịch sử địa phương.

2. Mục tiêu và phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu tiến hành phân tích thực trạng phát triển chợ truyền thống để tìm một số giải pháp khả thi nhằm tăng cường phát triển chợ truyền thống ở Nghệ An đến năm 2025, định hướng đến năm 2030. Để đánh giá đúng thực trạng, tác giả thu thập số liệu sơ cấp thông qua phát phiếu khảo sát tới các tiểu thương kinh doanh cố định tại 6 chợ ở Nghệ An, trong đó có 2 chợ hạng I là chợ Vinh (TP. Vinh), chợ Đô Lương (Thị trấn Đô Lương); 2 chợ hạng II là chợ Hòm (TX. Cửa Lò), chợ Sa Nam (huyện Nam Đàn); 2 chợ hạng III là chợ Mỗ (huyện Yên Thành), và chợ Nghĩa Hội (huyện Nghĩa Đàn). Đối tượng khảo sát là các tiểu thương kinh doanh cố định (440 người, trong đó chợ hạng I khảo sát 100 tiểu thương, chợ hạng II khảo sát 70 tiểu thương và chợ hạng III khảo sát 50 tiểu thương). Nội dung khảo sát là đánh giá của tiểu thương về sự cần thiết và các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển chợ truyền thống. Tổng số phiếu phát ra: 440, số phiếu thu về 440 (tất cả đều hợp lệ). Thời gian khảo sát: Tháng 2/2022.

Ngoài ra, tác giả còn thu thập các số liệu thứ cấp từ các báo cáo về phát triển hạ tầng thương mại, đề án phát triển chợ của Sở Công Thương tỉnh Nghệ An, UBND tỉnh Nghệ An và UBND các huyện, thị trên địa bàn tỉnh, các công trình nghiên cứu khoa học, sách tham khảo, luận văn, luận án,... liên quan đến vấn đề phát triển chợ truyền thống. Các phương pháp được sử dụng chủ yếu là phương pháp phân tích, tổng hợp, thống kê mô tả, so sánh, hệ thống hóa.

3. Kết quả nghiên cứu và bình luận

3.1. Thực trạng phát triển chợ truyền thống về mặt số lượng

Trong số 405 chợ đang hoạt động ở Nghệ An, có 240 chợ hạng III chiếm tỷ lệ cao nhất (59,26%) trên tổng số chợ. Tiếp đến là 138 chợ tạm, chưa xếp hạng chiếm tỷ lệ 34,07%, thấp nhất là chợ hạng I có 7 chợ, chợ hạng II có 20 chợ. Qua thu hút các doanh nghiệp vào khảo sát và đầu tư, đã có 4 chợ được nâng cấp và cải tạo với tổng mức đầu tư 5,2 tỷ đồng; đầu tư xây dựng mới là 6 chợ với tổng mức đầu tư trên 700 tỷ đồng. Chính quyền tỉnh đã rà soát, bổ sung quy hoạch phù hợp với tình hình phát triển, đề ra một số chính sách nhằm hỗ trợ và thu hút các thành phần tham gia đầu tư xây dựng

chợ. Nổi bật là các huyện Đô Lương, Tân Kỳ, Thanh Chương, Diễn Châu, Nam Đàn thành phố Vinh và thị xã Cửa Lò. Tỉnh Nghệ An cũng đã chỉ đạo giải quyết dứt điểm tình trạng chợ tự phát, tổ chức các khu chợ tự phát thành một chợ lớn để thuận tiện trong quản lý và đảm bảo sự phát triển ổn định của các tiểu thương.

Diện tích tự nhiên của tỉnh Nghệ An là 16.490,85 km², bình quân cứ 40,12 km² có một chợ hay bán kính phục vụ một chợ là 11,31 km. Mạng lưới chợ tập trung nhiều ở những nơi đông dân và kinh tế - xã hội khá phát triển. Trong đó, thành phố Vinh, thị xã Cửa Lò có diện tích bình quân/chợ khá cao là 3,75 km² và 3,97 km² và bán kính phục vụ thấp nhất chỉ 1,09 và 1,12 km/chợ. Ở vùng sâu vùng xa, đặc biệt là các huyện nằm trong khu vực biên giới thì mạng lưới chợ kém phát triển hơn, điển hình như Tương Dương có bán kính phục vụ/chợ rất lớn là 17,28km/chợ, Kỳ Sơn là 12,91 km/chợ.

Tính đến ngày 1/4/2019, Nghệ An có số dân là 3.327.791 người. Như vậy, một chợ phục vụ bình quân gần 8.217 người, trong đó, huyện Tân Kỳ đáp ứng tốt nhất nhu cầu của người dân với 5.259 dân/chợ, kém nhất là huyện Tương Dương với tỷ lệ dân số so với chợ là 25.943 dân/chợ. Qui mô các chợ ở Nghệ An khá lớn với tổng diện tích đất chợ là 210,8 ha và diện tích sử dụng là 90,8ha. Trung bình một chợ có 2.223m² đất sử dụng. Trong đó, huyện Đô Lương có diện tích sử dụng trung bình của chợ lớn nhất là gần 7.000m²/chợ, huyện Con Cuông có diện tích chợ nhỏ nhất là 390m²/1 chợ. Số hộ kinh doanh tại chợ là khoảng 56.566 hộ, trong đó có 24.246 hộ kinh doanh cố định và khoảng 32.320 hộ kinh doanh không cố định.

Về các tiêu chuẩn kinh tế, kỹ thuật của chợ, tỉnh hiện có 154 chợ kiên cố, 133 chợ bán kiên cố, còn lại là các chợ có cơ sở vật chất tạm bợ. Một số chợ tại khu vực đô thị, trung tâm các huyện được xây mới, nâng cấp, cải tạo có các hệ thống cấp điện, cấp nước, phòng cháy chữa cháy đáp ứng được yêu cầu như tổ hợp chợ Giát ở huyện Quỳnh Lưu, chợ Đô Lương ở thị trấn Đô Lương, chợ Thị trấn ở huyện Tân Kỳ, chợ Kim Sơn ở huyện Quế Phong. Tuy nhiên, vấn đề vệ sinh môi trường tại các chợ truyền thống còn nhiều bất cập, nhất là

chợ tại một số vùng nông thôn, miền núi do khu vực xử lý rác thải, khu vệ sinh và hệ thống nước chưa đạt yêu cầu.

3.2. Thực trạng phát triển chợ truyền thống về mặt chất lượng

Các ngành hàng kinh doanh chính tại chợ chủ yếu là thực phẩm tươi sống, tạp hóa, nông sản khô và sơ chế, sản phẩm của hộ sản xuất nhỏ... chiếm hơn 80% tổng số hộ kinh doanh. Trong đó, hàng thực phẩm tươi sống có số hộ kinh doanh lớn nhất, chiếm 47,6%, hàng của hộ sản xuất nhỏ chiếm tỷ lệ 13,7%, hàng may mặc là 8,2% và hàng tạp hóa chiếm tỷ lệ 7,52%. Các mặt hàng như trang sức, kim khí điện máy, nông cụ, vật tư nông nghiệp và điện tử điện lạnh chỉ chiếm dưới 1%. Cơ cấu hộ kinh doanh không cố định và đồng nhất trên từng huyện, thị mà có sự khác biệt giữa các ngành hàng.

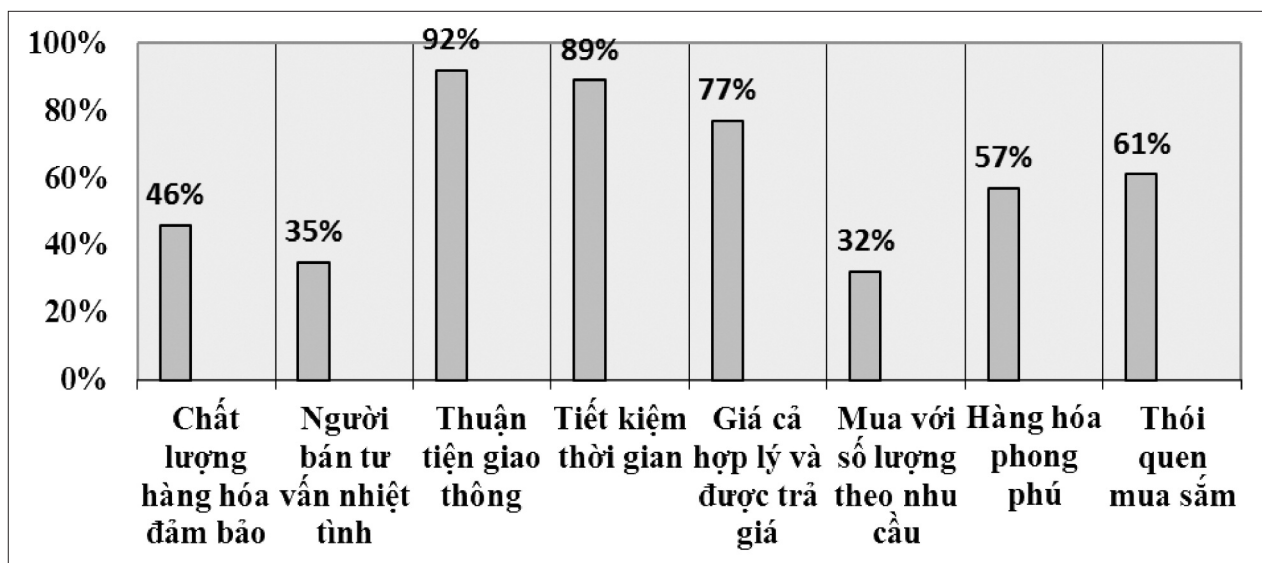
Sự phát triển nhanh chóng của các mô hình phân phối hiện đại cùng với sự đa dạng của các sản phẩm có tính năng tương tự khiến cho khách hàng khó khăn hơn trong lựa chọn hàng hóa cần mua, đây chính là thử thách rất lớn đối với chợ truyền thống. Người tiêu dùng hiện nay không chỉ hướng tới giá cả, chất lượng sản phẩm mà còn hướng tới vấn đề kênh phân phối. Qua khảo sát thì có tới 46% tiểu thương cho rằng khách hàng đến mua sắm tại chợ là do chất lượng hàng hóa đảm bảo, đáp ứng nhu cầu. Phần lớn khách hàng lựa chọn mua sắm tại chợ vì

thuận tiện cho việc đi lại, việc mua bán diễn ra nhanh chóng không mất nhiều thời gian thanh toán, giá cả ở chợ hợp lý hơn so với các điểm mua sắm khác và người mua có quyền trả giá. Ngoài ra, họ lựa chọn chợ còn vì thói quen mua sắm, hàng hóa ở chợ khá phong phú và đa dạng. (Hình 1)

Để cạnh tranh với các kênh phân phối hiện đại, các hộ kinh doanh và tiểu thương phải liên kết với nhau nhằm tận dụng lợi thế của từng hình thức kinh doanh và các dịch vụ khác để tạo sức mạnh tổng thể. Nghệ An hiện có 220 chợ hoạt động có hiệu quả (chiếm tỷ lệ 54,3%), 141 chợ hoạt động hiệu quả chưa cao (chiếm 34,8%) và 44 chợ hoạt động chưa hiệu quả (chiếm 10,9%). Những chợ hoạt động hiệu quả là do có vị trí thuận lợi, thường đóng tại những địa điểm đông dân cư, có thu nhập cao. Chợ hoạt động chưa hiệu quả thường ở vùng sâu, vùng xa nên hạn chế trong sản xuất và lưu thông hàng hóa. Bên cạnh đó, nhu cầu của các tiểu thương cũng có sự thay đổi với việc kinh doanh tại chợ truyền thống. Kết quả khảo sát chỉ ra những dịch vụ mà tiểu thương cho rằng các chợ cần có (Hình 2).

Công tác chuyển đổi mô hình quản lý chợ còn chậm, chỉ có 21 chợ chuyển đổi mô hình từ năm 2016 đến nay. Dịch Covid-19 đã khiến hoạt động của các chợ sụt giảm đáng kể. Nhiều tiểu thương đã năng động chuyển đổi phương thức kinh doanh,

Hình 1: Lý do người tiêu dùng lựa chọn chợ truyền thống để mua sắm



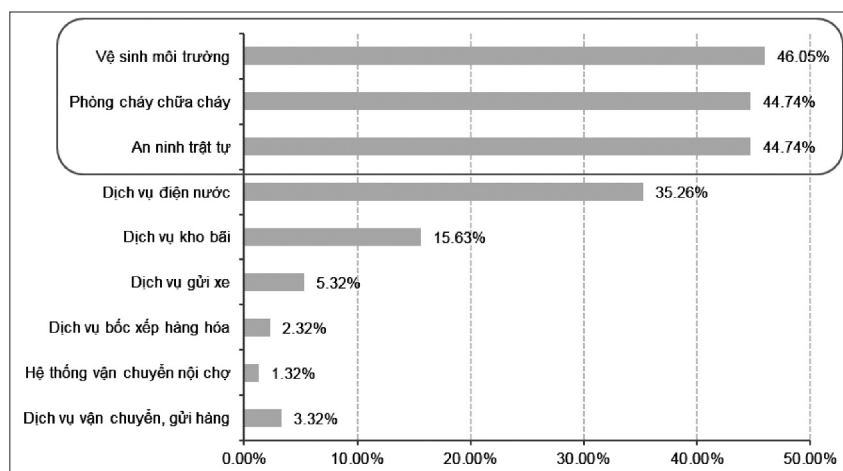
Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát

từ bán hàng trực tiếp sang kinh doanh online qua các ứng dụng mạng xã hội như Zalo hay Facebook..., thanh toán không tiền mặt qua hình thức chuyển khoản để thích ứng với điều kiện dịch bệnh. Tuy nhiên, dịch vụ hỗ trợ tại chợ còn đơn giản, chủ yếu là dịch vụ bốc xếp, vận chuyển hàng hóa, đặc biệt đối với các chợ ở nông thôn, miền núi thì gần như đây là dịch vụ duy nhất; các dịch vụ giá trị gia tăng như sơ chế, bao gói, bảo quản, dịch vụ tài chính, dịch vụ thông tin... chưa phát triển. Qua khảo sát các tác giả nhận thấy, bên cạnh những dịch vụ cần có (Hình 2), tiểu thương còn mong muốn được hỗ trợ những dịch vụ như quảng bá trên các website, mạng xã hội như Facebook..., là cầu nối giữa người cung ứng nguồn hàng với khách hàng, mở rộng lối đi hay hỗ trợ tìm kiếm các đầu mối nhập sỉ hàng (Hình 3).

Dịch Covid-19 đã làm thói quen mua sắm tại chợ truyền thống có sự thay đổi nhất định, buộc các tiểu thương phải tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin vào bán hàng nhằm duy trì sức mua. Tuy nhiên, cốt lõi của văn hóa chợ truyền thống vẫn là mua bán trực tiếp, cách thức bán hàng mới này của tiểu thương chỉ mang tích tụ phát để thích nghi với thực tế, thiếu sự hỗ trợ phù hợp từ phía chính quyền và các ban quản lý chợ.

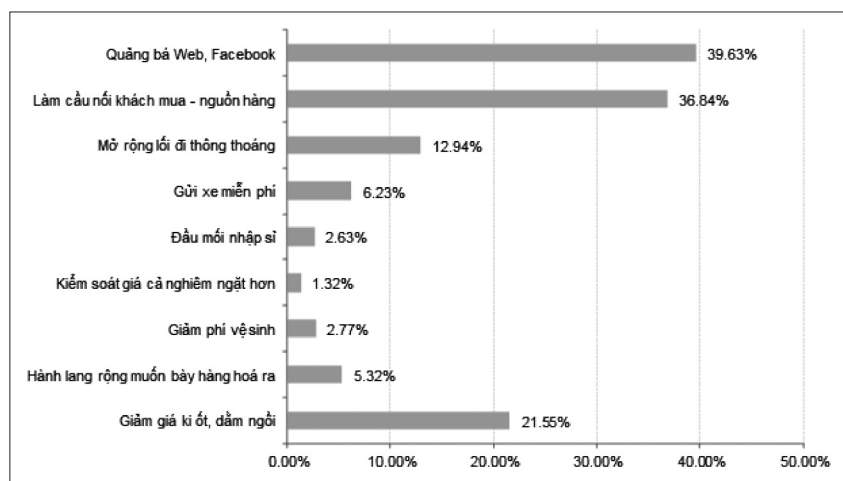
Công tác bồi dưỡng, đào tạo cán bộ quản lý chợ được chú trọng (đã tổ chức 4 lớp tập huấn về chuyển đổi mô hình quản lý, phát triển chợ và bồi dưỡng nghiệp vụ quản lý chợ cho gần 700 cán bộ quản lý nhà nước về chợ cấp tỉnh, cấp huyện, cấp xã và gần 300 bà con tiểu thương). Các đoàn thanh tra, thanh tra liên ngành đã kiểm tra đột xuất lần

Hình 2. Dịch vụ cần có theo đánh giá của tiểu thương



Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát

Hình 3: Dịch vụ tiểu thương mong muốn được hỗ trợ từ đơn vị quản lý chợ



Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả khảo sát

định kỳ, số vụ xử phạt vi phạm hành chính là 241 vụ, tổng số thu phạt là 1.997.013.000 đồng. Do đó, tình hình vệ sinh an toàn thực phẩm, vệ sinh môi trường, đảm bảo hành lang an toàn giao thông, thu nộp phí và lệ phí đã có chuyển biến tích cực.

Tuy nhiên, vẫn còn những hạn chế lớn cần khắc phục đối với chợ truyền thống. Qua khảo sát, phần lớn tiểu thương cho biết cơ sở vật chất cần được cải thiện (chiếm tỷ lệ 81,07%), tiếp đến là cải thiện về vệ sinh môi trường (64%). Nhiều chợ ở nông thôn, miền núi chưa có các hạng mục công trình, các trang thiết bị bảo vệ môi trường đạt chuẩn. Một số

chợ tuy được đầu tư nhưng chưa hiệu quả như chợ Rộ (Thanh Chương), chợ Tân Long (Tân Kỳ), chợ Yên Khê (Con Cuông), chợ Hưng Đông (TP. Vinh)... Công tác quản lý chợ còn hạn chế, việc chuyển đổi mô hình quản lý còn nhiều khó khăn, nhất là ở vùng sâu, vùng xa. Mô hình quản lý chợ theo hình thức mới chưa hiệu quả, số lượng tiểu thương chưa lấp đầy tại chợ, số hộ kinh doanh bỏ chợ có xu hướng tăng, đặc biệt là do ảnh hưởng của dịch Covid-19 khiến nhiều tiểu thương thua lỗ, dừng hoạt động. Công tác vệ sinh an toàn thực phẩm, phòng cháy chữa cháy, vệ sinh môi trường tại một số chợ chưa đảm bảo, còn tình trạng lấn chiếm vỉa hè, lòng lề đường, vi phạm trật tự đô thị, cản trở giao thông khu vực quanh chợ.

4. Kết luận và khuyến nghị

Để đảm bảo mạng lưới chợ phát triển nhanh và đồng bộ, văn minh, hiện đại, trở thành đòn bẩy phát huy tối đa vai trò thúc đẩy quá trình lưu thông, tiêu thụ hàng hóa và phục vụ đời sống người dân, cần thực hiện các giải pháp sau:

- Rà soát, điều chỉnh bổ sung Quy hoạch mạng lưới chợ trên địa bàn tỉnh Nghệ An đến năm 2030 để phù hợp với quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội, quy hoạch đô thị, quy hoạch xây dựng nông thôn mới; điều chỉnh quy hoạch sử dụng đất, kế hoạch sử dụng đất để đảm bảo quỹ đất phát triển chợ; thực hiện việc đầu tư, thu hút đầu tư xây dựng chợ đúng quy hoạch.

- Bổ sung cơ chế, chính sách hỗ trợ đầu tư phát triển chợ trên địa bàn tỉnh để thu hút nguồn lực xã hội khác ngoài ngân sách tham gia đầu tư kinh doanh chợ, cân đối ngân sách để hỗ trợ đầu tư xây dựng mới, nâng cấp cải tạo các chợ khu vực miền núi, nông thôn để đảm bảo các điều kiện thiết yếu về cơ sở vật chất và hạ tầng, phù hợp với mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

- Bồi dưỡng nâng cao kiến thức cho đội ngũ cán bộ quản lý hệ thống chợ, đảm bảo đủ năng lực, trách nhiệm quản lý nghiệp vụ cụ thể, nắm bắt kịp thời các vấn đề bất cập nảy sinh trong quá trình hoạt động để từ đó đưa ra các kiến nghị và biện pháp giải quyết vấn đề có hiệu quả. Hằng năm, mở các lớp đào tạo, bồi dưỡng cán bộ quản lý chợ (bao gồm: Ban quản lý, Tổ quản lý chợ, Ban quản lý Hợp tác xã kinh doanh chợ, Doanh nghiệp quản lý chợ). Đa dạng hóa các hình thức đào tạo, bồi dưỡng để phù hợp với tình hình và điều kiện thực tiễn của địa phương.

- Sớm hoàn thiện quy trình chuyển đổi mô hình quản lý chợ theo hướng “đầu tư công, quản lý tư”, xây dựng kế hoạch chuyển đổi mô hình quản lý, kinh doanh, khai thác chợ cho từng địa phương. Tăng cường ứng dụng công nghệ số vào quản lý chợ truyền thống nhằm nâng cao khả năng thích ứng của hệ thống chợ trong tình hình mới. Tăng cường hoạt động thanh, kiểm tra, giám sát công tác quản lý kinh doanh chợ, thu chi tài chính, vệ sinh an toàn thực phẩm, vệ sinh môi trường, an ninh trật tự. Xử lý nghiêm các trường hợp vi phạm, triệt để xóa bỏ các loại chợ tự phát không nằm trong quy hoạch phát triển chợ.

- Với xu thế chuyển đổi số trong kinh doanh hiện nay, các tiểu thương cần phải thay đổi dịch vụ cung ứng cho khách hàng; chủ động tiếp cận kênh kinh doanh theo hình thức trực tuyến để bắt kịp nhu cầu của thị trường. Tích cực tham gia các khóa đào tạo nâng cao kiến thức pháp luật, khuyến khích phát triển tiềm năng kinh doanh, tăng cường khả năng ứng dụng công nghệ, kỹ thuật mới. Đồng thời, nâng cao chất lượng phục vụ, xây dựng văn hóa kinh doanh văn minh, lịch sự, đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của khách hàng, người tiêu dùng khi đến với chợ truyền thống ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Trần Hữu Đức (2020). *Văn hóa dân gian chợ quê ở Nghệ An*. NXB Nghệ An, Nghệ An.
2. Hoàng Thị Hương (2019). *Chợ truyền thống trong quá trình đô thị hóa ở Hà Nội*. Luận án tiến sĩ, Học viện Khoa học Xã hội.
3. Vương Quang Lượng (2021). *Phát triển chợ bán buôn hàng nông sản trong quá trình xây dựng và phát triển nông thôn mới*. Luận án tiến sĩ, Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công Thương.

4. Sở Công Thương Nghệ An (2021). *Báo cáo thực trạng và xây dựng phương án phát triển dịch vụ và hệ thống kết cấu hạ tầng dịch vụ của tỉnh Nghệ An thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến 2050.*

Ngày nhận bài: 25/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 21/4/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 20/5/2022

Thông tin tác giả:

1. TS. TRẦN THỊ HOÀNG MAI¹

2. BUI DUY ĐÔNG²

¹Khoa Kinh tế, Trường Đại học Vinh

²Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch tỉnh Nghệ An

SOLUTIONS TO PROMOTE THE DEVELOPMENT OF TRADITIONAL MARKETS IN NGHE AN PROVINCE

● Ph.D **TRAN THI HOANG MAI¹**

● **BUI DUY DONG²**

¹Faculty of Economics, Vinh University

²Center of Investment, Trade and Tourism Promotion Nghe An Province

ABSTRACT:

Traditional markets are currently the main goods distribution channel in Nghe An province. Thanks to innovations in investment attraction activities, Nghe An province has achieved certain successes in transforming its management model for traditional markets. However, the limitations of the traditional market network and the impacts of the COVID-19 pandemic have put great pressure on the provincial authorities, traditional market management units, business households and small traders at traditional markets to innovate. This study analyzes the current development of traditional market in Nghe An province to seek solutions for promoting the synchronous and modern development of the provincial market network in the near future.

Keywords: traditional market, market development, Nghe An province.