

# Kinh nghiệm hình thành và phát triển chợ truyền thống Moran của Hàn Quốc

Cao Thị Hải Bắc\*

*Khoa Ngôn ngữ và Văn hóa Hàn Quốc, Trường Đại học Ngoại ngữ, ĐHQGHN,  
Phạm Văn Đồng, Cầu Giấy, Hà Nội, Việt Nam*

Nhận bài ngày 28 tháng 10 năm 2015

Chỉnh sửa ngày 29 tháng 02 năm 2016; Chấp nhận đăng ngày 01 tháng 09 năm 2016

**Tóm tắt:** Trên cơ sở phân tích tổng hợp các tài liệu trước đây kết hợp với thực hiện điều tra bằng bảng hỏi tại Hàn Quốc, bài viết này đã tìm hiểu về kinh nghiệm hình thành và phát triển chợ truyền thống Moran thuộc thành phố Seongnam, là chợ phiên truyền thống lớn nhất Hàn Quốc. Trên cơ sở khảo sát các kinh nghiệm của Hàn Quốc trong việc đặt tên chợ, bảo tồn và cải tạo kiến trúc chợ, xây dựng mô hình tổ chức quản lý chợ, v.v... bài viết đã đề xuất một số phương án bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống của các chợ Việt Nam.

**Từ khóa:** Chợ truyền thống, chợ truyền thống Moran, chợ truyền thống Việt Nam.

## 1. Đặt vấn đề

Đối với người Việt Nam nói riêng và nhiều dân tộc trên thế giới nói chung, chợ không chỉ là không gian kinh tế mà còn là không gian văn hóa và giao tiếp xã hội. Nhiều định nghĩa về chợ đã nhấn mạnh đến yếu tố văn hóa này như định nghĩa của Lee Chang-Guy: “Chợ truyền thống Hàn Quốc là nơi kết nối các làng xã, nơi mọi người gặp gỡ và trao đổi hàng hóa” [1: 1]. Hay như định nghĩa của Nguyễn Thị Mỹ Linh đã khẳng định rằng xét về tính chất, chợ là một biểu hiện của đời sống kinh tế với các hoạt động như buôn bán, trao đổi hàng hóa, nhưng với làng quê Việt truyền thống, chợ in đậm bản sắc văn hóa đặc sắc của dân tộc Việt Nam [2]. Yếu tố văn hóa cũng được nhấn mạnh trong một số nghiên cứu về đặc trưng và vai trò

của chợ. Nhóm nghiên cứu trường Đại học Kinh tế Quốc dân [3: 5] đã khẳng định một trong những vai trò quan trọng của chợ là giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc. Một nghiên cứu khác của Ngô Anh Tuấn [4] cũng nhấn mạnh chợ truyền thống mang đậm dấu ấn văn hóa, hồn quốc Việt. Tuy nhiên, mặc cho ý nghĩa văn hóa quan trọng của chợ, hình ảnh các chợ truyền thống ở Việt Nam đang dần bị thay thế bởi nhiều trung tâm mua sắm hiện đại. Do vậy, việc đẩy mạnh các nghiên cứu học thuật tìm hiểu mô hình hoạt động của các chợ truyền thống trên thế giới để rút ra bài học xây dựng chợ truyền thống ở Việt Nam đang trở thành một yêu cầu cấp thiết. Ở Việt Nam, chủ đề chợ truyền thống chủ yếu được bàn luận nhiều trên các phương tiện thông tin đại chúng. Các nghiên cứu học thuật về chủ đề này còn ít và chưa chuyên sâu. Ví dụ, các nghiên cứu bàn về chợ như Nguyễn Thị Phương Dung và Bùi Thị

\*ĐT: 84-914990281  
Email: baccth@vnu.edu.vn

Kim Thanh [5], Trương Thúy Hằng [6], Nguyễn Thị Lý [7], Quách Thị Xuân [8] v.v... chủ yếu tìm hiểu thực trạng hoạt động, phương án đổi mới công tác quản lý chợ và phát triển hiệu quả kinh tế chợ. Các nghiên cứu về kinh nghiệm bảo tồn và phát triển chợ truyền thống trên thế giới nhằm rút ra các bài học cho Việt Nam còn tương đối hạn chế.

Việt Nam và Hàn Quốc là hai quốc gia có nhiều nét tương đồng về văn hóa, lịch sử. Một trong những nét tương đồng ấy là văn hóa chợ truyền thống lâu đời. Trải qua quá trình biến đổi xã hội, Hàn Quốc đã phát triển vượt trước Việt Nam về kinh tế nhưng xứ sở Kim chi này vẫn bảo tồn và phát huy tương đối tốt các giá trị văn hóa của nhiều chợ truyền thống. Việt Nam cũng đang bước vào giai đoạn kinh tế thị trường và hội nhập toàn cầu như Hàn Quốc khoảng 30 năm trước. Trong bối cảnh này, nhiều chợ truyền thống của Việt Nam đang phải đối mặt với nguy cơ bị mai một các giá trị văn hóa cổ truyền. Do vậy, kinh nghiệm bảo tồn và phát triển chợ truyền thống của Hàn Quốc có thể trở thành bài học quý báu cho Việt Nam. Nhằm bắt được yêu cầu thực tiễn này, nghiên cứu này sẽ đi sâu tìm hiểu mô hình hoạt động của chợ truyền thống Moran ở Hàn Quốc, từ đó rút ra một số đề xuất cho việc bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống của chợ ở Việt Nam. Sử dụng phương pháp điều tra khảo sát thực tế, bài viết đặt ra hai câu hỏi nghiên cứu: (1) Mô hình chợ truyền thống Moran ở Hàn Quốc được xây dựng như thế nào? (2) Cần bảo tồn và phát triển giá trị văn hóa truyền thống của chợ Việt Nam như thế nào từ bài học kinh nghiệm của chợ Moran? Để trả lời các câu hỏi nghiên cứu trên, bài viết này xác định mục đích nghiên cứu thứ nhất là tìm hiểu quá trình biến đổi từ chợ Moran thành chợ truyền thống Moran, ý nghĩa hình thành chợ truyền thống Moran và vai trò của hội thương nhân. Mục đích nghiên cứu thứ hai là khảo sát các phương án tái hiện hiệu quả không gian văn hóa truyền thống tại chợ Moran để từ đó đề xuất một số phương án bảo tồn và phát huy hiệu quả giá trị văn hóa truyền thống của chợ ở Việt Nam.

## 2. Phạm vi và phương pháp nghiên cứu

Về phạm vi nghiên cứu, bài viết này chỉ khảo sát tại chợ truyền thống tiêu biểu của Hàn Quốc là chợ truyền thống Moran. Lý do lựa chọn chợ Moran là đối tượng khảo sát vì đây là chợ truyền thống lớn nhất cả nước và còn lưu giữ khá nhiều nét văn hóa dân tộc. Nằm trong lòng thành phố Seongnam với vị trí thuận lợi gần thủ đô Seoul nên chợ truyền thống Moran là một trong những chợ tiêu biểu thu hút nhiều nhất số lượng du khách trong và ngoài nước mỗi khi phiên chợ họp. Bài viết không bàn luận nhiều đến các giá trị kinh tế mà đi sâu tìm hiểu các giá trị văn hóa của chợ Moran, từ đó đề xuất các phương án bảo tồn và phát huy hiệu quả các giá trị văn hóa truyền thống của các chợ Việt Nam.

Về phương pháp nghiên cứu, bài viết này sử dụng phương pháp nghiên cứu thứ nhất là phân tích tổng hợp tài liệu từ nhiều nguồn đa dạng như các nghiên cứu đi trước, sách, báo, tạp chí, thông tin ngôn luận v.v... Phương pháp nghiên cứu thứ hai là điều tra xã hội học thông qua khảo sát bằng bảng hỏi được tiến hành trong khoảng thời gian từ tháng 4/2011 đến tháng 6/2011 với 100 đối tượng bao gồm 20 thương nhân kinh doanh tại chợ Moran, 50 du khách và 30 người dân địa phương. Du khách vừa là những người trực tiếp cảm nhận rõ nhất các giá trị văn hóa của chợ Moran vừa đóng vai trò quan trọng nhất trong việc quảng bá các giá trị văn hóa này khắp trong và ngoài nước. Do vậy, nghiên cứu này đã lựa chọn du khách là đối tượng khảo sát chiếm số lượng nhiều nhất. Tiếp đến, hơn ai hết, chính những người dân địa phương sẽ là những người luôn muốn gìn giữ và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống của địa phương mình. Do vậy, nghiên cứu này đã lựa chọn khảo sát số lượng người dân địa phương nhiều hơn số lượng các thương nhân (Phụ lục 1). Nội dung khảo sát xoay quanh chủ đề cảm nhận về giá trị văn hóa truyền thống của chợ Moran, các phương án bảo tồn phát huy hiệu quả giá trị truyền thống của chợ Moran.

### 3. Những phát hiện chính

#### 3.1. Quá trình biến đổi từ chợ Moran thành chợ truyền thống Moran

Giai đoạn thứ nhất là thời kì hình thành chợ Moran. Chợ Moran được thành lập bởi thị trưởng Kim Chang Suk vào đầu những năm 1960 nhằm mục đích làm tăng thuế cho quận Kwang Ju. Tức là, chợ Moran đã được hình thành bởi mục đích hành chính hơn là bởi nhu cầu cần thiết trao đổi hàng hóa. Ban đầu, chợ Moran được xây dựng ở khu vực gần phường Sujin 2 thuộc thành phố Seongnam. Khu vực này vừa là trung tâm hành chính vừa là trung tâm giao thông có các đại lộ dẫn đến Seoul. Theo hình thức họp chợ truyền thống, phiên chợ Moran được qui định họp vào các ngày 4, ngày 9 trong năm [9: 30-32].

Giai đoạn thứ hai là thời kì hình thành chợ truyền thống Moran. Chợ Moran vẫn được biết đến là chợ chuyên buôn bán thịt chó. Tuy nhiên, trong quá trình chuẩn bị tổ chức thể vận hội Olympic Seoul, các kênh thông tin ngôn luận đã phê phán điều này<sup>1</sup>. Trước sức ép của ngôn luận, thành phố Seongnam đã có ý định phá bỏ chợ Moran. Tuy nhiên, các thương nhân trong chợ đã thành lập hiệp hội nhằm tập hợp sức mạnh tập thể để thiết lập đề án xây dựng chợ truyền thống Moran. Kết quả là thành phố Seongnam đã quyết định tái thiết chợ Moran thành chợ truyền thống nhằm thu hút du lịch cho thể vận hội Olympic Seoul năm 1988. Chỉ những hội viên mới có quyền buôn bán tại chợ và hình thức buôn bán thịt chó hoàn toàn bị nghiêm cấm. Nhiều sản phẩm truyền thống đặc trưng của địa phương như các loại hoa, quả, rau xanh, ớt, tiêu, thảo dược vẫn được khuyến khích bày bán [9: 39] như hình 1 dưới đây.



Hình 1. Đặc sản của chợ truyền thống Moran.

Giai đoạn thứ ba là thời kì biến đổi của chợ truyền thống Moran. Khu đô thị mới Bundang được xây dựng vào đầu những năm 1990 nhằm thu hút dân cư thuộc các tầng lớp trung lưu từ Seoul. Sự hình thành khu đô thị mới này đã tạo nên một bức tường phân tách rõ ràng giữa một

bên là chợ truyền thống Moran phục vụ nhu cầu sinh hoạt cho dân cư thuộc các khu vực Seongnam cũ và một bên là các siêu thị, trung tâm mua sắm mới phục vụ nhu cầu dân cư thuộc khu đô thị mới Bundang như hình 2 dưới đây.



Hình 2. Chợ truyền thống Moran trong lòng khu đô thị mới Bundang.

<sup>1</sup> Theo tờ "Nhật báo Hàn Quốc", ngày 30 tháng 7 năm 1988.

Trước tình hình này, hội thương nhân chợ truyền thống Moran đã đổi mới công tác quản lý theo mô hình hiện đại nhằm nâng cao chất lượng hoạt động của chợ Moran như cấp thẻ hội viên cho các thành viên của hội, thiết lập một cơ chế khai báo cho người tiêu dùng. Với cơ chế này, người tiêu dùng có thể phản ánh những điều không hài lòng khi mua sắm tại chợ, từ đó, ban quản lý chợ sẽ có các biện pháp khắc phục kịp thời. Bên cạnh đó, hội thương nhân còn đặc biệt quan tâm đến việc đẩy mạnh quảng bá du lịch chợ thông qua việc tích cực tuyên truyền và khắc sâu cho từng hội viên các giá trị văn hóa truyền thống của chợ Moran. Từ đó, các hội viên luôn có trách nhiệm phải tuyên truyền và quảng bá với các du khách đến chợ (tham khảo [9:42]).

### 3.2. Ý nghĩa hình thành chợ truyền thống Moran và vai trò của hội thương nhân

Ngay từ khi mới thành lập, hội thương nhân đã thay đổi tên chợ từ chợ Moran thành chợ truyền thống Moran nhằm khắc sâu ý nghĩa của

chợ Moran như một không gian văn hóa truyền thống. Bên cạnh đó, để bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống, hội thương nhân vẫn duy trì hình thức họp chợ theo phiên vào các ngày 4, ngày 9 hàng năm. Hình thức chợ phiên đã được công nhận là một loại hình di sản văn hóa phi vật thể tại Hàn Quốc.

Được tái thiết đúng vào dịp tổ chức thể vận hội Olympic Seoul, chợ truyền thống Moran chứa đựng ý nghĩa văn hóa như một địa điểm du lịch giới thiệu văn hóa truyền thống dân tộc. Từ năm 2000, lễ hội được tổ chức đều đặn mỗi năm một lần vào mùa xuân hoặc mùa thu nhằm mục đích tái hiện hình ảnh chợ truyền thống và chấn hưng nền văn hóa nghệ thuật địa phương (Hình 3). Có thể nói, lễ hội này là minh chứng rõ nhất cho nỗ lực của hội thương nhân trong việc tạo nên một không gian văn hóa nhằm giúp du khách cảm nhận được hương vị truyền thống vượt ra khỏi không gian trao đổi hàng hóa đơn thuần [10: 44-60].



Hình 3. Lễ hội hàng năm tại chợ truyền thống Moran.

Trong cuộc khảo sát được thực hiện tại Hàn Quốc năm 2011, nghiên cứu này đã đưa ra câu hỏi: "Chợ Moran có ý nghĩa như thế nào trong suy nghĩ của ông/bà/anh/chị?"<sup>2</sup>. Kết quả cho thấy 51,3% là tỷ lệ cao nhất trả lời rằng chợ Moran mang ý nghĩa văn hóa tái hiện hình ảnh chợ phiên và là không gian để du lịch, thư giãn v.v... Tiếp đến là câu trả lời rằng chợ Moran mang ý nghĩa xã hội như là nơi để gặp gỡ và

trao đổi thông tin với bạn bè chiếm 49,1%. Câu trả lời rằng chợ Moran mang ý nghĩa kinh tế như là nơi mua bán hàng giá rẻ chiếm 35,4%. Kết quả này đã cho thấy rõ phần lớn du khách và người dân địa phương đang coi chợ Moran như một không gian văn hóa truyền thống đặc trưng của dân tộc Hàn. Trong bài viết của nhà thơ, nhà phê bình văn học nổi tiếng của Hàn Quốc Lee Chang-Guy, ông đã lựa chọn chợ truyền thống Moran làm hình ảnh minh họa cho bài viết của mình. Do vị trí gần thủ đô Seoul nên chợ truyền thống Moran được nhiều người

<sup>2</sup> Đây là câu hỏi lựa chọn nhiều phương án trả lời nên tổng số tỷ lệ % của tất cả các phương án trả lời không bằng 100%.

dân Hàn Quốc và du khách nước ngoài biết đến và thường xuyên qua lại. Chợ nằm ngoài trời có 950 sạp hàng hóa và thu hút khoảng 100.000 người mua sắm vào những ngày họp chợ. Hình ảnh chợ Moran trong thơ văn của Lee Chang-Guy như là nơi ai đó ngóng trông tin tức người con gái đi lấy chồng xa, nơi trao đổi nông sản thu hoạch để lấy những nhu yếu phẩm [1]. Điều này đã khẳng định rõ thêm rằng trong tiềm thức mỗi người dân Hàn Quốc, chợ truyền thống Moran nói riêng và chợ truyền thống tại Hàn Quốc nói chung không chỉ là không gian trao đổi hàng hóa mà còn trở thành một không gian hò hẹn, trao nhau tình cảm yêu thương.

Bên cạnh đó, một câu hỏi khác cũng được đưa ra: "Theo bạn, vẻ đẹp văn hóa truyền thống của chợ Moran được biểu hiện ở những điểm nào sau đây?". Kết quả cho thấy 82,2% lựa chọn phương án trả lời là các sản phẩm được bày bán, 100% chọn phương án trả lời là lễ hội hàng năm, 68,1% trả lời là kiến trúc các quầy hàng, 97% chọn phương án trả lời là hình thức họp chợ phiên và 100% chọn phương án trả lời là tên chợ.

Như vậy, có thể nói, giữa vô vàn các siêu thị và trung tâm mua sắm hiện đại, chợ Moran vẫn tồn tại như một bức tranh sinh hoạt truyền thống tiêu biểu trong lòng xã hội Hàn Quốc. Ngoài ý nghĩa kinh tế đơn thuần, dường như chợ Moran đang được biết đến nhiều hơn bởi ý nghĩa văn hóa vừa như một di sản văn hóa truyền thống vừa như một địa điểm du lịch hấp dẫn. Đáng chú ý là trong quá trình bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống của chợ Moran, hiệp hội thương nhân đã đóng góp một vai trò không hề nhỏ.

### 3.3. Phương án tái hiện hiệu quả không gian văn hóa truyền thống tại chợ Moran

Kim Chang Hwan [10: 60-63] đã nhấn mạnh đến phương án đẩy mạnh quảng bá du lịch chợ Moran thông qua việc cải tạo cảnh quan kiến trúc chợ và xây dựng hệ thống hướng dẫn sử dụng và tham quan chợ. Về cải tạo cảnh quan kiến trúc chợ, Kim Chang Hwan đề xuất

việc tái hiện hình ảnh truyền thống của chợ Moran bằng nhiều hình thức như: xây dựng các tường rào trang trí họa tiết truyền thống, xây dựng các lối đi với hai hàng tre, trúc, tạo dựng các đồi thông, con suối, ao sen, xây dựng không gian nghỉ ngơi và mở rộng không gian bộ hành cho du khách v.v... Về xây dựng hệ thống hướng dẫn sử dụng và tham quan chợ, Kim Chang Hwan đề xuất cần thiết lập bộ phận chuyên trách hướng dẫn du khách về các nội qui sử dụng cũng như tham quan chợ, đồng thời thiết lập bộ phận chuyên trách giới thiệu, quảng bá du lịch chợ Moran.

Bài viết này ủng hộ quan điểm của Kim Chang Hwan và cũng đã tiến hành điều tra bảng hỏi để lấy ý kiến của các thương nhân, du khách và người dân địa phương về phương án bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống của chợ Moran. 91,5% là tỷ lệ cao nhất đồng ý với phương án nên tổ chức thêm nhiều lễ hội truyền thống hàng năm. 89,2% là tỷ lệ cao thứ hai đồng ý với phương án nên cải tạo cảnh quan kiến trúc chợ như một số đề xuất trong nghiên cứu của Kim Chang Hwan. Tiếp đến là 82,8% đồng ý với phương án cần trang trí nhiều biển hiệu, áp phích quảng bá vẻ đẹp văn hóa truyền thống của chợ như tranh ảnh về mua bán ớt, mua bán thảo dược, lễ hội v.v.. 73,6% người trả lời cho rằng nên thiết kế phòng trưng bày tranh ảnh và hiện vật liên quan đến lịch sử hình thành và phát triển của chợ. Xấp xỉ tỷ lệ này với 72,3% đồng ý với phương án rằng nên đẩy mạnh quảng bá và thu hút tour du lịch chợ Moran. Một số phương án khác được đề xuất như: thường xuyên bồi dưỡng năng lực quản lý của hội thương nhân nhằm phát huy tính tự quản, sáng tạo; đào tạo đội ngũ hướng dẫn viên du lịch chuyên giới thiệu về lịch sử, văn hóa chợ Moran nói riêng và văn hóa địa phương nói chung; phân phát các ấn phẩm quảng bá về chợ Moran cho du khách; đa dạng hóa hơn nữa nội dung lễ hội. Về nội dung lễ hội, nhiều ý kiến đề xuất rằng không nên chỉ bó hẹp trong nội dung tái hiện lịch sử hình thành chợ như hiện nay mà cần tái hiện lại cả một số nét đẹp văn hóa khác thông qua hình thức công diễn âm

nhạc, ẩm thực, kỹ thuật làm đồ thủ công truyền thống v.v...

Như vậy, trong số các phương án bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống của chợ Moran, vấn đề cải tạo hình thức và nội dung tổ chức các lễ hội truyền thống hàng năm, cải tạo cảnh quan kiến trúc chợ, đẩy mạnh quảng bá du lịch chợ được lựa chọn nhiều nhất. Các phương án này cũng có thể trở thành bài học kinh nghiệm quý báu cho Việt Nam trong việc bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống của chợ trong thời kỳ hội nhập.

Hiện nay, việc bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống của chợ Việt Nam vẫn còn tồn tại nhiều điểm bất cập. Vấn đề được tranh luận nhiều nhất là sự chuyển đổi ở các chợ truyền thống thành các siêu thị. Trong năm 2009, Sở Thương mại Hà Nội đã đề xuất một kế hoạch kéo dài đến năm 2020, trong đó, 402 chợ hiện tại có qui mô lớn trong thành phố sẽ được nâng cấp thành trung tâm thương mại và các chợ nhỏ dần dần sẽ được nâng cấp thành các siêu thị lớn nhỏ [11]. Hiện đại hóa thiếu sự kết hợp với các yếu tố truyền thống của các siêu thị đã làm mất đi nhiều giá trị văn hóa dân tộc. Hà Nội và nhiều vùng miền khác đang mất dần hình ảnh các chợ phiên. Chợ truyền thống vừa là nơi cung cấp các đặc sản vùng miền một cách phong phú và đáng tin cậy nhất vừa là nơi giúp nhận biết rõ nhất tâm lý, văn hóa tiêu dùng cũng như đặc trưng, tính cách, văn hóa ứng xử của người dân mỗi vùng miền. Đây là những giá trị văn hóa truyền thống khó có thể tìm thấy tại những mô hình chợ hiện đại như siêu thị hay các trung tâm mua sắm tự động hóa.

Vấn đề tồn tại thứ hai trong việc bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống của các chợ Việt Nam nằm ở công tác quản lý chợ. Nhiều nghiên cứu như Ngô Anh Tuấn [4], Ban biên soạn Trường Đại học Kinh tế Quốc dân [3] v.v... đã cho thấy phần lớn các mô hình tổ chức quản lý tại các chợ truyền thống ở Việt Nam hiện nay vẫn do phường, quận quản lý. Tức là các khoản thu phí quản lý chợ phải nộp cho phường, quận và phường, quận cũng chịu

trách nhiệm chính về ngân sách trong việc cải tạo và xây dựng chợ. Hay nói cách khác, các mô hình tổ chức quản lý tại các chợ truyền thống ở Việt Nam như hiện nay chưa huy động được sự đầu tư của các thành phần kinh tế đa dạng như doanh nghiệp tư nhân, các hợp tác xã, các hiệp hội thương nhân, người dân địa phương. Mặt khác, năng lực quản lý của đội ngũ cán bộ quản lý chợ cũng còn nhiều yếu kém và không được bồi dưỡng nghiệp vụ quản lý thường xuyên [3].

Vấn đề tồn tại thứ ba phải kể đến là việc thiếu chính sách phù hợp trong việc kết hợp phát triển giá trị kinh tế, giá trị văn hóa gắn liền giá trị du lịch của chợ. Xây dựng chính sách phát triển du lịch chợ phù hợp không chỉ mang lại những giá trị kinh tế đáng kể mà còn giúp giới thiệu đặc trưng văn hóa địa phương, văn hóa dân tộc với du khách trong và ngoài nước. Tuy nhiên, thực tế cho thấy, ngoài một số chợ qui mô lớn như chợ Đồng Xuân (Hà Nội), chợ Hàn (Đà Nẵng), chợ Bến Thành (thành phố Hồ Chí Minh) v.v... thì nhiều chợ truyền thống khác vẫn chưa được đầu tư xứng đáng để đẩy mạnh phát triển du lịch.

Những tồn tại nêu trên đã góp phần chứng minh rằng mô hình chợ hiện đại sẽ không thể thay thế hoàn toàn được mô hình chợ truyền thống. Vậy phải làm thế nào để vừa bảo tồn được nét đẹp của chợ truyền thống vừa đảm bảo chợ là không gian sinh hoạt kinh tế bất kịp xu hướng phát triển của thời đại? Để trả lời câu hỏi này, bài viết này sẽ đề xuất một số phương án bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa của các chợ Việt Nam từ việc tham khảo kinh nghiệm cải tạo chợ Moran.

Thứ nhất, về kiến trúc, cũng như mô hình chợ truyền thống Moran, việc lưu giữ và tái hiện các nét kiến trúc truyền thống góp phần quan trọng trong việc bảo tồn các giá trị văn hóa của chợ. Thay vì cải tạo chợ thành các trung tâm mua sắm hiện đại, việc lựa chọn các kiến trúc, họa tiết cổ xưa như mái ngói đỏ uốn cong, họa tiết gốm sứ, chim hạc, trống đồng, hoa sen, hình ảnh bác nông dân cấy lúa, hình

ảnh lễ hội v.v... sẽ góp phần tái hiện hiệu quả hơn vẻ đẹp văn hóa truyền thống của các chợ Việt Nam. Đồng thời, việc tái hiện các kiến trúc chợ truyền thống còn góp phần khiến cho các du khách trong và ngoài nước luôn cảm thấy gần gũi và thêm yêu văn hóa Việt Nam mỗi khi đến chợ. Như vậy, đề xuất thứ nhất về việc bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống cho các chợ ở Việt Nam là cần cải tạo mô hình chợ kết hợp hài hòa giữa kiến trúc hiện đại với kiến trúc truyền thống để vừa đảm bảo sự an toàn, tiện ích, vệ sinh vừa giữ được nét đẹp văn hóa truyền thống.

Thứ hai, về chính sách và hoạt động quảng bá du lịch, các hoạt động nhằm quảng bá du lịch chợ Moran tại Hàn Quốc có thể là bài học kinh nghiệm quý báu cho Việt Nam. Ngoài hoạt động mua bán, các chợ truyền thống ở Việt Nam cần suy nghĩ đến việc tổ chức các hoạt động quảng bá văn hóa hàng năm như lễ hội, triển lãm, hội thi v.v... Bên cạnh đó, việc xây dựng các phòng trưng bày hiện vật văn hóa đặc trưng cho từng vùng miền cũng như các biểu tượng về lịch sử hình thành và phát triển của từng khu chợ truyền thống cũng là một phương án hữu ích nhằm bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống của chợ Việt Nam. Các phòng trưng bày này sẽ trở thành những minh chứng sống động nhất giúp du khách vừa hiểu biết hơn về văn hóa chợ, văn hóa địa phương vừa thêm yêu văn hóa Việt Nam. Cùng với đó, việc đào tạo đội ngũ hướng dẫn viên du lịch để giới thiệu lịch sử hình thành và phát triển của chợ, nét đặc trưng văn hóa địa phương, các đặc sản và vị trí các gian hàng v.v... cũng là một phương án hiệu quả. Chính sách phát triển du lịch chợ này sẽ góp phần quan trọng vào việc bảo tồn và quảng bá các giá trị văn hóa truyền thống của các chợ Việt Nam.

Như đã đề cập ở trên, những nét văn hóa đặc trưng của mỗi vùng miền có thể nhận thấy khá rõ nét thông qua không gian chợ truyền thống. Tác giả Huỳnh Thị Dung trong cuốn "Chợ Việt" đã tổng hợp các nét văn hóa đặc trưng của các chợ truyền thống trên khắp vùng miền cả nước. Những chợ truyền thống vùng

Bắc Ninh (Kinh Bắc xưa) như chợ Phù Lưu, chợ Lớn, chợ Đọ v.v... có thể trưng bày và giới thiệu các hiện vật văn hóa về trang phục quan họ, kiến trúc đền chùa, làng nghề thủ công v.v..., trong khi đó, các chợ miền núi có thể giới thiệu những đặc trưng văn hóa vùng cao như trang phục thổ cẩm, cưỡi ngựa đi chợ, thổi khèn v.v... Các chợ miền Trung như chợ Đà Lạt, chợ Hàn, chợ Cồn và các chợ miền Nam như chợ nổi Cái Răng, chợ Biên Hòa v.v... lại có thể giới thiệu những nét văn hóa riêng đậm nét miền Trung và miền Nam [12]. Để bảo tồn và phát huy hiệu quả các giá trị văn hóa truyền thống của các chợ nói riêng và các địa phương nói chung thì việc đẩy mạnh xây dựng các chính sách quảng bá du lịch chợ theo kinh nghiệm của chợ Moran nêu trên là rất cần thiết và cấp bách.

Đề xuất thứ ba là vấn đề liên quan đến đội ngũ quản lý chợ. Như đã đề cập ở trên, phần lớn đội ngũ quản lý ở các chợ truyền thống tại Việt Nam hiện nay chưa phát huy được tính sáng tạo và tự quản. Trong khi đó, với mô hình quản lý chợ Moran ở Hàn Quốc, chính các thương nhân trong chợ đã tự thành lập hội thương nhân ngay từ những buổi đầu xây dựng chợ. Hội thương nhân đã luôn có những đấu tranh và kế hoạch hoạt động tích cực trong việc kêu gọi chính quyền địa phương, các doanh nghiệp đầu tư phát triển chợ. Họ cũng chính là những người luôn nỗ lực tuyên truyền, giáo dục ý thức cho người dân, các hội viên phải biết gìn giữ những nét đẹp truyền thống của văn hóa chợ Moran. Lợi ích của chợ cũng chính là lợi ích của các thương nhân. Bởi vậy hơn ai hết, hội thương nhân sẽ chính là đội ngũ quản lý chợ hiệu quả nhất với tinh thần trách nhiệm cao nhất. Đây có thể là một mô hình tổ chức quản lý đáng tham khảo cho các chợ truyền thống tại Việt Nam.

#### 4. Kết luận

Bài viết đã trả lời được đầy đủ các câu hỏi nghiên cứu đặt ra. Thứ nhất, bài viết đã chỉ ra được những điểm ưu việt trong mô hình tổ chức quản lý và hoạt động bảo tồn, phát huy giá trị

văn hóa dân tộc của chợ truyền thống Moran. Hình thức chợ phiên, kiến trúc truyền thống, mô hình quản lý chợ tự quản bởi hội thương nhân, tổ chức lễ hội hàng năm, đẩy mạnh quảng bá du lịch chợ v.v... chính là những phương án hiệu quả trong việc bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống của chợ Moran. Thứ hai, từ những bài học kinh nghiệm quý báu của chợ truyền thống Moran, nghiên cứu này đã đề xuất một số phương án nhằm bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống cho các chợ Việt Nam. Tuy nhiên, hạn chế của nghiên cứu này là mới chỉ dừng lại ở việc tham khảo kinh nghiệm của một mô hình chợ truyền thống tại Hàn Quốc và dựa trên kết quả khảo sát qui mô nhỏ. Do vậy, đây có thể là hướng gợi mở cho các nghiên cứu tiếp theo để mở rộng qui mô khảo sát nhằm đưa ra được nhiều đề xuất hơn nữa trong việc bảo tồn và phát triển các chợ truyền thống tại Việt Nam. Mặc dù vậy, nghiên cứu này hy vọng những đề xuất nêu trên sẽ đóng góp phần nào cho việc xây dựng và hoạch định các chính sách hiệu quả và thiết thực hơn nữa về bảo tồn, cải tạo và phát triển mô hình chợ truyền thống tại Việt Nam.

### Tài liệu tham khảo

- [1] Lee Chang-Guy, Chợ truyền thống Hàn Quốc phản ánh cuộc sống cơ hàn nhưng đầy lãng mạn, Tạp chí Koreana tiếng Việt 1 (2015) 1, Số mùa Hè.
- [2] Nguyễn Thị Mỹ Linh, Bàn sắc văn hóa trong các phiên chợ tết ở làng quê Việt Nam truyền thống, Tạp chí Cộng sản, số ra ngày 18/3/2015.
- [3] Ban biên soạn Đại học Kinh tế Quốc dân, Một số vấn đề về chợ và mô hình tổ chức quản lý chợ, tập bài giảng, Đại học Kinh tế Quốc dân, 2014. Nguồn trực tuyến: <http://voer.edu.vn/c/7d74fa34>.
- [4] Ngô Anh Tuấn, Giải pháp phát triển chợ truyền thống tại thành phố Đà Nẵng, Luận văn thạc sĩ kinh tế, Đại học Đà Nẵng, 2015.
- [5] Nguyễn Thị Phương Dung và Bùi Thị Kim Thanh, So sánh hành vi lựa chọn nơi mua sắm của người tiêu dùng đối với loại hình siêu thị và chợ truyền thống: trường hợp ngành hàng tiêu dùng tại thành phố Cần Thơ, Tạp chí Khoa học 20b (2011) 225.
- [6] Trương Thúy Hằng, Chợ phiên Hà Nội với phát triển du lịch nội đô (Qua nghiên cứu trường hợp chợ Bưởi – Tây Hồ - Hà Nội), Luận văn cử nhân Văn hóa du lịch, Đại học Văn hóa, 2012.
- [7] Nguyễn Thị Lý, Sự biến đổi văn hóa chợ Mộc – Thị trấn Cao Thượng, Huyện Tân Yên, Tỉnh Bắc Giang trong cơ chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, Luận văn cử nhân Văn hóa học, Đại học Văn hóa Hà Nội, 2013.
- [8] Quách Thị Xuân, Chợ và các vấn đề liên quan – Nghiên cứu điển hình một số chợ ở Đà Nẵng, Tạp chí phát triển kinh tế - xã hội Đà Nẵng 57 (2014) 12.
- [9] 김진영, 성남 모란민속장의 변화양상에 관한 연구, 중앙대학교, 석사학위논문, 2008. (Kim Jin Yeong, Nghiên cứu hình ảnh biến đổi của chợ truyền thống Moran, Luận văn thạc sĩ Trường Đại học Chung Ang, 2008.)
- [10] 김창환, 성남시 모란 재래시장 재조성에 관한 연구, 홍익대학교 중앙도서관, 석사학위논문, 2002. (Kim Chang Hwan, Nghiên cứu vấn đề cải tạo chợ truyền thống Moran thuộc thành phố Seongnam, Luận văn thạc sĩ Trường Đại học Hong Ik, 2002.)
- [11] Anh Quân, Quy hoạch thương mại Hà Nội: Sẽ phát triển mạnh ra các khu vực mới, Tạp chí Kinh tế Việt Nam, số ra ngày 28/7/2009, tr. 1-10.
- [12] Huỳnh Thị Dung, Chợ Việt, NXB Từ điển bách khoa, Hà Nội, 2011.



## Experience in the Establishment and Development of the Moran Traditional Market in Korea

Cao Thi Hai Bac

*Faculty of Korean Linguistics and Culture, VNU University of Languages and International Studies, Pham Van Dong, Cau Giay, Hanoi, Vietnam*

**Abstract:** Based on previous materials and the author's survey with questionnaire in Korea, this paper studied the process of the establishment and development as well as the organization and management of Moran traditional market in Seongnam city, Korea. On the basis of the survey results and the lessons from the development experience of Moran Market, this paper suggested some ways to preserve and promote traditional cultural values of Vietnamese markets.

**Keywords:** Traditional market, Vietnamese traditional market, Moran traditional market.

### Phụ lục 1: Đặc điểm nhân khẩu học của các đối tượng được khảo sát

Tiêu chí		Thương nhân	Du khách	Người dân địa phương
Giới tính	Nam	10	25	15
	Nữ	10	25	15
Tuổi	18 ~40	8	20	12
	41~60	9	20	10
	> 60	3	10	8
Khu vực	Nông thôn	11		
	Đô thị	9		
Tổng số		20	50	30

### Phụ lục 2: Bảng hỏi khảo sát về cảm nhận về giá trị văn hóa truyền thống và các phương án bảo tồn phát huy hiệu quả giá trị truyền thống của chợ Moran

Câu 1: Theo bạn, chợ Moran có phải là chợ truyền thống nổi tiếng nhất cả nước không?

- ① Phải                      ② Không phải

Câu 2: Khi được hỏi chợ Moran là chợ như thế nào bạn có nghĩ ngay đó là chợ truyền thống hay không?

- ① Có                         ② Không

Câu 3: Bạn có thường xuyên tham dự các lễ hội truyền thống được tổ chức ở chợ Moran không?

- ① Có                         ② Không

Câu 4: Bạn thường thấy hình ảnh chợ Moran được quảng bá qua các kênh thông tin nào dưới đây?

- ① Truyền hình

- ② Internet
- ③ Sách, báo, tạp chí
- ④ Đài phát thanh của địa phương
- ⑤ Khác:.....

Câu 5: Chợ Moran có ý nghĩa như thế nào trong suy nghĩ của ông/bà/anh/chị?

- ① Nơi tái hiện hình ảnh chợ phiên
- ② Không gian để du lịch, thư giãn
- ③ Nơi gặp gỡ và trao đổi thông tin với bạn bè
- ④ Nơi mua bán hàng giá rẻ
- ⑤ Khác:.....

Câu 6: Theo bạn, vẻ đẹp văn hóa truyền thống của chợ Moran được biểu hiện ở những điểm nào sau đây?

- ① Các sản phẩm được bày bán
- ② Lễ hội hàng năm
- ③ Kiến trúc các quầy hàng
- ④ Hình thức họp chợ phiên
- ⑤ Tên chợ
- ⑥ Khác:.....

Câu 7: Bạn hãy lựa chọn phương án cần thiết để bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống của chợ Moran.

- ① Cải tạo cảnh quan kiến trúc chợ (ví dụ: tường rào, họa tiết trang trí truyền thống)
- ② Trang trí nhiều biển hiệu, áp phích quảng bá vẻ đẹp văn hóa truyền thống của chợ (tranh ảnh về mua bán ớt, mua bán thảo dược, lễ hội v.v...)
- ③ Tổ chức thêm nhiều lễ hội truyền thống hàng năm
- ④ Thiết kế phòng trưng bày tranh ảnh và hiện vật liên quan đến lịch sử hình thành và phát triển của chợ
- ⑤ Đẩy mạnh quảng bá và thu hút tour du lịch chợ Moran
- ⑥ Khác:.....

### Phụ lục 3: Bảng xử lý kết quả khảo sát

Câu 1: Theo bạn, chợ Moran có phải là chợ truyền thống nổi tiếng nhất cả nước không?

- ① Phải (98%)
- ② Không phải (2%)

Câu 2: Khi được hỏi chợ Moran là chợ như thế nào bạn có nghĩ ngay đó là chợ truyền thống hay không?

- ① Có (100%)
- ② Không (0%)

