

# Sài Gòn Thời Đó, Ai Mà Không Biết Saigon Departo

Phạm Công Luận



Saigon Departo là dãy nhà phía bên trái, góc ngã tư Tự Do - Thái Lập Thành - Ảnh: T.L  
Khu bán đồ gốm sứ, sơn mài và quạt điện - Ảnh: T.L

Trên báo xuân Chính Luận năm 1969, bài phóng sự của H.Thủy Ba bộ mặt của Tết Sài Gòn có nêu: “Đi đến đường Tự Do mà không ghé Saigon Departo thật là một thiếu sót. Trong dịp tết đến, Saigon Departo được huy động toàn lực để... vét túi khách hàng giàu sang”. Tác giả viết tiếp: “Dân nghèo mà vô đây thì đúng là cảnh chim chích lạc vào rừng. Các món nữ trang, mỹ phẩm đến các đồ tiểu thủ công nghệ chẳng hạn như đèn trang hoàng, giá cũng phải ba bốn chục ngàn một món. Dân nghèo sức mảy mà sờ vào đó... Ít người tay xách nách mang vì có xe hơi bên cạnh, mua gì là họ gọi tài xế tống ngay lên đó chở về nhà...”.

Nhiều người, nhất là giới phụ nữ, cố gắng đến Saigon Departo để xem ít nhất một lần cho biết, nhân tiện ghé cửa hàng thực phẩm Pháp gần đó mua bơ Bretel hay cá mòi Sumaco, nước tương Maggi ăn với bánh mì cho bữa điểm tâm.



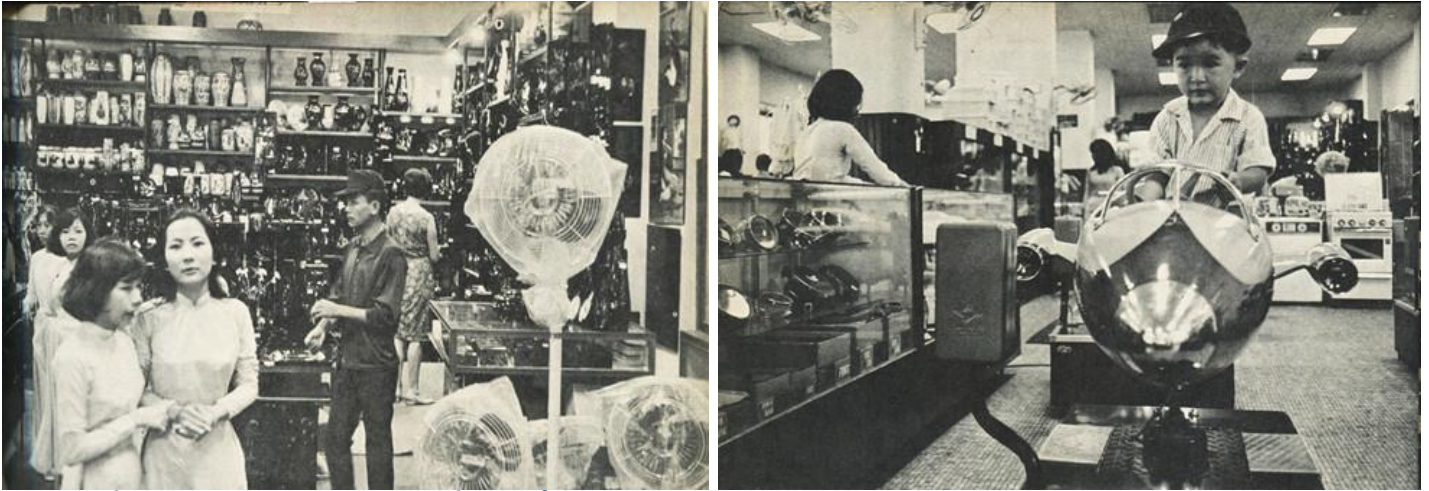
Khu bán đồ chơi và búp bê - Ảnh: T.L

Sự hiện diện của loại hình trung tâm bách hóa tổng hợp ở VN có bề dày không lâu và do người Pháp lập nên. Nổi tiếng nhất miền Bắc là Gô đơ (tiếng Pháp là Godard) sang trọng bậc nhất thời Pháp thuộc, nay là Tràng Tiền Plaza. Còn ở miền Nam, đó là thương xá Tax. Tòa nhà bách hóa tổng hợp này có lịch sử lâu đời, được bắt đầu từ những năm 80 của thế kỷ 19, lúc đầu mang tên Les Grands Magazins Charner (GMC).

Năm 1967, song song với việc thành lập siêu thị đầu tiên ở miền Nam và có lẽ là của cả nước, một trung tâm bách hóa tổng hợp đã được mở ra ở Sài Gòn, cạnh tranh thu hút khách với thương xá Tax. Điều cần lưu ý là trung tâm buôn bán này được vận hành khá bài bản, hiện đại không khác mấy hoạt động của các trung tâm bách hóa tổng hợp hiện nay. Đó là Trung tâm bách hóa Saigon Departo, thiết lập tại đường Tự Do, quận Nhứt (nay là đường Đồng Khởi), trực thuộc Sài Gòn đại bách hóa thương xá.

Departo là cái tên do người Nhật đặt ra, tương tự như Department store của Mỹ, Anh nhưng quy mô nhỏ hơn. Saigon Departo mượn cái tên này nói lên tính chất và quy mô của trung tâm. Như tất cả các trung tâm bách hóa, người dân đến đây có thể mua đủ loại vật dụng cho gia đình, đồ dùng hằng ngày, trong bếp, văn phòng, vải vóc quần áo, đồ dùng đi du lịch... mà không phải đi đâu xa.

Sau khi xuất hiện không lâu, cái tên Departo ở Sài Gòn đã mang ý nghĩa sành điệu. Không chỉ vì có bán nhiều đồ cao cấp, có cách bài trí hàng hóa tiện lợi và đẹp mắt, phong cách phục vụ mới mẻ như một làn gió mới thổi vào đời sống của người Sài Gòn thập niên 1960.



Khu bán đồ gia dụng và khu giải trí cho thiếu nhi - Ảnh: T.L

Việc đào tạo nhân viên ở đây tiến hành khá bài bản trong điều kiện đang có chiến tranh là điều ít ai ngờ tới. Trước ngày 16.7.1967 là ngày chính thức mở cửa, ban giám đốc trung tâm này dành thời gian hơn nửa năm đi nghiên cứu thị trường, nghiên cứu các sản phẩm có thể kinh doanh. Họ lập một đoàn sang Nhật Bản, Hồng Kông và vài quốc gia châu Âu để học hỏi kinh nghiệm. Sau đó, việc tuyển chọn nhân viên được tiến hành. Hơn 60 thiếu nữ bán hàng được tuyển dụng từ cuối năm 1966, có trình độ học thức khá, nói được tiếng Anh, Pháp và trình độ trung học. Họ được ông Trần Thiện Ân, người của Bộ Kinh tế chính quyền Sài Gòn, đào tạo trực tiếp. Ông Ân từng tốt nghiệp chuyên ngành Department store tại Mỹ, từng thực tập tại trung tâm bách hóa R.H.Macy tại New York 4 năm nên nhiều kinh nghiệm và bài bản. Ông huấn luyện nhân viên từ lý thuyết đến thực hành về cách giao dịch và cử chỉ niềm nở với khách, cách bán hàng, gói hàng, giới thiệu hàng.

Tuy chỉ có hai tầng, trệt và lầu chiếm 1.500 m<sup>2</sup>, trung tâm có đủ các khu vực bán hàng: khu vật dụng trong nhà, khu mỹ phẩm và đồ mỹ nghệ, thực phẩm công nghiệp như đồ hộp. Lầu hai bán vải vóc, quần áo trẻ em may sẵn, máy thu thanh, máy vô tuyến truyền hình, đồ điện. Tầng này có khu giải trí cho trẻ em và khu vực giải khát có máy phát phim ca nhạc sử dụng đồng jeton bỏ vào lỗ để chọn phim. Hàng hóa ở đây 70% là hàng nước ngoài và 30% hàng trong nước. Với cơ cấu hàng hóa đó, khách mua hàng là giới khá giả ở Sài Gòn và người nước ngoài. Các dịp lễ tết, cửa hàng rất đông khách

Cùng với siêu thị Nguyễn Du và thương xá Tax, Saigon Departo tạo nên bộ mặt thương nghiệp hiện đại của Sài Gòn cách nay gần nửa thế kỷ, sớm thúc đẩy nền thương nghiệp mang tính cạnh tranh của người Sài Gòn và giúp dân chúng quen với mô hình buôn bán hiện đại, tiện dụng của thế giới trong điều kiện chiến tranh không dễ gì ra nước ngoài đi du lịch tìm hiểu cuộc sống quốc tế.

*Phạm Công Luận*