

VẤN ĐỀ NGƯỜI BÁN HÀNG RONG TRÊN CÁC ĐƯỜNG PHỐ HÀ NỘI

PGS. TS Trần Thị Minh Đức, ThS Bùi Thị Hồng Thái*

Trên thế giới, bán rong trên các đường phố là hình thức kinh doanh đã xuất hiện từ lâu. Trong ký ức của tác giả Nguyễn Quang Thiều, những người bán rong ở những nơi ông đến có thể là một người Trung Hoa xách một chiếc khay gỗ lớn nhiều tầng đựng trứng đi dọc hè phố và rao bán ở Melbourne; hay những người đẩy xe bốn bánh bán bánh mì hotdog, hoặc trái cây ở Washington; hoặc những người đẩy xe ba gác bán ngô luộc ở Islamabad¹. Chúng tôi cũng đã gặp những người Việt Nam đẩy xe bán hotdog trước cửa các siêu thị tại Paris hay Toulouse; những người Nga đẩy xe kem, hay bán các túi hoa nhỏ ở Matxcova; hoặc những người Bungaria bán những miếng bí đỏ tẩm sữa nướng hay những hạt dẻ nướng còn nóng hổi tại Thủ đô Sophia... Bán hàng rong đã trở nên thân thuộc đến mức nó không đơn thuần được nhìn nhận từ góc độ kinh tế, mà còn được xem như một nét văn hoá đặc sắc phản ánh cuộc sống thường nhật của các dân tộc trên thế giới.

Ở châu Á, hiện tượng bán rong được chính phủ các nước đưa vào quy hoạch từ những năm cuối thế kỷ XX. Ở Singapore, chính quyền đánh giá cao sự đóng góp của hàng rong vào nền kinh tế của đất nước. Tuy nhiên, để bảo vệ người bán rong và giữ gìn trật tự đô thị, ngay từ năm 1971, Chính phủ đã có kế hoạch đối phó với tình trạng người bán hàng rong chiếm lĩnh khắp các đường phố. Vào năm này, Singapore bắt đầu thực hiện chương trình xây dựng các khu trung tâm buôn bán thực phẩm, chợ... để đưa người bán hàng rong vào buôn bán ở những nơi cố định. Sau gần 30 năm, đến năm 1996, tất cả người bán hàng rong của Singapore đều đã có nơi buôn bán, được cấp giấy phép, được dự các khoá học về vệ sinh cá nhân, vệ sinh thực phẩm và dinh dưỡng. Còn tại Bangkok (Thái Lan), có khoảng 40.000 người bán rong, họ phần đông là dân nhập cư sống trong các khu lao động nghèo. Việc những người bán rong ở Bangkok tùy tiện xả rác, làm cản trở giao thông và làm mất vẻ mỹ quan của thành phố góp phần gây nên tình trạng bất ổn trong đời sống đô thị. Vì vậy, chính quyền Bangkok đã tuyên bố sẽ dẹp hàng rong trong 10 năm tới, giảm dần từng năm cho đến khi Bangkok không còn hàng rong. Riêng tại Kuala Lumpur (Malaysia), tình trạng lộn xộn của người bán rong đã khiến Chính phủ ngừng cấp phép cho người bán hàng rong. Ngay từ năm 1990, thành phố Kuala Lumpur đã hình

* Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.

thành kế hoạch quốc gia về người bán hàng rong. Theo kế hoạch này, người bán hàng rong sẽ được vào các trung tâm và chợ để họ buôn bán ổn định và được cấp giấy phép².

Ở Việt Nam, trong mười năm đầu của thế kỷ XXI, cùng với tiến trình công nghiệp hoá đất nước, hiện tượng người dân từ nông thôn kéo lên đô thị tìm việc làm không hề giảm. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê (2008), tỷ lệ thiếu việc làm trong cả nước là 5,1%, trong đó ở nông thôn chiếm 6,1%, còn ở thành thị là 2,34%³. Di cư lao động từ nông thôn ra thành phố là một thực tế khó thể tránh khỏi, khi công việc thuần nông không đảm bảo cuộc sống cho gia đình nông dân, do tình trạng thiếu ruộng đất, thiếu việc làm. Trong khi đó, ở các đô thị lớn, sự phát triển đa dạng ngành nghề và nhu cầu về dịch vụ xã hội đã không ngừng thu hút lao động ngoài tỉnh, đặc biệt là “nghề bán rong”.

Theo báo *Lao động*: Cả thành phố có trên 127 chợ chính thức song lại thiếu chợ đồ cũ và chợ nông sản thực phẩm, đặc biệt là ở khu vực nội thành. Trong khi đó, tại tầng 2-3 của một số chợ lớn như Đồng Xuân, Chợ Hôm, Cầu Giấy... lại không có người vào kinh doanh, bỏ trống diện tích, dù số hộ buôn bán nhỏ, đặc biệt là những người bán rong trên đường phố vẫn có chiều hướng gia tăng⁴. Thống kê của Sở Thương mại cho thấy đến nay thành phố Hà Nội vẫn có hơn 260 tụ điểm chợ cóc, chợ tạm, chưa kể những người chiếm dụng vỉa hè, lòng đường. UBND thành phố đã có kế hoạch chi tiết xoá bỏ, di chuyển các tụ điểm này và sẽ “làm mạnh” ở khu vực trung tâm thành phố, cụ thể là sẽ xây và sang sửa mới 39 địa điểm họp chợ trong 7 quận của thành phố Hà Nội. Trong đó, quận Hai Bà Trưng là nơi có nhiều chợ họp trái phép nhất (43 tụ điểm), tiếp đến là quận Đống Đa. Những phố có nhiều hàng rong tập trung dọc vỉa hè là Xuân Thủy, La Thành, Tây Sơn... Trong dòng người di chuyển kinh doanh trên phố, những người bán rong từ nông thôn đã góp phần tạo nên một thị trường lao động không chính thức đầy sôi động tại Hà Nội. Bán rong một mặt giúp cho việc mua bán hàng hoá của người thành thị trở nên dễ dàng, thuận tiện hơn, mặt khác, những gánh hàng rong ấy là nguồn mưu sinh của bao người dân quê giúp họ trang trải cuộc sống. Tuy nhiên, việc một bộ phận những người nông dân di cư ra thành phố bán hàng rong đặt ra nhiều vấn đề cần suy ngẫm. Mục đích của bài báo này là làm sáng tỏ chân dung tâm lý - xã hội của những người bán hàng rong, vấn đề cấm bán hàng rong nhìn từ khía cạnh văn hoá, luật pháp.

Hiện nay ở Hà Nội có khoảng hàng chục nghìn người bán rong⁵. Nghiên cứu của chúng tôi (Trung tâm Nghiên cứu Phụ nữ - ĐHQGHN) trên 300 khách thể là người bán hàng rong tại Hà Nội cho thấy: Độ tuổi trung bình của người bán hàng rong tại Hà Nội là 36,5 tuổi trong đó ở độ tuổi từ 18-39 là nhiều nhất, người bán hàng là nữ chiếm tỷ lệ nhiều hơn nam giới (65,4% so với 34,6%). Nhìn chung, những người bán hàng rong tại Hà Nội có trình độ học vấn thấp, chủ yếu là từ cấp II trở xuống (chiếm 86,7%). Các mặt hàng chủ yếu tập trung vào rau, quả, bánh trái và hoa. Điều này khác với thực tế tại Singapore. Ở đó không chỉ có những người học vấn thấp mà hàng ngàn người trẻ, đã tốt nghiệp đại học, vì không tìm được việc làm ở các công ty, công sở đã gia nhập đội ngũ bán hàng rong. Chính sự trẻ trung và có kiến thức của họ đã làm cho quầy hàng của họ trở nên hấp dẫn hơn, thu hút khách hàng hơn⁶.

Các sản phẩm trên những gánh hàng rong rất đa dạng về hàng ăn uống. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 50% người bán rong đi bán đồ ăn và hoa quả. Sở dĩ hai mặt hàng này được lựa chọn bán nhiều hơn các mặt hàng khác vì theo họ, các mặt hàng này sử dụng ít vốn, phục vụ dễ dàng cho nhu cầu thiết yếu của người dân và họ có thể mang sản phẩm

từ quê lên bán. Trong khi đó, mặt hàng sách báo/vé số ít được người bán rong lựa chọn vì mỗi sản phẩm chỉ mang lại cho người bán 500 - 1000 đồng tiền lãi. Mặt hàng sành sứ cũng ít được lựa chọn vì số vốn ban đầu khá lớn, có khi đến 3 - 4 triệu đồng, nhưng khả năng thu hồi vốn chậm và rủi ro nhiều như va đập gây nứt mẻ, làm rơi hoặc bị đụng xe vỡ... Tương ứng với các loại sản phẩm mà người bán hàng lựa chọn để bán thì số vốn ban đầu của phần lớn người bán hàng rong là không cao, 70% số người cần vốn dưới 1.000.000 đồng.

Quê quán của những người làm nghề bán hàng rong ở Hà Nội rất đa dạng. Họ đến từ khắp các vùng miền trong cả nước như Hà Tây (cũ), Hà Nam, Bắc Giang, Hưng Yên, Nam Định, Thanh Hoá, Nghệ An, Hà Tĩnh... Trong đó, số người đến từ tỉnh Nam Định (chiếm 22%) và Hà Tây cũ (18,7%) là nhiều nhất. Đây là hai tỉnh tiếp giáp và gần với Hà Nội nên rất thuận lợi cho công việc bán rong ở Hà Nội. Họ có thể về nhà bất cứ lúc nào họ muốn. Còn những tỉnh như Thanh Hoá, Thái Bình thì số người đi bán hàng rong ở Hà Nội ít hơn. Lý do là các tỉnh này có các khu công nghiệp phát triển thu hút lượng lao động tự do của địa phương vào làm việc. Thứ hai là khoảng cách từ các tỉnh này đến Hà Nội tương đối xa dẫn tới tâm lý ngại di chuyển trong một bộ phận người lao động tự do.

Địa điểm bán hàng của những người làm nghề bán rong rất đa dạng. 36% số người bán hàng được hỏi cho hay địa điểm bán hàng của họ thường không cố định mà chủ yếu là đi lại trên các tuyến phố. 57,3% người lại khẳng định họ thường bán hàng gần chợ, gần trường học/ký túc xá, tại khu dân cư, khu vui chơi. Chỉ một số ít người (6,7%) là bán hàng trong chợ tuy nhiên họ cũng chỉ bán một buổi ở chợ, buổi còn lại vẫn là đi rong trên phố.

Xét về "thâm niên" bán hàng rong ở Hà Nội, chúng tôi nhận thấy nếu như năm 2006, có 2,6% số người bán hàng rong đã đi bán hàng được trên 20 năm, thì tỷ lệ này là 0% vào năm 2008. Hiện nay, tỷ lệ người có thâm niên từ 1-3 năm và từ 4-6 năm là cao nhất (chiếm 68,6%). Điều này được nhiều người bán hàng lý giải rằng hàng rong chỉ là công việc mang tính chất thời vụ. Vì vậy, khi tìm được công việc tốt hơn, họ sẽ từ bỏ hàng rong.

Tìm hiểu về thời gian cho công việc bán rong trong một ngày, kết quả cho thấy 62% số người bán rong dậy từ rất sớm, 3-5h sáng. Công việc bắt đầu của họ là đi lấy hàng tại các chợ đầu mối và chuẩn bị cho một ngày bán hàng mới. Trong số khách thể nghiên cứu, chỉ có 2% người bán rong dậy sau 9h sáng, họ thường là những người đi bán hàng ban đêm, ngủ ban ngày. Như vậy, thời gian bắt đầu một ngày mới với họ phụ thuộc vào các mặt hàng mà họ bán. Nếu đó là các hàng ăn như xôi, bánh mì thì họ thường bán vào sáng sớm và buổi đêm; còn nếu đó là rau quả thì họ bán hai buổi sáng chiều. Điều này lý giải vì sao có những người bán rong đi ngủ từ rất sớm, tầm 19-20h và thức dậy từ sáng tinh mơ, nhưng cũng có những người bán rong đi ngủ lúc 21-23h.

Trong các mẫu nghiên cứu ngẫu nhiên của chúng tôi, động cơ chính thúc đẩy người nông thôn ra Hà Nội bán hàng thường là do nghèo khó, không có việc làm. Như một chị bán rau cho biết: "*Ruộng ít, kinh tế khó khăn, bốn người mới được 4 sào ruộng, mà một sào chỉ được 1,5 tạ thóc / 1 vụ, mà phải chi cho thuế, phân đạm, dân công xã hội (nam giới đến 45 tuổi phải nộp 25kg/1 vụ, nữ giới 25 tuổi nộp 5kg/1 vụ - chi giải thích) và mỗi sào mất thêm 45 kg nộp sản lượng. Còn lại 50, 60kg cho một người ăn trong 6 tháng không đủ...*" (phiếu 89) hay: "*Mức thu nhập trung bình của một người ở quê ra Hà Nội bán hàng rong trong 3 tháng có thể so sánh với mức thu nhập cả năm của một hộ gia đình nông dân gồm 5 người cấy 4 sào ruộng!*" (phiếu 22). Điều này lý giải vì sao những người nông thôn chấp nhận xa gia đình, kiếm sống bằng những gánh hàng rong rườm rà khắp các đường phố Hà Nội đầy vất vả, nhọc nhằn. Bên cạnh đó,

có những người xuất phát từ việc phải nuôi con ăn học trên thành phố nên chấp nhận đi bán hàng rong: *"Cũng vì có con học ở trên này thì cô mới đi bán hàng thôi chứ nếu không thì cô cũng chẳng đi, vì ngần này tuổi rồi rong ruổi trên đường, ngày nắng thì không sao chứ mưa gió thì ngại lắm chẳng muốn đi bán nhưng không đi bán thì cũng chẳng có tiền"* (phiếu 57). Cũng có nhiều người ra Hà Nội bán hàng rong theo thời vụ, bán vào những lúc nông nhàn: *"Sau ngày mùa cấy hái, tát nước, làm cỏ... tranh thủ đi kiếm thêm đồng rau dưa, vì ở quê ngày ba tháng tám chẳng có việc gì làm"* (phiếu 49). Như vậy, động cơ ra thành phố bán rong của những người này lại liên quan đến nhu cầu lao động. Với họ: *"Ngồi không không chịu nổi"*.

Nếu như một số nghiên cứu trước đây cho thấy người bán hàng rong phần lớn đi bán hàng là đi theo bạn bè/người làng, đi theo kiểu phong trào, a dua⁷, thì nghiên cứu của chúng tôi cho thấy lý do này hiện nay không còn phổ biến (chiếm 5,9%). Tuy nhiên hiện tượng này vẫn còn tồn tại. Có những người ra Hà Nội bán rong theo phong trào của làng xã - thấy người này đi, người kia đi, thì mình cũng muốn đi - *"đi cho vui", "đi vì có bạn có bè"...* Có người đi mãi rồi cũng quen, cũng chấp nhận cuộc sống bấp bênh ở đô thị. *"Đi thế này nhiều khi là theo tập quán, cả làng đi mình không đi người ta bảo là không biết buôn bán. Có nhà có "bát ăn bát để" nhưng chồng vẫn bảo đi: "Phú quý ở quê không bằng ngôi lê kê chợ". Người ta đi được thì mình cũng đi được"* (phiếu 136). Cái tâm lý *"sao cho bằng người ta"* ở làng quê cũng khiến cho không ít chị em đua theo người cùng làng, dời bỏ chồng con để ra Hà Nội buôn bán kiếm sống trên các đường phố.

Xem xét mức độ hài lòng với công việc của người bán hàng rong, kết quả điều tra cho thấy: Hầu hết tâm trạng vui buồn của người bán rong bị chi phối xung quanh chuyện bán được nhiều hàng hay ít hàng. Thu nhập thấp là lý do cơ bản khiến cho hầu hết họ không hài lòng, không vui với công việc của mình. Tuy nhiên đối với nhiều người, một khi nhu cầu tồn tại cho bản thân và gia đình là một động lực cho sự ra đi, thì việc xem xét mình cảm thấy như thế nào đối với việc bán rong là một điều không đáng đặt ra. Bởi khi họ so mình với nhiều người khác còn ở quê, những người bán hàng rong luôn thấy mình may mắn, có tương lai hơn người ở lại rồi. *"Hài lòng thì không phải, vì đi như vậy là bắt buộc, không có việc làm thì phải đi. Không hài lòng cũng không phải, đi nhiều mệt nhưng có thêm ít tiền cho gia đình chi tiêu"* (phiếu 85). Tuy nhiên, phần đông trong số họ lại tỏ ra chấp nhận công việc này vì: *"Tôi đi bán rong thế này cũng đỡ được một phần cho gia đình, có tiền cho con đi học"* (phiếu 16). Ngoài việc có thêm thu nhập, khi so sánh với các nghề lao động phổ thông khác, người bán hàng cũng nhận thấy công việc của mình có lợi thế hơn, không bị gò bó: *"Đi bán hàng thế này vất vả nhưng còn hơn là đi bế em, đi giúp việc. Mình được tự do, muốn làm gì thì làm, thích về thì về, thích đi thì đi thoải mái, chẳng ai nói gì mình. Chứ đi bế em khổ lắm, nhiều khi người ta mắng cho cũng phải chịu chứ biết làm thế nào. Nhà chủ nào mà tốt thì không sao chứ như nhà chủ mà khó tính thì cũng phải bỏ mà về thôi"* (phiếu 224).

Những người bán hàng rong do phải sống xa làng quê nên họ thường trợ cùng với người họ hàng, người cùng làng để tiện giúp đỡ nhau. Tại các nhà trọ thuộc các vùng ven Hà Nội, nhà ít nhất cũng có 7,8 người thuê. Trung bình người bán rong tập trung khoảng 20-30 người một nhà. Trong cuộc sống hàng ngày, họ thường trợ giúp nhau: cho nhau vay tiền, bán hàng giúp nhau, trông coi, bảo vệ nhau và nương tựa vào nhau để cùng tồn tại, để cùng được giúp đỡ gia đình ở quê. *"Người đi trước cho người đi sau vay vốn, dìu dắt dẫn đường cho nhau. Lúc ốm đau giặt giũ, mua thuốc thang hộ, động viên an ủi nhau... Nếu không có tiền trợ thì chị em góp nhau trả hộ"* (phiếu 179).

Mức thu nhập phổ biến của họ là ở khoảng 1-1,5 triệu/tháng (chiếm 40,7%), mức từ 1,5-2 triệu chiếm 28,6%. Chỉ có 4% số người kiếm được từ 500-700 nghìn/tháng và 6% số người kiếm được từ 2-3 triệu/tháng. Có thể thấy phần lớn người bán hàng rong có thu nhập ở mức trung bình. Nếu mức thu đó là ở nông thôn thì có thể xem là khá và cao nhưng so với cuộc sống ở thành thị, khi người bán hàng phải tự chi trả các khoản ăn uống, nhà trọ, đi lại... thì số tiền họ kiếm được hàng tháng không phải là nhiều. Với mục đích ra thành phố bán hàng để kiếm tiền giúp đỡ gia đình thì hầu hết các khoản chi tiêu cho sinh hoạt ở thành phố của họ chỉ ở mức tối thiểu nhất có thể và chỉ được chi cho các nhu cầu thiết yếu nhất.

Theo nghiên cứu của chúng tôi, phần lớn những người bán hàng rong tiêu tốn khoảng 20.000 đồng/ngày cho việc ăn uống. Với giá cả như hiện nay, việc bỏ ra trên hoặc dưới 20.000 đồng cũng chỉ giúp cho người bán hàng có những bữa ăn đạm bạc trong một ngày. Một khoản bắt buộc nữa với những người bán hàng rong là tiền thuê nhà trọ. Cách trả tiền nhà trọ của họ khá đa dạng, họ có thể trả theo từng ngày, từng tuần hoặc từng tháng, tùy thuộc vào việc họ sẽ ở bao lâu và gia chủ muốn thu như thế nào. Để giảm chi phí nhà trọ, hầu hết họ ở cùng những người khác. Có 1,3% người bán rong chi dưới 2.000 đồng/ngày cho việc ở trọ: *"Chúng tôi chỉ cần một chỗ để ngủ khi đi làm về nên cũng không chi nhiều cho việc ở, dành tiền còn chi các việc khác. Vì vậy mà kiếm chỗ ở trọ xa một chút và đồng người cho đỡ tốn kém, khoảng 1.500-2.000 đồng/ngày thôi"* (phiếu 62). Có 4,7% số người bỏ ra hơn 15.000 đồng/ngày cho việc thuê nhà ở. Đây là những người thuê trọ theo hộ gia đình. Trung bình, mỗi tháng họ phải trả từ 500.000-600.000 đồng tiền thuê nhà. Đây là số tiền không phải nhỏ so với mức thu nhập của họ.

Phân tích tâm lý của người bán rong, chúng tôi chủ yếu xem xét tính cách của họ, những kỹ năng nhận biết khách hàng và khả năng ứng phó của họ trong một số hoàn cảnh liên quan đến công việc buôn bán. Qua thu thập ý kiến của cả người bán hàng và khách mua hàng, chúng tôi nhận thấy người bán hàng nhận định tính cách điển hình của mình là chăm chỉ, chịu khó (28,8%); tiếp đến là tính khéo léo (18,5%); thật thà, chất phác (13,7%) và thêm cả sự khôn ngoan (13,5%). Một số khách hàng cho rằng: Những người bán hàng rong là những người ở tình lẻ lên do đó họ cũng thật thà, chất phác, chịu thương, chịu khó và có khi là cam chịu.

Tuy nhiên, chỉ với tính cách cần cù, chịu khó có lẽ chưa đủ để giúp cho họ có thể bán được nhiều hàng. Phần lớn những người bán hàng rong cho rằng việc nhận biết được khách hàng giúp cho họ bán được hàng với giá cao hơn, bán được nhiều hàng hơn và không bị lừa gạt, giật hàng. Có 77% người cho rằng mình có khả năng nhận biết được tâm lý khách hàng qua khuôn mặt, qua lời nói, qua cách trả giá, đặc biệt qua thái độ xem và mua hàng của khách.

Mục đích bán hàng của họ là cố bán được nhiều hàng với giá có lãi nhất, nên với mỗi loại khách, họ thường có các cách cư xử khác nhau. Một số người bán hàng cho rằng phải luôn nghĩ ra các cách để bán được hàng. Với họ, một thái độ nhịn nhục, vui vẻ, hoà nhã với khách hàng sẽ dễ bán được nhiều hàng hơn: *"Khách hàng tốt phải chào hỏi, cảm ơn. Gặp người vui tính mình đùa lại. Những người lăm điều phải nhường nhịn coi như điếc, nói lại nó đánh cho"* (phiếu 51); hay: *"Với người đanh đá, nó đáng tuổi con mình mà gọi xác xược con này, con kia sang bán cho tao cái này, cái khác... tức lăm nhưng vẫn phải nói "cô bảo cháu lấy cái gì cho cô ạ"* (phiếu 175);

hoặc: “Với người vừa mua vừa cười, mình gánh đi nhưng vẫn phải cười, đi qua rồi mới dám lăm lăm bầm. Với người nghĩ là họ không có ý định mua thì mình nói giá cao lên...” (phiếu 66).

Thái độ nhụt nhục của người bán hàng rong còn bắt nguồn từ việc họ nhận thức rằng mình thấp kém hơn người thành phố, nên phải chấp nhận, phải nín nhịn. Như một người bán trứng chia sẻ: “Họ là người Hà Nội, họ có quyền. Còn mình là người dân quê, đi làm thuê nơi đất khách quê người đâm ra không dám cười lại. Người ta nói sao thì mình biết vậy, do thân phận mà. Dù có đúng mình cũng nên nín nhịn. To tiếng nó đánh cho, ai bênh” (phiếu 293). Điều này cho thấy sự nghèo khó về kinh tế, sự thấp kém về học vấn và sự khác biệt về văn hoá, lối sống đã khiến cho những người dân quê ra Hà Nội bán hàng rong dễ dàng nín nhịn khách hàng - dân thành phố.

Đối với một số người bán hàng rong, việc phải cư xử khéo léo, đon đả với khách hàng, thậm chí cần chút khôn ngoan chính là kim chỉ nam cho việc bán đất hàng: “Đi bán hàng tất nhiên phải khéo mới bán được hàng rồi, phải chào mời đon đả, phải đảm bảo với người mua về chất lượng hàng của mình, phải nói nếu có hư hỏng gì thì em biểu không, không lấy tiền hay em sẽ đền cho bác hàng khác. Và phải khôn ngoan nữa, ví dụ khách hàng nữ trẻ tuổi thì chị thường nói ngày nào cũng ăn hoa quả cho đẹp da, uống nước cam tốt cho phụ nữ lắm đấy” (phiếu 48).

Cũng có không ít người bán rong cho rằng không cần thiết phải nghĩ ra các cách để bán hàng vì đây là vấn đề lộc, duyên, rủi may, tốt vía...: “Đi bán hàng được hay không là do cái lộc. Lộc ai người ấy bán. Người nào có lộc thì bán được nhiều, không có lộc thì dù muốn hay không cũng bán được ít, đi rong nhiều cũng chỉ vậy. Nhiều hôm tôi không bán được, buổi trưa không nghĩ đi rong nhưng cũng chẳng bán được. Lúc bán được, lúc không bán được chẳng biết làm gì. Buổi sáng gặp người mở hàng để vía, chiều bán thích lắm, gặp người khó tính mở hàng cả ngày có khi chẳng bán được gì” (phiếu 178).

Nếu được lựa chọn khách hàng thì phần lớn người bán rong thích bán cho người trẻ tuổi, sinh viên (46,8%). Theo họ, sinh viên là đối tượng thích ăn quà vặt, hơn nữa các sản phẩm mà người bán rong bán cũng phù hợp với túi tiền ít ỏi của sinh viên. “Sinh viên hiền lành, không khó tính, không ngổ ngáo, không kỳ kèo mặc cả và lại hay ăn hàng quà (bò bía) của tôi. Bán hàng cho họ tôi cảm thấy yên tâm không lo bị ăn quýt, nói chuyện với họ cũng thấy rất vui, biết thêm được nhiều thứ hay về cuộc sống sinh viên” (phiếu 204). Với những người thích bán cho thanh niên, lý do họ đưa ra là vì thanh niên thì “thoáng”, “Họ mua hàng xuê xoa nhanh chóng”, “Thanh niên đi với người yêu hay sỹ diện nói bao nhiêu mua bấy nhiêu”. Cũng có những người thích bán hàng cho ông già vì theo họ, ông già thường “đứng đắn”, “thương người”, “dễ tính”, “bán cho họ mình không sợ bị bùng”...

Ngoài ra, cũng có những người cho rằng đối tượng nào họ cũng thích bán, vấn đề là biết cách ứng xử với từng loại khách cho khéo. Mỗi đối tượng có những đặc điểm riêng, người già thì mua hàng và lựa chọn cẩn thận hơn, học sinh thì hay mặc cả hơn, đàn ông trung niên thì có vẻ dễ dàng hơn... Những nhận xét trên về từng loại khách hàng cho thấy người bán rong tỏ ra biết phân biệt khách và từ đó điều chỉnh ứng xử của mình sao cho phù hợp, làm vừa lòng khách mà mình thì vẫn bán được hàng. Ngoài những lý do cho việc lựa chọn khách hàng nêu trên, chúng tôi cũng nhận thấy rằng sự “lựa chọn” của người bán hàng về khách hàng còn tùy thuộc vào mặt hàng mà họ bán. Như người bán tào phớ thích bán cho trẻ em, người bán vải thích bán cho nữ thanh niên hay trung niên, vì theo họ “những người này hay thích thay đổi quần áo”...

Nhìn từ khía cạnh giới, do hoàn cảnh bắt buộc, nhiều người phụ nữ nông thôn trong vai trò mới - vai trò làm kinh tế, đã tỏ ra thích ứng nhanh đối với môi trường bán rong trên các vỉa hè. Bằng sự khăng định khả năng làm kinh tế của mình, địa vị của chị em trong gia đình đã thay đổi. Họ không còn đơn thuần là người nội trợ mà còn là lực lượng lao động có tiếng nói quyết định trong gia đình. Như một chị bán rong chia sẻ: *"Tôi thảo luận cùng chồng mua sắm cái này, cái kia, từ việc tổ chức sản xuất, bố trí công việc đến mua sắm vật tư nông cụ và cả việc con cái sẽ đi học. Bây giờ là quyết định chung của cả 2 người về mọi công việc"* (phiếu 15). Cùng với sự nâng cao nhận thức cuộc sống, nhóm người nông thôn bán rong đã ngày càng tự tin trong đánh giá bản thân. Nhiều chị em cho rằng: *Việc bán hàng rong ở Hà Nội đã giúp cho các chị "sáng dạ hơn", "học được nhiều cái khôn ra, bớt được cái tò của người nhà quê"* (phiếu 30).



Nguồn: baobinhduong.org.vn

Hàng rong vốn được xem là nét đặc trưng của Hà Nội, gắn với con người, cuộc sống Hà Nội như một phần thân thuộc không thể thiếu. Tác giả Nguyễn Quang Thiều đã viết về những gánh hàng rong đó như sau: *"Một gánh cốm làng Vòng, những nải chuối "trứng cóc" thơm mộng, một gánh bún lá với đậu phụ, một thúng bánh khúc đội đầu, những chiếc mẹt đựng cơm nắm và muối vừng, những thúng khoai luộc, bánh tẻ, bánh nếp, những chiếc xe đạp chở phía sau những hoa chuối đỏ, những bông sen thoang thoang hương thơm"*⁸. Tuy nhiên, xét từ khía cạnh luật pháp, đúng như tên gọi của công việc - bán hàng rong, những người làm nghề này luôn phải di chuyển, đi lại liên tục trên các đường phố, nhưng họ lại không hiểu biết về luật giao thông sẽ gây nên cản trở giao thông. Như một người bán rong nói: *"Đèn đỏ ư? Em có để ý gì đâu, em tưởng nó chỉ cấm người đi xe"* (phiếu 27). Một số người bán rong nhận thức rất rõ những hậu quả mà mình có thể gây ra trên đường phố: *"Đường phố chật chội, mình đi lung tung lại không biết luật, ảnh hưởng đến va chạm xe cộ. Nếu bị đâm xe cũng chẳng dám kêu hay bắt đền vì biết là mình sai"* (phiếu 88). Nhưng vì mưu sinh, họ vẫn phải duy trì công việc trên các đường phố. Đôi khi, người bán hàng lại lấn chiếm vỉa hè, tràn cả xuống lòng đường làm ùn tắc giao thông, nhất là vào giờ tan tầm, cuối buổi chiều. Điều này đôi khi còn là nguyên nhân gây nên những vụ tai nạn cho người qua lại. Công việc bán rong còn gây ra mất vệ sinh công cộng do vất rác bừa bãi. Theo ý kiến của một người bán chè tại chợ Kim Giang: *"Hàng rong gây mất vệ sinh môi trường, rác nhiều vô kể, họ vất rác ra đường, không ai quản lý, không ai phạt"* (phiếu 152). Còn tác giả Nguyễn Quang Thiều viết: *"Có không ít hàng rong đang làm mất đi cái thi vị của chính nó, khi người bán hàng bày bán cua, cá, ốc, hến hay thịt lợn, thịt bò, thịt chó... trên những hè phố và làm mất mỹ quan đô thị"*⁹. Ngay chính người bán hàng rong cũng cho rằng đi bán hàng mà ăn mặc quần áo không đẹp cũng làm ảnh hưởng đến diện mạo Hà Nội, làm *"xấu mặt Thủ đô"*: *"Chúng tôi đi bán hàng mà ăn mặc nhếch nhác, người ta nhìn vào trông không đẹp mắt"* (phiếu 79).

Tuy nhiên, vẫn còn không ít người bán rong cho rằng việc bán hàng của mình không làm cản trở giao thông, không làm bừa bộn phố xá, vì: *"Chúng tôi ngồi gọn trong vỉa hè"; "Chúng tôi chỉ đi trên phố", hay: "Bán phố ư? Không, chẳng có gì ảnh hưởng, chẳng có gì làm*

bán phố phường”; “Họ bảo lần chiếm vỉa hè nhưng cháu chỉ ngồi một chút vì đi mỗi chân”; “Vì có người gọi mua hàng”, “Ngồi sát vào bậc cửa mà họ vẫn phạt cháu 30.000đ”.

Do sự lưu chuyển ngẫu hứng thường xuyên của người bán rong, chính quyền địa phương, công an khu vực (nơi họ ở trọ) gần như không thể kiểm soát được họ. Trong mẫu nghiên cứu của chúng tôi, có 31,3% những người bán rong không đăng ký tạm trú. Điều này cho thấy tính chất bất hợp pháp trong việc tạm trú của người bán rong tại Hà Nội. Giải thích cho điều này, họ nói: *“Tôi không thấy ai nói gì và công an cũng không kiểm tra”* (phiếu 98); *“Vì tôi buôn bán không cố định, một thời gian lại chuyển đi nên không đăng ký, mất thời gian”* (phiếu 46); hoặc: *“Tôi thường xuyên đi làm, thời gian ở nhà ít nên không cần đăng ký”* (phiếu 221)... Dù với lý do nào thì việc các cơ quan chức năng chưa quản lý được một cách chặt chẽ số người tạm trú ở Hà Nội sẽ gây ra nhiều phiền toái về an ninh trật tự.

Nhìn nhận việc bán hàng rong ở khía cạnh pháp lý, chúng ta không thể không bàn đến cách ứng phó của người bán hàng đối với lệnh cấm bán rong. Khi UBND thành phố Hà Nội ký quyết định số 02/2008 ban hành Quy định về việc cấm bán rong trên một số tuyến phố, nhiều người vẫn tiếp tục bán vì: *“Chúng tôi biết theo quy định thì hàng rong không được phép, nhưng nếu không đi bán rong thì sẽ không có đủ tiền đóng học phí, nuôi các con và duy trì cuộc sống cho gia đình”* (phiếu 19). Một số người khác lại cảm thấy bất bình với lệnh cấm vì từ lâu nay, bán rong đã là nghề kiếm sống của họ, hơn nữa theo họ, công việc bán rong cũng ít nhiều mang lại sự tiện lợi cho người dân Thủ đô và phù hợp với túi tiền của người có mức thu nhập trung bình trong xã hội: *“Tôi cảm thấy bất bình vì mặt hàng của tôi không gây ô nhiễm môi trường, lại phục vụ tận nơi cho những người cần mua và đây cũng là công ăn việc làm của chúng tôi. Nếu không cho bán nữa, chúng tôi biết lấy gì mà sống?”* (phiếu 118).

Lệnh cấm bán hàng rong được ban ra, đồng nghĩa với việc người bán hàng phải tìm những địa điểm bán mới, và không được bán ở những tuyến phố chính. Tuy nhiên, không phải người bán rong nào cũng thực hiện theo luật định. Chúng ta vẫn dễ dàng thấy sự xuất hiện của những gánh hàng rong như một chị bán rong nói: *“Người ta đuổi là việc của người ta, nhưng vì hoàn cảnh khó khăn mình vẫn phải lên vỉa hè để bán hàng thôi”* (phiếu 74).

Hiện tượng khi công an đến, người bán rong chạy hốt hải tìm chỗ trốn, công an đi khỏi lại ủa ra đường bán hàng phản ánh một thực tế là chúng ta đang bắt lạt với việc giải tỏa bán hàng trên các lòng đường, hè phố. Một chị bán hoa, sau 3 lần đổi chỗ vì bị công an đuổi than phiền: *“Tỷ nữa chờ công an đến lại đi chỗ khác chứ đứng đây vừa chẳng có khách vừa nguy hiểm, khổ quá, buôn bán mà cứ phải nhìn ngang liếc dọc như đi ăn trộm”*¹⁰. Công tác quản lý thị trường đang gặp không ít trở ngại, phiền toái trong việc sắp xếp ổn định an ninh trật tự trên đường phố.

Từ suy nghĩ “tự nhiên” đó, những người bán rong nghĩ ra các cách đối phó với công an rất đa dạng. Biện pháp phổ biến nhất là thường xuyên di chuyển, vì theo họ dù ngồi xe đạp hay gánh thúng, thường xuyên di chuyển sẽ đỡ bị công an phường để ý. Ngoài ra, mọi



Nguồn: baovietnam.vn

đồ đạc mang theo phải ở mức tối thiểu, nhẹ nhàng. Lúc bán hàng, họ không đi đơn lẻ mà đi thành nhóm để có thể giúp đỡ lẫn nhau trong việc chạy công an. Theo họ, chọn một vị trí có tầm nhìn thuận lợi như khu vực ngã tư cũng sẽ dễ bề xoay sở hơn là ngồi ở các gốc cây.

Có nhiều kiểu ứng phó với công an rất “linh hoạt”. Một số người bán rong đã chuyển sang mua rong phế liệu. Theo họ, thành phố chỉ cấm bán rong chứ không cấm mua rong nên không lo công an đuổi. Vậy là vẫn đôi thùng, chiếc gánh, thay vì bán khoai sắn thì giờ họ thành người mua giấy báo cũ. Còn những người trước đây với đôi quang gánh quẩy gánh hàng ăn thì giờ một tay bê thùng bún, một tay xách chiếc làn to cùng 5-6 túi nilon đựng nước mắm, rau sống, mắm tôm... và vẫn tiếp tục hành nghề... bán hàng rong¹¹. Thực tế cho thấy, khá nhiều chủ trương được ban hành, người dân đối phó chứ không phải thực hiện. Điều này nói lên rằng bản thân chủ trương đó có gì đó chưa ổn. Trước thông tin cấm hàng rong, đó đây đã có hiện tượng thay cho gánh, đội hàng đi bán rong, người dân cầm hai cái làn như đi chợ, nhưng thực ra vẫn là bán hàng rong.

Lang thang bán hàng trên các đường phố Hà Nội của người nông thôn là một công việc còn gây nhiều điều bất cập. Hầu hết người nông thôn ra Hà Nội kiếm sống đều biết rằng họ chỉ ngừng bán rong trên phố khi họ có được một chỗ bán hàng ổn định, hay khi ở quê họ có việc làm đảm bảo cuộc sống cho gia đình họ. Cách suy nghĩ và hành động trên cho thấy Nhà nước và chính quyền địa phương cần quan tâm giúp đỡ nhiều hơn tới nhóm phụ nữ đang bị tổn thương này. Vấn đề đặt ra là trong hoàn cảnh hiện nay, khi ở Hà Nội có đến hàng chục nghìn gánh hàng rong thì lệnh cấm bán hàng rong có thoả đáng và khi hiệu lệnh này được ban ra, có bao nhiêu người không biết trông vào đâu? Làm nghề gì để tồn tại? Và nếu giữ lại hàng rong thì nên giữ những loại hàng nào, nên ban hành những quy định nào cho người bán hàng?

Có lẽ còn nhiều việc cần phải bàn xung quanh vấn đề bán hàng rong tại Hà Nội. Thay cho lời kết, chúng tôi xin nêu kinh nghiệm quy hoạch những gánh hàng rong của một số nước châu Á để chúng ta có thể tham khảo. Ở Malaysia, Chính phủ đã hình thành kế hoạch về người bán hàng rong từ năm 1990. Theo đó, thành phố Kuala Lumpur đưa người bán rong vào các trung tâm và chợ để họ buôn bán ổn định và được cấp giấy phép; người bán hàng rong được vay vốn để nâng cấp phương tiện bán hàng và tổ chức huấn luyện để cung cấp kiến thức về vệ sinh an toàn thực phẩm. Còn tại thành phố Calcutta của Ấn Độ, chương trình nâng cao chất lượng và sự an toàn thức ăn bán hàng rong của Viện Vệ sinh và Y tế công cộng đã giúp thành phố quản lý toàn bộ và nâng cấp hàng rong nhờ vào những biện pháp sau: Người bán hàng rong được hội những người bán hàng rong cấp một thẻ chứng nhận có dán ảnh; người bán hàng rong được phép bán trên các lề đường do cảnh sát quy định; chính quyền cung cấp nước sạch, bố trí phương tiện xử lý rác và nước thải cho người bán hàng rong; người bán hàng rong được vay tiền của ngân hàng để mua xe bán hàng, người vay được trả góp nhiều năm; tổ chức các khoá huấn luyện cho người bán hàng rong. Nội dung chương trình huấn luyện được nghiên cứu và kiểm nghiệm để đảm bảo kết quả; hình thành cơ chế hợp tác giữa nhiều thành phần gồm người bán hàng rong, đại diện của họ với người tiêu dùng, cảnh sát và cơ quan phụ trách về y tế và vệ sinh công cộng.¹²

Theo tác giả Nguyễn Quang Thiều, lệnh cấm bán hàng rong là một quyết định vội vã và “lười nhác”. Ông cho rằng, cấm hàng rong là cấm những gì đó giống hàng rong chứ không phải cấm những gánh hoa tươi, những gánh cốm, những thùng bánh khúc, những

sọt chuối chín vàng... Từ góc độ xã hội, hàng rong gắn với đời sống của những người có mức sống trung bình và thấp, kể cả người bán và người mua. Đối với người bán, đó là nguồn thu nhập 50-70 nghìn đồng/ngày. Nguồn thu tuy không lớn nhưng nó lại đảm bảo tiền ăn, tiền học... cho hàng vạn người dân. Thiếu nguồn thu nhập này, những người dân ấy biết làm gì để sống, nuôi con ăn học? Đối với người mua, hàng rong là nguồn hàng hoá, thực phẩm giá rẻ, chúng hợp với túi tiền của người nghèo. Thiếu chúng, nhiều người nghèo sẽ bị thiếu hụt nghiêm trọng. Vấn đề là chủ trương cấm hàng rong của Nhà nước cần có giải pháp thay thế để nâng cao mức sống cho người dân với sự thừa nhận hàng rong có đóng góp đáng kể cho nền kinh tế đất nước.

CHÚ THÍCH

- ¹ Nguyễn Quang Thiều, *Cấm bán hàng rong - phép trừ không đơn giản*, Vietbao.vn, 2008
- ² Báo *Pháp luật* Thành phố Hồ Chí Minh.
- ³ Tổng cục Thống kê, *Dân số và lao động*, <http://www.gso.gov.vn>
- ⁴ Vietbao.vn
- ⁵ Tin 247.com, Xuân Tùng.
- ⁶ Báo *Pháp luật* Thành phố Hồ Chí Minh.
- ⁷ Hà Thị Phương Tiến - Hà Quang Ngọc, *Lao động nữ di cư tự do: Nông thôn - thành thị*, NXB Phụ nữ, 2000.
- ⁸ Nguyễn Quang Thiều, *Cấm bán hàng rong – phép trừ không đơn giản*, tldd.
- ⁹ Nguyễn Quang Thiều, *Cấm bán hàng rong – phép trừ không đơn giản*, tldd.
- ¹⁰ Nguyễn Hưng, *Việt Báo*, Theo vnexpress.net
- ¹¹ *Hàng rong lách luật sau lệnh cấm*, nguồn Xuân Tùng, vnexpress.net.
- ¹² Báo *Pháp luật* TP Hồ Chí Minh, dẫn theo *Việt Báo*.