

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN**

Nguyễn Thị Anh Thư

**Đặc điểm tâm lý - xã hội của người dân di cư bán
hàng rong ở Hà Nội**

Luận văn ThS. Tâm lý học: 60 31 80

Nghd. : PGS.TS. Trần Thị Minh Đức

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	1
Chương 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN.....	5
1.1. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU TÌNH HÌNH DI CƯ LAO ĐỘNG TRÊN THẾ GIỚI VÀ Ở VIỆT NAM.....	5
1.1.1. Tình hình di lao động trên thế giới	5
1.1.2. Tổng quan về tình hình di cư lao động ở Việt Nam	8
1.2. MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN.....	17
1.2.1. Người bán hàng rong.....	17
1.2.2. Thị trường bán hàng rong	19
1.3. MỘT SỐ KHÁI NIỆM TÂM LÝ LIÊN QUAN ĐẾN NGƯỜI BÁN HÀNG RONG ..	20
1.3.1. Nhu cầu của người bán hàng rong	20
1.3.2. Nhận thức của người bán hàng rong	25
1.3.3. Tâm trạng của người bán hàng rong	26
1.3.4. Kỹ năng ứng xử của người bán hàng rong.....	27
Chương 2. TỔ CHỨC VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	30
2.1. TỔ CHỨC NGHIÊN CỨU	30
2.1.1. Giai đoạn 1: Nghiên cứu lý luận	30
2.1.2. Giai đoạn 2: Khảo sát thử.....	31
2.1.3. Giai đoạn 3: Khảo sát chính thức.....	33
2.2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU THỰC TIỄN	36
2.2.1. Phương pháp nghiên cứu tài liệu	36
2.2.2. Phương pháp phỏng vấn sâu	37
2.2.3. Phương pháp điều tra bảng hỏi (ankét).....	38
2.2.4. Phương pháp quan sát	40
2.2.5. Phương pháp nghiên cứu trường hợp.....	41
2.2.6. Phương pháp thông kê toán học.....	42
2.3. THỜI GIAN THỰC HIỆN LUẬN VĂN.....	43

Chương 3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU THỰC TIỄN.....	45
3.1. ĐẶC ĐIỂM XÃ HỘI CỦA NGƯỜI DÂN DI CƯ BÁN HÀNG RONG.....	45
3.1.1. Độ tuổi, giới tính, học vấn, quê quán xuất thân và hoàn cảnh gia đình của người bán hàng rong.....	45
3.1.2. Công việc bán rong và chi phí sinh hoạt của người bán hàng rong	52
3.2. ĐẶC ĐIỂM TÂM LÝ CỦA NGƯỜI DÂN DI CƯ BÁN HÀNG RONG	62
3.2.1. Nhu cầu của người bán hàng rong	62
3.2.2. Nhận thức của người bán hàng rong về công việc và cuộc sống ở thành phố	68
3.2.3. Tâm trạng của người bán hàng rong	78
3.2.4. Tính cách điển hình của người bán hàng rong.....	88
3.2.5. Kỹ năng ứng xử của người bán hàng rong.....	91
KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ.....	99
TÀI LIỆU THAM KHẢO	102
PHỤ LỤC	

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Hiện tượng lao động di cư từ nông thôn ra thành phố giữ một vai trò quan trọng trong quá trình phát triển dân số - việc làm và phát triển kinh tế - xã hội của mỗi quốc gia, đặc biệt là đối với những quốc gia đang phát triển. Bởi lẽ, lao động di cư từ nông thôn ra thành phố là nguồn nhân lực dồi dào bổ sung cho khu vực kinh tế phi chính thức; là yếu tố có thể giúp làm giảm tỉ lệ nghèo đói ở nông thôn; làm thay đổi cơ cấu dân số, cơ cấu kinh tế - xã hội của cả một quốc gia, dân tộc.

Ở Việt Nam, từ năm 1986 đã diễn ra xu hướng lao động di cư tự do từ nông thôn ra các đô thị, thành phố lớn. Xu hướng này đặc biệt phát triển mạnh từ giữa những năm 90 đến nay. Trên thực tế, lao động di cư từ nông thôn ra thành phố đang tham gia vào đời sống đô thị. Họ là một lực lượng lớn bổ sung vào thị trường lao động, dịch vụ ở thành thị, đáp ứng nhu cầu nhiều mặt của đô thị trong quá trình phát triển. Tuy nhiên, họ lại đang đứng bên lề của cuộc sống xã hội. Lao động di cư tự do vẫn đang sống trôi nổi và chưa được hưởng bất kì chính sách xã hội nào. Họ không có nghiệp đoàn, không có bảo hiểm y tế, không có bảo hiểm xã hội, không được ai quan tâm, bảo vệ. Rõ ràng đây là một đối tượng còn bỏ ngỏ trên bình diện chính sách.

Do trình độ văn hoá thấp, vốn ít, không được đào tạo nghề nên hầu hết người lao động ngoại tỉnh di cư tự do ít có cơ hội tìm được việc làm ổn định, có thu nhập cao, hay tìm được một công việc ưng ý. Phần lớn trong số họ phải chấp nhận làm những công việc bấp bênh như: bán hàng rong, đập xích lô hay những công việc nặng nhọc, nguy hiểm như: xây dựng, phụ hồ, bốc vác, mộc...

- Việc lao động di cư từ nông thôn ra thành phố khiến những người dân di cư phải thay đổi môi trường sống, thay đổi văn hóa,

lối sống và phương thức lao động của mình. Họ phải từ bỏ những nếp sống, thói quen cũ khi ở quê để hình thành những thói quen, cách thức sinh hoạt mới để thích ứng với cuộc sống ở đô thị. Vì lẽ đó, tâm lý của nhóm người dân nông thôn lao động ở thành phố có phần thay đổi. Một mặt họ phải khéo léo hơn để thích ứng với cuộc sống ở thành phố. Mặt khác họ gặp những khó khăn liên quan đến cách thức ứng xử, cách thức tham gia giao thông, giữ vệ sinh nơi công cộng. Trong rất nhiều trường hợp, họ còn gặp phải sự kỳ thị của người thành phố và những rắc rối liên quan đến luật pháp.

Nghiên cứu ***“Đặc điểm tâm lý - xã hội của người dân di cư bán hàng rong ở Hà Nội”***, chúng tôi chỉ tập trung xem xét những khía cạnh xã hội, tâm lý của những người bán hàng rong trên đường phố. Công việc của những người dân di cư này tạo nên một hệ thống *“Dịch vụ xã hội tại nhà”*, đem đến sự tiện ích cho người dân sống ở các đô thị. Ngoài ra, chúng tôi cũng xem xét thêm vấn đề an ninh, cản trở giao thông hay vấn đề hạn chế bán hàng rong ảnh hưởng như thế nào đến đời sống và tâm lý của người bán rong.

2. Đối tượng nghiên cứu

Nghiên cứu đặc điểm tâm lý - xã hội của người dân di cư bán hàng rong ở Hà Nội.

3. Mục đích nghiên cứu

Qua việc phân tích các đặc điểm tâm lý - xã hội của người dân di cư bán hàng rong trên các đường phố Hà Nội, đề xuất một số khuyến nghị với các cơ quan chức năng để giúp đỡ có hiệu quả đối với nhóm người này.

4. Nhiệm vụ nghiên cứu

4.1. Về nghiên cứu lý luận

- Tổng quan nghiên cứu tình hình di cư lao động thế giới và ở Việt Nam

- Tình hình di cư lao động từ nông thôn ra thành phố bán hàng rong ở Hà Nội.

- Xác định một số khái niệm cơ bản liên quan đến đề tài: Người bán hàng rong, nhu cầu của người bán hàng rong, nhận thức của người bán hàng rong, tâm trạng của người bán hàng rong và kỹ năng ứng xử của người bán hàng rong.

4.2. Về nghiên cứu thực tiễn

- Tìm hiểu những thông tin chung của những người từ nông thôn ra Hà Nội bán hàng rong, làm rõ thực trạng cuộc sống, công việc của họ (các đặc điểm xã hội của người bán hàng rong).

- Thấy được nguyên nhân ra thành phố bán hàng, nhu cầu, nhận thức, một số tính cách điển hình và kỹ năng ứng xử của người bán hàng rong (các đặc điểm tâm lý của người bán hàng rong).

- Đề xuất một số khuyến nghị với các cơ quan chức năng để giúp đỡ, quản lý và hỗ trợ có hiệu quả nhóm người ngoại tỉnh bán rong trên các đường phố Hà Nội.

5. Giả thuyết nghiên cứu

5.1. Phần lớn, người dân nông thôn ra Hà Nội bán hàng rong đều có lý do nguyên nhân kinh tế.

5.2. Mức thu nhập của người bán hàng rong càng cao thì họ càng hài lòng với công việc.

5.3. Phần lớn những người dân di cư bán hàng rong có tính cách điển hình là chịu khó, nhẫn nại, khéo léo và khôn ngoan.

6. Khách thể và phạm vi nghiên cứu

6.1. Khách thể nghiên cứu

328 người, trong đó: điều tra bằng bảng hỏi 300 người là lao động ngoại tỉnh bán rong ở Hà Nội. Phỏng vấn sâu 10 người bán hàng rong, 10

người dân là khách mua hàng thành phố, 5 cán bộ là quản lý chợ, công an khu vực, tổ trưởng dân phố và nghiên cứu sâu 3 trường hợp người bán hàng rong.

6.2. Phạm vi nghiên cứu

- Giới hạn địa bàn nghiên cứu: Đề tài chọn khách thể nghiên cứu là những người bán rong ngẫu nhiên trong 6 quận Hà Nội, họ thường xuyên bán rong theo những tuyến đường nhất định.

- Giới hạn về nội dung nghiên cứu: Đề tài chỉ tập trung nghiên cứu một số đặc điểm tâm lý của người dân di cư bán hàng rong như: nhu cầu, nhận thức, tâm trạng, kỹ năng ứng xử của người bán hàng rong. Chỉ nghiên cứu hiện tượng di cư tạm thời theo mùa vụ liên quan đến vấn đề người bán hàng rong.

Đề tài không nghiên cứu các đặc điểm tâm lý chung của con người theo hướng đại cương, mà gắn các đặc điểm tâm lý này với đặc điểm nghề bán hàng rong của họ và liên quan tới người bán các mặt hàng, như: bán hàng xén, quần áo, đồ nhựa, rau, hoa/ hoa quả, đồ ăn, đồ sành sứ, sách báo/ vé số. Những người bán rong được nghiên cứu nằm trong độ tuổi 18-55 tuổi.

7. Phương pháp nghiên cứu

7.1. Phương pháp nghiên cứu tài liệu

7.2. Phương pháp điều tra bằng bảng hỏi

7.3. Phương pháp phỏng vấn sâu

7.4. Phương pháp quan sát

7.5. Phương pháp nghiên cứu trường hợp

7.6. Phương pháp thống kê toán học

Chương 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN

1.1. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU TÌNH HÌNH DI CƯ LAO ĐỘNG TRÊN THẾ GIỚI VÀ Ở VIỆT NAM

1.1.1. Tình hình di lao động trên thế giới

Di cư lao động là một hiện tượng xã hội đặc biệt. Nó xuất hiện rất sớm và phát triển cùng với quá trình phát triển của xã hội loài người. Đó là hiện tượng con người chuyển nơi sinh sống từ vùng này đến vùng khác phần nhiều do mưu sinh. Đầu tiên là hình thức đi tìm những “vùng đất mới”, nơi có nhiều thức ăn và tránh được những điều kiện khắc nghiệt của thời tiết, bệnh dịch hay thú dữ trong hình thái kinh tế xã hội thị tộc, bộ lạc. Ngày nay, di cư vẫn còn tồn tại và mang nhiều màu sắc khác nhau. Di cư ngày nay là sự di chuyển nơi sinh sống từ vùng này sang vùng khác trong một nước, từ nước này sang nước khác hoặc thậm chí từ châu lục này sang châu lục khác.

Từ nhiều thế kỷ nay, các nước ở châu Âu và Mỹ được coi là “miền đất hứa”, khi hàng năm thu hút hàng trăm triệu người từ nhiều nơi trên thế giới tìm mọi cách “lọt” vào lãnh thổ của họ. Có thể nói những bước chân của người di cư từ hàng chục năm nay không khác nhau nhiều về mục đích. Hầu hết những người di cư trên thế giới rời bỏ đất nước mình, quê hương mình với mong muốn tìm kiếm cơ hội để có một tương lai tốt đẹp hơn và những người di cư này cũng đóng góp một phần đáng kể cho sự phát triển kinh tế của đất nước và của vùng mà họ đến. Chỉ tính riêng năm 2000, các nước phát triển ở Châu Âu đã phải nhận tới 40% tổng số người di cư trên toàn cầu [36]. Có thể nói, chất lượng cuộc sống ở những nước này cao hơn nhiều lần so với nhiều nước đang phát triển ở châu Á và châu Phi, nên đây là nguyên nhân chính thu hút dân di cư đến các nước phát triển ở châu Âu, châu Mỹ.

Vấn đề lao động di cư càng trở thành vấn đề “nóng” trước xu hướng toàn cầu hoá khi nó tác động đến tất cả mọi quốc gia trên thế giới, kể cả với

những quốc gia có người di cư ra đi, lẫn những quốc gia được chọn làm điểm trung chuyển, rồi đến những quốc gia được coi là “Miền đất hứa” với hy vọng định cư lâu dài. Cuối năm 2002, có tới 10,4 triệu người trên thế giới đang nhận thân phận của người tị nạn, đây là con số do Cao uỷ Liên Hợp Quốc (LHQ) về người tị nạn công bố. Khoảng 1 triệu người khác đang nộp đơn mong muốn có một chỗ ở an toàn nhưng vẫn chưa được quyết định. Con số này không bao gồm 4,1 triệu người tị nạn Palestin đang nhận sự hỗ trợ của Ủy ban Cứu trợ của LHQ [36]. Những nghiên cứu từ góc độ di cư quốc tế cho thấy những chuyến “vượt biên” của người di cư thường gắn liền với sự hiểm nguy. Giác mơ về một cuộc sống sung túc hơn đã khiến nhiều người trở thành nạn nhân của những kẻ buôn người, của những ổ mại dâm, ma túy. Ngay cả khi đến được “miền đất hứa”, không ít người di cư bị lợi dụng, ốm đau không được chăm sóc, con cái họ ít được đi học, cuộc sống của họ bị đẩy vào cảnh bần cùng, nhiều người trong số họ trở thành tội phạm. Cuộc sống của họ cũng không dễ dàng hơn so với cuộc sống ở quê hương. Tuy nhiên, khát vọng thay đổi số phận vẫn khiến hàng triệu người di cư mỗi năm chấp nhận hiểm nguy để tìm kiếm cơ hội “đổi đời”.

Tại hầu hết các nước công nghiệp phát triển, lực lượng những người nhập cư đã và đang chiếm một phần quan trọng trong lực lượng lao động và họ đóng một vai trò không nhỏ trong nền kinh tế của đất nước họ di cư đến. Ví dụ như tại Ôxtrâylia, đội ngũ lao động nhập cư chiếm 26% lực lượng lao động [36]. Theo Tổ chức Hợp tác Kinh tế và Phát triển (OECD) hiện nhiều nước công nghiệp phát triển đang nỗ lực để thu hút nhân tài và những lao động nhập cư có trình độ và kinh nghiệm từ những quốc gia đang phát triển. Chính phủ các nước này cũng dành mỗi quan tâm lớn trong việc đào tạo những lao động mới nhập cư để có thể thay thế một phần lực lượng lao động đang có xu hướng ngày càng già của mình. Đây là con đường ngắn nhất để có thể lấp vào những chỗ trống trong lực lượng lao động. Từ công việc lao động

phổ thông phổ thông đến lao động cần "chất xám" ở những nước phát triển đều có sự tham gia của những người lao động nhập cư. Lực lượng này đã đóng góp cho "miền quê mới" tri thức, sức lao động mà họ tích lũy từ nhiều năm. Theo tiết lộ trong bản tường trình hàng năm của tổ chức National Science Board, tại Mỹ hiện có 500 ngàn nhà khoa học đến từ châu Âu. Trong 10 năm qua, tỷ lệ các nhà khoa học Mỹ có xuất xứ ngoài nước Mỹ đã tăng từ 24% lên 38%. Có tới 75% các nhà khoa học có học vị Tiến sĩ (TS) từ các quốc gia thuộc Liên minh châu Âu (EU) đang làm việc tại Mỹ, khẳng định rằng, họ dự định tiếp tục sự nghiệp khoa học tại quốc gia này. Hàng năm, có gần 20% sinh viên tốt nghiệp các trường đại học ở Đức bỏ ra nước ngoài và trên 30% đội ngũ TS thực hiện các hợp đồng nghiên cứu khoa học ở nước ngoài không trở về Tổ quốc. Trong số học có các chuyên gia thuộc lĩnh vực khoa học cơ bản, và cũng không hiếm các nhà sử học, các chuyên gia ngôn ngữ. Bù lại, họ có một số tiền nhất định để gửi về cho người thân đang sinh sống tại quê nhà. Hiện nay, số tiền do những người lao động di cư gửi về nhà đã trở thành một nguồn tài chính luân chuyển quan trọng trên thế giới. Đối với nhiều nước đang phát triển, đây thực sự là nguồn ngoại tệ quan trọng và mang lại hiệu quả rõ rệt đối với kinh tế quốc gia và được đánh giá là quan trọng không kém những nguồn tài chính khác đến từ bên ngoài, như viện trợ phát triển, đầu tư nước ngoài và các nguồn hỗ trợ tài chính khác. Chỉ tính riêng năm 2001, số tiền do người lao động ở nước ngoài gửi về quê hương đã lên tới 72,3 tỷ USD [36].

Ngày nay, hơn 140 quốc gia đã ký hiệp định quốc tế, theo đó họ cùng chia sẻ trách nhiệm bảo vệ và công nhận cho những người di cư [36]. Nhiều nước giàu cũng liên tục có những chính sách "sàng lọc" người di cư, mở cửa cho những người có tài, khép chặt cửa đối với những lao động phổ thông. Tuy nhiên, những dòng người di cư vẫn không có dấu hiệu dừng lại. Nó như những mạch nước ngầm, càng khơi càng chảy mạnh. Những thách thức mà nó

đặt ra đã lớn tới mức các chuyên gia phải nghĩ đến biện pháp "mở cửa biên giới" cho các luồng di dân. Tuy nhiên, làm thế nào để có thể quản lý được "dòng chảy" này thì còn là một bài toán khó, phụ thuộc vào nhiều yếu tố và rất cần sự nỗ lực mang tính toàn cầu. Có lẽ, chỉ khi đời sống của người dân ở mọi châu lục, mọi nước, mọi vùng đều phát triển ngang nhau và thế giới không còn nạn khủng bố, không còn chiến tranh nữa, thì "dòng chảy" của những người tị nạn, di cư mới giảm đi so với hiện nay.

Trên đây là sơ lược tình hình di cư lao động có căn nguyên kinh tế trên thế giới. Tình hình di cư này trên thế giới ít nhiều cũng có liên quan đến tình hình di cư ở Việt Nam, phần nào cũng có những đặc điểm tương tự, chúng tôi xin trình bày ở phần tiếp theo đây.

1.1.2. Tổng quan về tình hình di cư lao động ở Việt Nam

1.1.2.1. Hiện tượng di cư ở Việt Nam

Ở Việt Nam, hiện tượng di cư xuất hiện từ khá sớm và diễn ra trong suốt quá trình phát triển của đất nước với nhiều quy mô, hình thức, tính chất khác nhau. Thời phong kiến, các cuộc di cư của người Việt được biết đến dựa trên những tư liệu lịch sử như: Đại Việt sử ký toàn thư (Lê Văn Hưu), Hoàng Lê nhất thống chí (Ngô Thì Nhậm), Việt Nam sử lược (Trần Trọng Kim)v,v... Di cư ở giai đoạn này là sự di chuyển của những tập đoàn người từ phía Bắc vào phía Nam để mở mang bờ cõi. Trong đó, phần lớn người di cư là những tướng lĩnh, binh lính và gia đình của họ. Ngoài ra, có không ít những người di cư mang thân phận là tù binh, mang trọng tội phải đày ải đi xa. Những dòng người này khai hoang ruộng đất, mở làng, lập ấp. Đây được coi là những hình thức di dân đầu tiên ở Việt Nam.

Quá trình di cư ở Việt nam chịu tác động liên tục do chiến tranh, do chính trị, tôn giáo và do các chính sách về di cư của nhà nước. Cụ thể các giai đoạn như sau: Trước năm 1975, đất nước đang bị chia cắt làm hai miền, việc di

dân trong giai đoạn này không chỉ diễn ra tại miền Bắc mà còn cả ở miền Nam. Đặc biệt năm 1954, trong dòng người di cư từ Bắc vào Nam có 20.000 giáo dân di cư do niềm tin tôn giáo Đức mẹ đồng trinh đã bay vào Nam nên họ phải đi theo. Bên cạnh đó. Mỹ nguy cũng tiến hành việc di dân với tính chất, mục đích phục vụ ý đồ chiến tranh[33]. Tính chất di dân thời kỳ này là do niềm tin tôn giáo, do chiến tranh. Sau năm 1975, khi đất nước hoàn toàn thống nhất, di dân được tiến hành trên phạm vi cả nước. Mục đích di dân thời kỳ này là đi khai hoang, xây dựng vùng kinh tế mới nhằm giải quyết vấn đề lương thực, thực phẩm, phát triển các vùng chuyên canh cây công nghiệp để phục vụ xuất khẩu [33]. Đối với những vùng nhập cư, dân di cư từ nơi khác đến góp phần tạo sự cân đối giữa lao động và đất đai, tạo điều kiện cho sự khai thác và phát huy các thế mạnh của vùng nơi họ nhập cư, điều này cũng đáp ứng được nhu cầu việc làm và cải thiện đời sống - mục đích chính của dân di cư thời kỳ này. Khi đất nước bước vào công cuộc đổi mới từ năm 1986 đến nay, do nhiều nguyên nhân khác nhau, di dân theo kế hoạch của Nhà nước chững lại. Trong khi đó di cư tự do đến các đô thị, thành phố lớn dần tăng lên. Xu hướng này đặc biệt tăng mạnh từ giữa những năm 90. Người di cư tự do thời kỳ này là do nhu cầu cá nhân, nhu cầu kiếm tiền, cải thiện đời sống.

Hiện nay ở Việt nam có 3 dòng di cư chính. Dòng thứ nhất, di cư từ đồng bằng sông Cửu Long, miền Trung, miền núi phía Bắc và đồng bằng sông Hồng đến Đông Nam Bộ. Đây là khu vực năng động nhất cả nước và có nhiều thành phố lớn như TP.HCM, Biên Hòa, Bình Dương, và các khu công nghiệp lớn như Sóng Thần I&II, Tân Tạo, Việt Nam-Singapore... Mục đích của dòng di cư nay là tìm kiếm việc làm phi nông nghiệp ở các thành phố và khu công nghiệp. Dòng thứ 2 từ miền núi phía Bắc xuống đồng bằng sông Hồng tìm việc làm ở các thành phố và khu công nghiệp. Và dòng thứ 3 từ vùng duyên hải miền Trung, miền núi phía Bắc và đồng bằng sông Hồng đi Tây Nguyên, người di cư tìm việc làm có thu nhập từ các vùng có cây công

ng nghiệp hoặc mua đất để đầu tư làm cà phê, tiêu và các mặt hàng xuất khẩu khác [35].

Trong những năm gần đây mức độ di cư trong nước mang tính cá nhân tự do và chủ yếu có căn nguyên kinh tế đang tăng lên và phụ nữ có tỷ lệ di cư cao hơn nam giới. Đặc biệt hai trung tâm có mật độ người đến di cư cao nhất là Hà Nội và Thành Phố Hồ Chí Minh. Nghiên cứu về di cư từ các vùng nông thôn vào Hà Nội do trung tâm Nghiên cứu Dân số và Nguồn lao động tiến hành trong khuôn khổ dự án VIE/95/004 được UNDP tài trợ [13, tr.110] đã chỉ ra một số đặc trưng cơ bản của di cư tạm thời - mùa vụ ở Hà Nội như sau:

- Lao động di cư tập trung phần lớn ở độ tuổi 20-39 tuổi, với phần lớn là nam giới.

- Hầu hết lao động di cư xuất cư từ các vùng nông thôn lân cận Hà Nội (di cư khoảng cách gần).

- Trình độ học vấn của người di cư theo mùa vụ thấp hơn so với di cư thông thường.

- Người di cư theo mùa vụ có những mối quan hệ nhất định với bạn bè, họ hàng nơi thành phố. Khi đã thích nghi với cuộc sống ở đô thị, bản thân họ cũng có ý định lôi kéo bạn bè ra thành phố làm việc.

- Hầu hết thành viên trong hộ gia đình của người di cư theo mùa vụ làm nông nghiệp trong tình trạng thiếu đất sản xuất, thiếu việc làm là nguyên nhân thúc đẩy họ ra thành phố tìm việc.

- *Lao động di cư theo mùa vụ không chỉ ra thành phố lúc nông nhàn mà sự hiện diện của họ là quanh năm.*

Lao động di cư theo mùa vụ gắn bó rất chặt chẽ với quê hương, làng xóm. Họ có kế hoạch trở về quê hàng tuần, hàng tháng, hoặc hàng quý... Họ mang tiền về hoặc gửi tiền về giúp gia đình trang trải cuộc sống, mặt khác cũng để biết thông tin về gia đình và ngược lại gia đình biết thông tin về họ.

Nghiên cứu về những người bán hàng rong ở Hà Nội từ góc độ tâm lý - xã hội sẽ góp phần làm sáng tỏ hơn hiện tượng di cư tạm thời từ nông thôn ra đô thị.

1.1.2.2. Tình hình di cư lao động từ nông thôn ra Hà Nội bán hàng rong

Hiện nay chưa có một tài liệu nào khẳng định chắc chắn hàng rong ở Việt Nam xuất hiện từ khi nào. Nhưng qua quá trình nghiên cứu, nhiều tài liệu cho biết hàng rong xuất hiện, tồn tại và phát triển ở Việt Nam từ rất sớm. Hàng rong ở Việt Nam xuất hiện từ thế kỉ XIX. Ban đầu đó chỉ là những người dân ở ngoại thành đi bán rong các sản phẩm nông nghiệp, sản phẩm thủ công dư thừa, dần dần họ nhận thấy việc bán các sản phẩm đó không mang lại giá trị kinh tế cao và họ chuyển dần sang bán các sản phẩm đã qua chế biến, đun nấu và có thể sử dụng ngay được. Đây là cơ sở cho việc phát triển bán rong những mặt hàng ăn uống. Những người bán hàng rong thời bấy giờ là những người ở ngoại thành, ven đô Hà Nội [34].

Thời Pháp thuộc việc buôn bán của người bán rong gặp nhiều khó khăn. Những gánh hàng rong bị kiểm soát chặt chẽ hơn như vào thành thì phải qua sự kiểm soát của các chốt đóng ở cổng thành, đóng thuế, và chỉ được đi bán chứ không được dừng lại một chỗ. Hàng ngày có quan Pháp và lính lệ đi kiểm tra các tuyến phố thuộc quyền quản lý để kiểm tra việc bán hàng trong đó có hàng rong. Người đội xếp cũng như người công an, phải trông nom tất cả các mặt phố. Nhưng trách nhiệm vệ sinh lại là trách nhiệm của nhà có vỉa hè và lề đường xung quanh nó [34].

Hiện nay, cũng chưa có một nghiên cứu nào đưa ra số lượng cụ thể về những người bán hàng rong ở các đô thị Việt Nam, chỉ có một vài bài viết đưa ra những con số ước tính. Năm 2004, theo tác giả Bùi Kiến Thành [37] cho rằng ở Hà Nội hiện nay có không dưới 100.000 người bán hàng rong. Trong phạm vi cả nước có không dưới 2 triệu người hoạt động trong lĩnh vực này ở

các đô thị. Năm 2008, theo thống kê của Sở Thương mại, Hà Nội hiện có trên 10.000 gánh hàng rong. Trong đó, có khoảng 5.700 người bán rau; 5.900 người bán các loại hoa, quả. Độ tuổi trung bình của người bán hàng rong là 40 tuổi, trong đó 93% là phụ nữ; 75% là người ngoại tỉnh. Chỉ có từ 30% tới 40% là bán hàng rong thường xuyên; số còn lại hoạt động theo thời vụ... [37].

Theo một nghiên cứu năm 2000 của hai tác giả Hà thị Phương Tiến và Hà Quang Ngọc [24]: Bán rong là một “nghề” không đòi hỏi nhiều vốn, kiến thức hay các phương tiện lao động phức tạp, chỉ cần đức tính chăm chỉ và chịu khó. Trong quá trình bán hàng, họ dần tích lũy được nhiều kinh nghiệm nhưng đó chỉ là những kinh nghiệm đơn giản, chứ chưa được gọi là kỹ năng, kỹ xảo của nghề. Ngay bản thân những người bán hàng rong vẫn coi nông nghiệp là nghề kiếm sống chủ yếu. Họ không coi việc bán rong ở Hà Nội là công việc chiếm phần lớn thời gian trong năm và mang lại nhiều thu nhập.

Thực tế quan sát trên đường phố đô thị, đặc biệt ở Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh, chúng ta có thể nhận thấy rằng số lượng người bán hàng rong là không nhỏ. Người bán rong là những người từ nhiều vùng quê khác nhau tập trung về các trung tâm, các thành phố và các khu đô thị làm nghề bán hàng rong để kiếm sống. Với số vốn ít ỏi, họ buôn bán những mặt hàng như hàng ăn, sách báo, rau quả để tăng thêm thu nhập. Người bán rong phải thức khuya dậy sớm, hoặc đi bán đêm, đi cất hàng từ nơi sản xuất để bán tận tay người tiêu dùng. Thu nhập của những người bán rong này không cao, thường chỉ “lấy công làm lãi”. Hàng ngày, họ đi bán rong khắp các ngõ, ngách, các tuyến phố ở Hà Nội. Tuy những người dân di cư bán rong làm việc vất vả nhưng điều kiện ăn ở và sinh hoạt lại vô cùng thiếu thốn. Họ ở tập trung trong những căn nhà cấp 4 chật hẹp, không đảm bảo điện nước, vệ sinh... Khi ốm đau, người bán rong hầu như không được chăm sóc y tế. Đặc biệt từ khi có lệnh cấm bán hàng rong của UBND thành phố Hà Nội (1/7/2008) đến nay thì

hoạt động bán hàng rong của họ gặp không ít những khó khăn, trở ngại vì không còn được tự do đi bán trên các phố, nếu vi phạm mà công an bắt được thì người bán rong sẽ phải chịu nộp phạt. Điều này khiến cho tâm trạng của những người bán rong luôn bất an lo làm sao bán được hàng, lo làm sao để không bị công an bắt...

Trên địa bàn Hà Nội có khoảng 10.000 người đang bán hàng rong, thành phố Hà Nội hiện vẫn chưa có chính sách hỗ trợ riêng cho họ, nhưng có thể tạo điều kiện giúp đỡ đối tượng này bằng chương trình mục tiêu quốc gia giảm nghèo giai đoạn 2006 - 2010. Những người bán hàng rong có hộ khẩu Hà Nội, nếu thuộc diện nghèo có thể liên hệ với các Phòng Lao động Thương binh Xã hội tại Quận, huyện. Nhưng hiện nay, người bán hàng rong lại ở rất nhiều tỉnh thành khác đổ về như: Hưng Yên, Ninh Bình, Bắc Giang, Phú Thọ... di cư đến Hà Nội để bán rong. Để đảm bảo quyền lợi của người bán rong chính quyền nơi đi và nơi đến cần có sự phối hợp để tìm ra các giải pháp chuyển nghề cho các đối tượng này. Có như vậy, chủ trương cấm bán hàng rong trên các tuyến phố chính, và xa hơn nữa là, trên tất cả các tuyến phố ở Hà Nội như lộ trình của UBND thành phố Hà Nội đã đặt ra mới được thực hiện nghiêm túc... [38]

Các nghiên cứu về hàng rong mới chỉ tập trung mô tả khía cạnh đời sống xã hội, mô tả về những mảnh đời, về cuộc sống như mảnh đời bán báo rong của tác giả Trần Hưng, bà bán nước nơi những gầm cầu Chương Dương, gầm cầu vượt Ngã Tư Vọng, Ngã Tư Sở của Văn Dũng [41], hay những chị phu hồ nữ vất vả để kiếm được 1.000 đồng cho mỗi gánh hàng [36]... Gần đây là những bài viết liên quan đến lệnh cấm bán hàng rong, như “Cấm hàng rong bỏ đói nhu cầu bình dân” [41], “Hàng rong Hà Nội: có nên cấm, cấm như thế nào” [36], “Cấm hàng rong cần hỏi ý kiến người dân” [33]... Những nghiên cứu này mới chỉ đi sâu vào bề nổi, chưa khái thác được đời sống tâm lý của những người dân di cư bán hàng rong.

Năm 2006, nghiên cứu của PGS. TS. Trần Thị Minh Đức [10] đã đi vào nghiên cứu cả đặc điểm xã hội và đặc điểm tâm lý của những người ngoại tỉnh bán rong nhưng tập trung vào khía cạnh giới - nghiên cứu về phụ nữ ngoại tỉnh bán rong. Còn trong nghiên cứu này, chúng tôi sẽ có những tìm hiểu đầy đủ hơn về đặc điểm tâm lý - xã hội của cả nam giới và phụ nữ bán hàng rong để có thể mô tả rõ hơn về chân dung của những người dân di cư bán hàng rong ở Hà Nội.

1.1.2.3. Chính sách và một số điều luật của Nhà nước liên quan đến người bán hàng rong

Với người bán hàng rong, có một số điều luật liên quan đến họ. Ví dụ: *“Mọi hoạt động lao động tạo ra nguồn thu nhập, không bị pháp luật cấm đều được thừa nhận là việc làm”* [2]. Như vậy, bán hàng rong có thể được coi là một công việc, trong đó các sản phẩm, hàng hoá dịch vụ của nó mang đến cho người tiêu dùng sự tiện lợi. Công việc này không đòi hỏi nhiều vốn, hay kiến thức, cũng không cần đến những phương tiện lao động phức tạp, nhưng đòi hỏi sự cần cù, chịu khó.

Theo Hiến pháp Việt Nam quy định: *“Lao động là quyền và nghĩa vụ của công dân. Công dân có quyền tự do đi lại và cư trú ở trong nước”* (trích Điều 55 và 68). Cụ thể hơn *“Mọi người đều có quyền làm việc, tự do lựa chọn việc làm và nghề nghiệp, họ nghề và nâng cao trình độ nghề nghiệp không bị phân biệt đối xử về giới tính, dân tộc, thành phần xã hội, tín ngưỡng, tôn giáo”* (trích Điều 5), [2]. Như vậy, người lao động di cư tự do nói chung và người nông thôn bán rong nói riêng hoàn toàn có quyền bình đẳng trong việc cư trú, lao động và có việc làm ở thành phố như mọi đối tượng khác.

Tuy nhiên, thực tế thi hành pháp luật lại không giống nhau ở các địa phương, các khu vực kinh tế và các nhóm người trong xã hội. Các chính sách xã hội phần nhiều được áp dụng cho những đối tượng có hộ khẩu thường trú,

có đăng ký chính thức tại địa phương. Vì thế những người nông thôn bán hàng rong do tách khỏi nơi cư trú chính và nhập cư tự do vào thành phố (được coi như là trái phép) nên họ không được hưởng những quyền lợi mà các chính sách xã hội dành cho công dân đô thị. Những người ngoại tỉnh phải trả nhiều tiền hơn cho giáo dục vì không có hộ khẩu thành phố. Họ cũng phải trả giá cao cho các dịch vụ chăm sóc sức khỏe vì không có bảo hiểm xã hội. Họ cũng dễ bị lôi kéo, bóc lột và lạm dụng vì họ không có được quyền lợi pháp lý chính thức... Có thể nói họ phải tuân thủ những điều chỉnh, cưỡng chế của nhiều chính sách, pháp luật khi sống và làm việc ở thành phố.

Trong khi người bán hàng rong là một nhóm xã hội yếu thế. Họ là những người không có việc làm ở nông thôn, trình độ văn hóa thấp, không được đào tạo về chuyên môn. Khi ra thành phố, hầu như họ cũng không có nhiều việc làm để lựa chọn, chỉ có thể lựa chọn những công việc giản đơn, nhưng vất vả như bán hàng rong. Thu nhập từ công việc này thuộc loại thấp nhất trong các công việc giản đơn mà người di cư có thể lựa chọn ở thành phố. Tính trung bình một ngày họ chỉ kiếm được khoảng 30.000 - 50.000 đồng và một năm khoảng 10 - 18 triệu đồng (năm 2008).

Quy định tạm thời về sắp xếp lại trật tự và quản lý đối tượng lao động ngoại tỉnh vào Hà Nội tìm việc làm [43] viết: *“Lao động ngoại tỉnh vào thành phố kiếm việc làm nhất thiết phải đăng ký tạm trú với Công an phường, làm thủ tục xin cấp thẻ lao động tạm thời và nộp phí cấp thẻ 10.000 đồng một lần kể cả khi gia hạn 3 tháng”; “Thời gian chờ tìm việc làm người lao động phải tập trung các địa điểm quy định, không được tự do tụ tập trên các vỉa hè, đường phố, nơi công cộng. Tối phải về đúng nơi tạm trú”; “Công an thành phố có biện pháp khắc phục kịp thời và xử lý nghiêm khắc đối với số lao động vi phạm pháp luật, vi phạm Nghị định 36/CP của Chính phủ và quy định của thành phố”*. Điều lệ về trật tự an toàn giao thông và trật tự đô thị quy định cụ

thể: “Lòng đường và hè phố, chỉ được dùng cho mục đích giao thông. Cấm tụ tập đông người trên vỉa hè, lòng đường, gây ùn tắc, cản trở giao thông. Cấm mọi hành vi lấn chiếm lòng, lề đường, hè phố để họp chợ, trưng bày, bán hàng hoá và treo biển quảng cáo, để vật liệu và các hành vi khác gây ảnh hưởng đến trật tự an toàn giao thông. Cấm đổ rác hoặc các vật dụng hay chất thải khác ra vỉa hè, đường phố.” (Trích điều 62, 66) [42].

Như vậy, nghĩa vụ pháp lý dành cho lao động di cư từ nông thôn ra thành phố nói chung và những người ngoại tỉnh bán hàng rong nói riêng cũng đã được luật pháp quy định chặt chẽ. Tuy nhiên, vì không được học hành và do nhu cầu kiếm sống, phần đông những lao động di cư ra thành phố không quan tâm đến việc phải tuân thủ những quy định của pháp luật về giữ gìn vệ sinh môi trường, cảnh quan đô thị, trật tự giao thông và an ninh đô thị... Họ coi việc vi phạm dẫn đến bị phạt hay tịch thu hàng như một rủi ro của nghề nghiệp. Điều này đặt ra thách thức đối với các cơ quan quản lý làm thế nào để vừa có thể kiểm soát được người lao động di cư tự do, bảo đảm an toàn giao thông và trật tự an ninh đô thị, vừa đảm bảo được những quyền lợi tối thiểu nhất đối với người lao động.

Hiện nay một số thành phố lớn như Hà Nội, Đà Nẵng, thành phố Hồ Chí Minh đã bắt đầu thực hiện việc cấm các hoạt động đánh giày, bán báo, bán dạo, bán hàng rong trên các tuyến đường chính của thành phố, đồng thời xây dựng những mô hình thí điểm sắp xếp, bố trí, cho những đối tượng trên hoạt động ở một số nơi cố định trong thành phố. Quyền lợi và nghĩa vụ pháp lý của những người lao động tự do nói chung và đặc biệt những người bán rong đang là một bất cập trong sự phát triển và ổn định xã hội. Vấn đề này đòi hỏi sự quan tâm giải quyết bằng các chính sách cụ thể, tạo điều kiện để người lao động ổn định cuộc sống và được hưởng đầy đủ những quyền lợi và nghĩa vụ của một công dân nhằm nâng cao khả năng đóng góp và vị thế xã hội của họ.

1.2. MỘT SỐ KHÁI NIỆM CƠ BẢN

1.2.1. Người bán hàng rong

Để hiểu về khái niệm người bán hàng rong, trước tiên chúng tôi muốn đề cập đến khái niệm bán hàng.

Có rất nhiều định nghĩa khác nhau về hoạt động bán hàng:

- Bán hàng là thu tiền và trao hàng.
- Bán hàng là hài lòng khách hàng. Khách yêu cầu gì làm nấy và làm có lễ phép.
- Bán hàng là phục vụ khách hàng, nghĩa là không phải chỉ “khách yêu cầu gì làm nấy” mà còn chủ động tư vấn cho khách, giúp khách thoả mãn nhu cầu tiêu dùng. Đổi lại, người bán hàng được hưởng một món lời chính đáng.

Phục vụ khách hàng còn được hiểu là: Bán cho khách hàng thật mà không phải hàng rởm; bán giá phải chăng, hợp lý; chỉ dẫn cho khách hàng cách sử dụng, bảo quản và những nơi bảo dưỡng, sửa chữa có uy tín; giới thiệu cho khách sang nơi khác bên để mua thứ hàng mà mình không có; giúp khách mang hàng ra khỏi cửa hàng khi khách gặp khó khăn; góp ý cho khách hàng mua những thứ hàng phù hợp với các nhu cầu và khả năng của khách.

- Theo James M. Commer: bán hàng là một quá trình (mang tính cá nhân) trong đó người bán hàng tìm hiểu khám phá, gợi tạo và đáp ứng những nhu cầu hay ước muốn của người mua để đáp ứng quyền lợi thoả đáng, lâu dài của cả hai bên [5].

- Bán hàng là một quá trình lao động kỹ thuật và phục vụ phức tạp của nhân viên bán hàng, thực hiện trao đổi giữa tiền và hàng, nhằm thoả mãn nhu cầu tiêu dùng về hàng hoá của người dân [23, tr.167].

Nhìn chung, khái niệm bán hàng chưa có sự thống nhất nhưng đặc trưng của nghề bán hàng là: bao giờ cũng diễn ra trong mối quan hệ xã hội

giữa các cá nhân (hoặc giữa các tổ chức), dùng tiền tệ làm môi giới trung gian để thực hiện quan hệ mua bán và hàng hoá là đối tượng trao đổi.

Bên cạnh khái niệm về hoạt động bán hàng, còn có rất nhiều khái niệm khác nhau về người bán hàng:

- Người bán hàng là người thực hiện các thao tác sau: Nói giá khi khách hỏi; Lấy hàng cho khách xem khi khách muốn mua; Thương lượng giá cả với khách; Gói hàng khi khách mua; Thu tiền khi khách trả.

- Dưới góc độ tâm lý học, tác giả Nguyễn Đình Xuân đã nêu “Người bán hàng là chủ nhân thực sự, trực diện” của nghề kinh doanh thương mại. Trong đó, người bán đóng vai trò dẫn dụ người mua để đi đến quyết định mua hàng. Ấn tượng đầu tiên và sâu đậm đối với khách hàng không phải là cửa hàng bày lăm hàng hoá mà là người bán hàng có duyên dáng, có niềm nở với khách hay không.

Sự tươi cười, vui vẻ và thái độ kiên nhẫn, lịch sự với khách hàng là một chuẩn mực đạo đức của người bán hàng. Nó góp phần đưa kinh doanh thương mại đạt lợi nhuận cao. Như vậy, người bán hàng là người tiếp xúc với khách hàng, dẫn dắt khách hàng đi đến quyết định mua sản phẩm.

Ngày nay có nhiều hình thức bán hàng khác nhau, như bán hàng tại các quầy hàng, cửa hàng, bán hàng trong các chợ, các siêu thị và bán hàng rong. Bán hàng rong nghĩa là không có điểm bán cố định, phải đi rong từ địa điểm này sang địa điểm khác, đi vào các ngõ ngách, phục vụ tận nơi nhu cầu của người mua hàng.

Như vậy, khái niệm Người bán hàng rong được hiểu là những người lao động bán những loại hàng hóa để trên xe đẩy, hoặc gánh, vác trên vai, đi từ phố này sang phố khác mà không có điểm bán cố định. Họ là những người lao động chân tay, không có trình độ chuyên môn - tay nghề.

Trong đề tài này, người bán hàng rong được hiểu là những người từ nông thôn di cư tạm thời ra thành phố kiếm sống bằng nghề bán dạo với các mặt hàng như rau, hoa quả, đồ nhựa, quần áo may sẵn, hàng ăn, hàng xén và nhiều mặt hàng tiêu dùng khác.

1.2.2. Thị trường bán hàng rong

Thị trường bán hàng rong là một bộ phận cấu thành nên thị trường lao động của khu vực kinh tế phi chính thức ở đô thị. Dưới góc độ dân cư, thị trường lao động của khu vực phi chính thức này bao gồm bốn nhóm dân cư [13, tr.51]: 1/ những người đến độ tuổi lao động nhưng không kiếm được việc làm ở khu vực kinh tế chính thức; 2/ những người nghỉ hưu, mất sức, tình giảm biên chế và các lý do khác; 3/ những người làm việc trong khu vực chính thức nhưng làm thêm ở khu vực phi chính thức; 4/ những người lao động ngoại tỉnh nhập cư vào thành phố tìm việc làm. Như vậy, người lao động ngoại tỉnh là nhóm dân cư tham gia chủ yếu vào thị trường bán rong ở đô thị. Dưới góc độ loại hình, hoạt động bán rong được xếp vào nhóm nghề tự do với mọi ngành nghề trong lĩnh vực dịch vụ như sửa chữa (đồ điện, điện tử, xe máy, may vá quần áo...); làm thuê, giúp việc trong các gia đình (gia sư, trông trẻ, cắt tóc làm đầu, giúp việc nhà, ...); vận tải nhỏ (lái xe ôm, chở vải, ...); thu mua đồng nát, bán hàng, ... tại nhà, đầu phố, lòng đường, vỉa hè.

Nhìn chung, phần lớn người tham gia thị trường bán rong là dân nghèo thành thị hoặc lao động dư thừa ở nông thôn lên thành phố tìm việc làm. Kết quả điều tra của Rolf Jensen và Donald M. Peppard, Jr (giáo sư kinh tế trường Đại học Connecticut New London, Connecticut, Mỹ) [14] về hoạt động của những người bán hàng rong ở Hà Nội cho thấy, 82% người bán rong vẫn giữ mối liên hệ mật thiết với quê nhà qua việc tham gia hoạt động nông nghiệp trong một số tháng nhất định (cấy cày hoặc thu hoạch nông sản). Những người này thiếu khả năng về vốn, kinh nghiệm kinh doanh và thường không

được đào tạo nghề. Công việc của họ rất đơn giản, dễ làm, họ chỉ cần một ít vốn nhỏ (vài trăm ngàn) hoặc không cần vốn (lấy sản phẩm tự mình làm ra) là đã tạo ra được một công việc đem lại thu nhập cải thiện cuộc sống. Đó là những công việc như bán rau quả, lương thực, mặt hàng tiêu dùng hoặc thu mua phế liệu, giấy báo... Các hàng hoá, sản phẩm mà người bán rong đem đến cho người tiêu dùng có ưu điểm là sự tiện lợi về địa điểm và thời gian, vì họ có mặt ở mọi nơi, mọi lúc trong thành phố. Từ các khu chợ, lòng đường, vỉa hè, công viên, bến bãi tàu xe, đến các “hang cùng, ngõ hẻm” của đô thị. Đối với người mua, hàng rong là nguồn hàng hoá, thực phẩm giá rẻ. Nguồn hàng hoá, thực phẩm này có thể không chất lượng bằng nguồn hàng ở các cửa hàng và siêu thị. Thế nhưng, chúng hợp với túi tiền của những người bình dân và người có thu nhập thấp.

Sự tham gia của người dân di cư bán hàng rong ở đô thị tạo nên sự đa dạng hóa các ngành nghề dịch vụ. Đồng thời, nó góp phần thúc đẩy quá trình lưu thông hàng hóa ở đô thị một cách dễ dàng hơn. Tuy nhiên, quản lý của Nhà nước đối với hoạt động của những người bán hàng rong rất khó khăn. Bởi vì, công việc bán hàng rong của họ mang tính tự phát, phạm vi bán hàng rất rộng nên rất khó có thể kiểm soát hay ngăn cấm những người bán hàng rong. Mặc dù hoạt động bán hàng rong góp phần gây ách tắc giao thông, làm mất mỹ quan đường phố và đang là vấn đề xã hội bức xúc của đô thị.

1.3. MỘT SỐ KHÁI NIỆM TÂM LÝ LIÊN QUAN ĐẾN NGƯỜI BÁN HÀNG RONG

1.3.1. Nhu cầu của người bán hàng rong

Nhu cầu là đòi hỏi, mong muốn, nguyện vọng của con người về vật chất và tinh thần để tồn tại và phát triển.

Tùy theo trình độ nhận thức, môi trường sống, những đặc điểm tâm sinh lý, mỗi người có những nhu cầu khác nhau. Nhu cầu của con người là

vô hạn, khi nhu cầu này thoả mãn thì nhu cầu khác lại xuất hiện. Nhu cầu với tư cách là một hiện tượng tâm lý xã hội của con người, nó chi phối một cách mãnh liệt đến đời sống tâm lý nói chung và đến hành vi của con người nói riêng.

Có nhiều quan điểm khác nhau về nhu cầu, ở đây chúng tôi chỉ đề cập đến hai quan điểm chính:

1/ Quan điểm Nhân văn về nhu cầu. Đại diện tiêu biểu cho quan điểm này là Thuyết nhu cầu của Abraham Maslow (1908-1970). Theo ông, về căn bản, nhu cầu của con người được chia làm hai nhóm chính: nhu cầu cơ bản (*basic needs*) và nhu cầu bậc cao (*meta needs*).

Nhu cầu cơ bản liên quan đến các yếu tố thể lý của con người như mong muốn có đủ thức ăn, nước uống, được ngủ nghỉ... Những nhu cầu cơ bản này đều là các nhu cầu không thể thiếu hụt vì nếu con người không được đáp ứng đủ những nhu cầu này, họ sẽ không thể tồn tại.

Các nhu cầu cao hơn nhu cầu cơ bản được gọi là nhu cầu bậc cao. Những nhu cầu này bao gồm nhiều nhân tố tinh thần như sự đòi hỏi công bằng, an tâm, vui vẻ, địa vị xã hội, sự tôn trọng, vinh danh với một cá nhân v.v.

Các nhu cầu cơ bản thường được ưu tiên đáp ứng trước so với những nhu cầu bậc cao. Với một người bất kỳ, nếu thiếu thức ăn, nước uống, thiếu chỗ ở... họ sẽ không quan tâm đến các nhu cầu về vẻ đẹp hay sự tôn trọng...

Cấu trúc của Tháp nhu cầu có 5 tầng bậc, trong đó, những nhu cầu con người được sắp xếp theo một trật tự thứ bậc hình kim tự tháp. Những nhu cầu cơ bản ở phía đáy tháp phải được thoả mãn trước khi hoặc cùng lúc nghĩ đến việc thoả mãn các nhu cầu cao hơn. Các nhu cầu bậc cao sẽ nảy sinh và mong muốn được thoả mãn khi các nhu cầu cơ bản ở dưới (phía đáy tháp) đã được đáp ứng đầy đủ.

Theo Maslow, sau khi nhu cầu cấp thấp được thoả mãn thì nảy sinh đòi hỏi thoả mãn nhu cầu cấp cao hơn. Đây cũng là điểm hạn chế trong thuyết nhu cầu của Maslow. Song Maslow cũng có điểm linh hoạt để khắc phục quan điểm máy móc này. Ông chỉ rõ hành vi của con người thường không chỉ do một nhu cầu nào đó thúc đẩy mà là kết quả của rất nhiều tác động. Nó có thể là sự tác động tổng hợp của một số nhu cầu, cũng có thể là kết quả tác động của tập quán, sự từng trải và năng lực của con người hoặc do hoàn cảnh bên ngoài dẫn đến.

Mặc dù thuyết nhu cầu của Maslow còn có những nhược điểm nhất định, nhưng nó khẳng định rằng yếu tố vật chất quyết định yếu tố tinh thần, tâm lý của con người. 5 bậc trong Tháp nhu cầu của Maslow được xem xét cụ thể như sau:

- Bậc thứ nhất: Các nhu cầu về căn bản nhất thuộc "thể lý" (*physiological*)
- thức ăn, nước uống, nơi trú ngụ, tình dục, bài tiết, thở, nghỉ ngơi.

Nhu cầu này của người bán rong là nhu cầu “cơm ăn, áo mặc”, “cơm áo, gạo, tiền”, nhu cầu có một nơi cư trú để ngủ đêm dù đó chỉ là một góc chiếu trên tấm phản của nhà trọ. Với nhiều người ở nông thôn nghèo, nhu cầu căn bản này đã khiến họ trở thành những người bán rong trên đường phố Hà Nội.

- Bậc thứ hai: Nhu cầu an toàn (*safety*) - cần có cảm giác yên tâm về an toàn thân thể, việc làm, gia đình, sức khỏe, tài sản được đảm bảo.

Nhu cầu an toàn của người bán rong luôn bất bênh, họ không quan tâm lắm đến sức khỏe của mình mà chỉ lo không có việc làm, lo bị cướp giật khi đi bán, lo bị móc túi khi đi lấy hàng, lo hàng ế ẩm, lo cho gia đình ở quê (bố, mẹ, chồng/ vợ, con cái) có chuyện xảy ra, ốm đau...

- Bậc thứ ba: Nhu cầu được giao lưu tình cảm và được thuộc (*love/belonging*) về một nhóm xã hội nào đó, nhu cầu muốn có gia đình yên ấm, bạn bè thân hữu tin cậy.

Hầu hết những người bán hàng rong đều có nhu cầu này. Họ phải sống xa gia đình, xa cộng đồng thân thuộc của mình nên có nhu cầu được yêu thương đùm bọc, sống cùng vợ/ chồng, hoặc người làng, người đồng hương để nương tựa, giúp đỡ lẫn nhau.

- Bậc thứ tư: Nhu cầu được quý trọng, kính mến (*esteem*) - cần có cảm giác được tôn trọng, kính mến, được tin tưởng và cao hơn nữa có vị trí trong xã hội, cộng đồng.

Nhu cầu này của người bán hàng rong không được đảm bảo vì họ là những người dân tỉnh lẻ lên Hà Nội kiếm sống, họ bị những người dân thành thị không tôn trọng, miệt thị vì là người nhà quê, nhiều khi họ bị gọi một cách xúc phạm là “này con bán ôi”, “này con kia”...

- Bậc thứ năm: Nhu cầu hiện thực hóa bản thân (*self-actualization*) muốn sáng tạo, được thể hiện khả năng, thể hiện bản thân, và được công nhận là thành đạt. Đây là nhu cầu ở bậc cao nhất.

Với người bán hàng rong nhu cầu này gần như không có, vì họ là những người yếu thế, trình độ văn hoá thấp. Khi cái ăn, cái mặc của họ chưa đầy đủ thì họ không thể có được một sự “tự do” thích làm gì thì làm được hay “muốn gì được nấy”.

Quan điểm Macxit về nhu cầu, xuất phát từ chỗ cho rằng bản chất con người là tổng hoà các mối quan hệ xã hội, Rubinstein rất chú ý đến mối quan hệ giữa con người với môi trường xung quanh. Theo ông, nhu cầu của con người thể hiện sự liên kết, sự phụ thuộc của con người với thế giới xung quanh. Để tồn tại và phát triển, con người luôn luôn phải hoạt động nhằm đáp ứng những đòi hỏi nhất định. Những đòi hỏi ấy chính là nhu cầu [12, tr.183].

Theo nhà Tâm lý học Kovaliov, nhu cầu là sự đòi hỏi của các cá nhân và các nhóm xã hội khác nhau muốn có những điều kiện nhất định để sống và phát triển. Nhu cầu quy định sự hoạt động xã hội của các cá nhân, các giai cấp

và tập thể [17, tr.93]. Nhu cầu được chia thành 3 nhóm: nhu cầu vật chất, nhu cầu tinh thần và nhu cầu xã hội.

Nhu cầu vật chất được coi là “những điều kiện thiết yếu để con người có thể tồn tại được” [17, tr.93]. Chính sự đòi hỏi về vật chất (nhu cầu cần tiên) đã thôi thúc mạnh mẽ những người dân từ nông thôn ra thành phố bán hàng rong. Sự thôi thúc này như là một động cơ của hoạt động gắn liền với nỗ lực ý chí và thể hiện sự nỗ lực ấy để đạt mục đích - cần tiên để nuôi sống bản thân và phát triển gia đình.

Nhu cầu tiếp theo là nhu cầu lao động. Nhu cầu này là hoạt động sinh tồn thiết yếu. Điều này thể hiện khi con người mất khả năng lao động thì người đó cảm thấy bồn chồn, căng thẳng, khó chịu. Những người dân ở nông thôn vốn quanh năm làm việc đồng áng nhưng nay đồng ruộng ít, công việc làm nhàn hạ, không kiếm đủ ăn nuôi gia đình. Vì vậy họ phải tìm việc khác để lao động kiếm sống phụ thêm vào đồng ruộng. Đó là nhu cầu thiết yếu không thể thiếu được với họ.

Nhu cầu cuối cùng là nhu cầu nhận thức (hiểu biết). Nhu cầu nhận thức thực tại khách quan giúp con người thoát khỏi sự chi phối bên ngoài. Đồng thời giúp họ tự nhìn nhận bản thân, tự thỏa mãn các nhu cầu của bản thân. Nhu cầu nhận thức của những người bán rong là nhu cầu về lợi ích mà công việc bán rong đem lại cho bản thân người bán rong và gia đình họ. Người bán rong nhận thức ra thành phố có thể cải thiện đời sống khó khăn ở quê và sau nhiều năm họ rút ra được nhiều kinh nghiệm giúp cho việc bán rong được hiệu quả.

Như vậy, nhu cầu của những người bán hàng rong khá phong phú. Ở từng thời điểm, nhu cầu này có thể trội hơn, mang tính cấp bách hơn nhu cầu kia. Nhưng nhìn chung người bán hàng rong có ba nhu cầu nổi trội ở họ là nhu cầu cần tiên, nhu cầu lao động (làm việc) và nhu cầu nhận thức (hiểu

biết). Chính những nhu cầu này đã thúc đẩy người nông thôn ra thành phố bán rong, đồng thời những nhu cầu này cũng xác định những hướng suy nghĩ, tình cảm, ý chí của người bán rong trong quá trình đi bán hàng ở Hà Nội.

1.3.2. Nhận thức của người bán hàng rong

Trong cuộc sống hàng ngày, chúng ta thường nhận thức các sự vật, hiện tượng và thể hiện thái độ và hành động của mình. Thông qua nhận thức, con người phản ánh hiện thực khách quan xung quanh mình và cả hiện thực của bản thân mình.

Như vậy, nhận thức là sự phản ánh thế giới khách quan vào bộ óc con người nhưng không phải là sự phản ánh đơn giản, thụ động mà là quá trình biện chứng dựa trên hoạt động tích cực của chủ thể trong mối quan hệ với khách thể. Tính tích cực của chủ thể được thể hiện: một mặt chủ thể tác động vào thế giới khách quan, mặt khác con người còn sáng tạo trong hoạt động để nắm bắt được bản chất, quy luật của thế giới khách quan tác động làm cho thế giới khách quan phát triển không ngừng [27].

Dưới góc độ Tâm lý học, nhận thức thể hiện tính tích cực hoạt động tư duy của con người, là khả năng phản ánh những thuộc tính của sự vật, hiện tượng, mối quan hệ của chúng trong hiện thực khách quan thông qua hoạt động thực tiễn của con người. Quá trình sống đòi hỏi con người phải nắm bắt, phải hiểu được quy luật của tự nhiên và xã hội để tham gia cải tạo tự nhiên - xã hội có hiệu quả. Trong việc nhận thức thế giới, con người có thể đạt tới những mức độ nhận thức khác nhau, từ thấp tới cao, từ đơn giản đến phức tạp. Mức độ thấp là nhận thức cảm tính, bao gồm cảm giác và tri giác. Mức độ cao là nhận thức lý tính, bao gồm tư duy và tưởng tượng.

Nhận thức của người bán hàng rong về công việc bán hàng của họ lúc đầu là nhận thức cảm tính. Một số người thấy việc ra Hà Nội kiếm sống của những người khác trong làng là hành động cần thiết nhằm cải thiện cuộc sống

khó khăn. Tuy nhiên, nhận thức của họ chỉ dừng lại ở mức độ biết tới, bắt chước, adua. Ở mức độ nhận thức cảm tính, những người bán rong thấy ham muốn với công việc bán hàng rong vì kiếm được nhiều tiền hơn làm ruộng ở quê. Họ đi bán hàng là do bị rũ rê ra thành phố mà không có hiểu biết về cuộc sống và công việc bán rong, vì vậy họ thường mất thời gian ban đầu để thích ứng, để “rút kinh nghiệm”. Ở mức độ nhận thức lí tính, với sự tham gia của quá trình tư duy và sự trải nghiệm cuộc sống bán rong ở đô thị của bản thân. Những hiểu biết về việc ra đô thị làm việc của người bán hàng rong đã thay đổi. Họ thấy được lợi ích của công việc đó và bắt đầu nhận biết được phải làm gì và phải cư xử như thế nào để có thể tồn tại giữa đất kinh kỳ. Họ phát triển các kỹ năng bán hàng và dần dần bán rong trở thành “nghề” của họ, mặt khác họ cũng dần hoàn thiện “nhân cách của người bán rong”.

Tóm lại, nhận thức của người bán rong được thể hiện ở chỗ thông qua công việc bán rong của mình, người bán rong nhận thức được ý nghĩa của việc bán hàng rong với người dân Hà Nội, ảnh hưởng tích cực và tiêu cực của việc bán hàng rong đến mỹ quan đường phố, và cách họ nhìn nhận về tương lai của công việc.

1.3.3. Tâm trạng của người bán hàng rong

Trong tâm lý học có nhiều quan điểm khác nhau về tâm trạng:

D.N.Vinatte trong thuyết tâm thể cho rằng tâm trạng là một trạng thái tâm lý hoàn chỉnh trong tính tích cực xã hội của con người.

A.C. Kovaliov lại cho rằng tâm trạng là một trạng thái cảm xúc của cá nhân hoặc của tập thể. Nó là sự tổng hợp độc đáo và tác động lẫn nhau giữa cảm xúc. [17, tr. 115]

Theo các nhà sinh lý học, tâm trạng là một quá trình hưng phấn hay ức chế thần kinh diễn ra ở một mức độ nhất định trong phạm vi một hệ thống bộ máy phân tích nào đó hay trên toàn vỏ não.

Có thể nói, tâm trạng là trạng thái tâm lý tương đối bền vững, có cường độ yếu hoặc trung bình, tùy theo hoàn cảnh. Tâm trạng khác với tình cảm, cảm xúc ở chỗ ý nghĩa của các sự kiện liên quan đến con người. Tâm trạng có vai trò quan trọng trong đời sống tâm lý của mỗi cá nhân. Nó ảnh hưởng và chi phối mọi hoạt động của đời sống cá nhân hay xã hội. Tâm trạng xã hội phản ánh hoàn cảnh sống và hoạt động thuận lợi hoặc không thuận lợi. Hoàn cảnh kinh tế sung túc thì sẽ tạo cho người ta tâm trạng dễ chịu.

Như vậy, tâm trạng của người bán hàng rong là trạng thái cảm xúc của họ đối với gia đình ở quê, đối với việc đi bán hàng ở thành phố, đối với mức thu nhập hàng tháng mà họ kiếm được từ công việc bán rong. Tâm trạng này phản ánh hoàn cảnh sống của người bán rong, những thuận lợi và khó khăn khi họ kiếm sống ở Hà Nội.

Đối với người bán hàng rong, tâm trạng lo âu là trạng thái tâm lý thường xuyên ở họ. Những yếu tố ảnh hưởng đến tâm trạng của người bán rong thường phụ thuộc vào hàng bán chạy hay bị ế; có bị lực lượng cảnh sát bắt, hay phạt tiền không, có bị lừa đảo không. Thực tế tâm trạng lo âu của người bán rong đã ảnh hưởng và chi phối mọi hoạt động sống của họ ở đô thị và thậm chí ảnh hưởng đến cả khả năng thu nhập hàng ngày của họ.

1.3.4. Kỹ năng ứng xử của người bán hàng rong

Kỹ năng được hiểu một cách thông thường là có năng lực thực hiện một hành động hay hoạt động nào đó có kết quả. Song bản chất kỹ năng là gì lại được các nhà khoa học nghiên cứu và đề cập tới ở những góc độ khác nhau.

Các tác giả A.G. Kovaliov [16], S. Henry, (1981) [31] xem kỹ năng như là sự đưa ra cách thức hành động hợp với mục đích trong điều kiện nhất định. Khi đề cập tới kỹ năng, tác giả Trần Trọng Thủy [26], Đào Thị Oanh [20] cũng nhấn mạnh khả năng vận dụng những tri thức hiểu biết vào thực tiễn. Như vậy, một điểm chung nhất về kỹ năng trong quan niệm của các tác giả nêu trên đó là sự nhấn mạnh phương thức của hành động.

Trong khi đó N.D. Levitov và K.K. Platonov, G.G. Golubev xem kỹ năng như là năng lực của con người giúp họ thực hiện một hoạt động có hiệu quả trong điều kiện mới [dẫn theo 18]. Các tác giả Vũ Dũng, Nguyễn Quang Uẩn, Trần Quốc Thành [6], [27], [25] cũng xem việc có kỹ năng là năng lực vận dụng tri thức về hành động, hay thao tác của hành động theo đúng quy trình để có kết quả mong muốn. Như vậy, kỹ năng trong các quan điểm này không chỉ đơn thuần ở khía cạnh kỹ thuật của hành động mà còn là sự gắn kết với việc vận dụng tri thức trong điều kiện nhất định.

Trong những năm gần đây khi đề cập tới kỹ năng nghề nghiệp người ta không chỉ dừng lại ở tiêu chí kết quả chính xác, khả năng linh hoạt, mà còn xem xét các yếu tố thái độ, động cơ của cá nhân trong thực hiện hành động có kỹ năng đó. Cách tiếp cận này xem xét kỹ năng ở góc độ rộng hơn khi nó kết nối các yếu tố kiến thức, kỹ thuật và giá trị (thái độ, niềm tin) trong hành vi của một hoạt động nhất định. Cách tiếp cận này được J.N. Richard (2003) coi đó là những hành vi được thể hiện ra hành động bên ngoài và là kết quả của sự nối kết giữa lý thuyết và giá trị (thái độ, niềm tin) [32].

Ứng xử là sự phản ứng của con người đối với sự tác động của người khác đến mình trong một tình huống cụ thể nhất định. Nó thể hiện ở chỗ con người không chủ động trong giao tiếp mà chủ động trong phản ứng có sự lựa chọn, có tính toán, thể hiện qua thái độ, hành vi, cử chỉ. Cách nói năng, tùy thuộc vào tri thức, kinh nghiệm và nhân cách của mỗi người nhằm đạt kết quả giao tiếp cao nhất.

Ứng xử trong giao tiếp giữa người bán và người mua là quá trình người bán hàng chủ động phản ứng của mình qua lời nói, thái độ, cử chỉ hành tác động phù hợp nhất tới tâm lý người mua hàng nhằm đạt tới mục đích cao nhất trong kinh doanh là tiêu thụ được sản phẩm.

Như vậy theo chúng tôi, kỹ năng ứng xử của người bán hàng rong là khả năng sử dụng ngôn ngữ (có lời và không lời) nhằm biểu đạt nhận thức,

xúc cảm, tình cảm, niềm tin... của họ với khách hàng và về các mặt hàng với mục đích bán được hàng và thu được lợi nhuận cao. Đối với nghề bán hàng rong, kỹ năng bán hàng được tích lũy qua kinh nghiệm bán hàng. Vì vậy, kỹ năng này đơn giản và chưa được coi là những kỹ xảo của nghề. Kỹ năng của người bán rong chủ yếu thể hiện qua việc nhận biết từng đối tượng khách mua hàng, người già hay thanh niên, trẻ em, phụ nữ hay nam giới, người dễ tính hay người khó tính... và khả năng ứng phó với lệnh cấm bán hàng rong, và sự truy quét bắt hàng của công an.

Tiểu kết chương 1

Tổng quan nghiên cứu về tình hình di cư lao động trên thế giới cho thấy những người dân di cư là để tìm kiếm một cuộc sống mới tốt đẹp hơn. Nghiên cứu hiện tượng bán hàng rong cho thấy ở Việt Nam vấn đề bán hàng rong đã xuất hiện từ lâu, nhưng chưa có một tài liệu nào nói chính xác về thời điểm xuất hiện của nó. Bán hàng rong được coi là một nghề, nó giúp cho người dân di cư từ nông thôn ra thành phố có thêm thu nhập để phụ giúp gia đình. Hệ thống các khái niệm cơ bản của đề tài và các khái niệm có liên quan như: Người bán hàng rong, nhu cầu của người bán hàng rong, nhận thức của người bán hàng rong, tâm trạng của người bán hàng rong, kỹ năng ứng xử của người bán hàng rong giúp chúng tôi hiểu rõ các đặc điểm tâm lý - xã hội của người bán rong, đó là những thông tin chung về người bán rong và công việc của họ, những đặc điểm tâm lý nổi trội: nhu cầu của người bán rong, nhận thức của người bán rong, tâm trạng của người bán rong và kỹ năng ứng xử của người bán rong. Trên cơ sở các khái niệm lý luận này, chúng tôi phân tích được đặc điểm tâm lý - xã hội nổi trội của người dân di cư bán hàng rong ở Hà Nội trong chương 3: Kết quả nghiên cứu thực tiễn.

Chương 2

TỔ CHỨC VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Tính khoa học của đề tài chỉ có ý nghĩa khi thông qua việc tổ chức và thực hiện các phương pháp nghiên cứu.

2.1. TỔ CHỨC NGHIÊN CỨU

Để có thể chứng minh được giả thuyết khoa học của đề tài, nhằm tìm hiểu đặc điểm tâm lý - xã hội của người dân di cư bán hàng rong ở Hà Nội, qua đó đề xuất một số khuyến nghị giúp các cơ quan chức năng đưa ra những giải pháp quản lý, hỗ trợ và giúp đỡ có hiệu quả nhóm người ngoại tỉnh bán rong trên các đường phố Hà Nội, đề tài tiến hành tổ chức nghiên cứu theo 3 giai đoạn

2.1.1. Giai đoạn 1: Nghiên cứu lý luận

2.1.1.1. Mục đích nghiên cứu

- Hệ thống hóa một số vấn đề lý luận cơ bản về quản lý: tổng quan nghiên cứu về di cư có căn nguyên kinh tế, tổng quan về tình hình bán hàng rong ở Hà Nội.

- Hệ thống hóa một số lý luận cơ bản liên quan tới các khái niệm về bán hàng rong và người bán hàng rong, các khái niệm tâm lý liên quan đến người bán hàng rong (nhu cầu, tâm trạng, tính cách, kỹ năng ứng xử).

2.1.1.2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu lý luận được dùng chủ yếu là phương pháp nghiên cứu tài liệu. Phương pháp này bao gồm các giai đoạn như phân tích, tổng hợp, hệ thống hóa và khái quát hóa lý thuyết, cũng như những nghiên cứu của các tác giả trong và ngoài nước đã được đăng tải trên các sách báo và tạp chí về các vấn đề liên quan đến tình hình di dân có căn nguyên kinh tế và tình hình bán hàng rong ở Hà Nội.

2.1.1.3. Nội dung nghiên cứu

- Phân tích, tổng hợp những công trình nghiên cứu của các tác giả trong và ngoài nước về đến tình hình di dân có căn nguyên kinh tế, tình hình bán hàng rong ở Hà Nội.

- Xác định các khái niệm công cụ và các khái niệm liên quan: Người bán hàng rong, nhu cầu của người bán hàng rong, nhận thức của người bán hàng rong, tâm trạng của người bán hàng rong, kỹ năng ứng xử của người bán hàng rong. Những khái niệm cơ bản này là những vấn đề then chốt trong việc phân tích các đặc điểm tâm lý và đặc điểm xã hội của người bán hàng rong.

2.1.2. Giai đoạn 2: Khảo sát thử

2.1.2.1. Mục đích khảo sát

- Xác định sự phù hợp và độ tin cậy của bảng hỏi (phiếu trưng cầu) và đề cương phỏng vấn sâu, tiến hành chỉnh sửa các câu hỏi không đạt yêu cầu.

- Hình thành và chuẩn hóa các phương pháp xử lý kết quả.

2.1.2.2. Khách thể được khảo sát

Các đối tượng trong khảo sát thử là 20 người bán hàng rong trên đường phố Hà Nội, phỏng vấn sâu 01 người dân mua hàng và 01 cán bộ quản lý.

2.1.2.3. Quy trình khảo sát thử

- Xây dựng hệ thống bảng hỏi (phiếu trưng cầu)

+ *Mục đích*: Xác định độ tin cậy và tính bao quát của bảng hỏi

+ *Nội dung*: Tiến hành khảo sát thử bảng hỏi

+ *Khách thể nghiên cứu*: 22 khách thể đại diện cho các mặt hàng, người mua hàng và cán bộ quản lý.

+ *Phương pháp*: Điều tra bằng bảng hỏi đã được xây dựng

- Cách xử lý số liệu

Sau khi các bảng hỏi được tập hợp, kết quả được xử lý bằng chương trình SPSS trong môi trường Window, phiên bản 13.0. Trong phần này, chúng tôi sử dụng kỹ thuật thống kê ứng dụng phân tích dữ liệu trong các nghiên cứu khoa học xã hội là phân tích độ tin cậy của bảng hỏi bằng phương pháp tính hệ số Alpha.

Độ tin cậy là hệ số tương quan của tỷ lệ trả lời đúng/ sai giữa các lần đo lường bằng các thang đo lường tương đương. Một thang đo lường được coi là đáng tin cậy khi ta thực hiện những phép đo liên tiếp trên cùng một chủ thể, trong cùng những điều kiện như nhau và ta đều thu được kết quả giống nhau và kết quả có tính bền vững. Để tính độ tin cậy của thang đo chúng tôi sử dụng phương pháp tính hệ số Alpha Cronbach theo công thức sau:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left(1 - \frac{\sum \delta_i^2}{\delta_x^2} \right)$$

Trong đó: α là độ tin cậy của thang đo

K là số item trong thang đo

$\sum \delta_i^2$ là tổng các phương sai của các item trong thang đo

δ_x^2 là phương sai của toàn bộ thang đo

Kết quả tính độ tin cậy Alpha Cronbach trong các câu hỏi của phiếu trưng cầu ý kiến (bảng hỏi) cho thấy tất cả những câu hỏi trên đều có giá trị alpha cho phép từ 0,6 đến 0,9.

Như vậy, với kết quả tính độ tin cậy của các bảng hỏi trong giới hạn cho phép, bảng hỏi đạt độ tin cậy. Trên cơ sở xác định độ tin cậy, đồng thời tham khảo ý kiến của một số chuyên gia nghiên cứu và có kinh nghiệm, chúng tôi đã chỉnh sửa và hoàn thiện một số câu hỏi nhằm nâng cao độ tin cậy của thang đo và phù hợp với đối tượng nghiên cứu là những người dân di cư bán hàng rong ở Hà Nội. Bảng hỏi được lập ra và sử dụng trong điều tra chính thức.

2.1.3. Giai đoạn 3: Khảo sát chính thức

2.1.3.1. Mục đích khảo sát chính

Tìm hiểu đặc điểm tâm lý - xã hội của người dân di cư bán hàng rong ở Hà Nội, từ đó đưa ra kết luận và đề xuất của nghiên cứu.

2.1.3.2. Chọn mẫu nghiên cứu

Khi chọn mẫu nghiên cứu, chúng tôi xuất phát từ những căn cứ sau:

- Xuất phát từ mục đích, nhiệm vụ nghiên cứu của đề tài nhằm tìm hiểu đặc điểm tâm lý - xã hội của người dân di cư bán hàng rong ở Hà Nội
- Căn cứ vào đặc điểm của khách thể nghiên cứu là những người dân di cư bán hàng rong với giới tính, độ tuổi, trình độ học vấn khác nhau.

Xuất phát từ những căn cứ trên, chúng tôi chọn mẫu để điều tra chính thức như sau:

- Địa bàn nghiên cứu

Địa bàn được lựa chọn là một số quận của thành phố Hà Nội: Hoàn Kiếm, Ba Đình, Hai Bà Trưng, Đống Đa, Thanh Xuân, Hoàng Mai.

Khách thể nghiên cứu

- Khách thể điều tra bằng hỏi

Khách thể trong nghiên cứu này là những người những người dân di cư bán hàng rong ở Hà Nội. Do vậy, khách thể của chúng tôi rất đa dạng và phong phú về giới tính, độ tuổi, trình độ... và được thể hiện cụ thể trong bảng dưới đây:

Bảng 2.1. Một số đặc điểm của khách thể nghiên cứu

		Số lượng	Tổng
Giới tính	Nam	144	300
	Nữ	156	
Học vấn	Cấp I	68	300
	Cấp II	192	
	Cấp III	40	
Độ tuổi	18-24 tuổi	22	300
	25-39 tuổi	156	
	40-55 tuổi	122	
Mặt hàng bán	Hoa quả	74	300
	Đồ ăn	76	
	Rau	20	
	Đồ nhựa	42	
	Hàng xén/ quần áo	60	
	Sách báo/ vé số	12	
	Sành sứ	16	

+ Về giới tính

Trong nghiên cứu này, chúng tôi chủ định lựa chọn khách thể nam và nữ tương đương nhau để tìm hiểu về quan niệm của mỗi giới về nghề bán hàng rong.

+ Về độ tuổi

Độ tuổi của khách thể chúng tôi lựa chọn từ 18-55 tuổi (chúng tôi sẽ phân tích ở phần 3.1. Đặc điểm xã hội của người dân di cư bán hàng rong ở Hà Nội)

+ Về trình độ học vấn

Bảng 2.1 còn cho thấy trình độ học vấn của phần đông khách thể nghiên cứu là cấp II, chiếm 64.0%. Khách thể nghiên cứu có trình độ cấp III

chỉ chiếm có 13,3%, tức là có 40 người. Điều này cho thấy những người bán hàng rong có trình độ học vấn thấp.

- Số lượng khách thể phỏng vấn bán cấu trúc

Người bán hàng: 03 người ; Khách mua hàng: 06 người; Công an, cán bộ quản lý chợ: 03 người.

2.1.3.3. Điều tra chính thức

Trong giai đoạn điều tra chính thức, chúng tôi tiến hành điều tra bằng bảng hỏi 300 người bán hàng rong. Hình thức chúng tôi tiến hành là: gặp gỡ những người được điều tra, hỏi chuyện và đánh dấu vào phiếu. Ngoài ra chúng tôi cũng tiến hành phỏng vấn sâu một số người bán hàng rong, một số khách mua hàng, công an, cán bộ quản lý. Yêu cầu của chúng tôi khi điều tra là người trả lời bảng hỏi cũng như phỏng vấn phải trong trạng thái tinh táo, vui vẻ, chấp nhận việc trả lời. Để thuận lợi và đảm bảo chính xác, khách quan cho việc điều tra, chúng tôi giới thiệu và hướng dẫn bảng hỏi hoặc nội dung cần phỏng vấn, sau đó dành cho người được hỏi có khoảng thời gian nhất định để trả lời.

Qua việc sử dụng phương pháp điều tra bằng bảng hỏi và phỏng vấn sâu, chúng tôi thu được những thông tin về khách thể nghiên cứu. Những phiếu điều tra thu được và nội dung các phỏng vấn sâu có tương đối đầy đủ những thông tin cần thiết được chúng tôi sử dụng làm dữ liệu chính khi phân tích và được trình bày trong luận văn.

2.1.3.4. Phân tích số liệu thu được

Những dữ liệu thu được bằng những phương pháp nghiên cứu khác nhau được chúng tôi sử dụng phương pháp thống kê toán học để phân tích. Theo mục đích và nhiệm vụ đặt ra, dữ liệu thu về được phân tích thành 2 mảng chính: Đặc điểm xã hội của người dân di cư bán hàng rong ở Hà Nội và Đặc điểm tâm lý của người dân di cư bán hàng rong ở Hà Nội.

2.2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU THỰC TIỄN

Để giải quyết các nhiệm vụ của luận văn, chúng tôi sử dụng tổng hợp các phương pháp nghiên cứu sau:

2.2.1. Phương pháp nghiên cứu tài liệu

2.2.1.1. Mục đích nghiên cứu

Trong quá trình nghiên cứu số liệu thứ cấp chúng tôi đã tìm hiểu, tổng hợp, khái quát cũng như là phân tích nhiều tài liệu khác nhau có liên quan đến vấn đề di cư lao động, vấn đề người bán hàng rong và các đặc điểm tâm lý - xã hội của họ. Dựa trên những nghiên cứu này chúng tôi xây dựng cơ sở lý luận cho đề tài của mình.

2.2.1.2. Nội dung nghiên cứu

- Những tài liệu chúng tôi tìm hiểu và nghiên cứu có nội dung tập trung vào vấn đề di dân có căn nguyên kinh tế trên thế giới và ở Việt Nam, tình hình bán hàng rong ở Hà Nội.

- Nghiên cứu những chuyên đề, bài viết của các tác giả trong nước và ngoài nước, một số công trình trên được đăng tải trên các sách báo, tạp chí, mạng internet...

- Nghiên cứu các tài liệu chuyên ngành tập trung vào một số khái niệm tâm lý (nhu cầu, nhận thức, tâm trạng, kỹ năng), qua đó phân tích một số đặc điểm tâm lý của người bán hàng rong như nhu cầu của người bán hàng rong, nhận thức của người bán hàng rong, tâm trạng của người bán hàng rong, kỹ năng ứng xử của người bán hàng rong.

2.2.1.3. Cách tiến hành

Để nghiên cứu, phân tích và nhằm tìm hiểu đặc điểm tâm lý - xã hội của người dân di cư bán hàng rong ở Hà Nội chúng tôi tìm hiểu các nguồn tài liệu. Nguồn tư liệu tập trung vào các vấn đề:

- Tình hình di dân có căn nguyên kinh tế trên thế giới và ở Việt Nam.
- Tình hình bán hàng rong ở Hà Nội.
- Một số giải pháp

Từ việc phân tích văn bản, tài liệu, chúng tôi xác định nội hàm một số khái niệm cơ bản và các khái niệm liên quan: Người bán hàng rong, nhu cầu của người bán hàng rong, nhận thức của người bán hàng rong, tâm trạng của người bán hàng rong, kỹ năng ứng xử của người bán hàng rong.

2.2.2. Phương pháp phỏng vấn sâu

2.2.2.1. Mục đích phỏng vấn sâu

Nhằm tìm hiểu sâu thêm những kinh nghiệm bán hàng, cuộc sống và các ứng xử của người bán hàng rong khi kiếm sống ở Hà Nội. Ý kiến của người bán hàng, khách mua hàng, công an, cán bộ quản lý chợ xung quanh vấn đề cấm bán hàng rong, qua đó góp phần đưa ra các giải pháp giúp đỡ những người bán rong.

2.2.2.2. Khách thể nghiên cứu

Chúng tôi phỏng vấn trực tiếp 03 người bán hàng rong, 06 khách mua hàng và 03 công an/ cán bộ quản lý.

2.2.2.3. Nội dung phỏng vấn

Nội dung phỏng vấn được chúng tôi chuẩn bị cho 3 loại đối tượng kể trên:

Đối với người bán hàng rong, những ý kiến được phân loại theo chủ đề: Tâm trạng khi nghĩ về gia đình ở quê khi bán hàng ở Hà Nội, Những khác biệt giữa nam giới và phụ nữ bán hàng, Kỹ năng ứng xử với khách hàng, với người cùng nghề, với cán bộ công an, Cái được và mất của nghề bán rong; Và những mong muốn của họ đối với công việc bán rong.

Đối với khách mua hàng, những ý kiến được phân loại theo chủ đề: Đánh giá về hàng rong trước đây và bây giờ, Những ảnh hưởng tích cực và tiêu cực của hiện tượng bán hàng rong, Đề xuất giải pháp.

Đối với công an và cán bộ quản lý, những ý kiến được phân loại theo chủ đề: Các hình thức xử phạt khi người bán hàng rong vi phạm, Quản lý đăng ký tạm trú, Những quy định về hàng rong, Ảnh hưởng tích cực, tiêu cực của hàng rong, Giải pháp cho các cơ quan chức năng trong việc quản lý người bán rong.

2.2.2.4. Cách tiến hành

Chúng tôi đã tiến hành gặp gỡ và trực tiếp phỏng vấn sâu từng khách thể. Bên cạnh những nội dung phỏng vấn đã được chuẩn bị từ trước, chúng tôi cũng chuẩn bị hình thức phỏng vấn theo ngữ cảnh, theo nội dung khách thể đề cập đến. Trong quá trình phỏng vấn, bên cạnh việc ghi chép các ý chính chúng tôi còn ghi âm lại cuộc phỏng vấn.

2.2.3. Phương pháp điều tra bằng hỏi (ankét)

2.2.3.1. Mục đích điều tra

Đây là một trong những phương pháp chính được sử dụng để thu thập thông tin phục vụ cho đề tài nghiên cứu. Sử dụng phương pháp này chúng tôi nhằm tìm hiểu về thực trạng cuộc sống, công việc và những tâm tư của người bán hàng rong trên đường phố Hà Nội.

2.2.3.2. Nội dung bảng hỏi

A. Cấu trúc của bảng hỏi gồm 48 câu

- a. Đặc điểm xã hội của người bán hàng rong
 - Độ tuổi và giới tính: Câu 48
 - Quê quán xuất thân: Câu 48
 - Trình độ học vấn: Câu 48
 - Hoàn cảnh gia đình: tình trạng hôn nhân; nghề của chồng/ vợ, số con trai, con gái: Câu 48
 - Hoàn cảnh sống hiện tại:

- + Mặt hàng bán: Câu 1, 2
- + Nguồn vốn/ số vốn: Câu 3
- + Thời gian và không gian bán hàng: Câu 10, 11, 12
- + Thu nhập: Câu 4, 5
- + Chi phí sinh hoạt: ăn, ở, đi lại, chi khác: Câu 6, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 27
- + Thời gian biểu trong ngày: thời điểm dậy, ngủ tối; thời điểm đông khách, vắng khách: Câu 13

+ Tình trạng sức khỏe: Câu 14, 25

b. Đặc điểm tâm lý của người bán hàng rong

- Lý do ra thành phố bán hàng: Câu 26

- Nhu cầu của người bán hàng rong

+ Thăm quan, giải trí, các hoạt động tại nơi ở trọ: Câu 22, 43

+ Liên hệ ở quê: Câu 23

+ Các mối quan hệ trên thành phố: Câu 42

- Nhận thức về công việc bán rong

+ Ý nghĩa của việc bán hàng rong với người dân Hà Nội: Câu 37

+ Nhận thức về ảnh hưởng của việc bán hàng rong đến mỹ quan đô thị:

Câu 40

+ Sự khác biệt giữa nam giới và phụ nữ bán hàng: Câu 29

+ Suy nghĩ về tương lai của công việc: Câu 46

- Tâm trạng/ tình cảm của người bán hàng rong

+ Tâm trạng khi nghĩ về gia đình ở quê: Câu 7, 8, 9, 24, 25

+ Tâm trạng khi đi bán hàng: Câu 38, 39

+ Mức độ hài lòng với công việc: Câu 30

+ Tâm trạng khi có lệnh cấm bán hàng rong: Câu 44, 45

- Tính cách điển hình của người bán hàng rong: Câu 28

- Kỹ năng ứng xử của người bán hàng rong
- + Thích bán hàng cho đối tượng nào: Câu 31
- + Lợi thế khi nhận biết từng đối tượng khách hàng: Câu 32, 33
- + Quan niệm về lộc của người bán hàng: Câu 34
- + Ứng xử khi gặp khách hàng khó tính: Câu 35
- + Ứng xử khi bị công an bắt: Câu 36

c. Giải pháp: Câu 47

2.2.3.3. Cách tiến hành

Khách thể điều tra

Khách thể là người bán hàng rong có trình độ học vấn thấp và không tương đương nhau nên chúng tôi không phát phiếu để họ tự làm mà phải tự mình đi hỏi và điền các thông tin. Tổng số phiếu phát ra là 323, sau khi loại bỏ những phiếu không hợp lệ, không đạt yêu cầu (các câu trả lời không khớp) cuối cùng chúng tôi thu được 300 phiếu.

Nguyên tắc điều tra

Các khách thể tham gia điều tra được trả lời độc lập, theo nhận định của cá nhân.

Bảng hỏi được thiết kế những câu hỏi đóng xen lẫn các câu hỏi mở nhằm mục đích kiểm tra và bổ sung lẫn nhau.

Quá trình thực hiện phương pháp điều tra bảng hỏi được thực hiện theo 3 giai đoạn chính là: thiết kế bảng hỏi, khảo sát thử, điều tra chính thức. Mỗi giai đoạn có mục đích và nội dung cụ thể khác nhau (đã trình bày phần tổ chức nghiên cứu).

2.2.4. Phương pháp quan sát

+ Mục đích:

Quan sát trực tiếp các hành vi, cử chỉ, lời nói của người bán hàng khi bán hàng cho khách.

+ *Khách thể*: Người bán hàng rong

+ *Nội dung*:

Quan sát trực tiếp những biểu hiện về hành vi, ngôn ngữ, kỹ năng ứng xử của người bán hàng rong. Quan sát bằng các giác quan, qua các phương tiện ghi âm, chụp ảnh.

+ *Phương pháp*:

- Nguyên tắc: Thống nhất với người bán hàng về việc đảm bảo tính bí mật cho họ và xin phép được ghi lại hình ảnh

- Tiến hành: Chúng tôi thực hiện hoạt động quan sát tại tuyến phố Xuân Thủy, Trương Định, Kim Ngưu, Bà Triệu, Bờ Hồ...

2.2.5. Phương pháp nghiên cứu trường hợp

Chúng tôi sử dụng phương pháp này để mô tả, giới thiệu 3 trường hợp nghiên cứu sâu về người bán hàng rong với những đặc điểm tâm lý- xã hội nổi bật.

Mục đích của giới thiệu trường hợp

- Trình bày thông tin chung về người bán rong
- Mô tả công việc, thu nhập của họ
- Mô tả cuộc sống của họ khi ở thành phố
- Mô tả các mối quan hệ của người bán rong: mối quan hệ với gia đình, với người cùng ở trọ, chủ nhà trọ...
- Mô tả vấn đề sức khỏe, vấn đề liên quan đến luật pháp, giải pháp cho người bán rong
- Phân tích một số đặc điểm tâm lý điển hình: tính cách, kỹ năng ứng xử...

Qua đó thấy được bức chân dung về con người, cuộc sống, công việc của người bán rong, cũng như những đặc điểm tâm lý nổi trội của họ.

2.2.6. Phương pháp thống kê toán học

Sử dụng phương pháp thống kê toán học để phân tích các kết quả khảo sát thực tiễn. Các số liệu thu được sau khi khảo sát thử cũng như điều tra chính thức được xử lý bằng chương trình phần mềm thống kê SPSS dùng trong môi trường Window, phiên bản 13.0.

Những bảng hỏi thu được sau khi khảo sát thử, chúng tôi sử dụng phần mềm trên để phân tích độ tin cậy của bảng hỏi, độ khó, giá trị của các câu hỏi, xem xét tương quan giữa từng câu hỏi với toàn bộ hệ thống bảng hỏi.

Để sử dụng phần mềm thống kê SPSS, khi phân tích các kết quả thu được qua điều tra chính thức bằng bảng hỏi, chúng tôi đã lượng hóa các kết quả trả lời của khách thể để tiện cho việc xử lý số liệu.

- Phân tích sử dụng thống kê mô tả

Phân phân tích sử dụng thống kê mô tả, chúng tôi sử dụng các chỉ số sau:

Giá trị phần trăm (%)

$$X = \frac{m}{n} \times 100\%$$

Trong đó: X: tỷ lệ phần trăm (%)

m: số ý kiến đánh giá

n: số khách thể nghiên cứu

- Phân tích tương quan nhị biến

Tương quan nhị biến là tương quan giữa hai biến số. Mục đích tương quan là tìm hiểu sự liên hệ bậc nhất giữa hai biến số, cụ thể là biến thiên ở một biến số xảy ra đồng thời với sự biến thiên ở biến số kia như thế nào. Mức độ liên kết hay độ mạnh của mối quan hệ giữa hai biến số được chỉ số hóa bởi hệ số tương quan (r)

Trong nghiên cứu này, chúng tôi sử dụng hệ số tương quan Pearson product-moment (r) để xác định sự tương quan giữa hai biến số. Hệ số tương

quan này có giá trị từ -1 đến +1 cho biết độ mạnh của mối liên hệ giữa hai biến số.

Hướng của mối quan hệ đó thuận hay nghịch, thể hiện ở dấu của r . Khi r có giá trị + ($r > 0$) cho biết mối liên hệ thuận, khi có giá trị - ($r < 0$) cho biết mối quan hệ nghịch, còn khi $r = 0$ cho biết không có mối quan hệ giữa hai biến số. Đối với mỗi tương quan để có thể biết mức độ ý nghĩa của mối quan hệ đó dựa vào hệ số xác suất (p). Trong nghiên cứu này $\alpha = 0.05$ là cấp độ có ý nghĩa. Khi $p < 0.05$ thì giá trị của r được chấp nhận là có ý nghĩa cho phân tích mối quan hệ giữa hai biến số.

Cụ thể chúng tôi sử dụng hệ số tương quan r để tìm hiểu mối quan hệ giữa độ tuổi và giới tính, độ tuổi và trình độ học vấn, mức độ lo lắng với số tiền gửi về hàng tháng, mức độ hài lòng với công việc và thu nhập của người bán rong... nhằm làm rõ hơn đặc điểm tâm lý của người bán hàng rong.

2.3. THỜI GIAN THỰC HIỆN LUẬN VĂN

Đề tài được triển khai nghiên cứu từ tháng 7/2007 đến tháng 11/ 2008 với các bước thực hiện cụ thể như sau:

- Tháng 7/2007 đến tháng 9/2007: Nghiên cứu tài liệu có liên quan để xây dựng cơ sở lý luận, lập đề cương nghiên cứu.

- Tháng 10/2007 đến tháng 11/2007: Bổ sung, hoàn thiện cơ sở lý luận, hoàn thiện đề cương chi tiết.

- Tháng 12/2007 đến tháng 2/2008: Lựa chọn, thiết kế xong công cụ nghiên cứu. Viết xong chương 1: Cơ sở lý luận và chương 2: Tổ chức nghiên cứu

- Tháng 3/2008 đến tháng 4/2008: Tiến hành nghiên cứu trên khách thể (điều tra bằng bảng hỏi; phỏng vấn sâu; quan sát..).

- Tháng 5/2008 đến tháng 9/2008: Xử lý số liệu nghiên cứu; Viết chương 3: Kết quả nghiên cứu; Kết luận và khuyến nghị.

- Tháng 10-11/2008: Hoàn thiện luận văn

Tiểu kết chương 2

Nghiên cứu đã được thực hiện theo một quy trình có tổ chức chặt chẽ, từ khâu nghiên cứu lý luận để xác lập quan điểm chủ đạo trong việc nghiên cứu đến khâu thực tiễn về đặc điểm tâm lý - xã hội của người dân di cư bán hàng rong ở Hà Nội. Nghiên cứu đã kết hợp nhiều phương pháp thu thập và tổng hợp thông tin khác nhau như phương pháp phân tích tài liệu để tìm hiểu vấn đề di cư lao động có căn nguyên kinh tế, vấn đề người bán hàng rong và các đặc điểm tâm lý- xã hội của họ, phương pháp điều tra bằng bảng hỏi nhằm thu được số liệu định lượng về thực trạng cuộc sống, công việc và những tâm tư của người dân di cư bán hàng rong, phương pháp phỏng vấn sâu nhằm tìm hiểu sâu thêm kinh nghiệm bán hàng, cuộc sống, các ứng xử của người bán hàng rong khi kiếm sống ở Hà Nội, phương pháp quan sát để tìm hiểu sâu thêm các hàng vi, cử chỉ, lời nói của người bán hàng rong khi bán hàng cho khách, phương pháp thống kê toán học để phân tích các kết quả khảo sát thực tiễn... Các phương pháp này hỗ trợ, bổ sung cho nhau trong việc nghiên cứu đặc điểm tâm lý - xã hội của người dân di cư bán hàng rong ở Hà Nội, đồng thời cho phép có những kết quả và kết luận đủ độ tin cậy và có giá trị về mặt khoa học.

Chương 3

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU THỰC TIỄN

Quá trình đô thị hóa và công nghiệp hóa nông thôn đang diễn ra mạnh mẽ dẫn tới việc đất nông nghiệp bị thu hẹp, người nông dân mất nơi canh tác, trồng trọt - nơi mang lại nguồn thu nhập chính của người nông dân. Điều này cũng khiến cho nhiều người dân ở nông thôn bị thất nghiệp. Bên cạnh đó quá trình đô thị hóa nhanh sẽ dẫn đến chuyên môn hóa các ngành nghề, những nghề chân tay, giản đơn người thành phố không làm, những công việc này người nông thôn làm là chủ yếu. Vì vậy đã xuất hiện hiện tượng người nông dân bán hàng rong tại các thành phố lớn. Trong phần thứ I của chương 3, chúng tôi phân tích những đặc điểm xã hội của người dân di cư bán hàng rong trên đường phố Hà Nội như độ tuổi, giới tính, trình độ học vấn, quê quán xuất thân và hoàn cảnh gia đình của người bán hàng rong. Những đặc điểm về công việc, thu nhập và chi phí sinh hoạt của người bán hàng rong ở thành phố cũng được chúng tôi xem xét. Phân tích đặc điểm xã hội của nhóm người bán hàng rong tại Hà Nội cho phép chúng tôi khái quát được chân dung xã hội của người bán rong, qua đó làm sắc nét các phẩm chất tâm lý ở nhóm người này.

3.1. ĐẶC ĐIỂM XÃ HỘI CỦA NGƯỜI DÂN DI CƯ BÁN HÀNG RONG

3.1.1. Độ tuổi, giới tính, học vấn, quê quán xuất thân và hoàn cảnh gia đình của người bán hàng rong

Tất cả khách thể nghiên cứu của đề tài đều trong độ tuổi lao động từ 18- 55 tuổi và độ tuổi trung bình của người bán rong là 36,5 tuổi, xét về phương diện cá thể thì đây là độ tuổi con người có sức khỏe nói chung và sức lao động dẻo dai nhất.

Bảng 3.1: Tương quan độ tuổi và giới tính của người bán hàng rong

Độ tuổi	Nam	Nữ	Tổng
18-24 tuổi	5.6	9.0	7.3
25-39 tuổi	47.2	56.4	52.0
40-55 tuổi	47.2	34.6	40.7
Tổng	100.0	100.0	100.0

Xét về tương quan độ tuổi và giới tính, kết quả bảng 3.1 cho thấy: ở độ tuổi từ 18-39 những người bán hàng là nữ chiếm tỉ lệ nhiều hơn người bán hàng rong là nam giới chiếm 65.4% trong nhóm nghiên cứu. Khi nói đến người bán rong, người ta thường nghĩ là phụ nữ. Đặc điểm này gần như được phân hóa theo phân công lao động theo giới. Có vẻ đây là nghề phù hợp với phụ nữ do tính chất “buôn thung, bán mẹt” được gán nhiều đời với phụ nữ: “Ở đây các bà bán rong nhiều hơn các ông. Do phụ nữ chịu khó hơn nên phù hợp hơn” (phiếu số 148). Mặt khác ở độ tuổi này những người phụ nữ có sức khỏe, chịu thương, chịu khó. Đặc điểm tâm lý “tích cóp” để nuôi gia đình và nuôi bản thân có vẻ phù hợp với phụ nữ hơn: “Đa phần con gái ở làng em ra đây bán hàng là nhiều, nghề này cũng dễ làm, lại có thêm thu nhập cho bản thân, bố mẹ” (phiếu số 34).

Nhưng ở độ tuổi 40-55 thì tỉ lệ nam giới bán hàng lại nhiều hơn nữ giới ở nông thôn đây là độ tuổi mà người phụ nữ đã lên chức bà, họ ở nhà quán xuyến nhà cửa, chăm nom cháu nên ít đi ra ngoài kiếm sống. Còn những người đàn ông có sức khỏe hơn, ít bó buộc việc nhà hơn nên đi làm ăn xa nhiều hơn.

Trước vợ tôi cũng bán hàng trên này, nhưng con dâu mới sinh nên nghỉ bán luôn, ở nhà chăm cháu (phiếu số 84).

Chúng tôi còn sức khỏe nên đi bán được, chỉ các bà tầm 50 tuổi là yếu rồi, không đi được mấy (phiếu 242).

Về trình độ học vấn, nhìn chung những người bán hàng rong có trình độ học vấn thấp. Kết quả điều tra cho thấy (bảng 3.2) có 86.7% người bán hàng rong có trình độ học vấn từ cấp II trở xuống. Điều này lý giải cho việc nhóm người bán hàng rong là một trong những nhóm có trình độ học vấn thấp nhất trong nhóm những người di cư tự do. Khi xem xét sự tương quan giữa lứa tuổi và trình độ học vấn, chúng tôi nhận thấy những người bán hàng rong ở độ tuổi từ 40-55 tuổi có trình độ học vấn bậc tiểu học chiếm tỷ lệ cao nhất (29,5%) và trình độ học vấn bậc trung học phổ thông chiếm tỷ lệ thấp nhất (6,6%). Nhóm người có độ tuổi từ 40-55 tuổi là nhóm người sinh ra và lớn lên trong những năm đất nước còn chiến tranh, điều kiện học tập khó khăn khiến cho rất ít người học lên cao.

Bảng 3.2: Tương quan độ tuổi và trình độ học vấn

	18 - 24 tuổi	25 - 39 tuổi	40 - 55 tuổi	Tổng
Cấp I	9.1	19.2	29.5	22.7
Cấp II	54.5	65.4	63.9	64.0
Cấp III	36.4	15.4	6.6	13.3
Tổng	100	100	100	100

Ngược lại, với nhóm tuổi 40-55 tuổi, nhóm tuổi 18-24, nhóm tuổi sinh ra và lớn lên trong những năm đổi mới có trình độ học vấn bậc tiểu học thấp hơn nhiều so với các nhóm khách thể khác mà đề tài đang nghiên cứu. Hơn nữa nhóm tuổi này cũng có trình độ học vấn trung học phổ thông chiếm tỷ lệ cao nhất (36,4%). Điều này được giải thích bởi chính sách phát triển Giáo dục của Nhà nước từ những năm đổi mới. Hơn 20 năm đổi mới đất nước, trình độ dân trí của người Việt Nam nói chung đã được nâng cao. Trình độ học vấn của người bán hàng rong cũng phần nào được nâng lên thể hiện qua việc giảm tỷ lệ học vấn tiểu học cùng với việc tăng tỷ lệ học vấn phổ thông trung học theo lứa tuổi từ nhóm 40-55 đến nhóm 25-39 và thấp nhất ở nhóm 18-24. Tuy

nhiên, trong mặt bằng trình độ học vấn, những người bán hàng rong vẫn là nhóm có trình độ văn hóa thấp. Điều này cũng phù hợp với đặc điểm công việc bán hàng rong không đòi hỏi người tham gia phải có trình độ văn hóa cao hay trình độ chuyên môn nào đó, công việc bán hàng rong chỉ cần người lao động sự cần cù, chịu khó.

Về quê quán xuất thân của những người bán hàng rong thì kết quả khảo sát trên 300 khách thể cho thấy quê quán của họ rất đa dạng, họ đến từ khắp các vùng miền trong cả nước như Hà Tây (cũ), Nam Hà, Bắc Giang, Hưng Yên, Nam Định, Thanh Hóa, Nghệ An, Hà Tĩnh... Trong đó những khu vực lân cận gần Hà Nội, có khoảng cách trên dưới 30 km như Hưng Yên, Hà Tây, Nam Hà, Vĩnh Phúc chiếm gần $\frac{1}{2}$ số mẫu nghiên cứu (45.4%). Trong các nghiên cứu trước đây của Trần Thị Minh Đức (2006), những người bán hàng rong xuất cư từ những khu vực gần Hà Nội chiếm trên dưới 50% trong mẫu nghiên cứu [10].

Trong nghiên cứu của chúng tôi, tỉnh Nam Định có số người dân di cư ra Hà Nội bán hàng rong chiếm tỷ lệ cao nhất (22.0%). Nam Định có diện tích nhỏ hẹp (1669 km²), là một trong những tỉnh đang phát triển về công nghiệp nhẹ trong cả nước, để xây dựng các khu công nghiệp thì đất ruộng sẽ bị mất đi, đất canh tác bị thu hẹp, sản xuất không đủ khả năng để nuôi cả gia đình.

“Đất ruộng đã bị lấy thành đất xây dựng nhà máy nên chúng tôi có mấy đất đâu mà để cấy cày, nhà 5-6 miệng ăn mà chỉ có 2 sào ruộng sống làm sao được nên tôi phải đi bán hàng ở đây” (bán hàng xén, quê Nam Định).

Mặt khác không phải người dân nào ở Nam Định cũng xin được vào làm trong các khu công nghiệp (Hòa Xá, An Xá, Mỹ Trung) vì công việc này đòi hỏi sức khỏe nên chủ yếu là họ tuyển nhân công trẻ. Thu nhập thấp nên dẫn tới nhiều người ra Hà Nội để bán hàng rong.

Ngoài Nam Định, số người bán hàng rong ở Hà Nội có xuất thân từ Hà Tây (cũ) chiếm tỉ lệ lớn thứ 2 (18.7%) và Hưng Yên (12.0%) đứng thứ 3. Đây là 2 tỉnh tiếp giáp với Hà Nội, nên những người dân ở 2 tỉnh có thể đi về thường xuyên, vừa đi bán hàng lại vừa có thể quán xuyến mọi việc trong gia đình, có thể về quê bất kỳ lúc nào khi gia đình, họ hàng cần. Đây cũng là một đặc trưng hết sức tiêu biểu của người Việt Nam, thể hiện sự gắn bó mật thiết với cộng đồng, làng xóm.

Bên cạnh khoảng cách di chuyển gần, sự chênh lệch về thu nhập và mức sống giữa Hà Nội và 2 vùng này đã thu hút mạnh mẽ người dân nông thôn ra thành phố tìm kiếm việc làm với hy vọng có một cuộc sống tốt đẹp hơn. Sự

Quê em ở Hưng yên, cấy hái xong là hết việc nên em đi bán hàng thế này để tích cóp ít tiền còn lấy chồng chứ trông chờ vào ruộng thì lấy đâu ra (phiếu số 104).

phát triển của 2 tỉnh Hà Tây (cũ) và Hưng Yên chủ yếu dựa vào nông nghiệp và thủ công nghiệp. Thu nhập từ những công việc thuần nông và thủ công hiện nay không đủ đáp ứng hết những nhu cầu thiết yếu cho cuộc sống của người dân, nhất là những lúc ốm đau, bệnh tật.

Trong khi đó, những tỉnh như Thanh Hóa, Thái Bình có số người đi bán hàng rong ở Hà Nội ít hơn. Lí do ở các tỉnh kể trên có các khu công nghiệp phát triển đã thu hút lượng lao động tự do của địa phương vào làm việc. Thứ hai, vì khoảng cách từ các tỉnh này đến Hà Nội là tương đối xa dẫn tới tâm lý ngại di chuyển trong một bộ phận người lao động tự do. Thứ ba, trong các tỉnh kể trên có một số tỉnh người di cư hầu hết là nam giới và làm những công việc thiên về sức khỏe đơn thuần như bốc vác, thợ xây... như Thái Bình, Thanh Hóa... Bộ phận này thường tập trung ở các “chợ người” đường Láng, Phùng Khoang... mà chúng ta dễ dàng quan sát được.

Bên cạnh việc tìm hiểu về quê quán xuất thân của người bán hàng rong thì hiểu biết về hoàn cảnh gia đình của những người bán hàng rong giúp cũng

cho những người nghiên cứu có cái nhìn toàn diện hơn về điều kiện thúc đẩy người dân di cư ra thành phố kiếm sống nói chung và người bán hàng rong nói riêng. Trong nghiên cứu này, chúng tôi tập trung nghiên cứu làm sáng tỏ hoàn cảnh gia đình của người bán hàng rong dưới những khía cạnh: tình trạng hôn nhân, nghề nghiệp vợ/chồng, số con trong gia đình.

Về tình trạng hôn nhân, kết quả điều tra cho thấy hầu hết những người bán hàng rong ở Hà Nội đã có gia đình: có 87,3% là những người đang có gia đình hay đã từng lập gia đình. Những người chưa có gia đình chiếm tỷ lệ ít (12,7%) vì đây chỉ là công việc tạm bợ trong khi chờ đợi để kiếm một công việc ổn định hơn *“Tôi chỉ làm tạm một thời gian trong khi chờ để kiếm việc thôi”* (phiếu số 78). Với những người trẻ tuổi thì bán hàng rong như một việc để kiếm thêm lấy tiền trang trải cho chi tiêu cá nhân, một số khác thì kiếm tiền để chăm lo cuộc sống gia đình sau này *“Em đi bán hàng thế này để có thêm tiền tiêu vặt, đỡ phải xin bố mẹ”* (phiếu số 234).

Trong số những người bán hàng rong không người nào có vợ/chồng làm công ăn lương hay có lương hưu. Tỷ lệ người bán hàng rong có vợ/chồng cũng làm nghề bán hàng rong chiếm con số khá cao 17,3%, nghĩa là cả hai vợ chồng ở thành phố bán hàng rong và có thể sẽ kéo theo cả gia đình, con cái.

Chúng tôi lên đây bán hàng cả chồng cả vợ, vừa gàn gửi nhau lại vừa kiếm thêm, đỡ đần nhau những lúc ốm đau (phiếu số 134), Bây giờ cũng có nhiều nhà cả 2 vợ chồng lên Hà Nội bán hàng, nghề này cũng dễ làm, với lại ở quê đất ruộng bây giờ có mấy đâu, làm sao nuôi được cả nhà (phiếu số 178).

Kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra số người bán hàng rong có vợ/chồng là nông dân nhiều nhất, chiếm 52,7% vì họ vốn xuất thân từ nông thôn ra Hà Nội bán rong.

Ngoài ra, các nghề nghiệp khác của người vợ/chồng là những nghề tự do làm việc trong lĩnh vực phi chính thức ở nông thôn, đó là các nghề chạy xe ôm, thợ xây, làm thuê... Những công việc này thu nhập dù thấp trong xã hội nhưng nó vẫn còn hơn là làm nông.

Số con trong gia đình của người bán hàng rong là một khía cạnh quan trọng khi nghiên cứu về hoàn cảnh gia đình của người bán hàng rong. Những người ở độ tuổi 40-55 tuổi có từ 3 con trở lên chiếm 73.2%. Đây là một khó khăn đối với những người bán hàng rong, vì nhiều con có nghĩa là phải lo lắng các điều kiện đảm bảo cho tổ chức cuộc sống và học tập của các con, trừ phi con cái đã trưởng thành và tham gia làm kinh tế phụ giúp gia đình. Thực sự hiện nay vấn đề kế hoạch hóa gia đình đã được tuyên truyền rộng rãi ở nông thôn, nhưng hiện tượng sinh nhiều con để mong được đưa con trai nối dõi tông đường vẫn còn nặng nề, nhất là những vùng nông thôn xa trung tâm.

Nhà tôi có ông bà, 2 vợ chồng với 4 đứa con, đứa lớn nhất mới 19 tuổi đang học năm thứ nhất Đại học Lao động xã hội, đứa nhỏ nhất mới học lớp 3, cho nên còn phải vất vả kiếm sống nhiều để lo cho các cháu ăn học (phiếu số 205)

Nhóm tuổi 25-39 tuổi, nhóm người ở thời kỳ tiền tiến hơn thì việc sinh 3-4 con đã giảm xuống đáng kể (chiếm 30.8%). Họ cũng đã ý thức được việc sinh nhiều con sẽ gặp khó khăn về kinh tế và không có điều kiện để chăm lo cho các con học hành, ăn uống “*Bây giờ sinh con cũng ít rồi, chỉ 2 đứa thôi, để nhiều con chẳng được đi học đến nơi đến chốn*” (phiếu số 154).

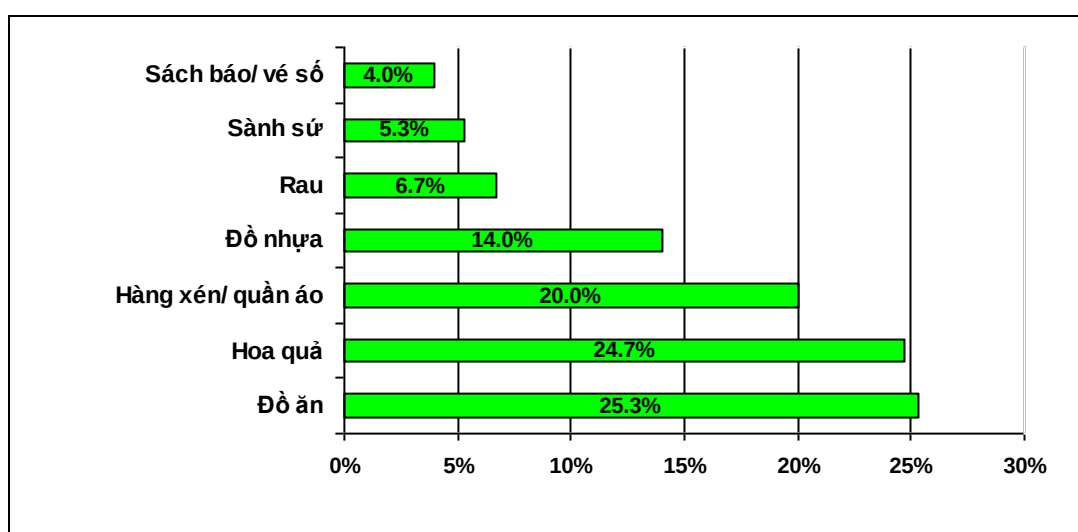
Trên đây là những thông tin chung (độ tuổi, giới tính, quê quán, trình độ học vấn, tình trạng hôn nhân) của người bán rong. Để làm rõ hơn đặc điểm xã hội của họ, chúng tôi tìm hiểu về công việc, thu nhập cũng như chi phí sinh hoạt của người bán rong ở thành phố.

3.1.2. Công việc bán rong và chi phí sinh hoạt của người bán hàng rong

a. Các loại mặt hàng và số vốn của người bán hàng rong

Dạo quanh các phố phường của Hà Nội, hầu như ở đâu ta cũng bắt gặp những người bán hàng rong với những sản phẩm hàng hóa rất đa dạng và phong phú như hàng ăn, hoa quả, hàng xén, quần áo... đến sách báo/ vé số v.v... (biểu đồ 3.1)

Biểu đồ 3.1: Các mặt hàng của người bán hàng rong

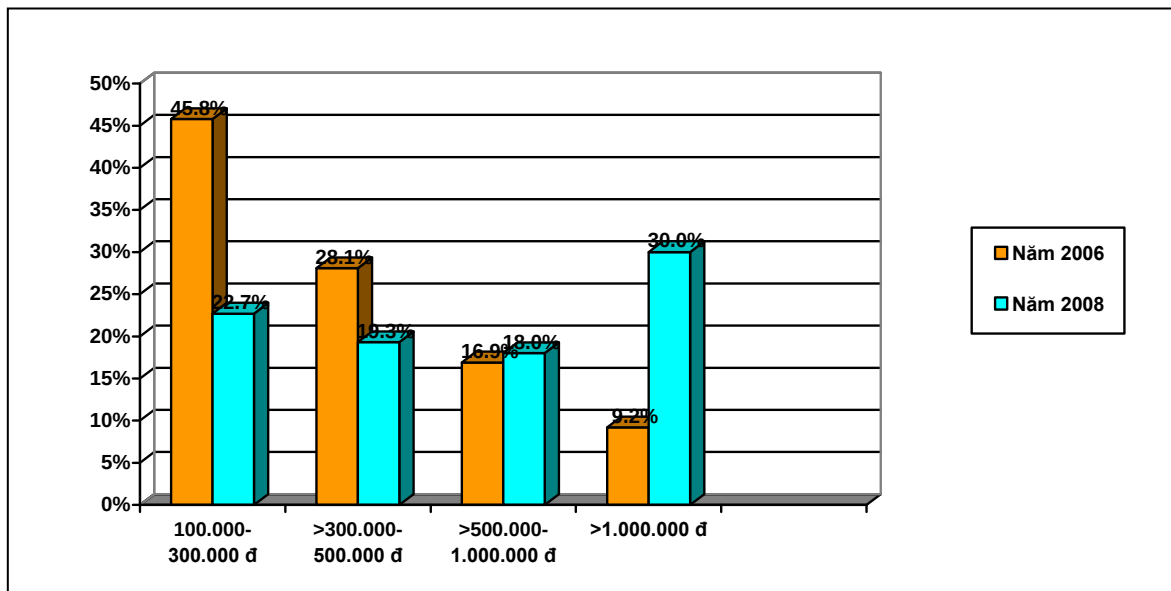


Trong nghiên cứu này chúng tôi nhận thấy có 50% người bán rong đi bán đồ ăn và hoa quả. Sở dĩ 2 mặt hàng này được lựa chọn bán nhiều hơn các mặt hàng khác vì “vốn ít”, “*phục vụ nhu cầu thiết yếu của người dân*” và “*có thể mang sản phẩm từ quê/ từ nhà lên bán*” (ví dụ như mía, cam, nem chua...).

Mặt hàng sách báo/ vé số được người bán rong lựa chọn bán ít nhất, chiếm tỷ lệ 4.0% vì trung bình mỗi sản phẩm chỉ mang lại cho người bán 500 -1000 đ tiền lãi, số tiền quá ít. Tiếp đến mặt hàng sành sứ cũng ít được lựa chọn, chiếm tỷ lệ 5.3% vì mặt hàng này cần một số vốn ban đầu rất lớn, có khi lên đến 3-4 triệu đồng, nhưng khả năng thu hồi vốn lại chậm và khả năng rủi ro cũng nhiều do hàng xếp lên nhau đi lại va đập gây nứt mẻ, làm rơi vỡ hoặc bị đụng xe vỡ...

Xét về số vốn của người bán hàng rong chúng tôi thu được kết quả như sau:

Biểu đồ 3.2: Số vốn cho mặt hàng bán hàng rong năm 2006 và 2008



Theo kết quả điều tra chung, số vốn ban đầu của đa số người bán hàng rong không cao (70% người cần vốn dưới 1.000.000 đồng). So với điều tra năm 2006 thì những người bán hàng rong cần số vốn trên 1.000.000 đã tăng lên nhiều từ 9.2% (năm 2006) lên 30.0% (năm 2008), trong khi tỷ lệ những người bán hàng rong cần số vốn từ 100.000 - 300.000 đã giảm xuống từ 45.8% (năm 2006) còn 22.7% (năm 2008). Điều này cho thấy sự thay đổi giá cả các sản phẩm, hàng hóa từ năm 2006 đến năm 2008, hàng hóa tăng để đi buôn bán cần số vốn lớn hơn. Mặt khác những hàng hóa có giá trị cao thì cần số vốn lớn hơn, nhưng lại đem lại lợi nhuận nhiều hơn.

Kết quả trên cho thấy rằng số vốn trên 1.000.000 đối với người bán hàng rong là không hiếm, nó trở thành bình thường so với các năm trước đây. Điều này cho thấy mức sống của người dân đang dần tăng lên vì có 80% số người được hỏi cho rằng số vốn như vậy là ít hoặc trung bình. Cũng có những mặt hàng không cần phải bỏ vốn ban đầu do các cơ sở sản xuất cho trả vốn sau khi bán được hàng, ví dụ như bánh mì, vé số... Điều này có thể là nguyên nhân gia tăng đội quân bán hàng rong!

b. Thời gian và không gian bán hàng

Chúng tôi quan tâm đến thời gian bán hàng của người bán hàng rong vì thông qua đó chúng tôi có thể đánh giá được mức độ “ổn định” về nghề nghiệp mà họ đã chọn và thâm niên làm nghề của họ.

Bảng 3.3: Thâm niên của người bán hàng rong

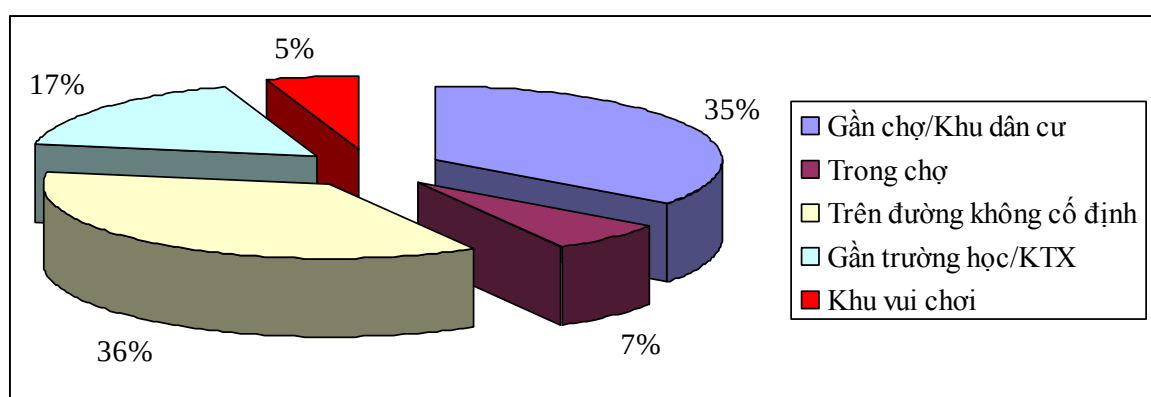
Thời gian	Năm 2006	Năm 2008
	Tỷ lệ %	Tỷ lệ %
Dưới 1 năm	15.7	9.3
Từ 1 - 3 năm	39.2	45.3
Từ 4 - 6 năm	24.8	23.3
Từ 7 - 10 năm	12.4	14.0
Từ 11 - 19 năm	5.2	8.0
Trên 20 năm	8	2.6

Khi so sánh giữa con số của năm 2006 với năm 2008 (bảng 3.3) cho chúng tôi thấy rằng nếu như năm 2006 có 2.6% người đi bán hàng rong đã bán hàng được trên 20 năm thì năm 2008 tỉ lệ đó là 0%. Ngày nay điều kiện kinh tế khá giả hơn, những người bán hàng rong khi tích cóp được một số vốn nhất định họ sẽ chuyển nghề hay về quê tham gia các công việc khác. Mặt khác với những người đi bán từ 11 năm trở lên thường vào độ tuổi sắp xỉ 40 - 50 tuổi. Đây là độ tuổi mà sức khỏe không còn dẻo dai để rong ruổi bán hàng. Hơn nữa đây cũng là độ tuổi lên chức ông, bà, họ ở quê chăm sóc cháu cho những người trẻ tuổi hơn đi làm kinh tế. Bên cạnh đó tỷ lệ người có thâm niên từ 1 - 3 năm và từ 4 - 6 năm chiếm tỷ lệ cao và tập trung hơn (chiếm 68.6%). Điều này cũng dễ lý giải vì nhiều người bán hàng rong cho rằng “*Đây chỉ là công việc mang tính chất thời vụ, không phải là việc làm ổn định*” (phiếu số 35), hay “*Tôi chỉ làm tạm một thời gian trong khi chờ công việc khác ổn định hơn*” (phiếu số 154).

Mặt khác thời gian bán rong nhiều đem lại cho họ kinh nghiệm, khách hàng quen, tuyến đường bán hàng quen thuộc... Điều này thúc đẩy hiệu quả của công việc mà họ đang làm.

Một yếu tố không kém phần quan trọng, ảnh hưởng trực tiếp đến cuộc sống của người bán hàng rong đó là không gian/ địa điểm bán hàng. Sự vất vả của người bán rong được phản ánh thông qua nghiên cứu nơi bán hàng.

Biểu đồ 3.3: Địa điểm bán hàng của người bán rong



Kết quả cho thấy có 36.0% người bán hàng rong cho rằng địa điểm bán hàng rong của họ thường không cố định, chủ yếu trên các tuyến phố. Trong khi 57.3% lại khẳng định rằng họ thường bán hàng gần chợ hay khu dân cư, hay gần trường học/ ký túc xá, khu vui chơi.

Bên cạnh đó chỉ một số ít người (6.7%) vẫn bán hàng trong chợ. Do quy định mới của thành phố cấm bán hàng rong, nên khiến người bán hàng phải vào chợ bán. Tuy nhiên, họ chỉ bán 1 buổi trong chợ, còn 1 buổi vẫn đi bán rong. Nghiên cứu sâu chúng tôi thấy đó là nếu đi bán trong chợ, thì mỗi ngày người bán hàng phải đóng một khoản lệ phí gọi là phí vệ sinh chợ 2.000đ - 5.000 đồng cho Ban quản lý chợ. Đối với những người xuất thân từ nông thôn thì việc tiết kiệm, chắt chiu là một điều rất quan trọng. Còn để có một quầy hàng bán trong chợ người bán hàng rong phải nộp một số tiền không nhỏ mỗi tháng, đây là điều không dễ dàng gì cho người bán hàng rong chọn giải pháp bán hàng trong chợ.

Mặt khác, chất lượng hàng của người bán rong thường thấp nên nếu bán trong chợ, khả năng cạnh tranh về chất lượng hàng của họ sẽ không kém so với những người bán trong quầy. Vì vậy những người bán rong không muốn bán trong chợ.

Hàng rong rẻ hơn so với vào chợ, cứ như cô đây, ngồi chỗ này, một năm phải mất 5 triệu tiền vé, mua ngay từ đầu năm, đóng cả cục. Hàng rau quả thì rẻ hơn một tí, thế nên họ phải bán đắt hơn. Cô ngồi đây nhưng cũng ít khi mua rau quả trong chợ, toàn mua của hàng rong, rẻ, tiện, ngồi đây ời một cái là có ngay (Nguyễn Mai L, bán chè và bánh chợ Kim Giang).

Đặc điểm của công việc

bán rong là phải đi nhiều nơi, nghiên cứu của chúng tôi chỉ ra rằng có hơn 64.6% người bán rong ở Hà Nội đi quãng đường trên 10km mỗi ngày, trong đó 1/3 số người bán rong phải đi quãng đường trên 20km/ngày. Có thể nói công việc của những người bán rong không hề nhẹ nhàng. Họ luôn phải chịu cảnh dầm mưa dãi nắng, lang thang khắp các phố phường để có thể kiếm được những đồng tiền dù ít nhưng trang trải được cho cuộc sống còn thiếu thốn của gia đình ở quê. Đối với họ, càng đi được nhiều nơi thì khả năng bán được nhiều hàng càng cao và do đó thu nhập cũng tăng lên. Vì vậy, những người bán hàng rong ở Hà Nội càng lâu năm thường biết được nhiều đường phố và các ngõ ngách hơn.

Việc nghiên cứu quãng đường đi trong ngày của người bán rong đã cho chúng tôi nhìn nhận về sự vất vả của nghề bán rong, tính cần cù chịu khó và sự dẻo dai của người bán rong. Tuy vậy để khẳng định thêm về kết luận trên chúng tôi tiếp tục nghiên cứu thời gian làm việc của người bán rong thông qua nghiên cứu thời điểm thức dậy và đi ngủ trong ngày của họ.

Có 62.0% người bán hàng rong dậy từ rất sớm từ 3-5h. Họ thường dậy sớm để chuẩn bị cho một ngày làm việc mới như nấu ăn, đi lấy hàng... Trong đó chỉ có 2.0% người bán rong dậy sau 9h sáng, họ thường là những người đi bán hàng ban đêm ngủ ban ngày. Đêm ở các thành phố, nhất là các thành phố

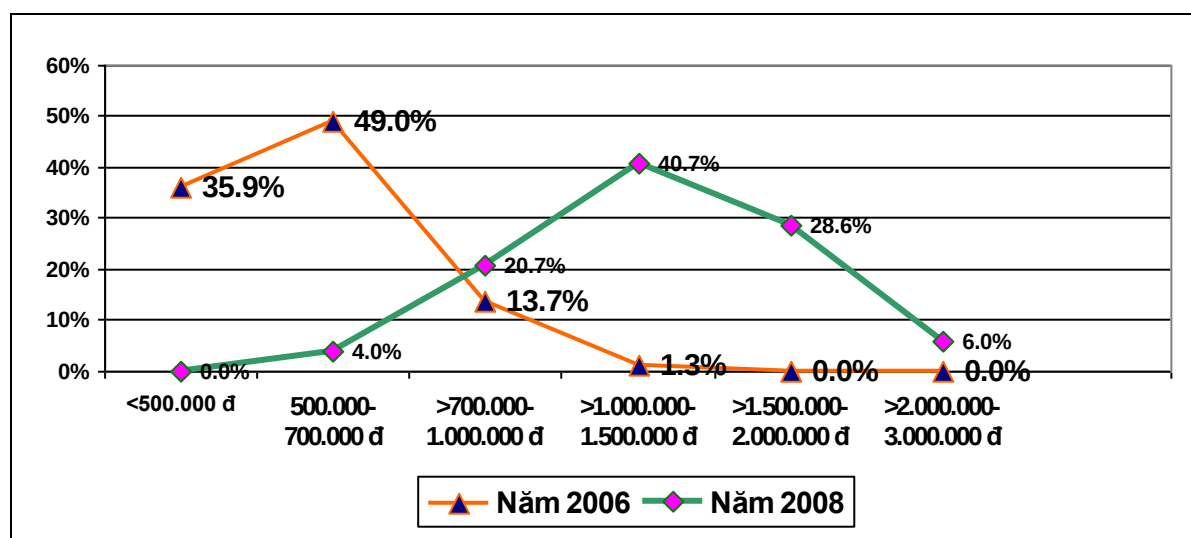
lớn chúng ta thường bắt gặp những người bán hàng rong. Họ đi bán những đồ ăn đêm cho những đối tượng như sinh viên, công nhân làm đêm...

Thời gian làm việc của người bán rong phụ thuộc vào các mặt hàng mà họ bán. Nếu bán các mặt hàng ăn như xôi, bánh thì thường bán vào ban đêm, vào buổi sáng hay bán rau quả thường vào buổi sáng hay buổi chiều. Vì vậy không ngạc nhiên gì khi có 6.0% người bán rong đi ngủ từ 19-20h. Vì những người này hường là đi bán hàng từ rất sớm họ phải đi ngủ sớm lấy sức khỏe mai dậy sớm đi lấy hàng về bán. Với 76.0% người bán rong thường ngủ tới lúc 21-23h, và có đến 62% những người bán rong dậy từ 3-5h sáng, điều này nói lên rằng người bán rong ngủ rất muộn và dậy rất sớm.

c. Thu nhập và chi phí sinh hoạt

Đối với những người bán rong, có được thu nhập từ công việc bán rong là mong đợi lớn nhất của họ. Nhìn chung sự vất vả và mệt nhọc của người bán hàng rong phụ thuộc vào mức thu nhập từ công việc bán hàng của họ. Tuy nhiên thu nhập của những người bán rong là một trong những loại thu nhập thấp nhất trên thị trường lao động. Biểu đồ 3.4 cho thấy có 40.7% số người được hỏi nói rằng mức thu nhập của họ trong khoảng từ 1.000.000-1.500.000 đ/tháng.

Biểu đồ 3.4: Thu nhập của người bán hàng rong năm 2006 và 2008



Biểu đồ trên cho thấy: so với thu nhập của năm 2006 thì thu nhập của đa số người bán rong hiện nay đã tăng lên khá nhiều. Song không vì thế mà đời sống của những người bán hàng rong được đầy đủ hơn vì rất nhiều lý do khác nhau, trong đó giá cả leo thang là một lý do. Theo biểu đồ 3.4 chúng tôi thấy rằng nếu như năm 2006 thu nhập của người bán rong dưới 500.000 đ/ tháng chiếm 35.9% thì hiện nay không có

Thu nhập kiếm được từ bán rong chiếm một tỷ lệ lớn trong tổng thu nhập mỗi hộ gia đình. Một người bán rong kiếm được trung bình khoảng 10 triệu đồng/năm, chiếm khoảng 54% thu nhập của hộ. Một số trường hợp người bán rong đi bán thường xuyên, lại có sức khoẻ tốt thì có thể kiếm được khoảng 22 triệu đồng/năm, tuy nhiên, cũng có một số người chỉ kiếm chưa tới 4 triệu đồng/năm. [40]

người bán hàng rong nào có mức thu nhập dưới 500.000đ/tháng. Bên cạnh đó tỷ lệ 49.0% người bán rong thu nhập từ 500.000-700.000đ/tháng (năm 2006) đã giảm xuống chỉ còn 4.0%. Đặc biệt nếu như theo số liệu điều tra năm 2006 thì không có người bán rong nào có mức thu nhập từ 1.500.000-3.000.000đ/tháng thì hiện nay đã có 28.6% người bán rong đạt mức thu nhập từ 1.500.000 - 2.000.000đ/tháng, và 6.0% đạt thu nhập từ 2.000.000 - 3.000.000đ/tháng. Điều này cũng dễ hiểu khi nền kinh tế đất nước đang trong giai đoạn phát triển, tốc độ tăng trưởng GDP cao, tạo điều kiện nâng cao mức thu nhập cho toàn dân chứ không chỉ riêng cho người lao động di cư tự do.

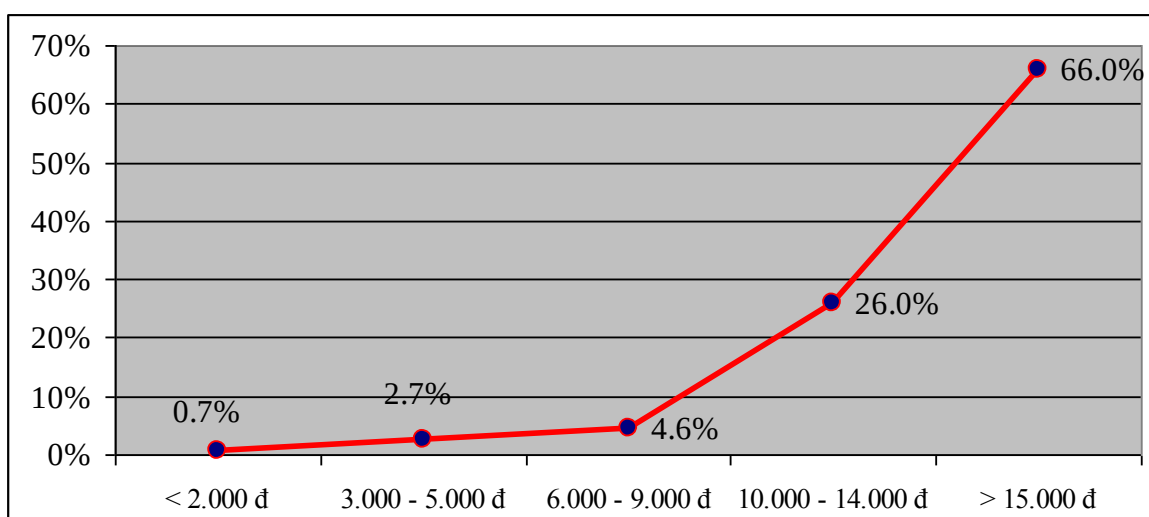
Mục đích của người bán rong là kiếm tiền để giúp đỡ gia đình cải thiện cuộc sống khó khăn ở quê, nên hầu hết các khoản chi tiêu cho sinh hoạt ở thành phố của họ chỉ ở mức tối thiểu, bao gồm chủ yếu các khoản ăn uống, thuê trọ và đi lại.

Trước tiên nói về chi phí cho việc ăn uống, kết quả chúng tôi thu được như sau:

Có 34.0% người bán rong chi tiêu dưới 15.000đ/ngày cho việc ăn uống. Với thời giá như hiện nay thì số tiền 15.000 đ cũng chỉ đảm bảo cho một bữa

com sinh viên bình thường, điều này đủ để thấy sự tiết kiệm của người bán rong. Đặc biệt có 0.7% người bán rong cho biết họ chỉ chi tiêu cho việc ăn dưới 2.000 đ/ngày, điều này nghe như không tưởng nhưng trên thực tế vẫn có một bộ phận người bán rong mà chúng ta gặp hàng ngày duy trì cuộc sống như thế để làm việc. Nhóm người bán hàng rong chỉ <2.000 đ/ ngày là những người bán rong thuê trọ ở đông đúc, khi lên thành phố họ mang theo gạo, lạc, vừng,... và tận dụng những sản phẩm ở nhà làm vì không muốn mất nhiều tiền vào ăn uống.

Biểu đồ 3.5: Chi tiêu ăn uống của người bán rong



Khả quan hơn có 66.0% người bán rong cho rằng họ chi tiêu cho ăn uống nhiều hơn 15.000 đ/ngày. Công việc bán rong như chúng ta biết là rất vất vả. Một người bán rong để đi bán được hàng đòi hỏi họ phải có sức khỏe dẻo dai, có kinh nghiệm bán hàng rong, và để tiết kiệm được thì họ phải không đau yếu. Ăn trên 15.000 đ/ngày là không nhiều chút nào, nhưng cũng phần nào bù đắp lượng năng lượng mất đi trong ngày của người bán rong.

Bên cạnh mức chi cho việc ăn uống, một khoản chi bắt buộc đối với những người bán rong thuê trọ ở thành phố là khoản chi cho nhà trọ. Cách trả tiền thuê trọ của người bán rong rất đa dạng, họ có thể trả theo ngày - ngày nào ở trả tiền ngày ấy, hoặc theo tuần, theo tháng hoặc dài hơn.

Kết quả điều tra cho thấy có 1.3% người bán rong chỉ dưới 2.000 đ/ngày cho việc ở trọ, sở dĩ số tiền thuê trọ này ít vì những người bán hàng rong ở với số lượng đông trong một nhà để giảm chi phí ở trọ, mặt khác họ cũng đi làm cả ngày đến tối mới về chỉ để ngủ nên cũng không quan trọng lắm về việc ở.

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 đông người cho đỡ tốn kém, khoảng 1.500-2.000 đ/ngày thôi” (phiếu số 54).

Có 4.7% người thuê trọ bỏ ra hơn 15.000 đ/ngày, đây là những người thuê trọ theo hộ gia đình, tính ra mỗi tháng họ phải chi khoảng 500.000 - 550.000 đ. Số tiền quả là không nhỏ so với thu nhập của người bán rong. Thực tế có rất nhiều gia đình lên thành phố tìm kế sinh nhai, họ thuê những căn nhà cấp 4 với diện tích khiêm tốn và lập nên một không gian gia đình riêng, tuy vậy số tiền mà họ phải trả cho việc thuê trọ cũng chiếm khá lớn trong tỷ lệ tiền mà họ kiếm được trong ngày.

Nghiên cứu đối tượng ở trọ cùng với người bán rong cũng cho chúng tôi cái nhìn tổng thể hơn về người bán rong. Điều tra cho thấy có 55.3% số người bán rong thuê nhà trọ cùng với bạn bè hay người cùng nghề. Trong thực tế những người bán rong thường vào nghề là do những người cùng làng, bạn bè dẫn dắt. Họ thường là những người làm nghề bán có thâm niên cao hơn. Bạn bè/ người cùng nghề ở cùng với nhau sẽ hỗ trợ, nương tựa nhau nhiều hơn. Trong quá trình đi bán rong, những người bán rong sẽ tích lũy những kinh nghiệm và họ thường trao đổi thông tin với nhau, bảo vệ nhau trong cuộc sống. Những nét tương đồng về nghề nghiệp cũng là một lý do khiến những người cùng nghề bán rong ở với nhau nhiều hơn.

Nhóm thuê nhà cùng chồng/vợ chiếm tỷ lệ 18.7%. Người di cư từ quê lên thành phố bán rong sẽ tích tiết kiệm được nhiều hơn nếu hạn chế việc về quê thăm vợ chồng, gia đình. Mặt khác khi lên thành phố kiếm bán hàng cho

dù thu nhập không cao nhưng so với ở quê cũng là số tiền khá lớn, nhất là những vùng quê khó khăn. Hơn nữa những ngày nông nhàn lên thành phố cùng vợ, cùng chồng đi bán hàng sẽ giải quyết được lao động nhàn rỗi trong những ngày nông nhàn ở quê.

Người bán hàng rong ở thuê trọ với người cùng làng cũng chiếm tỷ lệ khá cao 15.3%. Ở với người cùng làng sẽ thuận lợi rất nhiều vì dù sao cũng là những người quen biết từ trước. Mặt khác ở với người cùng làng sẽ nắm bắt thông tin về tình hình ở quê nhanh hơn. Và những người cùng làng đi xa quê thường quan tâm, đùm bọc nhau nhiều hơn, đoàn kết hơn. Đây cũng là một truyền thống quý báu của người Việt từ ngàn xưa tới nay, như một người bán rong nói rằng: “*Cùng làng cả với nhau nên giúp đỡ, đùm bọc nhau lắm, bảo vệ lẫn nhau khỏi bị bắt nạt*” (phiếu số 275).

Hai vợ chồng đều bán hàng trên này nên thuê trọ ở riêng, tiền đi bán hàng được phải bỏ ra một khoản cũng khá nhiều, tính ra mỗi tháng phải trả 550.000 đ tiền nhà trọ (phiếu số 167).

Người bán rong lên thành phố đi rong duỗi các ngõ ngách, phố phường. Họ đi từ mờ sáng đến tối, buổi trưa tranh thủ nghỉ họ thường tạm ở công viên, vỉa hè. Đêm về họ cần chỗ ngả lưng tránh mưa gió, vì vậy diện tích phòng trọ đối với họ không phải là điều họ bận tâm nhiều lắm. Vì vậy không ngạc nhiên gì khi nghiên cứu của chúng tôi cho thấy có 62.0% người bán hàng ở những khu nhà trọ có diện tích từ 10-20m², diện tích >40m² chỉ chiếm 3.3%. Như vậy có đến 83.3% người thuê trọ thuê nhà có diện tích dưới 20m².

Người lao động di cư khi ra thành phố tìm việc thường muốn nhanh chóng ổn định chỗ ở để yên tâm với công việc, nếu không như vậy rất có thể số tiền ít ỏi mang từ quê ra làm vốn sẽ sớm hết. Tuy nhiên điều kiện ăn ở của người bán rong gặp rất nhiều khó khăn: Ăn uống thì tiết kiệm hết mức. Ngôi nhà mà họ thuê đều là những ngôi nhà cấp 4 hoặc chỉ những căn nhà dựng tạm bằng vách ngăn cốt ép, bìa các tông, những tấm nilon cũ và thậm chí làm

bằng tranh tre, nứa lá... Bên cạnh những ngôi nhà thuê không đủ điều kiện để đảm bảo cuộc sống thì có một bộ phận người bán rong chiếm những bãi đất hoang, công trường đang thi công dựng tạm một cái lều và cùng nhau ở đó vào ban đêm, còn ban ngày đi bán... Có thể nói, nơi ở của người bán rong rất thiếu thốn, không đảm bảo về vệ sinh, nguồn nước sạch và những điều kiện thiết yếu khác như nhà tắm, nhà vệ sinh...

Trên đây chúng tôi đã phân tích về đặc điểm xã hội của người dân di cư bán hàng rong trên đường phố Hà Nội. Họ đến từ nhiều miền quê khác nhau, các mặt hàng họ bán rất phong phú (rau, hàng ăn, hoa quả, sách báo/ vé số, quần áo, sành sứ). Công việc bán rong là công việc vất vả, người bán rong phải thức khuya, dậy sớm nhưng thu nhập không cao so với các nghề khác. Việc rời xa làng quê, xa gia đình lên thành phố kiếm sống cũng có những thiệt thòi ảnh hưởng đến tâm lý, tình cảm của những người bán rong. Vì vậy trong phần tiếp theo chúng tôi muốn tìm hiểu kỹ hơn về những đặc điểm tâm lý của những người từ nông thôn bán hàng rong trên đường phố Hà Nội.

3.2. ĐẶC ĐIỂM TÂM LÝ CỦA NGƯỜI DÂN DI CƯ BÁN HÀNG RONG

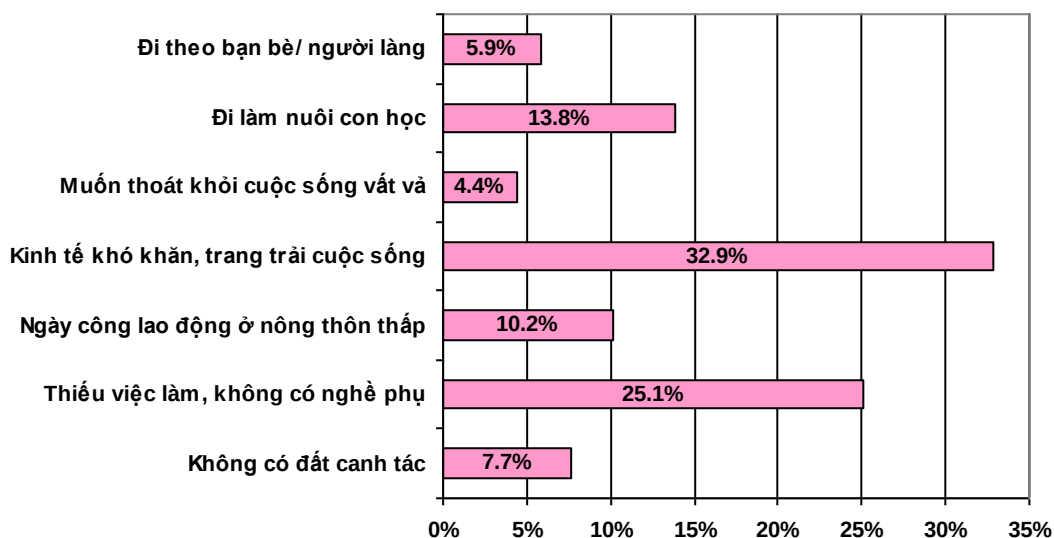
Người bán hàng rong nằm trong làn sóng di dân có căn nguyên kinh tế từ nông thôn ra thành phố. Họ vừa có nét đặc trưng chung của người lao động di cư, vừa có những đặc trưng riêng của nghề bán rong. Tìm hiểu các đặc điểm tâm lý của người bán hàng rong sẽ góp phần khắc họa rõ nét hơn chân dung tâm lý - xã hội của họ. Trong phần này, chúng tôi quan tâm đến nhu cầu của người bán hàng rong, nhận thức của người bán hàng rong về công việc, tâm trạng của người bán hàng rong, một số nét tính cách điển hình của người bán hàng rong và những kỹ năng ứng xử của người bán hàng rong tại Hà Nội.

3.2.1. Nhu cầu của người bán hàng rong

Lý do ra thành phố làm việc của người bán rong thực chất chính là động cơ khiến họ rời bỏ làng quê lên thành phố bán hàng kiếm sống. Tìm hiểu

những nguyên nhân khiến người nông dân ra thành phố bán hàng rong chúng tôi thu được kết quả như sau:

Biểu đồ 3.7: Lý do ra thành phố bán hàng



Qua kết quả điều tra cho thấy, phần lớn những người dân di cư lên thành phố bán hàng rong đều vì lý do kinh tế khó khăn, cần trang trải cuộc sống (32.9%). Theo họ thu nhập từ các sản phẩm nông nghiệp không đủ chi tiêu cho cuộc sống của cả gia đình, như chị Trần Thị T, người bán rong tại quận Thanh Xuân, Hà Nội tâm sự rằng: “*Gia đình tôi chỉ có một diện tích đất nhỏ (khoảng 2 sào) để trồng trọt. Thu nhập từ đó cũng rất thấp và không đủ cho chi tiêu của gia đình. Vì có nhiều thời gian nông nhàn, và thu hoạch xong thì cũng rảnh nên tôi bắt đầu đi bán rong để kiếm thêm. Bán rong là cách kiếm sống quan trọng của gia đình tôi*”, còn chị Lê Thị D, bán hoa quả tại phố Vĩnh Phúc thì nói: “*Ở quê đất ruộng thì ít, có 360m² ruộng mà 6 người ăn thì em bảo lấy đâu ra, nghề để làm thêm thì không có, lại 2 đứa con vẫn đi học, cứ ở nhà trông vào ruộng thì chất mất, “đói thì đầu gối phải bò thôi”*”.

Có thể thấy những người bán hàng rong phần lớn là những người thôn quê lên kiếm sống do ít đất ruộng. Nhìn chung một nhân khẩu chỉ có khoảng 1.7 sào, thậm chí có nơi còn không được, ngoài ra lại không có

việc gì làm thêm, nên phải đi bán rong, những nhà nuôi con ăn học càng tốn kém, vất vả hơn.

Ngoài nguyên nhân kinh tế, lý do thiếu việc làm ở quê và không có nghề phụ (25.1%) cũng là một trong những nguyên nhân khá phổ biến thúc đẩy người dân nông thôn di cư lên thành phố bán hàng rong. Hiện nay ở nông thôn rất ít địa phương có nghề phụ để người nông dân làm thêm trang trải cho cuộc sống trong thời gian nông nhàn. Vì vậy những người lao động nông thôn đổ về thành phố kiếm sống với hy vọng kiếm được việc làm, tăng thêm thu nhập cho gia đình.

“Ở quê một đôi vợ chồng mỗi người chỉ được 1,5 sào không có đất mà canh tác. Không có nghề phụ, mà muốn đi làm thêm cũng không có việc gì mà làm. Ở nhà 6 người ăn kinh tế khó khăn nên phải đi kiếm việc nơi khác mà làm. Đi thế này kiếm tiền cho con ăn học nữa”. (NVT, bán bánh mỳ ở Cầu Giấy

Qua điều tra chúng tôi cũng nhận thấy có một bộ phận không nhỏ những người dân di cư ra Hà Nội bán hàng rong vì lý do nuôi con ăn học (13.8%). Họ bán hàng rong nhằm kiếm tiền nuôi con đang học ở quê, nuôi con đang học Đại học ở Hà Nội hay ở một thành phố khác. Điều này thể hiện nhu cầu vật chất của người bán hàng rong.

Ư cũng vì có con học ở trên này (ĐH Sư phạm I) thì cô mới đi bán hàng thôi chứ nếu không thì cô cũng chẳng đi, vì gần này tuổi rồi dong dỏng 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 (Chị Nguyễn Thu H, bán dép nhựa tại Kim Giang, Hà Nội).

Một số nghiên cứu trước đây về phụ nữ bán hàng rong cho thấy người bán hàng rong phần lớn đi bán hàng là đi theo bạn bè/ người làng. Nhưng nghiên cứu của chúng tôi cho thấy lý do đi bán hàng rong vì bạn bè lôi kéo đã không còn phổ biến, chỉ có 5.9%. Điều này chứng tỏ những người dân di cư

từ nông thôn ra thành phố đã có ý thức rõ ràng khi đi bán hàng rong. Bán rong không còn mang tính chất adua đi theo bạn bè, người làng nữa.

Số liệu điều tra cũng chỉ ra, lý do người dân nông thôn di cư ra Hà Nội bán hàng vì muốn thoát khỏi cuộc sống vất vả là rất ít (4.4%). Điều này càng chứng minh rằng người dân di cư bán hàng rong ở Hà Nội, rời bỏ làng quê lên thành phố kiếm sống vì lý do kinh tế là chính chứ không có ý định tìm kiếm một cuộc sống an nhàn hơn, hay muốn đổi đời. Ở đây nhu cầu của họ mới chỉ dừng lại ở nhu cầu bậc thấp (là nhu cầu cơm ăn, áo mặc) nhu cầu trang trải cuộc sống chứ không phải nhu cầu bậc cao (đi bán hàng để lấy tri thức, để đổi đời). Vì vậy với họ bán rong như một nguồn sinh kế quan trọng.

Lý do khiến người dân di cư từ nông thôn ra thành phố đi bán rong chủ yếu là nguyên nhân kinh tế vì thế với họ nhu cầu quan trọng hàng đầu là nhu cầu kiếm tiền để thỏa mãn những nhu cầu vật chất - đó là nhu cầu “cơm ăn, áo mặc”, “cơm áo, gạo, tiền”, nhu cầu có một nơi cư trú để ngủ đêm dù đó chỉ là một góc chiếu trên tấm phản của nhà trọ. Chính vì vậy mà những người bán rong không quan tâm đến những nhu cầu về tinh thần, phần lớn họ đều không tham gia các hoạt động thăm quan, giải trí khi đi bán hàng ở Hà Nội.

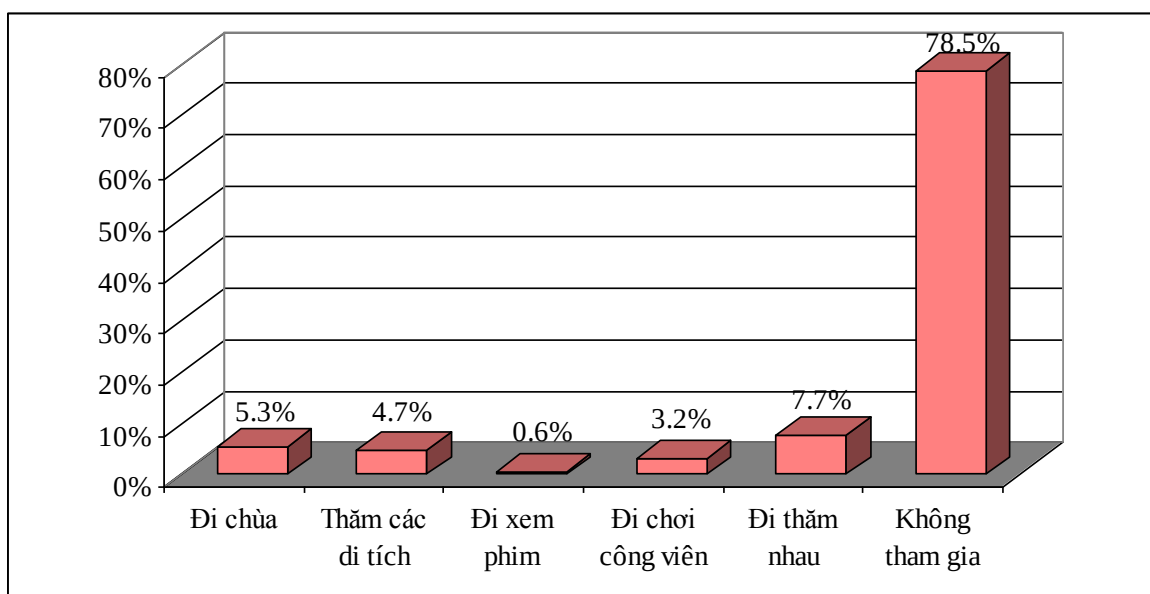
Nhu cầu ở bậc thứ hai (theo A. Maslow chúng tôi đã đề cập đến ở phần 1.3.1) đó là nhu cầu an toàn. Với người bán hàng rong thì nhu cầu này luôn bấp bênh, họ không quan tâm nhiều đến sức khỏe của mình mà chỉ lo không có việc, lo bị cướp giật khi đi bán, lo bị móc túi khi đi lấy hàng, lo hàng ế ẩm, lo cho gia đình ở quê (bố, mẹ, chồng/ vợ, con cái), lo bị tai nạn khi đi bán hàng, lo bị công an bắt. (Chúng tôi sẽ phân tích kỹ hơn ở phần 3.2.3. Tâm trạng của người bán rong).

Nhu cầu ở bậc thứ 3 là nhu cầu được giao lưu tình cảm và được thuộc về một nhóm xã hội nào đó, nhu cầu muốn có gia đình yên ấm, bạn bè thân hữu tin cậy. Hầu hết những người bán hàng rong đều có nhu cầu này. Họ phải sống xa gia đình, xa cộng đồng thân thuộc của mình nên có nhu cầu được yêu

thương đùm bọc, sống cùng vợ/ chồng, hoặc người làng - người đồng hương để nương tựa, giúp đỡ lẫn nhau. Chính vì thế khi đi bán hàng ở Hà Nội, đa phần những người dân nông thôn đều ở trọ cùng bạn bè/ người cùng nghề hoặc người cùng làng (chiếm tỷ lệ 70.6%).

Khi tìm hiểu về vấn đề thăm quan, vui chơi giải trí của người bán rong chúng tôi nhận thấy (biểu đồ 3.8):

Biểu đồ 3.8: Vấn đề thăm quan, giải trí của người bán hàng rong



Có 78.5 % người dân di cư bán hàng rong không tham gia các hoạt động vui chơi, giải trí. Họ lên thành phố là để kiếm sống chứ không quan tâm đến những nhu cầu cá nhân của riêng mình. Đối với họ, nhu cầu kiếm tiền là quan trọng nhất nên họ rất ít tham gia các hoạt động giải trí, hoạt động tinh thần. Hoạt động họ tham gia nhiều nhất là đi thăm nhau (7.7%). Điều này chứng tỏ dù di cư lên thành phố nhưng họ vẫn coi trọng tình cảm cộng đồng, làng xóm, đề cao sự gần gũi giữa những người cùng quê, cùng nghề, cùng cảnh ngộ.

“Ở đây chúng tôi như mù văn hóa, không nghe, không xem gì hết, đi bán hàng cả ngày về mệt lắm rồi nên đi ngủ sớm để có sức hôm sau còn đi bán. Nhờ ốm ra một cái thì lại phải nghỉ mất mấy ngày rồi thuốc thang, dành dụm cả tháng lại không đủ, lấy đâu tiền gửi về cho con” (phiếu số 206).

Khi được hỏi về việc tham gia các hoạt động tại nơi mình ở trọ, 95% người bán hàng rong không biết đến khái niệm giải trí là gì. Điều này là do *“công việc bận rộn cả ngày tối về rất mệt”* (phiếu số 6). Thời gian biểu trong ngày của họ cho thấy đa phần họ đều dậy từ rất sớm (3-5h sáng), về nhà trọ lúc trời muộn đã (7-8h tối). Sau một ngày làm việc mệt nhọc họ chỉ muốn đi ngủ để phục hồi sức khỏe, ngày mai lại tiếp tục công việc, đến cả tivi, đài, báo cũng không xem. Như vậy, những người dân di cư hầu như đều quên đi nhu cầu cho bản thân mình (nhu cầu học hỏi, giải trí...) mà chỉ nghĩ đến nhu cầu lớn của cả gia đình như làm sao để kiếm được tiền trang trải cho cuộc sống của gia đình, đóng tiền học cho con...

Nhu cầu ở bậc thứ 4 là nhu cầu được quý trọng, kính mến - cần có cảm giác được tôn trọng, kính mến, được tin tưởng. Nhu cầu này của người bán hàng rong khó có thể hiện thực hoá, vì họ là những người dân tỉnh lẻ lên Hà Nội kiếm sống, họ bị những người dân thành thị không tôn trọng, miệt thị vì là người nhà quê, nhiều khi họ bị gọi một cách xúc phạm là “này con bán ôi”, “này con kia”, “mấy mụ bán rong”... Trong quá trình bán rong, không ít các khách hàng có cảm tình hoặc quý mến với một số người bán rong nhất định. Ngược lại có không ít người bán rong cảm thấy được “tôn trọng”. Tuy nhiên, sự tôn trọng của mối quan hệ người bán - người mua trong bối cảnh “hàng rong” không phản ánh đúng với khái niệm “tôn trọng” mà các nhà tâm lý học nói đến trong thang nhu cầu. Khái niệm được tôn trọng thể hiện những giá trị mà người khác không có hoặc muốn phấn đấu để có. Vì vậy rất khó có thể nói rằng người bán rong thoả mãn nhu cầu được tôn trọng, được kính trọng trong xã hội.

Nhu cầu ở bậc cuối cùng - nhu cầu cao nhất là nhu cầu hiện thực hóa bản thân, muốn sáng tạo, được thể hiện khả năng, thể hiện bản thân, và được công nhận là thành đạt. Với người bán hàng rong nhu cầu này gần như không

có, vì họ là những người yếu thế, trình độ văn hoá thấp. Khi cái ăn, cái mặc của họ chưa đầy đủ thì họ không thể có được một sự “tự do” thích làm gì thì làm được.

Qua việc phân tích lý do ra thành phố bán hàng và những nhu cầu của người bán hàng rong, chúng tôi thấy rằng: Người bán hàng rong lên Hà Nội kiếm sống vì mục đích kinh tế là lớn nhất, nhu cầu kiếm tiền là nhu cầu quan trọng nhất đối với họ.

3.2.2. Nhận thức của người bán hàng rong về công việc và cuộc sống ở thành phố

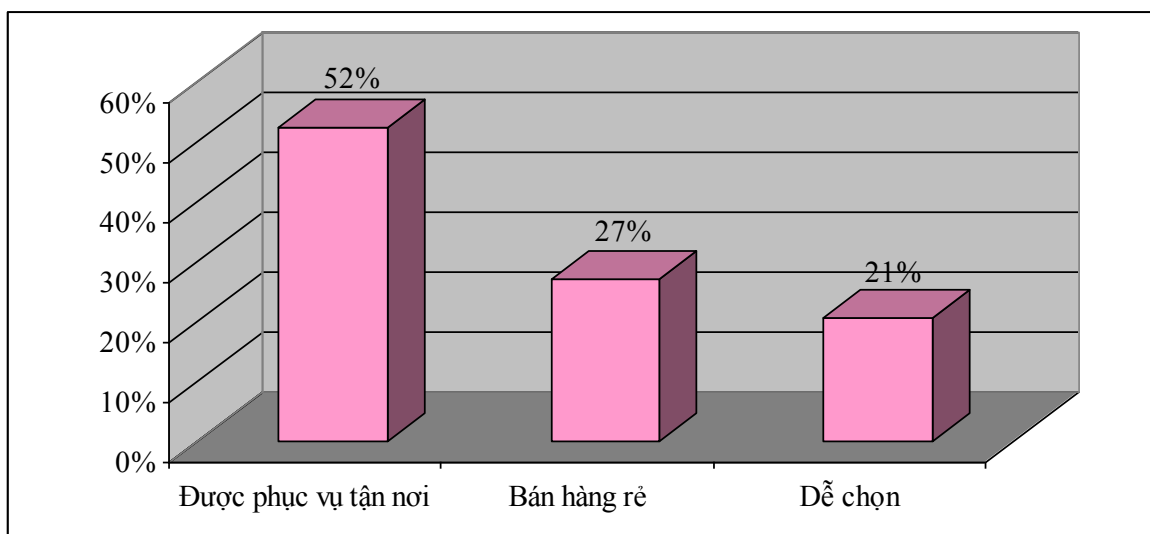
Để tìm hiểu nhận thức về công việc của người bán hàng rong, chúng tôi phân tích trên các khía cạnh nhận thức về: ý nghĩa của việc bán hàng rong với người dân Hà Nội, ảnh hưởng của việc bán hàng rong đến mỹ quan đường phố. Nghiên cứu cũng phân tích sự khác biệt trong nhận thức giữa nam giới và phụ nữ bán hàng rong, và về cách họ nhìn nhận tương lai của công việc.

a. Nhận thức về ý nghĩa của công việc bán hàng rong đối với người dân Hà Nội

Người bán rong hiện nay hầu hết đến từ vùng nông thôn. Họ thường bán hàng với phương tiện là quang gánh hoặc bằng xe thồ. Mặt hàng họ bán đa số là mặt hàng bình dân, giá rẻ, phục vụ cho nhiều đối tượng người mua.

Như đã phân tích ở trên, những người bán hàng rong đã có động cơ rõ ràng khi đi bán hàng chứ không phải adua theo người làng hay bạn bè đi cho “biết đó biết đây”. Họ đã nhận thức được đây là một nghề để kiếm sống, để giảm bớt khó khăn kinh tế cho gia đình ở quê. Tìm hiểu ý nghĩa của công việc bán rong đối với nhu cầu sinh hoạt tiện lợi của người dân Hà Nội, kết quả điều tra cho thấy ở biểu đồ 3.9 dưới đây.

Biểu đồ 3.9: Ý nghĩa của việc bán hàng đối với người dân Hà Nội



Có 52.4% người bán hàng cho rằng việc bán hàng có ý nghĩa với người dân Hà Nội, vì nó đem lại sự *tiện lợi, được phục vụ tận nơi* cho dân cư đô thị. Hàng rong đã đóng góp một phần tích cực trong việc lưu thông hàng hoá, do tính chất hàng rong rất đa dạng, người dân Hà Nội chỉ cần bước chân ra ngõ là có ngay thứ họ cần. Đặc biệt ở những khu dân cư mà mạng lưới phân phối thực phẩm còn thiếu. Điều này cũng được chứng minh qua ý kiến trả lời của khách mua hàng: “*Theo tâm lý người tiêu dùng người ta thích người hàng rong mang đến tận nhà, đi làm về qua đường tiện đường thì mua hàng luôn, người ta chẳng muốn quay vào chợ cho lịch kịch, phức tạp*”(Nguyễn Tiến D, 29 tuổi, Hà Nam, Kỹ sư, công tác tại công ty phích nước Rạng Đông).

Được cái tiện, đi đâu cũng có thể mua được hàng. Con dâu, con gái tôi cũng tiện đường đi làm về gặp hàng rong trên đường thì mua hàng luôn, đỡ mất thời gian. Còn tôi ngồi trong nhà cũng có thể mua được. Những hôm mình mệt, ngại đi chợ, thì gọi luôn hàng rong mang vào, nhà tôi ngay mặt đường nên rất tiện, hàng rong lúc nào chẳng đi qua đây - bà Nguyễn Thị H, 57 tuổi, Nghề nghiệp: hưu trí, Khương Đình - Thanh Xuân.

Ngày nay cùng với sự phát triển của kinh tế đất nước, những người dân thành phố luôn bận rộn với công việc của mình, đặc biệt là những người phụ nữ, họ vừa phải hoàn thành công việc ở cơ quan, nhà máy, xí nghiệp, vừa phải đảm đương vai trò làm vợ, làm mẹ trong gia đình. Thời gian dành cho nội trợ của họ không nhiều, vì thế để mua được đồ ăn ngon, rẻ thì mua đồ ăn từ những người bán rong là sự lựa chọn mang nhiều tính ưu việt.

b. Nhận thức của người bán hàng rong về ảnh hưởng của công việc bán rong đến mỹ quan đường phố

Dưới góc độ văn hóa - lối sống, hàng rong được đánh giá là một nét văn hóa của thủ đô Hà Nội. Hàng rong mang trong mình những yếu tố văn hoá, như hình ảnh của những người ăn xin kéo violon, chơi nhạc ở nơi công cộng tại những quốc gia phát triển. Người bán rong thường có trình độ học vấn thấp, nhưng không hẳn đã kém về văn hoá. Trên thực tế không ít người bán rong gây được cảm tình ở người mua và họ có thể trở thành người quen, người đáng tin cậy của người mua do những giao tiếp gần gũi và họ ý thức được vai trò của mình - vai trò của người dân ở tầng lớp thấp trong xã hội như một khách hàng là sinh viên có nói: *“Xem qua những tranh ảnh thời cũ và những tranh ảnh của những nhiếp ảnh gia bây giờ thì một trong những nét đẹp của Hà Nội vẫn là một người bán hàng với một gánh hàng trên vai, tôi thấy đó là một nét đẹp của Hà Nội”* (Vũ Thị A, 22 tuổi, Đại học KHXH và NV).

Hàng rong không chỉ đẹp trong lòng người Việt Nam mà còn đẹp trong con mắt của người nước ngoài. Hàng rong mang đến cho du khách nước ngoài những món ăn truyền thống như (cốm, bánh đa, bánh khúc, bún cua, bún ốc...), những sản phẩm đặc trưng của Hà Nội, như (hoa, gốm Bát Tràng, mây tre đan, nặn tò he...) và để lại ấn tượng đẹp trong lòng du khách quốc tế. Dưới đây là một nhận xét của một nhà thơ Mỹ tiếc hàng rong Hà Nội.

“Tôi từng nhiều lần thưởng thức ẩm thực của người Việt do những người bán hàng rong bán. Tôi vô cùng mê món cốm của Hà Nội. Lần đầu tôi thực sự không cảm nhận được sự thanh tao của món ăn này. Người bán cốm đã nói cho tôi nghe cách làm cốm và hương vị của cốm như thế nào. Chị đã dạy tôi cách ăn cốm với chuối tiêu. Bây giờ, mỗi khi nghĩ về Hà Nội, tôi đều nhớ đến hương vị lạ lùng của cốm và biết bao món ăn khác. Tôi nhớ cả bánh khúc mà nhà văn nổi tiếng của các bạn là Lê Lựu đã mời tôi ăn trong một đêm ở Hà Nội gần hai mươi năm trước. Lê Lựu đã nói thật tuyệt vời về bánh khúc. Đó không chỉ là một món ăn. Đó là một trong những gì tạo nên văn hoá Việt Nam. Tôi từng nhìn thấy những đôi trai gái ngồi ăn một món gì đó bên gánh hàng rong trên hè phố. Hình ảnh đó rất đẹp. Thanh bình và rất Hà Nội. Tôi đặc biệt thích hình ảnh những người phụ nữ gánh hoa tươi hay là trái cây đi dọc hè phố. Khi ngồi uống cà phê ở Hà Nội, tôi thấy thật yên bình khi nhìn cảnh đó” (phóng viên Vietimes thực hiện).

Tuy nhiên, hàng rong cũng có những hạn chế của nó, ảnh hưởng đến mỹ quan đường phố. Có những địa danh văn hóa - lịch sử mà hàng rong bán ở đó sẽ không đẹp mắt, ảnh hưởng đến bộ mặt của thủ đô.

Hầu hết những người bán hàng rong là những người dân di cư từ nông thôn lên thành phố bán hàng nên họ kéo theo một lối sống nông thôn, khiến giao thông bị cản trở, việc thu gom rác thải của thành phố gặp nhiều khó khăn, ảnh hưởng đến hình ảnh văn minh của đô thị, như chị Nguyễn Mai L, 42 tuổi, bán chè, bánh tại chợ Kim Giang cho biết: *“Hàng rong gây mất vệ sinh môi trường, rác nhiều vô kể, vứt rác ra đường, không ai quản lý, không ai phạt cái đó”.*

Trên đường phố, chúng ta cũng có thể bắt gặp hình ảnh những người bán hàng rong tụ tập lại dừng nghỉ chân ngay trên vỉa hè, ngồi cười nói rất to, đôi khi còn nói bậy.

<i>Hàng rong ngồi tụ tập</i>	<i>Người bán và người mua tràn xuống lòng đường</i>
	

Một số ý kiến của người bán hàng rong lại cho rằng công việc của họ làm mất mỹ quan đô thị vì họ là người nhà quê, đi bán hàng mà ăn mặc quần áo không đẹp làm ảnh hưởng đến diện mạo của Hà Nội: “*Chúng tôi đi bán hàng mà ăn mặc nhếch nhác, người ta nhìn vào trông không đẹp mắt*” (phiếu số 164).

Không chỉ làm mất mỹ quan đường phố, người bán hàng rong còn gây ảnh hưởng đến giao thông đường phố. Họ nhận thức rất rõ điều này, có 64.7% người bán hàng cho rằng việc bán hàng của họ gây cản trở giao thông, mất mỹ quan đô thị vì hàng của họ công kênh hai cái sọt ở hai bên khiến những người tham gia giao thông khác không thể đi được vì họ cứ chặn ngang đường gây cản trở giao thông, rồi băng qua đường ngay cả khi đèn giao thông đang báo hiệu đèn xanh, nhiều khi họ còn lấn chiếm cả vỉa hè gây ra sự lộn xộn giao thông đô thị.

Hàng rong bán hàng tràn cả xuống lòng đường, rồi khách hàng dừng lại mua cũng lấn hết ra lề đường gây ùn tắc giao thông, nhất là vào giờ tan tầm

cối buổi chiều. Việc đứng ngang giữa đường của cả người bán hàng và người mua hàng không chỉ gây ỳn tắc giao thông, mà còn gây tai nạn cho người qua lại, và cũng có thể nhĩn lúc đông người mua hàng không để ý, kẻ gian sẽ ăn cắp, lấy trộm đồ.

Ảnh hàng rong luôn lách giờ cao điểm, băng qua đường



Những người dân di cư bán hàng rong đều nhận thức được là công việc của họ gây ỳn tắc giao thông (đứng trên vỉa hè, tràn ra lòng đường) làm mất mỹ quan đô thị nhưng họ cho biết họ không có cách nào khác khắc phục được, họ phải làm thế vì lý do mưu sinh. Khi Nhà nước có lệnh cấm bán hàng rong trên một số tuyến phố và khu di tích thì hoạt động hàng rong vẫn diễn ra như thường lệ. Người bán hàng rong vẫn duy trì công việc của mình bất chấp luật cấm. Để giải quyết tình trạng này, các cơ quan chức năng cần nghiên cứu kỹ các biện pháp vừa đảm bảo mỹ quan đường phố, vừa đảm bảo cho người bán hàng rong tồn tại được với công việc này.

c. Nhận thức về sự khác biệt phong cách bán hàng của nam giới và nữ giới

Trong quan niệm của người Việt Nam, chúng ta đã quen với hình ảnh người phụ nữ bán hàng rong và thường quan niệm việc chạy chợ, quầy gánh

bán buôn... là chuyện của đàn bà. Nhưng giờ đây, hình ảnh người đàn ông “kê đôn” ngồi chợ, đẩy xe hàng, đóng đếm, mặc cả... đã không còn xa lạ. Để tìm hiểu vấn đề này, chúng tôi lấy ý kiến nhận xét của cả người bán hàng và khách mua hàng.

Có 26.7% ý kiến người bán hàng cho rằng giữa nam giới và phụ nữ bán hàng không có gì khác biệt về phong cách bán hàng. Theo họ vì *“đều là đi kiếm sống do hoàn cảnh kinh tế”, “đều vất vả như nhau”, “phụ nữ làm được thì đàn ông cũng làm được”*... Những người bán rong cho rằng việc kiếm sống là không của riêng ai, nó không phân biệt làm nghề gì, ai làm, vấn đề là có thêm thu nhập trang trải cuộc sống gia đình.

Tuy nhiên, có đến 73.3% ý kiến cho rằng có sự khác biệt giữa nam và nữ trong phong cách bán hàng. Khác biệt trước tiên là khác biệt về số lượng người bán và chủng loại hàng. Phụ nữ đi bán hàng rong nhiều hơn nam giới: *“Theo tôi thấy nhiều người phụ nữ bán hàng rong hơn là nam giới, người phụ nữ bán hàng tiền bạc rất là chi li hơn, họ cân đong đo đếm nhiều hơn các ông bán hàng, các ông bán hàng được giá là họ bán luôn, còn phụ nữ nhiều khi nhiều kê lăm”* (Tăng Thị H, 25 tuổi, nhân viên trực tổng đài của Viettell).

Phụ nữ có thể bán tất cả các mặt hàng, nhưng nam giới thì thiên về một số mặt hàng, như hàng xén (dây lưng, ví da, lót giày...), hàng sành sứ, hàng hoa quả, đồ ăn (bánh mỳ, bánh bao, bánh khúc, bò bía), nhưng không bán hàng rau xanh.

Bên cạnh đó, thời gian đi bán rong của người phụ nữ ở Hà Nội thường không lâu như nam giới, phụ nữ về quê thường xuyên hơn nam giới vì họ còn phải chăm lo cho gia đình ở quê, họ phải thực hiện hai vai trò: là người quán xuyến công việc gia đình, nhưng cũng là người lo về mặt kinh tế *“Phụ nữ đi bán hàng không được lâu như đàn ông vì gánh nặng gia đình”* (phiếu số 264).

Điểm khác biệt tâm lý nổi bật là về tính cách và cách ứng xử giữa phụ nữ và nam giới bán hàng. Người phụ nữ được nhìn nhận là chịu khó, khéo léo hơn nam giới, họ được lòng khách mua và có duyên bán hàng hơn: “*Phụ nữ bán hàng nhanh mồm, nhanh miệng, có duyên bán hàng chốt chiu hơn đàn ông*” (phiếu số 107). Còn nam giới bán hàng thì thường thật thà, chậm mồm, chậm miệng hơn, ù lì, tính tình cũng nóng nảy hơn, không mềm mỏng như phụ nữ: “*Nam giới ù lì, chậm mồm chậm miệng hơn, đàn ông còn tốn tiền thuốc, ăn, uống bia, phụ nữ bán nhanh hơn, khéo hơn, chốt chiu hơn*” (phiếu số 68). Cách bán hàng của nam giới cũng khác với phụ nữ, họ ít khi nói thách, mà thường nói giá để bán được hàng luôn.

Nam giới họ rắn rỏi hơn, tướng họ cao hơn, bán hàng ít khi bị bắt nạt. Ví dụ như nếu các cháu đi mua hàng, gặp các cô thì còn dám trả giá thế này thế khác, chứ như gặp phải đàn ông thì đó dám trả giá như thế đấy. Không cần thận họ mắng cho đấy. Mà cũng chẳng cần mắng vì trông họ cao tướng hơn mình cũng chẳng dám trả giá vớ vẩn. Lợi thế của nam giới là thế đấy (phụ nữ bán dép nhựa, đường Kim Giang).

Về ứng phó với việc truy quét bắt hàng của cán bộ công an thì nam giới được cho là xử lý nhanh hơn phụ nữ. Họ có sức khỏe, có sự nhanh nhẹn nên khi thấy xe của công an đi truy quét dẹp hàng rong là họ nhanh chóng đạp xe đi, hay bê hàng đi chỗ khác để công an không nhìn thấy: “*Nam giới họ cũng khỏe, nếu không may mà gặp công an thì họ cũng nhanh chân hơn mà chạy*” (phụ nữ bán dép nhựa đường Kim Giang). Phần lớn, những người nam giới bán hàng mà chúng tôi hỏi đều nói rằng từ khi có lệnh cấm bán hàng rong trên một số tuyến phố thì họ đi bán hàng ở nhiều tuyến phố hơn chứ không tập trung bán ở một số nơi như trước nữa vì họ phải chạy, tránh công an, như ý kiến của một nam giới bán hàng cho biết: “*Từ khi có lệnh cấm, chúng tôi đi bán ở nhiều nơi hơn, cứ nhìn thấy xe công an từ đằng xa là phải lên xe chạy*

thật nhanh rồi, luôn phải cảnh giác chứ các bà bán rong thì không thể chạy nhanh như đàn ông chúng tôi được” (phiếu số 97).

Để tìm hiểu thêm về sự khác biệt giữa nam giới và phụ nữ bán hàng, chúng tôi cũng hỏi ý kiến khách mua hàng về sự tin tưởng mua hàng của nam hay nữ bán hàng rong. Đa phần ý kiến của khách hàng vẫn thiên về những người phụ nữ bán hàng rong. Trong quan niệm của người dân thì bán hàng rong vẫn là nghề dành cho phụ nữ, họ đánh giá mua của phụ nữ thường dễ hơn, chào mời khéo léo hơn và cũng vì phần lớn những người đi chợ là phụ nữ nên cảm thông với những người phụ nữ bán hàng rong hơn.

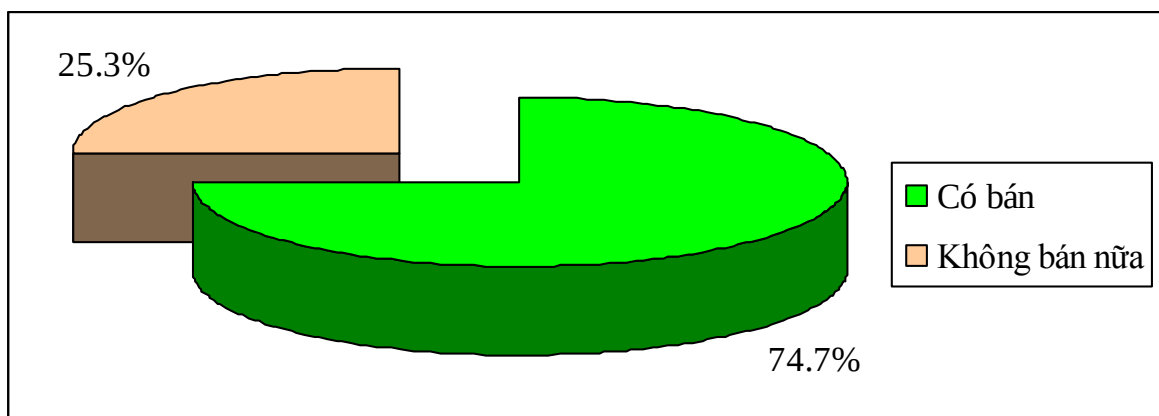
Tôi thích mua hàng của nữ bán hơn vì đàn mà ông đi bán hàng thì toàn những ông lèm bèm, kinh lắm. Những người đàn ông bình thường còn lâu họ mới đi bán, họ chỉ chở hàng đến cho vợ bán rồi về, còn những người đàn ông đứng bán cũng chặt lắm, kì kèo từng đồng một. Những ông nào dễ tôi mới mua, còn những ông bán chặt không bao giờ mình mua dù có mời mọc thế nào (Nguyễn Thị H, 57 tuổi, hưu trí, Thanh Xuân)

Một số khác thích mua hàng của người bán rong là phụ nữ vì theo họ giữa phụ nữ với nhau dễ mặc cả:: *“Ví dụ như là hàng rau chẳng hạn, mình mua của phụ nữ dễ hơn. Mua của các anh có vẻ con trai bề ngoài rất thoáng nhưng thực ra lại “chép” chặt hơn phụ nữ. Phụ nữ thường quan tâm xem khách mua gì, rồi mời chào rất khéo hoặc có thể lựa chọn cho khách hàng còn nam giới thì không”* (Vũ Thị A, 22 tuổi, Sinh viên trường Đại học KHXH và NV). Ngoài ra, trong quan niệm của người dân thì những người đàn ông đi bán hàng thì thường là những người chặt chẽ, chi li “như đàn bà”, họ “đo bát nước mắm, đếm củ dưa hành” nên người bán hàng “không thích mua của những người như thế”.

d. Nhận thức của người bán rong về tương lai của công việc

Mặc dù bán hàng rong là một công việc vất vả, nhưng những người dân di cư vẫn phải chấp nhận làm vì kinh tế khó khăn, đất ruộng không đủ để nuôi sống cả gia đình, không có nghề phụ... họ phải rời bỏ làng quê ra thành phố kiếm sống. Do nguồn vốn ít, trình độ văn hóa thấp nên họ không thể kiếm được công việc có thu nhập ổn định. Vì thế bán hàng rong là sự lựa chọn của không ít người. Để tìm hiểu người dân di cư bán hàng rong nhìn nhận như thế nào về tính bền vững của công việc, chúng tôi quan tâm tới ý định duy trì công việc bán hàng của người bán hàng rong, kết quả thể hiện ở biểu đồ dưới đây:

Biểu đồ 3.10. Ý định duy trì công việc bán hàng rong



Mặc dù bán hàng rong là công việc vất vả, và không ít người cảm thấy không hài lòng nhưng có đến 74.7% số người được hỏi có ý định tiếp tục duy trì việc bán hàng rong. Vì công việc này giúp cho họ có thể trang trải cho cuộc sống, nuôi sống bản thân, bố mẹ già, nuôi con đi học và có thêm thu nhập phụ giúp gia đình. Thời gian để họ duy trì công việc này có thể là vài tháng, hoặc 3-5 năm, hoặc 10 năm nữa. Nhìn chung ý kiến của họ là “*khi nào sức khỏe yếu thì nghỉ*”, “*đến khi nào con học xong*”, và “*đến khi nào người ta cảm thấy thì nghỉ*”. Điều này có nghĩa là chừng nào còn kiếm được tiền họ còn đi bán hàng!

Bên cạnh đó chỉ có 25.3% ý kiến cho rằng sẽ không bán nữa vì lý do họ đi bán hàng là sự chấp nhận miễn cưỡng để kiếm thêm vì không có trình độ nên đi bán hàng là phù hợp, như: *“Chẳng ai muốn đi làm xa nhà thế này nhưng hoàn cảnh bắt buộc”* (phiếu số 192). Do công việc bán rong khiến họ phải đi rong trên đường, phải thức khuya dậy sớm, không tham gia hoạt động xã hội, thiếu thời gian nghỉ ngơi nên họ cảm thấy mệt mỏi: *“Công việc này quá vất vả mà kiếm được ít”* (phiếu số 14). Ngoài ra, do cuộc sống ngày một biến đổi, giá cả hàng hóa, chi phí sinh hoạt tăng cao mà thu nhập lại không ổn định làm cho những người dân nghèo đã vất vả lại vất vả hơn Người bán hàng rong cũng nhận thức được rằng công việc này tuy có thêm thu nhập nhưng không ổn định, họ nghĩ cho tương lai lâu dài cần tìm một công việc gì đó ổn định hơn, như một người bán hàng rong nói rằng: *“Muốn tìm một công việc khác để ổn định hơn”* (phiếu số 10).

3.2.3. Tâm trạng của người bán hàng rong

Tâm trạng của người dân di cư bán hàng rong được thể hiện qua các khía cạnh sau: những nỗi lo lắng khi xa nhà, những lo lắng khi đi bán hàng, và sự hài lòng với công việc của người bán rong

a. Những nỗi lo lắng khi xa nhà

Như đã phân tích ở trên, người dân di cư ra thành phố bán hàng để mong kiếm thêm thu nhập phụ giúp gia đình. Hàng tháng họ gửi một phần thu nhập về cho gia đình ở quê để chi tiêu các công việc, tâm trạng của họ không tránh được việc có liên quan đến số tiền gửi về.

Xét tương quan giữa số tiền gửi về và mức độ lo lắng (có - không) chúng tôi nhận thấy có sự khác biệt lớn ($p < 0.05$). Số tiền gửi về nhiều thì họ có sự lo lắng, trong đó số tiền trên 500.000 - 700.000 đ gửi về nhiều nhất (32.0%) thì có sự lo lắng nhiều (33.3%) hoặc số tiền dồn thành món gửi về quê cũng khiến cho những người bán hàng rong lo lắng. (Bảng đồ 3.4)

Bảng 3.4: Tương quan số tiền gửi về và mức độ lo lắng

	<i>Có lo lắng</i>	<i>Không lo lắng</i>	<i>Tổng</i>
<300.000 đ	0%	4.7%	4.0%
300.000-500.000 đ	19.0%	17.1%	17.3%
>500.000-700.000 đ	33.3%	31.8%	32.0%
>700.000-1.000.000 đ	4.8%	19.4%	17.3%
>1.000.000 đ	4.8%	6.2%	6.0%
Không chi vật mà dồn thành món	38.1%	20.9%	23.3%
Tổng	100.0	100.0	100.0

Vấn đề này cũng dễ hiểu vì người bán hàng rong vất vả mới kiếm được tiền nếu như chi tiêu không hợp lý sẽ lãng phí, hay công việc chi tiêu ở quê không rõ ràng thì “tiền vào nhà khó như gió vào nhà trống” nên khi họ gửi về quê với số tiền hơi nhiều một chút thì sự lo lắng là tất yếu. *“Đôi khi cũng thấy không yên tâm. Tiền mình vất vả làm ra cũng hơi lo sẽ không sử dụng hợp lý, nhưng cũng chỉ đôi khi thôi còn mình gửi về cho nhà mình mà”* (phiếu số 118).

Bên cạnh đó có một số lý do khác như sợ gia đình ở nhà cho vay mượn số tiền mà những người bán rong đã dành dụm gửi về, và khi đã cho vay mượn thì không biết bao giờ những người mượn tiền mới có thể hoàn trả lại vì kinh tế ở quê chỉ phụ thuộc vào mảnh ruộng, con lợn, con gà chứ không phải dễ dàng kiếm được tiền như trên thành phố: *“Sợ người nhà cho vay mượn, mà ở quê đã vay thì khó trả lắm vì làm gì ra tiền mà trả”* (phiếu số 47). Ngoài ra, lý do sợ chồng ở nhà sẽ lấy số tiền gửi về đi uống rượu cũng là nỗi lo thường trực của một số phụ nữ bán hàng rong: *“Chồng nghiện rượu nên sợ tiêu phá hết”* (phiếu số 46).

Ngược lại, có 86.0% người bán hàng rong không lo lắng về số tiền gửi về cho ở nhà chi tiêu. Đi làm xa, nhưng họ hoàn toàn yên tâm và tin tưởng

những người ở nhà sẽ vun vén công việc gia đình, chi tiêu đúng mực. Hay cũng có gia đình đã tính toán chi li từng khoản phải chi tiêu cho cả tháng nên không lo tiền bị tiêu một cách lãng phí. Như một số người bán hàng rong chia sẻ về vấn đề lòng tin tưởng vào nhau: *“Tôi đã thống nhất với chồng, hai vợ chồng cùng thu vén, chồng tôi ở nhà chăm nom nhà cửa, nuôi con, tôi ra đây kiếm tiền phụ thêm”* (phiếu số 4), hay *“Phải tin tưởng nhau chứ, nói ra thì số tiền ấy cũng chỉ lo cho con học hành, ăn uống”* (phiếu số 11).

Bên cạnh đó, khi đi bán hàng thì những người thân ở quê cũng lo lắng cho người đi bán ở thành phố. Họ biết được gia đình ở quê lo lắng cho họ như thế nào. Có đến gần $\frac{3}{4}$ số người bán hàng trả lời gia đình ở quê có lo lắng cho họ.

Trước tiên là lo lắng về vấn đề sức khỏe. Thường những người đi bán hàng ở một mình, ngoại trừ một số ít ở cùng chồng/vợ/ con, mà công việc và cuộc sống ở thành thị rất vất vả nên lúc ốm đau, mệt mỏi xa gia đình, xa người thân, họ sẽ không có người chăm sóc chu đáo.

Ông bà ở quê lo cho chúng tôi là người tỉnh lẻ lên thành phố chưa biết gì, lo không làm được, lo lắng lúc ốm đau không có người quen, không ai chăm sóc (phiếu số 3).

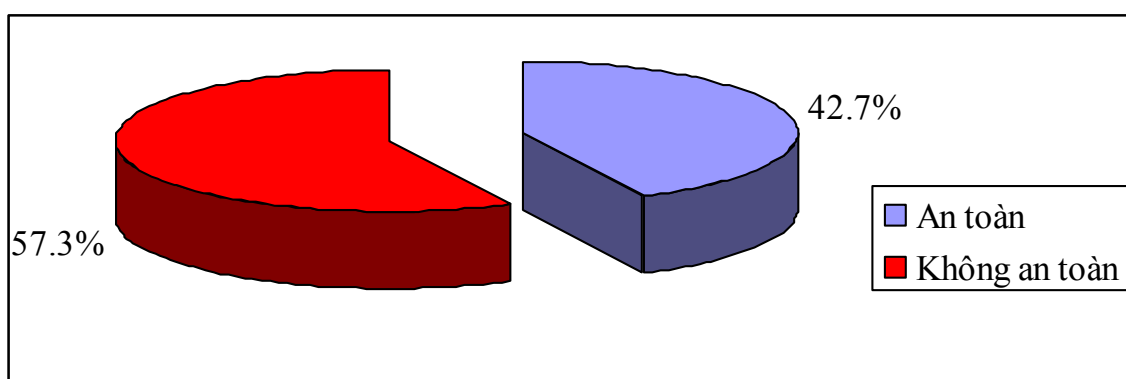
Thứ hai là người thân ở quê lo lắng cho những người đi bán rong trên thành phố sẽ gặp phải những nguy cơ khi đi bán hàng. Những nguy cơ này có thể là vấn đề giao thông, trộm cắp, cướp giật, sợ bị sa ngã. Những người dân từ nông thôn lên thành phố bán hàng, họ chưa hình dung được mật độ giao thông đi lại đông đúc ở Hà Nội, nên thời gian đầu có thể họ chưa quen, họ không biết khi nào được phép đi, khi nào thì phải dừng lại, hay tuyến đường nào chỉ cho phép đi một chiều vì vậy dễ gặp tai nạn giao thông, như một người bán hàng rong cho biết: *“Thời gian đầu đi bán, chồng con tôi ở quê lo tôi đi bán hàng ở Hà Nội chưa biết đường xá, mà xe cộ đông đúc mình lại thân cô thế cô không biết thế nào, giao thông ở Hà Nội kinh lắm, hay bị tai nạn”* (phiếu số 58).

Ngoài ra, những người thân ở quê cũng lo cho người đi bán hàng ở thành phố khi đi bán hàng, lấy hàng bị giật đồ, ăn trộm tiền, và cũng lo sẽ bị những cám dỗ ở thành phố: “*Sợ tôi rượu chè quên không chăm lo chuyện nhà bị người thành phố dụ dỗ*” (phiếu số 272).

b. Những lo lắng khi đi bán hàng rong

Rời xa quê lên thành phố kiếm sống, những người dân di cư bán hàng rong thường mang theo lo lắng về sự an toàn khi đi kiếm sống ở thành phố. Kết quả điều tra thu được như sau:

Biểu đồ 3.11: Đánh giá về mức độ an toàn khi đi bán hàng



Có 57.3% người được hỏi trả lời rằng họ không cảm thấy an toàn khi đi bán rong ở thành phố. Lý do họ cảm thấy không an toàn đầu tiên là lo bị cướp giật hàng, mất trộm: “*Đi về đêm sợ bị cướp giật, bọn nghiện xin tiền*” (phiếu số 42), “*Ở xóm trọ đông đủ thành phần người, khi chưa kịp gửi tiền về quê thì sợ bị mất trộm*” (phiếu số 148). Việc cảm thấy không an toàn này cũng liên quan đến những lo lắng của họ. Cuộc sống “kiếm ăn” ở thành phố vốn đã vất vả, người bán hàng phải xoay sở với nhiều nguy cơ đi bán hàng đêm, lấy hàng lúc sáng sớm bị cướp giật, trong quá trình đi bán bị lấy mất hàng, bị trả tiền giả... “*Thỉnh thoảng đi đường gặp bọn trộm cắp nó nhúp một vài quả, thế là hết lãi rồi. Nhà nước sao chẳng bắt, cấm bọn trộm cắp, nghiện hút đi cứ cấm chúng tôi làm gì, chúng tôi làm ăn lương thiện, có làm gì đâu mà cấm chúng tôi, chúng tôi cũng chỉ vì kiếm miếng cơm manh áo thôi*” (nữ bán hoa quả trên phố Vĩnh Phúc).

Vấn đề lo lắng thứ hai liên quan đến an toàn giao thông khi đi bán hàng. Đặc thù của công việc bán rong là di chuyển trên các đường phố, không chỉ đi trên vỉa hè mà họ còn đi dưới lòng đường, với gánh hàng cồng kềnh nên việc đi lại của họ gặp không ít khó khăn, nhất là lúc tan tầm mật độ giao thông đông đúc. Lý do khiến người đi bộ gặp tai nạn nhiều là do ý thức chấp hành luật lệ của người tham gia giao thông không tốt, các phương tiện tham gia giao thông như ô tô, xe máy phóng nhanh, vượt ẩu. Đây là cơ sở để những người bán hàng rong lo sợ về sự an toàn khi đi bán hàng trên đường phố.

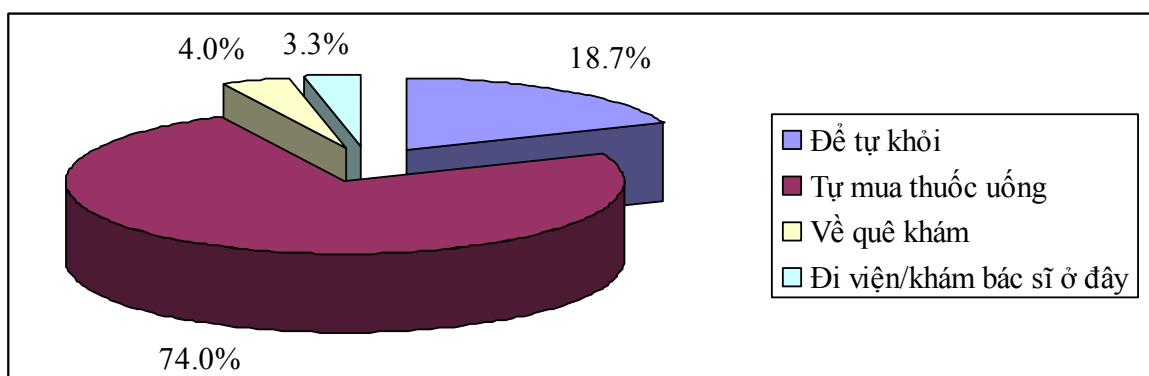
Đi bán hàng lo nhất là xe ô tô xe máy, nói cháu nghe chữ số của mình không may mà lỡ đâu đi đường ô tô xe máy nó đâm vào thì chết. Nói thật cô chẳng sợ cái gì chỉ lo xe nó đâm vào mình là chết. Chữ còn mấy đứa nghiện hút mấy ông say rượu cô cũng chẳng sợ (nữ 47 tuổi, bán dép nhựa, phố Kim Giang).

Đây quả thật là một nỗi lo lắng lớn của người bán rong vì pháp lệnh về trật tự an toàn giao thông đã quy định: “Lòng đường và hè phố, chỉ được dùng cho mục đích giao thông. Cấm tụ tập đông người trên vỉa hè, lòng đường, gây ùn tắc, cản trở giao thông. Cấm mọi hành vi lấn chiếm lòng, lề đường, hè phố để họp chợ, trưng bày, bán hàng hoá và treo biển quảng cáo, để vật liệu và các hành vi khác gây ảnh hưởng đến trật tự an toàn giao thông. Cấm đổ rác hoặc các vật dụng hay chất thải khác ra vỉa hè, đường phố. ” [41].

Vấn đề sức khỏe là nỗi lo lắng thứ ba của người bán hàng rong. Kết quả chúng tôi thu được hầu hết những người bán hàng rong cảm thấy mệt hơn hay yếu đi vì tính chất công việc phải đi lại nhiều, rong duỗi trên đường phố ngày nắng cũng như ngày mưa, ăn uống lại không đủ chất nên sức đề kháng của cơ thể giảm sút, như ý kiến của một người bán hàng cho biết: “Từ khi đi bán hàng tôi có cảm giác ngày càng mệt mỏi hơn vì buôn bán nhỏ lẻ, lãi không nhiều lại nhiều khoản chi tiêu, ăn uống tiết kiệm” (Phiếu số 3).

Mặc dù biết là sức khỏe của mình có giảm sút, lo cho sức khỏe của mình nhưng những người bán hàng rong vẫn rất chủ quan với sức khỏe của mình vì họ không muốn chi phí vào thuốc men mà ảnh hưởng đến kinh tế của gia đình. Họ đặt “miếng cơm, manh áo” của gia đình lên trên sức khỏe của bản thân. Tìm hiểu về việc làm thế nào để khởi ốm, chúng tôi thu được kết quả như sau (biểu đồ 3.12).

Biểu đồ 3.12: Cách thức để khởi ốm



Có 74.0% người bán rong chọn giải pháp tự mua thuốc uống. Rõ ràng người bán rong cũng có ý thức tự bảo vệ sức khỏe cho bản thân. Song việc tự mua thuốc mà không qua bác sĩ sẽ ảnh hưởng lớn đến sức khỏe của họ. Đặc biệt có đến 18.7% người bán rong chọn giải pháp để bệnh tự khởi.

Người di cư từ nông thôn lên thành phố luôn thường trực trong mình ý thức tiết kiệm để dành dụm dùng việc lớn. Họ tiết kiệm trong chi tiêu cho ăn uống, nhà trọ, và có một tỷ lệ rất lớn người bán rong không có giải pháp y tế hay có giải pháp y tế sai khi bản thân có bệnh. Có một tỷ lệ rất thấp 7.3% người bán rong chọn giải pháp đi viện/khám bác sĩ hay về quê khám. Trong đó có 3.3% chọn giải pháp về quê khám, vì theo họ khám ở thành phố chi phí sẽ cao hơn trong khi không đi làm được mà chi tiêu trên thành phố lại lớn, sẽ âm vào số tiền tích lũy được.

Vấn đề lo lắng thứ tư của người bán hàng rong chủ yếu liên quan đến tính bất hợp pháp về nơi ở của người bán hàng rong. Trong quyết định của Ủy

ban nhân dân thành phố Hà Nội [42] quy định rằng: *“Lao động ngoại tỉnh vào thành phố kiếm việc làm nhất thiết phải đăng ký tạm trú với Công an phường, làm thủ tục xin cấp thẻ lao động tạm thời và nộp phí cấp thẻ 10.000 đồng một lần kể cả khi gia hạn 3 tháng”* và *“Thời gian chờ tìm việc làm người lao động phải tập trung các địa điểm quy định, không được tự do tụ tập trên các vỉa hè, đường phố, nơi công cộng. Tối phải về đúng nơi tạm trú”*. Tuy nhiên, thực tế việc đăng ký tạm trú cũng là một vấn đề khó khăn của người bán rong. Có 31.3% người bán hàng rong không đăng ký tạm trú cho thấy tính chất bất hợp pháp trong việc tạm trú của người bán rong. Giải thích về ý này nhiều người bán hàng rong cho biết: *“Không thấy ai nói gì và công an cũng không kiểm tra”* (phiếu số 140), hay *“Buôn bán không cố định, một thời gian lại chuyển đi nên không đăng kí, mất thời gian nữa”* (phiếu số 166), họ cho rằng không ở nhà nhiều nên không cần đăng ký *“Thường xuyên đi làm, thời gian ở nhà ít nên không cần đăng ký”* (phiếu số 14). Cho dù bất cứ lý do nào thì những người này cũng ít được đảm bảo về an ninh hay ít nhất là sự kiểm soát về tình hình an ninh của chính quyền địa phương. Và đặc biệt ảnh hưởng đến việc nắm bắt tình hình dòng người đến và đi khỏi nơi cư trú ở thành phố của cán bộ nhân khẩu của phường xã. Như vậy, vấn đề quản lý người bán rong như thế nào đang là một vấn đề cấp bách cần giải quyết đối với các đô thị.

Lo lắng về tính bất hợp pháp của công việc còn thể hiện ở việc người bán rong có thể bị công an bắt: *“Sợ bị tịch thu mất hàng”* (phiếu số 27), *“Bán hàng rong không ổn định, hay bị công an, cán bộ*



Ảnh chụp của phóng viên vtv [40]

quản lý bắt và hay bị cướp bóc” (phiếu số 3). Mỗi lần bị bắt họ phải nộp phạt cho công an từ 25.000 đến 40.000 đồng (chi phí này được sử dụng cho việc giữ vệ sinh đường phố). Tần số ngăn chặn của công an thường tăng mạnh vào những dịp lễ Tết. Giá trị hàng bị tịch thu thường vào khoảng 200.000 đồng, tuy nhiên, đối với một số người bán rong hoa quả chất lượng cao, hay hàng quần áo giá trị có thể lên tới 1.000.000 đồng.

Và từ năm 2007, khi UBND thành phố Hà Nội chuẩn bị đưa ra lệnh cấm bán hàng rong trên một số tuyến phố thì những người bán rong càng cảm thấy buồn, lo lắng vì cấm bán hàng như thế này sẽ mất kế sinh nhai của họ vì ở quê người nông dân không có nghề gì khác ngoài ruộng lúa, chăn nuôi, thêm vào đó trình độ học vấn thấp, họ không thể kiếm được một công việc ổn định, có thu nhập, nên bán hàng rong là lựa chọn tối ưu của họ nhưng bây giờ bị cấm bán thì cuộc sống của người nông dân sẽ rơi vào khó khăn. Họ không biết sẽ làm gì để trang trải cuộc sống, để có tiền cho con đi học, như chị Đào Thị N, một người bán rong tại quận Cầu Giấy, Hà Nội cho biết: *“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”.*

Một số người cảm thấy bất bình trước lệnh cấm này, vì từ lâu nay bán hàng rong đã là một nghề kiếm sống của họ, công việc bán rong cũng ít nhiều mang lại sự tiện lợi cho người dân thủ đô và phù hợp

“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 chúng tôi lấy gì mà kiếm sống” (phiếu số 40).

với túi tiền của những người có mức thu nhập trung bình trong xã hội

Việc cấm bán hàng khiến cho công việc của họ khó khăn hơn trước như họ phải tìm địa điểm mới để bán, không còn được bán trên các tuyến phố chính, hoặc nếu có bán được thì lúc nào cũng phải lo chạy công an, như một

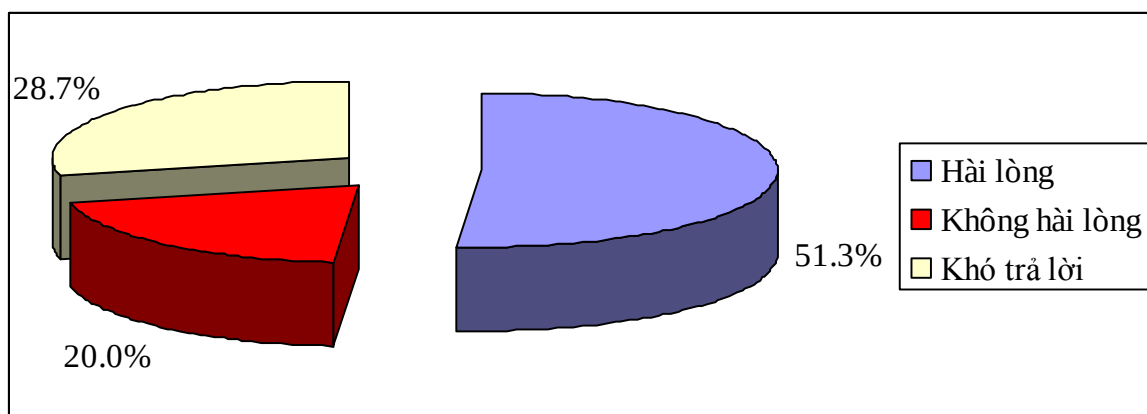
người bán hàng rong cho biết: “Từ khi có lệnh cấm, công việc của chúng tôi trở nên khó khăn hơn trước vì vừa đi bán hàng vừa lo chạy công an” (phiếu số 92), việc mua bán cũng chậm hơn vì công an đi dẹp nhiều tìm được ít người mua, địa bàn bán rong dần bị thu nhỏ, đi về đường vòng xa hơn do phải tránh công an.

Sau Thành phố Đà Nẵng, kể từ 0h00 ngày 01/7/2008 UBND thành phố Hà Nội đã ra lệnh cấm bán hàng rong trên một số tuyến phố và khu di tích. Thực tế cuộc sống của những người bán rong ở quê vốn đã nhiều khó khăn nên họ ra Hà Nội đi bán rong. Với Lệnh cấm bán rong được thực thi đồng nghĩa với việc họ giảm đi một kế sinh nhai, gia đình họ lại rơi vào khó khăn hơn. Lệnh cấm này đã ảnh hưởng không nhỏ đến cuộc sống của người bán rong về cả hai phương diện đời sống kinh tế và tâm tư tình cảm.

c. Sự hài lòng với công việc của người bán rong

Để xem xét tâm trạng của người bán rong khi đi bán hàng chúng tôi cũng tìm hiểu về mức độ hài lòng của họ đối với công việc. kết quả thu được như sau:

Biểu đồ 3.13: Mức độ hài lòng với công việc của người bán hàng rong



Trong nghiên cứu này, chỉ có 20.0% số người bán rong được hỏi cảm thấy không hài lòng với công việc hiện tại vì phải lên thành phố, đi làm xa gia đình, không chăm sóc được con cái. Công việc này có thể kiếm được hơn

so với ở quê nhưng thu nhập không ổn định, thất thường: *“Thực sự thấy đây là công việc không phù hợp vì thu nhập thất thường phải làm, xa con cái, không có điều kiện gần gũi chăm lo cho việc ăn uống học tập của con cái”* (phiếu số 7).

Phần lớn những người bán rong cảm thấy hài lòng với công việc (chiếm 51.3%). Họ cảm thấy hài lòng với công việc vì trước tiên công việc này giúp họ nuôi sống được bản thân *“Công việc mang lại thu nhập để nuôi sống bản thân và gia đình”* (phiếu số 17). Dù là công việc vất vả nhưng vẫn kiếm được hơn so với ở quê: *“Do Thu nhập cao hơn làm ruộng”* (phiếu số 28). Họ tạm hài lòng vì không biết làm thế nào, dù sao cũng kiếm thêm được ít tiền còn ở quê thì chỉ biết trông chờ vào đồng ruộng. Việc đi bán hàng giúp những người nông dân trang trải được cho cuộc sống ở quê *“Cũng đỡ được một phần cho gia đình, có tiền cho con đi học”* (phiếu số 10). Đôi khi công việc này đã trở thành nghề quen thuộc của họ, cảm thấy như một phần không thể thiếu *“Mất thời gian nhưng nó quen, không ra đây thì thấy nhớ nhớ. Được đồng nào hay đồng ấy nên thoải mái”* (phiếu số 196).

Mặt khác, nếu so sánh công việc của người bán hàng rong so với các công việc khác thì công việc bán rong vẫn còn tốt hơn vì không quá tốn nhiều sức lực như làm phu hồ, và không bị gò bó như đi làm giúp việc... *Ừ đi bán hàng thế này cũng vất vả nhưng còn hơn là đi bé em, đi giúp việc cháu ạ. Đi bán hàng thế này tự do mình muốn làm gì thì mình làm, thích về là về được, thích đi thì đi thoải mái chẳng có ai nói gì mình. Chứ nói thật cháu cũng biết chứ đi bé em khổ lắm, nhiều khi người ta mắng cho cũng phải chịu chứ biết làm thế nào. Nếu như nhà chủ mà tốt thì không sao chứ như nhà chủ mà khó tính thì cũng phải đến nước bỏ mà về thôi* (nữ bán dép nhựa tại Kim Giang)

So với nghiên cứu năm 2006 trên 300 phụ nữ bán hàng rong (41.2%) thì mức độ hài lòng với công việc của người bán hàng rong trong nghiên cứu này của chúng tôi đã tăng 11,1%. Điều này chứng tỏ nghề bán hàng rong trong thời gian gần đây đã giúp cho những người nông dân cải thiện được cuộc sống tốt hơn, nên mức độ hài lòng của họ cao hơn so với 2 năm trước.



Ảnh chụp trên đường Xuân Thủy

So sánh giữa mức độ hài lòng của người bán rong với thu nhập của họ, chúng tôi nhận thấy có sự tương quan tỷ lệ thuận giữa mức thu nhập cao và mức độ hài lòng. Ở mức thu nhập dưới 1.000.000 đ/tháng có 38.7% người bán hàng cảm thấy hài lòng (so với 61.3% không hài lòng và khó trả lời). Ở mức thu nhập trên 1.000.000 - 3.000.000 đ mức độ hài lòng từ 50-60% (so với 50-40% không hài lòng và khó trả lời). Có thể nói mức độ hài lòng khi có được thu nhập xuất phát từ việc thu nhập đó sẽ góp phần quan trọng trang trải cuộc sống sinh hoạt của gia đình, giảm bớt những khó khăn của gia đình. Như vậy, mặc dù công việc bán rong đang gặp nhiều khó khăn, nhưng phần lớn những người bán rong vẫn cảm thấy hài lòng với công việc họ đang làm vì công việc này có ý nghĩa giúp họ trang trải cuộc sống gia đình.

3.2.4. Tính cách điển hình của người bán hàng rong

Tính cách của mỗi cá nhân được biểu hiện như là sự tổng hợp những nét đặc trưng tâm lý tương đối ổn định thể hiện trong thái độ và hành vi, tạo nên những đặc trưng riêng ở mỗi con người, làm cho người này khác với người kia, không ai giống ai. Tính cách tồn tại bên trong mỗi con người dưới dạng những suy nghĩ, cảm xúc, thái độ và chỉ thể hiện ra bên ngoài thông qua hành vi ứng xử trong cuộc sống. Tuy nhiên với một nhóm người nhất định

cùng nhau hoạt động, cùng nhau chung sống ít nhiều sẽ ảnh hưởng đến nhau và có những nét tính cách tương đồng. Ở đây, chúng tôi tìm hiểu nét tính cách điển hình của những người dân di cư bán hàng rong trên đường phố Hà Nội.

Để tìm hiểu về tính cách của người bán hàng rong chúng tôi thu thập ý kiến của cả người bán hàng và khách mua hàng. Tính cách điển hình dễ nhận thấy của người bán rong theo ý kiến đánh giá của họ là chăm chỉ, chịu khó có tỷ lệ 28.8%. Tiếp đến là tính cách khéo léo, chiếm tỷ lệ 18.5%, thật thà, chất phác (chiếm 13.7%), nhưng cũng thật ngôn ngoan (chiếm 13.5%).

Qua bảng số liệu chúng ta thấy: 28.8% người bán hàng cho rằng những người đi bán rong có đặc điểm chăm chỉ, chịu khó vì họ không có khả năng làm việc gì khác để có thu nhập và ổn định hơn và vì mục đích bán rong là để kiếm tiền nên phải cần cù lao động nhiều hơn, như một sinh viên trường ĐHKHXH&NV khi được hỏi về tính cách của người bán rong đã nói rằng: “*Những người bán hàng rong là những người ở tính lễ lên do đó họ cũng thật thà, chất phác, chịu thương, chịu khó, họ cam chịu, đó là cuộc sống của họ để nuôi sống bản thân và gia đình, nên họ là những người rất chịu khó*”.

Bảng 3.5: Tính cách điển hình của người bán hàng rong

<i>Tính cách</i>	<i>Tỷ lệ %</i>
Chăm chỉ, chịu khó	28.8
Khéo léo	18.5
Thật thà, chất phác	13.7
Khôn ngoan	13.5
Hay nhường nhịn	13.1
Đáo dẻ	8.1
Tham lam	2.6
Không trung thực	1.7
Tổng	100.0

Trong thời buổi kinh tế thị trường, người bán rong cũng phải khôn khéo hơn và có nhiều mánh khéo trong cách bán hàng để bán vừa bán được nhiều hàng hơn, lại vừa được lòng khách hàng. Vì thế đánh giá của cả người bán hàng và khách mua hàng đều cho rằng người bán hàng rong là người khéo léo và khôn ngoan (32%) vì họ làm nghề “làm dâu trăm họ” nên phải khéo léo để chiều lòng khách và khôn ngoan trong cách bán hàng với từng đối tượng khách: *“Đi bán hàng thì tất nhiên phải khéo mới bán được hàng rồi, phải chào mời đơn giản, 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”* (nữ bán hoa quả trên phố Linh Lang).

Trong các ca phỏng vấn sâu chúng tôi có đề cập đến tình huống khách hàng khó tính chọn hàng đặt lên đặt xuống thì người bán hàng sẽ phản ứng thế nào. Hầu hết những người bán rong đều nói rằng tỏ thái độ nhịn nhục, nhún nhường mặc dù trong thâm tâm thì cũng khó chịu: *“Mình cũng khó chịu đấy vì làm thế đập hết hàng của mình, nhưng vẫn phải ôn tồn, nói khéo chị thích quả nào chị để em lựa cho, chứ mình mà tỏ thái độ là họ phật ý, có khi còn mắng mình ấy chứ”* (nữ bán hoa quả, phố Vĩnh Phúc).

Tuy nhiên không phải tất cả những người bán hàng rong đều là người chịu khó, nhún nhường. Đôi khi chúng ta cũng gặp trường hợp những người bán hàng rong tỏ thái độ đánh đá, đả đả với người mua hàng: *“Nhiều người còn cãi nhau tay đôi với khách vì bị làm hỏng hàng, nhưng như thế là mất khách rồi những người khác thấy thế họ cũng không mua nên cố gắng nhẹ nhàng nói thôi”* (nữ bán hoa quả, phố Vĩnh Phúc), hay ý kiến của chị Tăng Thị H - khách mua hàng, 25 tuổi, nhân viên trực tổng đài của Viettel cũng có đồng quan điểm: *“Tôi thấy những người bán hàng rong thật đả đả, nhiều người quá là đánh đá và bán hàng rắn lắm”*.

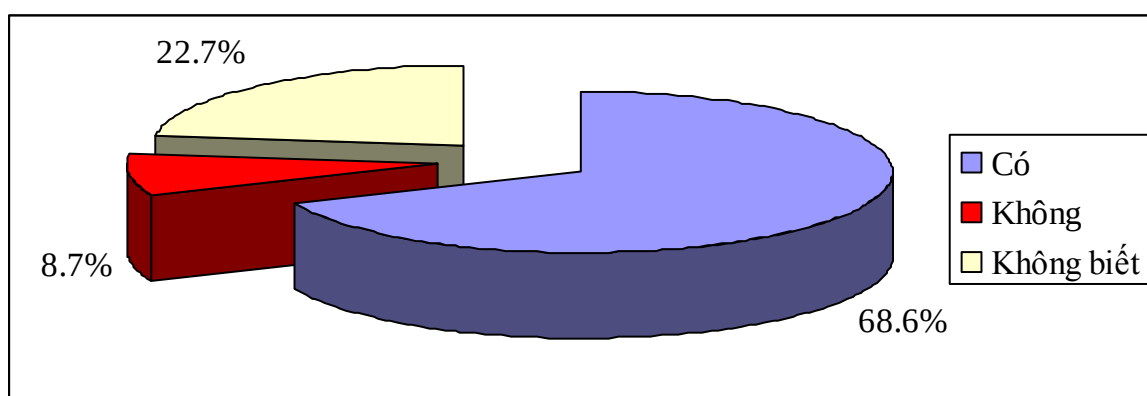
Nghiên cứu cho thấy hầu hết người bán hàng rong là những người *chăm chỉ, chịu khó, thật thà chất phác, khéo léo, khôn ngoan*. Đây là những đặc điểm nổi bật của người bán hàng rong, những đặc điểm này giúp cho họ có thể kiếm sống được bằng nghề bán hàng rong và giúp cho công việc của họ được thuận lợi.

3.2.5. Kỹ năng ứng xử của người bán hàng rong

Nghiên cứu đặc điểm tâm lý của người bán hàng rong, chúng tôi quan tâm kỹ năng nhận biết khách hàng và khả năng ứng xử của họ. Trong nghiên cứu của chúng tôi có 31.4% người bán rong cho rằng họ không biết và không có khả năng nhận biết khách hàng. Như vậy 68.6% người bán rong có khả năng nhận biết được từng đối tượng khách hàng (Biểu đồ 3.14).

Phần lớn người bán rong nhận diện được khách hàng, nắm bắt được tâm lý khách hàng thường là những người cao tuổi và người có thâm niên bán rong lâu dài. Họ nhận biết khách hàng qua cử chỉ, cách ăn mặc, nét mặt, giọng nói là những hình thức biểu hiện chính của khách hàng mà người bán hàng dễ nhận biết được. Song bên cạnh đó, có một bộ phận không nhỏ người bán hàng không có khả năng nhận biết khách hàng của mình. Thực tế này sẽ ảnh hưởng đến hiệu quả công việc bán hàng của họ.

Biểu đồ 3.14: Khả năng nhận biết khách hàng của người bán rong

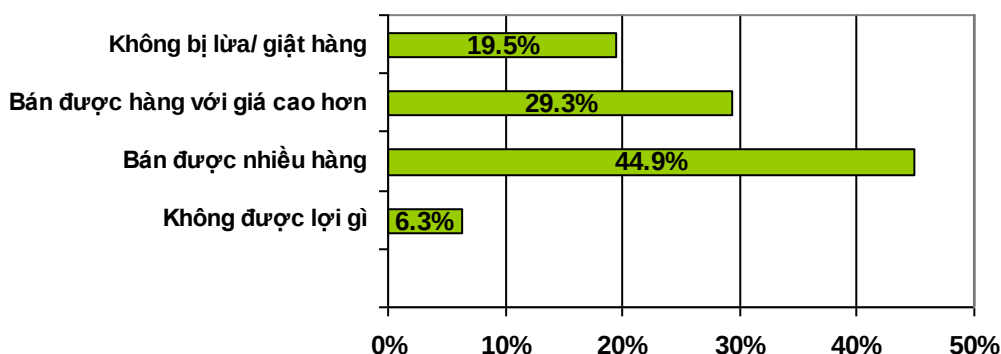


Vậy lợi thế khi nhận biết được đối tượng khách hàng là gì? Khi đặt câu hỏi này chúng tôi đã tổng hợp được những câu trả lời ở biểu đồ 3.14. Có đến

44.9% người bán rong cho rằng nhận biết được khách hàng sẽ bán được nhiều hàng hơn. Thực chất của công việc bán hàng rong là bán được nhiều hàng đồng nghĩa với việc thu được nhiều lợi nhuận. Vì vậy khả năng nhận biết khách hàng trở thành kinh nghiệm nghề nghiệp quý báu của người bán hàng rong. Bên cạnh đó có 29.3% người bán rong cho rằng nhận biết được khách hàng sẽ có khả năng bán được hàng với giá cao hơn.

Trong thực tế giá cả các mặt hàng hóa của người bán rong so với các sản phẩm cùng loại bán ở các cửa hàng là rẻ hơn. Vì ngoài tiền mua hàng, các cửa hàng phải trả tiền thuê nhân công, mặt bằng, đóng thuế trong khi người bán rong không phải đóng thuế và họ cũng không phải chi trả tiền mặt bằng, mua tận gốc bán tận ngọn. Khi gặp đối tượng mua hàng, người bán rong cũng có thể nâng giá lên một chút điều này cũng rất dễ hiểu, nhất là trong tình hình hiện nay. Có 19.5% người bán rong cho rằng nhận biết được khách hàng sẽ tránh được nguy cơ bị lừa, bị giật đồ. Thực tế công việc bán rong đi khắp các ngõ ngách sẽ khó tránh gặp các đối tượng lừa đảo, lưu manh. Vì vậy đây cũng là cách thức đối phó từ xa của người bán hàng rong, là kinh nghiệm họ học hỏi được trong quá trình di cư lên thành phố kiếm sống.

Biểu đồ 3.15: Lợi thế khi nhận biết đối tượng khách



Khi nghiên cứu đặc điểm tâm lý của người bán hàng rong, chúng tôi cũng quan tâm tới khía cạnh đối tượng nào người bán hàng rong thích bán nhất. Điều này liên quan đến việc những người bán hàng rong có khả năng

nhận biết và ứng xử với từng loại đối tượng khách hàng hay không. Kết quả chúng tôi thu được thể hiện ở bảng 3.6 dưới đây:

Bảng 3.6: Đối tượng khách mua người bán hàng rong thích bán

Đối tượng	Tỷ lệ %
Học sinh/ sinh viên	25.1
Thanh niên	21.7
Đàn ông trung niên	20.7
Phụ nữ trung niên	16.6
Người già	15.9
Tổng	100.0

Kết quả điều tra cho thấy, đối tượng mà người bán rong thích bán nhất đó là học sinh/ sinh viên, thanh niên (46.8%) vì sinh viên là đối tượng thích ăn quà vặt và với số tiền ít ỏi của mình thì các sản phẩm hàng hóa của người bán rong phù hợp với túi tiền của sinh viên hơn cả. Bên cạnh sự phù hợp giữa giá cả hàng hóa và túi tiền của sinh viên thì bán hàng cho sinh viên ít khi bị lừa hàng, bị giật đồ.

Sinh viên hiền lành, không khó tính, không ngổ ngáo, không kì 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 quỵt, nói chuyện với họ cũng thấy rất vui, biết thêm được nhiều thứ hay về cuộc sống sinh viên (phiếu số 108).

Bên cạnh đó cũng có nhiều ý kiến cho rằng đối tượng nào họ cũng thích bán, vấn đề là biết cách ứng xử với từng đối tượng khách sao cho khéo. Mỗi đối tượng mua hàng đều có những đặc điểm riêng, người già thì mua hàng và lựa chọn cẩn thận hơn, những người học sinh sinh viên thì họ hay mặc cả hơn, còn đàn ông trung niên thì họ có vẻ dễ dàng hơn. Điều này chứng tỏ những người bán hàng rong biết cách ứng xử với từng đối tượng khách hàng, như một chị bán dép nhựa trên phố Kim

Giang cho biết: “Với mỗi đối tượng khác nhau cũng phải có cách ứng xử khác nhau chứ cháu. Ví dụ như các ông già, họ cũng như ông của mình thôi thì phải nói thật để cho họ còn mua, chứ nói thách gì mấy ông già hả cháu. Hoặc là như học sinh sinh viên như bọn cháu cũng như con cô lên đây ăn học cũng phải tiết kiệm từng đồng thì làm gì có tiền. Có nói thách các cháu cũng chẳng mua được thì nói thách làm gì. Cũng chỉ nói giá vừa phải có lãi một chút là các cô bán rồi. Còn như thanh niên hoặc những người học trông có tiền có quyền thì phải nói thách chứ. Vì có phải đồng tiền họ mất công sức làm ra đâu mà họ tiếc. Nói chung là mỗi người mỗi khác, bà già lại khác mà những người trung tuổi lại khác, tùy vào từng người. Hoặc như những người đàn ông 45-50 tuổi thì đúng là trả giá từ mặt đất trả lên thì phải nói cao để cho họ còn trả là vừa chứ những người như thế mà nói sát giá thì họ trả còn không bằng tiền vốn thì lấy đâu mà bán được cháu. Nói chung gió chiều nào che chiều ấy thôi”.

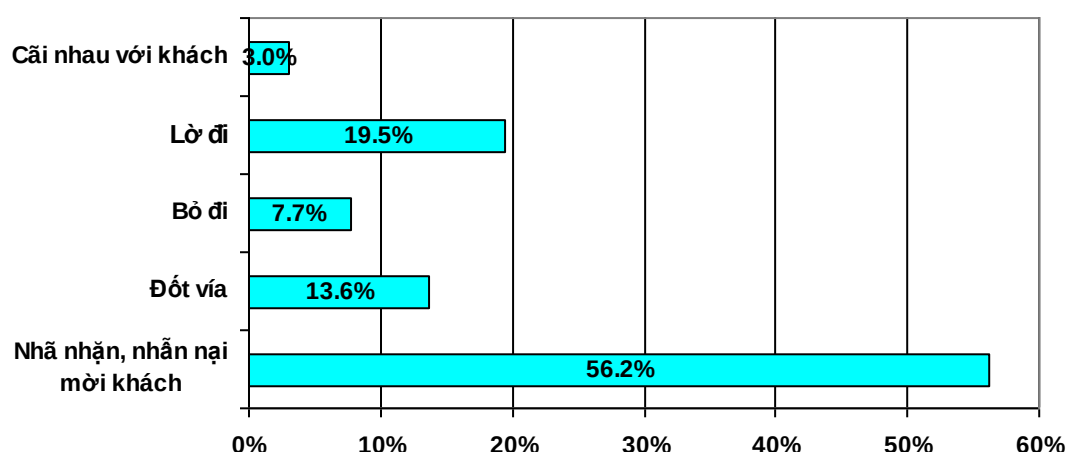
Việc bán được nhiều hàng với giá có lãi nhất là ưu tiên hàng đầu của người bán rong. Vì vậy họ thường có những cách cư xử khác nhau với mỗi đối tượng khách hàng. Với những người tốt, hiền lành, họ thường cư xử nhẹ nhàng và lễ phép. Với những người ghê gớm họ thường khéo léo và nhún nhường. Với những người xấu như trộm cắp, nghiện ngập, họ thường cố lảng tránh hoặc buông xuôi để hàng bị mất một vài món còn hơn mất tất cả. Cãi nhau với khách hàng đôi khi chính là cơ chế tự vệ mà người bán rong học được trong cuộc mưu sinh bằng gánh hàng rong.



Ảnh chụp trên phố Bà Triệu

Ngoài ra, chúng tôi cũng tìm hiểu cách thức ứng xử của người bán hàng khi gặp khách hàng khó tính hay khi ế hàng. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng đa số người bán rong (56.2%) chọn giải pháp nhã nhặn, nhẫn nại mời khách. Theo họ nhã nhặn nhẫn nại thì có thể họ sẽ dụ xuống và mua hộ. Có 27.2% người bán hàng lựa chọn cách lờ đi, hoặc bỏ đi. (biểu đồ 3.16)

Biểu đồ 3.16: Ứng xử khi gặp khách khó tính hay khi ế hàng



Những con số trên đây cho chúng tôi thấy rằng khi gặp khách hàng khó tính, có thể tùy tình huống mà người bán hàng rong sẽ thể hiện thái độ này hay thái độ khác, nhưng phần lớn họ đều chọn cách xử nhẹ nhàng, không làm mất lòng khách và có phần chịu thiệt cho bản thân.

Song không phải tất cả những người bán rong đều cư xử thiện ý khi gặp khách hàng khó tính, có 3.0% người bán rong cãi nhau với khách. Điều này được lý giải bởi tính cách, khí chất của những người bán rong là không giống nhau, cũng như phẩm chất của người bán rong là khác nhau. Thứ hai, kinh nghiệm buôn bán đã dạy họ cách cư xử như thế nào

Khi gặp người mua hàng khó tính cứ đặt hàng lên, xuống lựa chọn nhiều mình cũng khó chịu đấy vì làm thế dập hết hàng của mình, nhưng vẫn phải ôn tồn, nói khéo chị thích quả nào chị chỉ để em lựa cho, chứ mình mà tỏ thái độ là họ phật ý, có khi còn mắng mình ấy chứ (nữ, bán hoa quả trên phố Vĩnh Phúc).

đổi với các trường hợp khách hàng có lời nói, thái độ đụng chạm đến họ... Đốt vía, đây là hiện tượng người bán rong đốt tờ giấy, hua hua quanh hàng của mình để xua đổi cái đen đui khi vắng khách hay có khách khó tính. Trong nghiên cứu của chúng tôi chỉ có 13.6% người bán rong chọn giải pháp đốt vía, mong đợi vận may.

Không chỉ có những kỹ năng ứng xử với khách mua hàng, người bán rong còn có khả năng ứng xử cả với lệnh cấm và sự truy quét bắt hàng của công an. Tìm hiểu nguyên nhân vì sao khi lệnh cấm bán hàng rong chính thức được thực thi mà những người bán rong vẫn đi bán trên một số tuyến phố bị cấm thì họ đều nói rằng về quê không có việc, thấy mọi người ở lại vẫn đi bán được thì lại lên, như chị Dương Thị H cho biết: *"Thực hiện chủ trương của Nhà nước, chúng tôi đã quê tìm việc, nhưng thấy mấy chị đi được về tuyên truyền, lại rủ nhau lên..."*

Cùng với lệnh cấm bán hàng rong trên một số tuyến phố và khu di tích thì việc truy quét, dẹp hàng rong của công an cũng thắt chặt và gắt gao hơn. Nhưng như chúng ta thấy trên nhiều tuyến phố hàng rong vẫn đi bán, thậm chí ngay cả trên những tuyến phố cấm hàng rong vẫn có thể đứng bán vào một số thời

Đến giờ công an làm thì mình cứ tránh đi thôi, đi quá giờ hoặc muộn giờ công an làm thôi. Mình sang các tuyến phố khác bán về muộn hơn một chút, có thể đến 7h tối công an mới về thì mình về muộn hơn khoảng 8h (Phạm Văn T, 21 tuổi, bán hàng xén)

điểm. Điều này cho thấy những người bán hàng rong có khả năng ứng phó với lệnh cấm và sự truy quét của công an, họ nắm bắt được giờ kiểm tra của công an và đi vào những giờ không bị công an kiểm tra.

Qua việc tìm hiểu về kỹ năng ứng xử của người bán hàng rong và khả năng ứng phó của họ với lệnh cấm, chúng tôi nhận thấy hầu hết những người bán rong đều ít nhiều có kinh nghiệm trong việc nhận biết từng đối tượng khách hàng và biết ứng xử mềm dẻo, linh hoạt với từng đối tượng khách.

Tiểu kết chương 3

Kết quả nghiên cứu thực tiễn đã cho chúng ta một bức chân dung khá đầy đủ về người dân nông thôn bán hàng rong ở Hà Nội. Những đặc điểm xã hội thuộc về cá nhân cho thấy, họ đến từ nhiều miền quê khác nhau như Hưng Yên, Nam Hà, Nam Định, Bắc Giang, Thanh Hóa..., trình độ học vấn thấp nên với họ công việc bán rong là phù hợp. Các mặt hàng họ bán thường rất đa dạng, như: hoa/ hoa quả, sách báo/ vé số, hàng ăn, rau, sành sứ, quần áo... Công việc bán rong là công việc vất vả nhưng thu nhập lại không cao so với các nghề khác trong xã hội. Người bán rong phải chi tiêu ăn uống, ở trọ hết sức tiết kiệm để có thể gửi tiền về quê phụ giúp cho gia đình

Các đặc điểm tâm lý mà chúng tôi phân tích trong nghiên cứu này cho thấy lý do ra thành phố ra thành phố bán hàng của người dân nông thôn là vì lý do kinh tế. Vì mục đích kiếm tiền hầu hết những người bán rong không có nhu cầu tham quan, giải trí - nhu cầu cho bản thân mà chỉ có nhu cầu liên hệ và được chia sẻ với gia đình ở quê. Hầu hết những người bán rong đều nhận thức công việc của họ có ý nghĩa mang lại sự tiện lợi cho người dân Hà Nội. Họ nhận thức được công việc bán rong cũng mang lại nét đẹp cho thủ đô, nhưng công việc này cũng đem lại những ảnh hưởng xấu đến mỹ quan đường phố, đến giao thông đô thị. Giữa nam giới và phụ nữ bán hàng rong có sự khác biệt nổi bật về tính cách, trong đó phụ nữ thường khéo léo, có duyên bán hàng hơn, còn nam giới ù lì, nóng tính, chậm mồm chậm miệng hơn. Những người bán hàng rong có những mối lo lắng khi xa nhà: Họ sợ tiền gửi về bị chi tiêu lãng phí, lo cho sức khỏe, sự cảm dỗ, sa ngã ở thành phố, họ lo sợ bị cướp giật, sợ bị tai nạn, bị công an bắt. Tuy nhiên, đa phần họ đều hài lòng với thu nhập từ công việc bán rong mang lại. Tính cách điển hình của người bán hàng rong là chăm chỉ, chịu khó, khéo léo và khôn ngoan. Đa số người bán hàng rong có khả năng nhận biết khách hàng, ứng phó với việc xử lý của công an/ cán bộ quản lý. Toàn bộ kết quả nghiên cứu ở chương 3 về những

đặc điểm xã hội và đặc điểm tâm lý của người bán rong cho phép chúng tôi khẳng định được giả thuyết của đề tài nghiên cứu. Thứ nhất, những người bán rong ra Hà Nội kiếm sống chủ yếu vì lý do kinh tế. Thứ hai, mức thu nhập của người bán rong càng cao thì họ càng hài lòng với công việc. Thứ ba, phần lớn những người bán hàng rong đều có tính cách điển hình là chịu khó, nhẫn nại, khéo léo và khôn ngoan. Trên cơ sở kết quả thu được từ bảng hỏi, phỏng vấn sâu, nghiên cứu trường hợp cho phép chúng tôi có một cái nhìn toàn diện về người dân di cư bán hàng rong ở Hà Nội và từ đó đưa ra được những kết luận và khuyến nghị.

KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

1. Kết luận

Nghiên cứu những người dân di cư bán hàng rong trên đường phố Hà Nội là một đề tài có ý nghĩa cả về lý luận và thực tiễn. Đề tài này góp phần bổ sung và làm phong phú thêm cho các nghiên cứu về di dân có căn nguyên kinh tế, các nghiên cứu về tình hình bán hàng rong ở Hà Nội và các nghiên cứu liên quan đến các ngành xã hội học, tâm lý học, giới... Mặt khác, các kết quả nghiên cứu của đề tài sẽ là cơ sở cho các nhà hoạch định chính sách đề xuất những biện pháp, những cách thức giúp đỡ, quản lý đối tượng người dân di cư bán hàng rong tốt hơn. Qua nghiên cứu trên 328 người dân, chúng tôi rút ra một số kết luận sau:

1.1. Các mặt hàng bán rong đều là những mặt hàng thiết yếu, dễ tiêu thụ, đáp ứng được nhu cầu của người dân ở Hà Nội như: hàng ăn (xôi, bánh mì, bánh khúc, cốm, bò bía...), hàng rau xanh, hàng hoa và quả, hàng xén (móc khóa, ga bật lửa, các đồ dùng cá nhân...), hàng quần áo, hàng nhựa, sách báo/ vé số. Công việc bán rong khá vất vả, nhưng mức thu nhập trung bình của họ là khá thấp (1.000.000 - 1.500.000 đ/ tháng) trong khi họ phải dậy từ rất sớm và thường đi ngủ khá muộn, một số khác thì phải đi bán hàng buổi đêm.

1.2. Lý do chính thúc đẩy người nông dân ra Hà Nội bán hàng là vì lý do kinh tế khó khăn mà họ lại cần tiền để trang trải cuộc sống. Môi liên hệ thường xuyên của họ là trò chuyện, chia sẻ với người bán cùng làng, cùng nghề và với gia đình ở quê. Hầu như tất cả những người bán rong không quan tâm tới nhu cầu giải trí cá nhân hoặc bất cứ một hoạt động nào ngoài bán hàng rong.

1.3. Những người bán hàng rong nhận thức rằng bán rong là một nghề kiếm sống và công việc này rất có ý nghĩa với người dân Hà Nội, vì nó mang

lại sự tiện lợi, được phục vụ tận nơi, dễ lựa chọn. Tuy nhiên đối với họ đây không phải là công việc ổn định vì việc bán rong rất thất thường. Đặc biệt từ khi có lệnh cấm bán hàng rong trên một số tuyến phố khiến họ cảm thấy công việc bán rong trở nên khó khăn hơn.

1.4. Giữa nam giới và phụ nữ bán hàng rong có sự khác biệt về tính cách và phong cách ứng xử khi bán hàng. Phụ nữ được nhìn nhận là chịu khó, khéo léo hơn nam giới, họ được lòng khách mua và có duyên bán hàng hơn. Còn nam giới bán hàng thì thường thật thà, chậm mồm, chậm miệng hơn, ù lì, tính tình cũng nóng nảy hơn, không mềm mỏng như phụ nữ.

1.5. Nét tính cách điển hình của người bán hàng rong là chăm chỉ, chịu khó, khéo léo và khôn ngoan. Những đặc điểm này giúp cho họ có thể kiếm sống được bằng nghề bán hàng rong và giúp cho công việc của họ được thuận lợi.

1.6. Tâm trạng của người bán hàng rong được bộc lộ rất khác nhau tùy thuộc vào từng hoàn cảnh, đó là những nỗi lo lắng khi xa nhà; những lo lắng khi đi bán rong sợ bị cướp giật, sợ tai nạn giao thông, sức khỏe giảm sút; và tính bất hợp pháp về nơi ở của người bán rong, lo bị công an bắt...

1.7. Đa số người bán hàng rong có khả năng nhận biết khách hàng, ứng phó với việc xử lý của công an/ cán bộ quản lý. Phần lớn họ đều hài lòng với công việc và với những người có thu nhập càng cao thì họ càng hài lòng với công việc hơn. Mặc dù họ luôn ý thức được công việc bán rong rất vất vả, không an toàn.

2. Khuyến nghị

Kết quả nghiên cứu thu được cho phép chúng tôi rút ra một vài khuyến nghị sau:

2.1. Nghiên cứu của chúng tôi cho thấy người bán rong vẫn chưa có ý thức cao trong việc bán hàng của mình. Vì vậy các nhà chức trách cần giúp

người bán rong nâng cao ý thức xây dựng nếp sống văn minh trên các tuyến phố mà mình được quyền đi bán. Mặt khác, người bán rong cần có trách nhiệm đảm bảo vệ sinh tuyến phố, và phải biết tự bảo vệ mình.

2.2. Nghiên cứu của chúng tôi cho thấy trong khi ở nông thôn đất canh tác hạn chế, nghề phụ không có mà những người nông dân vẫn phải tồn tại và phát triển. Mặt khác nhu cầu thực phẩm của người Hà Nội vẫn cần tới sự cung cấp hàng hóa của người bán rong, vì vậy hiện tượng bán hàng rong không thể một sớm, một chiều chấm dứt được. Nên chăng ban quản lý các chợ nên dành một khu vực nhất định trong chợ cho những người bán rong đến bán và có thể thu phí theo ngày hoặc theo buổi vừa đảm bảo quyền lợi cho những người bán rong vừa đảm bảo trật tự an ninh.

2.3. Thực trạng nghiên cứu cho thấy đa số những người bán hàng rong đều không đăng ký tạm trú. Điều này ảnh hưởng đến an ninh, trật tự và vấn đề đảm bảo các quyền lợi và nghĩa vụ cho người bán hàng rong. Vì vậy cần bắt buộc những người bán hàng rong nói riêng và những người dân di cư nói chung phải đăng ký tạm trú để quản lý nhân khẩu, đảm bảo an ninh, trật tự và an toàn cho chính họ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Việt

1. Đặng Nguyên Anh, *Về vai trò của di cư nông thôn - đô thị trong sự nghiệp phát triển nông thôn hiện nay*, Tạp chí xã hội học số 1/1997.
2. Bộ luật lao động nước CHXHCN Việt Nam, 1994.
3. Nguyễn Thị Cành, *Tác động của thị trường lao động đến việc nhập cư vào TP HCM - Một số ý kiến về chính sách*, Lao động và xã hội, số 2/1992.
4. Phạm Đức Chính, *Thị trường lao động: vấn đề lý thuyết và thực trạng hình thành, phát triển ở Việt Nam*, Nghiên cứu kinh tế, số 1/2004.
5. James M. Commer, *Quản trị bán hàng*, NXB Thống kê, 1995 (Lê Thị Hiệp Thương dịch).
6. Vũ Dũng, *Tâm lý học xã hội*, NXB KHXH Hà Nội, 2000.
7. Phạm Văn Đông, *Di cư tự do đang trở thành mối hiểm họa*, Lao động xã hội, ngày 22/8/1996.
8. Nguyễn Xuân Đạt, Vũ Trọng Lâm, Nguyễn Quý Nghi, *Di dân tự phát vào Hà Nội: thực trạng và giải pháp*, Nghiên cứu kinh tế 282 (11/01).
9. Trần Thị Minh Đức, Nguyễn Thúy Lành, *Phác thảo một vài đặc điểm tâm lý xã hội ở người phụ nữ ngoại tỉnh lang thang bán hàng rong trên các đường phố Hà Nội*, Tạp chí Tâm lý học, số 1/2002.
10. Trần Thị Minh Đức. *Di cư lao động nữ từ nông thôn ra thành phố - Phụ nữ ngoại tỉnh lang thang bán hàng rong trên các đường phố Hà Nội*. Đề tài cấp ĐHQGHN, mã số QG. 04.03, 2006.
11. Điều lệ về trật tự an toàn giao thông và trật tự đô thị (Ban hành kèm theo Nghị định số 36/2001/NĐ-CP ngày 10 tháng 7 năm 2001 của chính phủ.
12. Phạm Minh Hạc, Lê Đức Phúc (chủ biên), *Một số vấn đề nghiên cứu Nhân cách*, NXB Chính trị quốc gia, 2004.
13. Đỗ Văn Hòa, *Chính sách di dân ở châu Á*, Dự án VIE/95/004.

14. Rolf Jensen và Donald M. Peppard Jr, *Người bán rong ở Hà Nội - một cái nhìn về khu vực phi chính thức ở thành phố*, Tạp chí Xã hội học, số 4/2001.
15. Khoa Kinh ĐHQGHN, *Khu vực kinh tế phi chính thức: Thực trạng và những vấn đề đặt ra với công tác quản lý*. NXB ĐHQGHN, 2004.
16. Kovaliov A.G, *Tâm lý học cá nhân*, NXB Giáo dục, 1970.
17. Kovaliov A.G, *Tâm lý học xã hội*, NXB Giáo dục, 1976.
18. Lã Văn Mến (2005), *Nghiên cứu kỹ năng giải quyết tình huống sư phạm của sinh viên cao đẳng sư phạm Nam Định*, Viện Tâm lý học - viện KHXH VN, Luận án Tiến sĩ.
19. Phương Đình Nguyên, *Lao động nhập cư bao giờ mới an cư lập nghiệp*, Báo tiền phong, ngày 17/2/1998.
20. Đào Thị Oanh, *Tâm lý học lao động*, NXB ĐHQGHN 1990.
21. Hoàng Phê, *Từ điển tiếng Việt*, NXB Đồng Nai.
22. Nguyễn Hồng Quang, *Khu vực phi chính thức ở Hà Nội : khía cạnh xã hội của sự phát triển*, Tạp chí Xã hội học, số 2(70)/2000.
23. *Tổ chức và nghiệp vụ bán hàng*, NXB Hà Nội, Tạp chí nội thương, 1985.
24. Hà Thị Phương Tiến - Hà Quang Ngọc, *Lao động nữ di cư tự do: Nông thôn - thành thị*, NXB Phụ nữ, 2000.
25. Trần Quốc Thành, *Kỹ năng tổ chức trò chơi của chi đội trưởng chi đội thiếu niên tiên phong HCM*, ĐH SP Hà Nội, Luận án Phó tiến sĩ khoa học, 1992.
26. Trần Trọng Thủy, *Tâm lý học lao động tài liệu giảng dạy cho cao học Tâm lý học*, 2000.
27. Nguyễn Quang Uẩn, *Tâm lý học đại cương*, NXB ĐHQGHN, 1998.
28. Nguyễn Khắc Viện, *Từ điển tâm lý học*, 1995.
29. Viện nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung Ương, *Các yếu tố tác động đến quá trình chuyển dịch cơ cấu lao động nông thôn Việt Nam*, Báo lao động nông thôn Việt Nam, Báo cáo nghiên cứu đề tài trong khuôn khổ dự án IAE- MISPA (HĐ số IAE/SF/002).

Tài liệu tiếng nước ngoài

- 30. Henry S. (1981), *Group skin in Social work*, Peacock.
- 31. Louise J. (1995) *SW practice - A generalist approach*, Allyn and Bacon.

Tài liệu Internet

- 32. <http://www.cpv.org.vn> (báo điện tử Đảng cộng sản Việt Nam)
- 33. <http://www.vietimes>
- 34. <http://vietbao.vn/Nha-dat/Nguoi-dan-di-cu-gap-kho-khan-ve-noi-o-va-dang-ky-ho-khau/45220884/511/>].
- 35. <http://vst.vista.gov.vn> (Nguồn: Global Issues, 5/2004, Mạng thông tin khoa học và công nghệ Việt Nam).
- 36. <http://www.vietnamnet.vn>
- 37. <http://www.vtv.com> (Chính sách nào cho nghề bán hàng rong?).
- 38. http://vi.wikipedia.org/wiki/Nhu_cau.
- 39. <http://www.vtv.vn/VN/TrangChu/TinTuc/CKX/2008/7/1/167290/>
- 40. <http://www.hanoimoi.com.vn> – *Người nhập cư tự do ở Hà Nội: vừa là thủ phạm, vừa là nạn nhân*, 27/03/2004
- 41. <http://www.dantri.com>

Quyết định, nghị định

- 42. Nghị định của chính phủ số 36/2001/NĐ - CP ngày 10 tháng 7 năm 2001.
- 43. Quyết định số 3189 của UBND thành phố V/v công bố danh mục văn bản qui phạm pháp luật hiện hành của Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội ban hành ngày 26/8/1995.

Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn
Khoa Tâm lý học

PHIẾU ĐIỀU TRA

Xin chân thành cảm ơn anh (chị) tham gia trả lời câu hỏi của chúng tôi. Mọi thông tin mà anh (chị) cung cấp sẽ chỉ được sử dụng cho mục đích khoa học. Xin đánh dấu X vào các ô ☐ mà anh (chị) cho là phù hợp.

Mặt hàng Tuyến phố bán..... Phiếu số.....

Câu 1. Anh/ Chị đã từng bán những loại mặt hàng nào?

.....
Vì sao anh/ chị lại chọn những mặt hàng đó để bán?.....
.....

Câu 2. Người cùng làng với Anh/ chị có bán những mặt hàng này không?

- | | |
|--|--|
| 1. Có ☐ | 2. Không ☐ |
| 3. Không biết ☐ | 4. Không quan tâm ☐ |

Câu 3. Mặt hàng mà Anh/ chị bán cần bao nhiêu vốn ban đầu?

- | | |
|--|---|
| 1. 100.000 – 300.000 đ ☐ | 3. > 500.000 – 1.000.000 đ ☐ |
| 2. >300.000 – 500.000 đ ☐ | 4. > 1.000.000 đ ☐ |

Theo chị, số vốn như vậy là:

- | | | |
|--------------------------------|--|-----------------------------------|
| 1. Ít ☐ | 2. Trung bình ☐ | 3. Nhiều ☐ |
|--------------------------------|--|-----------------------------------|

Số vốn có được là do:

- | | |
|--|---|
| 1. Vốn tự có ☐ | 4. Vay người thân, họ hàng ☐ |
| 2. Chủ hàng cấp vốn ☐ | 5. Vay bạn bè/cùng nghề ☐ |
| 3. Vay ngân hàng ☐ | 6. Khác ☐ |

Câu 4. Số tiền hàng (cả vốn và lãi) Anh/ chị bán được mỗi ngày là bao nhiêu?

- | | |
|--|--|
| 1. Dưới 100.000 đ ☐ | 3. Trên 300.000 – 500.000 đ ☐ |
| 2. Từ 100.000 – 300.000 đ ☐ | 4. Trên 500.000 đ ☐ |

Câu 5. Thu nhập hàng tháng của Anh/ chị là bao nhiêu tiền?

- | | |
|--|--|
| 1. Dưới 500.000 đ ☐ | 4. >1.000.000 – 1.500.000đ ☐ |
| 2. 500.000 – 700.000 đ ☐ | 5. > 1.500.000 – 2.000.000đ ☐ |
| 3. >700.000 – 1.000.000 đ ☐ | 6. > 2.000.000 – 3.000.000đ ☐ |

Câu 6. Anh/ Chị phải chi bao nhiêu tiền cho sinh hoạt hàng ngày?

- | | < 2.000 đ | 3.000
5.000 đ | - 6.000
9.000 đ | - 10.000 -
14.000đ | >15.000đ |
|--------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. Ăn ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| 2. Ở ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

3. Đi lại ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
4. Chi khác ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Câu 7. Mỗi tháng Anh/ chị phải chi cho gia đình (ở quê) bao nhiêu tiền?

1. Dưới 300.000 đ ☐ 3. > 500.000 – 700.000 đ ☐
2. Từ 300.000 – 500.000 đ ☐ 4. > 700.000 - 1.000.000 đ ☐
5. Trên 1.000.000đ ☐ 6. Không chi vật mà dồn thành món ☐

Theo Anh/ chị, số tiền như thế là:

1. Ít ☐ 2. Trung bình ☐ 3. Nhiều ☐

Câu 8. Nếu phải chi tiêu cho gia đình thì anh/ chị sẽ chi cho các công việc nào dưới đây?

1. Ăn uống của gia đình ☐ 2. Tiền học cho con ☐ 3. Nuôi dưỡng cha mẹ ☐
4. Đồng áng, chăn nuôi ☐ 5. Mua sắm đồ đạc ☐ 6. Sửa chữa nhà cửa ☐
7. Chi cho bản thân ☐ 8. Làm vốn bán hàng ☐ 9. Hiếu, hỉ ☐
10. Giỗ họ, giỗ làng ☐ 11. Chơi họ ☐ 12. Khác ☐

Câu 9. Khi gửi tiền về nhà, Anh/ chị có lo lắng về việc tiền sẽ bị tiêu một cách lãng phí không?

1. Có ☐ 2. Không ☐

Vì sao?.....
.....
.....

Câu 10. Anh/ Chị đi bán hàng ở Hà Nội được bao nhiêu năm?

1. Dưới 1 năm ☐ 3. Từ 4 – 6 năm ☐ 5. Từ 10 – 19 năm ☐
2. Từ 1 – 3 năm ☐ 4. Từ 7 – 10 năm ☐ 6. Trên 20 năm ☐

Theo Anh/ chị, thời gian đi bán hàng của anh/ chị là:

1. Ít năm ☐ 2. Bình thường ☐ 3. Nhiều năm ☐

Câu 11. Anh/ Chị thường bán ở những nơi như thế nào?

1. Gần chợ / khu dân cư ☐ 4. Gần trường học/KTX ☐
2. Trong chợ ☐ 5. Khu vui chơi ☐
3. Trên đường/ không cố định ☐ 6. Khác ☐

Vì sao?
.....
.....

Câu 12. Anh/ Chị thường đi bán hàng trung bình bao nhiêu cây số một ngày?

1. Dưới 5 km ☐ 3. > 10 – 15 km ☐ 5. Trên 20 km ☐
2. Từ 5 – 10 km ☐ 4. > 15 – 20 km ☐

Câu 13. Một ngày của Anh/ chị diễn ra như thế nào?

1. Thời điểm dậy 4. Thời điểm vắng khách
2. Thời điểm đông khách 5. Thời điểm ngủ tối.....

Lúc vắng khách anh/ chị thường làm gì?

Lúc nghỉ trưa anh/ chị thường làm gì?.....

Câu 14. Từ khi đi bán hàng đến nay, sức khoẻ của anh/ chị thay đổi như thế nào?

.....
.....
.....

Câu 15. Khi bị đau ốm, Anh/ chị làm thế nào để khỏi?

1. Để tự khỏi ☐ 3. Về quê khám ☐
2. Tự mua thuốc uống ☐ 4. Đi viện/ khám bác sĩ ở đây ☐

Câu 16. Hiện nay Anh/ chị đang thuê trọ cùng với ai?

1. Bố, mẹ ☐ 2. Chồng/ vợ ☐ 3. Con ☐
4. Anh/ chị/ em ☐ 5. Bạn bè/người cùng nghề ☐ 6. Người cùng làng ☐
7. Người khác

Câu 17. Anh/ Chị có đăng ký tạm trú không?

1. Có ☐ 2. Không ☐

Nếu có anh/ chị đăng ký như thế nào?.....

Nếu không thì vì sao?.....

Câu 18. Anh/ Chị thuê nhà ở trọ có diện tích như thế nào?

1. Không thuê ☐ 3. Từ 10 – 20 m² ☐ 5. > 30 – 40 m² ☐
2. Dưới 10 m² ☐ 4. > 20 – 30 m² ☐ 6. Trên 40 m² ☐

Câu 19. Nơi Anh/ chị ở trọ có bao nhiêu người trong một nhà?

1. Dưới 5 người ☐ 3. Từ 11-15 người ☐ 5. Trên 20 người ☐
2. Từ 5 - 10 người ☐ 4. Từ 16 - 20 người ☐

Câu 20. Những vật dụng sinh hoạt nào quý nhất mà khi đi bán hàng Anh/ chị lo mất?

.....
.....
.....

Câu 21. Anh/ Chị đánh giá như thế nào về điều kiện sinh hoạt của nhà trọ (nước sinh hoạt, khu vệ sinh...)?

.....
.....

Câu 22. Thời gian bán hàng ở Hà Nội, anh/ chị có đi thăm quan, vui chơi/ giải trí không?

1. Đi chùa ☐
2. Thăm quan các di tích của Hà Nội (Lăng Bác, Văn Miếu,) ☐
3. Đi xem phim ☐
4. Đi chơi công viên ☐
5. Đi thăm nhau ☐
6. Hình thức khác ☐

Câu 23. Số lần liên lạc (trong tháng)/ về thăm (trong năm) gia đình ở quê của Anh/ chị như thế nào?

	Không	1 lần	2-3 lần	4-5 lần	Trên 5 lần
Liên lạc	☐	☐	☐	☐	☐
Về thăm	☐	☐	☐	☐	☐

Hình thức liên lạc?

1. Qua thư ☐
2. Điện thoại ☐
3. Nhắn qua người quen ☐
4. Khác ☐

Về thăm vào những dịp nào?

1. Tết ☐
2. Giỗ ☐
3. Hiếu, hỉ ☐
4. Ngày mùa ☐
5. Hội làng ☐
6. Có người đau ốm ☐
7. Về bất cứ lúc nào mình thích ☐

Câu 24. Khi ra Hà Nội bán hàng, ai là người làm thay Anh/ chị các công việc ở quê?

1. Bố, mẹ ☐
2. Chồng/ vợ ☐
3. Con ☐
4. Anh, chị, em ☐
5. Thuê người ☐

Mức độ chu đáo của họ như thế nào? ☐

Câu 25. Khi đi bán hàng ở Hà Nội, gia đình ở quê có lo lắng cho Anh/ chị không?

1. Có ☐
2. Không ☐

Lo lắng về điều gì? ☐

Câu 26. Nguyên nhân nào khiến Anh/ chị ra Hà Nội bán hàng?

1. Không có đất canh tác ☐
2. Thiếu việc làm, không có nghề phụ ☐
3. Ngày công lao động ở nông thôn thấp ☐
4. Kinh tế khó khăn, Trang trải cuộc sống ☐
5. Muốn thoát khỏi cuộc sống vất vả ☐
6. Đi làm nuôi con học ☐
7. Đi theo bạn bè, ☐
8. Lý do khác (ghi rõ)..... ☐

Câu 27. Địa phương nơi anh/ chị sống (ở quê) quản lý như thế nào đối với những người đi làm ăn xa?

.....
.....
.....

Câu 28. Theo anh/ chị người bán hàng rong có những đặc điểm tính cách nào dưới đây?

- | | | | | | |
|------------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|---------------|--------------------------|
| 1. Chăm chỉ, chịu khó | ☐ | 4. Hay nhường nhịn | ☐ | 7. Khôn ngoan | ☐ |
| 2. Thật thà, chất phác | ☐ | 5. Đáo dẻ | ☐ | 8. Tham lam | ☐ |
| 3. Khéo léo | ☐ | 6. Không trung thực | ☐ | 9. Khác | |

Câu 29. Theo anh/ chị giữa nam giới và phụ nữ bán hàng có gì khác biệt?

.....
.....

Câu 30. Anh/ Chị có hài lòng với công việc hiện tại của mình không?

- | | | | | | |
|-------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| 1. Hài lòng | ☐ | 2. Không hài lòng | ☐ | 3. Khó trả lời | ☐ |
|-------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|----------------|--------------------------|

Vì sao?

.....

Câu 31. Anh/ Chị thích bán hàng cho đối tượng nào nhất?

- | | | | | | |
|----------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
| 1. Người già | ☐ | 3. Thanh niên | ☐ | 5. Đàn ông trung niên | ☐ |
| 2. Phụ nữ trung niên | ☐ | 4. Học sinh/ sinh viên | ☐ | 6. Khác | |

Vì sao?

.....

Câu 32. Theo Anh/ chị, người bán hàng có lợi thế gì khi nhận biết từng đối tượng khách hàng?

- | | | | |
|----------------------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| 1. Không được lợi gì | ☐ | 2. Bán được nhiều hàng | ☐ |
| 3. Bán được hàng với giá cao hơn | ☐ | 4. Không bị lừa/ giật hàng | ☐ |
| 5. Lợi thế khác: | | | |

Câu 33. Anh/ Chị có khả năng nhận biết được từng loại khách hàng không?

- | | | | | | |
|-------|--------------------------|----------|--------------------------|---------------|--------------------------|
| 1. Có | ☐ | 2. Không | ☐ | 3. Không biết | ☐ |
|-------|--------------------------|----------|--------------------------|---------------|--------------------------|

Nếu có, Anh/ chị cho biết cách nhận biết là như thế nào?

- | | | | | | | | |
|----------------|--------------------------|---------------|--------------------------|------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------|
| 1. Qua nét mặt | ☐ | 2. Qua cử chỉ | ☐ | 3. Qua giọng nói | ☐ | 4. Qua cách ăn mặc | ☐ |
|----------------|--------------------------|---------------|--------------------------|------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------|

Anh/ chị cho biết 1 ví dụ cụ thể?.....

.....
.....
.....
Câu 34. Theo Anh/ chị, lộc của người bán hàng thể hiện ở điều gì?

1. Bán được nhiều hàng hơn người khác ☐ 3. Không bao giờ ế hàng ☐
2. Bán đắt hơn người khác và có nhiều người mua ☐ 4. Có nhiều khách quen ☐
5. Khác

Câu 35. Khi ế hàng, gặp khách hàng khó tính anh/chị thường làm gì?

1. Nhĩ nhận, nhẫn nại ☐ 2. Đốt vĩa ☐ 3. Bỏ đi ☐
4. Lờ đi ☐ 5. Cãi nhau với khách ☐ 6. Khác

Vì sao?

.....
Câu 36. Khi bị cán bộ quản lý, công an bắt, anh/ chị thường làm gì?

.....
Câu 37. Theo Anh/ chị, công việc bán hàng của anh/chị có ý nghĩa với người Hà Nội như thế nào?

1. Được phục vụ tận nơi ☐ 2. Bán hàng rẻ ☐ 3. Dễ chọn ☐
4. Khác

Câu 38. Khi đi bán hàng ở Hà Nội, Anh/ chị có cảm thấy an toàn không?

1. An toàn ☐ 2. Không an toàn ☐

Nếu không an toàn, vì sao?

.....
Câu 39. Đi bán hàng ở Hà Nội, anh/ chị lo lắng nhất điều gì?

.....
Câu 40. Anh/ Chị có nghĩ công việc của mình đã gây cản trở giao thông và làm mất mỹ quan đường phố không?

1. Có ☐ 2. Không ☐

Vì sao?

.....
Câu 41. Khi ra Hà Nội bán hàng, Anh/ chị nhận được sự giúp đỡ từ đâu?

1. Gia đình/ họ hàng ☐ 2. Bạn bè ☐ 3. Người cùng làng ☐

4. Người cùng ở trọ ☐ 5. Quần chúng ☐ 6. Chủ nhà trọ ☐
địa phương

7. Không ai giúp/ tự mình ☐

Câu 42. Anh/Chị hãy đánh giá về các mối quan hệ xã hội của mình:

	Tốt	Bình thường	Xấu
1. Với chủ nhà trọ	☐	☐	☐
2. Với người cùng ở trọ	☐	☐	☐
3. Với người bán cùng khu vực	☐	☐	☐
4. Với cán bộ quản lý khu vực	☐	☐	☐
5. Với công an khu vực	☐	☐	☐
6. Với ban quản lý chợ	☐	☐	☐
7. Với người dân Hà Nội	☐	☐	☐

Câu 43. Anh/ chị tham gia vào những hoạt động nào tại nơi mình ở trọ?

.....
.....
.....

Câu 44. UBND TP Hà Nội ra lệnh cấm bán hàng rong, anh/ chị cảm thấy như thế nào?

.....
.....
.....

Câu 45. Từ khi có chính sách cấm bán hàng rong, việc bán hàng của anh/ chị có gì khác so với trước đây?

.....
.....
.....

Câu 46. Anh/ chị có muốn duy trì công việc bán hàng rong này không?

1. Có ☐ 2. Không ☐

Nếu có thì anh/ chị duy trì trong bao nhiêu thời gian nữa?.....

Nếu không thì vì sao?

Câu 47. Anh/ chị có đề xuất giải pháp gì cho người bán hàng rong/ cho Nhà nước?

.....
.....
.....
.....

Câu 48. Xin Anh/ chị cho biết đôi điều về bản thân

1. Tuổi:
2. Giới tính Nam ☐ Nữ ☐
3. Quê quán:
4. Trình độ học vấn:

5. Tình trạng gia đình:

5.1. Có gia đình ☐ 5.2. Chưa có gia đình ☐ 5.3. Ly hôn/ly thân ☐

6. Nghề nghiệp của chồng/vợ

7. Số con:(Trai/Gái:.....)

8. Tuổi con

Con lớn nhất:

Con nhỏ nhất:

1. Anh/ chị thấy việc bán hàng rong trước đây và bây giờ khác nhau như thế nào?
2. Tâm trạng của anh/ chị khi nghĩ về gia đình ở quê như thế nào? Mỗi khi về nhà trọ?
3. Tâm trạng và những khó khăn trong việc đi bán hàng rong trên đường phố đô thị là gì?
4. Những mong muốn về công việc hiện tại của anh/ chị? Tính bền vững của công việc?
5. Anh/ chị nghĩ như thế nào về các nguy cơ mình gặp phải khi đi bán hàng?
6. Anh/ chị phản ứng ra sao trước thái độ của một số người thành phố khinh miệt mình?
7. Hiện nay Hà Nội cấm bán hàng rong trên một số tuyến phố, anh/ chị làm thế nào để vẫn duy trì công việc này?
8. Theo anh/ chị giữa nam giới và phụ nữ bán hàng rong có gì khác biệt?
9. Quan niệm về người mở hàng?
10. Yếu tố nào giúp bán nhanh hết hàng?
11. Ứng xử đối với từng đối tượng khách hàng như thế nào? (người già, thanh niên, học sinh, phụ nữ ...)
12. Phản ứng như thế nào trong trường hợp hàng tốt/ ngon nhưng người mua cho rằng: Hàng xấu và dèm pha; Hàng xấu và không chịu trả tiền đúng?
13. Phản ứng như thế nào khi gặp người: Đánh đá, đả đố; Không chịu trả tiền hàng, Giật hàng/ Cướp hàng?
14. Cảm thấy như thế nào và thường làm gì khi thấy một người lạ đến bán ở khu vực quen của mình?
15. Phản ứng như thế nào trong các trường hợp: Khi bị công an bắt hàng; Khi bị ngã/ va quệt làm hàng hoá bị hỏng, không bán được?
16. Làm gì để gìn giữ môi trường thủ đô sạch đẹp/ vệ sinh an toàn thực phẩm?
17. Đi bán hàng như thế này, anh/ chị nghĩ mình được gì và mất gì?
18. Địa phương nơi anh/ chị sống (ở quê) quản lý như thế nào đối với những người đi làm ăn xa như anh/ chị? Có chính sách gì để giúp đỡ những người đi làm ăn xa?
19. Anh/ chị có đề xuất giải pháp nào cho người bán hàng rong? Cho nhà nước?

1. Anh/ chị thấy việc bán hàng rong trước đây khác bán hàng rong bây giờ như thế nào? (chủng loại, chất lượng, giá cả, phương thức bán hàng, khu vực bán hàng, không gian bán hàng...)? Người bán hàng rong thì khác trước như thế nào?
2. Anh/ chị đánh giá như thế nào về chất lượng và giá cả của hàng hoá bán rong?
3. Giữa phụ nữ và nam giới bán hàng rong có gì khác biệt? Anh/ chị thích, tin người bán hàng là nam hay nữ? Vì sao?
4. Theo anh/ chị, những gánh hàng rong có ảnh hưởng như thế nào đến đời sống của người dân Hà Nội?
 - Ảnh hưởng tích: Mang lợi tiện lợi cho người dân Hà Nội? Là nét văn hoá của thủ đô?....
 - Ảnh hưởng tiêu cực: Mất mỹ quan đường phố? Mất trật tự đô thị? Khó quản lý? Vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm? Cản trở giao thông?...
5. Theo anh/ chị những người bán hàng rong có đặc điểm tính cách nào?
6. Đánh giá của anh/ chị về việc bán hàng rong khi có lệnh cấm?
 - Về người bán hàng rong?
 - Về phản ứng của người dân?
 - Về việc xử lý của các cấp chính quyền?
 - Liệu có dẹp được hàng rong hay không?
7. Lệnh cấm bán hàng rong có ảnh hưởng như thế nào đến đời sống của người dân?
8. Anh/ chị có đề xuất giải pháp gì cho người bán hàng rong? Cho nhà nước?

1. Trách nhiệm quản lý của địa phương đối với những người phụ nữ bán rong như thế nào?

Công an khu vực:

- Quản lý thuê nơi ở trọ, đăng ký tạm trú
- Các hình thức kiểm soát và xử phạt đối với những vi phạm pháp luật

Ban quản lý chợ:

- Những quy định bán hàng
- Kiểm tra và giám sát vệ sinh môi trường và an toàn thực phẩm
- Các khoản lệ phí

2. Ông /bà hãy đánh giá về hoạt động bán rong hiện nay.

- Vấn đề mỹ quan đường phố
- Vấn đề ách tắc giao thông
- Vấn đề tái bán hàng rong trên một số tuyến phố quy định cấm bán

3. Ảnh hưởng của người bán hàng rong đối với đời sống đô thị hiện nay?

- Ảnh hưởng tích cực:
- Ảnh hưởng tiêu cực:

4. Làm thế nào để quản lý được đối tượng bán hàng rong?

5. Để quản lý được những người bán hàng rong thì giữa các cấp chính quyền, địa phương phải phối hợp với nhau như thế nào?

PHỎNG VẤN SÂU NGƯỜI BÁN HÀNG RONG

- Thông tin cá nhân: Họ tên: N.D.B, 35 tuổi, đã có gia đình: vợ ở nhà làm ruộng và đi phụ hồ, có 2 con (con trai lớn 9 tuổi học lớp 3, con gái bé 8 tuổi học lớp 2).

- Mặt hàng: hàng ăn (ngô luộc, khoai nướng, sắn luộc)

A: *Anh cho em hỏi anh đã từng bán những loại mặt hàng nào?*

B: Anh chỉ bán ngô, khoai, sắn để phục vụ cho bà con ăn chơi vì những mặt hàng này dễ bán, vốn ít và những thứ khác anh không quen bán nên anh không bán.

A: *Những người cùng làng với anh cùng đi bán hàng rong có bán những thứ hàng mà anh bán không ạ?*

B: Hầu hết họ đều bán những hàng như của anh thì thấy lên đây có việc làm và đi bán hàng này được thì cũng cứ lôi nhau lên đây cùng đi bán thôi chứ đâu có biết làm gì khác nữa em.

A: *Mặt hàng của anh bán cần vốn ban đầu là bao nhiêu ạ?*

B: Khoảng tầm 200 nghìn em ạ. Vì bán những mặt hàng này thì lãi cũng chẳng nhiều nên vốn nó cũng chẳng cần nhiều. Mình bán ngày nào mình lấy ngày đấy chứ cũng không lấy để tích làm gì để lâu cũng chẳng ra gì, để 1-2 hôm là ăn đã không ngon rồi, rồi người ta lại chê và mã của nó cũng không được đẹp nữa.

A: *Thế số vốn này do đâu mà anh có ạ?*

B: Thường thì chủ hàng họ cấp vốn cho. Họ giao hàng cho anh và khi mai đến lấy hàng thì họ mới thu tiền ngày hôm trước của anh. Họ cũng không bắt mình phải đưa tiền ngay vì họ cũng hiểu hoàn cảnh của mình mà.

A: *Thế mỗi ngày cả vốn và lãi anh thu được tầm khoảng bao nhiêu ạ?*

B: Mỗi ngày anh cũng thu được cả vốn và lãi được tầm 300 nghìn em ạ. Bây giờ làm gì cũng khó khăn, người chê đắt chê rẻ rồi lại thêm bớt. Mình không có việc thì mình phải đi làm thôi chứ cũng vất vả lắm hôm nào cũng về muộn tầm vì đêm người ta đi chơi về lúc đấy đói thì người ta mới ăn chứ sớm thì cũng ít người mua mà lạnh này thì cũng bán kém lắm chẳng được là bao nhiêu.

A: *Vậy một tháng thu nhập của anh được khoảng bao nhiêu ạ?*

- B: Lạnh này anh cũng bán được ít, một tháng bán đầy đủ anh cũng được tầm khoảng từ 1 triệu rưỡi đến khoảng 2 triệu thôi em ạ. Đây là mình phải cố gắng rét mướt mà đi và phải tần tiện lắm, ốm đau cũng không dám đi viện vì bây giờ đi viện thì tốn tiền lắm.
- A: *Chi phí một ngày anh phải bỏ ra hết tầm khoảng bao nhiêu tiền (về ăn, ở, sinh hoạt khác...)?*
- B: Ăn một ngày của anh hết hơn 15.000 còn cả tiền ở và điện nước thì một ngày anh cũng hết tầm 15.000, các chi phí khác thì anh cũng không phải chi gì cả và đi lại thì anh cũng không mất tiền đi lại anh cứ dùng xe hàng này đi thôi chứ không phải mất tiền xe cộ.
- A: *Mỗi tháng anh gửi về quê được bao nhiêu?*
- B: Thực ra thì anh để ra được bao nhiêu thì anh gửi về bấy nhiêu thôi, mỗi tháng cũng được tầm khoảng 1 triệu thôi em ạ ở đây mình cũng cần tiền để sinh hoạt mà em, mình sống xa nhà mình cũng phải tự lo cho mình chứ lúc xảy ra cái gì thì biết trông vào ai được, ai cũng khó khăn như mình thôi.
- A: *Vậy như anh nghĩ thì số tiền mà anh gửi được về quê như thế là nhiều hay ít?*
- B: Cũng chỉ là bình thường thôi em ạ nhưng cũng được phần nào giải quyết những công việc ở quê mà mình ở quê thì mình cũng không làm gì ra được. Nghề nghiệp không có thì em bảo làm gì để có tiền bây giờ?
- A: *Anh phải lo về những việc gì của gia đình mình?*
- B: Anh đi làm để thêm tiền vào việc ăn uống của gia đình, tiền học của con, nuôi dưỡng cha mẹ, mua sắm đồ đạc, làm vốn bán hàng, việc hiếu hỉ của anh em trong gia đình thì anh cũng đều về còn hội hè hay các thứ khác thì anh cũng chẳng về làm gì mình phải ở đây mà bán hàng chứ về thì đâu có tiền.
- A: *Khi anh gửi tiền về nhà cho chị thì anh có lo rằng là tiền mình bỏ công sức làm ra vất vả mà lại bị chi tiêu một cách lãng phí không ạ?*
- B: Không. Vì tiền anh gửi về thì chị ở nhà chi gì thì anh cũng không biết nhưng chị tiêu gì thì cũng phải tính toán kỹ sao cho phù hợp chứ em. Ở nhà khó khăn cũng phải đi phụ hồ mới có tiền lên cũng chẳng bao giờ chị tiêu phung phí đâu em ạ. Rồi lại còn bao nhiêu thứ tiền nữa không chi li thì làm gì mà có được.
- A: *Anh bán hàng ở Hà Nội được bao nhiêu lâu rồi ạ?*

- B: Anh bán mới được 3 năm thôi em ạ. Người ta đi làm trước xong bảo mình thì mình mới biết và dám lên đây để làm thôi.
- A: *Thế theo anh nghĩ thì thời gian anh bán hàng ở Hà Nội như thế là nhiều hay ít ạ?*
- B: Thế cũng là ít em ạ vì mình đi sau còn người ta đi trước người ta bán được nhiều năm rồi. Mình thì cũng chỉ là mới đi thôi.
- A: *Anh thường đi bán ở những tuyến phố nào ạ?*
- B: Anh bán thường không cố định ở một điểm nào cả, anh thường đi rong trên đường để bán và những chỗ nào anh thấy có nhiều mặt hàng khác bán được là anh bán.
- A: *Trung bình một ngày anh đi bán khoảng bao nhiêu cây số?*
- B: Mỗi ngày anh cũng đi tầm trên dưới 20 cây vì có phải là chỉ đi đường thẳng đâu em mà phải đi loanh quanh rồi các ngõ ngách nữa chứ em nhưng mình đi nhiều nó cũng thành quen rồi.
- A: *Hàng ngày thì anh dậy vào lúc mấy giờ ạ?*
- B: Tầm 8 – 9 giờ sáng là anh dậy để bắt đầu làm hàng và chuẩn bị đồ đạc để đi bán hàng, chuẩn bị các thứ cũng mất nhiều thời gian lắm, chuẩn bị xong anh ăn cơm xong là đi bán hàng đến đêm luôn.
- A: *Vào tầm nào thì anh bán thấy đông khách nhất ạ?*
- B: Từ tầm 9h tối trở đi em ạ lúc này người ta đi chơi về và nhiều người đi ăn đêm.
- A: *Thế còn lúc nào là anh thấy vắng khách nhất ạ?*
- B: Khoảng từ 7 – 8 giờ tối vì lúc này người ta đều ở nhà ăn cơm rồi, lạnh này người ta cũng chẳng ra đường mấy.
- A: *Lúc vắng khách thì anh thường làm gì ạ?*
- B: Thì chỉ ngồi hoặc đứng một chỗ thôi chứ biết làm gì nữa đâu, có người mua thì mới bán được chứ hoặc tranh thủ những lúc vắng khách thì bọn anh ăn cơm hoặc đi đến những nơi còn có đông người qua lại và khu có nhiều sinh viên.
- A: *Anh thường đi ngủ vào lúc mấy giờ ạ?*
- B: Hôm nào sớm thì cũng phải 1 giờ đêm, còn bình thường thì cũng phải 2- 3 giờ sáng anh mới được đi ngủ. Phải đợi khi nào bán được hết thì mới về chứ về thì để hàng ngày mai bán sao được mà thường thì khi những mặt hàng khác

không còn nữa và đêm hôm thì người ta cũng moi ăn của mình nhiều nó vừa nóng vừa đỡ đói.

A: *Lúc nghỉ trưa thì anh thường làm gì ạ?*

B: Anh không có thời gian nghỉ trưa. Anh làm từ lúc bắt đầu đi và đến đêm là về thôi. Lúc nào mình cũng phải đi để xem chỗ nào bán được để bán chứ mình mà ngủ trưa nữa thì bán làm sao hết hàng được.

A: *Từ lúc đi bán hàng đến bây giờ thì anh cảm thấy sức khỏe của mình như thế nào?*

B: Sức khỏe của anh thì vẫn bình thường không có vấn đề gì cả mà là người nhà nông mà quen làm việc nặng rồi lên đây làm còn sướng chán so với ở quê, ở quê còn vất vả hơn đây nhiều. Với lại mình còn trẻ mà làm như này thì có gì đâu.

A: *Khi bị ốm thì anh thường làm gì để khỏi?*

B: Về nhà nghỉ và khi nào khỏe thì lại đi bán.

A: *Bây giờ anh đang ở trọ cùng với ai ạ?*

B: Anh ở với người cùng làng cùng lên đây đi bán hàng. Đây cũng chẳng phải họ hàng gì cả mà an hem lên đây thì ở với nhau thôi.

A: *Ở nhà trọ anh có phải đăng ký tạm trú không?*

B: Có chứ ở đâu mà chả phải đăng ký hả em.

A: *Anh đăng ký ở đâu và bằng hình thức nào ạ?*

B: Anh lấy chứng minh nhân dân của mình đưa cho nhà chủ để họ lên phường xin cho mình giấy tạm trú thôi chứ cũng không có gì phức tạp cả.

A: *Diện tích phòng trọ anh đang thuê là bao nhiêu mét vuông ạ?*

B: Gần 20 m². Ở đây cũng thoải mái lắm em ạ.

A: *Phòng của anh trọ có mấy người ạ?*

B: Có 3 người đều là người cùng làng cả.

A: *Khi đi bán hàng thế này thì ở phòng trọ anh lo nhất là cái gì ạ?*

B: Cũng chẳng có gì quý giá cả, những gì quan trọng như nồi, bếp thì đều mang đi cả rồi bây giờ ở nhà mà mất đồ dùng mọi thứ thì đều tiếc vì đó là công sức của mình làm ra.

A: *Trong thời gian đi bán hàng ở Hà Nội anh đã từng đi thăm quan hay là đến các khu vui chơi giải trí nào chưa ạ?*

- B: Không. Bình thường đi làm cả ngày không có thời gian, còn những ngày nào nghỉ thì ở nhà cho khỏe. Sáng ngủ dậy chuẩn bị xong là đi làm luôn rồi đến khuya khi mọi người đã đi ngủ hết thì mình mới về đã mệt lắm rồi còn hơi đau mà muốn đi nữa hả em.
- A: *Một năm anh về nhà được mấy lần ạ?*
- B: Có khi 1 tháng anh về một lần, có khi đến 2-3 tháng anh mới về nhà.
- A: *Thế anh thường về thăm nhà vào những dịp nào?*
- B: Khi mà có công việc hoặc khi nào cuối tháng thích về thì về hoặc là về bất cứ những lúc nào thích.
- A: *Vì sao anh lại ra Hà Nội bán hàng ạ?*
- B: Vì ở quê ruộng ít, thu nhập thấp, thiếu thôn nên mình đi đến nơi dễ làm ăn hơn để làm kiếm thêm tiền thôi.
- A: *Theo anh những người đi bán hàng rong thì họ có những tính cách gì?*
- B: Ai cũng như mình cả thôi, đều chăm chỉ chịu khó, thật thà chất phác và khéo léo, khi gặp những kẻ xấu thì bỏ qua còn khi gặp được những người tốt thì mình phải học tập ở họ.
- A: *Theo anh thì giữa nam giới và phụ nữ đi bán hàng thì có gì khác biệt không ạ?*
- B: Có chứ vì nữ đi bán thì họ nói năng và mời chào khách nhiều hơn còn như bọn anh thì không mời chào cứ đi, đứng ai hỏi thì bán thôi, mình không được khéo như phụ nữ.
- A: *Anh có hài lòng về công việc mình đang làm không ạ?*
- B: Mình không làm được việc gì thì đi làm việc này thôi vì ít ra làm ở đây thu nhập cũng hơn ở quê và mình tự bỏ sức ra làm.
- A: *Anh thích bán hàng cho những đối tượng nào nhất ?*
- B: Anh bán cho tất cả các đối tượng, nhưng cảm thấy thoải mái với những người thật thà, họ hiểu hoàn cảnh của mình, thương mình và với những đối tượng không giả giá vì anh bán cũng không lãi bao nhiêu mà cứ kêu đắt rẻ.
- A: *Theo anh thì người bán hàng có lợi thế gì khi biết được từng đối tượng khách hàng?*
- B: Cũng chả có gì cả anh chỉ mong bán được nhiều hàng, không bị lừa giật hàng.

- A: *Khi khách mua hàng anh có khả năng nhận biết được từng đối tượng khách hàng không?*
- B: Có chứ.
- A: *Anh nhận biết được qua điểm gì ạ?*
- B: Qua lời nói của người ta. Có những người nói rất thân mật, dễ chịu. Hoặc qua những lời nói biết là họ đánh đá, đáo để. Ví dụ có người vào hàng hỏi : Ngô này bao nhiêu đây? Anh bảo là 5 nghìn ngô ngọt còn 3 nghìn ngô nếp. Thì bảo rằng : sao đắt thế? 3 nghìn cái ngô ngọt thôi. Cũng có những người thì vào hàng hỏi rất tử tế: Ngô này bán thế nào hả cháu? Chô bác một cái .
- A: *Theo như anh thì lộc mà anh nhận được khi đi bán hàng là gì ạ?*
- B: Ngày hết ngày ế không chính xác nhưng cũng chỉ mong không bao giờ ế hàng thôi còn lộc quan trọng nhất là chỉ mong cho sức khỏe của mình luôn ổn định là lộc rồi.
- A: *Khi mà bị ế hàng thì anh thường làm gì ạ?*
- B: Đồ chín thì mình bán rút gia đi để bán cho hết còn đồ sống thì mang về nhà để mai bán tiếp.
- A: *Khi mà gặp khách hàng khó tính anh phản ứng như thế nào?*
- B: Mình cũng phải luôn nhã nhặn, nhẫn lại để mời khách, không bao giờ gắt gỏng với họ vì họ là khách mà còn nếu họ không mua thì thôi.
- A: *Đi bán rong như thế này mà nếu bị cán bộ quản lý hoặc là bị công an bắt thì anh thường làm gì?*
- B: Chưa gặp nên cũng chưa biết thế nào.
- A: *Anh thấy việc bán hàng của mình nó có ý nghĩa như thế nào đối với những người Hà Nội?*
- B: Mình thấy họ được phục vụ tận nơi, không phải đi xa, ai đi qua muốn ăn cũng mua được.
- A: *Đi bán hàng ở Hà Nội anh có cảm thấy được an toàn không?*
- B: Mình đi đến những chỗ không bị cấm thì được an toàn còn đi vào những chỗ cấm thì cũng không an toàn.
- A: *Đi bán hàng ở Hà Nội anh lo nhất điều gì ạ?*
- B: Làm sao bán được hết hàng là thấy phần khởi rồi còn khi không bán được là lo.

- A: *Anh có nghĩ rằng công việc của mình đã gây cản trở giao thông và làm mất mỹ quan đường phố không?*
- B: Có. Vì mình đã vi phạm giao thông và gây cản trở giao thông vì mình cũng lấn chiếm hành lang, cũng làm mất mỹ quan ở những tuyến phố cổ chứ ở đây mình không bán thì cũng vẫn có những hàng khác bán đầy ở đây đầy thôi.
- A: *Khi đi bán hàng anh có nhận được sự giúp đỡ gì không?*
- B: Những người cùng làng họ chỉ cho mình cách làm ăn rồi những người cùng trọ cũng giúp đỡ rất nhiều. Khi mình đi làm về muộn gia đình nhà chủ cũng thu gom đồ giúp mình, còn khi mình không có nhà thì họ cũng cất đồ đạc, quần áo cho mình.
- A: *Với chủ nhà trọ, với người cùng trọ, với người bán cùng khu vực, với cán bộ quản lý, với công an khu vực anh cảm thấy thế nào?*
- B: Cũng bình thường, họ cũng không khinh mình, cũng giúp đỡ mình nên mình cũng rất tôn trọng và cảm ơn. Những người cùng bán thì mình cũng bán người ta cũng bán ai cũng khó khăn cả.
- A: *Với người dân Hà Nội anh cảm thấy thế nào?*
- B: Họ cũng hơn người dân mình thôi.
- A: *Anh có tham gia vào hoạt động gì ở nơi anh trọ không?*
- B: Không, thời gian đâu mà tham gia.
- A: *Khi mà UBND TP Hà Nội có lệnh cấm bán hàng rong anh cảm thấy thế nào?*
- B: Không có gì phàn nàn về lệnh cấm nhưng mình cũng chỉ mong muốn là kiếm được đồng tiền để gia đình đỡ khó khăn hơn thôi.
- A: *Vậy từ khi có lệnh cấm đó thì việc bán hàng của anh có gặp nhiều khó khăn không ạ?*
- B: Nói chung là cũng khó khăn hơn trước nhiều.
- A: *Anh có muốn duy trì công việc bán hàng này không ạ?*
- B: Có. Khi nào có công việc phù hợp hơn thì cũng không bán nữa.
- A: *Anh có đề xuất giải pháp gì cho người bán hàng rong không ạ?*
- B: Người dân lao động không có công ăn việc làm mới phải đi bán hàng chứ có ai muốn xa vợ con đi làm đâu. Chỉ mong nhà nước tạo công ăn việc làm cho người dân lao động đỡ khổ. Ví dụ như mở làng nghề, nghề phụ cho người

dân thôi, hoặc là chuyển làng nghề từ những nơi có làng nghề sang nơi không có làng nghề cho người dân. Được như thế là tốt nhất.

A: *Đi bán hàng như thế này mỗi khi nghĩ về gia đình ở nhà thì anh cảm thấy thế nào?*

B: Cũng chẳng có gì, thì đi thế này khi nghĩ về cũng buồn cũng nhớ vợ con bố mẹ ở nhà thôi. Ở nhà vợ làm ruộng rồi đi phụ hồ cho người ta. Cũng vất vả lắm nên cũng thương.

A: *Khi đi bán hàng như thế này anh gặp những khó khăn nào ạ và tâm trạng của anh như thế nào?*

B: Cũng không có khó khăn nào cả. Cũng chỉ lo là có bán hết hàng không? Vì nếu không bán hết hàng mang về nhà cũng chẳng làm gì cả. Như ngô sống không bán hết thì còn mang về mai bán được chứ như còn đồ chín thì lúc đó chỉ bán hạ giá để lấy lại vốn thôi.

A: *Với công việc của anh thì anh mong điều gì ạ?*

B: Điều mình mong nhất là ngày nào cũng bán được nhiều hàng, không bị ế. Vì có như thế mới có lãi em ạ. Còn như hôm nào mà ế hàng là khổ lắm có khi cả ngày bán cũng chẳng lãi được là mấy, ở đây lại còn tiền ăn tiền ở. Nếu mà hôm nào mà cũng bị ế là chết mất

A: *Theo anh đi bán hàng này anh gặp những nguy cơ nào ạ?*

B: Cũng chẳng có nguy cơ gì cả. thỉnh thoảng có bán khuya gặp mấy thằng nó say sỉn, nó đi qua nó chêu nó lấy của mình một hai bắp ngô, nó đi được một đoạn rồi nó lại quay lại trả cho mình đấy mà. Hoặc cũng có những đứa nó mua một hai bắp nó không trả tiền hoặc nó không nhớ để tiền chỗ nào thì cũng thôi cho nó chứ đôi co với chúng nó làm gì cho mệt rồi lại lời thôi nhiều chuyện.

A: *Nếu như có những người thành phố khinh miệt thì anh phản ứng như thế nào?*

B: Cũng bình thường thôi kệ người ta việc mình mình làm. Họ nói họ cứ nói cũng chẳng ảnh hưởng gì đến việc bán hàng của mình mà. Họ là khách hàng mà họ nói gì cứ nói nhưng họ mua hàng cho mình là được.

A: *Từ ngày Hà nội cấm bán hàng rong làm thế nào để anh duy trì công việc của mình?*

- B: Biết thế thì tránh những tuyến đường người ta cấm ra, hoặc mình tránh những thời điểm cao điểm. Họ cấm ở đường lớn như ngoài đường Nguyễn Trãi thì mình chẳng bán mình bán ở đây thôi (Hạ Đình)
- A: *Anh quan niệm thế nào về người mở hàng?*
- B: Cũng chẳng quan niệm gì đâu, may thì bán được hết thôi cũng chẳng quan trọng gì. Lúc bán được hàng thì người mở hàng có như thế nào cũng bán được hàng. Còn lúc mà ế thì người mở hàng có như thế nào cũng ế hàng thôi.
- A: *Thế với anh yếu tố nào giúp nhanh bán hết hàng?*
- B: Cũng là may thôi, cứ hôm nào có nhiều người ra đường thì mình bán được nhiều hàng và nhanh hết hàng. Ví dụ như những ngày lễ ngày tết mọi người đi chơi nhiều thì bán hàng nhanh hết lắm. Chứ trời lạnh như thế này bán được ít hàng và bán lâu hết lắm em ạ vì trời rét người ta ít đi ra ngoài đường mà.
- A: *Với từng loại khách hàng thì anh ứng xử như thế nào? Ví dụ với người già, em nhỏ, thanh niên...*
- B: Chắc chắn là với mỗi người thì mình có cách ứng xử riêng chứ, ví dụ như với người già thì mình phải tôn trọng vì họ bằng tuổi bố mẹ mình ở nhà rồi. Hoặc là những người già họ đi mua ngô mà giá của nó là 3 nghìn nhưng họ nói là “bác chỉ có 2 nghìn hoặc 2,5 nghìn” thì thôi mình cũng bán cho họ. Còn với những em nhỏ thì nếu như các em ấy không biết thì mình bảo thôi, còn với thanh niên thì mình cũng đối xử bình thường thôi. Nhưng nói chung thì mình vẫn phải nhã nhặn lịch sự, hơn nữa anh cũng chẳng nói thách và anh cũng không thích bán cho những người cứ mặc cả này khác. Anh chỉ nói giá bán có mua được thì mua không thì thôi.
- A: *Thế trong trường hợp ngô của mình ngon mà họ cứ chê thế này thế kia và không chịu trả đúng giá thì anh làm thế nào?*
- B: Có chứ có nhiều người họ cũng chê ngô không ngon, chê đắt chê bé. Thì của mình có thể họ chê thì biết làm sao được. Lúc đó mình cũng chỉ bảo thế họ mua được thì mua không mua được cũng đành chịu chứ biết làm sao.
- A: *Thế còn trong trường hợp anh bị giật hàng cướp hàng hoặc mua mà không chịu trả tiền thì sao?*

- B: Anh chưa bị bao giờ cả. Thì cũng như lúc trước anh nói đấy thì cũng chỉ đêm hôm thanh niên nó say sấn nó lấy một hai bắp ngô thì cũng thôi. Cho chúng nó thôi.
- A: *Thế khi bán mà có người lạ đến chỗ anh bán thì anh phản ứng ra sao?*
- B: Anh cũng chẳng có chỗ bán cố định mà, với lại những người đi bán thì cũng toàn là những người nghèo khổ như mình chứ cũng có sung sướng gì đâu. Đường phố ai bán được thì cứ bán thôi. Ai có lộc ai may mắn thì bán được nhiều còn mình nếu không may thì bán được ít đấy là do may rủi thôi.
- A: *Thế khi đi bán này có ai sờ vào anh làm hỏng hàng hoặc anh ngã thì anh phản ứng thế nào?*
- B: Thì nếu như không may mà mình bị người ta sờ vào mà bị hỏng hàng thì mình bảo người ta đền cho mình tiền vốn thôi. Vì ngô hỏng thì cũng chẳng dùng được vì tất cả những gì mình cũng phải đi mua chứ mình chẳng làm ra được mà. Còn nếu như mà người ta không đền thì cũng phải chịu thôi. Còn nếu như những người mà người ta biết thì người ta xin lỗi mình. Còn nếu không thì mình cũng phải chịu thôi.
- A: *Đi bán hàng làm thế nào để giữ được vệ sinh môi trường?*
- B: Những người họ mang đi về nhà ăn thì thôi, còn nếu những người họ ăn ngay ở đây thì mình nhặt bỏ vào sọt đến chỗ nào đổ rác thì mình bỏ ra đó chứ mình không vất ra đường.
- A: *Còn việc giữ vệ sinh an toàn thực phẩm?*
- B: Cũng chỉ làm cho sạch sẽ thôi, ví dụ như ngô này thì chú cũng phải lấy túi bóng chú bọc lại cho đỡ bụi hay như sắn này cũng thế. Còn như khoai thì nó có vỏ rồi cũng chẳng lo lắm vì nó còn có vỏ khi ăn thì mình bóc vỏ đi rồi mà.
- A: *Đi bán hàng như thế này anh nghĩ mình được gì và mất gì?*
- B: Mất thì chẳng mất gì, chỉ có được thôi, được là được công ăn việc làm được thu nhập, có tiền gửi về nhà cho vợ cho con ăn học.

PHỎNG VẤN SÂU KHÁCH HÀNG

Thông tin cá nhân: Hoàng Thị H, 27 tuổi, kế toán.

- T: *Chào chị. Chị thấy việc bán hàng rong trước đây khác bán hàng rong bây giờ như thế nào?*
- H: Theo mình việc bán hàng rong trước đây và bây giờ khác nhau rất nhiều so với bây giờ. Ví dụ, như ngày xưa chúng loại rất đơn giản một số mặt hàng rất quen thuộc với người dân như khoai, sắn, những đồ ăn bánh cốm, hoa trái, còn bây giờ có rất nhiều các loại bánh đa dạng về kiểu dáng như là bánh rán, bánh mỳ, bánh bao, bây giờ có thêm rất nhiều loại hoa quả nữa.
- Về chất lượng có lẽ bây giờ cũng được nâng cao hơn so với ngày xưa vì cuộc sống, khoa học kỹ thuật được nâng cao lên. Ngày xưa giá cả sẽ rẻ hơn so với bây giờ vì kinh tế thị trường đã thay đổi nên giá cả cũng tăng lên.
- T: *Theo chị khu vực bán hàng rong trước đây so với bây giờ như thế nào? Nó hẹp hơn, rộng hơn hay thế nào?*
- H: Mình nghĩ rằng khu vực bán hàng rong bây giờ so với trước đây được mở rộng hơn rất nhiều vì có nhiều khu đô thị mở ra với lại bây giờ người bán hàng cũng chịu khó đi vào các ngõ ngách hơn, tức là địa bàn hoạt động của họ bây giờ rộng hơn ngày xưa.
- T: *Theo chị người bán hàng rong trước kia có gì khác so với bây giờ không ạ? Nghĩa là về con người họ ấy!*
- H: Mình nghĩ người bán hàng rong ngày xưa họ cũng đơn giản, họ thật thà, chất phác hơn, còn bây giờ chắc chắn với xu thế kinh tế thị trường thì họ phải khôn khéo hơn và có nhiều cái mảnh khoe trong cách bán hàng.
- T: *Vậy theo chị, chị đánh giá như thế nào về chất lượng và giá cả của việc bán hàng rong bây giờ?*
- H: Ý của chị hỏi là về chất lượng hay chất lượng của việc bán hàng?
- T: *Chất lượng của sản phẩm ấy ạ?*
- H: Mình nghĩ là như mình vừa nói đấy thì chất lượng sản phẩm tốt hơn, tốt hơn chất lượng sản phẩm của ngày xưa. Giá cả có tăng nhưng không đáng kể bởi vì là nó chỉ là những mặt hàng thiết yếu của cuộc sống, mặt hàng đơn giản không phải là hàng xa xỉ cho nên giá nó cũng phù hợp với lại túi tiền của người mua.

- T: *Theo chị chất lượng của hàng rong bán ở ngoài đường so với chất lượng của hàng hóa bán trong các chợ, shop, siêu thị thì nó có gì có gì khác nhau không?*
- H: *Mình nghĩ tất nhiên có sự khác nhau, ví dụ như về mùa hoa quả chẳng hạn thì những hoa quả, đồ ăn, bánh trái bán ngoài đường thì tất nhiên nó không được vệ sinh bằng những mặt hàng được bảo quản hay được giữ gìn ở trong các cửa hàng và các siêu thị có thương hiệu, chắc chắn là độ an toàn của nó không bằng. Còn những mặt hàng như là may mặc, quần áo hay là ví da, cái cắt móng tay thì mình nghĩ nó cũng gần như là hàng chợ, tương đương nhau.*
- T: *Nếu bây giờ cho chị một sản phẩm như là đôi dép nhựa chẳng hạn, so với một người bán hàng rong với trong chợ thì chị nghĩ sao về giá cả chênh lệch, liệu giá cả có chênh lệch không ạ?*
- H: *Mình cũng đã mua và mình nghĩ là nó không chênh lệch nhau, nó tương đương nhau. Cũng có lần mua của người bán hàng rong, họ bán rẻ hơn ngoài chợ vì ở ngoài chợ họ còn phải tiền thuê mặt bằng ở ngoài chợ. Do đó họ sẽ phải kéo giá cao hơn một chút, người bán hàng rong thì họ lấy công làm lãi cho nên họ lấy giá đúng.*
- T: *Theo chị, giữa nam giới và phụ nữ bán hàng rong có gì khác biệt nhau không?*
- H: *Mình nghĩ có sự khác biệt rất là lớn. Ví dụ, phụ nữ chuyên về các mặt hàng như là bán hàng quần áo lót cho phụ nữ này, hoặc là giày dép cũng có, hoa quả, mặt hàng không nặng nề, nó nhẹ. Còn nam giới thì thường bán hàng xén như là ví da, lót giày, cắt móng tay, những phụ kiện mà các bạn nam hay dùng.*
- T: *Nhưng mà em đi đường em vẫn thấy có nam giới bán quần áo, thì chị nghĩ sao về điều đó?*
- H: *Có. Điều này cũng thấy có rất nhiều, mình nghĩ là đó là do cách lựa chọn của họ nhưng đa số phụ nữ bán hàng như thế còn nam giới ít.*
- T: *Khi mua hàng thì chị tin vào việc mua hàng của nam giới hay phụ nữ hơn?*
- H: *Mình không phân biệt vào việc mua hàng giữa nam và nữ mà điều quan trọng là thuận mua, vừa bán, quan trọng là mình có mua được hàng hay không, còn nam giới hay nữ giới với mình là bình thường.*

T: *Theo chị những gánh hàng rong có ảnh hưởng như thế nào đến đời sống của người dân Hà Nội?*

H: Mình nghĩ nó có ảnh hưởng nhưng mà không lớn lắm, không đến nỗi làm cho cuộc sống của người dân trở nên khủng hoảng. Bán hàng rong cũng giúp cho người dân Hà Nội có mức thu nhập trung bình, thấp, những bạn sinh viên, người công nhân có mức thu nhập thấp, sẽ dễ dàng tìm được những mặt hàng tiện lợi cho cuộc sống của mình, theo mình đó cũng là nét văn hoá của Thủ đô. Ngày trước có những gánh hàng rong rất nổi tiếng như là cốm chẳng hạn. Đến bây giờ hàng cốm đó vẫn chỉ có ở những người bán hàng rong, bây giờ người dân vẫn rất thích với mặt hàng đó và nó là một trong những đặc sản của Hà Nội.

Về mặt tiêu cực, mình nghĩ đôi lúc nó cũng làm cho mỹ quan của thành phố không được đẹp lắm với những nơi mà nó là bộ mặt của Thủ đô chẳng hạn, những nơi du lịch chẳng hạn nếu để bán hàng rong tràn lan thì nó sẽ làm mất mỹ quan và trật tự đô thị.

T: *Theo chị việc Nhà nước ban hành luật cấm bán hàng rong trên 62 tuyến phố, đó có phải là một quyết định đúng đắn không hay nó ảnh hưởng quá nhiều đến những người bán hàng rong và những người mua hàng rong đó?*

H: Theo mình quyết định này có ảnh hưởng rất lớn đến việc bán hàng rong, quyết định nào nó cũng có hai mặt. Một mặt nó làm cho bộ mặt của thành phố văn minh hơn, mặt sau của nó làm cho cuộc sống của những người bán hàng rong này trở nên khó khăn vì bản thân họ chưa biết tìm cách nào để kiếm kế sinh nhai, đi vào bế tắc. Đó là cái mà Nhà nước đưa ra nhưng mà chưa giải quyết được cho họ về cuộc sống sau này.

T: *Về vệ sinh an toàn thực phẩm thì theo chị nó có được đảm bảo không?*

H: Mình nghĩ vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm này hiện nay cũng đang rất bức xúc, thói quen của người dân Việt Nam mình là ăn song ở đâu là vứt rác ở đấy nên làm cho đường phố ô nhiễm rất nhiều.

T: *Theo chị những người bán hàng rong có ảnh hưởng đến những người tham gia giao thông trên đường không?*

H: Mình nghĩ là nó có ảnh hưởng rất nhiều. Khi mà một người đứng lại mua thì kéo theo nhiều người đứng lại do đó dẫn đến việc tắc nghẽn cho những người phía sau.

- T: *Theo chị, chị nhận thấy ở những người bán hàng rong có đặc điểm tính cách nào ạ?*
- H: Những người bán hàng rong là những người ở tỉnh lẻ lên do đó họ cũng thật thà, chất phác, chịu thương, chịu khó, họ cam chịu, đó là cuộc sống của họ để nuôi sống bản thân và gia đình, nên họ là những người rất chịu khó.
- T: *Chị đánh giá như thế nào về việc bán hàng rong khi Nhà nước ban hành lệnh cấm?*
- H: Họ sẽ gặp khó khăn bởi vì họ sẽ mất công việc họ đang làm vì họ chưa thể tìm ra công việc nào khác để nuôi sống gia đình vì số vốn mà họ dùng để duy trì việc bán hàng rong là rất nhỏ, họ tìm một công việc mới với số vốn đó là rất khó. Vấn đề này đang trở thành vấn đề bức xúc mà vẫn chưa có cách giải quyết.
- Còn phản ứng của người dân thì cũng bình thường vì nó không làm sáo trộn cuộc sống của họ lắm, còn với những người dân có thu nhập thấp, sinh viên, công nhân, những người ở tỉnh xa đến thì có ảnh hưởng, vì mỗi lần muốn mua một mặt hàng gì đó thì sẽ bất tiện hơn vì hàng rong đã không còn thì sẽ phải đến những cửa hàng lớn hoặc các siêu thị để tìm kiếm những đồ rất là nhỏ.
- T: *Theo chị, việc xử lý của các cấp chính quyền thì như thế nào ạ?*
- H: Theo mình việc xử lý của các cấp chính quyền vẫn chưa triệt để, chính vì thế mà vấn đề này vẫn chưa được giải quyết một cách tận gốc. Chính vì thế mà những người bán hàng rong chỉ sợ khi có công an đến dẹp, còn khi không có công an thì việc bán hàng của họ vẫn diễn ra bình thường.
- T: *Khi em tiếp xúc với những người bán hàng rong, họ cho rằng từ khi có lệnh cấm bán hàng rong thì việc bán hàng rong có khi còn dễ hơn lúc chưa có lệnh cấm bán hàng rong. Chị nghĩ sao về điều này?*
- H: Mình nghĩ vấn đề này cũng không hoàn toàn đúng. Cũng có cơ quan cá nhân họ làm đúng, cũng có những người họ làm chưa đúng với trách nhiệm được giao. Chính vì vậy mà có nơi làm đúng với lệnh là cấp trên đưa xuống, nhưng cũng có nơi không làm đúng. Chính vì vậy, việc bán hàng rong của họ không thể diễn ra thuận lợi hơn trước được vì những nơi họ bán nay đã bị cấm, do đó họ phải tìm một địa bàn mới với nhiều người cùng bán hàng rong cạnh tranh một địa điểm bán hàng. Điều đó không đúng lắm.

- T: *Theo chị, liệu có thể dẹp được bán hàng rong hay không ?*
- H: Điều này rất khó xảy ra, vài năm nữa thì mình không biết trước được nhưng bây giờ thì không.
- T: *Theo chị, lệnh cấm bán hàng rong có ảnh hưởng như thế nào đến đời sống của người dân sống trên địa bàn thành phố Hà Nội?*
- H: Mình nghĩ những người dân sống ở mặt đường kinh doanh thì họ sẽ cảm thấy thuận lợi hơn, bởi vì họ không phải dẹp hay nhắc nhở những người đứng ở cửa nhà họ để bán hàng. Họ sẽ có một không gian bán hàng rộng hơn, còn những người là khách hàng của những người bán hàng rong thì họ cảm thấy khó khăn hơn. Ví dụ, khi họ muốn mua một cái bánh mỳ, bánh bao nóng, bình thường có rất nhiều người đi qua cửa nhưng bây giờ họ phải đi xa hơn để mua hàng. Điều đó gây khó khăn hơn cho họ trong việc thoả mãn nhu cầu cần ăn một thứ gì đó.
- T: *Chị có đề xuất giải pháp gì cho những người bán hàng rong sau khi lệnh cấm bán hàng rong được ban hành không ạ?*
- H: Mình nghĩ điều này cần đến một dự án rất lớn, nghĩa là trước khi đưa ra Nhà nước cần tính họ lại để tìm cho họ một cái nghề nào đó phù hợp với trình độ của họ như mở các làng nghề sản xuất các đồ thủ công, hay tập trung họ bán tại một địa điểm nhất định, nghĩa là vẫn có chỗ để họ bán. Quy định rõ ràng, triệt để từ đầu đến cuối không lại để tình trạng thấy đâu dẹp đấy là không được.
- T: *Với Nhà nước, chị có đề xuất nào không ạ?*
- H: Trước khi đưa ra quyết định thì Nhà nước nên tham khảo ý kiến của những người bán hàng rong xem nguyện vọng của họ sau khi không được bán nữa, cuộc sống của họ như thế nào?, Nhà nước liệu có thể giải quyết được công ăn, việc làm cho họ hay không, nếu Nhà nước có thể lo cho họ được công việc thì họ sẽ chuyển sang một nghề khác ổn định hơn.
- T: *Vâng, em xin cảm ơn chị! Chúc chị thành công và hạnh phúc trong cuộc sống.*

PHÒNG VẤN SÂU CÁN BỘ

Thông tin cá nhân: Thiếu tá Trần Văn X, công an phường Kim Giang

- A: *Cháu chào chú, chúng cháu đang tìm hiểu về người bán hàng rong, xin chú vui lòng cho cháu biết một số thông tin. Hiện nay thì đã có lệnh cấm bán hàng rong thì chú nhận thấy số lượng người bán hàng rong thay đổi như thế nào?*
- B: Hiện nay thì số lượng người bán hàng rong đã giảm nhiều rồi cháu ạ, ở các tỉnh nhiều người đã bỏ về quê làm ăn. Nhiệm vụ của các chú thì các chú phải làm, cứ dẹp chỗ này họ lại sang chỗ khác bán, nhưng các chú làm quyết liệt nên cũng giảm nhiều so với trước rồi đó, ở đây trước tập trung đông nhiều người quen mặt, nhưng dạo này nhiều người mà chú biết mặt thì không thấy bán nữa. Có thể bị phạt nhiều nên họ cũng thấy chán.
- A: *Ở đây các chú kiểm soát và quản lý những người bán hàng rong như thế nào ạ?*
- B: Nếu ở đây có những người bán hàng rong nào thì đều phải ra đăng kí tạm trú tạm vắng hết cháu ạ. Phường này cũng nhỏ nên các chú kiểm tra được hầu hết những đối tượng trọ ở đây, vì thế ai sinh sống trên địa bàn phường đều phải đăng kí tạm trú tạm vắng hết, khi đăng kí thì họ phải khai họ làm gì nên những đối tượng bán hàng rong ở đây các chú đều nắm được. Tuy nhiên, vẫn có những người tạm trú ở các phường khác như Lũ, Khương Đình nhưng vẫn qua đây bán, nếu vi phạm thì các chú xử lý thôi.
- A: *Thế với các trường hợp vi phạm thì các chú kiểm soát và xử lý như thế nào ạ?*
- B: Ở đây các chú kiểm tra thường xuyên và quyết liệt lắm cháu ạ, công an phường kết hợp với công an quận đi kiểm tra những đơn vị bán lấn chiếm lòng lề đường, những người bán hàng rong. Nếu vi phạm thì sẽ xử phạt. Chú nói cháu nghe chứ, trước khi có lệnh cấm bán hàng rong thì cũng đã có lệnh xử lý những người lấn chiếm lòng đường, ví dụ như pháp lệnh 02 là xử lý những người bán hàng rong còn trước đây có pháp lệnh 20 là xử phạt những người lấn chiếm lòng đường rồi. Với những người bán hàng rong mà các chú

bắt được thì xử phạt từ 40-50 nghìn đồng. Nói thật với cháu chứ các chú cũng chẳng muốn xử phạt đâu vì những người đi bán hàng rong đều là những người nghèo ở quê lên có khi cả ngày cũng chỉ bán được 40-50 nghìn, xử phạt của họ thì coi như là cũng hết lời lãi.

Trước đây ở ngõ 64 này là bức xúc lắm vì nhiều người bán hàng lấn chiếm đến một nửa đường rồi gây ách tắc giao thông, mỗi người một xe chật hết cả đường. Vì thế nên các chú phải xử phạt thôi. Những trường hợp vi phạm thì các chú dẫn về phường cho đăng kí cam kết thực hiện quy định giao thông đô thị. Xử phạt như thế nhưng có những người vẫn có những người họ cố bám trụ lại nhưng có những người họ chán họ cũng về quê. Vì chú lấy ví dụ thế này này: một ngày họ đi lấy rau ở Linh Đàm về họ bán ở chỗ này chỗ khác giỏi lắm cả ngày được 50 nghìn rồi chi phí cho ăn ở, có gia đình còn lên đây cả nhà nữa cháu ạ.

- A: *Khi chú xử phạt những người bán hàng rong thế này thì thường phản ứng của họ là gì ạ?*
- B: Thực ra các chú đi làm thế này với những người nghèo thì đầu tiên các chú cũng chỉ cho cam kết là chính, họ bán ở đây lâu, quen mình cho họ cam kết về việc giữ trật tự, vệ sinh. Nhưng có những trường hợp cố tình vi phạm. Với những trường hợp mà vi phạm lần đầu thì các chú mời vào uỷ ban xử phạt cho cam kết. Nhưng có những trường hợp cố tình vi phạm, ví dụ như hôm nay bị phạt ngày kia lại vi phạm thì các chú kiên quyết xử lý đến cùng. Với những trường hợp đó khi thấy xe công an họ chạy vào ngõ các chú cũng vào tận nơi bắt phạt. Có những người khi bắt xe hàng thì họ cũng khóc lóc, kể hoàn cảnh khó khăn để xin; cũng có những trường hợp thì họ cũng dúi cho các chú 50,100 nhìn nhưng nói thật với cháu chứ, ví dụ như khi xử phạt những người không đội mũ bảo hiểm chứ với những người hàng rong này bọn chú đâu lơ nhận cả ngày họ đi bán vất vả. Với những trường hợp vi phạm các chú đưa về phường yêu cầu nộp phạt, giải thích, và cho kí cam kết chứ những người đi bán hàng rong thì mỗi người một quang gánh hoặc có chiếc xe đạp mà yêu cầu họ ra kho bạc ở đường Lê Văn Lương thì họ đâu có phương tiện đâu.

A: *Vậy ngoài hình thức xử phạt là phạt tiền và yêu cầu kí cam kết thì còn hình thức nào khác không ạ?*

B: Khi bọn chú xử lý những trường hợp vi phạm thì đều có danh sách kèm theo. Các chú gửi danh sách đó sang phát thanh phường đọc tên những người vi phạm, lỗi vi phạm. Rồi các chú gửi về địa phương, việc gửi tên về địa phương thì có những người họ sợ lắm, có những người thì họ sợ. Nhưng những người ở phường này như những quán ăn, kinh doanh mà vi phạm thì họ sợ đọc lên đài phát thanh lắm. Và cuối năm khi bình xét gia đình văn hoá thì những gia đình đó bị cắt. Còn với những người bán hàng rong thì các lỗi vi phạm về trật tự đô thị giao thông thì tăng lên từ 15 đến 40, 60 nghìn, những trường hợp tái phạm thì phạt 60 nghìn.

Nhưng chú thấy là những người bán hàng rong giảm nhiều rồi, chục ngày đầu cam kết thông báo, thành phố thông báo thì họ xin về các cơ sở sản xuất làm, nhưng kiếm việc làm khó nên có người vẫn làm, họ lên đây một vài năm hoặc lên đây mấy tháng lại về làm ruộng, rồi tháng 3 ngày 8 họ lại ra đây bán kiếm thêm thu nhập cho con ăn học.

A: *Chú đánh giá thế nào về việc bán hàng rong đối với mỹ quan đường phố?*

B: Thực ra những người đi bán hàng rong đều là những người khó khăn nên họ mới ra đây bán. Nhưng mà việc này gây mất mỹ quan lắm cháu ạ. Chú cũng luôn phải nhắc nhở nhân viên của mình là phải có thái độ từ tốn, nhưng có những lúc cũng bức xúc lắm nói họ không nghe đâu, có người thì cố tình vi phạm có người thì cố tình không chấp hành. Có những người bán hàng cũng gấu lắm cháu ạ họ cũng chống đối quyết liệt, mà cái lỗi chính xử lý không nặng bằng cái lỗi không chấp hành, chống đối, riêng việc không chấp hành người thi hành công vụ là đã phạt 200 nghìn rồi. Còn cũng có những người kêu ca phàn nàn rồi trình bày hoàn cảnh.

A: *Có ý kiến cho rằng những gánh hàng rong tạo nên nét văn hoá riêng của Hà Nội, nếu cấm hết thì mất đi cái nét văn hoá đó, chú nghĩ sao về ý kiến này ạ?*

B: Theo chú nghĩ thì cấm hết cũng là không được, mình chỉ nên cấm ở những tuyến phố chính như ở trên phố cổ hay Nguyễn Trãi... thôi. Ít thì nó còn được coi là nét văn hoá chứ nhiều quá thì gây bức xúc lẫn chiếm vỉ hè, lấn

chiếm lòng đường, vất rác ra đường gây mất vệ sinh, bức xúc lắm cháu ạ. Nói chung là bức xúc về vấn đề vệ sinh.

Chú lấy ví dụ thế này ở đây có khoảng hơn 100 người bán hàng rong các loại, ví dụ như một người bán hoa họ vất cuống hoa, hoa hỏng ra đường thì tất cả sẽ có bao nhiêu rác xả ra bừa bãi. Mà những người này không thu phí vệ sinh của họ được vì họ có bán yên một chỗ đâu.

Nói chung theo ý chú thì ở trên tuyến phố chính, phố cổ nên cấm nhưng những người mà người ta chỉ có một đôi quang gánh đi cả ngày không dừng lại một chỗ thì cũng chẳng ảnh hưởng gì đến giao thông thì cũng chẳng nên cấm.

A: *Tương tự như thế thì chú đánh giá thế nào về việc bán hàng rong đối với vấn đề ách tắc giao thông?*

B: Những người bán hàng rong nhiều họ tràn ra hết cả đường, xe cộ không đi lại đường ách tắc nhiều chứ. Ví dụ như ở đường Hoàng Đạo Thành hoặc ngõ 64 này, nếu như không có xe công an là họ tràn ra hết xuống đường bán gây ách tắc.

A: *Còn vấn đề tái bán hàng rong trên các tuyến phố cấm thì sao ạ?*

B: Ở những tuyến phố mà người ta cấm bán, lúc đầu họ làm gay gắt quyết liệt thì giảm nhiều lắm cháu ạ, hầu như không còn. Nhưng sau khoảng 1 tháng thì có phần buông lỏng thì họ lại bán trở lại, khi đó thì lại làm tích cực nhưng bây giờ ở những tuyến phố đó thì tương đối tốt rồi cháu ạ.

A: *Theo chú thì những người bán hàng rong ảnh hưởng như thế nào với đời sống đô thị hiện nay ạ?*

B: Một số ảnh hưởng như thế này:

- Một là: gây mất vệ sinh

- Hai là: lấn chiếm vỉ hè làm cho người dân kêu ca nhiều

- Ba là: tệ nạn xã hội, những người ở các tỉnh lên đây thuê tạm trú thì có nhiều đối tượng gây án, số vụ án ở tỉnh ngoài tăng lên nhiều.

A: *Đó có thể coi là những ảnh hưởng tiêu cực, còn những nét tích cực thì sao ạ?*

B: Thì đa phần những người bán hàng rong đề là người tốt, người lao động chân chất làm ăn, nghèo khó, ngoài làm ruộng lên trên này làm ăn lấy tiền cho con ăn học, có người thì đi xe đẩy, có người thì gồng gánh. Mà theo điều 146 cấm dùng xe đẩy đi bán hàng và những người này bị phạt nặng hơn.

Nói chung là những người đi bán hàng rong đều rất vất vả tần tảo, buổi sáng họ cũng chẳng dám đi ăn sáng như mình đâu. Mà nói cháu nghe chứ họ ăn thì cũng chỉ ăn gạo là chính để cho tiết kiệm, mà ở thì một phòng khoảng 12m² thì cũng phải đến 5, 6 người ở, một tháng cũng chỉ khoảng 100 tiền nhà đồ lại thôi. Mà mua hàng của những người bán hàng rau này cũng tiện mà rẻ. Ví dụ cháu đi mua hoa quả thì mua của những người bán hàng rong bao giờ cũng rẻ hơn của những người bán trong cửa hàng.

A: *Ở đây thì các chú làm thế nào để quản lý những người bán hàng rong ạ?*

B: Ở đây trước kia như ngõ 64 hoặc đường Hoàng Đạo Thành là người bán hàng rong tràn ra hết lòng đường. Hiện nay thì các chú sắp xếp cho người bán hàng rong khoảng được 40-50 người cho họ ngồi bán cố định và nộp lệ phí khoảng mấy chục nghìn một tháng. Vì ở đằng sau có bãi đất trống thì các chú dàn khoảng 2,3 m, kẻ vạch để cho họ ngồi bán. Ở đây thì thường xuyên có người nhắc nhở họ bán đúng chỗ giữ vệ sinh và khi có khách mua hàng thì họ cũng phải nhắc nhở khách để gọn xe vào tránh để ra lòng đường gây ách tắc. Vì thế mà trật tự giao thông tốt hẳn lên. Nhưng mà diện tích cũng có hạn các chú chỉ giải quyết cho khoảng 40-50 người thôi mà số lượng người bán hàng rong nhiều hơn thế. Có nhiều người cứ xin vào đó đứng bán và nộp lệ phí nhưng rất khó vì diện tích có hạn mà cháu. Vì thế cho nên vẫn có những người vi phạm, họ không được đứng ở chỗ quy định thì họ tràn ra lề đường nếu công an đến thì họ lại chạy. Nhưng có những người cố tình vi phạm khi mà chạy vào ngõ ngách chú vẫn cho quân chạy vào để bắt phạt.

A: *Vậy để quản lý được những người bán hàng rong thì các cấp chính quyền địa phương cần phải phối hợp với nhau như thế nào ạ?*

B: Có chứ cháu, quận chỉ đạo về phường, các ban ngành của quận phường về đây tham gia chứ không chỉ có riêng công an tự quản, cảnh sát trật tự. Rồi hàng ngày có trật tự giao thông khu vực đứng trực tại chỗ. Rồi tuyên truyền

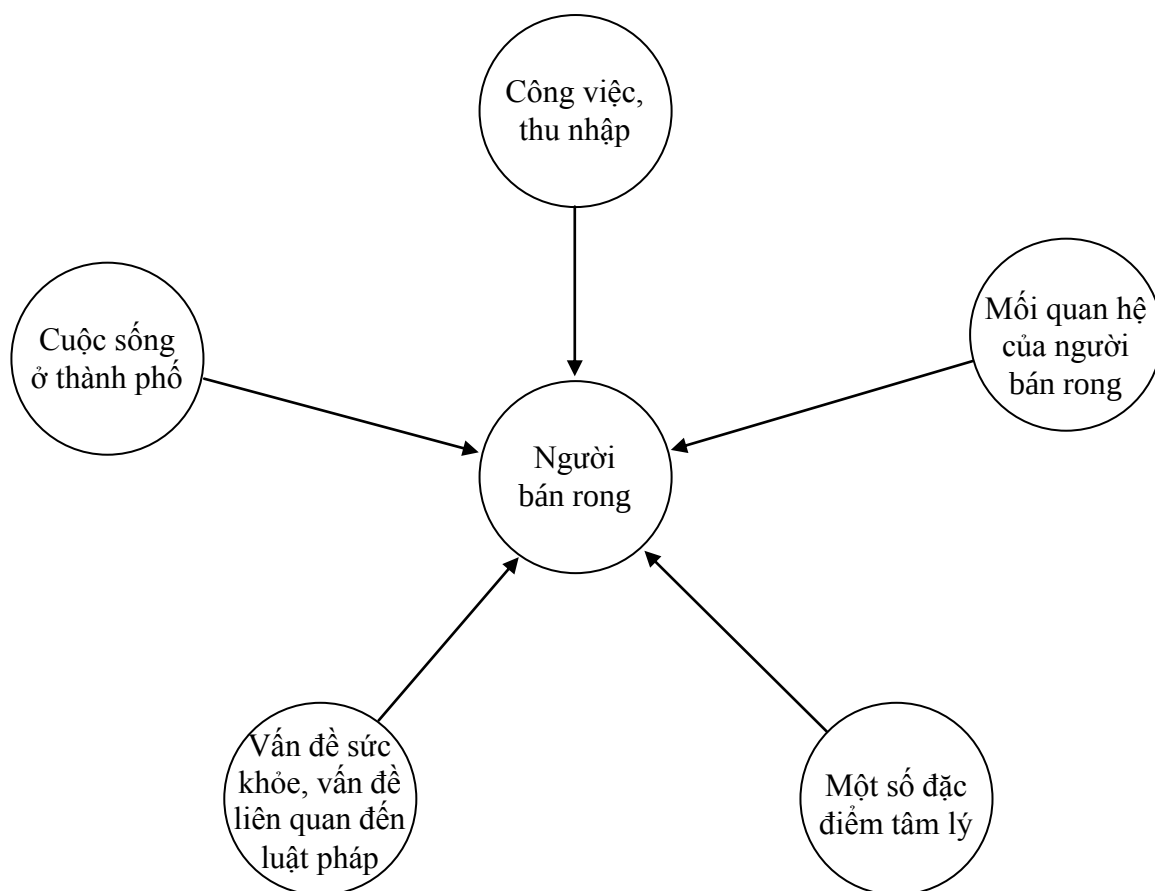
vận động cho những người bán hàng rong, người dân thực hiện theo đúng chủ chương chính sách của nhà nước. Rồi kết hợp với bên đảng bên phát thanh phường để tuyên truyền. Như cháu biết rồi đấy, cứ một ngày hai lần là loa phát thanh của phường đọc những quy định mới, những vấn đề bất cập, cách phòng chống bệnh hay những người vi phạm đó. Hàng tuần thì có xe của quận về đánh giá thành tích của phường thực hiện như thế nào.

Nhưng nói thật để xử lý triệt để là rất khó, lần đầu vi phạm thì chủ yếu là cảnh cáo nhắc nhở giáo dục. Nhưng những người bán hàng rong cũng khổ chỗ này phạt chỗ kia phạt nên vì thế nhiều người có lòng tự trọng họ bỏ về quê cháu ạ.

A: Vâng, cháu cảm ơn chú, cháu chào chú

NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP

Trường hợp nghiên cứu sâu được trình bày theo nội dung như sau:



Chị **NTL** bán dép nhựa trên phố Kim Giang, 49 tuổi, trình độ học vấn 7/10, quê ở Nam Định. Chị có 4 con (2 gái, 2 trai), con gái lớn nhất là 25, con nhỏ nhất là 18 tuổi (đang học ở khoa Toán, đại học Khoa học Tự nhiên), chồng ở nhà làm ruộng. Chị đi bán hàng ở Hà Nội được 10 năm nay.

- Về công việc và thu nhập

Về công việc, chị cho biết từ trước đến nay chị đi bán dép nhựa, chị chọn mặt hàng này vì đi bán dép cũng đơn giản, không như đi bán quần áo phải có nhiều vốn. Đi bán dép nhựa không cần vốn vì đã có chủ hàng cấp vốn: “*đi bán hàng này là chủ họ bao mà, mình cứ lấy hàng của họ đi bán, lãi mình được hưởng còn vốn thì về trả cho họ*”. Nhưng tính ra tiền vốn khoảng 200.000 - 300.000 đồng, so với các mặt hàng khác (quần áo, sành sứ...) số vốn như vậy là ít. Số tiền lãi mỗi ngày cũng tùy, có ngày bán được nhiều thì khoảng 100.000 đ cả vốn lẫn lãi, có ngày bán được ít cũng có ngày chẳng bán được đồng nào lại âm vào tiền vốn: “*Như hôm nay từ*

sáng đến giờ chị mới bán được hai đôi tính ra được 2 nghìn bạc. Chẳng biết từ giờ đến chiều có bán được đôi nào nữa không”.

Tính ra, thu nhập mỗi tháng của chị chỉ khoảng 1,5 triệu, chị cho biết: “Có bao giờ ở được một tháng đâu cháu, chỉ khoảng 15, 20 ngày là chị về nhà một lần thôi, nhớ nhà lắm, hoặc là khi nào có việc thì chị lại về ấy mà”. Với số tiền thu được hàng tháng như vậy thì phải giỏi thu vén chi tiêu lắm mới có thể vừa gửi tiền về nhà có nhiều gửi nhiều, có ít gửi ít), lại vừa nuôi con đang học đại học ở Hà Nội. Chị không lo số tiền chị gửi về bị chi tiêu lãng phí vì: “Số tiền đó cũng chỉ đủ cho con ăn học thôi chứ có nhiều đâu mà tiêu hoang phí. Với lại hai vợ chồng cũng phải tính toán, có kế hoạch cho tiêu rõ ràng rồi”.

Việc kiếm sống của chị cũng gặp khó khăn hơn vì trước đây được bán hàng thoải mái còn bây giờ hàng rong bị cấm bán trên một số tuyến phố nên “chị không đi bán hàng tự do trên đường, chỉ dám ngồi một chỗ, mà còn phải ngó trước, ngó sau chạy công an. Người ta bắt được phạt cho thì coi như mất hết cả tiền ngày hôm đó bán, khổ lắm em ạ”.

Một ngày đi bán hàng như vậy chị thường thức dậy từ 5h30 sáng, đến 7h thì bắt đầu đi bán hàng. Chị cho biết lúc đông khách thường vào tầm lúc 8-10 h sáng và 4-6 h chiều. Những lúc vắng khách thì chị ngồi chơi, hoặc là ngồi trước cửa nhà người ta nghỉ chút, rồi mua cơm bụi về ăn, nếu có khách thì bán hàng. Chị thường trở về nhà trọ lúc 8h tối, ăn uống, tắm giặt, đi ngủ để ngày mai lại tiếp tục công việc như mọi ngày. Chị thường đi ở đường Kim Giang, nhưng ở phía trong, thỉnh thoảng lắm mới đi ra ngoài vì “đi bán ở ngoài đường tuy có bán được nhiều hàng hơn nhưng lờ ngó công an bắt chết em ạ”. Mỗi ngày chị đi rong như vậy khoảng 10- 15 km, ngày nắng cũng như ngày mưa. Công việc bán rong tuy vất vả, suốt ngày rong duỗi trên đường mà số tiền kiếm được so với các công việc khác không nhiều nhưng chị vẫn cảm thấy hài lòng với việc bán rong này và mức thu nhập do công việc mang lại vì: “Bán hàng thế này tuy có vất vả nhưng còn kiếm được hơn so với ở nhà đi làm ruộng em ạ. Nhà chỉ có 380m² ruộng mà 6 người trông chờ vào đấy thì em bảo làm sao đủ. Hết ngày mùa thì ngồi không vì chả có việc gì để làm thêm cả. Bán rong thế này vừa có thêm đồng ra, đồng vào lại vẫn tranh thủ về quê cấy hái được nên thấy cũng tốt em ạ”. Hơn nữa đi bán hàng thế này tự do muốn làm gì

thì làm, thích về là về được, không bị gò bó hay phụ thuộc vào ai. Công việc của chị có ý nghĩa với người dân Hà Nội vì được phục vụ tận nơi. Chị cũng ý thức được công việc của những người như chị gây cản trở giao thông vì hàng cồng kềnh, khi có khách mua lại dừng hàng giữa đường nhưng vì mưu sinh chị không thể nào làm khác được.

- Về cuộc sống khi ở thành phố

Khi đi bán rong ở Hà Nội, chị cho biết mỗi tháng chị chỉ dám chi tiêu khoảng 500.000 đồng đồ lặt vặt, trong đó tiền ăn hết khoảng 300.000 đồng, tiền ở trọ khoảng 100.000 đồng, nơi chị ở có 30 người sống trong khu nhà trọ rộng 20m², chị cần chỗ để về ngủ đêm nên không cần ở nhiều, đồ tốn kém, hàng thì đã có chỗ cất vì ở chính nhà của chủ hàng. Điều kiện nhà trọ không được tốt, vệ sinh không đảm bảo, ẩm thấp, chị cho biết: *“Nhà trọ chỉ có một khu vệ sinh chung, mùa đông còn đỡ chứ mùa hè từng ấy con người thay nhau tắm, giặt, có khi đến 10h đêm vẫn chưa đi tắm được. Đêm nằm ngủ 30 người chỉ có 3 cái quạt, mở hôi lại vĩa ra nhớp nháp, thêm vào đó là mùi nhựa của dép, mùi khai của nhà vệ sinh. Những người mới đến ở thì sợ lắm nhưng được 1 tháng là quen hết, với lại đi bán cả ngày về mệt, đặt mình xuống là ngủ rồi hơi đâu mà để ý đến cái mùi kinh khủng ấy”*. Đồ vật trong nhà cũng không có gì đáng giá, chỉ là manh chiếu, cái chăn và vài bộ quần áo, còn tiền thì đã mang theo người hoặc gửi ở một nơi an toàn rồi.

Chị cho biết hầu hết những người bán hàng như chị ở đây đều không đăng ký tạm trú vì nhà chủ đã *“bao hết cho mình, với lại mình có làm ăn phạm pháp gì đâu, đi từ sáng tối mới về ngủ thôi mà”*. Và địa phương nơi chị ra đi cũng không quản lý người dân đi đâu, làm gì, cùng lắm xin họ cái giấy tạm vắng, chị nói rằng: *“Mình ra ngoài này làm ăn họ chẳng cấm đoán hay quản lý gì đâu. Họ tạo điều kiện cho mình ra ngoài này làm ăn mà. Mà mình đi làm ăn lương thiện có gì đâu mà sợ, không ăn trộm ăn cắp gì mà. Chỉ sợ những trường hợp ra ngoài trộm cắp, phạm pháp giết người mang tai tiếng cho địa phương thì mới sợ thôi, chứ bình thường đi bán hàng như chị làm ăn lương thiện thì lo gì. Thì lúc ra ngoài này mình xin cái giấy tạm vắng ở địa phương thôi”*. Đây đang là một vấn đề bất cập đối với cả địa phương nơi người bán rong đến và địa phương nơi họ ra đi vì như vậy giữa hai bên đều không có sự quản lý đối tượng của mình, để “thả nổi” và bản thân người bán

rong di cư cũng không được đảm bảo về mặt an ninh và quyền lợi vì họ không chịu sự quản lý của ai.

- *Các mối quan hệ: với người cùng ở trọ, chủ nhà trọ, văn hóa lối sống...*

Về các mối quan hệ khi đi bán hàng ở thành phố, chị cho biết thường chỉ qua lại với những người cùng ở trọ, cũng là người nghề với mình, cũng có người cùng làng nên mấy anh, chị em giúp đỡ nhau, người đi trước chỉ bảo cho người đến sau. Bà chủ nhà cũng là chủ hàng giúp đỡ tận tình vì bà cũng là dân quê lên lập nghiệp ở Hà Nội. Với cán bộ công an thì bình thường vì chị nói chị không quen biết gì họ, chỉ phải tránh để không bị bắt hàng. Với người dân Hà Nội chị cho biết họ giúp đỡ chị rất nhiều: *“Đi bán thế này chị được những người dân địa phương họ giúp đỡ nhiều chứ. Như buổi trưa ngồi nghỉ trước cửa nhà họ này, họ cũng để cho mình nghỉ họ chẳng nói gì cả, có lúc mình còn hỏi xin nước họ cũng cho mà. Hoặc là mình đi bán hàng thế này đường đi lối lại không biết cũng phải hỏi người ta chứ, cứ lớ ngớ thì biết đâu mà đi bán hàng hả em”*.

Đi bán rong ở Hà Nội vì mục đích kiếm tiền là chính nên chị không tham gia bất kỳ hoạt động vui chơi, giải trí nào vì *“mình là người nhà quê lên đây bán hàng thế này chỉ mong kiếm tiền, lấy đâu ra tiền mà đi chơi. Mà nếu có đi thì người ta lại nói cho là mình hoang phí, học đòi người thành phố nên chả dám đi nữa”*. Thậm chí tối về cũng không có ti vi xem và sau một ngày đi rong mệt mỏi về chỉ muốn đi ngủ. Thỉnh thoảng chị chỉ đi thăm con gái học ở Đại học sư phạm, chị nói: *“Chị thuê cho nó ở nhà ông chủ là công an, bà chủ là giáo viên, yên tâm lắm cháu ạ. Thỉnh thoảng cứ được khoảng 2, 3 trăm là chị lại mang ra cho nó và cũng là để thăm nó xem ăn ở, học hành ra sao. Chị lên đây thế này nó mừng lắm”*.

Như vậy, các mối quan hệ của chị chỉ mang tính cộng đồng (gia đình, người cùng làng, cùng nghề, cùng trọ) chứ không mở rộng hay gia nhập các mối quan hệ khi làm việc ở thành phố. Điều này cho thấy tâm lý e ngại, tự ti, mặc dù sinh hoạt ở thành phố nhưng chị bán rong vẫn giữ nếp sống ở quê, không tham gia bất kỳ hoạt động nào ở thành phố, không gia nhập cuộc sống ở thành phố.

- *Một số đặc điểm tâm lý điển hình: tâm trạng, tính cách, kỹ năng ứng xử...*

Về tâm trạng khi đi bán hàng ở Hà Nội, chị cho biết: *“Tâm lý ai cũng thế thôi, ra ngoài này nhớ nhà lắm. Lúc nào mà bán được hàng thì còn muốn ở lại bán*

để kiếm thêm đồng thu nhập cho gia đình, tí thức ăn thức uống ở nhà, rồi thêm tiền cho con học hành. Chứ nếu hôm nào mà ế hàng thì chỉ muốn bỏ về nhà ngay thôi, chẳng muốn ở lại bán nữa. Mà hôm nào mà bị công an bắt thì thôi cả ngày bán coi như là lỗ mà mất vốn. Hôm nào bán được hàng thì còn đỡ chứ hôm nào mà không bán được hàng, đang lơ ngơ mà lại bị công an bắt thì thôi mất vốn thì chết mất, lại phải lẻo đẻo đi theo xin một lăm. Mà có con học đại học ở trên này thì đi bán thôi, chứ con nó mà ra trường rồi thì tôi cũng về chứ chẳng ai muốn bỏ nhà bỏ cửa bỏ chồng con lên trên này cả. Cũng mệt và vất vả lắm”. Ở đây, tâm trạng thường trực của chị là nỗi nhớ nhà, nỗi lo kiếm tiền cho con đi học, và nỗi lo bị công an bắt.

Tâm trạng khi về xóm trọ, buồn có, vui cũng có. Chị kể rằng thường buổi tối khi mọi người đi nằm là lúc mọi người kể chuyện bán hàng trong ngày của mình cho các anh chị em khác cùng nghe: *“Có người bán được hàng thì tâm trạng hồ hởi, có người ỉu xiu vì hôm nay chạy không kịp bị công an bắt phạt, mất hết cả ngày công đi bán, có anh thở dài vì vợ con ở nhà đang ốm mà mình không về thăm được vì vợ nói không được về, ốm bình thường thôi, đi về lại mất mấy hôm nghỉ bán thì lấy đâu ra tiền cho con đi học”.* Mỗi người mỗi tâm trạng, nhưng tất cả đều xoay quanh việc bán được hàng hay không.

Chị đi bán rong trên đường lúc nào cũng lo công an, ngồi yên một chỗ tránh công an thì không bán được hàng, mà đi rong thì không biết là công an đứng bắt ở đâu. Đứng mãi một chỗ thì không có khách mua hàng, không bán được thì lại không có tiền nên đành chấp nhận đi rong, chị nói: *“Nếu không biết đường đi lối lại mà lơ ngơ lơ ngơ công an họ bắt được thì khổ lắm. Lại mất 50, 100 nghìn. Coi như hôm đó mất cả vốn chứ chẳng chỉ có công. Mình sợ vì mình trái sách, mình vi phạm lệnh cấm của nhà nước”.* Chị ý thức được công việc của mình bị cấm nhưng vẫn chấp nhận rủi ro đi bán vì trên tất cả đây là cách mưu sinh, kiếm sống giúp chị có tiền cho bản thân, cho gia đình, đặc biệt là có tiền nuôi đứa con út đang học đại học.

Khi được hỏi về những khó khăn gặp phải khi đi bán hàng chị cũng chỉ nói về khó khăn sợ gặp phải công an họ bắt, sợ không bán được hàng, không bán được hàng mà vẫn phải ăn, phải trả tiền trọ, như vậy sẽ tiêu vào tiền vốn, cuộc sống sẽ lại gặp khó khăn. Đây như một cái vòng luẩn quẩn của chị!

Về những nguy cơ gặp phải khi đi bán hàng, nguy cơ lo ngại nhất đối với chị là tai nạn giao thông vì “*đường xá, xe cộ ở Hà Nội đông đúc, người đi lại như mắc cửi, số mình không may mà bị xe đụng một cái thì chết. Nói đại mồm chứ nếu chị nằm ra đấy thì con chị có nước mà nghỉ học, lấy đâu ra tiền bây giờ? Chứ còn mấy đứa nghiện hút, mấy đứa trộm cắp chị cũng chẳng sợ vì mình đã nghèo thế này, nó chẳng sờ đến đâu*”.

Về mong muốn, chị cho biết chỉ mong bán được hàng có đồng để ra cho con ăn học: “*Con út của chị đang học ở đại học Khoa học Tự nhiên. Nó học giỏi lắm, nó được vào lớp tài năng của trường đấy. Nó học từ lớp 1 học thẳng đến bây giờ luôn. Nó thi vào đại học Toán nó được 9.5 mà. Trong lớp tài năng đó chỉ có 1 đứa được 9.75 xong rồi đến nó rồi 9 điểm và thấp nhất là 8 điểm*”. Nói đến đây, mắt chị ánh lên niềm tự hào, mọi mệt nhọc, khó khăn, vất vả như được tan biến hết. Tất cả đều vì tương lai của đứa con. Sự thành đạt, giới giang của con như bù đắp xứng đáng với bao nỗi vất vả của một người mẹ như chị bỏ ra. Chính điều này là động lực để chị còn tiếp tục công việc bán rong khi mà chị đã nhiều tuổi: “*Chị chỉ đợi đứa con chị ra trường thôi, nó ra trường rồi thì chị cũng về chứ ở đây làm gì nữa. Bắt đầu có tuổi, rong ruổi mãi cùng thấy mệt rồi*”.

Về tính cách điển hình của người bán rong, chị nói: “*Đi bán hàng thì tất nhiên là phải chịu khó rồi, có chăm chỉ chịu khó thì mới bán được hàng mà. Ngoài ra muốn bán được hàng thì phải nhường nhịn. Ai cũng thế thôi, có nhường nhịn thì mới bán được hàng. Khách hàng có nói gì thì kệ họ, mình bán được thì mình bán chứ đôi co với họ lần sau chẳng ai muốn mua cho mình nữa*”. Đây cũng là ý kiến của nhiều người bán hàng rong khác và cả khách mua hàng. Chị phải chịu khó, phải nhường nhịn thì mới có thể đi bán rong được 10 năm nay. Chị cũng cho biết người bán hàng cũng khéo léo thì mới chiều lòng khách hàng được.

Về kỹ năng ứng xử, chúng tôi tìm hiểu về kỹ năng bán hàng. Chị cho biết chị có khả năng nhận biết được từng đối tượng khách hàng, như người già hay trẻ em, đàn ông hay phụ nữ và thanh niên, học sinh/ sinh viên vì nhận biết được đối tượng khách thì mới khéo léo mời chào, mới bán được nhiều hàng: “*Bán hàng thì phải nhận biết được khách hàng thì mới bán được nhiều hàng. Có những người mua nhanh, mua chậm có những người trả được giá còn có những người trả từ mặt đất*

trả lên, với mỗi người mình phải biết để còn nói giá cho phù hợp để còn bán hàng chứ”. Khi được hỏi làm thế nào để chị có thể nhận biết được từng đối tượng khách, chị nói là dựa vào cách ăn mặc, phong thái, hay cách nói: “Nhiều khi căn cứ vào cách họ nói, rồi cách ăn mặc. Như mấy người trông giàu có thì phải nói cao chứ còn như sinh viên có nói cao thì họ cũng chẳng mua được thì phải nói đúng giá chỉ lãi một chút gọi là có công thôi. Chị chủ yếu bán cho học sinh, sinh viên vì chúng bằng tuổi con tuổi cháu của mình, đâu có tiền đâu”.

Với mỗi đối tượng khách chị đều có cách ứng xử khác nhau: *“Ví dụ như các ông già, họ cũng như ông của mình thôi thì phải nói thật để cho họ còn mua, chứ nói thách gì mấy ông già hả em. Hoặc là như học sinh sinh viên lên đây ăn học cũng phải tiết kiệm từng đồng thì làm gì có tiền, có nói thách cũng chẳng mua được thì nói thách làm gì. Cũng chỉ nói giá vừa phải có lãi một chút là các cô bán rồi. Còn như thanh niên hoặc những người học trông có tiền có quyền thì phải nói thách chứ. Vì có phải đồng tiền họ mất công sức làm ra đâu mà họ tiếc. Nói chung là mỗi người mỗi khác, bà già lại khác mà những người trung tuổi lại khác, tùy vào từng người. Hoặc như những người đàn ông 45-50 tuổi thì đúng là trả giá từ mặt đất trả lên thì phải nói cao để cho họ còn trả là vừa chứ những người như thế mà nói sát giá thì họ trả còn không bằng tiền vốn thì lấy đâu mà bán được. Nói chung gió chiều nào che chiều ấy thôi”.* Qua đây cho thấy chị có khả năng nhận biết và ứng xử khéo léo với từng đối tượng khách hàng khác nhau. Chị cũng cho biết kinh nghiệm này chị có được là do bán hàng rong nhiều năm nên đã tích lũy được kinh nghiệm. Cuộc sống bán hàng đã cho chị kinh nghiệm này.

Trong những tình huống cụ thể, như hàng của mình đẹp mà khách chê, chị cũng nhẹ nhàng, khéo léo giải thích để khách hiểu. Hay với trường hợp khách hàng đánh đá thì chị cũng phải chiều vì đi bán hàng là “làm dâu trăm họ”.

Trong cách ứng xử với người bán cùng khu vực, chị cho biết đều là từ quê lên thành phố kiếm sống, phải vất vả mới kiếm được đồng tiền gửi về cho chồng, cho con nên mọi người cũng thông cảm và đùm bọc nhau, không có chuyện tranh giành khách “ai bán được thì bán, phận ai người ấy làm”.

Khi được hỏi về sự khác biệt giữa nam giới và phụ nữ bán hàng, chị cho biết nam giới họ rắn giỏi hơn, tướng họ cao hơn, bán hàng ít khi bị bắt nạt: *“Nếu như*

các em đi mua hàng, gặp các chị thì còn dám trả giá thế này thế khác, chứ như gặp phải đàn ông thì đồ dám trả giá như thế đấy. Không cần thận thì họ mắng cho đấy chứ lại. Mà cũng chẳng cần mắng vì trông họ cao tướng hơn mình cũng chẳng dám trả giá vớ vẩn. Lợi thế của nam giới là thế đấy. Hơn nữa nam giới họ cũng khoẻ hơn, nếu không may mà gặp công an thì họ cũng nhanh chân mà chạy hơn”.

Quan niệm về lộc bán hàng của chị chính là ông trời cho, ông ấy mà cho nhiều thì mình được nhiều còn ông ấy không cho thì mình cũng phải chịu. Trong quan niệm của chị lộc bán hàng là lộc tự nhiên - trời cho, chứ không phải do mảnh khoe, buôn gian, bán lận mà có. Lộc này đến một cách tự nhiên! Còn về người mở hàng thì theo chị khá quan trọng. Khi đã có người mở hàng dù là đắt hay rẻ đều phải bán luôn, có như vậy mới bán được hàng, nếu không mà để lại không bán thì coi như ngày hôm đó không bán được gì cả: *“Nếu như hôm nào mà gặp phải những người khó tính thì dù là chưa được vốn cũng bán chứ không thì cả ngày chẳng bán được đôi nào. Sáng ra mà gặp người như thế thì cả buổi sáng coi như là ngồi chơi, có may đến chiều thì mới bán được. Vì thế cho nên sáng ra mà có người mở hàng thì dù là thế nào cũng phải bán, bán tổng đi để còn bán được hàng chứ cứ tiếc rẻ không bán thì coi như là thôi luôn”.* Còn nếu ế hàng thì chị tiếp tục đi rong và mời khách, không có chuyện đốt vía như những người bán hàng hay làm. Và nếu không may bị công an bắt thì năn nỉ, xin họ, không được thì đành nộp phạt. Điều này càng cho thấy công việc bán hàng của chị lúc nào cũng có một nỗi lo thường trực “sợ bị công an bắt”. Và đôi khi đi bán hàng chị cũng gặp phải sự khinh miệt của người thành phố thường gọi chị là “mụ nhà quê”, hay “ê bán dép”.

Đánh giá về những cái được và mất do việc bán rong mang lại, chị cho biết: *“Được thì chỉ được tiền nuôi con ăn học thôi, chứ được cái gì nữa. Con bé nhà chị mà nó học xong thì chị cũng về chứ chẳng đi bán hàng rong thế này đâu vất vả lắm. Còn mất thì chủ yếu là nhớ nhà thôi”.* Chị biết rõ mình được cái gì, mất cái gì nhưng vẫn phải làm để kiếm sống, để có tiền cho con đi học.

- Vấn đề sức khỏe, vấn đề liên quan đến luật pháp, giải pháp cho người bán rong

Từ ngày đi bán hàng, sức khỏe của chị có yếu đi vì phải đi lại nhiều, ăn uống thì không được như ở nhà vì thức ăn đắt quá, chị nói *“Mình mà ăn đủ suất như ở*

nhà thì hết tiền mất vì những 12.000 đ/suất vì thế phải ăn uống dè xén, chỉ ăn 7.000 - 8.000 đ chỉ có cơm, canh, ít rau xào, 2 miếng đậu và 1 miếng thịt hoặc 1 miếng trứng. Ăn như vậy mà đi rong cả ngày nhiều khi hoa cả mắt nhất là trời nắng. Những lúc ấy chỉ dám nghỉ một tí thôi. Nếu bị đau đầu hay sổ mũi hay sốt nhẹ thì chị vẫn đi bán, ốm lắm mới về quê không nghỉ ngày nào thì tiếc ngày đó lắm”. Khi bị đau ốm như vậy cũng chỉ tự mua thuốc để uống, khi bị nặng thì mới về quê khám ở trạm xá. Điều này cho thấy vấn đề sức khỏe của chị không được đảm bảo, đi bán rong vất vả, ăn uống lại không được đầy đủ để bù lại năng lượng mất đi. Với tình trạng này liệu chị có thể duy trì được việc bán rong trong bao nhiêu lâu nữa?

Từ khi thành phố ra lệnh cấm, nỗi lo “cơm áo, gạo tiền” của những người như chị càng nhiều hơn và nỗi lo này chưa có lời giải đáp. Để duy trì cuộc sống, chị vẫn đi bán hàng, nhưng tránh giờ công an đi kiểm tra, hay tránh dịp mà người quản lý làm nghiêm: “Nhà nước ra lệnh cấm, mình không có quyền chống lại được, mình đành phải chấp nhận thôi chứ biết làm thế nào. Nhưng về quê thì không được, lấy đâu ra tiền nuôi con đi học, nên vẫn phải ra đây bán hàng. Đi bán thì đi trong ngõ ngách thôi, nếu ra đường thì cố gắng chấp hành đúng luật giao thông, cố gắng tránh công an để không bị bắt. Bán được ngày nào hay ngày ấy”.

Những người bán rong như chị chỉ mong được thành phố giải quyết cho một chỗ để bán. Có chỗ ngồi rồi thì lệ phí cũng là một vấn đề đối với chị và nhiều người khác vì những người từ nông thôn lên thành phố bán hàng với mục đích kiếm tiền là chính, họ phải chắt chiu, dành dụm để tiêu pha, để gửi về cho gia đình vậy làm sao để có thể hỗ trợ được thì đây là một câu hỏi còn đang bỏ ngỏ.

PHỤ LỤC ẢNH

Một số hình ảnh về người bán rong



