

# BÁN HÀNG RONG TẠI THÀNH PHỐ TRÀ VINH: VÀI NÉT ĐẶC TRƯNG VỀ NHÓM KINH TẾ - XÃ HỘI PHI CHÍNH THỨC

● TRẦN THẠCH THẢO

## TÓM TẮT:

Những người bán hàng rong từ nông thôn di cư theo sự phát triển của đô thị hóa đã góp phần tạo nên một thị trường lao động phi chính thức đầy sôi động tại TP. Trà Vinh. Một mặt, bán hàng rong giúp việc mua bán hàng hóa của người dân thành thị trở nên dễ dàng và thuận tiện hơn. Mặt khác, đây cũng là nguồn mưu sinh của một bộ phận người dân nông thôn, dân nghèo trên địa bàn thành phố.

Bài viết nhằm làm sáng tỏ các đặc điểm tâm lý - xã hội, công tác quản lý, cũng như nguyện vọng của những người bán hàng rong về vấn đề cấm bán hàng rong, nhìn từ khía cạnh văn hóa, pháp lý.

**Từ khóa:** Bán hàng rong, đô thị hóa, di cư, đặc điểm tâm lý - xã hội, nguyện vọng.

## 1. Đặt vấn đề

Trên thế giới, các nước châu Á nói chung và tại Việt Nam nói riêng, hiện tượng bán hàng rong được Chính phủ các nước đưa vào quy hoạch từ những năm cuối thế kỷ XX và được đánh giá cao đối với sự đóng góp vào nền kinh tế của đất nước. Tuy nhiên, loại hình kinh tế này đã để lại không ít những khó khăn về tình hình kinh tế - xã hội của chính quốc gia đó. (Hội thảo quốc tế 1000 năm Thăng Long - Hà Nội, 2010, tr.739).

Ở Việt Nam, trong 10 năm đầu của thế kỷ XXI, cùng tiến trình công nghiệp hóa đất nước, hiện tượng người dân từ nông thôn ra đô thị tìm việc làm không hề giảm. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê (2019), tỷ lệ thiếu việc làm của lao động trong độ tuổi ở khu vực thành thị là 0,60%. ở khu vực

nông thôn là 1,53%. Di cư lao động từ nông thôn ra thành phố là một thực tế khó tránh khỏi, khi công việc thuần nông không còn đảm bảo được cuộc sống. Trong khi đó, ở các đô thị lớn, sự phát triển đa dạng ngành nghề và nhu cầu về dịch vụ xã hội đã không ngừng thu hút lao động ngoài tỉnh.

Bán hàng rong đã giải quyết việc làm cũng như đảm bảo nguồn mưu sinh cho nhiều gia đình. Song, công việc này cũng gây không ít khó khăn cho việc quản lý đô thị, an ninh - xã hội trên địa bàn, như: lấn chiếm lòng, lề đường; ô nhiễm môi trường và mất mỹ quan đô thị. TP. Trà Vinh là trung tâm kinh tế phát triển nhất của tỉnh Trà Vinh, có sức hút lớn đối với người lao động từ nông thôn lên thành thị mưu sinh, trong đó, một lượng khá lớn làm công việc bán hàng rong.

Chỉ thị số 15-CT/TU ngày 21/12/2016 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy về việc kiểm tra giải tỏa, chỉnh trang lại trật tự vỉa hè, với tổng số lượt bán hàng rong là 1.843 trường hợp. Trong đó, địa điểm tập trung chủ yếu tại các cổng trường học, cổng bệnh viện, các chợ, siêu thị, trung tâm thương mại, các tuyến đường đông dân cư, khu chung cư.

Ngày 12/3/2019, Ủy ban Nhân dân TP. Trà Vinh tiếp tục ban hành Thông báo số 26/TB-UBND ngày 20/3/2019 về việc di dời các hộ bán vé số trên tuyến đường Phạm Thái Bường, khu vực xung quanh Hội Liên hiệp hữu nghị, khu vực cổng công viên Phường 1. Không những vậy, TP. Trà Vinh cũng đẩy mạnh công tác giải tỏa, chỉnh trang lại trật tự vỉa hè, trật tự an toàn giao thông, vệ sinh môi trường, trên các tuyến đường trong nội ô thành phố. Tuy nhiên, báo cáo giữa nhiệm kỳ năm 2019, kết quả đã phát hiện 3.127 lượt vi phạm trật tự vỉa hè, tăng 1.284 lượt. Đây là một thực trạng cần có sự quan tâm nghiên cứu để đưa ra các giải pháp quản lý, đồng thời cần có cách tiếp cận đặc trưng, cũng như nắm bắt được nguyện vọng của những người bán hàng rong.

## 2. Vài nét đặc trưng về nhóm kinh tế - xã hội phi chính thức

Bán hàng rong bao gồm: những người bán hàng trên vỉa hè và những người bán hàng lưu động. Họ có thể bán hàng từ những nơi cố định hoặc di chuyển xung quanh thành phố. Một số sử dụng xe đẩy hoặc xe đạp như là phương tiện vận tải, còn những người khác chỉ đơn giản là bố trí hàng hóa của họ trên vỉa hè. Bán hàng rong có thể là bán cả ngày, bán theo buổi, hoặc theo mùa. Đa phần những người bán hàng rong là những lao động nghèo, muốn kiếm thêm thu nhập, theo xu hướng bán hàng tiện lợi hoặc muốn làm việc tự do, không cần đóng thuế.

Kết quả khảo sát cho thấy, những người bán hàng rong vừa không có giấy phép, vừa phải đương đầu với việc hạn chế chuyển lên một vị trí xã hội cao hơn và có ít khả năng mở rộng kinh doanh. Điều quan trọng cần lưu ý là nhiều học giả coi việc bán hàng rong như một hiện tượng sẽ biến mất trong quá trình hiện đại hóa, khi có sự xuất hiện của các siêu thị và trung tâm mua sắm.

Bán hàng rong được giải nghĩa trong phạm vi "phi chính thức" ở nghiên cứu của Sharit K

Bhowmik (2005), Emil Shrestha (2019) và nhiều học giả khác. Thuật ngữ này đã nhanh chóng được thông qua bởi các ngành khác nhau, đặc biệt là khu vực phát triển và được mô tả như "một nghề quan trọng đối với dân nghèo đô thị ở các nước đang phát triển" (Kusakabe, 2006). Tuy nhiên, vấn đề chính của thuật ngữ "phi chính thức" là thiếu một định nghĩa rõ ràng.

"Phi chính thức" đồng nghĩa với "không chính thức". Khái niệm "không chính thức" đó là việc bỏ qua sự chính thức, thiếu dạng thức hành chính. Các nhà nghiên cứu về khái niệm cho rằng, nền kinh tế không chính thức không tồn tại trong bất kỳ ý nghĩa thực nghiệm nào, mà tồn tại là việc làm không được đăng ký chính thức. Ví dụ, ở TP. Trà Vinh, những người bán hàng rong tự tổ chức bằng cách thiết lập các mối quan hệ xã hội lâu dài và phát triển các công việc hàng ngày, như họ biết chỗ nào có thể nghỉ ngơi ăn trưa được, chỗ nào có nhà vệ sinh, khi nào an toàn để có thể bán hàng tại một địa điểm nhất định.

## 3. Tình hình thực tế của những người bán hàng rong trên địa bàn TP. Trà Vinh

Nghiên cứu của chúng tôi (Bộ môn Quản lý nhà nước, Khoa Quản lý nhà nước - Quản trị văn phòng và Du lịch, Trường Đại học Trà Vinh) trên 328 khách thể - là người bán hàng rong, được khảo sát ngẫu nhiên tại các khu vực chủ yếu, như: cổng các trường học, cổng các bệnh viện, các chợ, siêu thị, trung tâm thương mại và trên các tuyến đường đông dân cư, chung cư.

Khi được hỏi, họ phản ứng như thế nào khi quản lý đô thị nhắc nhở, có nhiều đáp án khác nhau nhưng chủ yếu là "chấp hành những yêu cầu của đội quản lý trật tự đô thị, sau đó vẫn bày bán bình thường" (64,1%), "chấp hành những yêu cầu của đội quản lý trật tự đô thị, sau đó di dời sang địa điểm khác" (18,7%), "chấp hành những yêu cầu của đội quản lý trật tự đô thị và ngưng bán" (14,1%), có 3,1% những người sẵn sàng phản ứng và chống đối.

Từ khảo sát, có thể nhận định rằng, những người bán hàng rong cũng thường phải ứng biến và thay đổi cung cách làm ăn nếu cần thiết (Bảng 1).

Thời điểm bán hàng của những người bán hàng rong bao gồm: buổi sáng, chiều, tối và cả ngày.

**Bảng 1. Phản ứng của người bán hàng rong với quản lý đô thị**

Anh/chị thường phản ứng như thế nào khi quản lý đô thị nhắc nhở?	Số phiếu	Tỷ lệ (%)
a. Phản ứng và chống đối	09	7.8
b. Chấp hành những yêu cầu của đội quản lý trật tự đô thị và ngưng bán	12	10.3
c. Chấp hành những yêu cầu của đội quản lý trật tự đô thị, sau đó vẫn bày bán bình thường	85	73.3
d. Chấp hành những yêu cầu của đội quản lý trật tự đô thị, sau đó di dời sang địa điểm khác trên địa bàn thành phố	10	8.6

Nguồn: Câu hỏi khảo sát số 11, 2019

Buổi sáng, họ tập trung đông nhất tại khu vực các chợ, các tuyến đường, trường học, lần lượt với 77 phiếu (chiếm 66,4 %/khu vực chợ), 29 phiếu (chiếm 54,3 %/ khu vực tuyến đường) và 30 phiếu (chiếm 56,6%/ khu vực trường học). Buổi chiều, tập trung đông nhất là khu vực trước cổng các bệnh viện, với 25 phiếu (chiếm 51%/khu vực bệnh viện) và đông nhất vào buổi tối là khu vực siêu thị, trung tâm thương mại, với 29 phiếu (chiếm 69%/khu vực). Tỷ lệ trung bình của các khu vực cho thấy, người bán hàng rong tập trung đông nhất là buổi sáng với tỷ lệ 45,1%, tiếp đến là buổi chiều chiếm 30,5%, còn lại là buổi tối 13,1%. Tỷ lệ người bán hàng rong cả ngày ở các khu vực rất thấp, chiếm 13,1%. Từ đó cho thấy, họ dựa vào từng thời điểm để có thể bán hàng thuận lợi nhất (Bảng 2).

Ở Bảng 3, có sự phân bố đa dạng về thâm niên bán hàng. Trong đó, thâm niên từ 2 - 3 năm có số phiếu nhiều nhất - với 116 phiếu (chiếm 35,4 %), thâm niên từ 3 - 5 năm là 86 phiếu - chiếm tỷ lệ 26,2 %. Còn lại, với 69 phiếu - chiếm 21%, có thâm niên trên 5 năm.

Những người bán hàng rong là giới tính nữ, chiếm tỷ lệ vượt trội hơn so với nam (tỷ lệ 90,9% so với 9,1%). Từ đây, có thể thấy bán hàng rong là công việc được nhiều phụ nữ lựa chọn vì dễ kiếm thu nhập cho gia đình (Bảng 4).

**Bảng 3. Phân bố về thâm niên bán hàng của người bán hàng rong**

Nhóm thâm niên	Số phiếu	Tỷ lệ (%)
Dưới 1 năm	57	17,4
Từ 2 đến 3 năm	116	35,4
Từ 3 đến 5 năm	86	26,2
Trên 5 năm	69	21,0

Nguồn: Kết quả khảo sát, năm 2019

**Bảng 4. Cơ cấu giới tính của người bán hàng rong trên địa bàn TP. Trà Vinh**

Giới tính	Số phiếu	Tỷ lệ (%)
Nữ	298	90,9
Nam	30	9,1
<b>Tổng cộng</b>	<b>328</b>	<b>100</b>

Nguồn: Kết quả khảo sát, năm 2019

Khi được hỏi tại sao lựa chọn công việc này, kết quả gồm 4 nhóm lý do: Đây là nghề chính của gia đình. Theo xu hướng bán hàng tiện lợi, Muốn kiếm thêm thu nhập và Công việc tự do, không cần đóng thuế.

**Bảng 2. Phân bố thời điểm của những người bán hàng rong tại các khu vực**

Thời điểm	Trường học	Bệnh viện	Các chợ	Siêu thị	Tuyến đường	Tỷ lệ (%)
Buổi sáng	30	09	77	03	29	45,1
Buổi chiều	21	25	24	09	21	30,5
Buổi tối	01	07	03	29	03	13,1
Cả ngày	01	10	13	01	12	11,3

Nguồn: Kết quả khảo sát, năm 2019

Từ số liệu tại 328 phiếu, lý do nghề chính của gia đình chiếm tỷ lệ cao nhất với 125 phiếu (38,1%), cao thứ hai là theo xu hướng bán hàng tiện lợi với 118 phiếu (chiếm 36,0%). Lý do muốn kiếm thêm thu nhập chiếm tỷ lệ tương đối với 69 phiếu (chiếm 21,0%) và lý do là công việc tự do, không cần đóng thuế có tỷ lệ thấp nhất, với 16 phiếu (chiếm 4,9%) (Bảng 5).

**Bảng 5. Lý do của những người bán hàng rong khi chọn công việc**

Nhóm lý do	Số phiếu	Tỷ lệ (%)
Nghề chính của gia đình	125	38,1
Theo xu hướng bán hàng tiện lợi	118	36,0
Muốn kiếm thêm thu nhập	69	21,0
Là công việc tự do, không cần đóng thuế	16	4,9

*Nguồn: Kết quả khảo sát, năm 2019*

Tỷ lệ người bán hàng từ nông thôn thuộc huyện trong tỉnh chiếm tỷ lệ cao nhất với 181 khách thể (chiếm 55,2%). Một bộ phận người bán hàng rong đã di cư từ tỉnh khác đến, tuy nhiên tỷ lệ không cao với 30 khách thể (chiếm 9,1%). Còn lại, 35,7% là những người có quê quán tại TP. Trà Vinh. (Biểu đồ 1)

**Biểu đồ 1: Quê quán người bán hàng rong**



*Nguồn: Kết quả khảo sát, năm 2019*

Tùy từng khu vực, những người bán hàng rong có thể có mức thu nhập khác nhau. Chẳng hạn, khu vực chợ đem lại mức thu nhập chiếm tỷ lệ cao nhất. Cụ thể: trong khoảng từ 500 nghìn - dưới 1 triệu/tháng (chiếm 56,9%), từ 1 triệu - 1,5 triệu/tháng - chiếm 35,3%. Chỉ có 5,2% số người bán hàng kiếm được ở mức dưới 500.000

đồng/tháng và 3,4% mức lợi nhuận từ con số khác.

**4. Khuyến nghị cho công tác quản lý đối với người bán hàng rong trên địa bàn TP. Trà Vinh**

Thực tế nghiên cứu cho thấy, bán hàng rong đã trở thành vấn đề cần được đặc biệt quan tâm không chỉ riêng đối với công tác quản lý đô thị. Đã có nhiều đề xuất liên quan đến công tác quản lý đối với người bán hàng rong, nhưng các đề xuất tổng hợp về quản lý và hỗ trợ nguyện vọng của họ thì chưa được quan tâm sâu sắc. Qua khảo sát 13 khách thể - là các chuyên gia trong lĩnh vực quản lý nhà nước về vấn đề này, các ý kiến cho rằng:

*Một là*, thừa nhận bán hàng rong là một nghề mang lại lợi ích cho người tham gia và cho xã hội. Do đó, chính quyền địa phương cần phải có những chủ trương, chính sách, quy định phù hợp để định hướng phát triển nghề.

*Hai là*, Nhà nước và chính quyền địa phương cần ban hành văn bản pháp luật rõ ràng, cụ thể để hướng dẫn đối với hoạt động bán hàng rong phi chính thức nhưng vẫn duy trì đời sống người dân.

*Ba là*, hình thành các khu mua bán hàng rong để tạo điều kiện thuận lợi cho người bán hàng rong cũng như cơ quan quản lý dễ dàng hơn.

*Bốn là*, tổ chức lại hoạt động bán hàng rong một cách trật tự, văn minh và lịch sự, bằng cách đăng ký ngành nghề, quản lý có hệ thống.

Trên đây là những đề xuất góp phần tạo nền tảng nghiên cứu cho công tác quản lý và hỗ trợ đối với người bán hàng rong trên địa bàn TP. Trà Vinh nói chung và các đô thị tại Việt Nam nói riêng, có điểm khởi đầu hữu ích để phân tích sâu hơn.

**5. Kết luận**

Nhìn chung, những người bán hàng rong ở TP. Trà Vinh nói riêng và tại các đô thị khác trong cả nước nói chung, không chỉ cần được mô tả như những người lao động ở khu vực phi chính thức hay những người từ nông thôn hoặc di cư từ tỉnh khác ra thành thị. Họ đã trở thành một bộ phận không thể thiếu của nền kinh tế đô thị ở khắp mọi nơi trên toàn cầu. Bài viết mô tả cơ bản những đặc điểm, đặt họ vào vị trí trung tâm và nghiên cứu thêm nguyện vọng của họ.

Với sự kết hợp nhiều phương pháp nghiên cứu, đặc biệt là khảo sát thực tế, đã giúp nhận diện cuộc sống của những người bán hàng rong từ góc nhìn của người trong cuộc và phân tích các hoạt động hàng ngày của họ một cách toàn diện hơn ■

## TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Ban Thường vụ Tỉnh ủy TP. Trà Vinh (2016), *Chỉ thị 15-CT/TU ngày 21/12/2016 về việc kiểm tra giải tỏa, chỉnh trang lập lại trật tự vỉa hè.*
2. UBND TP. Hà Nội (2010), *Hội thảo quốc tế 1000 năm Thăng Long - Hà Nội.* tr.739.
3. Lisa Barthelmes (2014), Những người bán hàng rong tại Hà Nội, *Tạp chí Dân tộc học*, số 3, tr.51.
4. Nguyễn Quốc Nghi, Bùi Văn Trịnh (2011), Các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập của những người dân tộc thiểu số ở đồng bằng sông Cửu Long, *Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ*, 28a, 240 - 250.
5. Sharit K Bhowmik (2005), *Street vendors in Asia: A review*. Economic and Political Weekly May 28-June 4, pp 2256-2264.
6. Rosemary Black (2016), *Sampling Singapore street fare at Whole foods*, Daily News.
7. Ar. Manoj Panwar, Vikas Garg (2015), *Issues and challenges faced by vendors on urban streets: A case of sonipat city, India*, DCR University of Science & Technology.
8. Emil Shrestha (2019), *Street Vendors in Kathmandu*.

Ngày nhận bài: 26/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/4/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2020

Thông tin tác giả:

**ThS. TRẦN THẠCH THẢO**

Bộ môn Quản lý nhà nước, Khoa Quản lý nhà nước - Quản trị văn phòng và Du lịch,  
Đại học Trà Vinh

## STREET VENDING ACTIVITIES AT TRA VINH CITY: CHARACTERISTICS OF STREET VENDORS - AN INFORMAL SOCIO-ECONOMIC GROUP

● Master. **TRAN THACH THAO**

Department of State Administration

Faculty of State Administration, Office Administration and Tourism

Tra Vinh University

### ABSTRACT:

Street vendors who migrate from rural areas to urban areas amid increasing urbanization have contributed to the urban informal labor market of cities including Tra Vinh City. Street vending activities make buying and selling goods of the urban people easy and convenient and these businesses are the income source of the rural people as well as the poor in the city. This article aims to shed light on the psycho-social characteristics of street vendors, street vending management and aspirations of street vendors on the issue of banning street vendors from cultural and legal perspectives.

**Keywords:** Street vending, urbanization, migration, psycho-social characteristics, aspiration.