

Người bán hàng rong ở Hà Nội- một cái nhìn về khu vực phi chính thức ở thành phố

ROLF JENSEN AND DONALD M. PEPPARD, JR.¹

Bắt đầu bằng *đổi mới* năm 1986, nền kinh tế Việt Nam đã trải qua một cuộc chuyển đổi mang tính căn bản. Trong những thay đổi liên quan đến sự chuyển tiếp sang nền kinh tế thị trường có sự sa thải nhân công trong khu vực nhà nước dưới cải cách và sự khác biệt ngày càng lớn trong thu nhập giữa khu vực thành thị và nông thôn. Những hiện tượng như trên đã góp phần gây áp lực đối với khu vực phi chính thức, khu vực thường thu hút lao động dư thừa ở vùng nông thôn hay lao động bị sa thải ở thành thị. Vì thế, khu vực này, vốn là khu vực mà phần lớn lực lượng lao động Việt Nam được sử dụng, trở nên quan trọng trong hiện tại và sẽ có khả năng tiếp tục trở thành một mặt quan trọng của nền kinh tế Việt Nam.

Một trong những điển hình dễ thấy của khu vực phi chính thức ở vùng thành thị Việt Nam là những người bán hàng rong. Một dạng người bán rong đi quanh thành phố gánh theo hàng hóa trong những chiếc thúng vắt trên quang làm bằng tre. Trong bài viết này, chúng tôi sẽ trình bày kết quả phỏng vấn với 379 người bán hàng rong được thực hiện ở Hà Nội tháng 3 năm 2000.

Mục đích của bài viết này là giải thích chi tiết cuộc sống kinh tế của những người bán hàng rong bán một số lượng lớn các sản phẩm thuộc nhiều thể loại. Những nghiên cứu mang tính quan sát trước đây về đề tài này ở Hà Nội hay những vùng khác chú trọng đến những người bán hàng rong, bán thức ăn chế biến sẵn hay những người bán hoa quả cố định (NEU, Tinker, và Trần Thị Thu Hương). Bài viết cũng mô tả đặc điểm của những người bán hàng rong này cùng với thu nhập của họ và nhiều thói quen buôn bán khác nhau thể hiện phương thức hoạt động của họ.

Những bài viết của các tác giả đi trước về khu vực phi chính thức ở thành thị thường giả định hay đi đến kết luận là những người thuộc khu vực này giữ mối liên hệ với vùng nông thôn qua việc họ gửi thu nhập đến người thân trong gia đình còn ở vùng nông thôn trong khi

¹ Giáo sư Kinh tế và Trách nhiệm Xã hội, Đại học Connecticut, New London, Connecticut, Mỹ

chính họ đã chuyển đến sống ở trong thành phố (Ví dụ như theo Harris và Todaro, hay Ranis và Stewart). Một trong những kết luận quan trọng của nghiên cứu là đa số những người bán hàng rong này không phải là người nhập cư vĩnh viễn vào Hà Nội, mà họ là những người di cư theo ngày hay theo tháng và vẫn giữ liên hệ vững chắc với vùng nông thôn.

*

* *

Tháng 3 năm 2000, tác giả bài viết này đến Hà Nội cùng với 10 sinh viên để tiến hành cuộc khảo sát. Cùng với họ, 5 phiên dịch viên từ trường Đại học Quốc gia Hà Nội được tập huấn để giúp đưa ra các câu hỏi và dịch các câu trả lời. Các phiên dịch viên tiếp xúc những người bán rong một cách ngẫu nhiên và yêu cầu họ tham gia vào cuộc khảo sát. Người dịch cũng giải thích mục đích của cuộc khảo sát để những người bán hàng rong hiểu rõ việc tham gia là tự nguyện và tên họ sẽ không được tiết lộ.

Việc phỏng vấn những người bán hàng rong được tiến hành trong tất cả bảy quận Hà Nội, đưa đến một mẫu kết quả mang tính đặc trưng rộng về địa lý. Trong từng quận, các phiên dịch viên được phân công đến từng khu vực khác nhau, và để tránh phỏng vấn lặp, việc phỏng vấn được tiến hành cả sáu trong số bảy quận trong cùng một ngày. (Quận thứ bảy được khảo sát vào ngày thứ hai và mỗi cá nhân trước cuộc phỏng vấn được hỏi liệu họ đã từng tham gia vào cuộc khảo sát chưa.) Trong 8 ngày phỏng vấn, 379 bài phỏng vấn được hoàn thành. Tính nhất quán của kết quả chỉ ra rằng ngôn ngữ không phải là vật cản đối với việc thu thập số liệu hữu ích.

NGƯỜI BÁN HÀNG RONG ĐƯỜNG PHỐ LÀ AI?

Về nhiều mặt, người bán rong đường phố trong nghiên cứu này giống những người trong các mô tả khác về khu vực phi chính thức ở thành phố. Người bán hàng hầu hết là phụ nữ (trong số 379 người được phỏng vấn, chỉ có 3 người là nam giới), thu nhập thấp, trang bị thô sơ, không có bảo đảm nào về thu nhập và họ tự làm cho bản thân chứ không làm thuê cho người khác. Khi đem so sánh, phụ nữ chiếm 48% tổng lực lượng lao động thành thị ở Việt Nam năm 1997. (UNDP: 141).

Lao động trong khu vực phi chính thức được mô tả ở đây là những người bán lẻ, hàng hóa của họ chủ yếu là rau quả. Một số ít trong số họ tự trồng sản phẩm của mình, và chỉ có một trong số họ làm thuê. Vì thế, nhìn chung, họ không phải là người sản xuất cũng không

phải là người làm công. Thứ mà họ mang đến cho người tiêu dùng là sự tiện lợi vì họ có mặt ở khắp nơi trong thành phố. Do tính dễ tiếp cận đối với người tiêu thụ, họ làm cho việc mua hoa quả và rau tươi cùng với các hàng hóa khác trở nên dễ dàng hơn. Bởi vì họ bán khi đi bộ, họ có thể lách vào những ngõ hẹp và vào nhà người tiêu dùng khi cần. Trên thực tế, một lý do được đưa ra thường xuyên cho việc họ không dùng xe đạp để chuyên chở những gánh hàng nặng là tính không hiệu quả của việc bán hàng hóa từ xe đạp.

Khi được phỏng vấn, 211 người bán hàng hoa quả, 116 người bán rau, 64 người bán những đồ ăn khác, và 26 người bán nhiều loại hàng hóa khác nhau. (Số lượng này lớn hơn số lượng người trong mẫu vì 38 người bán nhiều hơn một loại hàng hóa). Thêm vào đó, có sự thay đổi về thể loại rau quả bán trong năm, do đặc điểm gieo trồng theo mùa của rau quả. Tuy vậy, người bán hàng có xu hướng giữ nguyên loại hàng hóa họ bán trong cả năm - hoặc hoa quả hoặc rau .

Tuổi trung bình của nhóm là 32, cao hơn tuổi trung bình của toàn dân số. 94% sinh ra ngoài Hà Nội. Về mặt giáo dục, 50% người bán hàng rong có học vấn cao hơn lớp 7. 84% đã lập gia đình và quy mô gia đình trung bình là 4 người.

Quá trình làm việc:

Chỉ 29% trong số những người bán hàng rong có bất kỳ loại hình công việc nào trước khi họ bước vào nghề này mặc dù tuổi họ đủ cao để cho phép điều đó. Trong khi đa số nhóm người này (80%) đã từng làm những nghề không liên quan đến nông nghiệp, chỉ 6% trong số họ đã từng làm việc trong khu vực kinh tế chính thức. Do đó, đối với phần lớn những người bán hàng rong, làm việc trong khu vực phi chính thức không phải là kết quả của việc họ bị đẩy ra khỏi khu vực chính thức.²

Ảnh hưởng của cuộc cải cách kinh tế đối với Việt Nam được thể hiện rõ qua số liệu trong Bảng 1. Bảng này chứa đựng những thông tin về thời gian người bán hàng rong bắt đầu hành nghề. Vì một số quan sát viên đánh mốc khởi điểm của những thay đổi quan trọng ở Việt Nam không phải bằng *đổi mới* năm 1986, mà bằng cải cách năm 1989 (Beresford: 189; Griffin: 2), điều quan trọng cần chú ý là chỉ có 28% người bán hàng rong bắt đầu hành nghề trước năm 1990. Không phải là sự ngạc nhiên khi sự tăng trưởng nhanh chóng của nền kinh tế trong những năm 1990 mang theo nó sự tăng trưởng nhanh

² Thực ra, chỉ 25% những người từng có việc làm trong khu vực chính qui đưa ra những yếu tố như vỡ nợ, thay đổi trong luật của chính phủ đối với ngành họ có liên quan hay việc sa thải nhân công làm lý do họ rời bỏ công việc và bước vào khu vực phi chính thức.

của bộ phận này tại khu vực phi chính thức. Sản phẩm nông nghiệp cùng với thu nhập tăng ở thành phố đã tạo điều kiện cho nhu cầu về dịch vụ mà loại hình người bán hàng rong cung cấp tăng theo bởi tính thuận lợi của loại dịch vụ này. Ranis và Stewart chỉ ra sự tăng trưởng của khu vực phi chính thức chịu ảnh hưởng của sự tăng trưởng việc làm trong khu vực chính thức ở thành thị và sự cách biệt về thu nhập giữa thành thị và nông thôn. Hai tác giả này cũng chỉ ra vấn đề việc làm trong khu vực phi chính thức vẫn tăng vì những người sống ở vùng nông thôn bị hấp dẫn bởi nhiều cơ hội việc làm trong thành phố.

Bảng 1: Năm bắt đầu bán*

Năm	Số người	Phần trăm
Trước 1980	13	4,8
1981-1985	18	6,6
1986-1990	45	16,5
1991-1995	76	27,9
1996-2000	120	44,1

* 107 người bán hàng rong không nhớ năm họ bắt đầu bán.

Vấn đề di cư và sự ràng buộc với vùng nông thôn

Bản khảo sát bao gồm câu hỏi về nơi ở của người được phỏng vấn. Nếu họ ở hai nơi khác nhau sẽ được hỏi về thời gian họ ở từng nơi. Những câu hỏi như thế được thiết kế để tìm ra bằng chứng về những loại di cư khác nhau, đặc biệt là loại hình di cư mang tên Ômùa vụ - Ôhàng ngày, hàng tuần, hàng tháng (Trịnh Duy Luân: 174) - hay di cư vĩnh viễn từ vùng nông thôn vào Hà Nội, trong đó mục đích của việc tái định cư là cơ hội việc làm và tăng thu nhập.

Những người được phỏng vấn được chia làm 4 nhóm - di cư hàng ngày, di cư Ôtuần hoàn, di cư vĩnh viễn, và không di cư. Những người di cư hàng ngày trở về nhà mỗi đêm, trong khi những người di cư Ôtuần hoàn vào thành phố mỗi lần một khoảng thời gian dài hơn 1 ngày. Những người di cư vĩnh viễn là những người không được sinh ra ở Hà Nội nhưng đang sống ở đây trong hiện tại. Cuối cùng là nhóm những người bán hàng rong vẫn sống ở Hà Nội từ trước đến nay - họ không thuộc loại di cư nào. Bảng 2 thể hiện sự phân bổ thành 4 nhóm của mẫu nghiên cứu. Nhóm những người di cư đến Hà Nội vĩnh viễn là nhóm nhỏ nhất, chỉ có 6%. Nguồn lao động Hà Nội tăng chủ yếu do sự góp mặt của những người di cư hàng ngày: 38,3% và những người sống tạm thời với thời gian dài hơn: 44,3%. Những người thuộc hai nhóm trên sống cùng với gia đình ở nhiều làng nông thôn và đến

Hà Nội vì thu nhập cao hơn: 90% trong số những người được hỏi đến Hà Nội vì mục đích kiếm tiền.

Bảng 2: Loại hình di cư

<i>Loại hình nhập cư</i>	<i>Số người</i>	<i>%</i>
Tuần hoàn	168	44.3
Hàng ngày	145	38.3
Vĩnh viễn	23	6.1
Không nhập cư	43	11.3

Phát hiện người bán hàng rong tham gia tích cực vào nền kinh tế phi chính thức ở thành phố và khu vực kinh tế nông nghiệp ở nông thôn mang tính nhất quán với phát hiện của Đặng Nguyên Anh. Đó là phụ nữ có ít khuynh hướng di cư vĩnh viễn hơn nam giới.

Mối liên hệ mật thiết mà hơn 82% người bán hàng rong còn giữ với vùng nông thôn cũng được thể hiện qua hai cách khác. Thứ nhất, 2/3 (66%) sống trong gia đình có ít nhất một thành viên khác là nông dân. Thứ hai, 80% người bán hàng rong tham gia vào hoạt động nông nghiệp trong năm. Vì thế, khá ít người cắt đứt liên hệ với nền kinh tế nông nghiệp bằng cách hoặc chuyển đến sống ở thành phố vĩnh viễn hay từ bỏ nghề nông. Trên thực tế, trong số 181 người bán hàng rong làm việc quanh năm, 136 (75%) tham gia vào hoạt động nông nghiệp quanh năm. Thời gian, tính theo số ngày trong một tháng và số tháng trong một năm mà họ dành cho việc bán hàng rong theo trả lời trong khảo sát chỉ ra rằng 57% trong số họ bán rong hơn 180 ngày một năm, và chỉ có 10% cho biết họ làm việc hơn 300 ngày một năm. Việc người phụ nữ chia thời gian làm việc giữa hai thị trường dẫn đến yêu cầu cần xem xét kỹ lưỡng sự phân bổ thời gian lao động của họ.

Sự phân bổ thời gian

Để có thể vừa bán hàng rong vừa làm nông nghiệp, 82% người được hỏi làm việc dưới 28 ngày một tháng. Hiện tượng mâu thuẫn giữa số người bán rong toàn bộ 12 tháng (181 người) và số lượng ít hơn rất nhiều người (27 người) làm việc 330 ngày được giải thích khi ta xét đến sự phân bổ thời gian trong tháng. Như bảng 3 chỉ ra, những người bán rong luân chuyển làm việc ít ngày nhất trong một năm; những người bán hàng rong theo ngày đứng thứ hai về số ngày làm việc, và những người bán rong là người Hà Nội được xếp thứ nhất. Điều này có thể lý giải vì những người bán rong làm việc mà không ở Hà Nội phải chịu các

chi phí trong công việc như tiền thuê nhà, tiền ăn, và tiền tàu xe mà những người ở Hà Nội không phải lo đến. (Xem bảng 3)

Bảng 3: Thời gian bán hàng rong

<i>Loại hình di cư</i>	<i>Số tháng</i>	<i>Số ngày</i>
Luân chuyển	9,1	191
Hàng ngày	9,7	212
Người Hà Nội	10,1	242
Tổng	9,5	208

Có sự khác biệt về thời gian làm việc trong ngày cũng như trong năm. Thời gian làm việc trung bình một ngày được cho biết là 10 tiếng, nhưng do những người di cư Ơ-tuần hoàn ở Hà Nội trong khoảng thời gian dài hơn, thời gian làm việc trung bình của họ một ngày là 10 tiếng. Thời gian làm việc trung bình một ngày của người bán rong hàng ngày là thấp nhất (7,8 tiếng). Những người gốc Hà Nội làm việc trung bình 10,3 tiếng một ngày. Mẫu hình này có thể hiểu được vì người di cư Ơ-tuần hoàn phải chịu mức chi phí lớn nhất khi hành nghề, ví dụ họ phải trả trung bình 2000 VND để thuê chỗ ở mỗi đêm - trong khi đó, những người di cư hàng ngày phải điều chỉnh thời gian làm việc cho phù hợp với thời gian họ bỏ ra để đi về Hà Nội. Những người ở Hà Nội có nhiều cơ hội ở nhà vào bữa ăn và chăm sóc gia đình hơn những người di cư và họ cũng phải chịu ít chi phí liên quan đến công việc hơn.

NGHỀ BÁN RONG

Đề vào nghề này không phải là việc khó. Khoản tiền vốn trung bình của mỗi người bán rong là 33.500 VND và chỉ có 4 trường hợp người bán hàng rong dùng dụng cụ buôn bán trị giá hơn 100.000 VND. Dụng cụ thông thường là đôi quang gánh và hai cái thúng. Thêm vào đó là một chiếc cân hay một con dao. Nhiều trong số họ dùng túi nilon để đựng hàng hóa cho khách hàng. Có sự khác nhau lớn về thời gian có ích của những dụng cụ này, vì thế việc tính toán chi phí khấu hao có thể dẫn đến hiểu lầm. Tuy thế, những điều kiện tối thiểu để khởi đầu này làm cho nghề bán rong trở nên lý tưởng đối với những người phụ nữ nghèo và thiếu chuyên môn này.

Phần lớn người bán hàng rong (83%) dùng vốn riêng để mua hàng buôn bán. Nguồn vốn này thường bắt nguồn từ thu nhập những ngày trước đó. Chỉ 10% những người bán hàng rong vay tiền để mua hàng hóa. Số tiền này chủ yếu là từ người thân trong gia đình và đôi khi từ những người cung cấp hàng. Họ trả lại tiền khi ngày buôn bán kết thúc.

Thu nhập

Một phần lớn bản khảo sát bao gồm các câu hỏi về thu nhập từ việc bán rong. Ví dụ, có những câu hỏi về lãi trung bình từ việc bán hàng hóa hiện tại và các loại hàng hóa khác trong năm. Có những câu hỏi về sự thay đổi thu nhập trong tuần, trong tháng, và trong năm. Cuối cùng là một câu hỏi về việc liệu có ngày bán rong nào mà người bán rong không có đủ tiền ăn, và nếu có thì tại sao.

Một loạt các câu hỏi đầu tiên về thu nhập để hỏi người bán hàng về tiền lãi họ kiếm được từ lượng hàng hóa họ bán trong một ngày điển hình. Nếu họ không kiếm được một khoản tiền như nhau mỗi ngày, câu hỏi tiếp theo là về tần số họ kiếm được từng khoản tiền lãi. Tiếp theo trong bản khảo sát là những câu hỏi về lượng hàng hóa họ mua, giá bán, giá mua vào và lượng hàng hóa bán ra. Những câu hỏi này cho phép những người tiến hành khảo sát kiểm tra tính nhất quán giữa câu trả lời trước đó về tiền lãi hàng ngày và câu trả lời sau này đem lại số liệu về lượng hàng hóa và mức chênh lệch giữa giá mua vào và giá bán ra.

Bảng 4: Thu nhập và loại hình di cư của người bán hàng rong

<i>Loại hình di cư</i>	<i>Thu nhập hàng năm</i>	<i>Thu nhập hàng ngày trong những ngày làm việc</i>	<i>Thu nhập trung bình hàng ngày theo năm</i>
Luân chuyển	3.435.459	17.703	9.543
Hàng ngày	3.840.740	17.968	10.669
Người ở Hà Nội	4.081.820	17.374	11.338
Tất cả những người được phỏng vấn	3.704.633	17.749	10.291

Liệu người bán hàng có di cư hay không di cư có ảnh hưởng đến thu nhập của họ không. Điều này có thể thấy qua bảng 4. Những người di cư *Ôtuan hoàn* có thu nhập thấp nhất, tiếp theo là những người di cư hàng ngày, trong khi người Hà Nội có lượng thu nhập hàng năm lớn nhất. Tuy thế, người Hà Nội không có lượng thu nhập trung bình hàng ngày lớn nhất đối với những ngày họ làm việc một phần là vì, như đã nói ở trên, người Hà Nội thường làm nhiều ngày hơn người bán hàng rong thuộc hai loại còn lại.

Năm 2000, thu nhập trung bình hàng năm từ bán hàng rong là 3.704.633 VND hay

265 USD. Con số này thấp hơn nhiều con số GDP trên đầu người: 4.620.000 VND hay 330 USD của năm 1998. (World Bank: 231). Con số này cho phép ta hình dung được thu nhập của người bán rong đường phố và cho ta thấy thu nhập từ kiểu hoạt động bán hàng rong này thấp đến mức nào. Tuy nhiên, như đã chỉ ra, do phần lớn người bán hàng rong đường phố dùng thu nhập này làm nguồn thu nhập phụ vào thu nhập gia đình vùng nông thôn, sự đóng góp của nó đến sự bảo đảm cuộc sống gia đình là rõ ràng. Hiểu được tầm quan trọng của nguồn thu nhập này có thể là chìa khóa giúp ta hiểu tại sao gia đình nhiều người bán hàng rong chưa quyết định di cư đến Hà Nội.

Rõ ràng là, một nhân tố quan trọng mang tính quyết định đối với thu nhập của người bán hàng rong là điều kiện nhu cầu thị trường. Mức chênh lệch giữa giá mua vào và giá bán ra của một kilôgram rau là 1.455 VND và của một kilôgram hoa quả là 1.340 VND. Vì thế, có vẻ như một người bán hoa quả điển hình cần bán 12 đến 13 kilôgram hoa quả một ngày để đạt mức thu nhập trung bình hàng ngày. Tuy nhiên, có 3 lý do tại sao điều này không đúng. Thứ nhất, người bán thường giảm giá hàng hóa, có nhiều khi thấp hơn giá mua vào khi chiều xuống để có thể bán được hết hàng. Chưa hết, việc mặc cả, vốn dĩ là một đặc điểm của nhiều giao dịch mua bán cũng có nghĩa là khó có thể xác định được chắc chắn mức chênh lệch giữa giá mua vào và bán ra của hàng hóa. Thứ ba, chỉ 34% người bán hàng rong cho biết họ chưa bao giờ hoặc rất hiếm khi còn hàng ế vào cuối ngày. Chỉ 9% người bán hàng rong thường xuyên hoặc hầu như thường xuyên có hàng ế, nhưng 57% những người bán hàng còn lại có tần số dao động rộng về khả năng bán hết hàng hóa mỗi ngày. Vì thế, 3 lý do này cho ta thấy, để có được mức thu nhập trung bình hàng ngày như trên, người bán hàng rong cần phải chuyên chở một lượng hàng hóa nhiều hơn 12-13 kilôgram khá nhiều.

Sự biến thiên theo mùa của thu nhập cũng là một vấn đề khác được quan tâm. Để điều tra về hiện tượng này, bản khảo sát có một câu hỏi về thu nhập từ việc bán các loại hàng hóa khác nhau vào những thời điểm khác nhau trong năm. Phương pháp phân tích phương sai (Analysis of Variance) cho thấy không có sự khác biệt về thu nhập trung bình trong một ngày bán rong trong năm. Điều này cho thấy việc bán các mặt hàng khác nhau vào những thời điểm khác nhau trong năm không dẫn đến sự thay đổi trong thu nhập.

Khi trả lời câu hỏi về việc liệu có tồn tại những ngày người bán hàng rong không đủ ăn, chỉ 9% trả lời là có. Có lẽ đây là một cách nói giảm, do họ sợ nỗi xấu hổ khi phải thú nhận điều có vẻ là sự thất bại của chính họ. Lý do thông thường cho hiện tượng này là ngày bán hàng xấu. Vì thế, rõ ràng có sự bất bình, may rủi đối với một số người bán rong đường

phổ do mưa gió gặp lúc hàng ế. Không có sự khác biệt nào về thu nhập giữa nhóm người này và nhóm những người bán hàng rong còn lại.

Chi phí kinh doanh

Có nhiều chi phí kinh doanh khác nhau đối với những người bán rong này. Ví dụ, 38% người bán hàng rong nói họ trả 1.000 VND một ngày cho người quản lý chợ. Thêm vào đó, vì hầu hết những người bán hàng rong không sống ở Hà Nội, họ có 3 khoản chi phí khác do công việc đem lại: tiền ăn, tiền thuê nhà và chi phí tàu xe. Những chi phí này, thể hiện dưới dạng chi phí về thời gian mà họ mất cho việc đi lại, có thể là chi phí nổi nếu họ đi xe buýt, có thể là chi phí ngầm nếu họ đi xe đạp. Những người bán rong Ồtuần hoànỒcó chi phí ăn uống lớn nhất (4.268 VND mỗi ngày); tiếp đến là những người di cư hàng ngày (3.368 VND mỗi ngày); và, như giả định, người Hà Nội có chi phí thấp nhất (2.723 VND mỗi ngày).

Phương tiện đi lại còn phức tạp hơn nhiều. Vì nhiều người bán hàng rong đến Hà Nội bằng xe đạp, một số khác bằng ô tô, chúng tôi không tính chi phí trung bình. Vì sự khác biệt lớn về thời gian đi lại do việc sử dụng nhiều phương tiện đi lại khác nhau, chúng tôi không có ý định ước tính chi phí cơ hội thời gian đi lại. Cách ước tính chi phí cơ hội này là lượng thu nhập thêm mà người Hà Nội kiếm được do làm được nhiều giờ trong một ngày và nhiều ngày trong một năm hơn những nhóm người còn lại. Vì thế, trong khi chi phí đi lại rõ ràng là quan trọng, việc tính chi phí trung bình đối với mỗi nhóm người sẽ không phản ánh chính xác chi phí này.

Vì thế, mặc dù nguồn thu nhập này là nguồn bổ sung quan trọng đối với thu nhập gia đình, mức thu nhập thấp của họ thể hiện trong bảng 4 không phản ánh rõ mức thu nhập thực sự họ có. Việc họ tiếp tục hành nghề bán rong ngay cả khi họ phải chịu những chi phí này cho ta ý nghĩ là những sự lựa chọn khác còn kém hấp dẫn hơn đối với họ và gia đình.

Bán rau hay hoa quả ?

Khi xem xét việc liệu thu nhập có thay đổi phụ thuộc vào loại hàng hóa bán hay không, chúng tôi nhận thấy có sự khác biệt về thu nhập từ việc bán hai loại thức ăn thông thường: hoa quả và rau. Những người bán hoa quả có thu nhập trung bình là 19.320 VND một ngày trong khi người bán rau có thu nhập trung bình là 15.960 VND một ngày. Nhiều lý do dẫn đến sự khác biệt này, bao gồm việc bán những lượng hoa quả khác nhau, thời gian làm việc một ngày khác nhau, và sự khác nhau về mức chênh lệch giữa giá mua vào và bán ra.

Chênh lệch giữa giá mua vào và giá bán ra không cùng chiều với chênh lệch trong thu nhập: mức chênh lệch giữa giá mua vào và bán ra của 1 cân rau cao hơn 1 cân hoa quả 115 VND. Thực tế này loại bỏ một khả năng dẫn đến sự chênh lệch về thu nhập giữa hoa quả và rau. Tuy nhiên, thời gian làm việc một ngày có thể là cách giải thích tại sao thu nhập từ việc bán hoa quả cao hơn thu nhập từ việc bán rau mặc dù mức chênh lệch giữa giá mua vào và giá bán ra của rau cao hơn hoa quả: người bán hoa quả làm việc trung bình một ngày nhiều hơn người bán rau 2,5 tiếng.

Một câu hỏi đặt ra là những khác biệt này có tồn tại lâu theo thời gian không, hoặc đây chỉ là hiện tượng tạm thời như các nhà kinh tế dự đoán. Trong trường hợp trên, khi biết về sự khác nhau về thu nhập, những người bán hàng sẽ có xu hướng chuyển sang bán loại hàng có nhiều lãi hơn. Nếu điều này đúng, lãi của hàng hóa đem lại thu nhập cao hơn sẽ giảm trong khi lãi của hàng hóa đem lại thu nhập thấp hơn sẽ tăng cho đến khi người bán ở mức bằng quan giữa việc bán hoa quả hay rau. Để điều này xảy ra, sự khác biệt giữa thu nhập cần phải tồn tại theo thời gian và những người bán hàng phải ý thức được hiện tượng này một cách phổ biến.

Số liệu không cho phép việc xem xét theo chiều dài thời gian để trả lời câu hỏi về sự tồn tại lâu dài này. Một thông tin nhỏ về vấn đề này có được từ việc trả lời liệu người bán có ngừng bán những hàng hóa khác và nếu thật thế, tại sao họ làm vậy. Chỉ 38 người (10% người bán) từng bán loại hàng khác với loại hàng họ bán hiện tại. Vì thế sự thay đổi vĩnh viễn loại hàng hóa bán không biểu hiện rõ ràng. Tuy thế, như mong đợi, lý do phổ biến nhất cho việc thay đổi loại hàng hóa bán liên quan đến tính hấp dẫn về mặt kinh tế của hàng hóa.

Việc bán hàng và vấn đề thi hành luật

Việc thi hành luật về bán hàng rong không có vẻ thống nhất trong toàn thành phố: ở quận Hoàn Kiếm: 78,5% nói việc mua bán của họ bị dừng lại ít nhất một lần trong 12 tháng qua, nhưng ở quận Thanh Xuân, chỉ 41,1% bị dừng lại trong cùng thời gian. Riêng về việc hàng hóa bị tịch thu, trong 12 tháng qua, quận Cầu Giấy có con số cao nhất về người bán hàng rong có hàng hóa bị tịch thu (39.5%), trong khi con số thấp nhất là 15,5% ở quận Thanh Xuân. Những hoạt động dẫn đến việc phạt hay tịch thu hàng thường là do việc làm ách tắc vỉa hè khi người bán hàng rong đặt thùng xuống đất và bán trên vỉa hè.

Vấn đề trên đặt ra câu hỏi là có phải người bán hàng rong cố tình không biết luật hay họ thực sự không biết. Khảo sát cho thấy những luật lệ về việc hành nghề bán rong không được rõ đối với họ. Điều này ủng hộ giả thuyết thứ hai: 37% nói họ không biết gì về luật áp dụng đối

với hoạt động bán rong. Tuy thế, mặc dù đa số đều biết đến luật cấm dừng lại trên đường phố hơn thời gian cần thiết để nghỉ ngơi để bán hàng, họ thường xuyên cố tình vi phạm. Điều này ủng hộ giả thuyết đầu tiên. Phản ứng thường gặp khi chúng tôi đưa ra câu hỏi này là nét mặt cam chịu: cho đó là một rủi ro nghề nghiệp.

Trong khi những người bán hàng trong cửa hiệu và người đi bộ có thể được lợi từ việc thi hành luật chống việc người bán hàng rong dừng lại bán trên đường phố, hậu quả đối với người bán hàng rong và những cân nhắc về sự điều chỉnh các điều khoản trong việc thi hành luật. Thứ nhất, mức phạt có giá trị gần bằng một ngày thu nhập, một mức đáng kể đối với một nhóm người không hề sung túc. Thứ hai, vì mối liên hệ chặt chẽ với gia đình ở vùng nông thôn là một đặc trưng của cuộc sống của họ, bất kì điều gì làm giảm thu nhập của họ cũng làm giảm thu nhập của gia đình họ ở nông thôn. Thứ ba, một nền kinh tế nông nghiệp thăng hoa phụ thuộc vào đầu ra của sản phẩm. Với vai trò người bán lẻ, những người bán hàng rong là một cầu nối giữa nhà sản xuất trực tiếp, nhà bán buôn, và người tiêu dùng cuối cùng. Vì thế, chúng tôi cho rằng cần có những biện pháp thi hành luật đối người bán hàng rong một cách hợp lý hơn.

*

* *

Những kết quả mô tả ở trên đây giúp chỉ ra nhiều mặt khác nhau của nghề bán hàng rong trên đường phố Hà Nội. Mặc dù những người bán hàng rong phải làm việc nhiều giờ trong một ngày, thu nhập của họ, đặc biệt sau khi trừ đi những chi phí liên quan, là khá thấp. Nguồn thu nhập phụ này, tuy vậy, có vai trò quan trọng đối với các gia đình vùng nông thôn và có thể là một lý do quan trọng giải thích tại sao những người bán hàng rong và gia đình họ thấy việc di cư vĩnh viễn vào Hà Nội là việc chưa cần thiết.

Tài liệu tham khảo

1. Beresford, Melanie. 1997. *Vietnam: The Transition from Central Planning*. pp. 179- 204 in Garry Rodan, Kevin Hewison, and Richard Robison (eds.) *The Political Economy of South-East Asia*. Oxford University Press: Melbourne.
2. Đặng Nguyên Anh. 1998. *Market Transitions, Government Policy and internal Labour Migration in Vietnam*. *Vietnam's Socio-Economic Development*. 16:59 - 79
3. Griffin, Keith. 1998. *Restructuring and Economic Reforms*. pp. 1-19 in Keith Griffin (ed.) *Economic Reform in Vietnam*. St. Martin's Press: New York.

4. Harris, John R. and Michael P. Todaro. 1970. "Migration, Unemployment and Development: A Two Sector Analysis". *American Economic Review*. 60: 126-142.
5. Lê Đăng Doanh & Nguyễn Minh Tú. 1998. Nhận dạng các đặc điểm của khu vực phi chính quy. Nhà xuất bản Lao Động. Hà Nội.
6. Đại học kinh tế quốc dân. 1998. Lao động nữ trong khu vực phi chính thức ở Hà Nội-thực trạng và sự lựa chọn. Hà Nội.
7. Ranis, Gustav and Frances Stewart. 1999. "V-Goods and the Role of the Urban Informal Sector in Development". *Economic Development and Cultural Change*. 47: 259 - 288
8. Tinker, Irene. 1997. *Street Foods: Urban Food and Employment in Developing Countries*. Oxford University Press: New York.
9. Trần Thị Lan Hương. 1999. Informal Sector and Urban Employment of Vietnam in the Transition Period: Street Vendor in Hanoi. National Economics University: Hanoi.
10. Trịnh Duy Luân. 1992. "Hanoi: Changes under the Doimoi Policy". In Amara Pongsapich, Micheal C. Howard, and Jacques Amyot (eds) *Regional Development and Change in Southeast Asia in the 1990s*. Social Research Unit, Chulalongkorn University: Bangkok.
11. UNDP. 1998. *Expanding Choices for the Rural Poor*. United Nations Vietnam. Hanoi.
12. World Bank. 2000. *Entering the 21st Century*. World Development Report 1999/2000. Oxford University Press: New York.