

GIAO TIẾP ỨNG XỬ GIỮA NGƯỜI MUA VÀ NGƯỜI BÁN TRÊN CÁC CHỢ VỈA HÈ

PGS., TS. Trần Thị Minh Đức
Trường ĐHKHXH&NV, ĐHQGHN

Trong mười năm cuối của thế kỷ 20, cùng với tiến trình phát triển kinh tế và đô thị hoá, hiện tượng phụ nữ nông thôn lang thang kiếm sống quanh năm hoặc theo mùa vụ ở các đô thị ngày một gia tăng. Một trong những công việc họ thường làm là bán hàng rong trên các vỉa hè, chợ cóc, chợ tạm.

Theo số liệu của Tổng cục thống kê năm 2001, ở Hà nội hiện có 49 phường và 73 xã chưa có chợ. Vì vậy trên các góc phố, trên các khoảng đất trống mọc lên hàng trăm tụ điểm kinh doanh trái phép và gần 20.000 người bán rong, trong đó chủ yếu là phụ nữ nông thôn bán các mặt hàng thực phẩm, rau quả. Do mật độ chợ ở các đô thị là rất thấp: chỉ có 31% số phường, xã có số chợ bình quân là 0,5% chợ / 1 phường, nên ngoài các "chợ cóc", "chợ tạm" với những khuôn viên ít nhiều đã được định hình, trên các đường phố Hà nội những người bán hàng rong đã tạo nên các "chợ di động vỉa hè", chớp nhoáng. Những chợ này ít nhiều đã đáp ứng được nhu cầu thiết yếu khác nhau đối với cuộc sống của các cư dân thành thị cũng như người dân nông thôn.

Mục đích của bài viết là mô tả chân dung văn hoá của loại hình chợ thực phẩm di động trên vỉa hè, do các chị em nông thôn bán rong tạo nên. Qua đó, chỉ ra những bất cập của loại hình chợ này đối với vấn đề trật tự an ninh xã hội, an toàn giao thông, vệ sinh môi trường và quản lý mạng lưới chợ đô thị, đồng thời cũng đặt ra cho các nhà quy hoạch kiến trúc đô thị một số vấn đề cần phải giải quyết liên quan đến loại hình chợ này.

Động cơ chính thúc đẩy phụ nữ nông thôn ra Hà nội bán hàng rong thường chủ yếu do không có việc làm và nghèo khó. Như một chị bán rau cho biết :"*Mức thu nhập trung bình của một người ở quê ra Hà nội bán hàng rong trong 3 tháng có thể so sánh với mức thu nhập cả năm của một hộ gia đình nông dân gồm 5 người cấy 4 sào ruộng !*" Điều này lý giải vì sao những người phụ nữ nông thôn (và cả nam giới) chấp nhận cuộc sống lang thang trên đường phố.

Chợ vỉa hè thể hiện khả năng thích ứng của phụ nữ nông thôn đối với công việc bán rong, chủ yếu là bán thực phẩm và rau quả – Một công việc kinh doanh không cần nhiều vốn cũng như học vấn. Chỉ cần một chiếc đòn gánh, đôi vai

khỏe và cặp chân dẻo dai là đủ để chị em nông thôn khẳng định vai trò của mình trong gia đình và cộng đồng.

Nghiên cứu giới và giao tiếp ứng xử giữa người mua và người bán trên các chợ vỉa hè không thể không nói tới nhóm phụ nữ nông thôn bán rong. Sự góp mặt của số chị em này đã thật sự tạo nên một loạt các chợ di động trên các đường phố. Văn hoá chợ vỉa hè của những nhóm người có nguồn gốc và lối sống khác nhau biểu hiện quan hệ đẳng cấp trong mua bán - người bán là "dân nhà quê", người mua là "dân thị thành". Văn hoá mua bán của các chợ vỉa hè phản ánh những thái độ thiếu văn hoá của cả người mua và người bán - đó là sự coi trọng hàng hoá, xem nhẹ tình người. Có không ít người mua hàng thành phố khinh bỉ người bán – "đồ nhà quê", nhưng lại cần hàng của họ. Điều này có thể do vì giá rẻ, vì sự tiện lợi của dịch vụ hàng rong và một lý do ngầm ẩn vô thức khác là không ít người mua đôi khi cho phép mình được quyền "lãng mạ " người bán! Đơn giản chỉ vì họ là "người nhà quê"!

Sự nghèo khó về kinh tế, sự thấp kém về học vấn và sự khác biệt về lối sống đã làm cho nhóm phụ nữ nông thôn bán rong ở thành phố có tâm lý chấp nhận thân phận hèn kém của mình. Điều này thể hiện rất rõ qua lối giao tiếp, ứng xử của chị em đối với người mua hàng – người thành phố. Như một chị bán trứng cho biết:

" Họ là người Hà nội, họ có quyền. Còn mình là người dân quê, đi làm thuê nơi đất khách quê người đâm ra không dám chửi lại. Người ta nói sao thì mình biết vậy, do thân phận mà. Dù có đúng mình cũng nên nín nhịn. To tiếng nó đánh cho, ai bênh."

Đối với nhiều người thành phố, nhu cầu sử dụng dịch vụ chợ vỉa hè là rất lớn. Kiểu chợ di động trên hè phố giúp người dân tiết kiệm thời gian, giá cả phải chăng và được hưởng sự phục vụ tận tình, nhẫn nhục của người bán (chủ yếu là người nông thôn). Việc phụ nữ nông thôn bán rong đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng hàng ngày của người thành phố, hình thành nên sự giao lưu mua bán mang sắc thái văn hoá chợ vỉa hè. Đặc điểm này không được phản ánh trong các chợ đô thị truyền thống – nơi người bán và người mua có lối sống, văn hoá ứng xử không cách biệt.

Văn hoá chợ đô thị khác với chợ nông thôn. Điều này thể hiện qua cung cách ứng xử của người mua và người bán. Những người phụ nữ ngoại tỉnh lang thang bán hàng trên các vỉa hè dù ít nhiều đã bị đồng hoá, thích ứng cho phù hợp với lối sống đô thị, nhưng họ vẫn bị gán nhãn "người nhà quê". Do đó ít nhiều bị phân biệt ứng xử. Cảm giác kém cỏi, yếu thế, nhịn nhục là những nét tâm lý điển

hình ở người phụ nữ nông thôn bán rong. Như một bác bán rau cho biết: "Nó đáng tuổi con mình mà gọi xác xược con này, con kia sang bán cho tao cái này, cái khác... Tức lắm nhưng vẫn phải nói "dạ cô bảo cháu lấy cái gì cho cô ạ".

Sự giao tiếp thiếu đồng cảm và thẩm mỹ giữa những người mua và người bán thuộc các nhóm xã hội có lối sống khác nhau là một biểu hiện thiếu văn hoá ở các chợ vỉa hè. Định kiến "người nhà quê" thường được thể hiện rất rõ qua ngôn từ, qua sự nhận thức và qua hành vi cư xử của một số người mua đối với người bán (là người nông thôn). Như một chị bán rau nói: "Có chị ăn mặc rất sang trọng, cưỡi xe Dream, nhưng toàn nói thiếu văn hoá. Chị ta khinh người nhà quê chúng em nhưng chị ấy ngày nào cũng qua đây mua hàng của chúng em".

Xét từ khía cạnh văn hoá ứng xử giữa những "đồng nghiệp", việc phụ nữ nông thôn đua nhau ra thành phố bán rong không thể không gây ra sự hiềm khích, ghen tức của những phụ nữ Hà nội cũng buôn bán trên các vỉa hè. Khi chị em nông thôn có nhiều khách hàng, điều gì sẽ xảy ra với họ? Chỉ có những phụ nữ ngoại tỉnh lang thang bán rong mới thực sự thấm thía thái độ thù địch của các đồng nghiệp gốc thành phố: "Các con nhà quê chúng mày không biết cày ruộng, chỉ biết cày đường nhựa thôi, làm cho các bà đây không bán được hàng." Kiểu ứng xử này thực sự đặc trưng cho lối văn hoá giao tiếp tại các chợ vỉa hè.

Do phải lang thang kiếm sống trên các vỉa hè, phụ nữ ngoại tỉnh tỏ ra thích ứng nhanh với công việc bán rong của mình. Kỹ năng phòng vệ và khả năng ứng phó của nhóm phụ nữ bán rong thể hiện trong mức độ nhận biết, phân loại khách hàng của họ. Theo các chị: "Nếu mình nhịn nhục, vui vẻ, hoà nhã với khách, thì sẽ dễ bán được nhiều hàng hơn. Với khách hàng tốt phải chào hỏi, cảm ơn. Gặp người vui tính mình đùa lại. Những người lắm điều phải nhường nhịn coi như điếc, nói lại nó đánh cho. Với người đánh đá thì phải nín nhịn, tức lắm nhưng vẫn phải niềm nở. Với người vừa mua vừa chửi, mình gánh đi nhưng vẫn phải cười, đi qua rồi mới dám lắm bầm. Với người nghĩ là nó không có ý định mua thì mình nói giá cao lên, vì mình không dám không cho họ xem hàng..."

Có thể nói, văn hoá chợ vỉa hè đã tạo nên một lối ứng xử phòng vệ của chị em nông thôn đối với khách hàng thành phố. Trong khi ở các chợ truyền thống – như chợ Hôm, chợ Hàng Bè, chợ Hàng Gia..., giao tiếp giữa người mua và người bán thể hiện lối cư xử của người thành phố: khéo léo nói năng và thái độ tôn trọng lẫn nhau. Tính nhân văn trong văn hoá chợ truyền thống khó có thể tìm thấy ở các chợ di động vỉa hè.

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

Từ góc độ quản lý đô thị, chợ vỉa hè gây đã nên những khó khăn nào ?

Chúng ta đều biết, việc bán hàng rong trên đường phố của phụ nữ nông thôn là không bị pháp luật ngăn cấm. Theo bộ luật lao động: *"Mọi hoạt động lao động tạo ra nguồn thu nhập không vi phạm pháp luật đều được thừa nhận là việc làm"*. Tuy nhiên xét từ khía cạnh an toàn xã hội, công việc bán rong đã gây khó khăn cho công tác an ninh đường phố. Việc nhóm phụ nữ bán rong di chuyển liên tục trên các đường phố, nhưng họ lại không hiểu biết về luật giao thông sẽ gây nên cản trở giao thông. Như một chị bán rong nói: *"Đèn đỏ ư ? Em có để ý gì đâu, em tưởng nó chỉ cấm người đi xe"*.

Một số chị em bán rong nhận thức rất rõ những hậu quả mà mình có thể gây ra trên đường phố. Như một chị bán đồ ăn nói: *"Đường phố chật chội, mình đi lung tung lại không biết luật, ảnh hưởng đến va chạm xe cộ. Nếu bị đâm xe cũng chẳng dám kêu hay bắt đền vì biết là mình sai"*.

Phụ nữ nông thôn bán hàng trên các vỉa hè cảm nhận thế nào về sự an toàn đối với bản thân? Theo các chị, có nhiều điều sợ hãi khi bán hàng ở Hà Nội: sợ công an đuổi, sợ bọn lừa đảo lấy tiền, sợ bị ăn cắp hàng, sợ tai nạn giao thông, sợ bị đau ốm, sợ bị lưu manh đánh, sợ thanh niên hư hỏng làm bừa ...

"Hôm về đến Ngọc Hà, có thằng nó đập vào ngực mình, mình lắm bầm "đồ chó", nó nghe thấy quay lại làm càn, nó chửi: "Con kia mày nói cái gì". Mình phải bảo: "Không, tôi bảo con bé kia đi nhanh lên". Phải nhẫn nhục chịu, chứ không nó đánh cho chết"- tâm sự của một chị bán hoa quả.

Việc phụ nữ bán rong di chuyển thường xuyên trên đường phố với đôi quang gánh, xe đạp thồ hàng hoá công kênh không những gây cản trở giao thông

mà còn làm mất mỹ quan thành phố và mất vệ sinh môi trường. Hiện tượng khi công an đến, chị em bán rong chạy hốt hả, đi khỏi lại ủa ra bán phản ánh một thực tế là chúng ta đang bất lực với việc giải tỏa bán hàng trên các lòng đường, hè phố.

Công tác quản lý thị trường đang gặp không ít trở ngại, phiền toái trong việc sắp xếp ổn định an ninh trật tự trên đường phố. Như một chị bán rong nói: "*Người ta đuổi là việc của người ta, nhưng vì hoàn cảnh khó khăn vẫn phải len lỏi để bán hàng*".

Mặt khác, do sự lưu chuyển ngẫu hứng thường xuyên của số chị em này, chính quyền địa phương, công an khu vực (nơi họ ở trọ) gần như không thể kiểm soát được họ. Ngoài ra, các tệ nạn xã hội đã có dấu hiệu phát triển từ chính nhóm lao động tự do này (Theo báo lao động số 18/ 1997: có tới 10- 12% đối tượng hình sự đang ẩn náu sinh hoạt trong số dân lao động ngoại tỉnh).

Công việc lang thang bán hàng trên các đường phố Hà Nội của phụ nữ nông thôn còn gây nhiều điều bất cập. Hầu hết phụ nữ nông thôn ra Hà nội kiếm sống đều nói rằng họ chỉ ngừng bán trên các vỉa hè khi họ có được một chỗ bán hàng ổn định, hoặc khi ở quê nhà có việc làm đảm bảo cuộc sống cho gia đình họ. Cách suy nghĩ và hành động trên đòi hỏi các cơ quan quản lý phải có cái nhìn thiết thực trong việc quy hoạch chợ đô thị.

Quy hoạch chợ đô thị trước hết cần tính đến nhu cầu, lợi ích của người mua hàng, người bán hàng và sau đó mới đến vấn đề quản lý chợ.

Xét từ góc độ của người mua hàng - đại đa số là những cư dân thành phố, với mức sống như hiện nay, giá của chợ vỉa hè là chấp nhận được. Các mặt hàng thực phẩm, rau quả ăn hàng ngày do phụ nữ nông thôn bán thường rẻ hơn so với giá ở trong chợ. Thực chất giá thấp là do những người bán rong không phải đóng thuế chợ, thuế kinh doanh và do họ lấy lãi ít. Mặt khác hình thức chợ vỉa hè rất tiện lợi cho người mua: Việc bán mua xảy ra nhanh chóng, người mua không phải tìm chỗ gửi xe chỉ vì chút thức ăn tươi cho mỗi ngày.

Như vậy, việc quy hoạch chợ (đặc biệt là chợ bán thức ăn hàng ngày) phải tính đến những tiện lợi mà người phụ nữ nội trợ thành phố hướng tới: đồ ăn tươi, giá cả không đắt (vì đồ ăn phải mua hàng ngày nên giá phải hợp lý), mua bán thuận tiện, tốn ít thời gian ...

Xét từ phía người bán hàng gốc nông thôn, nghèo đói và thất nghiệp là nguyên nhân chính dẫn đến việc họ phải lang thang bán hàng rong tại các đô thị lớn. Việc chị em "tạm" sử dụng các đường phố làm chợ di động để bán hàng là một nhu cầu đòi hỏi khách quan cần thiết. Điều đó giúp cho chị em tự nuôi sống

được bản thân và có thể tiết kiệm gửi tiền về gia đình, góp phần xoá đói giảm nghèo ở quê nhà. Vì vậy chúng ta khó có thể ngăn cản được sự bán rong của nhóm phụ nữ này.

Với mật độ cư dân sống ở trung tâm còn quá đông (nhà nước chưa có khả năng giãn được dân ra ngoại ô), với văn hoá tiêu dùng thực phẩm tươi, không đông lạnh (điều này có nghĩa là phải đi chợ hàng ngày)... thì việc xây dựng ở trong phố những chợ theo mô hình "siêu thị" chỉ đáp ứng được một phần nhu cầu tiêu dùng thực phẩm của một lượng cư dân nhỏ và có thu nhập tương đối cao. Trên thực tế, các chợ truyền thống trong phố, các chợ mới xây (đặc biệt là các hàng rau quả tươi và thực phẩm) chưa thu hút được nhiều người mua và người bán như các chợ tạm, chợ cóc, chợ trên vỉa hè – chính các chợ này mới đang đáp ứng được nhu cầu thực phẩm hàng ngày của số đông cư dân thành phố.

Trong khi nhu cầu thực phẩm hàng ngày của người dân đô thị đối với dịch vụ bán rong vẫn còn cao (chúng tôi rất mong các anh nam giới không đi chợ hàng ngày hãy hỏi ý kiến các đại diện phái nữ trong gia đình mình để biết thêm thông tin); trong khi chúng ta chưa tạo được việc làm ở nông thôn để giảm thiểu dòng người lên thành phố bán rong và trong khi chúng ta chưa quản lý được nhóm người bán rong lang thang trên các đường phố... thì việc quy hoạch lại các chợ thực phẩm nhỏ, lưu động; chợ tạm có mái che trên các hẻm phố, trên bãi đất trống (có thể chỉ bán vào các buổi sáng) để cung cấp thức ăn cho các cư dân thành phố là hợp lý.

Một khi chấp nhận sự tồn tại thực tế khách quan của các hình thức chợ tạm thì việc quy hoạch (kể cả đứng từ góc độ kiến trúc, thẩm mỹ) cho các chợ kiểu này là cần thiết. Điều này đáp ứng được nhu cầu của đại đa số người mua - cư dân có mức sống trung bình và thấp, và nhu cầu của người bán rong – những phụ nữ nông thôn nghèo chưa có đủ vốn và khả năng kinh doanh trong các chợ lớn. Mặt khác, từ góc độ quản lý đô thị, việc quy hoạch những chợ nhỏ sẽ thu gom và kiểm soát được số phụ nữ lang thang bán rong. Điều này sẽ góp phần làm giảm thiểu sự di chuyển liên tục trên đường phố của họ.

Cùng với việc tăng cường các dịch vụ bán tại chỗ (bằng cách quy hoạch lại và xây dựng thêm các chợ tạm có mái hiên di động trong phố), nhà nước cần xây dựng các chợ dạng "siêu thị", các cửa hàng chuyên bán thực phẩm ở các khu vành đai thành phố. Điều này phù hợp với quá trình giãn dân ở các khu trung tâm. Hy vọng rằng ở các khu đô thị mới, xa trung tâm, dân cư ở không quá chen chúc, việc đi rong của chị em không còn thích hợp..., nhóm phụ nữ nông thôn

bán hàng rong sẽ không còn khả năng đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng của người thành phố mà phải nhường lại cho hệ thống các cửa hàng, siêu thị thực phẩm.

Chúng ta đều biết rằng việc chợ búa cơm nước hiện nay chủ yếu do giới nữ đảm nhiệm, chợ thực phẩm cũng chủ yếu do phụ nữ bán. Vì vậy họ – phụ nữ phải là những người có tiếng nói quyết định trong việc quy hoạch, xây dựng và quản lý các chợ.

Vấn đề "giới và chợ trong đô thị" cần được nghiên cứu, phân tích từ khía cạnh xã hội học, kinh tế học, văn hoá học, tâm lý học, khoa học về giới, quản lý học và phát triển đô thị... Dựa vào kết quả của những nghiên cứu này, chúng ta mới có thể quy hoạch và quản lý được chợ trong đô thị.

Tài liệu tham khảo:

1. Thái Thị Ngọc Dư, Giới, nạn nghèo khó và phát triển bền vững, ĐHMBC TP HCM, 1999.
2. TS. Trần Thị Minh Đức, CN. Nguyễn Thuý Lành, Phác thảo chân dung tâm lý - xã hội của người phụ nữ nông thôn bán hàng rong trên đường phố Hà Nội, tạp chí Tâm lý học, số 1/2001.
3. Số liệu của Tổng cục thống kê năm 2001