

THE IMAGE OF STREET VENDING IN HOI AN THROUGH DOMESTIC VISITORS' PERCEPTION

Le Thai Phuong

Da Nang Architecture University

ARTICLE INFO		ABSTRACT
Received:	25/11/2021	For a very long time, the street vending in Hoi An currently exist and is also considered as a traditional cultural activity of Hoi An. Besides the socio-economic benefits, this activity also has some weaknesses. Therefore, the study aims to identify the images of street vending in the mind of visitors to support the management and promote Hoi An's image to visitors. The methods of studying are combined qualitative and quantitative methods. The results of depth interviews of 68 visitors and survey with a structured questionnaire of 320 visitors show that: (1) street vendors have created a good impression on visitors, especially the local vendors and local cuisine; (2) impact to the environmental and traffic are two major problems that need to be solved. Based on this research, the study also proposes some suggestions for the street vending in Hoi An.
Revised:	11/12/2021	
Published:	11/12/2021	
KEYWORDS		
Hoi An		
Street vending		
Street vendor		
Tourism		
Visitor		

HÌNH ẢNH HÀNG RONG, HÀNG VÍA HÈ Ở HỘI AN QUA CẢM NHẬN CỦA DU KHÁCH NỘI ĐỊA

Lê Thái Phương

Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng

THÔNG TIN BÀI BÁO	TÓM TẮT
Ngày nhận bài: 25/11/2021	Hoạt động buôn bán hàng rong, vỉa hè trong khu phố cổ Hội An đã có từ rất lâu và phát triển cho đến bây giờ như một sản phẩm văn hóa truyền thống của Hội An. Bên cạnh những lợi ích đem lại về kinh tế - xã hội, hoạt động này cũng còn tồn tại một số hạn chế. Do đó, nghiên cứu nhằm xác định hình ảnh hàng rong, hàng vỉa hè qua cảm nhận của du khách để hỗ trợ cho công tác quản lý cũng như quảng bá hình ảnh du lịch Hội An. Phương pháp định tính được sử dụng kết hợp với phương pháp định lượng. Kết quả phỏng vấn sâu 68 du khách và khảo sát bằng bảng câu hỏi có cấu trúc 320 du khách cho thấy: (1) hàng rong, hàng vỉa hè đã để lại ấn tượng tốt đẹp trong lòng du khách, đặc biệt là hình ảnh con người và ẩm thực Hội An; (2) vệ sinh môi trường và giao thông là hai tồn tại lớn cần được giải quyết. Trên cơ sở đó, nghiên cứu cũng đề xuất một số gợi ý đối với hoạt động buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè ở Hội An.
Ngày hoàn thiện: 11/12/2021	
Ngày đăng: 11/12/2021	
TỪ KHÓA	
Hội An	
Hàng rong	
Hàng vỉa hè	
Du lịch	
Du khách	

DOI: <https://doi.org/10.34238/tnu-jst.5294>

Email: phuonglt@dau.edu.vn

1. Đặt vấn đề

Kinh tế vỉa hè là phạm trù được các nhà nghiên cứu trong nước và nước ngoài quan tâm. Kinh tế vỉa hè được xem là “các hoạt động buôn bán hàng hóa và cung ứng dịch vụ quy mô nhỏ hoặc vừa, chủ yếu diễn ra trên vỉa hè, đường phố đô thị, có thể cố định tại một địa điểm hoặc di động”, là một bộ phận của khu vực kinh tế phi chính thức [1]. Dưới góc độ quản lý nhà nước, kinh doanh vỉa hè được phân thành 3 nhóm:

- Nhóm 1: Có mặt tiền và đăng ký sử dụng vỉa hè tạm thời để kinh doanh.
- Nhóm 2: Không có mặt tiền và sử dụng vỉa hè như địa điểm cố định hoặc tạm thời để kinh doanh.
- Nhóm 3: Bán hàng rong hoặc cung cấp các dịch vụ ở dọc đường, không có địa điểm cụ thể.

Nghiên cứu này tập trung vào hàng hóa, dịch vụ thuộc nhóm 2 và nhóm 3, gồm hàng rong và hàng vỉa hè. Hàng rong là hàng hóa được bán ở dọc đường, không có địa điểm cụ thể (Nhóm 3) và hàng vỉa hè là các mặt hàng có điểm bán cố định hoặc tạm thời trên hè phố (Nhóm 2). Quan điểm tiếp cận này tương đồng với nội dung đề án “Bố trí buôn bán hàng rong, vỉa hè trong khu phố cổ Hội An” [2].

Hàng rong, hàng vỉa hè được các nhà nghiên cứu nước ngoài xem xét với thuật ngữ “street vending” ở 3 góc độ chính.

Thứ nhất là tầm quan trọng của việc buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè đối với thu nhập của những hộ gia đình nghèo ở khu vực đô thị. Một cuộc khảo sát ở Bogota, Colombia cho thấy người tham gia vào hoạt động buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè là do thiếu cơ hội việc làm trong các lĩnh vực khác và đây là nguồn thu nhập duy nhất của họ [3]. Mazhambe cũng phân tích sự đóng góp của hoạt động buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè đối với mức sống của những tham gia buôn bán ở Harare, Zimbabwe và kết quả là có 86,6% người tham gia buôn bán phụ thuộc hoàn toàn vào thu nhập từ bán hàng rong, hàng vỉa hè [4]. Ở Nepal, thu nhập ròng trung bình mỗi tháng của người buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè là 22.500 Rs (209,1 USD); 54% người buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè có mức tiêu dùng thấp hơn mức nghèo [5]. Như vậy, buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè có vai trò rất quan trọng và được xem là cách mưu sinh của những hộ gia đình nghèo ở khu vực đô thị.

Thứ hai là chính sách về việc buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè tại các khu vực đô thị. Số lượng người tham gia buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè ngày càng gia tăng nên việc thiết lập các quy định là cần thiết và cần chú trọng đến 3 nội dung là bảo vệ quyền lợi và tài sản, ngăn chặn sự ùn tắc giao thông và giữ trật tự đường phố [6]. Thông qua kết quả tổng hợp những chính sách liên quan và phân tích mô hình tổ chức hoạt động buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè tại một số quốc gia (Ahmedabad, Ấn Độ và Lima, Peru), Roeber và Skinner đã nhấn mạnh vai trò của sự minh bạch trong các quy định về hoạt động buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè; đồng thời cần có những quy trình hướng dẫn thực hiện nhằm tạo ra môi trường kinh doanh tốt cho người tham gia [7].

Thứ ba là mối quan hệ giữa hoạt động buôn bán hàng rong và không gian đô thị. Vấn đề được đặt ra là khi mô hình tăng trưởng thông minh tại đô thị phát triển thì văn hóa bán hàng rong, hàng vỉa hè có còn phù hợp không? [8]-[12]. Ở góc độ này, hoạt động buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè cũng được xem xét ở vai trò là điểm thu hút khách du lịch, góp phần tạo nên hình ảnh điểm đến hay biểu tượng của đô thị. Nghiên cứu của Azizah tại 2 thành phố lớn ở Indonesia cho thấy hình ảnh người bán hàng rong có thể trở thành yếu tố hấp dẫn du khách nếu thành phố có những chính sách phù hợp [13].

Ở Việt Nam, Jensen và Peppard đã phân tích hoạt động buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè tại Hà Nội [14], trong đó người tham gia buôn bán vừa sống ở thành thị và nông thôn do nhu cầu định cư lâu dài chưa cần thiết đối với họ. Họ di chuyển từ nông thôn ra thành thị để kiếm thêm thu nhập nhưng ngày càng khó khăn bởi số lượng người bán tăng lên và những quy định hạn chế việc buôn bán. Buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè cũng được xem là sinh kế của người dân và góp phần tạo ra nền kinh tế đa dạng cho Hà Nội [15], [16]. Một nghiên cứu về hoạt động buôn bán hàng rong, hàng lưu động của người dân vùng cao thị xã Sapa đã xác định được ba hình thức

buôn bán là bán trực tiếp cho khách du lịch tại thị xã, cấp hàng hóa cho người bán và bán cho khách trekking [17]. Ngoài ra, nghiên cứu này còn phân tích các yếu tố tham gia và chính sách đối với hoạt động buôn bán tại đây.

Như vậy, hoạt động buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè tại Việt Nam đã được các nhà nghiên cứu quan tâm nhưng số lượng và nội dung nghiên cứu còn hạn chế. Trong bối cảnh du lịch phát triển, nhiều tỉnh thành phố đã đặt mục tiêu phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, hoạt động bán hàng rong, hàng vỉa hè không chỉ có giá trị về mặt kinh tế, xã hội mà nó còn góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch, tạo ra hình ảnh điểm đến. Tuy nhiên, mối quan hệ giữa hoạt động buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè đối với du lịch là một khoảng trống nghiên cứu lớn, chưa có công trình nghiên cứu nào về phạm trù này. Chính vì vậy, nghiên cứu nhằm tìm hiểu cảm nhận của du khách về hàng rong, hàng vỉa hè tại Thành phố Hội An, tỉnh Quảng Nam; phần nào phát thảo ra hình ảnh hàng rong, hàng vỉa hè của Hội An trong lòng du khách. Qua đó, định hướng đưa hàng rong, hàng vỉa hè trở thành sản phẩm du lịch đặc trưng của thành phố Hội An gắn với phát triển du lịch bền vững.

2. Phương pháp nghiên cứu

“Hình ảnh hàng rong, hàng vỉa hè” là một phạm trù còn khá mới, trong phạm vi kiến thức và tìm hiểu của tác giả, chưa có nghiên cứu nào thực hiện kể cả quốc tế và trong nước. Do vậy, trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng kết hợp 2 phương pháp là định tính và định lượng.

Phương pháp nghiên cứu định tính nhằm phân tích thực trạng hoạt động buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè tại Hội An. Tác giả thực hiện phỏng vấn sâu du khách nội địa bằng bảng câu hỏi bán cấu trúc để phát thảo sơ bộ những cảm nhận của du khách về hàng rong, hàng vỉa hè tại Hội An. Thời gian khảo sát từ ngày 01/09/2021 đến ngày 20/09/2021. Tổng số mẫu thu về là 76 mẫu, trong đó có 08 mẫu không đạt yêu cầu do nhiều câu hỏi bị bỏ trống; 68 mẫu đạt yêu cầu phân tích (tỷ lệ đạt 89,5%).

Phương pháp nghiên cứu định lượng nhằm phân tích những cảm nhận của du khách về hàng rong, hàng vỉa hè tại Hội An với quy mô mẫu lớn hơn, khả năng đại diện cao hơn. Từ đó, xác định được hình ảnh hàng rong, hàng vỉa hè tại Hội An đối với du khách nội địa. Cuộc khảo sát từ ngày 25/09/2021 đến ngày 25/10/2021. Tổng số mẫu thu về là 347 mẫu, trong đó có 27 mẫu không đạt yêu cầu do nhiều câu hỏi bị bỏ trống; 320 mẫu đạt yêu cầu phân tích (tỷ lệ đạt 92,2%).

Trong bối cảnh du lịch đang chịu tác động của COVID – 19, Hội An chưa đón được khách du lịch nên bảng câu hỏi bán cấu trúc và bảng câu hỏi có cấu trúc đều được thiết kế trên Google Form để khảo sát trực tuyến. Đặc điểm mẫu khảo sát được trình bày ở Bảng 1.

Bảng 1. Đặc điểm mẫu khảo sát

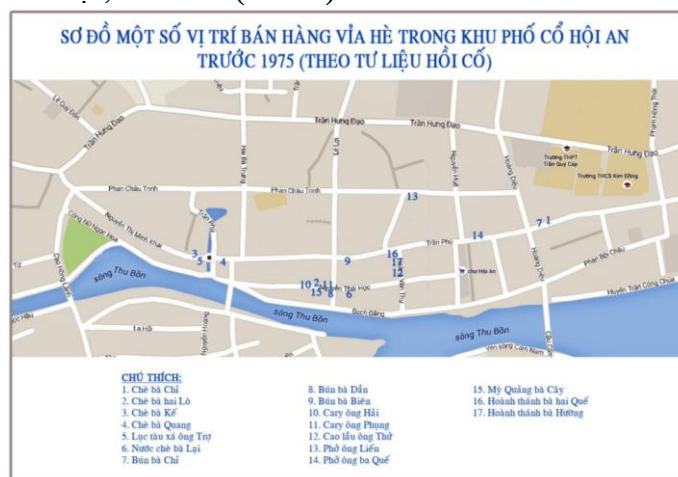
	Đặc điểm	Nghiên cứu định tính		Nghiên cứu định lượng	
		Số lượng	Tỷ lệ %	Số lượng	Tỷ lệ %
Giới tính	Nam	41	60,3	122	38,1
	Nữ	27	39,7	198	61,9
Độ tuổi	Dưới 18 tuổi	15	22,1	46	14,4
	Từ 18 đến 30 tuổi	29	42,6	145	45,3
	Từ 31 đến 55 tuổi	18	26,5	97	30,3
	Trên 55 tuổi	6	8,8	32	10,0
Nơi ở	Miền Bắc	12	17,6	59	18,4
	Miền Trung	31	45,6	186	58,1
	Miền Nam	25	36,8	75	23,4
Số lần đến Hội An	1 lần	26	38,2	182	56,9
	2 đến 3 lần	23	33,8	87	27,2
	Trên 3 lần	19	27,9	51	15,9
Tổng		68	100	320	100

(Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu của tác giả)

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Giới thiệu về hàng rong, hàng via hè tại Hội An

Hàng rong, hàng via hè đã phát triển từ rất lâu tại Hội An. Theo kết quả tham vấn ý kiến từ những người sống lâu năm trong Khu phố cổ [2], trước năm 1975 các mặt hàng rong được bán gồm: bánh kẹo (Bánh ú, bánh vạc, bánh bao, kẹo kéo, kẹo mè, kẹo ú, kẹo đậu phộng), chè, xoa xoa, bánh mỳ, bánh ướt thịt nướng, bò hằm, cháo lòng, hột vịt lộn, hến, mắm dưa, bún tươi...; các mặt hàng via hè gồm: Chè, lục tàu xá, nước chè, bún bò, cary, cao lầu, phở, mỳ quảng, hoành thánh. Một số mặt hàng đã gắn liền với tên tuổi của người bán như kẹo kéo ông Hải, chè bà Kế hay cao lầu ông Thử. Vị trí bán hàng via hè tập trung ở các tuyến đường huyết mạch như Hoàng Văn Thụ, Nguyễn Thái Học, Trần Phú (Hình 1).



Hình 1. Sơ đồ một số vị trí bán hàng via hè trong khu phố cổ Hội An trước 1975
(Nguồn: Ủy ban nhân dân thành phố Hội An, 2016)

Hàng rong, hàng via hè tại Hội An ngày càng phát triển cả về số lượng người bán và chủng loại hàng hóa. Theo khảo sát của Trung tâm Quản lý bảo tồn di sản văn hóa Hội An năm 2016, tại khu vực I phố cổ (thuộc địa bàn 3 phường Minh An, Sơn Phong, Cẩm Phô) có khoảng 130 hộ, cá thể hoạt động buôn bán hàng rong với 76 loại hàng, gồm 41 hàng ăn uống và 35 mặt hàng lưu niệm, đồ dùng [18]. Bên cạnh những mặt tích cực như biểu hiện một phần giá trị văn hóa của Hội An, đáp ứng nhu cầu của người dân và du khách, tạo việc làm và thu nhập cho người dân địa phương thì việc buôn bán hàng rong, hàng via hè cũng gây ảnh hưởng đến trật tự giao thông, mỹ quan đô thị. Đặc biệt là tình trạng chèo kéo khách làm mất hình ảnh du lịch Hội An. Nhận thức được tầm quan trọng của hàng rong, hàng via hè đối với sự phát triển bền vững của du lịch và đời sống người dân cũng như những thực trạng mà thành phố đang gặp phải, năm 2017, thành phố Hội An đã thực hiện bố trí lại hàng rong, hàng via hè theo Đề án Bố trí buôn bán hàng rong, via hè trong khu phố cổ Hội An.

Đến nay, khu vực I phố cổ có 40 điểm với 62 hộ buôn bán những mặt hàng truyền thống gắn bó và góp phần tạo nên nét văn hóa đặc trưng của Hội An. Các điểm bán hàng ở những vị trí công cộng, góc phố, dưới mái hiên nhằm tạo nên những góc nhìn đẹp của văn hóa truyền thống trên các via hè, đường phố Hội An. Ngoài ra, hàng rong, hàng via hè còn được bố trí tại các tuyến đường, khu vực khác đối với những cá nhân, hộ kinh doanh không thuộc diện được bố trí trong khu vực I phố cổ, gồm: Chợ Hội An; khu vực phố đi bộ đường Nguyễn Phúc Chu, chợ đêm Nguyễn Hoàng; khu vực phía Tây cầu Quảng trường – đường Cao Hồng Lãnh (đoạn via hè dọc 2 bờ kênh); khu vực bờ kè Đồng Hiệp. Riêng những mặt hàng mới không phù hợp với truyền thống như chim tre, vật bay phát quang, gây chụp ảnh, tranh 3D, đồ chơi bằng nhựa... đã bị cấm bán trong không gian khu phố cổ.

3.2. Kết quả phỏng vấn sâu

3.2.1. Ấn tượng của du khách về hàng rong, hàng vỉa hè tại Hội An

Sau khi phỏng vấn 68 du khách nội địa đã đến Hội An về ấn tượng của du khách đối với hàng rong, hàng vỉa hè tại Hội An, tác giả thu thập được rất nhiều ý kiến khác nhau. Bằng việc rà soát, phân tích và tổng hợp, các ý kiến được gom thành từng nhóm tương đồng (Bảng 2).

Bảng 2. Ấn tượng về hàng rong, hàng vỉa hè tại Hội An

	Các ấn tượng	Số người đề cập	% số người đề cập
Đồ lưu niệm	Đa dạng	32	47,1
	Độc đáo	27	39,7
	Phù hợp để làm quà	8	11,8
Ẩm thực	Ngon	47	69,1
	Lạ	19	27,9
	Đa dạng	52	76,5
	Bình dị	32	47,1
	Mang nét địa phương	21	30,9
Giá cả	Rẻ	28	41,2
	Phù hợp	32	47,1
Người bán hàng	Thân thiện	36	52,9
	Hiếu khách	25	36,8
	Vui vẻ	23	33,8
	Mang nét riêng của người Quảng Nam	18	26,5

(Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu của tác giả)

Ấn tượng của du khách về hàng rong, hàng vỉa hè tại Hội An tập trung vào 4 khía cạnh là đồ lưu niệm; ẩm thực; giá cả và người bán hàng. Trong đó, ẩm thực được du khách nhắc đến nhiều nhất, sau đó là người bán hàng, đồ lưu niệm và giá cả.

Về ẩm thực: 52/68 người (tương ứng là 76,5%) đề cập đến sự đa dạng trong các loại thức ăn đồ uống; 47/68 người (tương ứng là 69,1%) ấn tượng về thức ăn, đồ uống ngon; 21/68 người (tương ứng là 30,9%) đề cập đến nét địa phương của thức ăn, đồ uống; 19 người (tương ứng là 27,9%) ấn tượng về sự mới lạ của các thức ăn, đồ uống. Thức ăn, đồ uống bán rong, bán vỉa hè tại Hội An lên đến hơn 40 loại từ bánh kẹo, chè, các món ăn vặt, các món ăn đặc sản địa phương... và được bán tại nhiều con phố là lý do khiến du khách ấn tượng về sự đa dạng. Tạp chí du lịch Travel + Leisure đã xếp hạng Hội An là “thành phố tốt nhất thế giới” vào năm 2019 và sự phong phú về ẩm thực là yếu tố thứ hai khiến du khách bị “mê hoặc” khi đến Hội An [19]. Ngoài ra, Hội An là một thương cảng với sự giao thoa của nhiều nơi trên thế giới nên ẩm thực Hội An là sự kết hợp hài hòa tinh hoa từ các nền ẩm thực như Trung Quốc, Nhật Bản, Ấn Độ, các nước phương Tây... Cộng thêm vào đó là bản sắc riêng trong nguyên liệu và cách chế biến tạo cho thức ăn, đồ uống của Hội An có khẩu vị ngon, phù hợp với nhiều người mà vẫn giữ được nét riêng của Hội An.

Về người bán hàng, “thân thiện”, “hiếu khách”, “vui vẻ” và “mang nét riêng của người Quảng Nam” là 4 cụm từ được du khách nhắc đến với số lượng lần lượt là 36, 25, 23 và 18. Những nét đẹp của người Hội An đã được nhiều người đánh giá và nhiều bài báo viết về nó [20]-[22].

Về đồ lưu niệm, 32/68 người (tương ứng là 47,1%) ấn tượng về sự đa dạng; 27/68 người (tương ứng là 39,7%) đề cập đến sự độc đáo và 8/68 người (tương ứng là 11,8%) cho rằng đồ lưu niệm của Hội An phù hợp để làm quà. Hầu hết đồ lưu niệm tại Hội An hiện nay là những sản phẩm thủ công mỹ nghệ truyền thống như đèn lồng, tò he đất, tượng đồng, đồ chạm khắc... với những thiết kế nhỏ gọn nên rất hấp dẫn du khách và được xem như những món quà dành cho bạn bè, người thân sau mỗi chuyến đi.

Về giá cả của thức ăn, đồ uống và đồ lưu niệm, có 60/68 khách đề cập đến, trong đó 28 khách cho rằng giá cả rẻ và 32 khách cho rằng giá cả phù hợp. Thức ăn, đồ uống tại các hàng rong, hàng

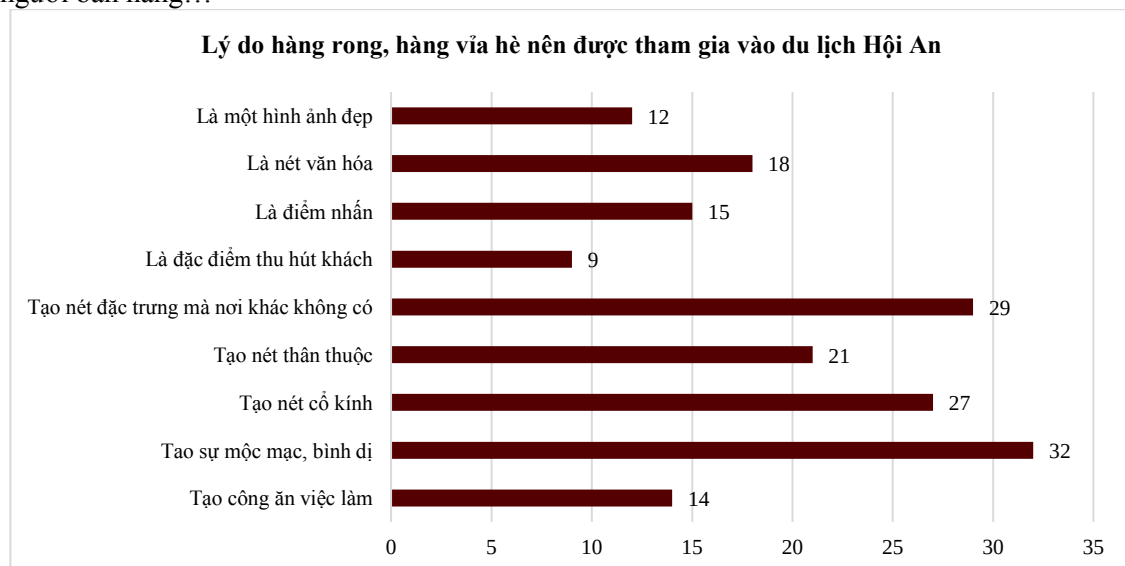
via hè ở Hội An chủ yếu được chế biến đơn giản từ nguyên liệu địa phương. Hơn nữa, Hội An gần như không có hiện tượng chặt chém du khách nên thức ăn, đồ uống ở đây được nhiều du khách đánh giá là “ngon và rẻ”. Đồ lưu niệm thì đa phần được làm thủ công, mức giá dao động từ vài chục nghìn đến vài trăm nghìn nên du khách có thể tùy thích chọn những sản phẩm phù hợp.

Như vậy, ấn tượng của du khách về hàng rong, hàng via hè ở Hội An đã được phát thảo sơ lược qua kết quả phỏng vấn sâu. Những ấn tượng tốt mà du khách đề cập phần nào cho thấy được một hình ảnh hàng rong, hàng via hè đẹp đẽ trong lòng du khách, đặc biệt hơn hết là ấn tượng về “nét địa phương” của ẩm thực, và “nét riêng của người Quảng Nam” của người bán hàng rong, hàng via hè. Những người tham gia phỏng vấn sâu không đề cập đến những mặt tiêu cực của hàng rong, hàng via hè. Đây là một tín hiệu tốt nhưng kết quả này đôi khi do hạn chế về số lượng người tham gia phỏng vấn hoặc do người tham gia phỏng vấn chưa nghĩ đến mặt tiêu cực khi được hỏi. Do đó, bước tiếp theo trong nghiên cứu này sẽ xem xét thêm mặt tiêu cực của hàng rong, hàng via hè ở Hội An để có cái nhìn toàn diện hơn.

3.2.2. Quan điểm về việc phát triển hàng rong, hàng via hè tại Hội An trong du lịch

Theo kết quả phỏng vấn sâu, 100% du khách tham gia phỏng vấn cho rằng hàng rong, hàng via hè nên được tham gia vào hoạt động du lịch tại Hội An. Du khách đề cập đến 09 lý do chính xung quanh 3 khía cạnh (Hình 2). Thứ nhất, liên quan đến hình ảnh của hàng rong, hàng via hè mà du khách cảm nhận được, bao gồm: hình ảnh đẹp, nét văn hóa, điểm nhấn, đặc điểm thu hút khách. Thứ hai, liên quan đến vai trò của hàng rong, hàng via hè đối với du khách tham quan, bao gồm: tạo nét đặc trưng mà nơi khác không có, nét thân thuộc, nét cổ kính, sự mộc mạc, bình dị. Thứ ba là vai trò tạo công ăn việc làm cho người dân địa phương của hàng rong, hàng via hè. Trong số các lý do đưa ra thì “sự mộc mạc, bình dị” và “nét đặc trưng” của hàng rong, hàng via hè được du khách nhắc đến nhiều nhất (32/68 du khách nhắc đến). Như vậy, có thể thấy hình ảnh hàng rong, hàng via hè đã gắn liền với sự cổ kính, hoài niệm của Hội An và là một phần của Hội An trong lòng du khách.

Bên cạnh những quan điểm đồng ý về việc phát triển hàng rong, hàng via hè tại Hội An trong du lịch, du khách còn đưa ra một số gợi ý trong công tác quản lý hàng rong, hàng via hè như: quy hoạch không gian bán hàng, quan tâm đến vệ sinh môi trường, an toàn thực phẩm, hình ảnh của người bán hàng...



Hình 2. Lý do hàng rong, hàng via hè nên được tham gia vào du lịch Hội An

3.3. Hình ảnh về hàng rong, hàng vỉa hè tại Hội An qua cảm nhận của du khách

3.3.1. Những mặt tích cực

Phân theo mặt hàng hàng kinh doanh, hàng rong, hàng vỉa hè ở Hội An có 2 loại là các mặt hàng ăn uống và đồ lưu niệm, đồ dùng. Do đó, tác giả thực hiện khảo sát khách hàng đối với 2 mặt hàng này. Mỗi mặt hàng được khảo sát trên 5 khía cạnh là không gian, sản phẩm, giá cả, con người, cơ sở vật chất. Trong đó, không gian bán, giá cả, con người, cơ sở vật chất có 11 tiêu chí đánh giá và các tiêu chí giống nhau cho cả 2 mặt hàng riêng sản phẩm có 5 tiêu chí nhưng mỗi mặt hàng có đặc điểm riêng nên có 2 tiêu chí đánh giá khác nhau. Cụ thể:

- Về không gian: Sự hợp lý trong bố trí; vệ sinh môi trường.
- Về giá cả: Giá rẻ; giá phù hợp; có nhiều mức giá để lựa chọn.
- Về con người: Sự thân thiện; sự hiếu khách; tính đặc trưng của người Quảng Nam.
- Về cơ sở vật chất: Sự bố trí quầy hàng, công cụ bán; tính thẩm mỹ của quầy hàng; tính đồng bộ với văn hóa Hội An.
- Về sản phẩm: Sự đa dạng; sự độc đáo; tính đặc trưng. Đối với ăn uống còn 2 tiêu chí là sự phù hợp với khẩu vị và vệ sinh an toàn thực phẩm. Đối với đồ lưu niệm, đồ dùng còn 2 tiêu chí là tính thẩm mỹ và sự phù hợp để làm quà.

Thang điểm đánh giá các tiêu chí là 5 điểm (1-Rất không tốt; 2-Không tốt; 3-Bình thường; 4-Tốt; 5-Rất tốt). Kết quả đánh giá của du khách được thể hiện ở Bảng 3. Cụ thể:

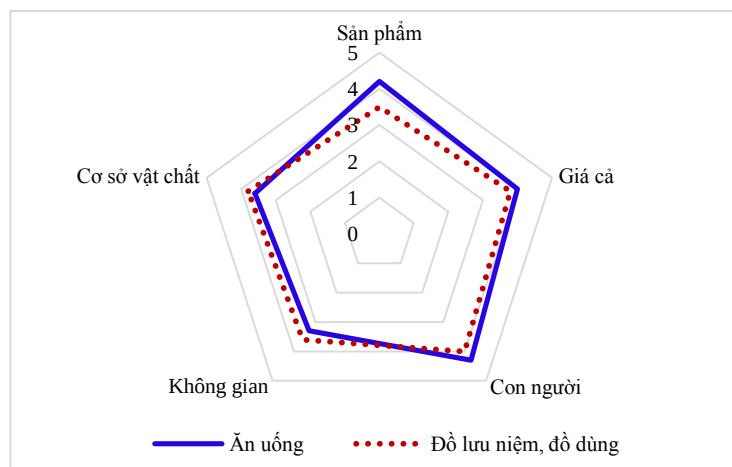
- Mặt hàng ăn uống: Điểm đánh giá trung bình chung là 3,9 điểm. Trong đó, con người, sản phẩm và giá cả có điểm đánh giá rất cao (từ 4,0 trở lên). Ngược lại, cơ sở vật chất và không gian có điểm đánh giá thấp hơn trung bình chung, lần lượt là 3,6 điểm và 3,3 điểm.

- Mặt hàng đồ lưu niệm, đồ dùng: Điểm đánh giá trung bình chung là 3,7 điểm. Trong đó, con người, giá cả và cơ sở vật chất có điểm đánh giá cao hơn trung bình chung (từ 3,8 đến 4,0 điểm). Ngược lại, không gian và sản phẩm có điểm đánh giá thấp hơn trung bình chung, lần lượt là 3,6 điểm và 3,5 điểm.

Bảng 3. Điểm đánh giá hàng rong, hàng vỉa hè tại Hội An

Khía cạnh	Ăn uống	Đồ lưu niệm, đồ dùng
Sản phẩm	4,2	3,5
Giá cả	4,0	3,8
Con người	4,3	4,0
Không gian	3,3	3,6
Cơ sở vật chất	3,6	3,8
Trung bình chung	3,9	3,7

(Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu của tác giả)



Hình 3. Đánh giá về các khía cạnh hàng rong, hàng vỉa hè ở Hội An

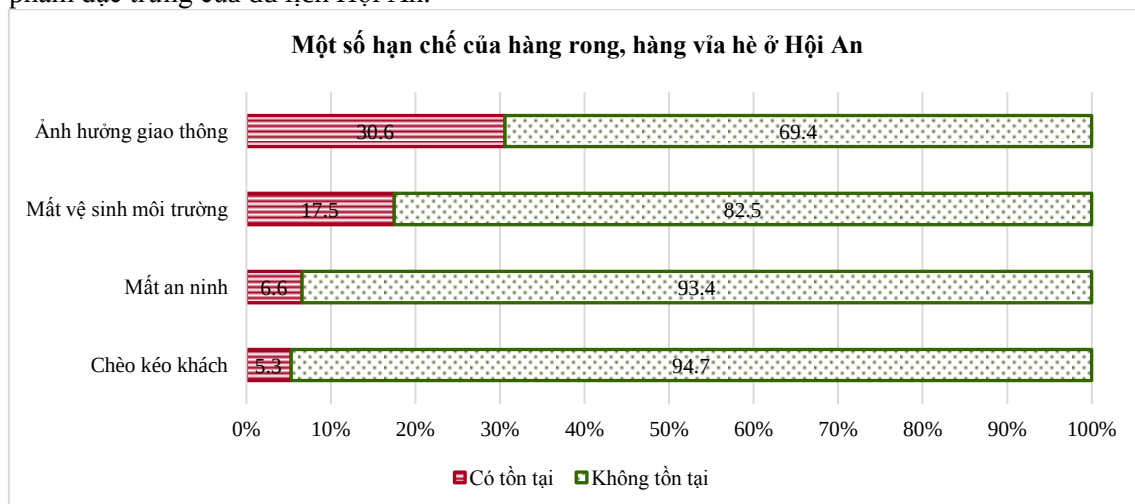
Như vậy, nhìn chung các khía cạnh của hàng rong, hàng vỉa hè ở Hội An đều được đánh giá khá tốt, đặc biệt là con người và giá cả là 2 khía cạnh có điểm đánh giá cao ở cả hai mặt hàng. Tuy nhiên, đối với mặt hàng ăn uống, cơ sở vật chất và không gian chưa được đánh giá cao; đối với mặt hàng lưu niệm, không gian và sản phẩm chưa được đánh giá cao. Nếu so sánh hai mặt hàng với nhau thì điểm đánh giá trung bình chung của mặt hàng ăn uống cao hơn đồ lưu niệm, đồ dùng. Xét từng khía cạnh thì điểm đánh giá con người, sản phẩm, giá cả của mặt hàng ăn uống cao hơn; ngược lại, điểm đánh giá không gian và cơ sở vật chất của mặt hàng đồ dùng, đồ lưu niệm cao hơn (Hình 3).

3.3.2. Những mặt hạn chế

Để có cái nhìn toàn diện hơn về hình ảnh hàng rong, hàng vỉa hè tại Hội An, tác giả khảo sát thêm một số mặt hạn chế, bao gồm: Tình trạng chèo kéo khách, mất vệ sinh môi trường, mất an ninh và ảnh hưởng đến giao thông. Kết quả được thể hiện ở hình 4. Cụ thể:

- 98 khách tương ứng là 30,6% cho rằng hoạt động buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè ở Hội An gây ảnh hưởng đến giao thông;
- 56 khách tương ứng là 17,5% cho rằng hoạt động buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè ở Hội An gây mất vệ sinh môi trường;
- 21 khách tương ứng là 6,6% cho rằng hoạt động buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè ở Hội An gây mất an ninh;
- 17 khách tương ứng là 5,3% cho rằng hoạt động buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè ở Hội An còn diễn ra tình trạng chèo kéo khách.

Như vậy, theo đánh giá của du khách thì những hạn chế của việc buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè ở Hội An không tồn tại nhiều, chủ yếu liên quan đến giao thông và vệ sinh môi trường; tình trạng mất an ninh và chèo kéo khách chỉ còn gặp phải ở một số khách. Tuy nhiên, những hạn chế này cần được giải quyết triệt để nhằm đưa hình ảnh hàng rong, hàng vỉa hè trở thành một sản phẩm đặc trưng của du lịch Hội An.



Hình 4. Một số hạn chế của hàng rong, hàng vỉa hè ở Hội An

4. Kết luận và hàm ý

Thông qua phỏng vấn sâu du khách bằng bảng câu hỏi bán cấu trúc và khảo sát rộng bằng bảng câu hỏi có cấu trúc, một số kết quả chính được tìm ra như sau:

- Người tham gia vào hoạt động buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè tại Hội An được du khách đánh giá rất cao về thái độ đối với du khách.
- Giá cả có thể xem là lợi thế tạo ra sức hấp dẫn của hàng rong, hàng vỉa hè tại Hội An.

- So với đồ lưu niệm, đồ dùng thì ẩm thực tại Hội An đã để lại nhiều ấn tượng hơn trong lòng du khách bởi sự đa dạng, độc đáo và có nét đặc trưng.

- Không gian bán và cơ sở vật chất chưa được du khách đánh giá cao.

- Vẫn còn tồn tại một số hạn chế, trong đó lớn nhất là ảnh hưởng đến giao thông và vệ sinh môi trường.

- Du khách hoàn toàn mong muốn hàng rong, hàng vỉa hè tại Hội An được tham gia vào hoạt động du lịch nhưng cần phải được quản lý tốt hơn.

Trên cơ sở này, tác giả gợi ý một số giải pháp như sau:

Thứ nhất, quy hoạch không gian bán hàng rong, hàng vỉa hè phù hợp với quan điểm là nhằm bảo tồn một hoạt động kinh tế - văn hóa truyền thống, tôn vinh vẻ đẹp phố cổ; đảm bảo an toàn giao thông, môi trường văn hóa và tạo thành một sản phẩm du lịch độc đáo của Khu phố cổ Hội An.

Thứ hai, khuyến khích những gánh hàng rong, hàng vỉa hè buôn bán những mặt hàng truyền thống gắn bó và góp phần tạo nên nét văn hóa đặc trưng của Hội An. Ngược lại, hạn chế những mặt hàng không phù hợp như: chim tre, vật bay phát quang, gây chụp ảnh, tranh 3D, đồ chơi bằng nhựa... Bên cạnh đó, cần nghiên cứu và phát triển những mặt hàng đồ lưu niệm, đồ dùng vừa mang tính đặc trưng của Hội An và vừa phù hợp với thị hiếu của du khách. Hàng hóa cũng cần niêm yết giá rõ ràng và bán đúng với giá niêm yết.

Thứ ba, người tham gia vào hoạt động buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè cần được tập huấn để nhận thức được vai trò “đại sứ hình ảnh” của họ cũng như có được những kỹ năng cần thiết trong hoạt động buôn bán; nên thống nhất về trang phục để tạo ra sự đồng bộ và phù hợp với không gian phố cổ.

Thứ tư, cần có những quy định cụ thể về cơ sở vật chất tham gia vào hoạt động buôn bán hàng rong, hàng vỉa hè để đảm bảo tính thẩm mỹ, đồng bộ; ưu tiên sử dụng những vật liệu thân thiện với môi trường và mang tính truyền thống.

Thứ năm, cần có những quy định về vệ sinh môi trường, đặc biệt đối với mặt hàng ăn uống. Chẳng hạn như không được vứt, xả rác thải xuống lòng, lề đường, lòng sông; bắt buộc phải có giỏ rác, khu vực đựng rác phù hợp ...

TÀI LIỆU THAM KHẢO/ REFERENCES

- [1] N. N. N. Bui, “Street vending in Hai Chau district – Actual situation and solutions,” (in Vietnamese), 2018. [Online]. Available: <http://detai.dastic.vn/files/hosodts/458/458-129-9-SUPP.pdf>. [Accessed Sept. 25, 2021].
- [2] Hoi An People's Committee, “Scheme of arrangement of street vending in Hoi An ancient town,” (in Vietnamese), 2016. [Online]. Available: <https://hoianheritage.net/vi/laws/detail/Quyết-dinh-phe-duyet-De-an-bo-tri-buon-ban-hang-rong-via-he-trong-khu-pho-co-Hoi-An-8.html>. [Accessed Sept. 25, 2021].
- [3] C. A. Bernal-Torres, M. C. Peralta-Gómez, and Ulf Thoene, “Street vendors in Bogotá, Colombia, and their meanings of informal work,” *Cogent Psychology*, vol. 7, no. 1, pp. 1-14, 2020.
- [4] A. K. Mazhambe, “Assessment of contribution of street vending on Zimbabwe economy: A case of street vendors in Harare CBD,” *IOSR Journal of Business and Management*, vol. 19, no. 9, pp. 91-100, 2017.
- [5] K. Bhattarai and B. Pathak, “Street vending, income generation and poverty implication: The case of the Kathmandu Valley, Nepal,” *Quest Journal of Management and Social Sciences*, vol. 2, no. 2, pp. 194-205, 2020.
- [6] R. Ehrenfeucht, “Designing Fair and Effective Street Vending Policy,” *Contesting the Streets*, vol. 18, no. 1, pp. 11-26, 2016.
- [7] S. Roever and C. Skinner, “Street vendors and cities,” *Environment and Urbanization*, vol. 28, no. 2, pp. 359-374, 2016.
- [8] H. Sarmiento, “The Spatial Politics of Street Vending in Los Angeles,” *UCLA: Institute for Research on Labor and Employment*, 2015. [Online]. Available: <https://escholarship.org/uc/item/5xp2f832>. [Accessed Sept. 25, 2021].
- [9] Q. Batréau and F. Bonnet, “Managed informality. Regulating street vendors in Bangkok,” *City and Community*, vol. 15, no. 1, pp. 29-43, 2015.

-
- [10] S. K. Bhowmik, "National Policy for Street Vendors," *Economic and Political Weekly*, vol. 38, no. 6, pp. 1543-1546, 2003.
- [11] D. Privitera and F. S. Nesci, "Globalization vs. local. The role of street food in the urban food system," *Procedia Economics and Finance*, vol. 22, pp. 716-722, 2015.
- [12] M. K. Balarabe, A. I. Shema, and M. Ahmad, "Economic Diversification and the Urban Image; Changing the Narrative on Street Vending," *Journal of contemporary Urban Affairs*, vol. 3, no. 1, pp. 52-61, 2019.
- [13] S. Azizah, "Study of street vendors arrangement in the big city as the tourism potential of the city case study: The street vendor arrangement in Bandung and Solo, Indonesia," *International Journal of advance research*, vol. 6, no. 10, pp. 1440-1445, 2018.
- [14] R. Jensen and D. M. Peppard, "Hanoi's Informal Sector and the Vietnamese Economy: A Case Study of Roving Street Vendors," *Journal of Asian and African Studies*, vol. 38, no. 1, pp. 71-84, 2003.
- [15] S. Turner and L. Schoenberger, "Street Vendor Livelihoods and Everyday Politics in Hanoi, Vietnam," *Urban Studies*, vol. 49, no. 5, pp. 1027-1044, 2011.
- [16] V. D. Truong, "Tourism, poverty alleviation, and the informal economy: the street vendors of Hanoi, Vietnam, Tourism," *Recreation Research*, vol. 43, no. 1, pp. 52-67, 2018.
- [17] S. Turner and N. Oswin, "Itinerant livelihoods: Street vending-scapes and the politics of mobility in upland socialist Vietnam," *Singapore Journal of Tropical Geography*, vol. 36, no. 3, pp. 394-410, 2015.
- [18] V. Loc, "Hoi An arranges street vending in the old town: Creating a civilized street space," (in Vietnamese), 2016. [Online]. Available: <http://hoian.gov.vn/CMSPages/BaiViet/Default.aspx?IDBaiViet=15469>. [Accessed Sept. 25, 2021].
- [19] P. Dang, "Hoi An leads the ranking of the best cities in the world in 2019," (in Vietnamese), 2019. [Online]. Available: <https://baohatinh.vn/du-lich/hoi-an-dan-dau-bang-xep-hang-thanh-pho-tot-nhat-the-gioi-nam-2019/175687.htm>. [Accessed Sept. 25, 2021].
- [20] M. Cuong, "Hoi An is idyllic through the street vendors of mothers and sisters," (in Vietnamese), 2019. [Online]. Available: <https://thanhnien.vn/pho-co-hoi-an-binh-di-qua-nhung-ganh-hang-rong-cua-cac-me-cac-chi-post841723.html>. [Accessed Sept. 25, 2021].
- [21] H. T. Doan, "Hoi An - a safe and friendly destination with international tourists," (in Vietnamese), 2019. [Online]. Available: <https://baotintuc.vn/du-lich/hoi-an-diem-den-an-toan-than-thien-trong-long-ban-be-quoc-te-20190228093539342.htm>. [Accessed Sept. 25, 2021].
- [22] K. Dung, "Hoi An and the interesting feelings of Hanoi girls when coming here," (in Vietnamese), 2018. [Online]. Available: <http://quangnam.tintuc.vn/du-lich/hoi-an-va-nhung-cam-nhan-thu-vi-co-1-0-2-cua-co-nang-ha-noi-khi-duoc-dat-chan-den-day.html>. [Accessed Sept. 25, 2021].