



**TẠP CHÍ KHOA HỌC**  
**PHÁT TRIỂN**  
**NHÂN LỰC**

SCIENTIFIC JOURNAL OF  
**HUMAN RESOURCE**  
**DEVELOPMENT**

HOCHIMINH CITY CADRE ACADEMY

**04**<sub>(18)</sub>

**2024**

**Tổng biên tập**

TS. Đoàn Nguyễn Thùy Trang

**Hội đồng biên tập**

PGS.TS. Nguyễn Tấn Phát

(Chủ tịch)

PGS.TS. Nguyễn Văn Y

(Phó Chủ tịch)

TS. Bùi Thị Ngọc Trang

(Phó Chủ tịch)

PGS.TS. Nguyễn Duy Bắc

PGS.TS. Nguyễn Minh Tuấn

PGS.TS. Vũ Tinh

PGS.TS. Vũ Thanh Sơn

PGS.TS. Trần Hoàng Ngân

TS. Bùi Ngọc Hiến

TS. Phan Hải Hồ

TS. Trần Thị Hà Vân

TS. Lê Thị Hồng Hà

TS. Phạm Ngọc Lợi

TS. Trần Tuấn Duy

TS. Đoàn Nguyễn Thùy Trang

TS. Lê Thị Trúc Anh

**Giấy phép xuất bản**

SỐ 551/GP-BTTTT do

Bộ Thông tin và Truyền thông

cấp ngày 26/11/2020, khổ 19 x 27cm

In tại Công ty TNHH Thiết Kế In Ấn

Phạm Hiến (57 Đường 35,

P. Bình Trưng Tây, TP. Thủ Đức)

**MỤC LỤC****PGS.TS. Nguyễn Văn Y**

Đào tạo đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức đáp ứng yêu cầu phát triển Thành phố Hồ Chí Minh trong bối cảnh hiện nay .....5

**TS. Nguyễn Thị Toàn Thắng**

Hỗ trợ chuyên biệt cho người khuyết tật ở Australia - một tiếp cận hỗ trợ cho người khuyết tật tại Việt Nam ..... 13

**TS. Võ Thanh Tuyền, ThS. Tạ Thị Lan Khanh, CN. Trần Đăng Khoa**

Tác động của chính sách thu phí sử dụng vỉa hè đến sinh kế của người bán hàng: nghiên cứu trường hợp Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh .....32

**TS. Đinh Công Khải, ThS. Dương Ngọc Châu**

Nghiên cứu tác động của vốn xã hội đến sự thành công của dự án nhà ở xã hội tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu .....55

**ThS. BS. Huỳnh Tấn Phi, BS CKII. Nguyễn Thành Tâm, BS CKII. Lê Thanh Vân,****BS CKII. Nguyễn Tô Bảo Hoàng**

Các yếu tố ảnh hưởng đến sự cam kết tình cảm của nhân viên y tế tại Bệnh viện Quận 1 .....72

**ThS. Nguyễn Thị Thanh Thủy**

Công tác tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật cho đồng bào dân tộc thiểu số di cư tự do trên địa bàn tỉnh Đắk Nông .....95

**ThS. Lê Thanh Hòa**

Phát huy vai trò của giáo dục đạo đức, lối sống cho thanh niên đối với phát triển nguồn nhân lực ở Thành phố Hồ Chí Minh ..... 106

# SCIENTIFIC JOURNAL OF HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT

p-ISSN 3030-4288

No.04 (18) 2024

DECEMBER/2024

Head office: 324 Chu Van An St., W.12,  
Binh Thanh Dist, Ho Chi Minh City  
Tel: 0907 232 931  
Email: tapchi@hcmca.edu.vn

## Editor - In - Chief

PhD. Doan Nguyen Thuy Trang

## Editorial Council

Assoc.Prof.PhD. Nguyen Tan Phat  
(Chairman)

Assoc.Prof.PhD. Nguyen Van Y  
(Vice chairman)

PhD. Bui Thi Ngoc Trang  
(Vice chairman)

Assoc.Prof.PhD. Nguyen Duy Bac

Assoc.Prof.PhD. Nguyen Minh Tuan

Assoc.Prof.PhD. Vu Tinh

Assoc.Prof. PhD. Vu Thanh Son

Assoc.Prof.PhD. Tran Hoang Ngan

PhD. Bui Ngoc Hien

PhD. Phan Hai Ho

PhD. Tran Thi Ha Van

PhD. Le Thi Hong Ha

PhD. Pham Ngoc Loi

PhD. Tran Tuan Duy

PhD. Doan Nguyen Thuy Trang

PhD. Le Thi Truc Anh

## Issue license

No 551/GP - BTTTT, issued  
on 26 November 2020

by Ministry of Information and Media

Printed at:

Pham Hien Printing Design Co., Ltd  
(57 street 35, ward Binh Trung Tay,  
Thu Duc city)

## CONTENTS

### **Assoc.Prof.PhD. Nguyen Van Y**

Training a contingent of cadres, civil servants and public employees to meet the development requirements of Ho Chi Minh City in the current context .....5

### **PhD. Nguyen Thi Toan Thang**

Specialized support for people with disabilities in Australia - a support approach for those with disabilities in Vietnam .....13

### **PhD. Vo Thanh Tuyen, MA. Ta Thi Lan Khanh, Tran Dang Khoa**

The impact of the fee policy for temporary use of sidewalks on the livelihood of vendors: a case study of District 1, Ho Chi Minh City .....32

### **PhD. Dinh Cong Khai, MA. Duong Ngoc Chau**

Studying the impact of social capital on the success of social housing projects in Ba Ria - Vung Tau province .....55

### **MA. Huynh Tan Phi, MD SPC II. Nguyen Thanh Tam, MD SPC II. Le Thanh Van, MD SPC II. Nguyen To Bao Hoang**

Factors affecting emotional commitment of medical staff at District 1 hospital .....72

### **MA. Nguyen Thi Thanh Thuy**

Propagandizing, disseminating and educating the law for freely-migrating ethnic minorities in Dak Nong province .....95

### **MA. Le Thanh Hoa**

Promoting the role of educating the youth about ethics and lifestyles in human resource development in Ho Chi Minh City .....106

Price: 150.000 VND

# TÁC ĐỘNG CỦA CHÍNH SÁCH THU PHÍ SỬ DỤNG VÍA HÈ ĐẾN SINH KẾ CỦA NGƯỜI BÁN HÀNG: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP QUẬN 1, THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Ngày nhận bài: 27/10/2024; ngày nhận lại bài: 06/11/2024; ngày duyệt đăng: 12/12/2024

VÕ THANH TUYẾN<sup>(\*)</sup>, TẠ THỊ LAN KHANH<sup>(\*\*)</sup>, TRẦN ĐĂNG KHOA<sup>(\*\*\*)</sup>

## TÓM TẮT

Vía hè (hè phố) Sài Gòn - Thành phố Hồ Chí Minh từ lâu đã là nơi diễn ra các hoạt động kinh tế, xã hội và văn hóa, nhưng tình trạng lấn chiếm vỉa hè gây mất trật tự đã trở thành vấn đề cấp thiết. Để quản lý hiệu quả hơn, Thành phố Hồ Chí Minh ban hành Quyết định 32/2023/QĐ-UBND ngày 26 tháng 7 năm 2023 quy định về quản lý và sử dụng tạm thời một phần lòng đường, hè phố trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh. Nghiên cứu đánh giá tác động của bối cảnh chính sách từ khi Quyết định 32/2023/QĐ-UBND có hiệu lực đến sinh kế người bán hàng. Bằng phương pháp nghiên cứu định lượng và định tính, gồm phân tích dữ liệu thứ cấp, thu thập dữ liệu sơ cấp từ quan sát, phỏng vấn, điều tra bảng hỏi 160 người bán hàng cố định và di động, nghiên cứu áp dụng Khung sinh kế bền vững (SLF) để đánh giá các thay đổi. Kết quả cho thấy, mặc dù chính sách góp phần vào quản lý đô thị và tăng nguồn thu, nhưng cũng tạo ra những thách thức cho người bán hàng, đặc biệt là các nhóm phi chính thức. Từ đó, nghiên cứu cung cấp những thông tin hữu ích cho các nhà hoạch định chính sách nhằm cải thiện cơ hội kinh tế cho nhiều tầng lớp thị dân.

**Từ khóa:** người bán hàng cố định, người bán hàng di động, khung sinh kế bền vững, chính sách thu phí vỉa hè.

## ABSTRACT

Sidewalks in Saigon - Ho Chi Minh City have long been spaces for economic, social, and cultural activities. However, the issue of rampant sidewalk encroachment and chaos has become an increasingly urgent one. To put this issue right more effectively, Ho Chi Minh City issued Decision No. 32/2023/QĐ-UBND on July 26, 2023, establishing regulations for the temporary management and use of parts of roads and sidewalks in the City. This study evaluates the policy impacts on vendors' livelihoods since the enforcement of Decision No. 32/2023/QĐ-UBND. Using both quantitative and qualitative research

(\*) Tiến sĩ, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, vothanhtuyen@hcmussh.edu.vn

(\*\*) Thạc sĩ, Học viện Cán bộ Thành phố Hồ Chí Minh

(\*\*\*) Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

*methods - including secondary data analysis, primary data collection from observations, interviews, and surveys of 160 fixed and mobile vendors - the study applies the Sustainable Livelihoods Framework (SLF) to assess these changes. The results indicate that while the policy has contributed to urban management and an increase in revenue source, it has saddled the vendors with challenges, particularly vendors in the non-official sectors. These findings provide valuable insights for policymakers to seek ways to improve economic opportunities for urban populace from all walks of life.*

**Keywords:** *fixed vendors, mobile vendors, sustainable Livelihoods Framework (SLF), sidewalk usage fee policy.*

## 1. Giới thiệu

Via hè không chỉ là một phần của hạ tầng giao thông đô thị. Đây còn là không gian công cộng quan trọng cho các hoạt động kinh tế, xã hội và văn hóa (Annette Miae Kim, 2015). Tại Thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM), via hè đã trở thành một tài sản đô thị quý giá, không chỉ phục vụ nhu cầu di chuyển của người dân mà còn đóng vai trò là nơi mưu sinh cho một bộ phận cư dân, đặc biệt là những người bán hàng rong (Thu, N. T. H., 2020; Bích, P. H. N., 2019; Hiền, L. T. N., 2012). Nhiều người trong số họ thuộc nhóm cư dân có thu nhập thấp hoặc là người di cư, nhóm này thường không nằm trong các thiết chế quản lý chính thức và gặp nhiều khó khăn về sinh kế khi phải đối mặt với các quy định cấm buôn bán trên via hè (Tú, V. H. & Trang, N. T., 2014).

Tại nhiều thành phố lớn trên thế giới, trong đó có TP.HCM, nhu cầu sử dụng via hè cho mục đích kinh tế và xã hội ngày càng tăng, đặc biệt trong bối cảnh đô thị hóa nhanh chóng. Bên cạnh đó, tình trạng lấn chiếm via hè và mất trật tự giao thông, mỹ quan đô thị đã trở thành vấn đề cần giải quyết. Trước tình hình cầu - cung sử dụng via hè không cân đối, Ủy ban nhân dân TP.HCM đã ban hành Quyết định số 32/2023/QĐ-UBND quy định về quản lý và sử dụng tạm thời một phần lòng đường, hè phố trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh nhằm điều tiết và quản lý không gian công cộng một cách hiệu quả hơn. Chính sách này không chỉ nhằm duy trì trật tự đô thị mà còn tạo ra nguồn thu cho ngân sách nhà nước, tạo cơ hội cho người dân đăng ký sử dụng một phần lòng đường, hè phố cho nhiều mục đích khác nhau. Nghiên cứu này tập trung vào đánh giá tác động của chính sách thu phí via hè tại Quận 1 đến sinh kế của các nhóm người bán hàng cố định và di động, từ đó đưa ra các giải pháp nhằm cân bằng giữa phát triển kinh tế, đảm bảo mỹ quan đô thị và đời sống sinh kế bền vững cho người dân sử dụng via hè làm nơi buôn bán.

## 2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định lượng và định tính, với các công cụ điều tra bảng hỏi, phỏng vấn, tổng hợp và phân tích tài liệu sẵn có. Cụ thể:

Nghiên cứu sử dụng dữ liệu sơ cấp từ kết quả quan sát tham dự, phỏng vấn và điều tra

160 bảng hỏi đối với người bán hàng cố định và di động đang hoạt động 11 tuyến đường thí điểm thu phí sử dụng một phần lòng đường, hè phố trên địa bàn Quận 1, TP.HCM. Công cụ bảng hỏi được thiết kế với các câu hỏi đóng, mở kết hợp đáp ứng nhu cầu của nghiên cứu. Đối với mục tiêu đánh giá vốn sinh kế của người bán hàng cố định và di động, nghiên cứu tham khảo khung Sinh kế bền vững (Sustainable Livelihoods Framework - SLF) của Bộ Phát triển Quốc tế Anh - DFID để thiết kế khung phân tích. Trong trường hợp này, đối tượng nghiên cứu bao gồm người bán hàng rong - nhóm kinh tế phi chính thức vốn khó khăn trong việc thống kê đầy đủ. Vì vậy, phương pháp chọn mẫu phi xác suất (non-probability sampling), cụ thể là chọn mẫu thuận tiện (convenience sampling) được ứng dụng trong quá trình thu thập dữ liệu sơ cấp. Ngoài ra, để kiểm chứng sự khác biệt vốn sinh kế của nhóm bán hàng cố định và di động, người nghiên cứu chủ đích khảo sát để có số mẫu định mức 80 mỗi đối tượng. Quá trình thu thập dữ liệu sơ cấp được thực hiện từ 01/8/2024 đến 15/10/2024.

Đồng thời, nghiên cứu còn sử dụng các dữ liệu thứ cấp gồm các bài báo, luận án, luận văn, thống kê, chính sách được ban hành liên quan đến chủ đề sinh kế đô thị, kinh tế vỉa hè, không gian công cộng, chính sách công. Các dữ liệu này được thu thập từ các cơ quan chính phủ, tạp chí học thuật, và các báo cáo tổ chức xã hội tại Việt Nam, quốc tế.

Các dữ liệu thu thập được xử lý và phân tích bằng phương pháp phân tích nội dung (content analysis) và thống kê mô tả (descriptive statistics) có sự hỗ trợ của phần mềm SPSS 28 để xác định tác động chính sách đến các yếu tố sinh kế của người bán hàng cố định và di động tại Quận 1.

### **3. Cơ sở lý luận và thực tiễn chính sách thu phí vỉa hè tại Quận 1, TP.HCM**

#### **3.1. Kinh tế vỉa hè**

Thuật ngữ “Kinh tế vỉa hè” (street economy) thường được hiểu là các hoạt động kinh tế như trao đổi hàng hóa và cung cấp dịch vụ diễn ra trên vỉa hè, bao gồm kinh tế chính thức và kinh tế phi chính thức (Genç, K.Y., 2020). Hiện nay, kinh tế vỉa hè tại TP.HCM bao gồm cả các hoạt động phi chính thức và một số hoạt động đã được quy định về khả năng hoạt động của thương nhân, nhờ vào các chính sách sử dụng tạm thời một phần lòng đường, vỉa hè, chẳng hạn như Quyết định số 32/2023/QĐ-UBND, cho phép thu phí sử dụng vỉa hè và lòng đường. Quy định này tạo tiền lệ cho phép các thương nhân sử dụng tạm thời một phần vỉa hè và lòng đường để mở rộng hoạt động kinh doanh.

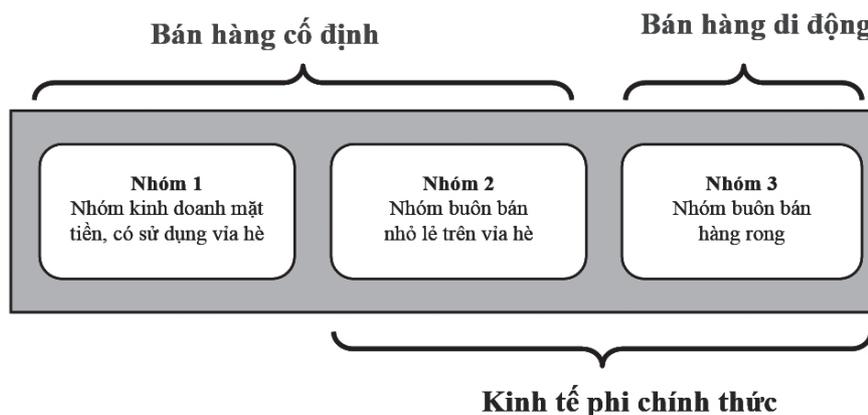
Tại Việt Nam, các hoạt động kinh tế trên vỉa hè có thể được chia thành ba nhóm chính (Nguyệt, B. N. N., 2018):

- **Nhóm kinh doanh mặt tiền có sử dụng vỉa hè:** Những cá nhân hoặc tổ chức có giấy phép kinh doanh và đăng ký sử dụng một phần vỉa hè để mở rộng hoạt động kinh doanh.

- **Nhóm buôn bán hàng hóa nhỏ lẻ trên vỉa hè:** Nhóm này không sở hữu hoặc thuê mặt bằng cố định, nhưng sử dụng vỉa hè để kinh doanh mà không có giấy phép hợp lệ

cho mục đích sử dụng vỉa hè.

- **Nhóm bán hàng di động (buôn bán hàng rong):** Các hoạt động bán hàng không có địa điểm cố định, không đăng ký kinh doanh và không đăng ký sử dụng vỉa hè chính thức.



**Hình 1. Mô hình hoá các nhóm đối tượng có hoạt động kinh doanh trên vỉa hè**

(Nguồn: Trần Đăng Khoa, 2024)

Trong hơn 5 thập kỷ qua, dân số Thành phố Hồ Chí Minh đã tăng nhanh chóng, từ 3 triệu người vào tháng 4/1975 lên gần 9 triệu người vào năm 2023 theo thống kê chính thức (Kim Ngân, 2024). Sự gia tăng dân số này đã đặt ra nhiều thách thức cho chính quyền thành phố, không chỉ trong việc quản lý hạ tầng đô thị mà còn trong bảo tồn và phát triển các giá trị văn hóa, phong tục tập quán, và đời sống của các nhóm dân cư khác nhau. Một trong những thách thức đó là quản lý vỉa hè, nơi thường xuyên bị chiếm dụng bởi các hoạt động kinh doanh tự phát, gây ra tình trạng lấn chiếm lòng đường, gia tăng lượng rác thải và làm mất mỹ quan đô thị. Trên thực tế, các hoạt động kinh doanh trên vỉa hè đáp ứng nhu cầu của một bộ phận lớn dân cư thành thị, những người ưa chuộng sự thuận tiện, nhanh chóng và giá cả phải chăng khi mua sắm các sản phẩm ven đường. Những hình thức kinh doanh này thậm chí đã hình thành nên các quán cóc, chợ cóc từ thời kỳ sau năm 1975 (Hoài. T, n.d). Sự đa dạng văn hóa và lối ứng xử của cư dân đã góp phần làm phong phú thêm giá trị văn hóa đô thị. Lịch sử lâu đời của các hoạt động kinh tế trên vỉa hè đòi hỏi một quá trình tái thiết xã hội quy mô lớn để thay đổi, thích nghi để vừa đảm bảo gìn giữ các giá trị văn hoá đặc trưng của đô thị Sài Gòn - TP.HCM, vừa đảm bảo trật tự mỹ quan của thành phố hiện đại.

### 3.2. Lý thuyết về không gian công cộng và sinh kế đô thị

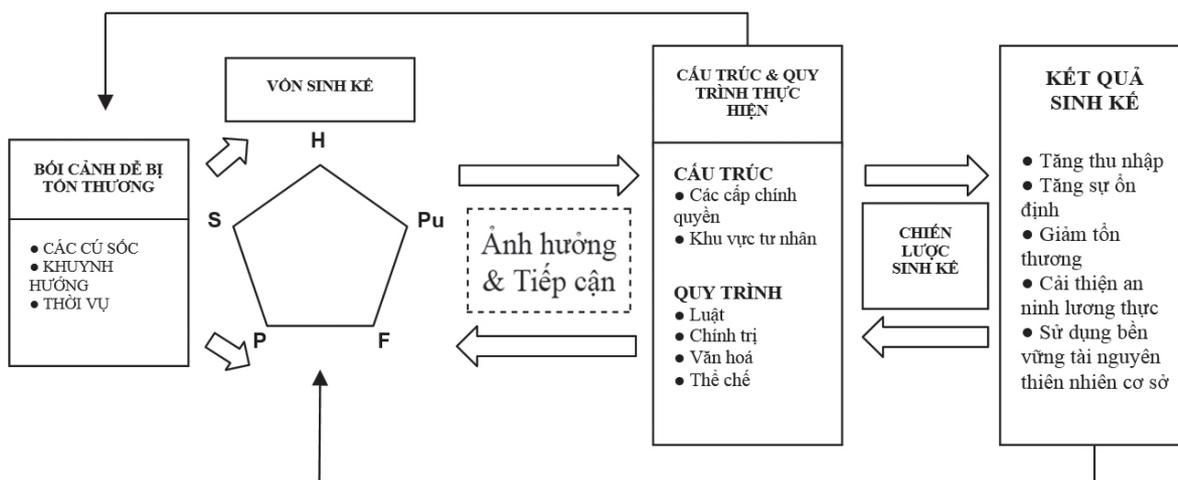
Không gian công cộng được định nghĩa là không gian chung, nơi mọi người có quyền tự do đến và đi, tự do hoạt động để đáp ứng các nhu cầu cá nhân. Không gian công cộng bao gồm cả những khu vực ngoài trời như đường phố, công viên, khu giải trí, quảng trường, vỉa hè, và các không gian trong nhà thuộc sở hữu tư nhân như ga tàu, tàu điện

ngầm, sân bay, bãi đậu xe, và trung tâm mua sắm (Carmona, M., Heath, T., Oc, T., & Tiesdell, S., 2003; Tuyền, V. T., 2023). Trong nghiên cứu này, chúng tôi chỉ tập trung phân tích không gian công cộng vỉa hè - nơi thực hiện nhiều chức năng như lưu thông cho người đi bộ, hạ tầng kỹ thuật và cây xanh nhằm tạo nên mỹ quan đô thị. Đồng thời, vỉa hè cũng trở thành không gian cho các hoạt động như gặp gỡ, trò chuyện, mua bán hàng hóa và thậm chí tổ chức các sự kiện văn hóa, giải trí.

Nhà nghiên cứu quốc tế Annette M. Kim đánh giá vỉa hè TP.HCM là “không gian công cộng quan trọng nhất”, nơi mọi người có thể sử dụng và tương tác hàng ngày. Tác giả còn nhận định rằng vỉa hè tại đây là nơi truyền tải câu chuyện về con người, vừa thể hiện sự mạnh mẽ vừa chứa đựng lòng nhân ái (Kim, A. M., 2020).

Vỉa hè, một phần quan trọng của không gian công cộng, không chỉ phục vụ mục đích giao thông mà còn đóng vai trò thiết yếu trong sinh kế của người dân thành thị, đặc biệt là tại Quận 1 - nơi có đông dân cư và du khách. Vỉa hè tạo điều kiện cho các hoạt động kinh tế phi chính thức như buôn bán nhỏ lẻ, dịch vụ ăn uống và các hình thức kinh doanh linh hoạt khác, góp phần đáng kể vào thu nhập của các nhóm dân cư. Tuy nhiên, việc sử dụng vỉa hè cho mục đích kinh tế chịu tác động từ nhiều yếu tố, bao gồm chính sách quản lý đô thị, khả năng tài chính của người kinh doanh và nhu cầu về không gian công cộng của người đi bộ. Các chính sách như Quyết định 32/2023/QĐ-UBND của Ủy ban nhân dân TP.HCM, với các quy định về thu phí và sử dụng vỉa hè, đã tạo ra những thách thức lớn đối với người bán hàng rong, vì họ thường không có đủ khả năng để đáp ứng các yêu cầu pháp lý và có nguy cơ mất đi không gian buôn bán.

Trong bối cảnh này, Khung sinh kế bền vững (Sustainable Livelihoods Framework - SLF) của Bộ Phát triển Quốc tế Anh (DFID) là một phương pháp tiếp cận toàn diện để phân tích sinh kế của người bán hàng rong trên vỉa hè. Khung SLF nhấn mạnh sự tương tác giữa các nguồn vốn sinh kế, bao gồm vốn nhân lực (H), vốn vật chất (P), vốn xã hội (S), và vốn tự nhiên (N). Tuy nhiên, phương pháp này ban đầu được phát triển để áp dụng cho các cộng đồng nông thôn (May, C., & cộng sự, 2009). Các chương trình của Oxfam GB khi áp dụng mô hình này tại Anh đã nhận thấy sự không phù hợp và điều chỉnh từ “vốn tự nhiên” thành “vốn công” (Pu), để ghi nhận sự đóng góp quan trọng của các dịch vụ công và phúc lợi xã hội đối với sinh kế (May, C., & cộng sự, 2009). Khung SLF cung cấp một cách tiếp cận hệ thống để đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến sinh kế, đồng thời đề xuất các chiến lược giúp đảm bảo tính bền vững trong bối cảnh chính sách đô thị thay đổi.



Vốn con người (H): các kỹ năng, kiến thức, khả năng lao động và sức khỏe tốt đóng vai trò quan trọng trong việc theo đuổi các chiến lược sinh kế khác nhau;  
 Vốn vật chất (P): cơ sở hạ tầng cơ bản (giao thông, nơi trú ẩn, nước, năng lượng và thông tin liên lạc) và thiết bị sản xuất và phương tiện giúp con người có thể theo đuổi sinh kế;  
 Vốn xã hội (S): các nguồn lực xã hội (mạng lưới, tư cách thành viên nhóm, mối quan hệ tin cậy, khả năng tiếp cận các thể chế rộng lớn hơn của xã hội) mà mọi người dựa vào để theo đuổi sinh kế;  
 Vốn tài chính (F): các nguồn tài chính mà mọi người có thể tiếp cận (có thể là tiền tiết kiệm, nguồn tín dụng hoặc kiều hối thường xuyên hoặc lương hưu) và cung cấp cho họ các lựa chọn sinh kế khác nhau;  
 Vốn công cộng (Pu): các dịch vụ công và phúc lợi xã hội mang lại cho sinh kế.

**Hình 2. Khung sinh kế bền vững của DFID**

(Nguồn: Carney, 1998).

**3.3. Mô hình nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu**

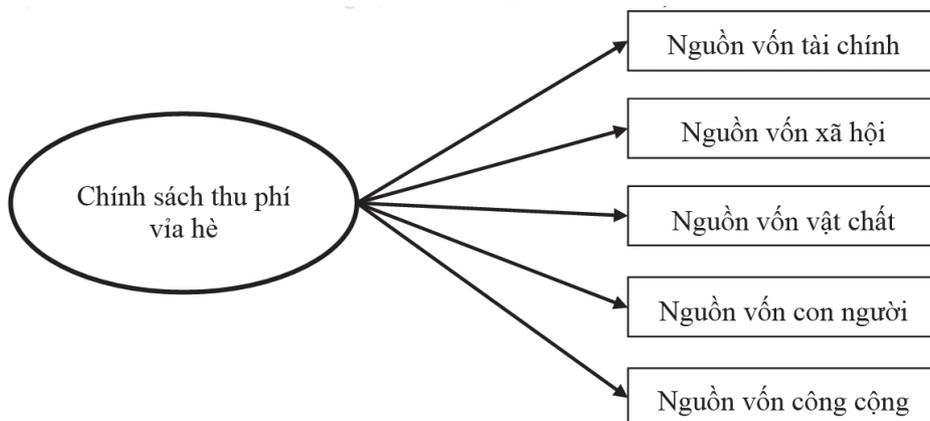
Để xây dựng mô hình nghiên cứu sinh kế bền vững cho người bán hàng cố định và di động trên vỉa hè tại Quận 1, TP.HCM, nghiên cứu này dựa trên lý thuyết sinh kế bền vững của Chambers và Conway (1992) và phương pháp tiếp cận sinh kế của các tổ chức như DFID, CARE, Oxfam, và UNDP. Mô hình này tổng hợp các yếu tố từ các nghiên cứu và ứng dụng quốc tế để phản ánh đầy đủ và phù hợp với bối cảnh đô thị hóa và tính chất phi nông nghiệp tại TP.HCM. Các thành phần vốn sinh kế bao gồm:

**Bảng 1. Các yếu tố thành phần nguồn vốn sinh kế**

Vốn sinh kế	Người bán hàng di động (bán hàng rong)	Người bán hàng cố định
<b>Vốn tự nhiên</b>	Tài nguyên không tái tạo bao gồm khoáng sản và đất (bao gồm loại đất và điều kiện khí hậu - lượng mưa,...), và tài nguyên tái tạo bao gồm chu trình dinh dưỡng và dịch vụ hệ sinh thái (bao gồm tài nguyên nước, trữ lượng nước, mực nước ngầm, thực vật và phân bón) (Eidse, 2009; Bury, 2004; Bebbington, 1999; Arisanty, 2020; Kabir và cộng sự, 2012); Quyền sở hữu (đất đai, ruộng lúa, rừng trồng, ao hồ, vật nuôi) (Arisanty, 2020; Timalsina, 2012).	

<b>Vốn vật chất</b>	Cơ sở hạ tầng xã hội do con người xây dựng và phát triển (điện, nước sạch,...) (Timalsina, 2012; Arisanty, 2020); Sử dụng không gian (nhận thức về không gian sống, khả năng di chuyển, cảm giác an toàn, chất lượng cơ sở hạ tầng đường xá) (Conticini, 2005; Eidse, 2009; Timalsina, 2012; Kabir và cộng sự, 2012).
<b>Vốn con người</b>	Kỹ năng (kỹ năng nghề nghiệp; chuyên môn khác) (Eidse, 2009; Ellis, 2000; Timalsina, 2012; Kabir và cộng sự, 2012); Giáo dục và trình độ học vấn (Eidse, 2009; Ellis, 2000; Timalsina, 2012; Arisanty, 2020; Conticini, 2005); Khả năng lao động (kinh nghiệm làm việc, tình trạng việc làm hiện tại, chuyên môn khác ngoài việc làm hiện tại, sự tham gia của các thành viên gia đình vào công việc) (Eidse, 2009; Ellis, 2000; Arisanty, 2020; Kabir và cộng sự, 2012); Tình trạng sức khỏe bản thân (Eidse, 2009; Ellis, 2000; Arisanty, 2020; Conticini, 2005; Kabir và cộng sự, 2012).
<b>Vốn tài chính</b>	Thu nhập (thường xuyên, phụ trợ, tiền mặt có thể tiếp cận được) (Timalsina, 2012; Arisanty, 2020; Eidse, 2009; Conticini, 2005; Kabir và cộng sự, 2012).
<b>Vốn xã hội</b>	Mạng lưới quan hệ xã hội và sự tin tưởng (các mối quan hệ xã hội, những người bạn đáng tin cậy, khả năng giải quyết xung đột, hợp tác, lòng tin và mạng lưới xã hội được cá nhân sử dụng để ‘vượt qua’ hoặc ‘tiến lên’) (Turner và Nguyen, 2005; Portes, 2000; Woolcock & Narayan, 2006; Timalsina, 2012; Arisanty, 2020; Conticini, 2005; Kabir và cộng sự, 2012).
<b>Vốn công cộng</b> ( <i>Thay thế cho vốn tự nhiên</i> )	Các dịch vụ công (thư viện, tổ chức địa phương, các nhóm tái thiết và sự tham gia với cộng đồng) (May, 2009); Phúc lợi xã hội (nhà ở xã hội,...) (May, 2009).

Từ các yếu tố được tổng hợp ở Bảng 1, mô hình nghiên cứu được đề xuất như sau:



**Sơ đồ 1. Mô hình nghiên cứu của tác giả**

(Nguồn: nhóm nghiên cứu, 2024)

Mô hình nghiên cứu này được xây dựng để đo lường và phân tích các yếu tố sinh kế của người bán hàng cố định và di động trong bối cảnh chính sách thu phí vỉa hè được áp dụng tại Quận 1. Mô hình giúp hiểu rõ chiến lược sinh kế, các yếu tố dễ bị tổn thương và cơ hội sinh kế của hai nhóm đối tượng này trên vỉa hè, góp phần cung cấp cái nhìn toàn diện về kinh tế vỉa hè và định hướng giải pháp hỗ trợ phù hợp cho cộng đồng kinh doanh nhỏ lẻ trong thành phố. Theo lý thuyết sinh kế bền vững, người bán hàng có một bộ vốn sinh kế nhất định, bao gồm vốn tài chính, vật chất, con người, và xã hội. Việc tăng chi phí sử dụng vỉa hè có thể làm cạn kiệt vốn tài chính của họ, ảnh hưởng đến các yếu tố khác trong chiến lược sinh kế. Các hộ kinh doanh nhỏ lẻ và người bán hàng rong thường không có đủ vốn tài chính để đáp ứng các chi phí phát sinh từ việc thu phí, từ đó buộc họ phải thu hẹp quy mô kinh doanh hoặc ngừng kinh doanh, gây tác động tiêu cực đến sinh kế của họ (Chambers, R., & Conway, G. R., 1992).. Vì vậy, nhóm nghiên cứu giả định rằng, chính sách này ảnh hưởng tiêu cực đến các yếu tố sinh kế. Từ đó, thang đo chính thức của các yếu tố được thiết kế như sau:

**Bảng 2. Thang đo của các yếu tố**

<b>Yếu tố nghiên cứu</b>	<b>Ký hiệu</b>	<b>Chỉ tiêu thang đo</b>
<b>Vốn tài chính</b>	TC1	1. Tác động tiêu cực đến thu nhập từ tháng 1/2024
	TC2	2. Tăng chi phí hoạt động kinh doanh
	TC3	3. Tăng giá sản phẩm
	TC4	4. Lượng khách hàng có xu hướng giảm đáng kể
	TC5	5. Gặp khó khăn duy trì hoạt động kinh doanh
	TC6	6. Không được hỗ trợ tài chính từ người thân
<b>Vốn xã hội</b>	XH1	1. Sự thay đổi mối quan hệ với khách hàng quen theo hướng tiêu cực
	XH2	2. Cắt giảm nhân viên, người lao động
	XH3	3. Tương tác với người bán khác không tốt
	XH4	4. Căng thẳng trong mối quan hệ với lực lượng quản lý
	XH.CĐ1	5. Người bán hàng di động chiếm không gian vỉa hè trái quy định
	XH.CĐ2	6. Tôi sẽ ngăn cản người bán hàng di động kinh doanh trên vỉa hè
	XH.DĐ1	7. Tôi bị người bán hàng cố định ngăn cản hoạt động kinh doanh
	XH.DĐ1	8. Người đi bộ không mua hàng hoá của tôi

<b>Vốn vật chất</b>	VC1	1. Không biết rõ phân via hệ sử dụng cho mục đích kinh doanh
	VC2	2. Không đủ không gian trên via hệ cho kinh doanh
	VC3	3. Lo lắng bị lực lượng chức năng xử phạt
	VC4	4. Lo lắng về vấn đề an ninh trật tự
	VC5	5. Cảm thấy không được sử dụng không gian
	VC6	6. Khó tiếp cận dịch vụ tiện ích (điện, nước,...)
<b>Vốn con người</b>	CN1	1. Không mong muốn tiếp tục học tập
	CN2	2. Cảm thấy công việc hiện tại không ổn định
	CN3	3. Không có chuyên môn để chuyển việc
	CN4	4. Không được hỗ trợ bởi gia đình vào công việc kinh doanh
	CN5	5. Sức khỏe thể chất không tốt
	CN6	6. Sức khỏe tinh thần không tốt
<b>Vốn công cộng</b>	CC1	1. Khó khăn trong việc tiếp cận các dịch vụ hành chính công
	CC2	2. Khó khăn trong việc tiếp cận hạ tầng xã hội
	CC3	3. Khả năng nhận được hỗ trợ giáo dục nghề nghiệp, kỹ năng làm việc
	CC4	4. Hướng dẫn sử dụng “Tra cứu và đăng ký sử dụng tạm thời một phần hệ phố Quận 1”
	CC5	5. Không được hỗ trợ để học tập ngoại ngữ cho hoạt động kinh doanh
	CC6	6. Không nhận được trợ cấp, hỗ trợ từ khi chính sách được ban hành

(Nguồn: nhóm nghiên cứu, 2024)

Từ kết quả phân tích cơ sở lý thuyết nêu trên, nghiên cứu xây dựng giả thuyết nghiên cứu như sau:

### (1) Giả thuyết về tác động kinh tế:

Giả thuyết 1 (H1): Chính sách thu phí sử dụng via hệ có tác động tiêu cực đáng kể đến thu nhập và chi phí hoạt động của người bán hàng di động và cố định tại Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh do làm tăng chi phí kinh doanh và giảm doanh thu của các nhóm này.

Giả thuyết 2 (H2): Người bán hàng di động chịu tác động tiêu cực về thu nhập và chi phí hoạt động lớn hơn so với người bán hàng cố định. Điều này xuất phát từ việc người bán hàng di động có khả năng tiếp cận tài chính hạn chế và bị loại trừ khỏi via hệ cho mục đích kinh doanh nhiều hơn so với người bán hàng cố định.

**(2) Giả thuyết về vốn xã hội và quan hệ xã hội:**

Giả thuyết 3 (H3): Chính sách thu phí vỉa hè làm suy giảm mức độ tương tác xã hội và vốn xã hội giữa người bán hàng và khách hàng quen thuộc, do tính linh hoạt trong sử dụng vỉa hè bị hạn chế và tăng cường quản lý từ phía cơ quan chức năng.

Giả thuyết 4 (H4): Mọi quan hệ xã hội với khách hàng và các người bán hàng khác đóng vai trò hỗ trợ tích cực cho sinh kế của người bán hàng di động trong bối cảnh chính sách thay đổi.

Các mối quan hệ xã hội có ảnh hưởng tích cực đến khả năng duy trì sinh kế của người bán hàng rong trong bối cảnh thay đổi chính sách.

**(3) Giả thuyết về mức độ tiếp cận dịch vụ công:**

Giả thuyết 5 (H5): Người bán hàng gặp khó khăn trong việc tiếp cận các dịch vụ công như thủ tục hành chính và hỗ trợ tài chính liên quan đến sử dụng vỉa hè, dẫn đến quan điểm tiêu cực về chính sách thu phí này.

Người bán hàng gặp khó khăn trong việc tiếp cận các dịch vụ công cộng (như dịch vụ hành chính công và hỗ trợ tài chính) dẫn đến quan điểm tiêu cực về chính sách thu phí vỉa hè.

**(4) Giả thuyết về khả năng thích ứng và vốn con người:**

Giả thuyết 6 (H6): Người bán hàng với vốn con người cao hơn (trình độ học vấn, kỹ năng) có khả năng thích ứng tốt hơn và ít bị ảnh hưởng tiêu cực bởi chính sách thu phí vỉa hè.

**3.4. Chính sách thu phí vỉa hè tại Quận 1, TP.HCM**

Quyết định số 32/2023/QĐ-UBND của Ủy ban nhân dân TP.HCM, có hiệu lực từ ngày 01/09/2023, được ban hành với mục tiêu quản lý việc sử dụng tạm thời vỉa hè và lòng đường nhằm đảm bảo an toàn giao thông và duy trì mỹ quan đô thị trên toàn thành phố. Theo đó, vỉa hè có thể được sử dụng cho nhiều hoạt động như kinh doanh, tổ chức sự kiện, trông giữ xe, và trung chuyển rác thải, nhưng phải tuân thủ các quy định cụ thể về diện tích. Đặc biệt, vỉa hè dành cho người đi bộ không được chiếm dụng dưới mức tối thiểu 1,5 mét. Các cá nhân, tổ chức muốn sử dụng vỉa hè không phải cấp phép và có nộp phí sử dụng. Ngoài ra, các trường hợp cần cấp phép bao gồm: tổ chức sự kiện văn hóa như thể thao, lễ hội; thiết lập điểm trông giữ xe phục vụ sự kiện; điểm trung chuyển vật liệu xây dựng vào ban đêm; và điểm trông giữ xe có thu phí. Các hoạt động này phải được Ủy ban nhân dân cấp huyện cấp phép, với thời gian và phạm vi sử dụng cụ thể, đồng thời tuân thủ các biện pháp đảm bảo an toàn giao thông theo quy định. Nội dung cơ bản liên quan chính sách này được tóm tắt qua Bảng 3 như sau:

**Bảng 3. Nội dung cơ bản của chính sách thu phí vỉa hè tại Quận 1, theo Quyết định số 32/2023/QĐ-UBND của UBND TP.HCM**

Khía cạnh chính sách	Chi tiết
Ngày hiệu lực	01/09/2023
Mục tiêu chính	Quản lý việc sử dụng tạm thời vỉa hè và lòng đường, đảm bảo an toàn giao thông và mỹ quan đô thị.
Hoạt động sử dụng vỉa hè	Kinh doanh, tổ chức sự kiện, trông giữ xe, trung chuyển rác thải, v.v.
Diện tích tối thiểu dành cho người đi bộ	Tối thiểu 1,5 mét.
Yêu cầu giấy phép	Không cần cấp phép và có nộp phí sử dụng.
Phí trên mỗi mét vuông (các tuyến trung tâm theo quy định của Sở Giao thông vận tải)	100.000 VND/m <sup>2</sup> /tháng.
Phí trên mỗi mét vuông (đường Võ Văn Kiệt, phường Cô Giang, Quận 1)	50.000 VND/m <sup>2</sup> /tháng.
Trường hợp cần cấp phép	Tổ chức sự kiện văn hóa như thể thao, lễ hội; thiết lập điểm trông giữ xe phục vụ sự kiện; điểm trung chuyển vật liệu xây dựng vào ban đêm; và điểm trông giữ xe có thu phí
Các tuyến đường thí điểm tại Quận 1	Hoàng Sa, Mạc Đĩnh Chi, Hải Triều, Chu Mạnh Trinh, Lê Thánh Tôn, Phan Bội Châu, Phan Chu Trinh, Hàm Nghi, Trần Hưng Đạo, Cô Bắc, Võ Văn Kiệt.

(Nguồn: tác giả tổng hợp, 2024)

#### 4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

##### 4.1. Thực trạng vỉa hè tại Quận 1

Kết quả từ quan sát và phỏng vấn người bán hàng trên vỉa hè tại Quận 1 cho thấy, trước đây, vỉa hè tại Quận 1, TP.HCM được sử dụng như một không gian đa chức năng. Không chỉ phục vụ cho giao thông của người đi bộ, vỉa hè còn là nơi diễn ra các hoạt động kinh doanh phi chính thức như bán hàng rong và buôn bán nhỏ lẻ. Đây cũng là không gian văn hóa và xã hội, nơi người dân địa phương và du khách có thể gặp gỡ và giao lưu. Tuy nhiên, phần lớn các hoạt động kinh doanh này, đặc biệt là từ các người bán hàng rong di động, thường không có giấy phép chính thức, và vì thế trở thành một phần của nền kinh tế phi chính thức của Thành phố. Trước khi các chính sách quản lý vỉa hè được triển khai, việc sử dụng vỉa hè thiếu kiểm soát đã dẫn đến tình trạng lấn chiếm không gian công cộng, gây mất trật tự giao thông và ảnh hưởng đến mỹ quan đô thị. Người bán hàng rong

và các hộ kinh doanh cố định thường tận dụng vỉa hè để mở rộng không gian kinh doanh, dẫn đến tình trạng chật chội và gây cản trở cho người đi bộ.

Sau khi Quyết định số 32/2023 có hiệu lực, về thu phí sử dụng vỉa hè bước đầu được ghi nhận các tác động tích cực cho kinh tế vỉa hè tại Quận 1, TP.HCM. Qua thời gian thí điểm ban đầu ghi nhận, chính sách đã giúp tạo ra nguồn thu ban đầu cho ngân sách nhà nước. Theo số liệu đến hết ngày 30/9/2024 từ phòng Quản lý Đô thị Quận 1, kết thúc 144 ngày thí điểm, tổng phí thực thu là 810.270.000 đồng từ 218 trường hợp đóng phí sử dụng tạm thời một phần vỉa hè. Việc thu phí này không chỉ đơn thuần tạo nguồn thu mà còn được sử dụng để tái đầu tư công, sửa chữa và bảo trì vỉa hè, nhằm nâng cao chất lượng không gian công cộng. Quận 1 cũng là đơn vị tiên phong trong việc áp dụng chuyển đổi số vào quản lý và thu phí vỉa hè, thông qua các ứng dụng công nghệ nhằm giúp quy trình quản lý, thu phí minh bạch và thuận tiện hơn.

Chính sách thu phí góp phần giảm thiểu việc lấn chiếm vỉa hè không kiểm soát và đảm bảo sự cân bằng giữa các nhóm lợi ích như người đi bộ, cơ sở kinh doanh hợp pháp, và các hoạt động công cộng khác. Điều này góp phần đảm bảo an ninh trật tự, thuận tiện cho người đi bộ, giữ gìn mỹ quan đô thị và bước đầu tạo điều kiện sử dụng một phần vỉa hè cho nhu cầu kinh tế vỉa hè phát triển tại TP.HCM (Hình 3, Hình 4).



**Hình 3. Vỉa hè đường Phan Bội Châu**

(Nguồn: Trần Đăng Khoa chụp ngày 30/9/2024)



**Hình 4. Vỉa hè đường Hoàng Sa**

(Nguồn: Trần Đăng Khoa chụp ngày 08/8/2024)

## 4.2. Ảnh hưởng của chính sách thu phí vỉa hè

### 4.2.1. Mô tả mẫu nghiên cứu

Theo thống kê từ 160 mẫu nghiên cứu (gồm 80 mẫu bán hàng cố định và 80 mẫu di động) đang buôn bán trên 11 tuyến đường thí điểm thu phí một phần lòng đường, hè phố. Kết quả cho thấy tỷ lệ giới tính có sự chênh lệch ở cả hai nhóm người bán hàng cố định và di động, với 56 nam (chiếm 35%) và 104 nữ (chiếm 65%) trong tổng số mẫu. Đánh giá ban đầu về nhận thức đối với chính sách thu phí vỉa hè cho thấy chỉ có 51 người (31,9%) biết về sự tồn tại của chính sách, trong khi 109 người (68,1%) không biết đến chính sách

này. Mặc dù vậy, phần lớn người bán hàng cố định (bao gồm cả những người có quyền sử dụng mặt bằng và người bán hàng nhỏ lẻ) tỏ ra lạc quan với ý định tiếp tục kinh doanh trên vỉa hè, với tỷ lệ gần như tuyệt đối là 97,5%. Ngược lại, ở nhóm người bán hàng di động, 82,5% có ý định tiếp tục hoạt động trên vỉa hè, trong khi 17,5% bày tỏ mong muốn chuyển đổi sang công việc ổn định hơn do những khó khăn trong bối cảnh môi trường chính sách thay đổi.

#### 4.2.2. Kiểm tra độ tin cậy mô hình

Từ mô hình nghiên cứu đề xuất, bằng phần mềm SPSS, nhóm nghiên cứu kiểm tra độ tin cậy của mô hình trước khi phân tích mối liên hệ giữa chính sách với các yếu tố sinh kế. Trong kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha, một thang đo được coi là đạt độ tin cậy khi giá trị Cronbach's Alpha nằm trong ngưỡng chấp nhận. Cụ thể (Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H., 1994; Hair, J. F., et al 2010):

Hệ số tương quan biến tổng  $> 0.3$ .

Cronbach's Alpha  $\geq 0.7$ : Thang đo được xem là đáng tin cậy, có thể sử dụng được.

$0.6 \leq$  Cronbach's Alpha  $< 0.7$ : Thang đo có độ tin cậy chấp nhận được.

Cronbach's Alpha  $< 0.6$ : Thang đo có độ tin cậy thấp, không đạt yêu cầu và cần được điều chỉnh hoặc loại bỏ.

Dựa trên bảng số liệu kiểm tra độ tin cậy thang đo thông qua hệ số Cronbach's Alpha, các thang đo "Vốn tài chính," "Vốn xã hội," "Vốn vật chất," "Vốn con người," và "Vốn công cộng" được thể hiện như sau (Bảng 4):

**Bảng 4. Kiểm tra độ tin cậy thang đo**

	Giá trị trung bình nếu loại biến	Phương sai nếu loại biến	Hệ số tương quan biến - tổng	Hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến
<i>Thang đo "Vốn tài chính", hệ số Cronbach's Alpha = 0,687</i>				
TC1	15,32	20,334	0,528	0,609
TC2	15,06	22,517	0,341	0,67
TC3	14,14	22,375	0,336	0,672
TC4	14,74	19,814	0,57	0,595
TC5	13,65	23,537	0,321	0,674
TC6	14,66	19,131	0,429	0,647
<i>Thang đo "Vốn xã hội", hệ số Cronbach's Alpha = 0,674 (5 biến không có ý nghĩa đo lường đã được loại bỏ)</i>				
XH1	7,05	3,897	0,32	0,816
XH2	-	-	-	-
XH3	5,81	3,801	0,568	0,49

XH4	6,15	3,323	0,616	0,404
XH.CĐ1	-	-	-	-
XH.CĐ2	-	-	-	-
XH.DĐ1	-	-	-	-
XH.DĐ1	-	-	-	-
<i>Thang đo “Vốn vật chất”, hệ số Cronbach’s Alpha = 0,769</i>				
VC1	16,16	21,273	0,468	0,746
VC2	16,83	17,08	0,654	0,694
VC3	16,44	21,33	0,519	0,734
VC4	15,58	22,761	0,386	0,765
VC5	16,23	20,644	0,629	0,709
VC6	15,61	22,025	0,447	0,751
<i>Thang đo “Vốn con người”, hệ số Cronbach’s Alpha = 0,82</i>				
CN1	12,98	30,44	0,556	0,784
CN2	12,64	31,023	0,61	0,773
CN3	12,91	29,132	0,619	0,77
CN4	12,55	31,243	0,461	0,808
CN5	13,04	29,967	0,663	0,767
CN6	12,91	32,402	0,573	0,782
<i>Thang đo “Vốn công cộng”, hệ số Cronbach’s Alpha = 0,776 (1 biến không có ý nghĩa đo lường đã được loại bỏ)</i>				
CC1	7,96	12,087	0,526	0,743
CC2	-	-	-	-
CC3	8,8	10,84	0,198	0,76
CC4	10,01	9,534	0,686	0,683
CC5	10,18	10,983	0,685	0,69
CC6	10,38	14,1	0,406	0,779

(Nguồn: nhóm nghiên cứu, 2024)

Kết quả ở Bảng 4 cho thấy hệ số Cronbach’s Alpha lớn hơn 0,6 và nhỏ hơn 0,95, hệ số tương quan biến - tổng của từng nhân tố thành phần trong thang đo đồng thời lớn hơn 0,3. Vì vậy, các thang đo nêu trên đều đạt độ tin cậy và phù hợp để phân tích tiếp theo.

#### 4.2.3. Tác động của chính sách đến sinh kế người bán hàng cố định và di động

Về quan điểm của các nhóm bán hàng cố định và di động: Kiểm định ANOVA so sánh đánh giá quan điểm về chính sách và nhóm đối tượng bán hàng cố định và di động (xem Bảng 5). Khi Sig kiểm định Levene bằng  $0.000 < 0.05$ , có sự khác biệt phương sai giữa

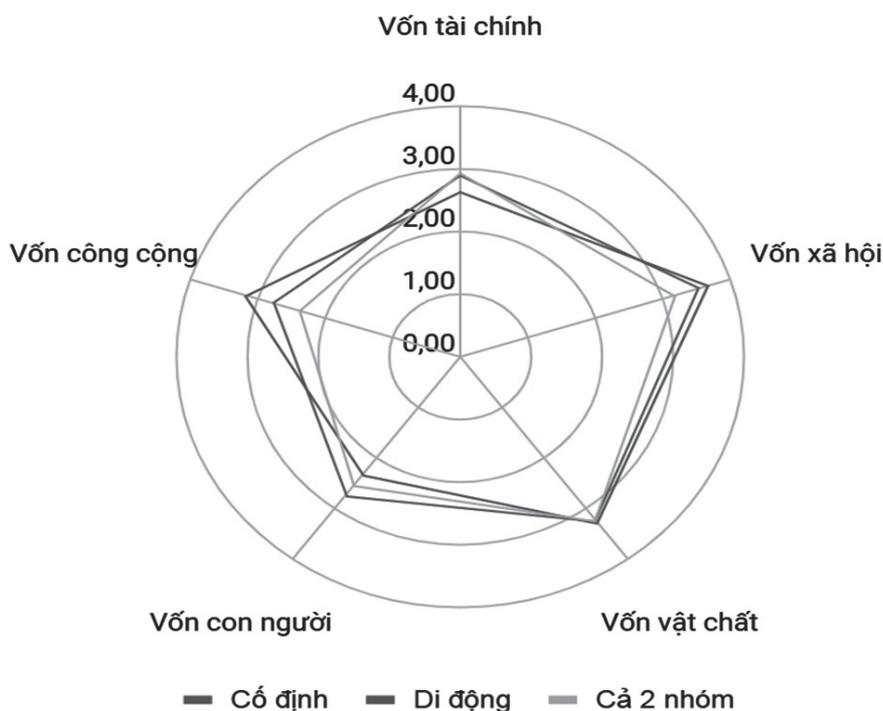
hai nhóm người bán hàng và Sig kiểm định Welch ANOVA bằng  $0.000 < 0.05$ , nghĩa là có sự khác biệt trung bình đánh giá mức từ hoàn toàn không đồng ý (giá trị bằng 1) đến hoàn toàn đồng ý (giá trị bằng 5) của các nhóm đối tượng. Đối với quan điểm “Tôi không sẵn sàng hợp tác để thực thi chính sách”, Sig kiểm định Levene bằng 0.000 và Sig kiểm định Welch bằng 0.015, đạt mức ý nghĩa thống kê ( $p < 0.05$ ). Trong đó, giá trị trung bình của nhóm người bán hàng cố định là 1.538, thấp hơn so với nhóm người bán hàng di động là 2.025. Số liệu cho thấy người bán hàng cố định có xu hướng hợp tác với chính quyền nhiều hơn so với nhóm người bán hàng di động.

**Bảng 5. Kiểm định ANOVA so sánh đánh giá quan điểm và nhóm đối tượng**

Quan điểm	Đối tượng	Tần số	Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị thấp nhất	Giá trị cao nhất	Sig Levene	Sig Welch ANOVA
Tôi không sẵn sàng hợp tác để thực thi chính sách	Cố định	80	1,538	,941	1	5	,000	,015
	Di động	80	2,025	1,501	1	5		
	Tổng	160	1,781	1,272	1	5		

(Nguồn: nhóm nghiên cứu, 2024)

Dựa trên điểm đánh giá trung bình cộng mỗi loại tài sản sinh kế của hai nhóm cố định và di động, Hình 5 cho thấy sự nhận định không đồng đều giữa 2 nhóm đối tượng bán hàng cố định và di động về tác động của chính sách đến 5 loại tài sản sinh kế. Từ đó, nhóm nghiên cứu đánh giá mối quan hệ hồi quy giữa quan điểm về chính sách với mỗi loại tài sản sinh kế. Kiểm định các biến quan sát để tìm ra biến có ý nghĩa thống kê trong mỗi loại tài sản sinh kế, với ý nghĩa mỗi biến có giá trị thống kê tăng lên 1 đơn vị (thang đo Likert 5 đơn vị) sẽ làm tăng hay giảm quan điểm của người dân về cảm nhận đối với chính sách thu phí vỉa hè. Giá trị của dữ liệu là cơ sở để quan tâm đến các vấn đề mà người bán hàng cố định và di động đang lo lắng cho sinh kế của mình, trong bối cảnh biến đổi chính sách, từ đó đề ra khuyến nghị chính sách cho các cơ quan hữu quan.



**Hình 5. Điểm trung bình các loại tài sản sinh kế các nhóm**

(Nguồn: nhóm nghiên cứu, 2024)

Về sự liên hệ giữa chính sách với các yếu tố sinh kế bền vững là khác biệt vì mỗi quan tâm, cảm giác bị ảnh hưởng của các nhóm và khác nhau. Kết quả kiểm định hồi quy được thể hiện ở Bảng 6.

**Bảng 6. Kiểm định hồi quy giữa các loại vốn sinh kế và quan điểm không cần thiết của chính sách từ góc nhìn của người bán hàng**

LOẠI VỐN	BIẾN QUAN SÁT	CỐ ĐỊNH		DI ĐỘNG		CẢ 2 NHÓM	
		B	Sig.	B	Sig.	B	Sig.
Vốn tài chính	TC1	-	-	0,4	<b>0,012</b>	0,231	<b>0,031</b>
	TC2	-	-	0,464	<b>0,005</b>	0,23	<b>0,029</b>
	TC3	-	-	-	-	0,081	<b>0,023</b>
	TC4	0,085	0,386	-0,03	0,668	0,106	0,128
	TC5	-0,126	0,218	-	-	-0,029	0,754
	TC6	0,104	0,184	0,011	0,82	0,083	0,113

Vốn xã hội	XH1	-	-	0,463	<b>0,00</b>	0,415	<b>0,00</b>
	XH2	-	-	-0,1	0,436	-	-
	XH3	-0,108	0,397	0,454	<b>0,045</b>	-0,063	0,564
	XH4	0,102	0,446	0,585	<b>0,002</b>	0,283	<b>0,006</b>
	XH.CĐ1	0,045	0,732	X	X	X	X
	XH.CĐ2	0,147	0,404	X	X	X	X
	XH.DĐ1	X	X	-0,094	0,59	X	X
	XH.DĐ2	X	X	-0,434	<b>0,047</b>	X	X
Vốn vật chất	VC1	-0,133	0,139	-	-	-0,104	0,093
	VC2	0,1	0,175	0,699	<b>0,000</b>	0,183	<b>0,004</b>
	VC3	0,427	<b>0,000</b>	0,312	<b>0,018</b>	0,533	<b>0,000</b>
	VC4	-0,095	0,209	-0,113	0,361	-0,144	<b>0,024</b>
	VC5	0,208	<b>0,011</b>	-0,176	0,433	0,213	<b>0,009</b>
	VC6	-0,098	0,145	0,028	0,78	-0,091	0,142
Vốn con người	CN1	-	-	-0,041	0,52	0,314	<b>0,000</b>
	CN2	-	-	-0,188	<b>0,05</b>	0,076	0,369
	CN3	-	-	0,975	<b>0,00</b>	0,032	0,676
	CN4	0,07	0,507	0,076	0,079	0,125	<b>0,019</b>
	CN5	0,105	0,372	0,146	0,163	0,129	0,082
	CN6	0,097	0,34	-0,167	<b>0,04</b>	0,034	0,66
Vốn công cộng	CC1	0,153	<b>0,046</b>	1,069	<b>0,000</b>	0,147	0,145
	CC2	-	-	-0,034	0,827	-	-
	CC3	-0,07	0,4399	0,214	0,084	0,326	<b>0,000</b>
	CC4	-0,001	0,987	-	-	-0,251	<b>0,017</b>
	CC5	0,4	<b>0,002</b>	-	-	0,371	<b>0,018</b>
	CC6	0,255	<b>0,038</b>	-	-	0,207	0,176

(Nguồn: nhóm nghiên cứu, 2024)

Phân tích hồi quy cho thấy vốn tài chính có ảnh hưởng đáng kể đến quan điểm về chính sách thu phí via hè. Các biến TC1, TC2 và TC3 có ý nghĩa thống kê (Sig. < 0,05) với hệ số B dương, cho thấy rằng những người bán hàng di động và cố định càng có nhiều “tài sản tài chính” thì càng có xu hướng cho rằng chính sách này là “cần thiết”. Trong đó, nếu người bán hàng di động cảm thấy không còn “bị tác động tiêu cực về thu nhập” (TC1) và “tăng chi phí hoạt động kinh doanh” (TC2) sẽ tăng điểm “cảm thấy chính sách là cần thiết” lần lượt là 0,4 và 0,464 trên 1 đơn vị tăng thêm. Điều này có thể giải

thích do nhóm bán hàng di động phụ thuộc vào nguồn vốn tài chính ngắn hạn để duy trì hoạt động kinh doanh. Khi chính sách thu phí áp dụng làm biến đổi môi trường kinh doanh, họ phải đối mặt với chi phí hoạt động kinh doanh tăng, làm giảm lợi nhuận và tái đầu tư vào sinh kế. Ngược lại, nhóm người bán hàng cố định không có ảnh hưởng đáng kể của vốn tài chính trong quan điểm này, cho thấy họ ít phụ thuộc vào tài sản tài chính trong việc duy trì sinh kế. Do đó, vốn tài chính đóng vai trò quan trọng trong việc định hình quan điểm về chính sách từ góc nhìn của những người bán hàng rong, vốn được biết là nhóm người có thu nhập ít, đời sống khó khăn.

Vốn xã hội: biểu hiện qua các mối quan hệ xã hội gồm khách hàng, người bán hàng xung quanh, lực lượng quản lý vỉa hè. Các biến XH1, XH3, XH4 và XH.DĐ2 cho thấy mối liên hệ cùng chiều và có ý nghĩa thống kê. Đối với người bán hàng di động, với mạng lưới xã hội nếu bị tác động tiêu cực, có nhiều khả năng cho rằng chính sách này gây bất lợi cho họ. Những người bán hàng di động kết nối chặt chẽ với khách hàng và người đi bộ trên vỉa hè, đồng thời nhận được sự trợ giúp từ người bán hàng xung quanh và lực lượng chức năng để duy trì buôn bán. Trong môi trường chính sách và các hoạt động quản lý cứng rắn hơn từ chính sách, những người có ít vốn xã hội là nhóm đối tượng dễ bị tổn thương và mất đi sinh kế, từ đó dẫn đến quan điểm cho rằng chính sách là không cần thiết. Trong khi đó, nhóm bán hàng cố định ít chịu ảnh hưởng từ vốn xã hội, không thể khẳng định rằng họ không dựa vào các mối quan hệ xã hội nhiều như nhóm di động. Một bộ phận người bán hàng cố định sử dụng mạng lưới của mình để củng cố khả năng sinh kế trên không gian vỉa hè, tuy nhiên, nếu là nhóm bán hàng cố định thuộc bộ phận kinh tế phi chính thức, họ cũng cần nhiều hơn sự giúp đỡ từ các mối quan hệ xã hội. Kết quả này nhấn mạnh hơn nữa chính sách cần xem xét yếu tố xã hội tăng cường mạng lưới hỗ trợ của những người bán hàng di động và cố định phi chính thức để duy trì sinh kế.

Vốn vật chất: kết quả hồi quy cho thấy vốn vật chất đóng vai trò quan trọng trong quan điểm về chính sách của cả hai nhóm. Các biến VC2, VC3, VC4, VC5 đều có giá trị thống kê trong mô hình phân tích chung. Để duy trì hoạt động sinh kế của mình, cả 2 nhóm đều đang gặp những lo lắng liên quan đến việc “biết rõ phần vỉa hè được sử dụng để kinh doanh”, và “không đủ không gian kinh doanh”, hay lo sợ “bị lực lượng chức năng xử phạt”, và lo lắng về “an ninh trật tự”. Đặc biệt, nhóm đối tượng bán hàng cố định không có mặt bằng chính thức (sở hữu mặt bằng, thuê mặt bằng) để được hợp thức hoá hoạt động kinh doanh, họ có cảm nhận giống với nhóm bán hàng di động về nỗi lo lắng bị xử phạt và tịch thu cơ sở vật chất phục vụ kinh doanh, dẫn đến mất sinh kế. Như vậy, chính sách này có tác động đối với người bán hàng di động và một bộ phận nhóm bán hàng cố định, cho thấy cần có những chính sách quan tâm hơn đối với nhóm người này.

Vốn con người: bao gồm kỹ năng, kiến thức và trình độ học vấn, sức khỏe bản thân có ảnh hưởng đến quan điểm của nhóm người bán hàng di động nhiều hơn người bán hàng

cố định về chính sách thu phí vỉa hè. Các biến CN2, CN3 và CN6 có ý nghĩa thống kê, cho thấy nếu họ giảm “mức độ lo lắng về công việc không ổn định hiện tại” và có thêm “chuyên môn để chuyển đổi nghề nghiệp” thì mức đánh giá “sự cần thiết của chính sách” sẽ tăng lên. Nguyên nhân có thể là do người bán hàng di động thường là nhóm đối tượng lao động không có trình độ chuyên môn cao, nên khó khăn để chuyển đổi nghề nghiệp, họ chấp nhận làm việc không ổn định (Tú, V. H., & Trang, N. T., 2014). Vấn đề thiếu chuyên môn để chuyển đổi nghề nghiệp, chưa được hỗ trợ chuyển đổi nghề nghiệp, và cảm thấy công việc hiện tại không ổn định đã tạo ra căng thẳng cho tinh thần của nhóm người bán hàng rong. Đối với nhóm cố định, ảnh hưởng của vốn con người không đáng kể. Tuy vậy, điểm số trung bình vốn con người của nhóm bán hàng cố định lại thấp nhất, nhìn về lâu dài cần đề ra được các chính sách hỗ trợ chuyển đổi hình thức sinh kế và/hoặc duy trì chiến lược sinh kế hiện tại tuân thủ các quy định pháp luật cho cả 2 nhóm.

Vốn công cộng: các biến CC1, CC5, CC6 lần lượt có giá trị thống kê, cho thấy nếu việc họ buôn bán hàng trên vỉa hè là lý do làm họ “khó tiếp cận dịch vụ hành chính công” sẽ khiến quan điểm “chính sách thu phí sử dụng vỉa hè là không cần thiết” tăng lên. Điều này có thể xuất phát từ những trở ngại của việc đăng ký sử dụng một phần vỉa hè, khó khăn trong thủ tục hành chính hay các dịch vụ công cộng khác. Người bán hàng di động cũng có quan điểm tương tự trong trường hợp này. Bên cạnh đó, đặc thù địa điểm kinh doanh Quận 1 có nhiều du khách nên người bán hàng cố định nhận thức rõ về vai trò của ngoại ngữ (CC5) và hỗ trợ của nhà nước khi thực hiện chính sách mới (CC6) hơn người bán hàng di động. Nếu đi kèm với chính sách thu phí vỉa hè là các hoạt động hỗ trợ khác từ phía chính quyền như: nâng cao năng lực ngoại ngữ giao tiếp khách nước ngoài, hỗ trợ giáo dục nghề nghiệp, hỗ trợ sử dụng phần mềm “Tra cứu và đăng ký sử dụng tạm thời một phần hè phố Quận 1”, trợ cấp để ổn định kinh doanh sẽ làm tích cực quan điểm chính sách của thương nhân giai đoạn tiếp theo.

Các giả thuyết nghiên cứu đã được kiểm tra trong bối cảnh này nhằm đánh giá các tác động đa chiều của chính sách. Giả thuyết về tác động kinh tế (H1, H2) đã phần nào được phản ánh khi chính sách này làm tăng chi phí kinh doanh cho cả người bán hàng di động và cố định, đặc biệt là nhóm bán hàng di động - nhóm dễ chịu tổn thương tài chính hơn do phụ thuộc nhiều vào không gian công cộng để duy trì sinh kế. Giả thuyết về vốn xã hội và quan hệ xã hội (H3, H4) cũng thể hiện qua sự suy giảm tương tác xã hội giữa người bán hàng và khách hàng do tính linh hoạt trong việc sử dụng vỉa hè bị hạn chế, đồng thời cho thấy tầm quan trọng của các mối quan hệ xã hội trong việc hỗ trợ nhóm bán hàng di động thích ứng với thay đổi. Ngoài ra, giả thuyết về mức độ tiếp cận dịch vụ công (H5) của người bán hàng gặp khó khăn trong việc tiếp cận các dịch vụ công cộng (như dịch vụ hành chính công, dịch vụ y tế, hỗ trợ tài chính, ngoại ngữ, công nghệ) có mối liên hệ có nghĩa với quan điểm tiêu cực về chính sách thu phí vỉa hè. Cuối cùng, giả thuyết về

khả năng thích ứng và vốn con người (H6) phản ánh khi những người có mong muốn học tập nâng cao năng lực, kỹ năng nghề và sức khỏe thể chất tốt hơn sẽ có quan điểm đồng thuận chính sách cao hơn. Kết quả phân tích cho thấy sự cần thiết của chính sách không chỉ trong việc quản lý không gian vỉa hè mà còn cần thêm các biện pháp hỗ trợ về tài chính, xã hội, cơ sở vật chất và các dịch vụ công cộng nhằm duy trì sinh kế bền vững cho người bán hàng trên vỉa hè.

### 5. Kết luận

Nghiên cứu đã phân tích tác động của chính sách thu phí sử dụng vỉa hè đối với sinh kế của người bán hàng tại Quận 1, TP.HCM, sử dụng Khung sinh kế bền vững để đánh giá các nguồn vốn tài chính, xã hội, vật chất, con người và công cộng. Kết quả cho thấy, chính sách này tuy tạo ra nguồn thu và cải thiện mỹ quan đô thị nhưng lại gây ra những thách thức đáng kể cho các nhóm bán hàng, đặc biệt là nhóm bán hàng phi chính thức.

Những người bán hàng di động chịu tác động gián tiếp trong chiến lược tạo sinh kế bởi các áp lực về chi phí kinh doanh tăng cao, khó khăn trong việc tiếp cận không gian công cộng và thiếu hỗ trợ tài chính. Ngược lại, nhóm bán hàng cố định ít bị ảnh hưởng hơn nhờ sự ổn định về vốn và các mối quan hệ xã hội. Tuy nhiên, cả hai nhóm đều cho thấy sự cần thiết của việc bổ sung các chính sách hỗ trợ, như cải thiện kỹ năng và khả năng tiếp cận dịch vụ công, để đảm bảo sinh kế bền vững.

Kết quả nghiên cứu góp phần cung cấp cái nhìn toàn diện cho các nhà quản lý đô thị về sự cần thiết của việc điều chỉnh chính sách nhằm đảm bảo cân bằng giữa phát triển đô thị và duy trì sinh kế cho cộng đồng kinh doanh vỉa hè. Qua giai đoạn thí điểm, cần nghiên cứu để sử dụng nguồn thu từ phí lòng đường, vỉa hè cho các mục đích trong đó bao gồm tái tạo sinh kế cho người bán hàng cố định và di động. Bên cạnh đó, việc tăng cường các chương trình hỗ trợ về kỹ năng và dịch vụ công sẽ giúp người bán hàng thích nghi tốt hơn với các thay đổi từ chính sách. Nhóm bán hàng di động cũng cần có các chính sách hỗ trợ để có thể duy trì hoặc thay đổi chiến lược sinh kế để không trở thành gánh nặng của xã hội. Cuối cùng, chính quyền có thể xem xét để phát triển các giải pháp quy hoạch vỉa hè linh hoạt, vừa thúc đẩy phát triển đô thị, vừa duy trì không gian sinh kế cho cộng đồng kinh doanh vỉa hè, góp phần vào mục tiêu phát triển bền vững.

### Tài liệu tham khảo

- Arisanty, D., Putro, H. P. N., Normelani, E., & Anis, M. Z. A. (2020). Women Traders Livelihoods in Tourism Area of Lok Baintan Floating Market. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 8(1).
- Bebbington, A. (1999). Capitals and capabilities: a framework for analyzing peasant viability, rural livelihoods and poverty. *World Development*, 27(12), 2021-2044.

- Bhowmik, S. K. (2013). *Street vendors in the global urban economy*. Routledge.
- Bích, P. H. N. (2019). *Vốn xã hội của người lao động tự do trên vỉa hè (Khảo sát tại quận Bình Thạnh, Thành phố Hồ Chí Minh)*. Luận văn Thạc sĩ, Khoa Xã hội học, Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia TP. HCM.
- Bury, J. (2004). Livelihoods in transition: transnational gold mining operations and local change in Cajamarca, Peru. *Geographical Journal*, 170(1), 78-91.
- Carmona, M., Heath, T., Oc, T., & Tiesdell, S. (2003). *Public places - Urban spaces* (1st ed.). Architectural Press.
- Carney, D. (1998). *Sustainable Rural Livelihoods: What contribution can we make?* Department for International Development.
- Conticini, A. (2005). Urban livelihoods from children's perspectives: Protecting and promoting assets on the streets of Dhaka. *Environment and Urbanization*, 17(2), 69-81.
- Diễm, N. N. (2019). Mô hình thí điểm bán hàng rong tại Thành phố Hồ Chí Minh: Những thành công và bất cập. *Tạp chí Khoa học Xã hội*, (11), 255.
- Eidse, N., Turner, S., & Oswin, N. (2016). Contesting street spaces in a socialist city: Itinerant vending-scapes and the everyday politics of mobility in Hanoi, Vietnam. *Annals of the American Association of Geographers*, 106(2), 340-349.
- Ellis, F. (2000). *Rural livelihoods and diversity in developing countries*. Oxford University Press.
- Genç, K. Y. (2020). The Management of Street Economy. In Grima, S., Sirkeci, O., & Elbeyoğlu, K. (Eds.), *Global Street Economy and Micro Entrepreneurship* (pp. 53-59). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1569-375920200000103006>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Prentice Hall.
- Hiền, L. T. N. (2012). *Vỉa hè Thành phố Hồ Chí Minh dưới góc nhìn văn hóa học*. Luận văn Thạc sĩ. Khoa Văn hóa học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân Văn, Đại học Quốc gia TP. HCM.
- Hoài, T. (n.d). *Tập truyện ngắn Tô Hoài*. Hà Nội: Nhà xuất bản Kim Đồng.
- Kabir, M. S., Hou, X., Akther, R., Wang, J., & Wang, L. (2012). Impact of small entrepreneurship on sustainable livelihood assets of rural poor women in Bangladesh. *International Journal of Economics and Finance*, 4(3), 265-280.
- Kim Ngân (2024). Đô thị Sài Gòn - TPHCM, diện mạo đổi thay sau gần 50 năm. *Báo điện tử Chính phủ*, chuyên trang Thành phố Hồ Chí Minh. <https://tphcm.chinhphu.vn/do-thi-sai-gon-tphcm-dien-mao-doi-thay-sau-gan-50-nam-101240501084251416.htm>

- Kim, A. M. (2015). *Sidewalk City: Remapping Public Space in Ho Chi Minh City*. University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226119366.001.0001>
- Kim, A. M. (2020). *Đời sống vỉa hè Sài Gòn*. Hà Nội: Nhà xuất bản Dân Trí.
- May, C., et al. (2009). *The Sustainable Livelihoods Handbook: An asset-based approach to poverty*. Oxfam GB.
- Nguyễn, B. N. N. (2018). Kinh tế vỉa hè quận Hải Châu: Thực trạng và giải pháp. *Viện Nghiên cứu Phát triển Kinh tế - Xã hội Đà Nẵng*.
- Nhờ, T. T. N. (2015). Không gian giao tiếp công cộng dành cho người cao tuổi tại Thành phố Hồ Chí Minh - Thực trạng và giải pháp. Công trình nghiên cứu khoa học cấp cơ sở năm 2014 tại Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia TP. HCM.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Portes, A. (2000, March). The two meanings of social capital. In *Sociological Forum* (Vol. 15, pp. 1-12). Kluwer Academic Publishers-Plenum Publishers.
- Quang, T. H. (2012). *Hạ tầng đô thị Sài Gòn buổi đầu*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Tổng hợp Thành phố Hồ Chí Minh.
- Sirkeci, O. (2020). Actors and functions of street economy. In *Global street economy and micro entrepreneurship* (pp. 11-28). Emerald Publishing Limited.
- Thành ủy Thành phố Hồ Chí Minh (2023). *Chỉ thị về việc tiếp tục tăng cường quản lý trật tự đô thị trên địa bàn TP.HCM*.
- Thu, N. T. H. (2020). Giá trị kinh tế của vỉa hè tại Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh - Kinh tế và Quản trị kinh doanh*, 15(1), 88-100.
- Timalsina, K. P. (2012). Contextualizing livelihood: livelihood of street vendors in the urban areas of Kathmandu Metropolitan City, Nepal. *International Journal of Politics and Good Governance*, 3(3-1), 1-24.
- Tú, V. H., & Trang, N. T. (2014). Tính dễ bị tổn thương về sinh kế của lao động di cư nông thôn tại Đồng bằng sông Cửu Long. *Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ*, (32), 117-124.
- Thu Dung (2024). *Gần 2 tháng thí điểm, quận 1 dự kiến thu phí vỉa hè hơn 1 tỉ đồng*. Báo Tuổi trẻ Online. Truy xuất từ <https://tuoitre.vn/gan-2-thang-thi-diem-quan-1-du-kien-thu-phi-via-he-hon-1-ti-dong-20240705183229679.htm>, trích đọc ngày 25/11/2024.
- Turner, S., & Nguyen, P. A. (2005). Young entrepreneurs, social capital and Doi Moi in Hanoi, Vietnam. *Urban Studies*, 42(10), 1693-1710.
- Tuyền, V. T. (2023). *Nhu cầu sử dụng không gian xanh công cộng phục vụ vui chơi giải trí của người dân tại chung cư tái định cư ở Thành phố Hồ Chí Minh*. Luận án Tiến

sĩ, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia TP. HCM.

Woolcock, M., & Narayan, D. (2006). Social capital: Implications for development theory, research, and policy revisited. *The search for empowerment: Social capital as idea and practice at the World Bank*, 31.

