

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HOÁ HÀ NỘI

KHOA VĂN HOÁ DU LỊCH

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI:

**XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH “ TRẢI NGHIỆM BÁN HÀNG RONG
CHO DU KHÁCH” TẠI MỘT SỐ ĐIỂM DU LỊCH Ở HÀ NỘI**

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS Đinh Thị Vân Chi

Sinh viên thực hiện : Nguyễn Thị Huyền Trang

Lớp : Vhdl 14a

HÀ NỘI - 2010

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU	5
1. Lí do chọn đề tài.....	5
2. Đối tượng và khách thể nghiên cứu.....	6
3. Phương pháp nghiên cứu.....	6
4. Lịch sử nghiên cứu vấn đề	7
5. Giới hạn và phạm vi nghiên cứu của đề tài	7
6. Bố cục của đề tài.....	7
Chương 1: Hàng rong và ảnh hưởng của nó tới xã hội.....	8
1.1. Hiện tượng bán hàng rong	8
1.2. Hàng rong - một nét đẹp của Hà Nội	11
1.3. Tác động của việc bán hàng rong đối với xã hội.....	14
1.3.1. Những tác động tích cực của việc bán hàng rong đối với xã hội.	14
1.3.2. Tác động tiêu cực của việc bán hàng rong đối với xã hội.	19
Chương 2: Thực trạng của việc bán hàng rong và tác động đến ngành du lịch Hà Nội.	24
2.1. Thực trạng của việc bán hàng rong	24
2.1.1. Chân dung người bán rong.....	24
2.1.2. Các sản phẩm bán rong.....	27
2.1.3. Thu nhập từ nghề bán rong.....	29
2.2 . Sự quản lý của Hà Nội đối với hàng rong	31
2.2.1. Hàng rong trước khi có quyết định số 02/2008/QĐ – UBND về quản lý hoạt động bán hàng rong trên địa bàn thành phố Hà Nội.....	31
2.2.2. Hàng rong sau khi có quyết định số 02/2008/QĐ – UBND về quản lý hoạt động bán hàng rong trên địa bàn thành phố Hà Nội.....	35

2.3. Tác động của hàng rong đến du lịch Hà Nội.....	40
2.3.1. Những tác động tích cực của hàng rong đến du lịch Hà Nội	40
2.3.2. Những tác động tiêu cực của hàng rong đến du lịch Hà Nội	43
Chương 3: Một số mô hình đưa người bán rong tham gia chương trình du lịch.	46
3.1. Mô hình chợ quê.....	46
3.1.1. Giới thiệu chung về chợ và chợ quê.	46
3.1.2. Xây dựng mô hình Chợ quê phục vụ du lịch.	49
3.1.3. Ý nghĩa và tính ứng dụng của mô hình chợ quê.	55
3.2. Mô hình “trải nghiệm làm người bán hàng rong cho khách du lịch”.....	58
3.2.1. Công tác tổ chức của công ty cho thuê hàng rong.....	60
3.2.2. Tính ứng dụng của chương trình “Trải nghiệm làm người bán hàng rong cho du khách”.....	64
3.2.3. Lựa chọn những điểm du lịch, tuyến đường để áp dụng cho chương trình.	67
3.3. Phương thức quảng cáo mô hình “chợ quê” và chương trình “trải nghiệm làm người bán rong cho du khách”.....	68
3.4. Giải pháp thực tế để đưa mô hình “chợ quê”, và chương trình “trải nghiệm làm người bán hàng rong cho du khách” vào kinh doanh.....	71
PHẦN KẾT LUẬN	74
TÀI LIỆU THAM KHẢO	75
PHỤ LỤC	76

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lí do chọn đề tài

Hẳn ai trong chúng ta đều đã khá quen thuộc với những tiếng rao trên những con đường làng hay ngõ nhỏ. Nó dường như ăn sâu vào trong tâm trí của mỗi người và những tiếng rao đó, những món quà quê đó càng hiện lên thật rõ nét mỗi khi ta xa quê hương, xa những con đường. Quả thật nó đã trở thành một nét đẹp không những của các làng quê Việt Nam, mà nó còn hiện hữu ngay trên các thành phố lớn như ở Hà Nội, nơi có nhiều ngõ ngách quanh co. Chính từ những gánh hàng rong đó mà ta cảm nhận được nét bình dị của người dân Việt, nét yên bình của làng quê Việt, của lũy tre, của giếng làng, cảm nhận được sự mộc mạc, hiền lành của những người bán hàng rong, nhưng lại có nét ung dung, tự tại, không vội vàng hay đua tranh với cuộc sống.

Bên cạnh đó, bán hàng rong cũng là một nghề của một lực lượng khá đông những người dân lao động nghèo từ các vùng quê lên thành phố kiếm kế sinh nhai. Nó mang lại thu nhập để nuôi sống chính bản thân họ và gia đình. Nhưng ngày nay gánh hàng rong có nhiều biến tướng khác xưa, có ảnh hưởng nhất định đến đời sống văn hoá xã hội, nên ngày 09/01/2008 Ủy Ban Nhân Dân thành phố Hà Nội ban quyết định số 02/2008/QĐ – UBND về quản lý hoạt động bán hàng rong trên địa bàn thành phố Hà Nội, theo đó thì 62 đường phố chính, các di tích lịch sử văn hoá đã xếp hạng, các danh lam thắng cảnh sẽ là khu vực cấm bán hàng rong. Bởi lẽ Hà Nội ngày càng phát triển, dần dần các nhà cao tầng sẽ mọc lên, đất đai ngày càng thu hẹp dần, một thành phố văn minh thì hàng rong với tình trạng nhếch nhác, ô nhiễm sẽ không còn tồn tại. Hiểu và thông cảm được với nỗi lo của những người quản lý cũng như những người bán hàng rong chỉ có

nghe đó để sinh sống và lo cho gia đình, em muốn tìm một số giải pháp góp phần giải quyết công ăn việc làm cho những người bán rong. Đó là điều không chỉ có em mà hết thảy mọi người đều mong muốn. Mặt khác, gần những người bán rong với du lịch không chỉ có ích cho đất nước mà còn cho riêng từng cá nhân tham gia trực tiếp hoặc gián tiếp. Gần những người bán hàng rong với du lịch để họ được giao lưu, học hỏi, gặp gỡ mọi người từ mọi miền trái đất, để những người nông dân quanh năm “bán mặt cho đất, bán lưng cho trời” được mở mang tầm nhìn với văn hoá và con người nước bạn. Phát triển du lịch chính là phát triển bền vững cả về tài nguyên, xã hội và con người.

Đó là lý do em chọn đề tài xây dựng chương trình “trải nghiệm bán hàng rong cho du khách” tại một số điểm du lịch ở Hà Nội làm khóa luận tốt nghiệp của mình.

2. Đối tượng và khách thể nghiên cứu.

Trong phạm vi nghiên cứu của đề tài em tập trung nghiên cứu về chương trình trải nghiệm bán hàng rong cho du khách tại một số điểm du lịch ở Hà Nội.

Khách thể nghiên cứu: Nghề bán rong, và người bán rong trên địa bàn thành phố Hà Nội, Việt Nam.

3. Phương pháp nghiên cứu

Trong quá trình làm đề tài em sử dụng chủ yếu hai phương pháp: phương pháp khảo sát thực tế tại thành phố Hà Nội và phương pháp phỏng vấn trực tiếp. Bên cạnh đó là phương pháp nghiên cứu tài liệu. Do kiến thức của em còn hạn hẹp chắc chắn còn nhiều thiếu sót. Em mong nhận được ý kiến đóng góp của các thầy cô và các bạn.

4. Lịch sử nghiên cứu vấn đề

Đây là một vấn đề xã hội được dư luận rất quan tâm trong thời gian gần đây, vì nó khá mới mẻ nên chưa có một công trình khoa học nào nghiên cứu, ngoại trừ những tờ báo, hay những bài viết ngắn giới thiệu, khảo sát về gánh hàng rong ở Hà Nội. Vì vậy hiện nay chưa có tài liệu nào khẳng định chính xác thời gian xuất hiện, sự phát triển của nghề bán rong ra sao và ngay cả định nghĩa chính xác về hàng rong cũng chỉ dừng lại ở “hiện tượng bán rong”.

5. Giới hạn và phạm vi nghiên cứu của đề tài

Giới hạn nghiên cứu của đề tài:

Đề tài đi vào tìm hiểu về những tác động của gánh hàng rong đối với đời sống văn hoá xã hội, qua đó thấy được thực trạng và đề xuất một số giải pháp có gắn với du lịch tại địa bàn thành phố Hà Nội.

Phạm vi nghiên cứu của đề tài: Địa bàn nội thành HN

6. Bố cục của đề tài

Ngoài phần mở đầu, phần kết luận, tài liệu tham khảo, phụ lục, khóa luận được chia làm 3 chương.

Chương 1: Hàng rong và ảnh hưởng của nó tới xã hội

Chương 2: Thực trạng của việc bán hàng rong và tác động đến ngành du lịch Hà Nội

Chương 3: Một số mô hình đưa người bán rong tham gia chương trình du lịch.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Thanh Bình, *Hà Nội 36 góc nhìn*, nxb Thanh Niên, 2005.
2. Nguyễn ngọc Bích, *Ca dao Hà Nội*, nxb Lao Động, 2009.
3. Lê Thị Mai, *Chợ nông thôn châu thổ sông Hồng trong quá trình chuyển đổi kinh tế - xã hội thời kỳ đổi mới*, nxb Hà Nội, 2002.
4. Lê Thị Mai, *Chợ quê trong quá trình chuyển đổi*, nxb Thế Giới, 2004.
5. Bùi Việt Mỹ, *Văn hóa ẩm thực Hà Nội*, nxb lao Động, 1999.
6. Nguyễn Vinh Phúc, *Du lịch Hà Nội hướng tới 1000 năm Thăng Long*, nxb Hà Nội, 2000.
7. nxb Phụ Nữ, *Gánh hàng rong- street vendor*, 2008.
8. Rolf Jensen & Donald M. Peppard, *Người bán hàng rong ở Hà Nội – một cái nhìn về khu vực phi chính thức ở thành phố*, 2001.
9. Ủy Ban Nhân Dân thành phố Hà Nội, *quyết định số 02/2008/QĐ-UBND về quản lý hoạt động bán hàng rong trên địa bàn thành phố Hà Nội*, 09/01/2008.
10. Ủy Ban Nhân Dân thành phố Hà Nội, *quyết định số 20/2008/QĐ-UBND về quản lý và sử dụng hè phố, lòng đường trên địa bàn thành phố Hà Nội*, 16/4/2008.
11. [http: //dulichvietnam@vn.com](http://dulichvietnam@vn.com)
12. <http://google.com.vn>
13. <http://www.abiyoyo.com>