

TÍN DỤNG VÀ SỰ TIN CẬY: THỊ TRƯỜNG TRÁI CÂY Ở ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

*Vũ Thành Tự Anh
Brian JM Quinn*

*Báo cáo đối thoại chính sách của UNDP 2008/1
Hà Nội, tháng 6 năm 2008*

Lời nói đầu

Thị trường cần có các luật lệ rõ ràng và các định chế hỗ trợ để thực hiện chức năng của mình một cách hoàn hảo. Hàng triệu các giao dịch kinh doanh được thực hiện hàng ngày giữa những người hoàn toàn xa lạ với nhau, và hầu hết những giao dịch này sẽ không tái diễn. Nếu từng cá nhân và các thương nhân tin rằng hợp đồng sẽ không được thực thi thì chi phí kinh doanh sẽ tăng đối với tất cả họ. Các chuẩn mực văn hóa và các mối quan hệ xã hội là những phương thức có hiệu quả để kiểm soát các hành vi xấu trong những cộng đồng nhỏ, nhưng họ sẽ không giúp được nhiều khi các thị trường vận hành ở ngoài biên giới làng hoặc thị trấn nhỏ.

Báo cáo này cho biết kết quả của một cuộc điều tra 180 nông dân và 47 thương lái ở thị trường bưởi Đồng bằng sông Cửu Long. Các tác giả nhận thấy rằng việc buộc các bên thực thi hợp đồng vẫn là một vấn đề nan giải trong buôn bán hoa quả. Do những giao dịch này có nhiều rủi ro nên chi phí giao dịch trở nên cao hơn đối với cả nông dân và thương lái so với mức hợp lý. Báo cáo cũng xem xét giải pháp chính sách phù hợp đối với bối cảnh như vậy. Giải pháp tốt nhất là đảm bảo cho các bên có thể tiếp cận hệ thống luật pháp minh bạch và không phiền diện một cách dễ dàng và không tốn kém. Nhưng các tác giả biết rằng phải mất khá nhiều thời gian để phát triển một hệ thống luật pháp như vậy. Trong khi đó, việc xây dựng một cơ chế phản hồi giúp xây dựng được uy tín kinh doanh cho các bên là một giải pháp thay thế có hiệu quả về chi phí hơn.

Các Báo cáo Đối thoại Chính sách của UNDP đóng góp vào những cuộc thảo luận chính sách chính ở Việt Nam thông qua việc phân tích những vấn đề phát triển quan trọng. Mục đích của chúng tôi là khuyến khích sự thảo luận và tranh luận dựa trên cơ sở có đầy đủ thông tin thông qua việc báo cáo trình bày những thông tin và bằng chứng thu thập được một cách rõ ràng và dễ tiếp nhận.

Mặc dù quan điểm được đưa ra trong báo cáo không nhất thiết phản ánh quan điểm chính thức của UNDP, chúng tôi hy vọng rằng việc xuất bản báo cáo sẽ đóng góp vào những thảo luận chính sách ở Việt Nam. Chúng tôi cảm ơn nhóm nghiên cứu cho phân tích đầy đủ của họ về vấn đề phức tạp này. Chúng tôi hy vọng báo cáo này sẽ khuyến khích việc nghiên cứu nhiều hơn nữa về vấn đề này và những thảo luận mạnh mẽ về các chính sách khác nhau để thúc đẩy việc phát triển nông nghiệp và nông thôn.



Setsuko Yamazaki

Giám đốc quốc gia

Chương trình Phát triển Liên Hợp Quốc

Tín dụng và Sự tin cậy: Thị trường trái cây ở đồng bằng sông Cửu Long

Vũ Thành Tự Anh và Brian JM Quinn

Tóm tắt

Các nghiên cứu kinh tế cho rằng, tại các thị trường có thể chế pháp lý yếu kém (như Việt Nam chẳng hạn), các bên cần dựa vào trật tự tư nhân (private ordering) để đảm bảo hiệu quả của các giao dịch phức tạp. Bài viết này nghiên cứu thị trường trái cây ở vùng đồng bằng sông Cửu Long. Mặc dù các giao dịch ở thị trường này có thể rất đơn giản (các giao dịch tại chỗ), nhưng các bên thường làm cho giao dịch trở nên phức tạp hơn khi đưa vào yếu tố tín dụng. Cuộc khảo sát 180 hộ nông dân và 47 cơ sở thu mua trung gian trên thị trường bưởi ở vùng đồng bằng sông Cửu Long không có nhiều bằng chứng cho thấy cơ chế trật tự tư nhân đang đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo hiệu quả thực hiện hợp đồng trong các giao dịch thị trường tương đối phức tạp. Kết quả là, việc thiếu các thể chế pháp lý đáng tin cậy và các cơ chế trật tự tư nhân hiệu quả đã nâng cao chi phí giao dịch trên thị trường bưởi. Tài liệu này kiến nghị xây dựng một cơ chế đơn giản đảm bảo uy tín, không khác mấy so với các cơ chế hiện đang được sử dụng trên những thị trường bán đấu giá trực tuyến, mà nếu được thực hiện, sẽ có thể tăng cường hiệu quả cho thị trường, đồng thời giảm bớt rủi ro cho cả người nông dân cũng như thương lái.

Mục lục

Giới thiệu	1
1. Trật tự tư nhân	1
2. Việt Nam trong giai đoạn chuyển đổi	2
3. Vùng nghiên cứu và các giao dịch điển hình	3
3.1. Tổng quan	3
3.2. Các giao dịch điển hình	4
3.3. Mẫu nông dân điển hình	4
3.4. Mẫu thương lái điển hình	5
3.5. Mô hình giao dịch điển hình giữa người trồng bưởi và thương lái	6
3.6. Các chợ nổi	8
3.7. Chợ bán sỉ và chợ xuất khẩu ở Tp. Hồ Chí Minh	8
4. Khảo sát nông dân và thương lái	9
4.1. Các quan sát ban đầu	9
4.2. Tranh chấp	10
4.3. Quản lý tranh chấp	10
4.4. Hình thức trung gian dựa trên uy tín và các dịch vụ tín thác	11
4.5. Tín dụng là thước đo cho sự tin cậy	13
4.6. Sự tin cậy - câu đố chưa có lời giải	15
5. Ý nghĩa chính sách của nghiên cứu này	15
Tài liệu tham khảo	18

Danh mục hình vẽ và bảng biểu

Hình 1: Những thương lái trái cây	5
Hình 2: Lướt thương lái bưởi	6
Hình 3: Các hình thức thanh toán	7
Hình 4: Các giao dịch của nông dân	9
Hình 5: Các loại hợp đồng	13
Bảng 1: Các vấn đề giữa thương lái và nông dân	10
Bảng 2: Các vấn đề của nông dân với thương lái	10
Bảng 3: Các phương pháp giải quyết tranh chấp (của nông dân)	11
Bảng 4: Các phương pháp giải quyết tranh chấp (của thương lái)	11
Bảng 5: Những thông tin nào có thể lấy được từ các tổ chức địa phương?	12
Bảng 6: Phương thức trả chậm của thương lái	14
Bảng 7: Số lượng thương lái đến hỏi mua hàng	14

Giới thiệu

Tài liệu này trình bày các kết quả tìm hiểu và phân tích của một khảo sát nghiên cứu cơ cấu và cách tổ chức các giao dịch trên thị trường buôi ở vùng đồng bằng sông Cửu Long. Điều đáng chú ý là thị trường buôi đã phát triển dù không có các thể chế pháp lý đáng tin cậy và cơ chế trật tự tư nhân (phân biệt với “trật tự công cộng” của nhà nước) nhằm đảm bảo hiệu quả thực hiện hợp đồng. Do phần lớn người mua và người bán trên thị trường này không lặp lại các giao dịch với nhau nên thị trường phải chịu chi phí giao dịch khá cao vì các hành vi cơ hội có thể xảy ra giữa các bên tham gia thị trường. Do đó, tài liệu này kiến nghị xây dựng và phát triển các cơ chế đảm bảo uy tín nhằm tăng cường các liên kết qua lại trên thị trường thông qua cải thiện điều kiện tiếp cận thông tin về các bên cạnh tranh. Cụ thể là, bằng cách hỗ trợ thông tin về kết quả hoạt động trong quá khứ của các bên tham gia thị trường, cơ chế đảm bảo uy tín có thể tạo ra một “giao dịch ảo” lần thứ hai giữa các bên, và nhờ đó, hạn chế bớt các hành vi xấu có thể xảy ra. Kết quả của việc tạo ra loại cơ chế trật tự tư nhân này cho thị trường buôi là giảm bớt chi phí giao dịch, có thể thấy rõ qua mức giá có lợi hơn cho người nông dân và mức tín dụng thương mại cao hơn cho người thu mua trung gian (thương lái). Trong Phần 1, chúng tôi điểm lại một số nghiên cứu về trật tự tư nhân, nhấn mạnh vai trò của uy tín và các bên trung gian trên thị trường trong việc đảm bảo hiệu quả thực hiện hợp đồng khi thị trường không có các thể chế pháp lý đủ mạnh. Trong Phần 2, chúng tôi mô tả ngắn gọn các nỗ lực cải cách nông nghiệp, kinh tế và pháp lý của Việt Nam trong một vài thập kỷ vừa qua. Phần 3 sẽ nghiên cứu cơ cấu và cách tổ chức các giao dịch trên thị trường buôi ở vùng đồng bằng sông Cửu Long. Phần 4 trình bày các kết quả và phân tích từ cuộc khảo sát chúng tôi đã tiến hành với 180 hộ nông dân trồng buôi và 47 cơ sở thu mua trung gian. Cuối cùng, trong phần 5, chúng tôi sẽ kiến nghị một số chính sách để tăng cường hiệu quả của thị trường buôi ở đồng bằng sông Cửu Long.

1. Trật tự tư nhân

Càng ngày càng có nhiều tài liệu về trật tự tư nhân. Thông thường, người ta cho rằng các bên có động cơ tổ chức giao dịch sao cho ở mức độ có thể, các giao dịch có thể tự thực hiện (hay tự chế tài). Trên thực tế, khi các hệ thống pháp lý không vận hành tốt thì các cơ chế trật tự tư nhân (gồm quan hệ song phương, lệ tục, và các trung gian trên thị trường) thường được coi là cần thiết để các bên có thể thực hiện được các hoạt động kinh tế của mình với các quy mô khác nhau.¹ Niềm tin này được đặt trên cơ sở ứng dụng lý thuyết trò chơi. Cụ thể là, khi không có các thể chế pháp lý hiệu quả và để dự đoán thì các giao dịch thị trường đơn giản trở thành kiểu trò chơi một lần (one-shot game). Trong trò chơi này, không bên nào dự định giao dịch lần thứ hai nên tất cả các bên đều có động cơ để ăn gian. Người bán có động cơ để bán hàng hóa hoặc dịch vụ với chất lượng thấp hơn so với chất lượng quảng cáo; tương tự, người mua sẽ có động cơ để trốn tránh việc thanh toán, nếu có thể. Hậu quả là các giao dịch thị trường trong các hoàn cảnh này bị giới hạn ở những giao dịch mua bán tại chỗ (spot transaction), trong đó người mua có thể xác định rõ chất lượng hàng hóa. Trái lại, nếu có một hệ thống pháp lý vững chắc, mối quan hệ thật sự cho lần giao dịch thứ hai sẽ được thiết lập giữa những người mua và người bán vô danh. Nếu có quyền pháp lý chắc chắn, các bên tham gia giao dịch có thể kiện ra tòa những hành vi hoặc thiệt hại cụ thể khi bị đối tác lừa. Các quyền lợi và thể chế pháp lý vững chắc sẽ cho phép các bên thương lượng với nhau trong khuôn khổ luật định, với các đối tác vô danh ở xa, và có cơ sở tin tưởng rằng các hành vi cơ hội sẽ bị pháp luật trừng phạt.

Nếu thiếu quyền pháp lý (legal rights) vững chắc, các bên sẽ bị hạn chế về loại hình và tính chất của các giao dịch mà họ có thể thực hiện. Nói vậy không có nghĩa là khi thiếu các quyền pháp lý vững chắc thì các bên sẽ không theo đuổi các giao dịch thị trường. Họ vẫn tiếp tục có các giao dịch thị trường, chỉ có điều là bị hạn chế về mặt quy mô và phạm vi. Trong bối cảnh này, các bên sẽ hưởng tới các cơ chế trật tự tư nhân trong đó động cơ để mỗi bên tiếp tục hợp tác với các bên còn lại là triển vọng kinh doanh của họ trong tương lai.² Khi giá trị hiện tại ròng của sự hợp tác lớn hơn giá trị hiện tại ròng từ các hành vi cơ hội thì các bên sẽ có động cơ hợp tác với nhau. Các quyền pháp lý vững chắc sẽ tạo ra những hiệu ứng tựa như giao dịch lần thứ hai bằng cách

¹ Vai trò của trật tự tư nhân trong các hệ thống pháp lý không hoạt động hiệu quả được thảo luận trong bài nghiên cứu của McMillan và Woodruff, 2000.

² Tất nhiên cơ chế này thường xuất hiện khi không có các thể chế pháp lý vững chắc, hoặc có nhưng không đủ mạnh.

đảm bảo rằng các bên vô danh trong giao dịch có biện pháp khắc phục ngay cả khi đã ký hợp đồng trong các bối cảnh giao dịch một lần. Khi thiếu các quyền này, trật tự tư nhân có thể cung cấp các biện pháp bảo vệ tương tự. Hai cách tiếp cận cơ bản bao gồm: hình thức ký hợp đồng dài hạn hoặc hợp đồng dựa trên quan hệ giữa hai bên; và phát triển hình thức trung gian dựa trên uy tín, hoặc các dịch vụ tín thác, để có thể phạt các bên vi phạm trong các giao dịch một lần.³

Bằng cách chuyển đổi giao dịch một lần và vô danh thành một loạt các giao dịch lặp lại giữa các bên quen biết nhau, các bên có thể tạo ra một cơ chế tự thực hiện vững chắc.⁴ Nguy cơ bị chấm dứt hoạt động kinh doanh trong tương lai có thể là một động cơ mạnh mẽ để các bên không có những hành vi cơ hội. Nếu không thể tạo ra hợp đồng quan hệ (relational contracting) do thị trường hay biến động và ẩn danh, thì các bên có thể thử gửi tín hiệu tích cực đến các bên đối tác tiềm năng thông qua cơ chế uỷ nhiệm, để cho các bên nhận tín hiệu biết rằng họ được coi là các đối tác kinh doanh phù hợp. Uỷ nhiệm là dấu hiệu và cũng là các giao dịch lần thứ hai ảo. Chẳng hạn như, uy tín cũng là một kiểu quan hệ uỷ thác.⁵ Uy tín tốt là dấu hiệu cho các đối tác tiềm năng biết được sự sẵn sàng và khả năng thực hiện tốt hợp đồng, đồng thời cho biết khả năng đối tác xấu có thể tác động không tốt đến uy tín đó và đến khả năng tạo thu nhập trong tương lai, và tạo ra một giao dịch lần thứ hai ảo.⁶

Hoặc như Akerlof gợi ý, các bên có thể sử dụng các công cụ như thương hiệu hàng hoá, mua bán quyền kinh doanh (franchising)⁷ hay “các dịch vụ tín thác” (ví dụ như các thử nghiệm bao tiêu) để uỷ thác và chuyển tải các thông tin riêng đến các đối tác, tạo ra cơ chế giao dịch lần thứ hai và hạn chế hành vi cơ hội. Các dịch vụ tín thác có thể chuyển đổi giao dịch một lần thành giao dịch nhiều lần, và có thể tạo ra các chu kỳ phản hồi thông tin lặp đi lặp lại, hoạt động như một giao dịch ảo lần thứ hai trong giao dịch tại chỗ. Một dịch vụ tín thác cho phép các bên vô danh trong thị trường trừng phạt những ai chơi xấu bằng cách từ chối kinh doanh với những người này, và qua đó hạn chế hành vi cơ hội. Trong những bối cảnh nhất định, các dịch vụ tín thác có thể phát triển một cách tự phát. Trong những bối cảnh khác, các dịch vụ tín thác cần ít nhất là sự tài trợ của một bên thứ ba nào đó để phát triển bước đầu.

2. Việt Nam trong giai đoạn chuyển đổi

Việt Nam bắt đầu chuyển đổi từ nền kinh tế kế hoạch hoá tập trung sang nền kinh tế thị trường từ giữa những năm 1980 và đã tự thân vận động sau khi sự hỗ trợ của Liên Xô cũ vào cuối những năm 1980 không còn nữa. Công cuộc Đổi Mới có đặc điểm là tăng cường tự do kinh tế. Đến năm 1989, Việt Nam đã tự do hoá phần lớn hoạt động sản xuất nông nghiệp bằng cách tư nhân hoá hầu như hoàn toàn ngành nông nghiệp (Lipworth và Spittaler 1993). Tiếp theo là quá trình tự do hoá giá cả rộng rãi, hợp nhất tỷ giá hối đoái chính thức với tỷ giá trên thị trường, đồng thời giảm trợ cấp cho các doanh nghiệp nhà nước (Leipzer 1992 và Lê Đăng Doanh và những người khác 2002). Đến năm 1991, có thể nói Việt Nam là nền kinh tế chuyển đổi có tiến độ cải cách nhanh nhất trong nhiều lĩnh vực quan trọng. Trong giữa những năm 1990, nhờ kết quả thực hiện thành công chương trình cải cách, Việt Nam đã đạt tốc độ tăng trưởng nhanh, bình quân từ 8% đến 9% mỗi năm (Dapice, 2000).

Nông nghiệp là một trong những đối tượng hưởng lợi quan trọng nhất của chương trình cải cách kinh tế ở Việt Nam, và cũng là một bộ phận quan trọng trong đời sống kinh tế của quốc gia. Tự do hoá kinh tế vào cuối những năm 1980 đã giúp tăng đáng kể sản lượng lúa, cho phép Việt Nam từ một quốc gia nhập khẩu gạo vào năm 1988 trở thành quốc gia xuất khẩu gạo lớn thứ 3 trên thế giới vào năm 1989. Trong những năm 1990, nhờ sự tăng trưởng trong sản xuất cà phê, Việt Nam đã trở thành quốc gia xuất khẩu cà phê lớn thứ hai trên thế giới, chỉ sau Braxin. Tuy nhiên, dù đã đạt được những thành công trong ngành nông nghiệp, Việt Nam vẫn là một quốc gia nông thôn nghèo, với hơn 73% dân số sống tại nông thôn và nông nghiệp chỉ chiếm hơn 20% GDP của quốc gia.

Cùng với những thay đổi nhanh chóng trong nền kinh tế và quản lý kinh tế trong thời gian này, Việt Nam đã xúc tiến một chương trình cải cách pháp lý. Có thể xác định đặc điểm của cải cách pháp lý ở Việt Nam thông

³ Trong số nhiều tác giả, có thể xem thêm Baird, Gertner và Picker 1994; Dixit 2004 và Klein (biên tập) 2000.

⁴ Adam Smith gọi đây là “quy tắc giao dịch liên tục.” Xem Smith 2000.

⁵ Xem Smith 2000; Greif 1993; Fafchamps 1996.

⁶ Các thị trường có uy tín thường phụ thuộc nhiều vào dòng thông tin tốt. Nếu thông tin không có sẵn cho các bên tham gia thị trường thì giá trị của uy tín, là dấu hiệu và sự uỷ thác dựa vào quan hệ, sẽ bị giảm sút.

⁷ Akerlof, 1970.

qua tốc độ cải cách khẩn trương đối với một loạt các luật định trong hệ thống pháp luật của Việt Nam trong vòng hai thập kỷ vừa qua nhằm mục đích hiện đại hoá quy chế kinh tế của quốc gia. Bất kể những nỗ lực đã bỏ ra để xây dựng lại hệ thống pháp lý cho phù hợp với nền kinh tế thị trường, mức độ tin cậy trong các thể chế pháp lý chính thức vẫn còn rất thấp.

Hệ thống pháp lý của Việt Nam vẫn công kênh và thiếu hiệu quả. Theo Ngân hàng Thế giới, để giải quyết một tranh chấp hợp đồng đơn giản cần toà án mất trung bình là 295 ngày. Chi phí để giải quyết tranh chấp tương đương với 31% giá trị hợp đồng, đây là nguyên nhân để các toà án hoạt động thiếu hiệu quả về các vấn đề kinh doanh.⁸ Thậm chí nếu như đã có giải pháp của toà án thì mức độ tin tưởng vào kết quả cũng không cao. Theo một khảo sát của UNDP, chỉ có 20% số người trả lời phỏng vấn ở các vùng nông thôn cho rằng phán quyết của toà án là “đúng và công bằng” (UNDP 2004). Quan điểm chung và rõ ràng ở đây là hệ thống pháp lý chính thức có nhiều tham nhũng và không đáng tin cậy; 74% số người trả lời cho rằng sự trung thực của quan toà là điều quan trọng đối với các thủ tục quy trình tố tụng, nhưng chỉ có 65% cho rằng luật pháp và cơ sở lập luận của một bên là quan trọng. Các doanh nghiệp cũng chia sẻ quan điểm không tin cậy vào hệ thống luật định chính thức. Theo một khảo sát gần đây do Phòng Công nghiệp và Thương mại tiến hành trên toàn quốc với hơn 6000 doanh nghiệp, phản ứng đầu tiên của 89% số doanh nghiệp là chọn cách thương lượng, thoả hiệp hoặc chờ cho mâu thuẫn tự trôi qua. Chưa đến 1% (0,8%) số doanh nghiệp trả lời khảo sát tìm kiếm sự hỗ trợ của toà án; 1,6% số doanh nghiệp trông chờ vào can thiệp của chính quyền địa phương, 1,9% nhờ bạn bè hoặc người thân giúp. Chỉ có 0,5% số doanh nghiệp trả lời khảo sát cho biết sẽ đưa vấn đề ra các hiệp hội doanh nghiệp (ví dụ như Phòng Công nghiệp và Thương mại) để giải quyết tranh chấp (VCCI 2006).

Do sự yếu kém của hệ thống pháp lý chính thức tại Việt Nam, nên các bên thường không dựa vào các quyền pháp lý chính thức khi ký hợp đồng. Hợp đồng chính thức trong một môi trường như vậy chẳng có mấy giá trị, vì chi phí để bảo đảm thực hiện quá cao. Trái lại, các bên sẽ có xu hướng áp dụng các chiến lược trật tự tư nhân (ví dụ như hợp đồng dựa trên quan hệ hoặc dịch vụ tín thác) để đảm bảo thực hiện hợp đồng. Điều này đặc biệt đúng trong bối cảnh các giao dịch ngày càng trở nên phức tạp. Các giao dịch phức tạp có thể phát sinh những trường hợp như chậm thanh toán hoặc chậm hoàn thành hợp đồng, v.v.

3. Vùng nghiên cứu và các giao dịch điển hình

3.1. Tổng quan

Nghiên cứu này được thực hiện ở 3 huyện: Bình Minh và Trà Ôn (tỉnh Vĩnh Long) và Châu Thành (tỉnh Hậu Giang). Vĩnh Long và Hậu Giang là hai tỉnh nằm chính giữa vựa sản xuất trái cây của Việt Nam. Nằm ngay tại phía bắc Cần Thơ – một thành phố trực thuộc trung ương của Việt Nam, huyện Bình Minh và Trà Ôn thuộc tỉnh Vĩnh Long coi sản xuất trồng cây ăn quả là một nguồn thu nhập chính từ nhiều năm qua. Năm 2005, 54,8% thu nhập của tỉnh Vĩnh Long có nguồn gốc từ nông nghiệp và đánh bắt cá, trong đó sản xuất trồng cây ăn quả (gồm các loại như vải, nhãn, chôm chôm, xoài và bưởi) chiếm xấp xỉ 14%.⁹ Năm 2005, Vĩnh Long dành riêng diện tích khoảng 35.000 ha để trồng các loại cây ăn quả. Diện tích trồng bưởi chiếm khoảng 5.300 ha. Bưởi chiếm khoảng 15% sản lượng trái cây trong tỉnh. Riêng huyện Bình Minh nổi tiếng với giống bưởi Năm Roi, và có tới 3.000 ha được dành riêng để trồng giống bưởi này.¹⁰

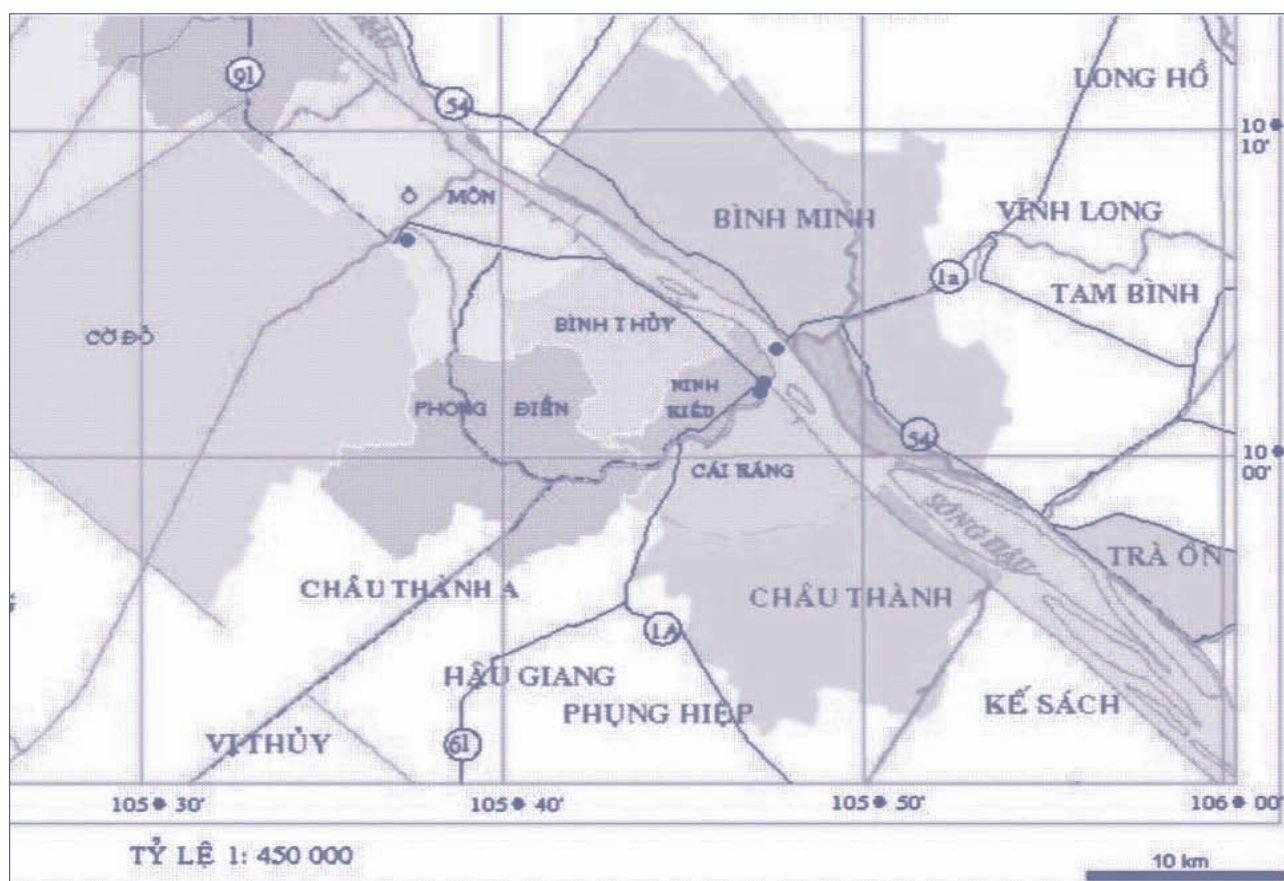
Mặc dù bưởi Năm Roi được trồng đầu tiên ở huyện Bình Minh nhưng hiện nay giống bưởi này đã được phổ biến sang các tỉnh và huyện lân cận. Ví dụ như xã Phú Hữu, huyện Châu Thành, tỉnh Hậu Giang lâu nay cũng đã trồng bưởi Năm Roi. Khoảng 60% tổng diện tích đất của xã (2000 ha) được sử dụng để trồng bưởi. Sản lượng bưởi ở đây đạt 84.300 tấn vào năm ngoái, và dự kiến sẽ tiếp tục tăng khi mở rộng diện tích đất trồng bưởi.

⁸ Ngân hàng Thế giới, Khảo sát về hoạt động kinh doanh, truy cập tại <http://www.doingbusiness.org>.

⁹ Niên giám thống kê năm 2005, tỉnh Vĩnh Long.

¹⁰ *Bưởi Năm Roi* có tên gọi từ một truyền thuyết địa phương. Truyền thuyết này kể về một người nông dân thường đánh các con bầy 5 cây roi nếu trái cây chúng mua về không ngon. Ngày nay bưởi Năm Roi nổi tiếng là một giống bưởi ngon.

Bản đồ số 1: Tỉnh Vĩnh Long ¹¹



3.2. Các giao dịch điển hình

Cơ cấu thị trường bưởi ở đồng bằng sông Cửu Long có đặc điểm là tính cạnh tranh gần như hoàn hảo. Có khoảng vài nghìn nông dân trồng bưởi trong các khoảnh vườn nhỏ, diện tích trung bình chưa đến 1 ha. Các vườn trái này thường nằm ngay cạnh kênh rạch, nên việc chuyên chở bằng thuyền sang các nơi khác trong vùng đồng bằng rất đơn giản và ít tốn kém. Thay vì chở sản phẩm đến các chợ trong thành phố, phần lớn nông dân bán bưởi cho những thương lái chuyên đi thu mua bưởi qua các kênh rạch ở khắp vùng đồng bằng. Có khoảng 300 thương lái như vậy, thậm chí nhiều hơn ở Vĩnh Long và vùng phụ cận. Họ chuyển trái cây thu mua được về các chợ nổi đầu mối trong vùng đồng bằng hoặc đến các chợ lớn trong thành phố Hồ Chí Minh (cách khoảng 150 km về phía bắc).

Do sự yếu kém của hệ thống pháp lý tại Việt Nam, các giao dịch giữa nông dân và thương lái thường là giao dịch mua bán trao tay bằng tiền mặt giữa những người không quen biết nhau. Trong trường hợp thị trường bưởi bị ảnh hưởng bởi các thông tin thiếu đối xứng, có thể sẽ phát triển hình thức ký hợp đồng dựa trên quan hệ, hoặc sự tham gia tích cực của các bên trung gian có thông tin (hoặc uy tín) để đảm bảo việc thực hiện hợp đồng. Mặc dù có một số bằng chứng về sự tồn tại của hợp đồng dựa trên quan hệ, nhưng phần lớn nông dân và thương lái vẫn tiếp cận thị trường bằng các giao dịch một lần duy nhất với những người không quen biết.

3.3. Mẫu nông dân điển hình

Những người trồng trái cây thường cho rằng đây là một nghề có lãi; 33% nông dân ở vùng đồng bằng sông Cửu Long cho biết họ có trồng trái cây. Phần lớn những nông dân này trồng trái cây vì mục đích thương mại, trong đó hơn 91% trái cây thu hoạch được đem bán lấy tiền (IFPRI 2002 và Vasavakul 2006). Một khảo sát tiến hành năm 2005 và 2006 với 180 nông dân trồng bưởi cho biết những thông tin về mẫu người nông dân

¹¹ Nguồn bản đồ: <http://gis.chinhphu.vn/ShowmapGov.asp?pLayer=vinhlong-dis>

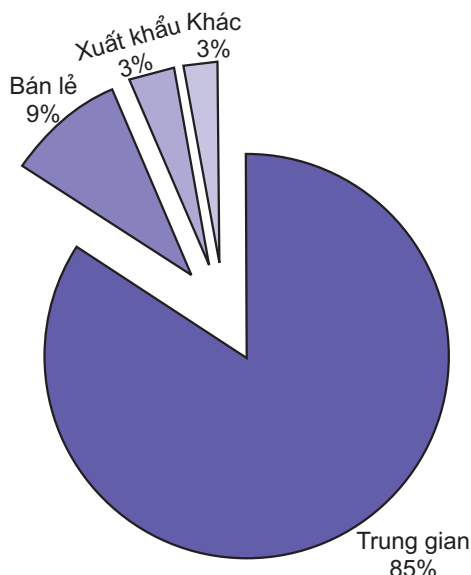
trồng bưởi điển hình ở tỉnh Vĩnh Long và các giao dịch thị trường của họ. Người nông dân trong nhóm đối tượng được khảo sát có trung bình khoảng 6.900 m² đất để trồng bưởi, và thu nhập hàng năm từ trái bưởi của họ vào khoảng 30 triệu đồng (xấp xỉ 1.875 USD).

Mặc dù khoảng cách trong vùng đồng bằng không xa nhưng nhiều nông dân vẫn tương đối bị cô lập. Năm 2001, chỉ có 34,3% số làng có đường lát cứng để ô tô vào được tận nơi. Rất ít nông dân có điều kiện tiếp cận các thông tin thị trường; chỉ có 2% trong số 1.500 nông dân trồng rau và trái cây thuộc nhóm đối tượng khảo sát có điện thoại, và không một hộ nông dân nào trong đợt khảo sát năm 2000 có địa chỉ e-mail (IFPRI 2002).

Rất ít nông dân có điều kiện tiếp cận nguồn tín dụng. Một khảo sát của Bộ Nông nghiệp và PTNT cho biết, chỉ có 25% số nông dân có khả năng tiếp cận tín dụng.¹² Trong sản xuất trồng cây ăn quả, rất ít nông dân, nếu không nói là không có, cho biết họ nhận được thông tin tín dụng từ những thương lái, người chế biến hay hội nông dân.

Những nông dân có thuyền có thể bán một phần trái cây tại các chợ địa phương, chợ nổi trong vùng đồng bằng hoặc các chợ bán sỉ ở thành phố Hồ Chí Minh. Tuy nhiên, phần lớn trong số họ (80%) cho biết họ bán trái cây ra thị trường thông qua thương lái.

Hình 1: Những thương lái trái cây



3.4. Mẫu thương lái điển hình

Ước chừng có khoảng 300 người trung gian đi khắp nơi trong vùng đồng bằng sông Cửu Long để thu mua bưởi của nông dân và chở đến các chợ nổi và chợ vùng trong đồng bằng, các chợ tại TP. Hồ Chí Minh hoặc chở đến các cơ sở chế biến hay xuất khẩu. Một khảo sát do các tác giả tiến hành trong năm 2006 với 47 thương lái chuyên mua bán bưởi ở các huyện Bình Minh, Trà Ôn và Châu Thành cho biết những thông tin về mẫu thương lái điển hình ở Vĩnh Long và các giao dịch thị trường của họ. Trung bình, những thương lái này đã làm trong nghề buôn bán bưởi gần 11 năm.

Các rào cản đối với việc gia nhập và rút lui khỏi nghề làm trung gian không nhiều và không đáng kể. Những thương lái không cần phải có giấy phép hành nghề đặc biệt, và cũng không có hiệp hội thương mại chính thức hoặc các hội thiếu số không chính thức nào có thể hạn chế sự tham gia của họ trong thị trường.¹³ Tuy nhiên, có ba rào cản lớn. Thứ nhất, thương lái phải có đủ tiền để mua hay thuê thuyền. Cỡ thuyền trung bình vào khoảng 43 tấn và giá của một chiếc thuyền như vậy có thể từ 3.000 đến 5.000 USD. Trong số những thương lái được khảo sát, chỉ có 55% đủ tiền sở hữu một chiếc thuyền, số còn lại phải đi thuê thuyền.

¹² (IFPRI 2002). Khảo sát này do Bộ Nông nghiệp và PTNT và Viện Nghiên cứu rau quả Quốc tế tiến hành với 1.505 nông dân trồng rau quả vào tháng 10 - 11/2000.

¹³ Điều này không có nghĩa là ở Việt Nam không có các nhóm dân tộc thiểu số. Ví dụ như, trước năm 1979, buôn bán gạo thường được cho là thuộc độc quyền của những thương lái gốc Hoa ở miền Nam. Xem thêm Ungar 1988.

Rào cản thứ hai với người muốn nhập nghề là khả năng tiếp cận nguồn tín dụng. Thông thường mỗi đợt thu mua kéo dài từ 10-15 ngày. Trong thời gian này, họ cần vốn để chi trả cho các giao dịch. Nhu cầu vốn của thương lái có thể rất lớn. Trung bình mỗi thương lái khoảng 14 tấn bưởi mỗi tháng. Giả sử giá bưởi thu mua bình quân là 3.000 đồng/kg, thì thương lái sẽ phải có 42 triệu đồng (2.600 USD) trong một tháng để thu mua và bán lại bưởi. Vì phần lớn thương lái làm ăn đơn lẻ và không có đăng ký kinh doanh nên họ không có điều kiện để vay tín dụng ngân hàng. Nhu cầu vốn càng khó khăn hơn với những thương lái cho người bán sỉ mua chịu. Theo kết quả phỏng vấn những người bán sỉ ở chợ bưởi Tam Bình là một chợ bán sỉ chính của TP. Hồ Chí Minh tại quận Thủ Đức, phần lớn người bán sỉ mua chịu của thương lái, nhiều khi họ mua chịu toàn bộ tiền hàng.

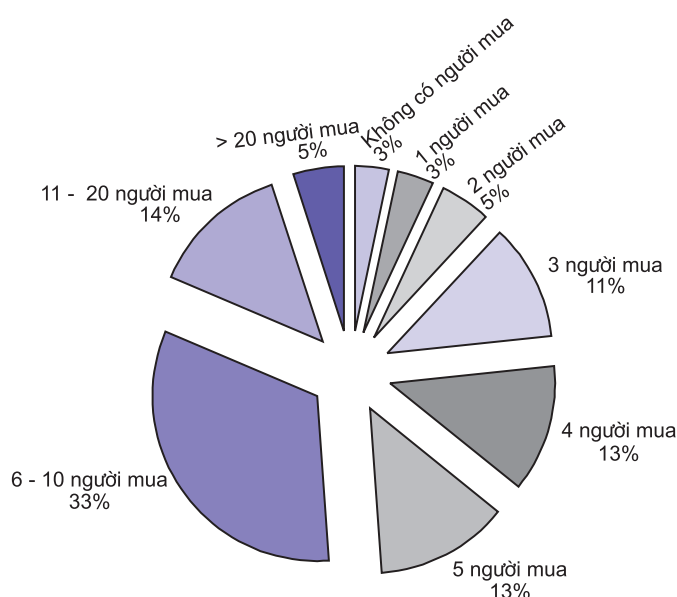
Rào cản thứ ba với người muốn làm nghề thu mua trung gian là khả năng tiếp cận mạng lưới thương mại trong vùng và các chợ bán sỉ ở TP. Hồ Chí Minh. Qua phỏng vấn không chính thức mà các tác giả đã tiến hành với những thương lái ở ba chợ nổi lớn nhất trong vùng đồng bằng sông Cửu Long – chợ Cái Răng, Phong Điền và Phụng Hiệp – một số thương lái không thể đưa bưởi vào các chợ ở TP. Hồ Chí Minh vì không có các đối tác tin cậy. Tuy nhiên, dường như vấn đề này có thể giải quyết được theo thời gian. Thương lái càng làm lâu trong nghề thì càng có thể thiết lập được những mối quan hệ ổn định và tin cậy lẫn nhau với một số người bán sỉ ở chợ Tam Bình.

Những thương lái có xu hướng chuyên môn hoá (97,8% người trả lời phỏng vấn cho biết họ chỉ mua bán một giống bưởi nhất định). Bản thân nhiều thương lái cũng là người trồng bưởi, do đó họ biết rõ thị trường và chất lượng bưởi. Những dấu hiệu giúp thương lái nhận biết chất lượng bưởi là hình thức bề ngoài của quả bưởi và độ nặng khi cầm trái bưởi trong tay. Hơn 95% thương lái nói rằng họ cảm nhận chất lượng trái bưởi còn tốt hơn cả người trồng bưởi. Họ cũng thống nhất ý kiến rằng, so với người nông dân thì họ có thông tin tốt hơn về thị trường và giá bưởi.

3.5. Mô hình giao dịch điển hình giữa người trồng bưởi và thương lái

Trong các giao dịch giữa người trồng bưởi và thương lái, thương lái đi thuyền đến các vườn bưởi nằm dọc theo các kênh rạch chi chít ở khắp nơi trong vùng đồng bằng sông Cửu Long.¹⁴ Thông thường, người trồng bưởi sẽ không thu hoạch khi chưa tìm được người mua. Bưởi có thể để lại trên cây một thời gian mà không sợ hỏng nhưng nếu giữ bưởi trên cây lâu quá thì sẽ làm giảm sản lượng của năm sau. Điều này cho phép người trồng bưởi cân nhắc mức giá chào của nhiều người mua và đợi đến khi bán được giá cao nhất. Có thể nói cạnh tranh trên thị trường này rất gay gắt; 42% người bán cho biết, mỗi mùa có ít nhất 6 thương lái đến hỏi mua bưởi; gần 20% người bán nói rằng, trong mùa có hơn 11 người đến hỏi. Chỉ có 6% số người trồng bưởi được hỏi mua trung bình một lần hoặc thậm chí không lần nào trong mùa. Rõ ràng là thị trường bưởi tại các vườn trái có tính cạnh tranh cao. Không giống như trồng lúa, người nông dân trồng bưởi không phải chịu cảnh thu mua thường có tính độc quyền tại địa phương.

Hình 2: Lướt thương lái bưởi

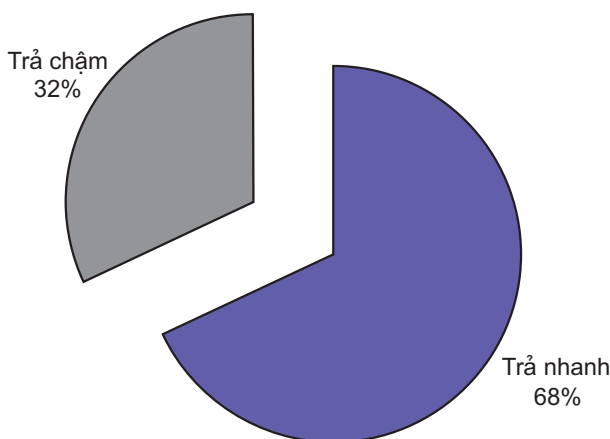


¹⁴ Nhiều nơi trong vùng đồng bằng sông Cửu Long vẫn chưa có đường ô tô; do đó chỉ có thể đến đây bằng cách đi bộ, đi xe máy hoặc đi thuyền.

Nông dân có ít nhất ba cách để bán bưởi, mỗi cách có một phương pháp tính giá tương ứng. Nếu bán lẻ (thường là bán những trái kém ngon nhất), họ sẽ bán và tính giá theo trái. Cách thứ hai, đôi khi cũng được sử dụng, là bán theo ký (kg). Cách phổ biến nhất là thương lái mua cả vườn, bất kể trái bưởi có kích cỡ hay chất lượng khác nhau. Một người trong nhóm tác giả đã chứng kiến một thương lái mua cả vườn bưởi. Thương lái và chủ vườn cùng nhau đi quanh vườn, đồng thời thương lái đếm nhanh số lượng và đánh giá chất lượng trái trong vườn. Sau đó họ thoả thuận giá cho cả vườn bưởi và cách thức thanh toán.

Cách thức thanh toán và nghĩa vụ của thương lái có thể không giống nhau. Thông thường, thương lái sẽ đặt cọc một khoản tiền (khoảng 30%) và hứa sẽ quay lại sau một vài ngày, hoặc một vài tuần, khi đó chủ vườn sẽ thu hoạch cả vườn dưới sự chứng kiến của thương lái. Nói chung, thương lái sẽ thanh toán hết tiền hàng khi thu hoạch xong bưởi. Trong một số trường hợp, nếu thương lái không lo được đủ vốn hoặc chưa nắm chắc giá thị trường, chủ vườn có thể đồng ý hoãn việc thanh toán cho đến khi thương lái bán xong hàng tại các chợ nổi trong vùng đồng bằng hay các chợ bán sỉ ở TP. Hồ Chí Minh. Kết quả là với một số lớn nông dân trồng bưởi, các giao dịch giao hàng giao tiền ngay bị biến thành một kiểu thoả thuận phức tạp, trong đó bên mua được cấp tín dụng và được phép kéo dài thời hạn thực hiện nghĩa vụ hợp đồng.

Hình 3: Các hình thức thanh toán



Do tính chất trì hoãn thanh toán trong giao dịch nên cả hai bên đều có động cơ để “ăn gian”. Vì người trồng bưởi bán chịu cho thương lái nên nếu không bị ràng buộc bởi các quyền pháp lý hoặc các phương tiện khác, người thương lái rất có thể sẽ không thanh toán tiền sau khi đã nhận hàng. Việc này rất nghiêm trọng vì nó có nghĩa là người trồng bưởi sẽ bị thua thiệt lớn. Nếu không dàn xếp từ trước về các quyền pháp lý hoặc cơ chế trật tự tư nhân, người thương lái có thể có động cơ phát sinh hành vi cơ hội nhằm trốn trả tiền.

Mặt khác, người trồng bưởi cũng có động cơ để ăn gian với thương lái. Do thị trường địa phương mận mà với trái cây có chất lượng cao và do thời gian từ khi ký hợp đồng đến khi giao hàng có thể khá dài, nên người trồng bưởi có động cơ để lừa thương lái. Khi thu hoạch, người trồng bưởi có thể để riêng những trái ngon nhất (hoặc chỉ cần là các trái ngon hơn chất lượng trung bình) để bán ra thị trường địa phương. Mặc dù thương lái đã đánh giá chất lượng chung của cả vườn, nhưng viện cớ nhớ không đúng, người nông dân có thể xoay xở để bán những trái kém ngon hơn. Ngoài ra, do đặc điểm của giao dịch là thanh toán chậm và không có hợp đồng bằng văn bản (chỉ khoảng 10% số giao dịch có hợp đồng bằng văn bản viết tay với số lượng và nội dung điều khoản tối thiểu), nên người trồng bưởi hoàn toàn có thể chấp nhận giá mua cao hơn của những người mua đến sau, dẫn đến tình trạng “hót tay trên” và thoả thuận lại giữa bên mua với bên bán. Trong những tình huống nói trên, người ta có thể cho rằng thị trường bưởi rất dễ sụp đổ do các hành vi cơ hội (Akerlof 1970). Tuy nhiên, bất kể những hành vi cơ hội có thể xảy ra, thị trường vẫn tiếp tục phát triển và tăng trưởng. Làm thế nào những bên tham gia có thể tổ chức hoạt động giao dịch nhằm hạn chế hoặc giảm thiểu hành vi cơ hội là một câu hỏi cần được trả lời. Không có các quyền pháp lý vững chắc, người ta có thể cho rằng các bên sẽ hướng về các hợp đồng dài hạn với những đối tác đã quen biết, hoặc tìm kiếm sự hỗ trợ từ hình thức trung gian dựa trên uy tín để đạt được các thoả thuận lâu dài. Tuy nhiên, không có mấy bằng chứng cho thấy điều này đang diễn ra trên thực tế ở các vườn trái đồng bằng sông Cửu Long.

3.6. Các chợ nổi

Chợ nổi là một đặc trưng thân thuộc trong đời sống của người dân ở vùng đồng bằng sông Cửu Long. Các chợ bán sỉ này thường ở gần các thành phố và thị xã, tại điểm hợp lưu của các con sông hoặc kênh rạch. Một số chợ nổi được biết đến nhiều nhất là Cái Răng, Phong Điền và Phụng Hiệp. Các chợ nổi nhỏ hơn có khắp nơi trong vùng đồng bằng sông Cửu Long. Các chợ này phần lớn là nơi buôn bán không có cơ sở hạ tầng chính thức. Một số chợ nổi hoạt động gần các chợ bán lẻ trên cạn (như chợ nổi Phong Điền) hoặc các chợ bán sỉ khác (như chợ Cái Răng). Các chợ nổi không có ban quản lý chợ chính thức, cũng không có cán bộ quản lý thị trường giám sát hoạt động như ở các chợ trên cạn (mặc dù vẫn có người đi thu phí vào chợ). Tuy nhiên, chợ có một số quy định liên quan đến chuyên môn hoá sản phẩm. Ví dụ như một số chợ nổi thường bán nhiều rau hơn (như chợ Phụng Hiệp), trong khi các chợ khác (như Phong Điền) bán nhiều trái cây hơn.

Các chợ nổi thường là chợ bán hàng giao ngay và rất ít khi, hoặc thậm chí không cho mua chịu. Điều này có nghĩa là những giao dịch kiểu này ở chợ nổi không cần trật tự tư nhân cũng như các quyền pháp lý. Một điều hiển nhiên là các chợ nổi không có quy định chính thức. Việc tham gia vào chợ hoàn toàn mở rộng cho tất cả mọi người, mặc dù người tham gia phải trả một khoản lệ phí nhỏ khoảng vài nghìn đồng. Phần lớn người đến chợ nổi là nông dân hoặc thương lái. Họ đến để bán sản phẩm cho những thương lái khác, đến lượt những người này đem bán lại cho các chợ ở TP. Hồ Chí Minh hoặc các chợ khác trong vùng. Người mua ở chợ nổi cũng có thể là người bán phục vụ các chợ bán lẻ ở địa phương. Đáng chú ý là những người chế biến xuất khẩu không đóng vai trò gì tại các chợ nổi. Lý do chính là các sản phẩm cho thị trường xuất khẩu có tính chọn lọc cao và theo những tiêu chuẩn nhất định. Những người xuất khẩu thường trực tiếp đến các vườn tư nhân để chọn lựa trái cây đáp ứng tiêu chuẩn của khách hàng.

3.7. Chợ bán sỉ và chợ xuất khẩu ở TP. Hồ Chí Minh

Chợ Tam Bình ở quận Thủ Đức là chợ bán sỉ buổi lớn nhất ở TP. Hồ Chí Minh. Ở chợ này, những thương lái cung cấp buổi cho những người bán sỉ, đến lượt những người này bán lại cho người bán lẻ. Chợ này cũng không có quy định chính thức. Chợ có khoảng 100 người bán sỉ, đều là những người đã buôn bán lâu năm. Không giống như các chợ nổi, chợ bán sỉ Tam Bình có cơ sở hạ tầng tốt hơn nhiều. Thông thường, một người bán sỉ thuê một quầy hàng nhỏ khoảng 10 m² với giá khoảng 4,5 triệu đồng (xấp xỉ 300 USD) một tháng. Quầy hàng được cung cấp điện, dịch vụ an ninh và vệ sinh với chi phí khoảng 750.000 đồng (tương đương 50 USD), không tính vào hợp đồng thuê quầy hàng. Mỗi tháng, người bán sỉ phải nộp một khoản thuế cố định là 300.000 đồng (20 USD).

Sự khác biệt quan trọng giữa các chợ nổi và chợ Tam Bình là các giao dịch ở chợ Tam Bình có nhiều trường hợp cho mua chịu và trật tự tư nhân. Điển hình là thương lái cho người bán sỉ mua chịu, đôi khi có thể mua chịu 100% tiền hàng, và chỉ đến lấy tiền sau khi người bán sỉ đã bán hết hàng cho người bán lẻ. Do đó, hợp đồng dựa trên quan hệ giữa thương lái với người bán sỉ rất quan trọng để tạo điều kiện thuận lợi cho các giao dịch. Từ cuộc khảo sát của chúng tôi với những người bán sỉ ở chợ Tam Bình cho thấy, họ làm ăn với những thương lái nhất định trong một thời gian dài, và càng buôn bán lâu thì người bán sỉ càng gắn bó hơn với các đối tác thường xuyên.

Giá cả tại chợ bán sỉ thường do thương lái xác định. Đôi khi thương lái cho người bán sỉ mua chịu 100% tiền hàng (người bán sỉ cũng chính là người bán thay mặt thương lái để lấy hoa hồng), và thương lái cho người bán sỉ biết mức giá tham khảo của các loại buổi với chất lượng khác nhau. Tuy nhiên, chúng tôi không rõ liệu người bán sỉ có thể hưởng khoản chênh lệch khi bán buổi với giá cao hơn giá tham khảo của thương lái hay không.

4. Khảo sát nông dân và thương lái

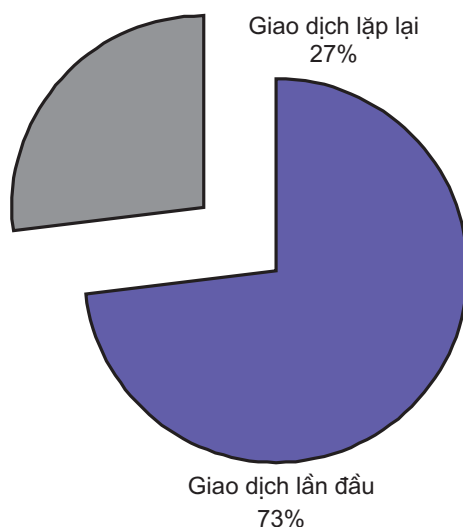
4.1. Các quan sát ban đầu

Các tác giả của báo cáo này đã tiến hành một khảo sát vào giữa năm 2005 và 2006 với các nông dân và thương lái, qua đó đã thu nhận được những dữ kiện dựa trên kinh nghiệm về các tập quán ở thị trường bưởi vùng đồng bằng sông Cửu Long. Nội dung của cuộc khảo sát đối với 180 nông dân và 47 người thương lái, tập trung vào cơ cấu giao dịch giữa hai bên.

Do sự yếu kém của các quyền pháp lý ở Việt Nam, nên không có gì đáng ngạc nhiên khi các bên giao dịch không dựa vào các thể chế pháp lý chính thức để thực hiện các thỏa thuận trên thị trường trái cây. Hơn 88% nông dân cho biết, họ không sử dụng hợp đồng viết khi bán trái cây cho thương lái. Tương tự, 85% thương lái cho biết, họ cũng không sử dụng hợp đồng viết khi giao dịch với nông dân. Rất ít người tham gia thị trường sẵn sàng dựa vào các thể chế pháp lý chính thức để giải quyết các tranh chấp có thể phát sinh.

Trên thực tế, các giao dịch giữa người nông dân và thương lái có thể trở nên phức tạp do người nông dân bán chịu cho thương lái; nhưng điều đáng ngạc nhiên là rất ít nông dân và thương lái trên thị trường bưởi sử dụng các cơ chế trật tự tư nhân để đảm bảo việc thực hiện hợp đồng. Trong khảo sát của các tác giả, 73% nông dân cho biết, mỗi năm trong vòng ba năm gần đây, họ lại bán hàng cho một thương lái khác. Về phần mình, những thương lái nói rằng, khoảng 45% nông dân mà họ mua hàng là những người họ chưa từng mua bao giờ. Kết quả khảo sát này trái với trực giác thông thường vì tất cả mọi dấu hiệu đều cho thấy, trong bối cảnh các cơ cấu pháp lý chính thức còn yếu kém như ở Việt Nam, lẽ ra các bên giao dịch phải dựa vào các cơ chế trật tự tư nhân. Tuy nhiên, sự hấp dẫn của cơ chế trật tự tư nhân không thể tự nó phát sinh, bất kể sự yếu kém của các quyền pháp lý.

Hình 4: Các giao dịch của nông dân



Sự sẵn sàng tìm kiếm một đối tác làm ăn mới theo từng năm đã làm giảm giá trị của các quan hệ lâu dài này, do đó, cũng làm giảm giá trị ngăn cản các hành vi cơ hội. Hơn 80% người trả lời khảo sát cho biết, họ sẽ chuyển từ thương lái này sang thương lái khác để bán được giá cao hơn. Bỏ người này để bán cho người kia với giá cao hơn là hành vi vi phạm hợp đồng chủ yếu mà những thương lái phàn nàn về người nông dân. Những người nông dân cho biết, họ sẵn sàng bán cho một thương lái mới nếu có thể đạt giá cao hơn từ 5-10%. Nếu người nông dân muốn chuyển sang bán cho một người khác sau khi đã thỏa thuận với người mua ban đầu, có thể sẽ dẫn đến tranh chấp về các nghĩa vụ hợp đồng, nghĩa là liên quan đến quyền pháp lý của các bên. Do không có ký kết hợp đồng chính thức, nên có nhiều thông tin về các hình thức tranh chấp và cách giải quyết tranh chấp của các bên.

4.2. Tranh chấp

Tranh chấp giữa nông dân với thương lái là không thể tránh khỏi; trên thực tế, 45% thương lái cho biết có nghe đến những tranh chấp xuất phát từ việc nông dân phá bỏ thỏa thuận với thương lái. 34% thương lái cho biết đã từng có vấn đề với nông dân khi thực hiện hợp đồng. Trong số này, có đến một nửa nói rằng nông dân hủy hợp đồng để bán cho người mua khác với giá cao hơn.

Bảng 1: Các vấn đề giữa thương lái và nông dân

Nông dân bán hàng cho người khác	50,0%
Vấn đề giá cả (phải thương lượng lại)	18,8%
Chất lượng bở rệu kém	18,8%
Các vấn đề khác	12,5%

Nông dân cũng cho biết họ có rắc rối với thương lái, tuy nhiên với số lượng ít hơn. Chỉ có khoảng 10% nông dân cho biết đã từng gặp khó khăn với thương lái trong vòng 5 năm qua. Trong số này, vấn đề lớn nhất với thương lái là họ không thanh toán đầy đủ tiền hàng. Tuy nhiên, trong tất cả những người nông dân được khảo sát, 31% nói rằng có biết một ai đó đã bị thương lái lừa. Vì vậy, nhiều nông dân vẫn ghi nhớ trong đầu, mặc dù việc bị thương lái lừa không phải là phổ biến.

Bảng 2: Các vấn đề của nông dân với thương lái

Thương lái không thanh toán được tiền hàng	43,4%
Không thống nhất về chất lượng hàng	16,6%
Vấn đề giá cả	11,1%
Các vấn đề khác	16,6%

Cả từ hai phía, người nông dân và thương lái đều gặp phải các rủi ro hợp đồng. Thương lái gặp rủi ro khi người nông dân hủy bỏ hoặc muốn thương lượng lại để tăng giá. Ngược lại, người nông dân gặp rủi ro khi thương lái lấy hàng nhưng sau đó không thanh toán như đã hứa. Các vấn đề này hoàn toàn có thể quản lý được nếu có các quyền pháp lý vững chắc. Nếu không có, các bên tham gia thị trường có thể sẽ hướng tới cơ chế trật tự tư nhân để hạn chế bớt khả năng xảy ra các hành vi cơ hội.

4.3. Quản lý tranh chấp

Với các tranh chấp có thể xảy ra, các bên tham gia thị trường phản ứng theo cách dễ đoán trước: 89% thương lái sẽ rút khỏi giao dịch với những nông dân không giữ cam kết. Tương tự, 95% nông dân cũng không tiếp tục giao dịch với những thương lái bị cho là đã lừa họ.

Tuy nhiên, không rõ cách trừng phạt như vậy hiệu quả đến mức nào trong việc ngăn chặn và hạn chế các hành vi cơ hội của các bên tham gia thị trường. Vì chỉ có ít nông dân hoặc thương lái có vẻ như đầu tư nhiều vào các mối quan hệ lâu dài, nên các biện pháp tự cứu mình nói trên có thể không có tác động trừng phạt đối với những người có hành vi xấu. Để các biện pháp trả đũa kiểu này trở thành một cơ chế trật tự tư nhân hiệu quả, các bên tham gia giao dịch phải chịu thiệt bằng cách để mất quan hệ kinh doanh. Không có triển vọng lặp lại giao dịch kinh doanh trong tương lai, người nông dân hay thương lái sẽ không có động cơ mạnh mẽ để hạn chế các hành vi của mình. Kết quả là, trong một môi trường mà các giao dịch một lần được coi là quy định tiêu chuẩn, dọa rút khỏi quan hệ kinh doanh sau này không phải là một chiến lược trật tự tư nhân hiệu quả. Mặt khác, các bên giao dịch cũng tự rút ra bài học cho mình. Ví dụ như, những nông dân cho biết đã từng có rắc rối với thương lái sẽ có thiên hướng duy trì mối quan hệ mua bán với những thương lái đã quen biết từ trước.

Do các bên có xu hướng tham gia vào các giao dịch một lần, nên không có gì ngạc nhiên nếu rất ít nông dân tìm kiếm sự giúp đỡ từ bên ngoài để giải quyết các tranh chấp phát sinh. Trong số những nông dân cho biết có vấn đề với thương lái, 44% đã chấm dứt quan hệ kinh doanh mà không tìm đến sự hỗ trợ của bên thứ ba. Phản ứng thường thấy nhất sau đó là cố gắng thương lượng một giải pháp với thương lái để không cần đến sự hỗ trợ của bên thứ ba. Trong số những nông dân tìm kiếm sự hỗ trợ của bên thứ ba, chỉ có một số rất ít tìm đến các hệ thống phân xử chính thức (ví dụ như tòa án) để giải quyết tranh chấp.

Bảng 3: Các phương pháp giải quyết tranh chấp (của nông dân)

Bỏ qua tranh chấp và tiếp tục giao dịch	44,4%
Thương lượng với thương lái	27,8%
Đưa tranh chấp ra tòa, chính quyền địa phương hoặc công an	22,2%
Các phương pháp khác	5,6%

Những thương lái dường như có những xu hướng hơi khác nhau trong giải quyết tranh chấp. Phần lớn trong số họ sẽ chọn cách thương lượng hoặc tiếp tục (58,2%), số khác (với tỷ lệ lớn hơn của nông dân) tìm kiếm biện pháp can thiệp của bên thứ ba để giải quyết tranh chấp. Kết quả này có thể phụ thuộc vào loại tranh chấp phát sinh giữa các bên. Những thương lái muốn tìm cách thực hiện hợp đồng thường sẽ yêu cầu một hành động cụ thể hay ít nhất là trả lại phần tiền đặt cọc để không bị thua thiệt trực tiếp về mặt tài chính do người nông dân không thực hiện hợp đồng. Tuy nhiên, trong trường hợp ngược lại, khi người nông dân cầm tờ hóa đơn tiền hàng chưa được thanh toán, còn thương lái ra đi mà không quay lại, thì người nông dân khó có thể tìm ra thương lái để đòi tiền, nhất là khi người nông dân phải bỏ ra nhiều thời gian và chi phí để làm việc này.

Bảng 4: Các phương pháp giải quyết tranh chấp (của thương lái)

Bỏ qua và tiếp tục giao dịch	16,3%
Thương lượng với nông dân	41,9%
Đưa tranh chấp ra tòa, chính quyền địa phương hoặc công an	41,9%

Cách sống “đèn nhà ai nhà nấy rạng” của người nông dân tạo ra những tác động đáng để phân tích đối với cách thức kinh doanh và đầu tư của người nông dân. Do người nông dân tiếp cận mỗi một giao dịch với quan điểm cho rằng mình sẽ không biết dựa vào đâu trong trường hợp có tranh chấp (ví dụ như thương lái không thanh toán tiền hàng), và việc kinh doanh sẽ đem lại ít lợi nhuận hơn, nên thông thường người nông dân không lựa chọn các sáng kiến đầu tư tối ưu. Phân tích kỹ sẽ thấy giá trị thực hiện tại của giao dịch giữa người nông dân với thương lái không lớn bằng giá hợp đồng được tuyên bố, vì người nông dân biết rằng có khả năng thương lái sẽ không giữ đúng cam kết và tìm cách để không phải thanh toán tiền hàng. Việc thu hồi các thiệt hại từ thương lái khi xảy ra tranh chấp cũng không phải là một khả năng cao (do thực tế là gần một nửa số nông dân sẽ không tìm kiếm giải pháp để giải quyết tranh chấp), nên giá trị thực của mỗi giao dịch từ phía người nông dân rất thấp. Điều này có thể khiến cho người nông dân đưa ra các quyết định đầu tư không tối ưu khi muốn phát triển và/hoặc duy trì vườn trái. Ngoài ra, do mỗi một giao dịch với thương lái không đem lại nhiều tiền nên người nông dân không có động cơ mạnh mẽ để đầu tư vào mối quan hệ lâu dài với những thương lái, và càng tạo điều kiện để người nông dân chọn riêng những trái tốt nhất, và lừa người mua bằng những trái có chất lượng kém hơn.

4.4. Hình thức trung gian dựa trên uy tín và các dịch vụ tín thác

Uy tín có thể là một dịch vụ tín thác quan trọng. Nếu uy tín được phổ biến, nó có thể đóng vai trò như một giao dịch lần thứ hai ảo. Những bên tham gia trong giao dịch một lần và để lại tiếng xấu có thể sẽ khó tìm được những đối tác kinh doanh mới. 90% nông dân cho biết họ sẽ không giao dịch với những ai mà họ được biết là đã từng không thanh toán tiền, và 92,2% nông dân nói sẽ không giao dịch với những ai mà họ được biết là đã từng lừa một người nông dân khác. Những thương lái có vẻ như cũng đồng quan điểm về những đối tác có tiếng xấu. 90% thương lái cho biết sẽ từ chối mua hàng của người nông dân nào có tiếng xấu trong giao dịch.

Tuy nhiên, vấn đề hiện tại đối với cả nông dân cũng như thương lái là có điều kiện tiếp cận thông tin về uy tín của đối tác. Nếu không có thông tin đáng tin cậy về uy tín của đối tác, sẽ rất khó để cho “uy tín” đóng bất kỳ vai trò nào trong việc hạn chế hành vi. Hơn 3/4 nông dân cho biết, họ không giao dịch lại với cùng một thương lái. Đối với họ, uy tín hóa ra chỉ là một ưu tiên tương đối thấp. Những nông dân này cho rằng giá cả là yếu tố quan trọng nhất, 81,8% trong số họ thậm chí cho rằng, giá cả là yếu tố hàng đầu để họ quyết định nên bán hàng cho ai. 54,9% trong tổng số nông dân tham gia khảo sát cho biết, họ sẵn sàng bán hàng cho người lạ.

Có vẻ như các nguồn thông tin về uy tín và tính đáng tin cậy của các đối tác kinh doanh tiềm năng là rất hạn chế. Những thương lái là người đi khắp nơi. Từ địa điểm mua hàng đến địa điểm họ bán hàng có thể cách nhau rất xa. Họ cũng không làm ăn đều đặn, mà lúc làm lúc không, và cũng không có lợi ích gì từ độc quyền tự nhiên. Không có quy định hành chính nào điều chỉnh hay ràng buộc các tập quán của thương lái, do đó cũng không có dấu hiệu gì rõ ràng đối với người mua, ngoại trừ dấu hiệu về số tiền đầu tư lớn mà thương lái bỏ ra cho công việc kinh doanh (ví dụ như đầu tư mua thuyền), mặc dù những thương lái chủ yếu là đi thuê thuyền.¹⁵ Những người nông dân cho rằng họ giỏi đánh giá các đối tác kinh doanh tiềm năng (68,9%). Tuy nhiên, họ có vẻ không có nhiều thông tin trực tiếp làm cơ sở đánh giá.

Mặc dù nông dân có một số hiệp hội chính thức, nhưng chưa có hiệp hội nào đứng ra làm trung gian uy tín cho nông dân. Hiệp hội Trái cây Việt Nam là hiệp hội được coi như có vai trò đại diện các nông dân trồng cây ăn quả và nghề trồng cây ăn quả ở Việt Nam, nhưng phạm vi hoạt động của hội chưa vươn đến 80% diện tích trồng cây ăn quả của nông dân. Do đó, mới chỉ có chưa đến 20% nông dân trồng cây ăn quả là thành viên của hội. Tuy nhiên, tại những nơi Hội hoạt động, dường như cũng chưa có tổ chức để chia sẻ và điều phối thông tin theo cách có lợi cho nông dân hay thương lái, và giúp họ đánh giá chất lượng của các đối tác thương mại tiềm năng. Chắc chắn người nông dân có thể tập trung một cách không chính thức và chia sẻ thông tin với nhau. Hoặc họ có thể tiếp cận thông tin về những thương lái thông qua một trong số các tổ chức địa phương. Tuy nhiên, thông tin được thu thập qua các tổ chức và hợp tác xã địa phương cũng chỉ có hiệu quả hạn chế vì những người nông dân chia sẻ thông tin theo cách này thường bị hạn chế bởi điều kiện địa lý, khác với những thương lái.

Bảng 5: Những thông tin nào có thể lấy được từ các tổ chức địa phương?

Các dịch vụ khuyến nông	66,7%
Tín dụng	9,5%
Thông tin thị trường	11,9%
Giải quyết tranh chấp	11,9%

Rất khó tìm thấy một hình thức trung gian dựa trên uy tín không chính thức ở vùng đồng bằng sông Cửu Long. Mặc dù các cộng đồng nông thôn gắn bó với nhau nhưng họ thiếu nhiều thuộc tính để có thể tạo ra một hình thức trung gian dựa trên uy tín cá nhân. Trong ví dụ của Bernstein về ngành kim cương, hiệp hội kiểm soát sự tham gia và do đó, những ai có hành vi xấu sẽ bị loại khỏi thị trường (Bernstein 1992). Trong ví dụ của Landa về các thương lái người Hoa, họ bị ràng buộc với nhau bởi yếu tố sắc tộc và các mối liên kết gia đình (Landa 1999). Trong thị trường trái cây ở vùng đồng bằng sông Cửu Long, người nông dân và thương lái không phải lúc nào cũng có chung những thuộc tính khác, ngoài thời gian và địa điểm. Quan hệ sắc tộc hay gia đình không quan trọng. Không có quy định về việc gia nhập và rút khỏi thị trường mua bán trái cây. Thực tế là những thương lái đi khắp nơi và không bị hạn chế trong những vùng địa lý nhất định càng hạ thấp các chi phí chuyển đổi trên cả hai phương diện của giao dịch. Nếu không có một cơ quan thực thi luật định trên thực tế, người nông dân sẽ rất khó phát triển các thông tin có ích về các đối tác tiềm năng.

Vì vậy, uy tín và vai trò của hình thức trung gian dựa trên uy tín chưa phải là yếu tố quyết định để người mua lựa chọn người bán. Nguyên nhân là vì, mặc dù phần lớn nông dân cho biết họ sẽ từ chối giao dịch với những người “không tốt”, nhưng cả nông dân cũng như thương lái đều muốn làm ăn với người lạ. Phần lớn nông dân không nghĩ là mình sẽ có quan hệ lâu dài với thương lái. Người nông dân tự đặt mình vào các giao dịch một lần trong một bối cảnh mà thông tin về uy tín của đối tác không tốt lắm. Nguy cơ người nông dân từ chối giao dịch với một đối tác xấu không đáng kể, vì phần lớn những thương lái cũng cho rằng nông dân sẽ không giao dịch lại với thương lái lần trước.

¹⁵ 55,3% thương lái không sở hữu các thuyền họ sử dụng

Những người nông dân cho biết, lý do quan trọng nhất để làm ăn, bất kể là với người lạ hay người quen, đó là giá cả. Có vẻ như những ràng buộc văn hoá, xã hội hay sắc tộc không có ý nghĩa quan trọng giữa các bên giao dịch. Chỉ có 1/4 nông dân cho biết năm nào cũng giao dịch với cùng một thương lái. Những nông dân này không có mối liên hệ về gia đình, xã hội hay sắc tộc để tạo thành quan hệ ràng buộc với thương lái. Khi hỏi những người nông dân, tại sao tiếp tục làm ăn với những thương lái do họ lựa chọn, hơn 50% trả lời, sự tin cậy là yếu tố quan trọng. Mặc dù sự tin cậy này có bằng chứng rõ ràng (người nông dân đồng ý bán chịu cho những thương lái họ chưa giao dịch bao giờ) nhưng lại không có nguồn gốc.

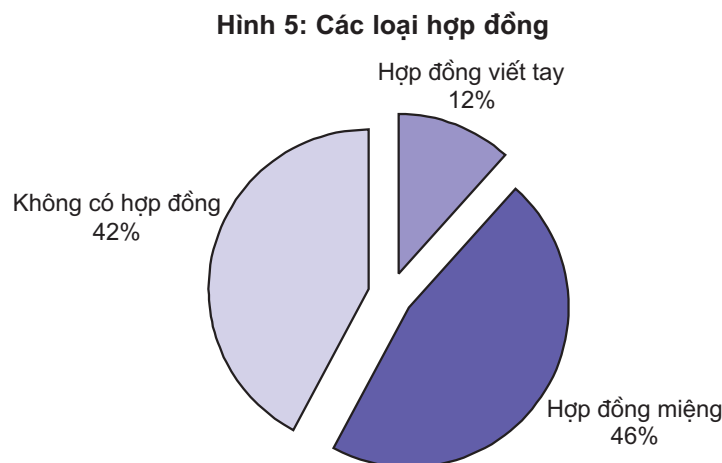
Những thương lái dường như có thử thách độ tin cậy của các đối tác kinh doanh mới. Họ thường đặt hàng với số lượng nhỏ hơn khi giao dịch với những nông dân chưa làm ăn cùng bao giờ. Những thương lái cho biết, khối lượng hàng mua trong lần giao dịch đầu tiên nhỏ hơn rất nhiều so với trong những lần giao dịch tiếp theo với cùng một đối tác. Khối lượng mua trung bình lần đầu tiên chỉ bằng 35-40% khối lượng mua trung bình trong những lần mua tiếp theo. Thương lái tăng số lượng hàng trong những lần mua tiếp theo, và ngược lại. Số liệu khảo sát thực tế chưa rõ ràng về điểm này. Vì những thương lái thường có xu hướng mua cả vườn, không mua từng phần trong vườn, nên có thể người nông dân sẽ đầu tư, mở rộng sản xuất và tăng quy mô vườn với mong muốn giao dịch tiếp với người mua đáng tin cậy.

Điều đáng chú ý là chưa hề có một hiệp hội nào của những thương lái, dù là hiệp hội chính thức hay phi chính thức. Điều này có nghĩa là không có một cơ chế nào để truyền tải thông tin. Không giống như một số thị trường khác, những thương lái trên thị trường bán buôn bưởi không có hiệp hội “phi chính thức”, hay một quán cà phê ưa thích chẳng hạn, nơi họ có thể lui đến để trao đổi thông tin.

4.5. Tín dụng là thước đo cho sự tin cậy

Khi các quyền hợp pháp không vững chắc, cho đối tác mua chịu có thể là dấu hiệu thể hiện mức độ tin cậy cao.¹⁶ Theo nghĩa này, các thị trường trái cây ở vùng đồng bằng sông Cửu Long có vẻ như có mức độ tin cậy tương đối cao, tuy các quyền hợp pháp chưa vững chắc. 32% nông dân cho biết, họ đồng ý cho người mua trả chậm tiền hàng. Trả chậm tiền hàng cũng tương đương với việc cấp tín dụng cho đối tác. Trong trường hợp này, gần 30% nông dân cho biết họ thường bán chịu cho thương lái, mà thông thường đây là những người mà họ chưa từng có giao dịch hoặc quan hệ xã hội. Sự tin cậy phát triển rất nhanh chóng – trên thực tế, có lẽ quá nhanh để được coi như một căn cứ làm ăn kinh tế.

Hình thức hợp đồng sử dụng ở đồng bằng sông Cửu Long thích hợp với cơ cấu phi chính thức. Chỉ khoảng 10% nông dân sử dụng hợp đồng viết tay. Phần lớn nông dân làm ăn trên cơ sở hợp đồng miệng (46,1%) hoặc thậm chí hoàn toàn không có hợp đồng với người mua (42,2%) (cũng tương đương với việc thoả thuận miệng). Những thương lái cho biết thông tin tương tự, khoảng 85% trong số họ giao dịch bằng hợp đồng miệng. Hợp đồng miệng được ưa thích vì phương thức trả chậm yêu cầu một mức độ tin cậy nhất định để đảm bảo thực hiện thành công hợp đồng. Mặc dù tại một thời điểm cụ thể, người nông dân chỉ giao dịch với một thương lái, nhưng ngược lại, thương lái có thể giao dịch cùng một lúc với nhiều nông dân. Do đó có khả năng xảy ra mâu thuẫn khi họ nhớ không chính xác về các thoả thuận miệng.



¹⁶ Woodruff và McMillan (1999) đưa ra luận cứ rằng, khi một bên tham gia giao dịch trên thị trường có các chi phí chuyển đổi cao, đây có thể là động cơ để thúc đẩy việc bán chịu.

Khoảng thời gian từ khi giao hàng đến khi thanh toán hết tiền hàng thường kéo dài từ 3 ngày đến 3 tháng.

Bảng 6: Phương thức trả chậm của thương lái

Trả tiền trong vòng 3-4 ngày sau khi nhận hàng	32,6%
Trả tiền trong vòng 5-15 ngày sau khi nhận hàng	26,1%
Trả tiền trong vòng 1-2 tháng sau khi nhận hàng	10,3%
Trả làm nhiều đợt trong vòng 3 tháng sau khi nhận hàng	17,3%
Các phương thức khác	13,0%

Tuy nhiên, quan hệ tín dụng này không có vẻ là quan hệ hai chiều. Không thương lái nào tham gia khảo sát cho biết họ cấp tín dụng cho người nông dân. Hoàn toàn thống nhất với thông tin này, phần lớn nông dân (86,2%) cho biết không hề nhận được tín dụng nào từ phía thương lái dưới dạng tiền mặt hoặc dịch vụ khuyến nông. Điều này nhất quán với quan điểm cho rằng người nông dân và thương lái không đầu tư vào những quan hệ lâu dài, vì chu trình kinh doanh cần đến tín dụng của người nông dân dài hơn nhiều so với của thương lái. Vì thương lái ít khi có ý định giao dịch tiếp với cùng một người nông dân, nên họ cũng không có mấy động cơ để cấp tín dụng cho người nông dân trong thời gian không phải vụ mùa.

McMillan và Woodruff quan sát thấy có sự tương quan giữa việc cấp tín dụng và việc khoá lãi suất giữa các đối tác kinh doanh. Họ kết luận, chi phí thay đổi tác cao và không nhất thiết sự tin cậy, là những yếu tố để thúc đẩy việc cấp tín dụng (McMillan và Woodruff 1999). Tuy nhiên, ở đây chúng tôi không tìm thấy sự tương quan giữa việc thiếu tính cạnh tranh (hoặc chi phí thay đổi tác cao) với sự sẵn sàng cấp tín dụng từ phía người nông dân. Hơn 60% thương lái cho biết thị trường mua buổi có tính cạnh tranh ở mức độ vừa đến mức độ cao. Những người nông dân cũng nói tương tự; 64,2% số họ có hơn 5 người đến hỏi mua hàng mỗi năm, 32,4% có từ 6 đến 10 người đến hỏi mua hàng mỗi năm. Có thể đưa ra kết luận chính xác là không có sự khoá lãi suất trên thị trường buổi. Người mua thường không bị giới hạn về mặt địa lý, và các bên không cần phải đầu tư tài sản cụ thể vào các mối quan hệ để gia nhập thị trường.

Bảng 7: Số lượng thương lái đến hỏi mua hàng

0	3,4%
1	3,4%
2	5,1%
3	11,4%
4	12,5%
5	13,1%
6-10	32,4%
11-20	13,6%
>20	5,1%

Dường như người nông dân đều sẵn sàng bán chịu cho thương lái, và không để ý nhiều đến mức độ cạnh tranh cho hàng hoá của mình. Tỷ lệ nông dân cho biết sẽ cho phép thương lái trả chậm tiền hàng dường như không có sự tương quan lớn với mức độ cạnh tranh hoặc sự khoá lãi suất mà người nông dân gặp phải; 30-45% nông dân cho biết họ sẽ cho phép thương lái trả chậm tiền hàng.

Các dữ kiện cho thấy một thực tế thú vị về sử dụng hợp đồng viết so với hợp đồng miệng, vì nó liên quan đến mức độ cạnh tranh trên thị trường. Những người nông dân có hàng hoá ít cạnh tranh hoặc cạnh tranh ở mức độ vừa phải (không có hoặc có không quá 2 người đến hỏi mua mỗi năm) hoàn toàn phụ thuộc vào hợp đồng miệng khi giao dịch với thương lái. Trái lại, những người bán mà hàng hoá có tính cạnh tranh hoặc cạnh tranh rất gay gắt trên thị trường sử dụng hợp đồng viết nhiều hơn; 44,4% nông dân có hơn 20 người đến hỏi mua hàng mỗi năm hoàn toàn sử dụng hợp đồng viết. Điều này dẫn đến kết luận rằng những thương lái gặp cạnh tranh lớn trong cung cấp hàng sẽ sử dụng các hợp đồng viết để tạo ra các quyền hợp pháp rõ ràng cho mình. Tuy nhiên, với các dữ kiện về tranh chấp và giải quyết tranh chấp, không rõ là các quyền hợp pháp trong các hợp đồng viết này vững chắc đến mức nào.

4.6. Sự tin cậy - câu đố chưa có lời giải

Mức độ tin cậy cao hiện diện trong các giao dịch phức tạp này vẫn còn là câu đố chưa có lời giải. Thị trường trái cây có tính cạnh tranh cao, và chi phí chuyển đổi tương đối thấp. Do đó, các giao dịch có xu hướng giao ngay giữa những người mua và người bán khác nhau. Tuy nhiên, có đến gần 1/3 người bán nói rằng, họ bán chịu cho người mua mà phần lớn người mua đại diện cho các mối quan hệ mới. Do phần lớn thu nhập hàng năm của người nông dân được thể hiện qua tín dụng, nên rất khó giải đáp việc người nông dân sẵn sàng chấp nhận rủi ro chỉ để làm vừa lòng một ai đó trong số khách hàng tiềm năng của mình. Nếu người mua yêu cầu được mua chịu, thông thường người ta sẽ nghĩ, người bán muốn tiến tới quan hệ lâu dài với người mua để cố gắng hạn chế khả năng xảy ra các hành vi cơ hội của người mua. Trên thực tế, việc này có xảy ra nhưng chỉ trong những trường hợp hãn hãn và không mang tính hệ thống. Kết quả này cũng chưa có lời giải đáp.

Sự tin cậy của người nông dân chắc chắn một cách đáng kinh ngạc. Trong số những người cho biết có rắc rối với người mua trong vòng 5 năm qua, 2/3 nói rằng họ vẫn sẽ tiếp tục làm ăn với người lạ. Trên thực tế, nhóm nông dân hiểu biết nhiều nhất về cách thức một người lạ có thể có hành vi cơ hội lại muốn làm ăn với người lạ nhiều nhất. Chỉ có 44% những người chưa từng có rắc rối gì trong vòng 5 năm qua nói rằng họ sẽ làm ăn với người lạ (mặc dù trên thực tế phần đông cho biết mỗi năm, họ lại giao dịch với một thương lái mới). Mặc dù sự tin cậy có vẻ như chắc chắn, kể cả với những người trước đây đã từng bị lừa, thì vẫn có một số giới hạn. Trong số những người biết một ai đó đã từng bị lừa, 57,1% sử dụng hợp đồng viết, so với tỷ lệ chung là 12%. Tuy vậy, tính hiệu quả của hợp đồng kiểu này không có bằng chứng chắc chắn. Một bộ phận những người trước kia từng bị lừa (20,9%) đã thiết lập các quan hệ hợp đồng lâu dài với thương lái.

5. Ý nghĩa chính sách của nghiên cứu này

Ý nghĩa chính sách của nghiên cứu này không thể hiện rõ ngay từ cái nhìn đầu tiên. Những vấn đề liên quan đến giao dịch qua lại giữa nông dân và thương lái không nghiêm trọng đến mức tạo ra sự thất bại trên thị trường. Người nông dân phải gia nhập thị trường để bán hàng, và không thể dừng lại vì người mua có động cơ để phát sinh hành vi cơ hội. Tuy nhiên, các giao dịch qua lại giữa nông dân và thương lái cho thấy chi phí giao dịch vẫn cao trên thị trường cạnh tranh này. Nếu giảm bớt chi phí, có thể tăng cường hiệu quả của thị trường và tạo ra tác động tích cực đến thu nhập của người nông dân nhờ giảm bớt rủi ro, đồng thời có thể cải thiện khả năng tiếp cận tín dụng thương mại cho thương lái.

Trong trường hợp đầu tiên, rõ ràng là việc tăng cường hiệu quả và khả năng tiếp cận hệ thống luật pháp tại Việt Nam cần tiếp tục là ưu tiên quan trọng đối với những nhà lập chính sách ở Việt Nam. Nếu các bên có khả năng tiếp cận hợp lý đối với hệ thống luật pháp, thì các hợp đồng miệng cũng như hợp đồng viết sẽ có cơ sở vững chắc, và chi phí giao dịch sẽ giảm. Việt Nam và cộng đồng quốc tế đã có một chương trình tích cực về cải cách luật pháp và pháp lý trong ít nhất là thập kỷ vừa qua. Trọng tâm của chương trình là dự thảo các luật định, đào tạo thẩm phán và tăng cường hiệu quả tổng thể của hệ thống luật pháp. Tuy nhiên, để có được một hệ thống luật pháp hiệu quả và dễ tiếp cận là một nhiệm vụ khó khăn, tốn kém và lâu dài. Hoạt động trong lĩnh vực này hoàn toàn không dễ.

Tránh lặp lại hoặc thay thế các chương trình hỗ trợ pháp luật đang được triển khai trong những lĩnh vực khác, chúng ta có thể tăng cường hiệu quả của các thị trường tự phát bằng những cách riêng, qua đó, giảm chi phí giao dịch cho các bên tham gia thị trường. Trong trường hợp thị trường bấp bênh, các bên tham gia các giao dịch một lần, và thị trường sẽ có lợi nếu như bổ sung một cơ chế phản hồi, từ đó có thể tạo ra các cơ hội giao dịch lần hai. Một hệ thống luật pháp hiệu quả có thể làm được việc này bằng cách tạo ra các quyền hợp pháp để đảm bảo thực hiện cam kết giữa các bên xa lạ. Trong các bối cảnh khác, những liên hệ về sắc tộc, văn hoá hay xã hội có thể tạo ra các cơ hội lần thứ hai, điều này thúc đẩy những hành vi chuẩn mực để hạn chế các bên chơi xấu trên thị trường.

Một cơ chế phản hồi ở đồng bằng sông Cửu Long sẽ không được lợi từ những quan hệ xã hội mạnh mẽ hoặc các chuẩn mực văn hoá. Tuy nhiên, có thể xây dựng các thể chế địa phương nhằm tạo ra cơ chế phản hồi hỗ trợ sự phát triển uy tín thương mại của các bên trên thị trường trái cây. Thông tin có thể là công cụ đẩy sức mạnh để hỗ trợ thương mại giữa những người lạ. Một cơ chế phản hồi có thể đơn giản như một hệ thống báo cáo tự nguyện, trong đó các bên có tranh chấp với thương lái hay người nông dân có thể chia sẻ các kinh nghiệm của mình. Cơ chế này có thể tương tự như công cụ phản hồi/đảm bảo uy tín hiện đang được sử dụng cho các trang bán đấu giá và bán hàng trên internet, như eBay và Amazon. Tại các thị trường này, thông tin

về kết quả thực hiện hợp đồng trước kia của một đối tác vô danh được sử dụng cho một ví dụ ảo về giao dịch lần hai nhằm hạn chế các hành vi cơ hội có khả năng xảy ra, và hỗ trợ thương mại giữa những người lạ.

Xây dựng một cơ chế uy tín cho thị trường trái cây ở đồng bằng sông Cửu Long không được quá phức tạp hay quá tiên tiến về mặt kỹ thuật. Chức năng của cơ chế này không phải là thay thế các thể chế chính thức, và cũng không cần đến sự can thiệp tích cực của các thể chế chính thức hay bên thứ ba. Cơ chế phản hồi có thể tận dụng các lực lượng thị trường nhằm khuyến khích các bên, bên mua cũng như bên bán, tăng cường hiệu quả thực hiện hợp đồng. Cơ chế sẽ giúp đạt được mục tiêu này bằng cách tạo ra một cơ hội cho người nông dân và thương lái tham gia vào giao dịch lần thứ hai ảo với các bên đối tác vô danh, đánh giá tính tin cậy của các đối tác gần đây và chia sẻ thông tin này với những người khác trên thị trường toàn vùng đồng bằng sông Cửu Long. Ví dụ như, ở Hoa Kỳ, một ấn phẩm có tên Báo cáo người tiêu dùng đã cung cấp cho người tiêu dùng những thông tin về các dịch vụ và hàng hoá bền chắc. Ấn phẩm này rất có ích cho người tiêu dùng vì thông thường họ không có mấy thông tin về chất lượng của các loại hàng hoá và dịch vụ này, chúng khá hiếm trên thị trường. Người bán nào được xếp hạng cao về chất lượng và dịch vụ trong Báo cáo người tiêu dùng có thể bán được nhiều hàng hơn.

Thông qua hệ thống phản hồi - có thể là trang web hoặc tài liệu in, những người tham gia thị trường buổi có thể xây dựng uy tín cho mình. Những người có hành vi xấu và phải nhận những phản hồi không tốt dần dần sẽ bị các bên tham gia thị trường xa lánh. Cơ chế uy tín này không chỉ trừng phạt những người chơi xấu, mà còn tạo ra phần thưởng cho những người làm ăn đúng đắn. Tạo ra uy tín đáng giá là một việc khó khăn, xét đến mức độ cạnh tranh cao và chi phí thu thập thông tin về các đối tác tiềm năng.

Nếu có cơ chế uy tín, các bên có thể thấy mình không phải tốn kém lắm để được nổi tiếng là làm ăn ngay thẳng. Những người buôn bán ngay thẳng sẽ tự tạo ra giá trị cho mình bằng cách cung cấp cho thị trường những dấu hiệu đáng tin cậy, cho thấy mình làm ăn đúng đắn. Những thương lái sẽ sẵn sàng trả giá cao hơn cho những nông dân có tiếng là luôn luôn cung cấp sản phẩm chất lượng cao và thực hiện đúng hợp đồng. Người nông dân cũng sẵn sàng bớt giá (hoặc cho mua chịu nhiều hơn) nếu thương lái có tiếng là đáng tin cậy và luôn luôn trả tiền. Bằng cách cung cấp cho các bên một nơi để trừng phạt những người làm ăn thiếu ngay thẳng, cơ chế uy tín sẽ hạn chế các rủi ro và tạo ra động cơ cho các bên cung cấp hàng tốt hơn với giá rẻ hơn.

Hiệu ứng thứ cấp của cơ chế uy tín chính là cung cấp cho người nông dân và thương lái những thông tin chính xác hơn để định giá. Người nông dân hiện đang phụ thuộc hoàn toàn vào thương lái để biết những thông tin về giá cả. Cơ chế uy tín sẽ cho phép người nông dân và thương lái biết chính xác hơn giá buổi ở tất cả mọi nơi trong đồng bằng sông Cửu Long, và do đó, sẽ tăng cường hiệu quả thị trường. Một cơ chế dựa trên trang web có thể cung cấp thông tin về giá cả sát với thời gian thực, và có thể đem lại nhiều giá trị hơn cho người nông dân so với hệ thống báo chí, vốn phải chờ một khoảng thời gian dài để in ấn.

Cơ chế uy tín không cần đến những quy định hay yêu cầu cấp phép mới - những quy định đó không cần thiết và cũng không khả thi. Cơ chế này chỉ đơn giản là một cách để tăng cường hiệu quả thị trường thông qua phát triển các cơ chế thị trường và sức mạnh của thông tin. Biện pháp tiếp cận này cần củng cố các cơ cấu thị trường hiện tại và hỗ trợ cải thiện hiệu quả của thị trường mà không tạo ra các chi phí bất hợp lý và gánh nặng đối với các bên tham gia thị trường. Biện pháp tiếp cận để hỗ trợ dòng thông tin không nhất thiết phải dùng công nghệ cao; trên thực tế một số cơ chế hiệu quả nhất lại dựa trên cơ sở công nghệ thấp.¹⁷

Hiệp hội Trái cây Việt Nam, hoặc Viện Nghiên cứu Rau quả miền Nam (SFRI), cùng kết hợp với các ban nông nghiệp địa phương, có lẽ là chủ thể thích hợp nhất để xây dựng cơ chế uy tín. Tuy nhiên, để làm được việc này, Hiệp hội Trái cây Việt Nam, hoặc SFRI, có lẽ phải định hướng lại một số hoạt động của mình và tìm cách mở rộng phạm vi hoạt động. Không giống như các chính quyền địa phương, Hiệp hội có quy mô đủ rộng để bao quát các giao dịch trong toàn vùng đồng bằng sông Cửu Long. Không giống như Bộ Nông nghiệp và PTNT, các tổ chức hiệp hội này tập trung vào các vấn đề liên quan đến thị trường trái cây và đồng bằng sông Cửu Long, đủ để dành ưu tiên cao cho nỗ lực xây dựng cơ chế uy tín. Các ban nông nghiệp địa phương có thể giúp Hiệp hội Trái cây Việt Nam mở rộng phạm vi hoạt động của mình đến tận cấp xã.

¹⁷ Ví dụ như, cho in tên và ảnh của các tội phạm không sử dụng bạo lực là một cách trừng phạt không chính thức phổ biến của cộng đồng để khiến cho các tội phạm cảm thấy hổ thẹn. .

Tuy nhiên, có một số thách thức liên quan đến việc thiết kế một cơ chế như đề xuất. Trước hết, cơ chế uy tín cần đến những nỗ lực thu thập dữ liệu ở phạm vi rộng. Hiệp hội Trái cây cũng như SFRI đều không có đủ đại diện ở các xã hay thôn ấp trong vùng đồng bằng sông Cửu Long để thu thập các dữ liệu về giao dịch và uy tín; tuy nhiên việc thu thập dữ liệu có thể được thực hiện dưới sự giám sát của các ban nông nghiệp địa phương.

Tổng hợp và chia sẻ dữ liệu với chi phí thấp là một thách thức khác. Thách thức này có thể được giải quyết bằng công nghệ. Một ứng dụng đơn giản trên trang web kết hợp với sự phối hợp của các ban nông nghiệp địa phương ở các thôn ấp là đủ để bắt đầu. Tất nhiên, việc du nhập công nghệ vào các thôn ấp mới chỉ ở cấp độ sơ đẳng, và tiếp cận trên trang web có thể chưa phải là biện pháp khả thi vào thời điểm này.

Để thay thế, có thể phát hành các bản tin mỗi tháng hai lần, với các thông tin do Hiệp hội Trái cây hoặc SFRI thu thập về các giao dịch không thành công và thông tin về giá cả. Đến thời điểm thích hợp, ấn phẩm này có thể được thay thế bằng biện pháp tiếp cận trên trang web.

Các giải pháp chính sách¹⁸

Giải pháp chính sách 1:	Cơ chế uy tín dựa trên trang web
Mục tiêu:	Tăng cường hiệu quả và giảm rủi ro của các thị trường trái cây bằng cách hỗ trợ các dòng thông tin về các bên tham gia thị trường.
Các đối tác địa phương:	Hiệp hội Trái cây Việt Nam, SFRI, các ban nông nghiệp địa phương
Chi tiết:	Với ứng dụng trên trang web, có thể tổng hợp thông tin từ các giao dịch ở quanh vùng đồng bằng sông Cửu Long, và cung cấp cho nông dân và những thương lái thông tin thời gian thực (hoặc sát thời gian thực) về giá cả và phản hồi về các giao dịch giữa thương lái với nông dân.

Giải pháp chính sách 2:	Cơ chế uy tín thông qua bản tin
Mục tiêu:	Tăng cường hiệu quả và giảm rủi ro của các thị trường trái cây bằng cách hỗ trợ các dòng thông tin về các bên tham gia thị trường.
Các đối tác địa phương:	Hiệp hội Trái cây Việt Nam, SFRI, các ban nông nghiệp địa phương
Chi tiết:	Các bản tin có thể tổng hợp và cung cấp thông tin về các giao dịch không thành công giữa người mua và người bán.

¹⁸ Để nội dung trình bày được tập trung, chúng tôi đã cố ý giới hạn các kiến nghị chính sách ở mức độ liên quan trực tiếp đến việc tạo ra các cơ chế uy tín, nhằm giúp nông dân và những thương lái giảm bớt chi phí giao dịch. Tuy nhiên, trên thực tế, điều quan trọng là để cho những người lập chính sách biết về các biện pháp tiếp cận chính sách khác. Một biện pháp đó có thể là xây dựng các thể chế hỗ trợ giải quyết tranh chấp và thực hiện hợp đồng (ví dụ như, bằng cách tăng cường năng lực của các toà án địa phương, tổ chức nông dân và/hoặc thương lái vào các hiệp hội, hoặc hỗ trợ sáp nhập các bên chủ chốt trong chuỗi hàng hoá, ví dụ như Công ty chế biến và xuất khẩu rau quả Hoàng Gia). Một biện pháp tiếp cận khác có thể là tăng cường hệ thống thông tin thị trường hiện tại để cung cấp thông tin thị trường thích hợp (ví dụ như, giá cả, chất lượng, địa chỉ người mua và người bán, v.v) một cách chính xác và kịp thời. Hệ thống thông tin này sẽ có lợi từ sự hợp tác giữa các hiệp hội nông dân và hiệp hội thương lái, các dịch vụ khuyến nông ở địa phương và khu vực, các viện nghiên cứu (như SFRI và IPSARD), và hỗ trợ kỹ thuật của quốc tế.

Tài liệu tham khảo

- Akerlof, George A. (1970), Thị trường hàng đã qua sử dụng: *Sự bất ổn định về chất lượng và cơ chế thị trường*, Tập san kinh tế hàng quý 488-500 (tháng 8/1970).
- Baird, Douglas G.; Robert H. Gertner và Randal C. Picker (1994), *Lý thuyết trò chơi và luật pháp*
- Bernstein, L (1992), *Lựa chọn bên ngoài hệ thống luật pháp: Các mối quan hệ hợp đồng bên ngoài khuôn khổ luật pháp trong ngành kim hoàn.*
- Dapice, David O., 2000 *Tổng quan về nền kinh tế Việt Nam sau khủng hoảng*, tài liệu công tác của chương trình Việt Nam - Trường KENNEDY (tháng 6/2000).
- Dixit, Avinash, 2004 tình trạng không có luật pháp và kinh tế học (2004)
- Fafchamps, Marcel, (1996). *Thực hiện các hợp đồng thương mại ở Ghana*, 24 phát triển thế giới 427
- Greif, Avner, (1993) *Hiệu lực hợp đồng và các thể chế kinh tế trong buổi đầu phát triển thương mại: Liên minh của các thương lái Maghribi*, 83 Thời báo Kinh tế Hoa Kỳ số 3
- Viện Nghiên cứu chính sách lương thực quốc tế, (2002) *"Rau quả ở Việt Nam,"*.
- Klein, Daniel B. (biên tập) (2000). Uy tín: Các nghiên cứu về sự tự nguyện áp dụng quy tắc cư xử tốt.
- Landa, JT (1999). *Sự tin cậy, Đạo đức và Sự nhận danh*, Đại học Michigan
- Lê Đăng Doanh và các đồng nghiệp, (2002) *Giải thích sự tăng trưởng ở Việt Nam* (Tài liệu của CIEM, tháng 6/2002).
- Leipziger, D.M., *Đánh thức thị trường: Sự chuyển đổi kinh tế của Việt Nam*, (1992) Tài liệu thảo luận của Ngân hàng Thế giới 157, 1992.
- Lipworth, Gabrielle và Eric Spittaler, (1993) *Việt Nam: Cải cách và ổn định 1986-1992*, Tài liệu công tác của Quỹ Tiền tệ quốc tế 93/46/-EA.
- McMillan, John và Christopher Woodruff, (1999), *Mối quan hệ trong công ty và Tín dụng không chính thức tại Việt Nam*, 114 Quarterly Journal of Economics, 114 1285.
- McMillan, John và Christopher Woodruff, (2000) *Trật tự tư nhân khi trật tự công cộng không hiệu quả*, 98 Mich. L. Rev. 2421, 2421 (Aug 2000).
- Smith, Adam, (2000) *Bài giảng về ảnh hưởng của thương mại đến cung cách xử sự*, Daniel B. Klein (biên tập) Uy tín: Các nguyên cứu về sự tự nguyện áp dụng quy tắc cư xử tốt.
- Ngân hàng Thế giới, Khảo sát về làm kinh doanh có tại địa chỉ <http://www.doingbusiness.org>.
- Các thử nghiệm bao tiêu* Daniel B. Klein (biên tập) (2000) UY TÍN: Các nghiên cứu về sự tự nguyện áp dụng quy tắc cư xử tốt.
- UNDP, *Đường đến công lý ở Việt Nam*, tháng 5/2004.
- Ungar, F.S. (1988) *Cuộc chiến với cộng đồng Hoa tại Việt Nam, 1946-1986*, 60 Pacific Affairs 596 (Mùa đông năm 1987-1988).
- Vasavakul, Thaveeporn, (2006) *Quản lý đất nông nghiệp trong thời kỳ Đổi Mới: Quan điểm của những nhà lập chính sách* theo Marsh, Sally P.; T. Gordon MacAulay và Phạm Văn Hùng (biên tập) phát triển nông nghiệp và chính sách đất đai ở Việt Nam
- Phòng Thương mại Công nghiệp Việt Nam và Sáng kiến Cạnh tranh Việt Nam, (2006) Báo cáo chỉ số cạnh tranh của các tỉnh.
- Niên giám thống kê Việt Nam (của nhiều năm).