

Sử dụng Internet để thúc đẩy kinh doanh lành mạnh

Lê Hồng Nhật

Kinh doanh đòi hỏi có cơ chế hữu hiệu để giám sát sự thành thật giữa các bên bán và mua. Vào cuối thế kỷ thứ 10 ở Châu Âu, khi chưa xuất hiện các nhà nước trị vì bằng pháp luật. Các nhà buôn rượu của Pháp thường vượt biển hay đi ngựa trên đất liền tới dự hội chợ (Champagne fairs). Bên bán chào hàng cho bên mua thử rượu champagnes. Hợp đồng giữa hai bên được ký kết. Theo đó, bên bán hứa sẽ gửi hàng có cùng chất lượng cho bên mua; và bên mua hứa sẽ trả tiền sau khi nhận hàng cho bên bán. Nhưng khi hàng nhận được, một số rượu có chất lượng thấp. Và sau khi giao hàng, đôi khi người mua không trả đủ tiền. Điều này cũng hết như sự nan giải của những người tù. Từng bên chạy theo ích lợi trước mắt khiến cho các giao dịch có lợi không thực hiện được. Nếu không có cơ chế thúc đẩy sự làm ăn thành thật; có lẽ sẽ khó có được Châu Âu hiện đại với thương mại mở rộng.

Vào lúc đó, các doanh nhân tự lập ra toà án riêng (Law merchant). Họ xử các vụ kiện và tuyên cáo bên nào có lỗi. Người bị buộc tội phải nộp một khoản tiền phạt cho phía bên kia. Mặc dù chẳng có gì ép buộc được anh ta làm như vậy. Nhưng việc không tuân thủ lời phán quyết của tòa sẽ khiến tên anh ta bị lưu lại trong sổ. Và trong tương lai, có thể được đưa cho bất cứ ai xem nếu được yêu cầu. Bằng cách đó, các bên giao dịch luôn kiểm chứng được đối tác của mình đã bao giờ bị phạm lỗi chưa. Với cơ chế đơn giản như vậy, giao dịch lành mạnh đã được thúc đẩy.

Ở Mỹ, cho tới giờ, những thể chế tương tự cũng vẫn tồn tại. Như Credit Bureau; nó thường thông báo cho người tiêu dùng những công ty nào không còn giữ được tiêu chuẩn đạo đức trong kinh doanh; và sách Consumer Reports thông báo những vụ không thành thực về giá cả và chất lượng. Dưới đây, ta hãy xét một thể chế khác ở Việt nam trong thời đại Internet.

Phát giác và kiểm chế gian lận trong ngành nuôi tôm ở Cần giờ

Vào đầu các năm 2000, Cần giờ trở thành nơi nuôi tôm với lãi suất cao, nhưng nhiều rủi ro. Một trong các rủi ro là do sự không thành thật trong mua bán. Chẳng hạn, một số người kinh doanh tôm giống trong ngành công nghiệp này, thay vì tìm bắt tôm giống trên biển, họ nuôi tôm ở đầm. Sau đó họ chọn ra những con khỏe và to nhất đem thả vào lưới nuôi ngoài biển. Sau một thời gian, vỏ tôm đổi màu trông giống hệt như những con tôm giống bắt từ biển. Họ chỉ việc cất lưới, đem vào bờ và bán với giá tôm giống bố mẹ với giá có khi tới vài triệu đồng 1 con. Những chuyên gia nuôi tôm cho biết, họ không tài nào phân biệt được hàng giả với hàng thật cho tới khi những con tôm "biển" này tự tiết lộ về mình qua việc đẻ ra tôm giống với số lượng ít, chất lượng tồi. Điều đó gây thiệt hại lớn cho người mua. Câu hỏi được đặt ra là, nếu việc kiểm tra, giám sát trực tiếp không thực hiện được, thì có cách gì để khuyến khích các đối tác, vì chính lợi ích bản thân họ mà không có hành vi trục lợi hay không?

Nếu người bán tôm giống sợ bị mất mỗi giao hàng trong tương lai thì anh ta sẽ không giao tôm giống giả. Chuyện cũng xảy ra hệt như vậy trong việc cung cấp tôm tươi cho các nhà hàng. Chủ trại sản xuất tôm sẽ không tìm cách ém một số tôm không có đủ độ ngọt, tươi vào lô hàng giao cho nhà hàng hải sản tươi sống, nếu người bán kỳ vọng rằng người mua có khả năng phát hiện được sự gian lận và áp dụng biện pháp trả đũa. Việc trả đũa thường là có hiệu lực hơn nếu có sự phối hợp của cả cộng đồng kinh doanh. Cụ thể là, những nhà hàng có thể

nói với nhau về một nhà bán tôm không thành thật và từ chối không mua hàng của anh ta. Tương tự, các nhà sản xuất tôm kế cận có thể báo cho nhau biết về những kẻ đã cung ứng vật tư giả. Nếu số người được cảnh báo là đủ đông, thì sự tẩy chay tập thể có thể tạo nên một sự răn đe hữu hiệu chống lại sự gian lận. Tuy nhiên, thực tế không phải bao giờ cũng đơn giản như vậy.

Trong công nghiệp nuôi tôm, người ta phải sử dụng bột đô-lô-mít để giảm nguy cơ nhiễm bệnh cho tôm. Những người làm bột đó, vì lợi nhuận, có thể trao hàng giả, mà vẫn không bị trừng phạt. Vấn đề là họ có thể bán bột giả cho những người nông dân nuôi tôm ở vùng này, rồi đi sang vùng khác trước khi khách hàng kịp nhận ra rằng mình đã bị lừa. Những nhà sản xuất mà tôm giống của họ bị bệnh lại ít có khả năng phân biệt đó là do bột giả, hay là mình bị lừa mua phải giống tôm tồi, hay do kênh dẫn nước bị ô nhiễm, vân vân. Vấn đề không chỉ là việc tốn kém về thời gian và tiền của để xác định xem nguyên nhân tôm bị bệnh là do đâu? Liệu đối tác của mình có làm ăn thiếu thật thà hay không? mà còn phải chứng minh được cho những người khác rằng ai thực sự là kẻ mắc lỗi. Nếu quan hệ kinh doanh không đủ thường xuyên, hoặc có quá nhiều yếu tố ngẫu nhiên làm mất khả năng xác định ra nguyên nhân gây hại, thì sự trừng phạt của cả cộng đồng không thể trở thành công cụ hữu hiệu để răn đe những hành vi trục lợi. Vậy những người nuôi tôm cần phải làm gì để giảm bớt rủi ro bị lường gạt?

Bước đầu tiên là nên chuẩn hóa kỹ thuật nuôi tôm nhằm làm dễ dàng việc xác định nguyên nhân gây hại. Bước tiếp theo là phải có hệ thống luật rõ ràng để xét ai phạm lỗi. Và cuối cùng là phải có tổ chức chuyên môn giúp cho việc thu thập và phổ cập thông tin về rủi ro bị lường gạt với phí tổn thấp tới từng tác nhân kinh doanh. Để minh họa, ta hãy xét ví dụ dưới đây.

Thị trường hải sản ở Mỹ từng đã bị tổn hại nghiêm trọng bởi nạn quịt tiền sau khi giao hàng. Những nhà bán buôn nhiều khi chỉ còn cách đưa tàu chở cá sang các bang khác khi bị người mua thanh toán không đủ. Vấn đề là phí tổn kiện tụng nhiều khi lớn hơn số tiền bị quịt. Hơn nữa, công chuyện kiện tụng có thể là vô nghĩa khi bên mua đổ vấy cho bên bán là tôm cá giao không đúng thỏa thuận về kích cỡ, chất lượng; nhưng khi ra hầu toà thì số cá đó đã bị phân hủy từ lâu. Người mua vẫn có thể tìm được những tàu cá khác khá dễ dàng; do vậy, họ vẫn tiếp tục quịt nợ mà không bị trừng phạt.

Nhận thấy điều đó, Neal Workman lập ra công ty Gofish để đi đòi nợ cho những tàu buôn cá. Do nắm rõ hệ thống kiểm định chất lượng và luật lệ, Gofish hoạt động rất hiệu quả. Nhưng Neal Workman nhanh chóng nhận thấy anh ta có thể làm hơn việc đi đòi nợ. "Anh chỉ có thể thu tiền phạt một lần", anh ta nhấn mạnh, "nhưng anh có thể bán thông tin về những kẻ gian lận nhiều lần". Gofish bắt đầu sử dụng Internet để cung cấp cho những người vào trang web của mình những thông tin cập nhật về những người mua cá; giúp họ tránh những kẻ gian lận. Bằng giải pháp đơn giản như vậy, chỉ việc đưa thông tin lên mạng, Gofish đã thiết lập lại cơ chế kích thích trên thị trường hải sản tại Mỹ.

Ở Việt Nam, một trang web về ngành tôm "Vietlinh.com.vn" cũng đã xuất hiện. Người lập ra trang web này nói rằng: nguyện vọng ban đầu của anh là phổ cập sâu rộng kỹ thuật sản xuất tôm. Bản thân là một nhà sản xuất, anh hiểu rằng không thi hành đúng các quy trình công nghệ có thể gây hệ quả không lường. Ví dụ, nếu ai đó không chăm sóc tôm giống đúng kỹ thuật sẽ dẫn đến việc rủi ro tôm bị nhiễm bệnh là quá cao. Điều này, đến lượt nó, lại khiến cho một số người nuôi tôm phải sử dụng các loại kháng sinh, chẳng hạn như chloramphenicol để phòng ngừa. Nhưng chất này lại gây ung thư, khiến cho người mua tôm ở các nước nhập khẩu sẽ tiến hành tẩy chay sản phẩm của họ. Như vậy, chỉ cần một số ít cá nhân không hiểu biết kỹ

thuật và vệ sinh nuôi trồng tôm là đủ để kéo theo sự sụp đổ của cả thị trường xuất khẩu, như đã từng xảy cho Thái Lan trên thị trường bán tôm của nó tại EU.

Việc phổ cập kỹ thuật cũng cho phép chuẩn hóa công nghệ nuôi tôm. Do đó làm dễ dàng việc xác định nguyên nhân khi có sự cố. Trang web có mục "hỏi đáp và thảo luận". ở đây, những người nuôi tìm cách chữa trị và phòng ngừa bệnh cho tôm gặp những người bán vacxin hay thuốc chữa bệnh. Thông thường, câu hỏi chứa luôn thông tin về nguyên nhân gây bệnh. Chẳng hạn, do mua phải vôi trộn phèn có tới 20% đất sét từ một cá nhân nào đó. Nhờ vậy, đưa luôn tín hiệu cảnh tỉnh cho những nhà sản xuất khác nên cẩn thận khi mua vôi phèn. Câu trả lời đôi khi có thông tin về sự thỏa mãn của những người đã sử dụng một phương pháp phòng hoặc chữa trị bệnh cụ thể. Do đó, cuốn hút người đọc tìm đến những nhà cung cấp được phẩm có uy tín.

Bằng việc làm cho những người mua và bán thuốc chữa bệnh cho tôm gặp nhau dễ dàng, Vietlinh đã thiết lập lại cơ chế kích thích trên thị trường. Đây không phải là một việc làm ít có ý nghĩa nếu tính đến việc chưa có được một hệ thống luật xử lý tranh chấp có hiệu lực. Vietlinh cũng cung cấp thông tin về giá cả thị trường tôm trong nước và quốc tế, giúp làm tăng quyền lực mà cả của nhà sản xuất với nhà thu mua trung gian. Internet đang làm thay đổi cách giao dịch truyền thống. Sức mạnh của Internet sẽ lớn hơn, nếu hệ thống sản xuất - phân phối được chuẩn hóa hơn và hệ thống luật xử lý tranh chấp được hoàn thiện. Những bước đi của Vietlinh. com.vn và các trang web tương tự hiện đang thúc đẩy một tiến trình như vậy.