

**“LÀM KINH DOANH KHÔNG DỄ ”:
NHỮNG THAY ĐỔI THƯỜNG CỦA BUÔN BÁN Ở VÙNG BIÊN GIỚI
THEO CÁCH NHÌN CỦA NGƯỜI BÁN BUÔN TRUNG QUỐC ¹**

CAROLINE GRILLOT

Giới thiệu

Hơn hai thập kỷ qua, buôn bán qua biên giới giữa hai thành phố Đông Hưng (tỉnh Quảng Tây, Trung Quốc) và Móng Cái (tỉnh Quảng Ninh, Việt Nam) đã làm thay đổi diện mạo, bầu không khí và các hoạt động kinh tế của hai thành phố nhỏ. Từ khi biên giới của Việt Nam và Trung Quốc được mở lại vào năm 1991, những trao đổi kinh tế giữa hai vùng biên diễn ra không ngừng nghỉ và đã thu hút hàng nghìn chủ doanh nghiệp. Ngày nay, thành phố Móng Cái đã trở thành đầu mối chính cung cấp hàng hóa Trung Quốc cho những người buôn bán lẻ Việt Nam trên cả nước. Mọi người nói rằng ta có thể tìm thấy đủ thứ ở Móng Cái và việc dạo một ngày qua hàng loạt chợ của thành phố này khiến cho du khách dễ dàng tin rằng điều đó là sự thực. Tuy nhiên, cảnh tượng buôn bán năng động hẳn sẽ không có được nếu thiếu một cơ sở hậu cần mạnh mẽ ẩn sau những hoạt động của nó.

Cơ sở hậu cần này gồm có các chủ thể chính là chính quyền địa phương, các thương nhân, những người vận chuyển, các thiết chế tài chính và hàng nghìn lao động di cư vốn đều tham gia vào sự phát triển của khu vực qua hàng loạt các chính sách, luật lệ và hoạt động.

Bài báo này nhằm nghiên cứu cơ chế chính của buôn bán qua biên giới Việt - Trung, trong đó chú trọng vào kinh nghiệm hợp tác của thương gia Trung Quốc với đối tác Việt Nam ở Móng Cái, nhấn mạnh những trở ngại ăn sâu bám rễ trong quan hệ hợp tác lâu dài. Bài viết dựa trên một vài tháng quan sát sinh hoạt trong các chợ ở Móng Cái từ năm 2006 và nhiều cuộc phỏng vấn sâu các thương nhân Trung Quốc tại các chợ của thành phố được tiến hành trong tháng 10 và tháng 11 năm 2013. Trong số những nam và nữ thương nhân này, một số đến từ thành phố Đông Hưng và một số từ địa phương khác của tỉnh Quảng Tây, một số gốc ở vùng Quảng Đông và nhiều người khác đến từ các tỉnh khác nhau của Trung Quốc. Dân địa phương và những người di cư, những người cư trú dài hạn hay ngắn hạn, tất cả họ đều tham gia buôn bán với Việt Nam theo những quy mô, tính chất và chất lượng khác nhau. Phần đông trong số

¹Nghiên cứu cho bài báo này đã được tiến hành trong sự hợp tác với Viện Dân tộc học và Viện Nghiên cứu văn hóa, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam. Tôi xin cảm ơn sự giúp đỡ của PGS.TS. Vương Xuân Tình, PGS.TS. Nguyễn Văn Minh, GS.TS. Lê Hồng Lý và PGS.TS. Nguyễn Thị Phương Châm. Cảm ơn trợ lý nghiên cứu Ths. Đinh Mỹ Linh, Viện Nghiên cứu văn hóa.

những người Trung Quốc này thực ra là người Hoa ở Việt Nam đã rời sang Trung Quốc vào cuối thập niên 1970 và quay trở lại sau khi tái mở cửa biên giới để tiến hành kinh doanh ở đất nước mà họ biết rất rõ. Vị trí của những người tha hương này khá đặc biệt trong lĩnh vực kinh tế (Châu Thị Hải, 2000; Hutton, 2000) nhưng sẽ không được xem xét như vậy trong khuôn khổ bài viết này, trong đó tập trung vào các hình thức hoạt động kinh doanh chung giữa người Trung Quốc và Việt Nam, và mối quan hệ bấp bênh cụ thể trong những trao đổi buôn bán này.

1. Chợ Móng Cái: một cái nhìn tổng thể

Móng Cái là một thành phố chủ yếu dành cho buôn bán và phụ thuộc vào động thái của buôn bán. Phạm vi những thứ đang được trao đổi thực tế ở Móng Cái gần như là không hạn chế, hoặc là những sản phẩm qua xuất nhập khẩu quốc tế, buôn bán nhỏ qua biên giới (hạn chế về quy mô, số lượng và tính chất) hoặc qua những kênh buôn bán phi pháp. Hiện có một vài cửa khẩu biên giới chính thức, cũng như các bến bãi bán chính thức và tư nhân² - tất cả được dành riêng cho các loại hình thương mại và sản phẩm khác nhau - thông qua đó vận chuyển hàng hóa không ngừng từ bên này qua bên kia biên giới Việt - Trung nhờ mạng lưới hạ tầng mở rộng và các công ty vận tải, vốn đang chi phối phần lớn sự qua lại của hàng hóa (các tàu, xe tải, xe máy và công nhân bốc vác) và hàng trăm người làm thuê.

Tài liệu chính thức về số lượng chính xác các thương nhân Trung Quốc lập nghiệp gần đây ở Móng Cái là khó có thể có được do cả sự di động nhiều của công nhân và thương nhân ở thành phố lẫn bản chất không nhất quán vốn có của buôn bán qua biên giới. Mặc dù không có những con số chính xác nhưng có thể dễ dàng ước tính được số người Trung Quốc chiếm một tỷ lệ lớn cư dân địa phương vào thời gian ban ngày và kiểm soát số lượng các hoạt động kinh doanh tương ứng của thành phố từ các cửa hàng nhỏ lẻ tới các công ty lớn.

Ông Liu, một người đàn ông hay nói đến từ Tứ Xuyên, là một người trong số họ. Ông và vợ ông đã dời từ quê hương của mình ít nhất năm trước đây để thử nghiệm buôn bán qua biên giới với Việt Nam. Theo lời khuyên của một người bạn nhưng thiếu nhiều hiểu biết cụ thể về vùng biên giới, ông Liu và vợ của mình đã tới Đông Hưng. Họ thuê một căn hộ và nhanh chóng thích nghi với môi trường náo nhiệt xung quanh. Họ từng tới Móng Cái một vài lần, nghiên cứu các xu hướng buôn bán ở chợ vào thời gian đó, bắt đầu liên hệ với các khu sản xuất công nghiệp của Trung Quốc và mở một cửa hàng quần áo dành cho nam giới. Ông Liu là một nhà kinh doanh và ông hiểu rằng động cơ chính của ông đã và vẫn là kiếm tiền để đảm bảo cho tương lai của gia đình mình. Như nhiều thương nhân Trung Quốc khác, cho dù hoạt động kinh doanh của ông diễn ra ở Móng Cái, ông vẫn chọn và cư trú ở Đông Hưng, nơi ông thấy thuận tiện hơn về nhiều khía cạnh. Vì vậy, sáng nào, ông Liu cũng rời nhà mình tới cửa khẩu biên giới và theo hàng trăm người cùng xứ khác vào tòa nhà

² Số lượng và việc phân loại các bến bãi khác nhau này vẫn đang là chủ đề cho các cuộc thảo luận.

Hải quan để lấy giấy thông hành qua biên giới (Giấy thông hành xuất nhập cảnh khu vực biên giới Trung - Việt) do các cán bộ Trung Quốc và sau đó là Việt Nam đóng dấu. Khi tới bờ kia của sông Ka Long, dòng sông chảy qua hai nước, ông đi bộ xuống chợ chính của thành phố Móng Cái, Chợ Trung Tâm thuộc Trung tâm thương mại Móng Cái, còn được gọi là Chợ số 1. Tòa nhà đồ sộ này được xây dựng vào năm 1991, nâng cấp năm 2014 và được nối trực tiếp với điểm cấp giấy phép hải quan chính của thành phố: Cảng Ka Long. Trong khi hàng hóa được chất lên và bốc xuống liên tục trên bờ sông Ka Long, ông Liu đi tới cửa hàng của mình trên tầng 2 của chợ giữa một vài trăm cửa hàng tương tự như vậy. Ông mở cửa hàng, sắp xếp các sản phẩm của mình một cách bắt mắt và bắt đầu một ngày bận rộn với việc phục vụ những khách hàng đầu tiên của mình. Không lâu sau đó, Thao - phiên dịch của ông tới giúp ông giao dịch và làm những nhiệm vụ khác. Từ 8 giờ sáng tới 1 giờ chiều, tại không gian bé xíu của mình (khoảng chừng 10m²), ông Liu tiến hành các hoạt động kinh doanh chính gồm bán lẻ quần áo chất lượng thấp sản xuất tại một vài nhà máy ở Quảng Đông. Để tiến hành kinh doanh, không cần quá nhiều thứ trong cửa hàng: một vài cái kệ và túi nilông nơi ông để hàng hóa của mình, một số giá treo bộ sưu tập thời trang mới nhất, một hoặc hai chiếc ghế nhựa, một chiếc bàn nhỏ để đặt ghi các đơn đặt hàng và hóa đơn thanh toán cho khách hàng trong những cuốn sổ ghi chép tính toán, một chiếc túi đeo ngang thắt lưng để đựng tiền, một chai nước chè xanh và... rất nhiều thứ linh tinh khác.

Đa số khách hàng đến sớm vào buổi sáng. Họ chọn những mẫu ưng ý nhất trong số hàng mới nhập. Họ chốt số lượng muốn đặt mua và chúng tôi thương thảo với nhau về giá cả. Sau khi đạt được thỏa thuận, tôi viết đơn đặt hàng cho họ và gọi cho nhà máy sản xuất quần áo là đối tác của tôi ở Quảng Châu. Hàng hóa được gửi bằng tàu hỏa hoặc xe tải tới biên giới, sau đó bằng thuyền tới Ka Long. Những gì bạn thấy trong cửa hàng của tôi phần lớn chỉ là hàng mẫu. Những khách hàng Việt Nam của tôi thường yêu cầu một người khuôn vác nhận hàng khi nó tới đây vài ngày sau đó. Tôi có ít khách hàng cũ và rất nhiều khách hàng không thường xuyên. Điều này phụ thuộc vào ý kiến của họ về những gì có trong cửa hàng của tôi. Nếu họ thích, họ mua nhưng nếu không thích, đơn giản họ sẽ đi mua ở chỗ khác bất kể mối quan hệ kinh doanh chúng tôi được thiết lập tốt như thế nào. Ở đây, các thứ không hoạt động theo cách giống như ở Trung Quốc.

Mặc dù đã kinh doanh ở Móng Cái được một vài năm, ông Liu thừa nhận rằng ông vẫn thấy tương đối khó hiểu về thái độ của các khách hàng Việt Nam. Với việc nhấn mạnh vào cái mà ông xem như là một sự thiếu trung thành, ông nói tới sự khó khăn mà một số thương nhân Trung Quốc đã trải qua trong việc điều chỉnh các thói quen kinh doanh hàng ngày của họ cho thích hợp với của những người láng giềng. Những cố gắng của ông không phải khi nào cũng thành công do khủng hoảng kinh tế hiện nay đang làm cho các nhà đầu tư thậm chí còn cẩn trọng hơn.

2. Những biến đổi về cơ cấu và kinh tế

Nhìn thoáng qua các chợ hiện nay ở Móng Cái cũng đủ thấy đã có sự thay đổi

quan trọng trong vài năm qua. Sau sự náo nhiệt trong khoảng hai tiếng vào đầu buổi sáng, ngay cả Chợ số 1 vốn tấp nập nhất cũng bớt náo nhiệt hơn. Người ta có thể quan sát thấy những phụ nữ đôi tiên đang nói chuyện phiếm trong khi thêu tranh chữ thập cạnh cầu thang, những người phiên dịch đang gửi các tin nhắn trên smartphone để giải khuây, các chủ cửa hàng người Trung Quốc đang kiểm tra sổ sách về hàng hóa mới bán được của họ, đếm tiền hay uống trà với đồng nghiệp và các công nhân khuôn vác đang kết thúc việc đóng gói các túi hàng để bán đi khắp đất nước bằng xe tải và tàu hỏa. Rồi, chẳng có nhiều thứ diễn ra cho tới khi tất cả mọi người bắt đầu dọn dẹp cửa hàng của mình và chuẩn bị về nhà vào khoảng giữa trưa. Đối với các chủ cửa hàng người Trung Quốc, “về nhà” có nghĩa là trở về Đông Hưng, rồi Móng Cái một cách tương đối yên bình cho tới tận sáng hôm sau.

Cảnh tượng tương đối nhàn rỗi như vậy cho thấy môi trường kinh tế không ổn định, chủ yếu do khủng hoảng kinh tế toàn cầu, đang làm giảm việc buôn bán. Nhưng nó cũng bộc lộ sự thay đổi các chỉ số có liên quan tới buôn bán qua biên giới đang làm chậm lại và đe dọa cả sự đều đặn và lượng trao đổi buôn bán. Cuối cùng, các cửa hàng trống rỗng và những người làm công không có việc làm cũng chỉ ra những thay đổi trong thị trường tiêu dùng nội địa ở Việt Nam, đặc biệt là thị trường quần áo. Theo các thương nhân địa phương, thị trường bị hai nhân tố ảnh hưởng: sự bão hòa (người dân đã có quá nhiều quần áo, không cần phải thay đổi hàng năm) và sự phát triển của các

sản phẩm may mặc được sản xuất tại Việt Nam³ vốn có tiếng tốt hơn về chất lượng. Không có bằng chứng cụ thể xác nhận cho những lời giải thích phổ biến như vậy nhưng vào năm 2013, tất cả mọi người ở Móng Cái và cụ thể là ở Chợ số 1 đều đồng ý về tính nghiêm trọng của cuộc khủng hoảng trong năm đó và tất cả thương nhân đều tự cảm nhận thấy tình cảnh khó khăn của mình. Chẳng có lĩnh vực kinh doanh nào là ngoại lệ. Nhiều cửa hàng đã đóng cửa từ năm 2012, các biển hiệu “Cho Thuê” bằng cả tiếng Trung và tiếng Việt xuất hiện trước các cửa hàng ở mỗi tầng, giá thuê đã giảm đến mức báo động và giờ đóng cửa chợ diễn ra sớm hơn so với trước kia. Việc quan sát cảnh tượng đáng lo ngại này cho thấy buôn bán qua biên giới gần đây đã trở nên không ổn định. Một mặt, các thương nhân Trung Quốc quy tình trạng này cho những chỉ số sách thiếu bền vững về các phương thức trao đổi thương mại, mặt khác, họ coi nguyên nhân là do những thay đổi quan trọng về kỳ vọng của người tiêu dùng và những yêu cầu của người bán lẻ, nhất là vào thị trường mới. Các thương nhân riêng lẻ không thể tác động nhiều tới các nhân tố kinh tế vĩ mô như vậy. Nhưng ở cấp cơ sở, tình trạng khó khăn của thị trường quần áo ở Móng Cái cũng có thể được xem như một ví dụ về hậu quả lâu dài

³ Ở đây nhân “Sản xuất tại Việt Nam” chỉ các loại quần áo do các công ty địa phương sản xuất cho thị trường trong nước (chất lượng đa dạng, các nhãn mác địa phương), nhưng cũng cho cả thị trường quốc tế (chất lượng cao hơn, các nhãn mác ngoại). Hàng quần áo trong kho thuộc loại mới nhất cũng được bán với nhãn “Sản xuất tại Việt Nam” - các cửa hàng trong nước khi chúng để lộ một số lỗi nhỏ không phù hợp cho việc xuất khẩu. Chúng thay thế các đồ may mặc do Trung Quốc sản xuất cho nhu cầu của khách hàng thành thị.

của các vấn đề lặp đi lặp lại và những hiểu lầm giữa người cung cấp và người bán lẻ vốn vẫn có ảnh hưởng tới sự phát triển có hiệu quả và hứa hẹn của buôn bán qua biên giới Việt - Trung.

Điều này đưa chúng tôi quay trở lại với sự cát cánh ban đầu của thị trường tự do ở Móng Cái sau khi mở cửa lại biên giới và vai trò về mặt lý ch sử mà các tiểu thương Trung Quốc từng thể hiện ở thành phố này cũng như trong nền kinh tế Việt Nam nói chung (Abrami, 2002). Một vài thông tin viên đang kinh doanh tại địa phương từ khi biên giới mở cửa lại và việc buôn bán qua biên giới được cho phép giải thích nhu cầu ở địa phương đã từng có tính quyết định đến việc cung cấp hàng hóa như thế nào. Ông Zhang nhớ lại:

Vào thời gian đó, người dân Việt Nam cần rất nhiều thứ tiêu dùng cơ bản, từ những bao diêm tới bóng đèn, từ thuốc chữa bệnh tới những chiếc chăn. Đó là một đất nước rất nghèo và họ không sản xuất đủ những sản phẩm này. Các khách hàng của tôi báo cho tôi biết về những nhu cầu của họ và tôi đã mang đến cho họ những hàng hóa quý giá từ Trung Quốc. Mọi thứ đều dễ bởi họ thiếu nhiều thứ và tất cả hàng trong kho của tôi đều bán được nhanh chóng. Nhưng thời thế đã thay đổi và Việt Nam bây giờ đã sản xuất được nhiều thứ. Hiện nay, thị trường cần những hàng hóa cụ thể hơn - nhiều hàng điện tử hơn chẳng hạn - chưa sản xuất được ở Việt Nam hoặc sản xuất được nhưng với chất lượng thấp hơn (so với Trung Quốc).

Ông Thịnh đang làm việc ở ban quản lý chợ thứ 2 của Móng Cái. Ông cũng quan sát thấy những sự thay đổi như vậy và giải thích những sự phát triển gần đây dựa trên

sự tiến triển nhanh chóng của nền kinh tế Việt Nam:

Gần đây, Móng Cái mới chiếm được vị trí nổi bật là cầu nối giữa những người cung cấp Trung Quốc và bán lẻ Việt Nam cho những mặt hàng thiết yếu như quần áo, thiết bị điện tử và các thiết bị viễn thông. Nhưng với một số sản phẩm trong nhóm này, thị trường ở Việt Nam đã thay đổi, và thói quen cũng thay đổi theo. Khách hàng Việt Nam ngày càng đòi hỏi nhiều hơn về chất lượng và giá cả. Nhiều người buôn bán lẻ Việt Nam đã có sự hiểu biết sâu về các thị trường bán buôn Trung Quốc, họ có nhiều mối liên hệ hơn với bên đó và chủ động tìm người cung ứng các sản phẩm cho mình. Trong khi đó, nhiều người Trung Quốc đã đoán trước được sự phát triển vị thế của Móng Cái và đã quyết định mở các nhà máy ngay tại Việt Nam thay vì nhập khẩu. Khủng hoảng kinh tế toàn cầu đã nhờ thêm ảnh hưởng của nó vào một tình trạng vốn đã thay đổi.

Trước yêu cầu mới, các cuộc cải cách kinh tế để thí nghiệm, kinh nghiệm và kiến thức của các thương nhân, các chính sách buôn bán quốc tế được cập nhật và sự tiếp cận rộng hơn với đầu tư nước ngoài, các thị trường và khách hàng Việt Nam đã làm biến đổi đặc trưng của buôn bán qua biên giới. Các thành phố biên giới như Lào Cai, Lạng Sơn và Móng Cái từ trước đã là những trung tâm bán buôn hàng hóa Trung Quốc, giờ đang phải cạnh tranh với sản xuất địa phương vốn đang dần đạt tới những tiêu chuẩn chất lượng tương đương. Các thương nhân Trung Quốc đang trong quá trình bị mất một số quyền lực chi phối đối với một thị trường mà họ từng kiểm soát. Tuy nhiên, theo một số thương nhân Trung Quốc lạc quan, số lượng và trình độ của các sản phẩm

Việt Nam, cụ thể là trong lĩnh vực quần áo, vẫn chưa đáp ứng được sự đa dạng của nhu cầu địa phương. Ở Việt Nam, vẫn đang còn thiếu một số kỹ năng và kỹ thuật sản xuất cụ thể. Vì vậy, quần áo Trung Quốc vẫn chiếm lĩnh một vị trí đặc quyền trên thị trường và tiếp tục vươn tới mọi góc ngách của Việt Nam thông qua một chuỗi dài trung gian giữa các nhà máy ở Quảng Đông và những dân làng ở phía Nam Việt Nam.

3. Những cách thức đối lập hay sự hiểu nhầm? Những thói quen giao dịch hàng ngày

Một trong những thách thức chính mà các thương nhân Trung Quốc phải đối mặt với khách hàng Việt Nam là vấn đề trả lại những thứ không bán được. Bà Zhu, một phụ nữ trung tuổi quê Liễu Châu (Quảng Tây), là một người bán buôn khăn choàng cổ và mũ ở góc 2 Chợ số 1. Bà mô tả mình đã phải điều chỉnh những cách buôn bán của mình thế nào vì những yêu cầu của khách hàng:

Khi mới tới Móng Cái, tôi đã tiến hành kinh doanh theo cách như tôi đã làm ở Liễu Châu. Tôi đặt hàng ở Quảng Châu và bán chúng cho những người bán lẻ và khách hàng riêng lẻ của Việt Nam. Một lần, một người buôn bán lẻ ở Hà Nội thích chất lượng khăn choàng cổ sợi bông của tôi đã đặt mua hàng. Bà mua chịu hàng và trả trước cho tôi một ít tiền và hứa sẽ trả phần còn lại khi đặt mua hàng trong chuyến tiếp theo. Tôi đồng ý dẫu không thật sự hài lòng với cách mua bán này. Tôi có sự lựa chọn nào không? Không thật sự nên tôi đành phải tin bà ta. Vài tuần sau, bà ta quay trở lại nhưng thay vì trả nợ, bà ta mang trả lại cả túi đầy khăn choàng trong khi kêu ca rằng các khách hàng của bà ta không thích màu sắc của chúng. Bà

ta đòi tôi nhận lại hàng và trả lại tiền để có thể đặt mua các món hàng khác. Ở Trung Quốc, điều này là không thể được! Khi đã mua rồi thì không thể trả lại được! Nhưng tôi phải nhận lại số khăn vì bà ta vẫn còn nợ tôi tiền; bà ta gây áp lực với tôi. Rồi sau đó, tôi phải tìm cách bán số hàng này đi trong khi chúng đã bị lỗi một và tôi mất đi một phần tiền đầu tư ban đầu của mình. Làm sao bạn có thể kinh doanh kiểu đó được? Đáng tiếc, tôi và các thương nhân Trung Quốc khác ở chợ này cũng vậy đã gặp phải loại tình huống như thế quá nhiều. Chúng tôi buộc phải thích nghi nhưng không thích cách buôn bán này.

Vấn đề cốt lõi ở đây là sự mềm dẻo trong kinh doanh. Về mỗi bên trong chuỗi buôn bán, những giới hạn của sự mềm dẻo, tức là biên độ dành cho việc thương thảo, sự lệ thuộc vào tính cách, kinh nghiệm và sự hiểu biết về đạo đức kinh doanh của các cá nhân. Ví dụ, kinh nghiệm của bà Zhu gợi ý rằng “một khi sự thỏa thuận mua bán đã được xác lập, không thể quay trở lại để thương thảo được nữa”. Nhưng cái mà phía Trung Quốc coi là một sự vi phạm các nguyên tắc kinh doanh lại được phía Việt Nam nhìn nhận như là một thói quen chung có hữu và nó không trái với đạo đức.

Điều này cũng liên quan tới ý thức của các cá nhân về lòng tự trọng, nhất là ở nơi công cộng như ở chợ. Chợ Móng Cái số 1 là một tòa nhà tròn nơi chỉ có một bức tường mỏng ngăn cách các cửa hàng với nhau; từng dãy cửa hàng vây quanh và quay mặt vào nhau. Như vậy, đây là kiến trúc phô bày ra trước mắt công chúng mọi khía cạnh của một cuộc giao dịch mua bán trong một cửa hàng, nhất là ở các cửa hàng (diện tích chỉ vài mét vuông) nằm gần nhau. Bất cứ khi

nào một thương nhân thương thảo một giao dịch, những người xung quanh đều có thể dễ dàng nghe và quan sát được những trao đổi này. Do đó, khi những xích mích nổi lên giữa hai người thì sự kiện đó sẽ dễ dàng ngòi cho những ý kiến góp ý từ các chủ cửa hàng khác, những người mà dù sao cũng tự thấy mình ở vị trí cạnh tranh với nhau. Vì vậy, hành động trả lại hàng hóa chuyển tải một khía cạnh khác của sự thất bại trong một giao dịch mua bán bên cạnh sự phiền phức cho việc giải quyết những sản phẩm không có khả năng bán được và sự thiệt hại về kinh tế kèm theo. Nó công khai ám chỉ rằng hàng hóa của người buôn kia hoặc là chất lượng thấp (quá thấp để đáp ứng khách hàng Việt Nam), đã không giữ được chất lượng trong quá trình vận chuyển ẩn chứa những nhược điểm không thể chấp nhận được, hoặc không phù hợp với những sở thích thời trang của người Việt Nam. Ấn tượng được tạo ra là người buôn đó đã lừa gạt khách hàng người Việt Nam của mình. Cho dù về mặt kỹ thuật, anh ta có thể chịu trách nhiệm về chất lượng của những thứ đã bán hoặc là những vấn đề về sản phẩm của anh ta phải đo sức trên thị trường Việt Nam, nhưng tính trung thực của anh ta đã bị đe dọa. Đối với một nhà kinh doanh Trung Quốc, điều này có nghĩa là một sự mất mặt.

Nhưng theo bà Zhu, việc thể hiện sự không hài lòng về một sản phẩm bằng cách trả lại nó cho người bán buôn là không chấp nhận được. Bà cho rằng vị khách hàng kia đã thiếu tôn trọng những nguyên tắc và những giá trị kinh doanh của mình: một thỏa thuận mua bán nghĩa là hướng trao đổi hàng hóa là quá trình một chiều. Trong một xung đột

như vậy, bà Zhu bị mất không chỉ là uy tín xã hội mà còn là nhiều công sức bà đã bỏ ra để thiết lập mối quan hệ tin cậy với một khách hàng, người đã bắt bà phải chịu những điều kiện có tính thách thức về tài chính. Quả thực, các chủ cửa hàng người Trung Quốc thường đề cập tới cách trả tiền riêng mà những khách hàng Việt Nam thường áp dụng.

Theo tất cả thương nhân Trung Quốc hoạt động ở Móng Cái, những khoản thanh toán còn tồn đọng đã hằn sâu trong thực tế hoạt động buôn bán qua biên giới với Việt Nam. Chúng không phải là những sự cố xảy ra trong toàn bộ quá trình mà là một phần của tập hợp các nguyên tắc thông thường chi phối những trao đổi mua bán trong phạm vi các chợ Việt Nam nói chung; mở rộng ra, những nguyên tắc này áp dụng đồng nhất cho các bạn hàng nước ngoài. Người Việt Nam thì coi đó là một khoản đầu tư tiềm năng, trong khi những người chủ nợ Trung Quốc coi đó là nợ nần. Cô Hà làm việc với tư cách là phiên dịch tại một cửa hàng của người bán buôn Trung Quốc. Cô đã quá quen với việc cần những kỹ năng thương thuyết để thuyết phục cả người chủ của cô lẫn khách hàng của người đó đi tới thỏa hiệp về thông lệ thanh toán. Cô đưa ra một ví dụ cho thấy mọi việc đã diễn ra như thế nào:

Ông chủ của tôi buôn bán quần bò (Jeans) do một nhà máy ở Quảng Đông sản xuất, chúng có chất lượng tốt nhưng hơi đắt. Thanh niên ở thành phố thường thích loại quần này. Một trong những khách hàng thường xuyên của ông thường tới mua về bán tại một cửa hàng của bà ở Hà Nội. Bà thường trả trước 30% tổng số tiền mua hàng, sau đó là 30% nữa khi hàng được

chuyên đi. Theo luật lệ của Trung Quốc, bà ta sẽ phải trả 40% số tiền còn lại khi quay trở lại và đặt mua hàng mới. Nhưng bà thường nói không có tiền bởi vì vẫn chưa bán hết được hàng. Trong khi đó, bà cần nhiều hàng hơn để làm mới bộ sản phẩm của mình nên bà đành phải trả 30% số tiền đó. Bà ta vẫn còn nợ tiền của chủ tôi vì bất cứ lần nào bà cũng lặp đi lặp lại luận điệu như vậy.

Đối mặt với những vấn đề tương tự, ông chủ của Thao đã nêu một đánh giá chi tiết về vị trí nguy hiểm của mình:

Tôi có thể làm gì được? Nếu tôi nằng nặc rằng bà ta phải trả hết số nợ ban đầu, bà ta có thể làm như vậy nhưng sẽ mua lô hàng tiếp theo từ một đối thủ khác. Bà ta còn có thể biến mất không trả một tí nào, để lại cho tôi một khoản thâm hụt trong vốn liếng. Và nếu tôi để cho bà ta kéo dài món nợ này, tôi sẽ không bao giờ lấy lại được đủ tiền nhưng tôi có thể giữ bà ta như một khách hàng thường xuyên. Đó cũng là một dạng lòng tin nhưng tôi không ủng hộ cách thanh toán này. Tôi chưa lấy lại được nợ lên tới vài triệu đồng Việt Nam từ nhiều khách hàng. Một số trong những khách hàng này đã không thấy xuất hiện ở chợ trong nhiều tháng và số điện thoại của họ đã thay đổi.

Dẫu vậy, các thương nhân Trung Quốc hiểu rằng những thói quen như thế không loại trừ người Việt Nam, những gì mà họ xác định như là một dạng “nợ theo nguyên tắc” vẫn còn là vấn đề tái diễn thường xuyên và đặt ra một trở ngại cho việc trao đổi buôn bán suôn sẻ hơn và các hợp đồng bền vững hơn với các khách hàng Việt Nam. Tuy nhiên, thương nhân Việt Nam vẫn có cách khác để ứng phó với sự rủi ro về tài chính có liên quan tới các hoạt động buôn bán. Thao,

một phiên dịch, đưa ra lời giải thích rằng một vài thương nhân Trung Quốc có kinh nghiệm cũng đã thừa nhận:

Thực ra, điều thật sự diễn ra trong thực tế là nhiều người buôn bán lẻ Việt Nam có khả năng đầu tư ít ỏi. Cụ thể, khi bắt đầu một nghề kinh doanh mới, họ thường có rất ít tiền. Nên, dẫu họ có kiếm được đủ tiền từ bán lẻ quần Jeans Trung Quốc tại Hà Nội để trả hết hóa đơn tiền ở Móng Cái, họ vẫn thích đầu tư tiền vào hoặc là một loại hàng hóa khác hoặc là một ngành kinh doanh khác có lời hơn theo những xu hướng mới nhất của thị trường. Một khi kiếm đủ tiền từ ngành kinh doanh mới, họ sẽ hoàn trả lại số nợ ban đầu của mình. Nhưng nếu họ lựa chọn kém và làm mất đi phần lớn số tiền đầu tư của mình, họ tìm cách tránh quay trở lại đây. Không có khả năng thanh toán các hóa đơn, họ phải làm gì? Đây cũng là một câu hỏi đang đê mê.

Ngoài những thói quen khác nhau này, các thương nhân Trung Quốc thường chỉ ra vấn đề về những triển vọng kinh doanh. Clifton G. Barton trước đây đã phân tích những cố gắng của người Việt Nam nhằm cạnh tranh với những sự độc quyền thương mại của Trung Quốc ở phía Nam Việt Nam trước thời kỳ Đổi mới. Tác giả trình bày những mục đích và cách thức đối lập đã ngăn cản các thương nhân chia sẻ một cách tiếp cận giống nhau trong các giao dịch mua bán của họ. Vào những năm 1970, các nhà buôn Trung Quốc ở Chợ Lớn (Thành phố Hồ Chí Minh) đã mô tả “triển vọng ngắn hạn của các nhà buôn Việt Nam, sự thiếu khả năng chịu đựng trong thời gian dài và sự cố gắng bền bỉ mà việc kinh doanh luôn đòi hỏi, xu hướng của họ là tìm cách kiếm lời nhanh hơn thay vì lợi ích dài hạn bất chấp

những ảnh hưởng tới các giao dịch trong tương lai (...). Những người buôn bán Việt Nam đã tự mô tả mình như là những người không sẵn sàng xuất phát từ nấc thang dưới cùng rồi làm cho kinh doanh của họ tiến triển dần lên, trong khi đó là quá trình bình thường đối với những người kinh doanh Trung Quốc (Barton, 1977, tr. 147-148)". Theo quan điểm của các thương nhân Trung Quốc, những khó khăn mà họ gặp phải với các khách hàng Việt Nam về vấn đề nợ khó đòi liên quan đến việc khát vọng của những khách hàng Việt Nam cao hơn khả năng tài chính của họ, và còn do sự mong mỏi kiếm lời của họ. Thật trớ trêu, đây cũng chính là mục đích của nhiều thương nhân Trung Quốc đang làm ăn tại Móng Cái. Bởi vậy, sự hiểu lầm trong thương thảo và những khó khăn trong việc phát triển quan hệ tin cậy và hợp tác giữa những người bán buôn Trung Quốc và những người buôn bán lẻ Việt Nam có thể cho là kết quả của các văn hóa buôn bán đặc trưng cố hữu và của việc chậm chuyển đổi sang kinh tế thị trường, hơn là sự xung đột về những quan điểm đạo đức.

Kết luận

Như Humphrey và Mandel đề xuất trong cuốn sách họ chủ biên về các nền kinh tế hậu xã hội chủ nghĩa và những cuộc khủng hoảng khác nhau đã dẫn tới những cải cách kinh tế - xã hội, các nhà nhân học xã hội nên bổ sung sự phân tích của họ vào trong những lời giải thích ở cấp vĩ mô của các nhà kinh tế học. Phần đóng góp của tôi nhằm mục đích tính toán ảnh hưởng của "những thói quen hàng ngày của người dân tham gia vào hệ thống kinh tế theo các ưu tiên, áp lực và giá trị xã hội của riêng họ" (Humphrey & Mandel, 2002, tr. 12). Tương

tác xã hội và động lực thị trường ở Móng Cái quện vào nhau tới mức việc quan sát kỹ sự phát triển của nó tạo ra nguồn hiểu biết thích đáng về sự phát triển của buôn bán qua biên giới trong tương lai. Ở đây, đạo đức kinh doanh và những quan niệm về đạo đức là cốt lõi của hàng loạt những lời phàn nàn mà các nhà buôn Trung Quốc và khách hàng Việt Nam biểu lộ trong đàm luận của họ về những trao đổi mua bán hàng ngày diễn ra trong bối cảnh Chợ số 1 ở Móng Cái. Quả thực, làm kinh doanh không dễ. Những hiểu biết sâu sắc của các thương nhân, xét ở cấp độ cơ bản và thường xuyên xuyên tạc, cho thấy nền tảng vận động cơ cấu chính trị và biến đổi kinh tế - xã hội mà trên đó buôn bán qua biên giới phát triển. Ở đây, chúng ta có một tình huống, trong đó, một vị trí kinh tế người buôn xỉ đối đầu với người bán lẻ và một số thói quen văn hóa có thể khác nhau về những kỳ vọng trong trao đổi mua bán, đã trở thành một đường phân chia khác biệt rõ rệt về mặt tộc người. Trong khi đó, việc nghiên cứu các chiến lược khác nhau mà các chủ thể kinh tế này sử dụng để duy trì sự hợp tác thương mại để tan vỡ của họ bất chấp những khác biệt về thói quen kinh doanh của họ cũng là một cách hấp dẫn khác để phân tích sự chuyển đổi của xã hội Việt Nam sang nền kinh tế thị trường. Tất nhiên, điều đó sẽ có giá trị cho sự phát triển và những khía cạnh so sánh xa hơn.

Nguyễn Văn Thắng dịch

Trần Hồng Hạnh hiệu đính

Tài liệu tham khảo

1. Abrami, Regina M (2002), *Self-Making, Class Struggle and Labor Autarky: The Political Origin of Private Entrepreneurship in Vietnam and*

China, Doctoral Dissertation, University of California.

2. Barton, Clifton G. (1977), *Credit and Commercial Control: Strategies and Methods of Chinese Businessmen in South Vietnam*, Doctoral Dissertation, Cornell University.

3. Chau Thi Hai (2000), “Trade Activities of the Hoa along the Sino-Vietnamese Border”, In: Grant Evans, Christopher Hutton and Kuah Khun Eng: *Where China Meets Southeast Asia: Social and Cultural Change in the Border Regions*, Institute of Southeast Asian Studies, Singapore, Pp. 236-253.

4. Heberer, Thomas (2003), *Private Entrepreneurs in China and Vietnam: Social and Political Functioning of Strategic groups*, Brill, Leiden & Boston.

5. Humphrey, Caroline & Mandel, Ruth (2002), “The Market in Everyday Life: Ethnographies of Postsocialism”, In: Ruth Mandel and Caroline Humphrey: *Markets and moralities: Ethnographies of Postsocialism*, Berg, Oxford & New York, Pp. 1-16.

6. Hutton, Christopher (2000), “Cross-Border Categories: Ethnic Chinese and the Sino-Vietnamese Border at Mong-Cai”, In: Grant Evans, Christopher Hutton and Kuah Khun Eng: *Where China Meets Southeast Asia: Social and Cultural Change in the Border Regions*, Institute of Southeast Asian Studies, Singapore, Pp. 254-276.

7. Peebles, Gustav (2010), “The Anthropology of Credit and Debt”, *Annual Review of Anthropology*, 39, Pp. 225-240.



Chợ Móng Cái

Ảnh: Caroline Grillot