

Nhập môn chính sách công

Ghi chú Bài giảng 4

Tình thương

Thường thì người ta biết rõ về sở thích của mình hơn ai hết. Vì vậy, tiền mặt là món quà tối ưu nhất, vì người nhận có thể tự quyết định sẽ sử dụng nó vào việc gì họ thích. Giả sử Sếp của bạn cuối tháng này thay vì trả tiền lương lại đưa cho bạn $\frac{1}{4}$ chiếc iPhone, là sợi dây sạc điện được gói ghém cẩn thận. Bạn hẳn là sẽ không vui chút nào, rõ ràng lương mà là tiền thì tốt hơn. Nhưng khi một anh chàng (bạn hy vọng) đang cảm mến mình, tặng bạn một phong bì tiền mặt nhân ngày lễ tình nhân, bạn lại cảm thấy thất vọng ghê gớm. Tại sao vậy?

Một cách lý giải là quà tặng giống như một hình thức phát tín hiệu. Trong tình trạng thông tin bất cân xứng này, chàng thanh niên của bạn có một số thông tin mà bạn không có nhưng rất muốn biết: Anh ấy có thật sự quan tâm đến tôi? Anh ấy có thật sự hiểu tôi? Bạn nghĩ rằng việc bỏ thời gian đi tìm một món quà, và nhất là một món quà bạn thật sự thích, là một tín hiệu tốt. Về phía anh chàng, tín hiệu này là tốn kém (đi mua quà mất thời gian, chưa kể đến giá trị món quà), nhưng đó là cơ hội để anh gửi tới cô gái những thông tin quan trọng về tình cảm của mình.

Nhìn việc tặng quà như sự phát tín hiệu cũng có một ý nghĩa nữa. Người ta quan tâm đến món quà nhất khi họ không biết chắc về mức độ tình cảm của đối tác. Đưa tiền cho người bạn gái mới quen không phải là một ý tưởng tốt. Nhưng hẳn là bạn sẽ không phàn nàn gì nếu thấy u ở quê gửi cho bạn một xấp tiền thay vì hai mảnh vải, bởi vì tình cảm của cha mẹ dành cho bạn là điều bạn đã biết tương đối chắc mà không cần kiểm định.

Quà tặng và sự cho đi là biểu hiện của tình yêu thương (altruism). Chúng ta cảm nhận và chứng kiến tình yêu thương hàng ngày, và có vẻ như đây không phải là một vấn đề thuộc phạm trù kinh tế học. Tuy nhiên, tình yêu thương đã trở thành một đề tài rất hấp dẫn, bởi vì dù khó cân đo đong đếm hơn các động cơ khác như là tiền, tình yêu thương có vẻ là một nhân tố quan trọng tác động đến hành vi và lựa chọn của con người.

Gary Becker là một nhà kinh tế và xã hội học thuộc trường đại học Chicago, là một trong số những người tiên phong cho dòng nghiên cứu kinh tế học về tình thương. Một trong những quan điểm của Becker là một người hoàn toàn ích kỷ trong môi trường kinh doanh có thể cũng là người tràn đầy tình thương trong những môi trường khác. Becker cho rằng kể cả tình thương trong gia đình cũng có những yếu tố mang tính chiến lược. Nhiều nhà kinh tế học sau này tiếp theo Becker đã tìm thấy bằng chứng từ số liệu ở nước Mỹ cho thấy, con cái nếu kỳ vọng nhận được gia tài của cha mẹ để lại có xu hướng thăm viếng bố mẹ thường xuyên hơn trong các trại dưỡng lão. Nhưng nếu vậy ta cũng có thể nghĩ là con cái của gia đình khá giả thì sẽ có điều kiện quan tâm cha mẹ hơn. Nói cách khác, có thể sự chăm sóc này thật sự đến từ tình thương yêu, và được hỗ trợ bằng điều kiện kinh tế thuận lợi, chứ không có tính chiến lược như chúng ta nghĩ ngò. Làm thế nào để kiểm định được điều này? Để giải quyết, các nhà kinh tế giả định rằng nếu đúng là sự chăm sóc đến từ tình yêu thương thì sẽ không có sự khác biệt giữa các gia đình có một hay nhiều con. Nhưng bằng chứng lại cho thấy chỉ khi nhà có hai con thì việc thăm nom này diễn ra nhiều hơn, nghĩa là có sự cạnh tranh giữa các anh chị em trong nhà khi họ kỳ vọng khoản thừa kế. Có vẻ là sự thăm nom này là một khoản “thuế thừa kế tài sản” mà con cái tình nguyện và cạnh tranh trả trước cho số tài sản tương lai mà họ kỳ vọng¹.

Có nhiều hành vi xuất hiện với tính nhân đạo mà không hẳn xuất phát từ tình yêu thương. Các nhà kinh tế gọi đó là hành vi từ “tình yêu thương không trong sáng”. Chúng ta tặng quà hay cho đi chỉ để bản thân mình cảm thấy tốt hơn, đỡ áy náy hơn, đỡ tội lỗi hơn, mà không thật sự nghĩ tới hạnh phúc hay lợi ích của người được nhận. Ví dụ chúng ta bố thí cho những người ăn xin trên phố vì họ tạo ra cảm giác không vui cho chúng ta, làm chúng ta ăn mất ngon, hoặc thậm chí chúng ta sẽ tránh đi ngang qua những con phố có nhiều người ăn xin vì ngoại tác tiêu cực mà họ gây ra. Rồi chúng ta gửi tặng đồng bào bão lụt những món quà mà thực sự không thể còn sử dụng được.

Nhưng tình thương thì có liên quan gì tới chính sách công? Các nhà kinh tế học thường giả định là con người hành động theo lý trí sẽ phản ứng với động cơ cá nhân của mình. Nhưng như Gary Becker đã nói, động cơ chi phối hành vi của con người bị ảnh hưởng bởi vô vàn yếu tố phức tạp, và thay đổi theo thời gian, không gian: nhưng chuẩn mực xã hội, những khuôn mẫu có sẵn, và các kinh nghiệm mà mỗi người từng trải qua trong

¹ Steven Levitt và Stephen Dubner, Kinh tế học siêu hài hước (2011), chương 3.

quá khứ. Nếu chúng ta hiểu rằng người ta sẵn sàng lợp lại mái nhà cho một bà cụ già sau cơn bão lũ là vì tình yêu thương, chứ không phải để được đăng báo Tuổi Trẻ, có thể chúng ta (hay chính phủ) sẽ có những hình thức tôn vinh xứng đáng và phù hợp. Thông qua việc hiểu rõ hành vi và động cơ của con người, chúng ta có thể lựa chọn những chính sách phù hợp. Chúng ta cũng có thể huy động nguồn lực đúng cách hơn nếu có sự hiểu biết về động cơ và hành vi của con người ở từng thời điểm và hoàn cảnh.

Đây là một vấn đề chính sách công hoàn toàn không đơn giản. Ở Mỹ, cũng như nhiều nước khác, việc hiến thận hay các nội tạng con người chỉ được tiến hành với mục đích nhân đạo. Luật liên bang cấm không được mua bán thận trên thị trường. Có nghĩa là nhà nước đã ấn định mức giá trần ("price ceiling") bằng 0. Tác động của giá trần là tạo ra trên thị trường một sự thiếu hụt, do nguồn cầu vượt quá nguồn cung ở mức giá đó.

Giả sử nhà nước bỏ lệnh cấm và cho phép mua bán thận. Chuyện gì sẽ xảy ra? Ai là người cung cấp thận trên thị trường? Nếu được mua bán, số thận có thể dùng để cấy ghép sẽ nhiều hơn hay ít đi so với trước đó? Một thị trường mua bán thận tự do có công bằng đối với người nghèo không? Nếu giá một quả thận là rất cao, điều này có ảnh hưởng gì đến mức độ an toàn chung trong các hoạt động ghép thận, chất lượng các quả thận được thị trường cung cấp? Có động cơ ăn cắp thận không? Chúng ta sẽ lựa chọn chính sách nào? Cấm mua bán nội tạng, hay một thị trường tự do, hay một giải pháp khác? Hệ thống nào sẽ cứu được nhiều người nhất?

Để xem xét thị trường có phải là giải pháp hiệu quả hay không, chúng ta phải cân nhắc lại động cơ của từng cá nhân trong từng hoàn cảnh. Tại sao lại có người cung cấp một sản phẩm khi mức giá bằng 0? Gary Becker phân biệt hai loại hành động cho tặng, trong đó độ thỏa dụng của người cho có thể phụ thuộc vào phúc lợi của người nhận (tôi tặng anh vì tôi nghĩ rằng món quà này sẽ làm anh vui hơn, cuộc sống của anh tốt đẹp hơn), hoặc phụ thuộc vào sự thỏa mãn của người cho (tôi tặng anh vì việc này làm tôi vui hơn, bất kể đối với anh thế nào, thậm chí anh có thể khổ hơn với món quà đó!). Đương nhiên ở giữa hai thái cực đó có vô số hành động cho tặng mà độ thỏa dụng phụ thuộc vào cả hai yếu tố.

Khi một người hiến thận nhân đạo với mức giá bằng 0, họ làm việc đó vì độ thỏa dụng của họ phụ thuộc vào lợi ích của người nhận, và số thận thiếu hụt quá lớn trong khi có quá nhiều người cần. Vì tình thương, vì mục tiêu cứu sống một mạng người, đặc biệt là những người thân của mình. Vì vậy việc hiến thận thường được thấy diễn ra nhiều hơn

giữa những người có quan hệ gia đình hoặc rất thân thiết với nhau. Cũng có những người hiến thận vì cảm giác tốt đẹp mà việc này đem lại cho họ. Khi đó, nếu mở cửa thị trường cho phép mua thận bằng tiền, cảm giác tốt đẹp này không còn nữa, và họ sẽ rút khỏi nhóm những người hiến thận.

Vì vậy khi mở cửa thị trường, sẽ có một số thận tăng thêm đó có những người sẵn sàng bán với mức giá lớn hơn 0, nhưng cũng sẽ có một số thận giảm đi do có những người không còn muốn hiến thận nếu lợi ích là vì tiền. Đi kèm với đó có thể là những vấn đề khác, như chất lượng của sản phẩm nếu được bán vì tiền, vấn đề bất bình đẳng đối với người nghèo vì giờ đây việc có thận còn phụ thuộc vào khả năng chi trả, hay sự xô đẩy một số người bán thận của mình “vì lý do cùng cực”.

Đây là một ví dụ về tình thương và chính sách công. Ở Việt Nam, các hoạt động nhân đạo được thực hiện từ sự kêu gọi và vận động của các cơ quan chính phủ, các tổ chức phi lợi nhuận, và các thể chế khác, như tôn giáo (đền chùa, nhà thờ), báo chí, và cá nhân. Sự trao đổi nào cũng có đánh đổi về phúc lợi giữa việc cung cấp sản phẩm đó bằng tình thương, thông qua tuyên truyền giáo dục, vận động khen thưởng, hay dùng giải pháp thị trường. Lựa chọn nào sẽ đem lại phúc lợi lớn nhất cho nhiều người nhất? Chính sách công không phải là những vấn đề gì xa xôi, mà chính là những lựa chọn cơ bản đó.