

## HÀNG HÓA, THỊ TRƯỜNG VÀ VAI TRÒ CỦA CÁC CHỦ THỂ THAM GIA THỊ TRƯỜNG

Sau khi đã hiểu được về sự hình thành, phát triển, đối tượng cũng như chức năng của kinh tế chính trị Mác - Lênin, chương 2 được trình bày nhằm cung cấp một cách có hệ thống về lý luận giá trị lao động của C.Mác thông qua các phạm trù cơ bản về hàng hóa, tiền tệ, giá cả, quy luật giá trị, tính hai mặt của lao động sản xuất hàng hóa, năng suất lao động... giúp cho việc nhận thức một cách căn bản cơ sở lý luận của các mối quan hệ kinh tế trong nền kinh tế thị trường. Trên cơ sở đó, góp phần vận dụng để hình thành tư duy và kỹ năng thực hiện hành vi kinh tế phù hợp với yêu cầu khách quan của công dân khi tham gia các hoạt động kinh tế - xã hội nói chung. Đây cũng là căn cứ mà trên đó có thể tiếp tục bổ sung, làm sâu sắc hơn một số khía cạnh lý luận của C.Mác về hàng hóa, giá trị hàng hóa mà thời của mình, do hoàn cảnh khách quan, C.Mác chưa có điều kiện để nghiên cứu một cách sâu sắc như trong điều kiện nền kinh tế thị trường với những quy luật của kinh tế thị trường hiện nay.

Phù hợp với mục đích nêu trên, nội dung của chương 2 sẽ được trình bày gồm hai phần trọng tâm: i) Lý luận của C.Mác về sản xuất hàng hóa và hàng hóa. Nội dung này sẽ nhấn mạnh những vấn đề lý luận thuộc học thuyết giá trị của C.Mác, trong đó có chú ý tới khía cạnh làm sâu sắc hơn quan điểm của C.Mác về sự phong phú của thế giới hàng hóa trong bối cảnh ngày nay; ii) Thị trường và vai trò của các chủ thể tham gia thị trường. Nội dung này cung cấp các tri thức rất căn bản về thị trường, cơ chế thị trường, kinh tế thị trường và các quy luật cơ bản của thị trường. Đây là sự bổ sung làm rõ hơn lý luận của C.Mác trong bối cảnh ngày nay. Trên cơ sở hệ thống lý luận này mà có thể hiểu biết tri thức lý luận nền tảng cho nghiên cứu về kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam.

### 2.1. LÝ LUẬN CỦA C.MÁC VỀ SẢN XUẤT HÀNG HÓA VÀ HÀNG HÓA

#### 2.1.1. Sản xuất hàng hóa

##### *Khái niệm sản xuất hàng hóa*

Theo C.Mác, sản xuất hàng hóa là kiểu tổ chức kinh tế mà ở đó, những người sản xuất ra sản phẩm không nhằm phục vụ mục đích phục vụ nhu cầu tiêu dùng của chính mình mà để trao đổi, mua bán.

### ***Điều kiện ra đời của sản xuất hàng hóa***

Sản xuất hàng hóa không xuất hiện đồng thời với sự xuất hiện của xã hội loài người. Để nền kinh tế hàng hóa có thể hình thành và phát triển, C.Mác cho rằng cần hội đủ hai điều kiện sau:

*Điều kiện thứ nhất*, phân công lao động xã hội.

Phân công lao động xã hội là sự phân chia lao động trong xã hội thành các ngành, các lĩnh vực sản xuất khác nhau, tạo nên sự chuyên môn hóa của những người sản xuất thành những ngành, nghề khác nhau. Khi đó, mỗi người chỉ sản xuất một hoặc một số sản phẩm nhất định. Trong khi nhu cầu của họ lại đòi hỏi nhiều loại sản phẩm. Để thỏa mãn nhu cầu của mình, tất yếu những người sản xuất phải trao đổi sản phẩm với nhau.

*Điều kiện thứ hai*: Sự tách biệt về mặt kinh tế của các chủ thể sản xuất.

Sự tách biệt về mặt kinh tế giữa các chủ thể sản xuất làm cho giữa những người sản xuất độc lập với nhau, có sự tách biệt về lợi ích. Trong điều kiện đó, người này muốn dùng sản phẩm của người khác phải thông qua trao đổi, mua bán, tức là phải trao đổi dưới hình thức hàng hóa. C.Mác viết: “chỉ có sản phẩm của những lao động tư nhân độc lập và không phụ thuộc vào nhau mới đối diện với nhau như là những hàng hóa”<sup>3</sup>. Sự tách biệt về mặt kinh tế giữa những người sản xuất là điều kiện đủ để nền sản xuất hàng hóa ra đời và phát triển.

Trong lịch sử, sự tách biệt về mặt kinh tế giữa các chủ thể sản xuất hiện khách quan dựa trên sự tách biệt về quyền sở hữu. Xã hội loài người càng phát triển, sự tách biệt về quyền sở hữu càng sâu sắc, hàng hóa được sản xuất ra càng phong phú.

Khi còn sự hiện diện của hai điều kiện nêu trên, con người không thể dùng ý chí chủ quan mà xóa bỏ nền sản xuất hàng hóa được. Việc cố tình xóa bỏ nền sản xuất hàng hóa, sẽ làm cho xã hội đi tới chỗ khan hiếm và khủng hoảng. Với ý nghĩa đó, cần khẳng định, nền sản xuất hàng hóa có ưu thế tích cực vượt trội so với nền sản xuất tự cấp, tự túc.

#### **2.1.2. Hàng hóa**

##### ***Khái niệm hàng hóa***

Theo quan điểm của C.Mác, *hàng hóa là sản phẩm của lao động, có*

<sup>3</sup> C.Mác và Ph. Ăngghen: Toàn tập, Nxb Chính trị quốc gia, H. 1993, t.23, tr. 72.

*thể thỏa mãn một nhu cầu nào đó của con người thông qua trao đổi, mua bán.*

Như vậy, sản phẩm của lao động chỉ mang hình thái hàng hóa khi nhằm đưa ra trao đổi, mua bán trên thị trường. Nghĩa là, có thể có yếu tố sản phẩm của lao động song không là hàng hóa khi sản phẩm đó không được đem ra trao đổi hoặc không nhằm mục đích sản xuất để trao đổi. Hàng hóa có thể sử dụng cho nhu cầu cá nhân hoặc nhu cầu sản xuất. Hàng hóa có thể tồn tại ở dạng vật thể hoặc ở dạng phi vật thể.

### ***Thuộc tính của hàng hóa***

Dù khác nhau về hình thái tồn tại, song mọi thứ hàng hóa đều có hai thuộc tính là giá trị sử dụng và giá trị.

#### ***- Giá trị sử dụng***

Giá trị sử dụng của hàng hóa là công dụng của vật phẩm, có thể thỏa mãn một nhu cầu nào đó của con người; nhu cầu đó có thể là nhu cầu vật chất hoặc nhu cầu tinh thần; cũng có thể là nhu cầu cho tiêu dùng cá nhân, có thể là nhu cầu tiêu dùng cho sản xuất.

Giá trị sử dụng của hàng hóa do thuộc tính tự nhiên của yếu tố tham gia cấu thành nên hàng hóa đó quy định. Nền sản xuất càng phát triển, khoa học, công nghệ càng tiên tiến, càng giúp cho con người phát hiện ra nhiều và phong phú các giá trị sử dụng của hàng hóa khác nhau.

Giá trị sử dụng của hàng hóa là giá trị sử dụng nhằm đáp ứng yêu cầu của người mua. Cho nên, nếu là người sản xuất, tất yếu phải chú ý chăm lo giá trị sử dụng của hàng hóa do mình sản xuất ra sao cho ngày càng đáp ứng nhu cầu khắt khe và tinh tế hơn của người mua.

#### ***- Giá trị***

Theo C.Mác, *giá trị của hàng hóa là lao động của người sản xuất ra hàng hóa kết tinh trong hàng hóa ấy.*

Để lý giải rõ khái niệm này, C.Mác đặt vấn đề, tại sao giữa các hàng hóa có giá trị sử dụng khác nhau lại trao đổi được với nhau?. Mỗi quan hệ tỷ lệ về lượng giữa các giá trị sử dụng khác nhau được C.Mác gọi là giá trị trao đổi.

C.Mác cho rằng, sở dĩ các hàng hóa trao đổi được với nhau là vì chúng có một điểm chung. Điểm chung đó ở chỗ, chúng đều là kết quả của sự hao phí sức lao động. Tức là hàng hóa có giá trị. Khi là hàng hóa, dù

khác nhau về giá trị sử dụng, chúng đều là kết quả của sự hao phí sức lao động của người sản xuất ra hàng hoá ấy, nên hàng hóa có giá trị.

Mặt khác, khi đã đề cập tới hàng hóa, có nghĩa là phải đặt sản phẩm của lao động ấy trong mối liên hệ với người mua, người bán, trong quan hệ xã hội. Do đó, lao động hao phí để sản xuất ra hàng hóa mang tính xã hội, tức hàm ý quan hệ giữa người bán với người mua, hàm ý trong quan hệ xã hội. Trên cơ sở đó, C.Mác quan niệm đầy đủ hơn: *Giá trị của hàng hóa là lao động xã hội của người sản xuất đã hao phí để sản xuất ra hàng hóa kết tinh trong hàng hóa ấy.*

Như vậy, bản chất của giá trị là lao động xã hội của người sản xuất kết tinh trong hàng hóa. Giá trị hàng hóa biểu hiện mối quan hệ kinh tế giữa những người sản xuất, trao đổi hàng hóa và là phạm trù có tính lịch sử. Khi nào có sản xuất và trao đổi hàng hóa, khi đó có phạm trù giá trị hàng hóa. Giá trị trao đổi là hình thức biểu hiện ra bên ngoài của giá trị; giá trị là nội dung, là cơ sở của trao đổi.

#### **Hộp 2.1 Một số quan niệm về hàng hóa trong kinh tế học**

Hàng cá nhân là một loại hàng hóa mà nếu được một người tiêu dùng rồi thì người khác không thể dùng được nữa. Kem là một loại hàng cá nhân. Khi bạn ăn cái kem của mình thì người bạn của bạn sẽ không lấy que kem đó mà ăn nữa. Khi ta mặc áo quần, thì bất kể ai khác đều không được cùng lúc mặc những quần áo đó nữa.

Hàng công cộng là một loại hàng hóa mà thậm chí nếu có một người dùng rồi, thì những người khác vẫn còn dùng được. Bầu không khí trong sạch là một loại hàng hóa công cộng. Quốc phòng hoặc an toàn công cộng cũng vậy. Nếu như các lực lượng vũ trang bảo vệ đất nước khỏi hiểm nguy, thì việc bạn hưởng an toàn không vì lý do nào lại cản trở những người khác cũng hưởng an toàn.

Hàng khuyến dụng là những hàng hóa mà xã hội nghĩ rằng người dân nên tiêu dùng hoặc tiếp nhận, cho dù thu nhập của họ ở mức nào đi chăng nữa. Hàng khuyến dụng thường bao gồm y tế, giáo dục, nhà ở và thực phẩm. Mọi người nên có đầy đủ nơi ăn chốn ở và tiến hành các bước để đảm bảo điều đó.

*Nguồn: David Begg, Stanley Fisher, Rudiger Dornbusch, Kinh tế học, Nhà xuất bản Giáo dục Hà Nội 1992, trang 71, 72, 74.*

#### **Lượng giá trị và các nhân tố ảnh hưởng đến lượng giá trị của hàng hóa**

- Thời gian lao động xã hội cần thiết - đơn vị đo lường lượng giá trị của hàng hóa

Để đo lường lượng giá trị của một hàng hóa nhất định, sử dụng đơn

vị thời gian hao phí lao động để sản xuất ra hàng hóa đó.

Tuy nhiên, không phải là đơn vị thời gian bất kỳ mà là thời gian lao động xã hội cần thiết.

Thời gian lao động xã hội cần thiết là thời gian đòi hỏi để sản xuất ra một giá trị sử dụng nào đó trong những điều kiện bình thường của xã hội với trình độ thành thạo trung bình, cường độ lao động trung bình.

Vậy, *lượng giá trị của một đơn vị hàng hóa là lượng thời gian hao phí lao động xã hội cần thiết để sản xuất ra đơn vị hàng hóa đó.*

Trong thực hành sản xuất, người sản xuất thường phải tích cực đổi mới, sáng tạo nhằm giảm thời gian hao phí lao động cá biệt tại đơn vị sản xuất của mình xuống mức thấp hơn mức hao phí trung bình cần thiết. Khi đó sẽ có được ưu thế trong cạnh tranh.

Xét về mặt cấu thành, lượng giá trị của một đơn vị hàng hóa được sản xuất ra bao hàm: hao phí lao động quá khứ (chứa trong các yếu tố vật tư, nguyên nhiên liệu đã tiêu dùng để sản xuất ra hàng hóa đó) + hao phí lao động mới kết tinh thêm.

*- Các nhân tố ảnh hưởng đến lượng giá trị của hàng hóa*

Lượng giá trị trong một đơn vị hàng hóa được đo lường bởi thời gian lao động xã hội cần thiết để sản xuất ra hàng hóa đó, cho nên, về nguyên tắc, những nhân tố nào ảnh hưởng tới lượng thời gian hao phí xã hội cần thiết để sản xuất ra một đơn vị hàng hóa tất sẽ ảnh hưởng tới lượng giá trị của hàng hóa. C.Mác cho rằng, có những nhân tố sau đây:

*Một là, năng suất lao động.*

Năng suất lao động là năng lực sản xuất của người lao động, được tính bằng số lượng sản phẩm sản xuất ra trong một đơn vị thời gian, hay số lượng thời gian hao phí để sản xuất ra một đơn vị sản phẩm.

Khi tăng năng suất lao động, sẽ làm giảm lượng thời gian hao phí lao động cần thiết trong một đơn vị hàng hóa. Cho nên, tăng năng suất lao động, sẽ làm giảm lượng giá trị trong một đơn vị hàng hóa. Năng suất lao động có mối quan hệ tỷ lệ nghịch với lượng giá trị trong một đơn vị hàng hóa. Vì vậy, trong thực hành sản xuất, kinh doanh cần phải được chú ý, để có thể giảm hao phí lao động cá biệt, cần phải thực hiện các biện pháp để góp phần tăng năng suất lao động. Theo C.Mác, các nhân tố tác động đến năng suất lao động gồm những yếu tố chủ yếu như: trình độ của người lao động; trình độ tiên tiến và mức độ trang bị kỹ thuật, khoa học, công nghệ

trong quá trình sản xuất; trình độ quản lý; cường độ lao động và yếu tố tự nhiên.

Khi xem xét về mối quan hệ giữa tăng năng suất với lượng giá trị của một đơn vị hàng hóa, C.Mác còn chú ý thêm về mối quan hệ giữa tăng cường độ lao động với lượng giá trị của một đơn vị hàng hóa.

Cường độ lao động là mức độ khẩn trương, tích cực của hoạt động lao động trong sản xuất.

Tăng cường độ lao động là tăng mức độ khẩn trương, tích cực của hoạt động lao động. Trong chừng mực xét riêng vai trò của cường độ lao động, việc tăng cường độ lao động làm cho tổng số sản phẩm tăng lên. Tổng lượng giá trị của tất cả các hàng hóa gộp lại tăng lên. Song, lượng thời gian hao phí để sản xuất một đơn vị hàng hóa không thay đổi. Do chỗ, tăng cường độ lao động chỉ nhấn mạnh tăng mức độ khẩn trương, tích cực của hoạt động lao động thay vì lười biếng mà sản xuất ra số lượng hàng hóa ít hơn.

Tuy nhiên, trong điều kiện trình độ sản xuất hàng hóa còn thấp, việc tăng cường độ lao động cũng có ý nghĩa rất quan trọng trong việc tạo ra số lượng các giá trị sử dụng nhiều hơn, góp phần thỏa mãn tốt hơn nhu cầu của xã hội. Cường độ lao động chịu ảnh hưởng của các yếu tố sức khỏe, thể chất, tâm lý, trình độ tay nghề thành thạo của người lao động, công tác tổ chức, kỷ luật lao động... Nếu giải quyết tốt những vấn đề này thì người lao động sẽ thao tác nhanh hơn, thuần thục hơn, tập trung hơn, do đó tạo ra nhiều hàng hóa hơn.

*Hai là, tính chất phức tạp hay giản đơn của lao động.*

Khi xét với một hoạt động lao động cụ thể, nó có thể là lao động có tính chất giản đơn, cũng có thể là lao động có tính chất phức tạp. Dĩ nhiên, dù giản đơn hay phức tạp thì lao động đó đều là sự thống nhất của tính hai mặt, mặt cụ thể và mặt trừu tượng như đã đề cập ở trên.

Lao động giản đơn là lao động không đòi hỏi có quá trình đào tạo một cách hệ thống, chuyên sâu về chuyên môn, kỹ năng, nghiệp vụ cũng có thể thao tác được.

Lao động phức tạp là những hoạt động lao động yêu cầu phải trải qua một quá trình đào tạo về kỹ năng, nghiệp vụ theo yêu cầu của những nghề nghiệp chuyên môn nhất định.

Với tính chất khác nhau đó, nên, trong cùng một đơn vị thời gian,

một hoạt động lao động phức tạp sẽ tạo ra được nhiều lượng giá trị hơn so với lao động giản đơn. C.Mác gọi lao động phức tạp là lao động giản đơn được nhân bội lên. Đây là cơ sở lý luận quan trọng để cả nhà quản trị và người lao động tính toán, xác định mức thù lao cho phù hợp với tính chất của hoạt động lao động trong quá trình tham gia vào các hoạt động kinh tế xã hội.

### ***Tính hai mặt của lao động sản xuất hàng hóa***

Nghiên cứu về mối quan hệ giữa hai thuộc tính của hàng hóa với lao động sản xuất hàng hóa, C.Mác phát hiện ra rằng, sở dĩ hàng hóa có hai thuộc tính là do lao động của người sản xuất hàng hóa có tính hai mặt. Tính hai mặt đó là: mặt *cụ thể* và mặt *trừu tượng* của lao động.

- Lao động cụ thể là lao động có ích dưới một hình thức cụ thể của những nghề nghiệp chuyên môn nhất định. Mỗi lao động cụ thể có mục đích lao động riêng, đối tượng lao động riêng, công cụ lao động riêng, phương pháp lao động riêng và kết quả riêng. Lao động cụ thể tạo ra giá trị sử dụng của hàng hoá. Các loại lao động cụ thể khác nhau về chất nên tạo ra những sản phẩm cũng khác nhau về chất và mỗi sản phẩm có một giá trị sử dụng riêng. Trong đời sống xã hội, có vô số những hàng hoá với những giá trị sử dụng khác nhau do lao động cụ thể đa dạng, muôn hình muôn vẻ tạo nên. Phân công lao động xã hội càng phát triển thì xã hội càng nhiều ngành nghề khác nhau, do đó có nhiều giá trị sử dụng khác nhau. Khoa học kỹ thuật, phân công lao động càng phát triển thì các hình thức lao động cụ thể càng phong phú, đa dạng.

- Lao động trừu tượng là lao động xã hội của người sản xuất hàng hoá không kể đến hình thức cụ thể của nó; đó là sự hao phí sức lao động nói chung của người sản xuất hàng hoá về cơ bắp, thần kinh, trí óc. Lao động trừu tượng là lao động đồng chất của người sản xuất hàng hóa. Lao động trừu tượng tạo ra giá trị của hàng hoá.

Vì vậy, giá trị hàng hóa là lao động trừu tượng của người sản xuất kết tinh trong hàng hoá. Lao động trừu tượng là cơ sở để so sánh, trao đổi các giá trị sử dụng khác nhau.

Trước C.Mác, D.Ricardo cũng đã thấy được các thuộc tính của hàng hóa. Nhưng D.Ricardo lại không thể lý giải thích được vì sao lại có hai thuộc tính đó. Vượt lên so với lý luận của D.Ricardo, C.Mác phát hiện, cùng một hoạt động lao động nhưng hoạt động lao động đó có tính hai mặt. C.Mác là người đầu tiên phát hiện ra tính chất hai mặt của lao động sản

xuất hàng hóa. Phát hiện này là cơ sở để C.Mác phân tích một cách khoa học sự sản xuất giá trị thặng dư sẽ được nghiên cứu tại chương 3.

Đồng thời, nhờ việc phát hiện ra tính chất hai mặt của lao động sản xuất hàng hóa, C.Mác, ngoài việc đã giải thích được một cách khoa học vững chắc vì sao hàng hóa hai thuộc tính, còn chỉ ra được quan hệ chặt chẽ giữa người sản xuất và người tiêu dùng hàng hóa. Lao động cụ thể phản ánh tính chất tư nhân của lao động sản xuất hàng hóa bởi việc sản xuất cái gì, ở đâu, bao nhiêu, bằng công cụ nào... là việc riêng của mỗi chủ thể sản xuất. Ngược lại, lao động trừu tượng phản ánh tính chất xã hội của lao động sản xuất hàng hóa, bởi lao động của mỗi người là một bộ phận của lao động xã hội, nằm trong hệ thống phân công lao động xã hội. Nên, người sản xuất phải đặt lao động của mình trong sự liên hệ với lao động của xã hội. Do yêu cầu của mối quan hệ này, việc sản xuất và trao đổi phải được xem là một thể thống nhất trong nền kinh tế hàng hóa. Lợi ích của người sản xuất thống nhất với lợi ích của người tiêu dùng. Người sản xuất phải thực hiện trách nhiệm xã hội đối với người tiêu dùng, người tiêu dùng đến lượt mình lại thúc đẩy sự phát triển sản xuất. Mâu thuẫn giữa lao động cụ thể và lao động trừu tượng xuất hiện khi sản phẩm do những người sản xuất hàng hóa riêng biệt tạo ra không phù hợp với nhu cầu xã hội, hoặc khi mức tiêu hao lao động cá biệt cao hơn mức tiêu hao mà xã hội có thể chấp nhận được. Khi đó, sẽ có một số hàng hóa không bán được hoặc bán thấp hơn mức hao phí lao động đã bỏ ra, không đủ bù đắp chi phí. Nghĩa là có một số hao phí lao động cá biệt không được xã hội thừa nhận. Đây là mầm mống của khủng hoảng thừa.

### 2.1.3. Tiền

Quan hệ hàng hóa - tiền tệ là một trong những mối quan hệ kinh tế cốt lõi của nền kinh tế hàng hóa. Do đó, sau khi nghiên cứu về hàng hóa, nội dung sau đây sẽ phân tích về nguồn gốc và bản chất, chức năng của tiền tệ trong nền kinh tế hàng hóa cũng như sự liên hệ giữa tiền với giá trị hàng hóa.

#### *Nguồn gốc và bản chất của tiền*

Trên cơ sở tổng kết lịch sử phát triển của sản xuất hàng hóa và sự phát triển của các hình thái tiền, C.Mác khẳng định: tiền là kết quả của quá trình phát triển sản xuất và trao đổi hàng hóa, là sản phẩm của sự phát triển các hình thái giá trị từ thấp đến cao.

Trong lịch sử, khi sản xuất chưa phát triển, việc trao đổi hàng hóa lúc



đầu chỉ mang tính đơn lẻ, ngẫu nhiên, người ta trao đổi trực tiếp hàng hóa có giá trị sử dụng này để đổi lấy một hàng hóa có giá trị sử dụng khác. Đây là hình thái sơ khai, C.Mác gọi là hình thái giản đơn hay ngẫu nhiên của giá trị.

Quá trình sản xuất phát triển hơn, hàng hóa được sản xuất ra phong phú hơn, nhu cầu của con người cũng đa dạng hơn, trao đổi được mở rộng và trở nên thường xuyên hơn, một hàng hóa có thể được đem trao đổi với nhiều hàng hóa khác nhau. Ở trình độ này, C.Mác gọi là hình thái mở rộng của giá trị. Lúc này, trao đổi được mở rộng song không phải khi nào cũng dễ dàng thực hiện. Nhiều khi người ta phải đi vòng qua trao đổi với nhiều loại hàng hóa mới có được hàng hóa mà mình cần. Khắc phục hạn chế này, những người sản xuất hàng hóa quy ước thống nhất sử dụng một loại hàng hóa nhất định làm vật ngang giá chung. Hình thái tiền của giá trị hàng hóa xuất hiện. Quá trình đó tiếp tục được thúc đẩy đến khi những người sản xuất hàng hóa cố định yếu tố ngang giá chung đó ở vàng hoặc bạc. Tiền vàng hoặc tiền bạc xuất hiện trở thành yếu tố ngang giá chung cho toàn bộ thế giới hàng hóa. Khi đó, người tiêu dùng muốn có được một loại hàng hóa để thỏa mãn nhu cầu, họ có thể sử dụng tiền để mua hàng hóa ấy.

Như vậy, tiền, về bản chất, là một loại hàng hóa đặc biệt, là kết quả của quá trình phát triển của sản xuất và trao đổi hàng hóa, tiền xuất hiện là yếu tố ngang giá chung cho thế giới hàng hóa. Tiền là hình thái biểu hiện giá trị của hàng hóa. Tiền phản ánh lao động xã hội và mối quan hệ giữa những người sản xuất và trao đổi hàng hóa.

#### Hộp 2.2 Quan niệm về tiền trong kinh tế học

Tiền là bất cứ một phương tiện nào được thừa nhận chung để thanh toán cho việc giao hàng hoặc để thanh toán nợ nần. Nó là phương tiện trao đổi. Những chiếc răng chó ở quần đảo Admiralty, các vỏ sò ở một số vùng châu Phi, vàng thế kỷ 19 đều là các ví dụ về tiền. Điều cần nói không phải hàng hóa vật chất phải sử dụng mà là qui ước xã hội cho rằng nó sẽ được thừa nhận không bàn cãi với tư cách là một phương tiện thanh toán.

*Nguồn: David Begg, Stanley Fisher, Rudiger Dornbusch, Kinh tế học, Nhà xuất bản Giáo dục, Hà Nội, 1992, trang 70.*

Khi giá trị của một đơn vị hàng hóa được đại biểu bằng một số tiền nhất định thì số tiền đó được gọi là giá cả hàng hóa. Giá cả hàng hóa lên xuống xoay quanh giá trị của nó. C.Mác cho rằng, giá cả hàng hóa chịu ảnh hưởng của nhiều nhân tố như: giá trị hàng hóa, mức độ khan hiếm, quan hệ

giữa số lượng người mua và số lượng người bán, tình trạng đầu cơ, giá trị của đồng tiền... Để kiểm soát sự ổn định của giá cả, người ta phải sử dụng nhiều loại công cụ kinh tế khác nhau, trong đó có việc điều tiết lượng tiền cung ứng.

### ***Chức năng của tiền***

Theo C.Mác, tiền có năm chức năng sau:

**Thước đo giá trị:** Khi thực hiện chức năng thước đo giá trị, tiền được dùng để biểu hiện và đo lường giá trị của tất cả các hàng hóa khác nhau. Để đo lường giá trị của các hàng hóa, tiền cũng phải có giá trị. Vì vậy để thực hiện chức năng thước đo giá trị người ta ngầm hiểu đó là tiền vàng. Sở dĩ như vậy là vì giữa giá trị của vàng và giá trị của hàng hóa trong thực tế đã phản ánh lượng lao động xã hội hao phí nhất định.

**Phương tiện lưu thông:** Khi thực hiện chức năng phương tiện lưu thông, tiền được dùng làm môi giới cho quá trình trao đổi hàng hóa. Để phục vụ lưu thông hàng hóa, ban đầu nhà nước đúc vàng thành những đơn vị tiền tệ nhất định, sau đó là đúc tiền bằng kim loại. Dần dần, xã hội nhận thấy, để thực hiện chức năng phương tiện lưu thông, không nhất thiết phải dùng tiền vàng, mà chỉ cần tiền ký hiệu giá trị. Từ đó tiền giấy ra đời và sau này là các loại tiền ký hiệu giá trị khác như tiền kế toán, tiền séc, tiền điện tử, gắn liền với sự phát triển của thương mại điện tử, các loại tiền ảo xuất hiện (bitcoin) và đã có quốc gia chấp nhận bitcoin là phương tiện thanh toán. Trong tương lai, có thể nhân loại sẽ phát hiện ra những loại tiền khác nữa để giúp cho việc thanh toán trong lưu thông trở nên thuận lợi.

Tiền giấy ra đời giúp trao đổi hàng hóa được tiến hành dễ dàng, thuận lợi và ít tốn kém hơn tiền vàng, tiền kim loại. Tuy nhiên, tiền giấy chỉ là ký hiệu giá trị, bản thân chúng không có giá trị thực nên nhà nước phải in và phát hành số lượng tiền giấy theo yêu cầu của quy luật lưu thông tiền tệ, không thể phát hành tùy tiện. Nếu in và phát hành quá nhiều tiền giấy sẽ làm cho giá trị của đồng tiền giảm xuống, kéo theo lạm phát xuất hiện.

**Phương tiện cất trữ:** Tiền là đại diện cho giá trị, đại diện cho của cải nên khi tiền xuất hiện, thay vì cất trữ hàng hóa, người dân có thể cất trữ bằng tiền. Lúc này tiền được rút ra khỏi lưu thông, đi vào cất trữ dưới hình thái vàng, bạc và sẵn sàng tham gia lưu thông khi cần thiết.

**Phương tiện thanh toán:** Khi thực hiện chức năng thanh toán, tiền được dùng để trả nợ, trả tiền mua chịu hàng hóa... Chức năng phương tiện thanh toán của tiền gắn liền với chế độ tín dụng thương mại, tức mua bán

thông qua chế độ tín dụng, thanh toán không dùng tiền mặt mà chỉ dùng tiền trên sổ sách kế toán, hoặc tiền trong tài khoản, tiền ngân hàng, tiền điện tử...

*Tiền tệ thế giới:* Khi trao đổi hàng hóa mở rộng ra ngoài biên giới quốc gia, tiền làm chức năng tiền tệ thế giới. Lúc này tiền được dùng làm phương tiện mua bán, thanh toán quốc tế giữa các nước với nhau. Để thực hiện chức năng này, tiền phải có đủ giá trị, phải là tiền vàng hoặc những đồng tiền được công nhận là phương tiện thanh toán quốc tế.

#### **2.1.4. Dịch vụ và một số hàng hóa đặc biệt**

Nội dung trình bày ở mục này thể hiện sự nghiên cứu có tính chất làm rõ thêm một số khía cạnh mà trong điều kiện thời của mình, C.Mác chưa có điều kiện nêu ra một cách đầy đủ.

##### ***Dịch vụ***

Theo cách hiểu của kinh tế chính trị Mác - Lênin, dịch vụ là một loại hàng hóa, nhưng đó là hàng hóa vô hình.

Để có được các loại dịch vụ, người ta cũng phải hao phí sức lao động và mục đích của việc cung ứng dịch vụ cũng là nhằm thỏa mãn nhu cầu của người có nhu cầu về loại hình dịch vụ đó.

Giá trị sử dụng của dịch vụ không phải là phục vụ trực tiếp người cung ứng dịch vụ. Với cách tiếp cận như vậy, dịch vụ là hàng hóa, nhưng đó là hàng hóa vô hình.

Lưu ý, nền sản xuất hàng hóa của các quốc gia giai đoạn lúc C.Mác còn tại thế, dịch vụ chưa phát triển mạnh mẽ như ngày nay. Khi đó, khu vực chiếm ưu thế của nền kinh tế vẫn là sản xuất hàng hóa vật thể hữu hình. Khu vực dịch vụ chưa trở thành phổ biến. Cho nên trong lý luận của mình, C.Mác chưa có điều kiện để trình bày về dịch vụ một cách thật sâu sắc. Điều này làm cho nhiều người ngộ nhận cho rằng, C.Mác chỉ biết tới hàng hóa vật thể. Trái lại, theo C.Mác, dịch vụ, nếu đó là dịch vụ cho sản xuất thì nó thuộc khu vực hàng hóa cho sản xuất, còn dịch vụ cho tiêu dùng thì nó thuộc phạm trù hàng hóa cho tiêu dùng. Về tổng quát, dịch vụ, về thực chất cũng là một kiểu hàng hóa mà thôi.

Khác với hàng hóa thông thường, dịch vụ là hàng hóa không thể cất trữ. Việc sản xuất và tiêu dùng dịch vụ được diễn ra đồng thời. Trong điều kiện ngày nay, do sự phát triển của phân công lao động xã hội dưới tác động của sự phát triển khoa học công nghệ, dịch vụ ngày càng có vai trò

quan trọng trong việc thỏa mãn nhu cầu văn minh của con người.

### *Một số hàng hóa đặc biệt*

Nền sản xuất hàng hóa ngày nay hình thành quan hệ mua bán nhiều yếu tố không hoàn toàn do lao động hao phí mà có. Những yếu tố này được xem là những hàng hóa đặc biệt.

Tính đặc biệt của các hàng hóa đó thể hiện ở điểm, chúng có các đặc trưng như: có giá trị sử dụng, có giá cả, có thể trao đổi, mua bán nhưng lại không do hao phí lao động trực tiếp tạo ra như các hàng hóa thông thường khác.

Khi xuất hiện hiện tượng trao đổi, mua bán các hàng hóa đặc biệt như vậy, làm cho nhiều người ngộ nhận cho rằng lý luận về hàng hóa của C.Mác không còn phù hợp. Thực chất do họ chưa phân biệt được hàng hóa và những yếu tố có tính hàng hóa. Quyền sử dụng đất đai, thương hiệu (danh tiếng), chứng khoán, chứng quyền là một số yếu tố điển hình trong số đó. Sau đây sẽ xem xét về các yếu tố này.

### *Quyền sử dụng đất đai*

Khi thực hiện mua, bán quyền sử dụng đất, nhiều người lầm tưởng đó là mua bán đất đai. Trên thực tế, họ trao đổi với nhau quyền sử dụng đất.

Quyền sử dụng đất, có giá trị sử dụng, có giá cả nhưng không do hao phí lao động tạo ra theo cách như các hàng hóa thông thường. Thực tế, giá cả của quyền sử dụng đất nảy sinh là do tính khan hiếm của bề mặt vỏ quả địa cầu và do trình độ phát triển của sản xuất.

Sự phát triển của sản xuất gia tăng làm nảy sinh nhu cầu cần mặt bằng để kinh doanh; sự gia tăng quy mô dân số thúc đẩy nhu cầu về mặt bằng để cư trú. Trong khi quyền sử dụng đất lại được ấn định cho các chủ thể nhất định. Cho nên, xuất hiện nhu cầu mua, bán quyền sử dụng đất. Trong quan hệ đó, người mua và người bán phải trả hoặc nhận được một lượng tiền. Đó là giá cả của quyền sử dụng đất.

Ngày nay, do nhu cầu nguồn lực và mặt bằng để phục vụ sản xuất, kinh doanh, người ta có thể mua, bán cả quyền sử dụng mặt nước, thậm chí một phần mặt biển, sông, hồ... những hiện tượng này chỉ là sự phát sinh của việc sử dụng mảnh vỏ quả địa cầu để trao đổi, mua bán dựa trên quyền sử dụng đã được thừa nhận mà thôi.

Trong xã hội hiện đại, xuất hiện hiện tượng một bộ phận xã hội trở

nên có số lượng tiền nhiều (theo quan niệm thông thường là giàu có) do mua bán quyền sử dụng đất. Vậy bản chất của hiện tượng này là gì?

Xét về bản chất, số lượng tiền đó chính là hệ quả của việc tiền từ túi chủ thể này, chuyển qua túi chủ thể khác. Tiền trong trường hợp như vậy là phương tiện thanh toán, không phải là thước đo giá trị.

Nhưng do thực tế, có nhiều tiền là có thể mua được các hàng hóa khác, nên người ta thường cho rằng có nhiều giá trị (hay giàu có). Sự thực, không phải như vậy. Từng cá nhân có thể trở nên giàu có nhờ buôn bán quyền sử dụng đất, do so sánh số tiền mà họ bỏ ra với số tiền mà họ thu được là có chênh lệch dương. Nhưng, một xã hội chỉ có thể giàu có nhờ đi từ sản xuất tạo ra hàng hóa (bao gồm cả dịch vụ), của cải chứ không thể chỉ đi từ mua bán quyền sử dụng đất.

#### *Thương hiệu (danh tiếng)*

Trong thực tế ngày nay, thương hiệu của một doanh nghiệp (hay danh tiếng của một cá nhân) cũng có thể được trao đổi, mua bán, được định giá, tức chúng có giá cả, thậm chí có giá cả cao. Đây là những yếu tố có tính hàng hóa và gắn với lý luận hàng hóa của C.Mác. Bởi lẽ, thương hiệu hay danh tiếng không phải ngay tự nhiên mà có được, nó phải là kết quả của sự nỗ lực của sự hao phí sức lao động của người nắm giữ thương hiệu, thậm chí là của nhiều người. Ngay kể cả một cầu thủ đá bóng được định giá rất cao, thì cầu thủ đó cũng đã phải hao phí thần kinh, cơ bắp thực sự cùng với tài năng. Người ta mua bán hoạt động lao động là đá bóng của cầu thủ đó, nghĩa là mua cái cách thức đá bóng của cầu thủ đó chứ không phải mua cái cơ thể sinh học. Nhưng vì hoạt động đá bóng của cầu thủ đó gắn với cơ thể sinh học của anh ta, nên người ta nhầm tưởng đó là mua bán danh tiếng của anh ta. Sở dĩ giá cả của các vụ mua bán đó rất cao là vì sự khan hiếm của cái lối chơi bóng của cầu thủ đó khác với lối chơi bóng của cầu thủ khác. Mà cái lối chơi này, không phải ai cũng có được, nó còn do năng khiếu bẩm sinh. Giá cả trong các vụ mua bán như vậy vừa phản ánh giá trị hoạt động lao động đá bóng, vừa phản ánh yếu tố tài năng, vừa phản ánh quan hệ khan hiếm, vừa phản ánh lợi ích kỳ vọng của câu lạc bộ mua.

#### *Chứng khoán, chứng quyền và một số giấy tờ có giá*

Ngày nay, chứng khoán (cổ phiếu, trái phiếu) do các công ty, doanh nghiệp cổ phần phát hành, chứng quyền do các công ty kinh doanh chứng khoán chứng nhận và một số loại giấy tờ có giá (ngân phiếu, thương phiếu) cũng có thể mua bán, trao đổi và đem lại lượng tiền lớn hơn cho người

mua, bán.

Chứng khoán, chứng quyền, các loại giấy tờ có giá khác cũng có một số đặc trưng như hàng hóa, mang lại thu nhập cho người mua, bán. Sự phát triển của các giao dịch mua, bán chứng khoán, chứng quyền dần thúc đẩy hình thành một loại thị trường yếu tố có tính hàng hóa phái sinh, phân biệt với thị trường hàng hóa (dịch vụ thực) - thị trường chứng khoán, chứng quyền. C.Mác gọi những hàng hóa này là tư bản giả, để phân biệt với tư bản tham gia quá trình sản xuất trao đổi hàng hóa thực trong nền kinh tế.

Để có thể được mua, bán, các loại chứng khoán, chứng quyền hoặc giấy tờ có giá đó phải dựa trên cơ sở sự tồn tại của một tổ chức sản xuất kinh doanh có thực. Người ta không mua các loại chứng khoán, chứng quyền, giấy tờ có giá không gắn với một chủ thể sản xuất kinh doanh thực trong nền kinh tế. Do đó, chứng khoán, chứng quyền là loại yếu tố phái sinh, nó có tính hàng hóa, bản thân chúng không phải là hàng hóa như hàng hóa thông thường.

Sự giàu có của các cá nhân có được do số lượng tiền tăng lên sau mỗi giao dịch cũng thực chất là sự chuyển tiền từ người khác vào trong túi của anh ta. Tiền trong trường hợp này cũng thực hiện chức năng thanh toán, không phản ánh giá trị của chứng khoán. Giá cả của chứng khoán phản ánh lợi ích kỳ vọng mà người mua có thể có được. Xã hội cần phải dựa trên một nền sản xuất có thực mới có thể giàu có được. Toàn thể xã hội không thể giàu có được bằng con đường duy nhất là buôn, bán chứng khoán, chứng quyền.

Mặc dù thị trường chứng khoán, chứng quyền là một kênh rất quan trọng để một số chủ thể làm giàu và thúc đẩy các giao dịch vốn cho nền kinh tế, song thực tế cũng cho thấy, có nhiều người giàu lên, cũng có nhiều người rơi vào tình trạng khánh kiệt khi chứng khoán không mua, bán được.

## **2.2. THỊ TRƯỜNG VÀ VAI TRÒ CỦA CÁC CHỦ THỂ THAM GIA THỊ TRƯỜNG**

Sau khi nghiên cứu về hàng hóa và quan hệ hàng hóa - tiền tệ, vấn đề tiếp theo là làm rõ quan hệ đó được biểu hiện trong đời sống nền kinh tế hiện thực ngày càng phong phú như thế nào. Kinh tế chính trị Mác - Lênin cho rằng các quan hệ hàng hóa - tiền tệ đó biểu hiện rõ nhất ở thị trường.

Muốn làm sáng tỏ những biểu hiện như vậy, cần phải thấy được vai trò của các chủ thể tham gia thị trường. Các quy luật của thị trường sẽ điều tiết các quan hệ giữa những người sản xuất và trao đổi, giữa các chủ thể

tham gia thị trường. Vì vậy, nội dung nghiên cứu về thị trường và vai trò của các chủ thể tham gia thị trường là khía cạnh làm rõ hơn lý luận của C.Mác về nền sản xuất hàng hóa trong điều kiện ngày nay.

### 2.2.1. Thị trường

#### 2.2.1.1. Khái niệm và vai trò của thị trường

##### *Khái niệm thị trường*

Thị trường ra đời, phát triển gắn liền với sự phát triển của sản xuất hàng hoá. Cùng với sự phát triển nhanh chóng của sản xuất và trao đổi, khái niệm thị trường cũng có những cách quan niệm khác nhau.

*Theo nghĩa hẹp*, thị trường là nơi diễn ra hành vi trao đổi, mua bán hàng hoá giữa các chủ thể kinh tế với nhau. Tại đó, người có nhu cầu về hàng hoá, dịch vụ sẽ nhận được thứ mà mình cần và ngược lại, người có hàng hoá, dịch vụ sẽ nhận được một số tiền tương ứng. Thị trường có biểu hiện dưới hình thái thể là chợ, cửa hàng, quầy hàng lưu động, văn phòng giao dịch hay siêu thị...

*Theo nghĩa rộng*, thị trường là tổng hòa các mối quan hệ liên quan đến trao đổi, mua bán hàng hóa trong xã hội, được hình thành do những điều kiện lịch sử, kinh tế, xã hội nhất định. Theo nghĩa này, thị trường là tổng thể các mối quan hệ kinh tế gồm cung, cầu, giá cả; quan hệ hàng - tiền; quan hệ giá trị, giá trị sử dụng; quan hệ hợp tác, cạnh tranh; quan hệ trong nước, ngoài nước... Cùng với đó là các yếu tố kinh tế như nhu cầu (người mua hàng); người bán; tiền - hàng; dịch vụ mua bán... Tất cả các quan hệ và yếu tố kinh tế này được vận động theo quy luật của thị trường.

#### Hộp 2.3. Quan niệm về thị trường

Thị trường là sự biểu hiện thu gọn của quá trình mà thông qua đó các quyết định của các gia đình về tiêu dùng các mặt hàng nào, các quyết định của các công ty về sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào và các quyết định của người công nhân về việc làm bao lâu cho ai đều được dung hòa bằng sự điều chỉnh giá cả.

*Nguồn:* David Begg, Stanley Fisher, Rudiger Dornbusch, *Kinh tế học*, Nhà xuất bản Giáo dục Hà Nội 1992, trang 11.

Nghiên cứu về thị trường có nhiều cách tiếp cận khác nhau tùy theo tiêu thức hoặc mục đích nghiên cứu.

Căn cứ vào đối tượng hàng hóa đưa ra trao đổi, mua bán trên thị trường, có thể chia ra thị trường tư liệu sản xuất và thị trường tư liệu tiêu dùng.

Căn cứ vào phạm vi hoạt động, có thể chia ra thị trường trong nước và thị trường thế giới.

Căn cứ vào đầu vào và đầu ra của quá trình sản xuất có thể chia ra thị trường các yếu tố đầu vào, thị trường hàng hóa đầu ra.

Căn cứ vào tính chuyên biệt của thị trường có thể chia thành các loại thị trường gắn với các lĩnh vực khác nhau của đời sống xã hội.

Căn cứ vào tính chất và cơ chế vận hành của thị trường, có thể chia ra thị trường tự do, thị trường có điều tiết, thị trường cạnh tranh hoàn hảo, thị trường cạnh tranh không hoàn hảo (độc quyền).

Ngày nay, các nền kinh tế phát triển ngày càng nhanh và phức tạp hơn, do đó hệ thống thị trường cũng biến đổi phù hợp với điều kiện, trình độ phát triển của nền kinh tế. Vì vậy, để tổ chức có hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh, đòi hỏi phải hiểu rõ về bản chất hệ thống thị trường, những quy luật kinh tế cơ bản của thị trường và các vấn đề liên quan khác.

### *Vai trò của thị trường*

Xét trong mối quan hệ với thúc đẩy sản xuất và trao đổi hàng hóa (dịch vụ) cũng như thúc đẩy tiến bộ xã hội, vai trò chủ yếu của thị trường có thể được khái quát như sau:

*Một là*, thị trường là điều kiện, môi trường cho sản xuất phát triển.

Sản xuất hàng hóa càng phát triển, sản xuất ra càng nhiều hàng hóa, dịch vụ thì càng đòi hỏi thị trường tiêu thụ rộng lớn hơn. Sự mở rộng thị trường đến lượt nó lại thúc đẩy trở lại sản xuất phát triển. Vì vậy, thị trường là môi trường kinh doanh, là điều kiện không thể thiếu được của quá trình sản xuất kinh doanh.

Thị trường là cầu nối giữa sản xuất với tiêu dùng. Thị trường đặt ra các nhu cầu cho sản xuất cũng như nhu cầu tiêu dùng. Vì vậy, thị trường có vai trò thông tin, định hướng cho mọi nhu cầu sản xuất kinh doanh.

*Hai là*, thị trường kích thích sự sáng tạo của mọi thành viên trong xã hội, tạo ra cách thức phân bổ nguồn lực hiệu quả trong nền kinh tế.

Thị trường thúc đẩy các quan hệ kinh tế không ngừng phát triển. Do đó, đòi hỏi các thành viên trong xã hội phải không ngừng nỗ lực, sáng tạo



để thích ứng được với sự phát triển của thị trường. Sự sáng tạo được thị trường chấp nhận, chủ thể sáng tạo sẽ được thụ hưởng lợi ích tương xứng. Khi lợi ích được đáp ứng, động lực cho sự sáng tạo được thúc đẩy. Cứ như vậy, kích thích sự sáng tạo của mọi thành viên trong xã hội.

Thông qua các quy luật thị trường, các nguồn lực cho sản xuất được điều tiết, phân bổ tới các chủ thể sử dụng hiệu quả nhất, thị trường tạo ra cơ chế để lựa chọn các chủ thể có năng lực sử dụng nguồn lực hiệu quả trong nền sản xuất.

Ba là, thị trường gắn kết nền kinh tế thành một chỉnh thể, gắn kết nền kinh tế quốc gia với nền kinh tế thế giới.

Xét trong phạm vi quốc gia, thị trường làm cho các quan hệ sản xuất lưu thông, phân phối, tiêu dùng trở thành một thể thống nhất. Thị trường không phụ thuộc vào địa giới hành chính. Thị trường gắn kết mọi chủ thể giữa các khâu, giữa các vùng miền vào một chỉnh thể thống nhất. Thị trường phá vỡ ranh giới sản xuất tự nhiên, tự cấp, tự túc để tạo thành hệ thống nhất định trong nền kinh tế.

Xét trong quan hệ với nền kinh tế thế giới, thị trường làm cho kinh tế trong nước gắn liền với nền kinh tế thế giới. Các quan hệ sản xuất, lưu thông, phân phối, tiêu dùng không chỉ bó hẹp trong phạm vi nội bộ quốc gia, mà thông qua thị trường, các quan hệ đó có sự kết nối, liên thông với các quan hệ trên phạm vi thế giới. Với vai trò này, thị trường góp phần thúc đẩy sự gắn kết nền kinh tế quốc gia với nền kinh tế thế giới.

#### **2.2.1.2. Cơ chế thị trường và nền kinh tế thị trường**

##### **Cơ chế thị trường**

Cơ chế thị trường là hệ thống các quan hệ kinh tế mang đặc tính tự điều chỉnh các cân đối của nền kinh tế theo yêu cầu của các quy luật kinh tế.

Dấu hiệu đặc trưng của cơ chế thị trường là cơ chế hình thành giá cả một cách tự do. Người bán, người mua thông qua thị trường để xác định giá cả của hàng hóa, dịch vụ.

Cơ chế thị trường là phương thức cơ bản để phân phối và sử dụng các nguồn vốn, tài nguyên, công nghệ, sức lao động, thông tin, trí tuệ... Đây là một kiểu cơ chế vận hành nền kinh tế mang tính khách quan, do bản thân nền sản xuất hàng hóa hình thành. Cơ chế thị trường được A.Smith ví như là một bàn tay vô hình có khả năng tự điều chỉnh các quan hệ kinh tế.

### ***Nền kinh tế thị trường***

Nền kinh tế thị trường là nền kinh tế được vận hành theo cơ chế thị trường. Đó là nền kinh tế hàng hóa phát triển cao, ở đó mọi quan hệ sản xuất và trao đổi đều được thông qua thị trường, chịu sự tác động, điều tiết của các quy luật thị trường.

Sự hình thành kinh tế thị trường là khách quan trong lịch sử từ kinh tế tự nhiên, tự túc, kinh tế hàng hóa rồi từ kinh tế hàng hóa phát triển thành kinh tế thị trường. Kinh tế thị trường cũng trải qua quá trình phát triển ở các trình độ khác nhau từ kinh tế thị trường sơ khai đến kinh tế thị trường hiện đại ngày nay. Như vậy, nền kinh tế thị trường là sản phẩm của văn minh nhân loại.

#### **Hộp 2.4. Quan niệm của P. Samuelson về nền kinh tế thị trường**

Nền kinh tế thị trường là nền kinh tế trong đó các cá nhân và các hãng tư nhân đưa ra các quyết định chủ yếu về sản xuất và tiêu dùng. Các hãng sản xuất hàng tiêu dùng thu được lợi nhuận cao nhất bằng các kỹ thuật sản xuất có chi phí thấp nhất.

*Nguồn:* P. Samuelson, *Kinh tế học*, tập 1, bản dịch tiếng Việt, Nxb Chính trị quốc gia, H, 1997, tr. 35.

Kinh tế thị trường đã phát triển qua nhiều giai đoạn với nhiều mô hình khác nhau, song chúng đều có những đặc trưng chung bao gồm:

*Thứ nhất*, kinh tế thị trường đòi hỏi sự đa dạng của các chủ thể kinh tế, nhiều hình thức sở hữu. Các chủ thể kinh tế bình đẳng trước pháp luật.

*Thứ hai*, thị trường đóng vai trò quyết định trong việc phân bổ các nguồn lực xã hội thông qua hoạt động của các thị trường bộ phận như thị trường hàng hóa, thị trường dịch vụ, thị trường sức lao động, thị trường tài chính, thị trường bất động sản, thị trường khoa học công nghệ...

*Thứ ba*, giá cả được hình thành theo nguyên tắc thị trường; cạnh tranh vừa là môi trường, vừa là động lực thúc đẩy kinh tế thị trường phát triển.

*Thứ tư*, động lực trực tiếp của các chủ thể sản xuất kinh doanh là lợi ích kinh tế - xã hội.

*Thứ năm*, nhà nước là chủ thể thực hiện chức năng quản lý nhà nước

đối với các quan hệ kinh tế, đồng thời, nhà nước thực hiện khắc phục những khuyết tật của thị trường, thúc đẩy những yếu tố tích cực, đảm bảo sự bình đẳng xã hội và sự ổn định của toàn bộ nền kinh tế.

*Thứ sáu*, kinh tế thị trường là nền kinh tế mở, thị trường trong nước gắn liền với thị trường quốc tế.

Các đặc trưng trên mang tính phổ biến của mọi nền kinh tế thị trường. Tuy nhiên, tùy theo điều kiện lịch sử cụ thể, tùy theo chế độ chính trị xã hội của mỗi quốc gia mà các đặc trưng đó thể hiện không hoàn toàn giống nhau, tạo nên tính đặc thù và các mô hình kinh tế thị trường khác nhau.

Nền kinh tế thị trường có nhiều ưu thế, tuy nhiên, nó cũng có những khuyết tật. Những ưu thế và khuyết tật đó là :

*- Ưu thế của nền kinh tế thị trường*

*Một là*, nền kinh tế thị trường luôn tạo ra động lực mạnh mẽ cho sự hình thành ý tưởng mới của các chủ thể kinh tế.

Trong nền kinh tế thị trường, các chủ thể luôn có cơ hội để tìm ra động lực cho sự sáng tạo của mình. Thông qua vai trò của thị trường mà nền kinh tế thị trường trở thành phương thức hữu hiệu kích thích sự sáng tạo trong hoạt động của các chủ thể kinh tế, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động tự do của họ, qua đó, thúc tăng năng suất lao động, tăng hiệu quả sản xuất, làm cho nền kinh tế hoạt động năng động, hiệu quả. Nền kinh tế thị trường chấp nhận mọi ý tưởng sáng tạo mới trong thực hiện sản xuất kinh doanh và quản lý. Nền kinh tế thị trường tạo môi trường rộng mở cho các mô hình kinh doanh mới theo đà phát triển của xã hội.

*Hai là*, nền kinh tế thị trường luôn thực hiện phát huy tốt nhất tiềm năng của mọi chủ thể, các vùng miền cũng như lợi thế quốc gia trong quan hệ với thế giới.

Trong nền kinh tế thị trường, mọi tiềm năng, lợi thế đều có thể được phát huy, đều có thể trở thành lợi ích đóng góp cho xã hội. Thông qua vai trò gắn kết của thị trường mà nền kinh tế thị trường trở thành phương thức hiệu quả hơn hẳn so với nền kinh tế tự cấp tự túc hay nền kinh tế kế hoạch hóa để phát huy tiềm năng, lợi thế của từng thành viên, từng vùng miền trong quốc gia, của từng quốc gia trong quan hệ kinh tế với phần còn lại của thế giới.

*Ba là*, nền kinh tế thị trường tạo luôn tạo ra các phương thức để thỏa

mãn tối đa nhu cầu của con người, từ đó thúc đẩy tiến bộ, văn minh xã hội.

Trong nền kinh tế thị trường, các thành viên của xã hội luôn có thể tìm thấy cơ hội tối đa để thỏa mãn nhu cầu của mình. Nền kinh tế thị trường với sự tác động của các quy luật thị trường luôn tạo ra sự phù hợp giữa khối lượng, cơ cấu sản xuất với khối lượng, cơ cấu nhu cầu tiêu dùng của xã hội. Nhờ đó, nhu cầu tiêu dùng về các loại hàng hóa, dịch vụ khác nhau được đáp ứng kịp thời; người tiêu dùng được thỏa mãn nhu cầu cũng như đáp ứng đầy đủ mọi chủng loại hàng hóa, dịch vụ. Thông qua đó, nền kinh tế thị trường trở thành phương thức để thúc đẩy văn minh, tiến bộ xã hội.

*- Khuyết tật của nền kinh tế thị trường*

Bên cạnh những ưu thế, kinh tế thị trường cũng những khuyết tật vốn có. Những khuyết tật chủ yếu của kinh tế thị trường bao gồm:

*Một là*, xét trên phạm vi toàn bộ nền sản xuất xã hội, nền kinh tế thị trường luôn tiềm ẩn những rủi ro khủng hoảng.

Trong kinh tế thị trường, rủi ro về khủng hoảng luôn tiềm ẩn. Khủng hoảng có thể diễn ra cục bộ, có thể diễn ra trên phạm vi tổng thể. Khủng hoảng có thể xảy ra đối với mọi loại hình thị trường, với mọi nền kinh tế thị trường. Sự khó khăn đối với các nền kinh tế thị trường thể hiện ở chỗ, các quốc gia rất khó dự báo chính xác thời điểm xảy ra khủng hoảng. Nền kinh tế thị trường không tự khắc phục được những rủi ro tiềm ẩn này do sự vận động tự phát của các quy luật kinh tế. Tính tự phát này bên cạnh ý nghĩa tích cực, còn gây ra các rủi ro tiềm ẩn dẫn đến khủng hoảng. Đây là thách thức với nền kinh tế thị trường.

*Hai là*, nền kinh tế thị trường không tự khắc phục được xu hướng cạn kiệt tài nguyên không thể tái tạo, suy thoái môi trường tự nhiên, môi trường xã hội.

Do phần lớn các chủ thể sản xuất kinh doanh trong nền kinh tế thị trường luôn đặt mục tiêu tìm kiếm lợi nhuận tối đa nên luôn tạo ra ảnh hưởng tiềm ẩn đối với nguồn lực tài nguyên, suy thoái môi trường. Cũng vì động cơ lợi nhuận, các chủ thể sản xuất kinh doanh có thể vi phạm cả nguyên tắc đạo đức để chạy theo mục tiêu làm giàu thậm chí phi pháp, góp phần gây ra sự xói mòn đạo đức kinh doanh, thậm chí cả đạo đức xã hội. Đây là những mặt trái mang tính khuyết tật của bản thân nền kinh tế thị trường. Cũng vì mục tiêu lợi nhuận, các chủ thể hoạt động sản xuất kinh doanh có thể không tham gia vào các lĩnh vực thiết yếu cho nền kinh tế

nhưng có lợi nhuận kỳ vọng thấp, rủi ro cao, quy mô đầu tư lớn, thời gian thu hồi vốn dài. Tự nền kinh tế thị trường không thể khắc phục được các khuyết tật này.

Ba là, nền kinh tế thị trường không tự khắc phục được hiện tượng phân hóa sâu sắc trong xã hội.

Trong nền kinh tế thị trường, hiện tượng phân hóa xã hội về thu nhập, về cơ hội là tất yếu. Bản thân nền kinh tế thị trường không thể tự khắc phục được khía cạnh phân hóa có xu hướng sâu sắc. Các quy luật thị trường luôn phân bổ lợi ích theo mức độ và loại hình hoạt động tham gia thị trường, cộng với tác động của cạnh tranh mà dẫn đến sự phân hóa như một tất yếu. Đây là khuyết tật của nền kinh tế thị trường cần phải có sự bổ sung và điều tiết bởi vai trò của nhà nước.

Do những khuyết tật của kinh tế thị trường nên trong thực tế không tồn tại một nền kinh tế thị trường thuần túy, mà thường có sự can thiệp của nhà nước để sửa chữa những thất bại của cơ chế thị trường. Khi đó, nền kinh tế được gọi là kinh tế thị trường có sự điều tiết của nhà nước hay nền kinh tế hỗn hợp.

### **2.2.1.3. Một số quy luật kinh tế chủ yếu của thị trường**

Có rất nhiều quy luật kinh tế điều tiết thị trường. Với tư cách là nền kinh tế hàng hóa phát triển ở trình độ cao, các quy luật của nền kinh tế hàng hóa cũng phát huy tác dụng trong nền kinh tế thị trường, với ý nghĩa như vậy, sau đây sẽ nghiên cứu một số quy luật điển hình:

#### **\* Quy luật giá trị**

Quy luật giá trị là quy luật kinh tế cơ bản của sản xuất hàng hoá. Ở đâu có sản xuất và trao đổi hàng hoá thì ở đó có sự hoạt động của quy luật giá trị.

Về nội dung, quy luật giá trị yêu cầu việc sản xuất và trao đổi hàng hoá phải được tiến hành trên cơ sở của hao phí lao động xã hội cần thiết. Theo yêu cầu của quy luật giá trị, người sản xuất muốn bán được hàng hoá trên thị trường, muốn được xã hội thừa nhận sản phẩm thì lượng giá trị của một hàng hoá cá biệt phải phù hợp với thời gian lao động xã hội cần thiết. Vì vậy họ phải luôn luôn tìm cách hạ thấp hao phí lao động cá biệt xuống nhỏ hơn hoặc bằng hao phí lao động xã hội cần thiết. Trong lĩnh vực trao đổi, phải tiến hành theo nguyên tắc ngang giá, lấy giá trị xã hội làm cơ sở, không dựa trên giá trị cá biệt.

Quy luật giá trị hoạt động và phát huy tác dụng thông qua sự vận động của giá cả xung quanh giá trị dưới sự tác động của quan hệ cung - cầu. Giá cả thị trường lên xuống xoay quanh giá trị hàng hóa trở thành cơ chế tác động của quy luật giá trị. Thông qua sự vận động của giá cả thị trường sẽ thấy được sự hoạt động của quy luật giá trị. Những người sản xuất và trao đổi hàng hóa phải tuân theo mệnh lệnh của giá cả thị trường. Trong nền kinh tế hàng hóa, quy luật giá trị có những tác động cơ bản sau:

*Thứ nhất*, điều tiết sản xuất và lưu thông hàng hóa. Trong sản xuất, thông qua sự biến động của giá cả, người sản xuất sẽ biết được tình hình cung - cầu về hàng hóa đó và quyết định phương án sản xuất. Nếu giá cả hàng hóa bằng giá trị thì việc sản xuất là phù hợp với yêu cầu xã hội; hàng hóa này nên được tiếp tục sản xuất. Nếu giá cả hàng hóa cao hơn giá trị, sản xuất cần mở rộng để cung ứng hàng hóa đó nhiều hơn vì nó đang khan hiếm trên thị trường; tư liệu sản xuất và sức lao động sẽ được tự phát chuyển vào ngành này nhiều hơn các ngành khác. Nếu giá cả hàng hóa thấp hơn giá trị, cung về hàng hóa này đang thừa so với nhu cầu xã hội; cần phải thu hẹp sản xuất ngành này để chuyển sang mặt hàng khác.

Trong lưu thông, quy luật giá trị điều tiết hàng hóa từ nơi có giá cả thấp đến nơi có giá cả cao, từ nơi cung lớn hơn cầu đến nơi cung nhỏ hơn cầu. Thông qua mệnh lệnh của giá cả thị trường, hàng hóa ở nơi có giá cả thấp được thu hút, chảy đến nơi có giá cả cao hơn, góp phần làm cho cung cầu hàng hóa giữa các vùng cân bằng, phân phối lại thu nhập giữa các vùng miền, điều chỉnh sức mua của thị trường (nếu giá cao thì mua ít, giá thấp mua nhiều)...

*Thứ hai*, kích thích cải tiến kỹ thuật, hợp lý hóa sản xuất nhằm tăng năng suất lao động. Trên thị trường, hàng hóa được trao đổi theo giá trị xã hội. Người sản xuất có giá trị cá biệt nhỏ hơn giá trị xã hội, khi bán theo giá trị xã hội sẽ thu được nhiều lợi nhuận hơn. Ngược lại, người sản xuất có giá trị cá biệt lớn hơn giá trị xã hội sẽ gặp bất lợi hoặc thua lỗ. Để đứng vững trong cạnh tranh và tránh không bị phá sản, người sản xuất phải luôn tìm cách làm cho giá trị cá biệt hàng hóa của mình nhỏ hơn hoặc bằng giá trị xã hội. Muốn vậy, phải cải tiến kỹ thuật, áp dụng công nghệ mới, đổi mới phương pháp quản lý, thực hiện tiết kiệm... Kết quả lực lượng sản xuất ngày càng phát triển, năng suất lao động xã hội tăng lên, chi phí sản xuất hàng hóa giảm xuống. Trong lưu thông, để bán được nhiều hàng hóa, người sản xuất phải không ngừng tăng chất lượng phục vụ, quảng cáo, tổ chức tốt khâu bán hàng... làm cho quá trình lưu thông được hiệu quả cao hơn, nhanh

chóng, thuận tiện với chi phí thấp nhất.

*Thứ ba*, phân hoá những người sản xuất thành những người giàu, người nghèo một cách tự nhiên. Trong quá trình cạnh tranh, những người sản xuất nhạy bén với thị trường, trình độ năng lực giỏi, sản xuất với hao phí cá biệt thấp hơn mức hao phí chung của xã hội sẽ trở nên giàu có. Ngược lại, những người do hạn chế về vốn, kinh nghiệm sản xuất thấp kém, trình độ công nghệ lạc hậu... thì giá trị cá biệt sẽ cao hơn giá trị xã hội và dễ lâm vào tình trạng thua lỗ, dẫn đến phá sản, thậm chí phải đi làm thuê. Trong nền kinh tế thị trường thuần túy, chạy theo lợi ích cá nhân, đầu cơ, gian lận, khủng hoảng kinh tế... là những yếu tố có thể làm tăng thêm tác động phân hóa sản xuất cùng những tiêu cực về kinh tế xã hội khác.

Tóm lại, quy luật giá trị vừa có tác dụng đào thải cái lạc hậu, lỗi thời, kích thích sự tiến bộ, làm cho lực lượng sản xuất phát triển mạnh mẽ; vừa có tác dụng lựa chọn, đánh giá người sản xuất, bảo đảm sự bình đẳng đối với người sản xuất; vừa có cả những tác động tích cực lẫn tiêu cực. Các tác động đó diễn ra một cách khách quan trên thị trường nên cần có sự điều tiết của nhà nước để hạn chế tiêu cực, thúc đẩy tác động tích cực.

#### **\* Quy luật cung - cầu**

Quy luật cung cầu là quy luật kinh tế điều tiết quan hệ giữa cung (bên bán) và cầu (bên mua) hàng hóa trên thị trường. Quy luật này đòi hỏi cung - cầu phải có sự thống nhất, nếu không có sự thống nhất giữa chúng thì sẽ có các nhân tố xuất hiện điều chỉnh chúng.

Trên thị trường, cung - cầu có mối quan hệ hữu cơ với nhau, thường xuyên tác động lẫn nhau và ảnh hưởng trực tiếp đến giá cả. Nếu cung lớn hơn cầu thì giá cả thấp hơn giá trị; ngược lại, nếu cung nhỏ hơn cầu thì giá cả cao hơn giá trị; nếu cung bằng cầu thì giá cả bằng với giá trị. Đây là sự tác động phức tạp theo nhiều hướng và nhiều mức độ khác nhau.

Quy luật cung - cầu có tác dụng điều tiết quan hệ giữa sản xuất và lưu thông hàng hoá; làm biến đổi cơ cấu và dung lượng thị trường, quyết định giá cả thị trường. Căn cứ quan hệ cung - cầu, có thể dự đoán xu thế biến động của giá cả; khi giá cả thay đổi, cần đưa ra các chính sách điều tiết giá cho phù hợp nhu cầu thị trường... Ở đâu có thị trường thì ở đó quy luật cung - cầu tồn tại và hoạt động một cách khách quan. Nếu nhận thức được chúng thì có thể vận dụng để tác động đến hoạt động sản xuất, kinh doanh theo hướng có lợi cho quá trình sản xuất. Nhà nước có thể vận dụng quy luật cung - cầu thông qua các chính sách, các biện pháp kinh tế như giá cả,

lợi nhuận, tín dụng, hợp đồng kinh tế, thuế, thay đổi cơ cấu tiêu dùng... để tác động vào các hoạt động kinh tế, duy trì những tỷ lệ cân đối cung - cầu một cách lành mạnh và hợp lý.

#### \* Quy luật lưu thông tiền tệ

Theo C.Mác, để thực hiện chức năng phương tiện lưu thông, ở mỗi thời kỳ cần phải đưa vào lưu thông một số lượng tiền tệ thích hợp. Số lượng tiền cần cho lưu thông hàng hoá được xác định theo một quy luật là quy luật lưu thông tiền tệ. Theo quy luật này, số lượng tiền cần thiết cho lưu thông hàng hóa ở mỗi thời kỳ nhất định được xác định bằng công thức tổng quát sau:

$$M = \frac{P \cdot Q}{V}$$

Trong đó M là số lượng tiền cần thiết cho lưu thông trong một thời gian nhất định; P là mức giá cả; Q là khối lượng hàng hóa dịch vụ đưa ra lưu thông; V là số vòng lưu thông của đồng tiền.

Như vậy, khối lượng tiền cần thiết cho lưu thông tỷ lệ thuận với tổng số giá cả hàng hóa được đưa ra thị trường và tỷ lệ nghịch với tốc độ lưu thông của tiền tệ. Đây là quy luật lưu thông tiền tệ. Quy luật này có ý nghĩa chung cho mọi hình thái kinh tế - xã hội có sản xuất và lưu thông hàng hóa.

Khi lưu thông hàng hóa phát triển, việc thanh toán không dùng tiền mặt trở nên phổ biến thì số lượng tiền cần thiết cho lưu thông được xác định như sau:

$$M = \frac{P \cdot Q - (G1 + G2) + G3}{V}$$

Trong đó P.Q là tổng giá cả hàng hóa; G1 là tổng giá cả hàng hóa bán chịu; G2 là tổng giá cả hàng hóa khấu trừ cho nhau; G3 là tổng giá cả hàng hóa đến kỳ thanh toán; V là số vòng quay trung bình của tiền tệ. Quy luật lưu thông tiền tệ tuân theo các nguyên lý sau:

Lưu thông tiền tệ và cơ chế lưu thông tiền tệ do cơ chế lưu thông hàng hóa quyết định. Số lượng tiền được phát hành và đưa vào lưu thông phụ thuộc vào khối lượng hàng hóa được đưa ra thị trường. Khi tiền giấy ra đời, thay thế tiền vàng trong thực hiện chức năng phương tiện lưu thông đã làm xuất hiện khả năng tách rời lưu thông hàng hóa với lưu thông tiền tệ. Tiền giấy bản thân nó không có giá trị mà chỉ là ký hiệu giá trị. Nếu tiền giấy được phát hành quá nhiều, vượt quá lượng tiền vàng cần thiết cho lưu



thông mà tiền giấy là đại diện, sẽ làm cho tiền giấy bị mất giá trị, giá cả hàng hóa tăng lên dẫn đến lạm phát. Bởi vậy, nhà nước không thể in và phát hành tiền giấy một cách tùy tiện mà phải tuân theo quy luật lưu thông tiền tệ.

### **\* Quy luật cạnh tranh**

Quy luật cạnh tranh là quy luật kinh tế điều tiết một cách khách quan mối quan hệ ganh đua kinh tế giữa các chủ thể trong sản xuất và trao đổi hàng hóa. Khi đã tham gia thị trường, các chủ thể sản xuất kinh doanh, bên cạnh sự hợp tác, luôn phải chấp nhận cạnh tranh.

Cạnh tranh là sự ganh đua giữa những chủ thể kinh tế với nhau nhằm có được những ưu thế về sản xuất cũng như tiêu thụ và thông qua đó mà thu được lợi ích tối đa.

Kinh tế thị trường càng phát triển thì cạnh tranh trên thị trường càng trở nên thường xuyên, quyết liệt hơn.

Trong nền kinh tế thị trường, cạnh tranh có thể diễn ra giữa các chủ thể trong nội bộ ngành, cũng có thể diễn ra giữa các chủ thể thuộc các ngành khác nhau.

#### **- Cạnh tranh trong nội bộ ngành**

Cạnh tranh trong nội bộ ngành là cạnh tranh giữa các chủ thể kinh doanh trong cùng một ngành, cùng sản xuất một loại hàng hóa. Đây là một trong những phương thức để thực hiện lợi ích của doanh nghiệp trong cùng một ngành sản xuất.

Biện pháp cạnh tranh là các doanh nghiệp ra sức cải tiến kỹ thuật, đổi mới công nghệ, hợp lý hóa sản xuất, tăng năng suất lao động để hạ thấp giá trị cá biệt của hàng hóa, làm cho giá trị hàng hóa của doanh nghiệp sản xuất ra thấp hơn giá trị xã hội của hàng hóa đó.

Kết quả của cạnh tranh trong nội bộ ngành là hình thành giá trị thị trường (giá trị xã hội) của từng loại hàng hóa. Cùng một loại hàng hóa được sản xuất ra trong các doanh nghiệp sản xuất khác nhau, do điều kiện sản xuất (điều kiện trang bị kỹ thuật, trình độ tổ chức sản xuất, trình độ tay nghề của người lao động ...) khác nhau, cho nên hàng hóa sản xuất ra có giá trị cá biệt khác nhau, nhưng trên thị trường các hàng hóa phải bán theo một giá thống nhất, đó là giá cả thị trường. Giá cả thị trường dựa trên cơ sở giá trị thị trường (giá trị xã hội).

Giá cả thị trường chính là hình thức biểu hiện bằng tiền của giá trị thị

trường. Giá cả thị trường do giá trị thị trường quyết định.

Giá trị thị trường là giá trị trung bình của những hàng hóa được sản xuất ra trong một khu vực sản xuất nào đó hay là giá trị cá biệt của những hàng hóa được sản xuất ra trong những điều kiện trung bình của khu vực và chiếm đại bộ phận trong tổng số những hàng hóa của khu vực đó.

Theo C.Mác, "Một mặt phải coi giá trị thị trường là giá trị trung bình của những hàng hoá được sản xuất ra trong một khu vực sản xuất nào đó. Mặt khác, lại phải coi giá trị thị trường là giá trị cá biệt của những hàng hoá được sản xuất ra trong những điều kiện trung bình của khu vực đó và chiếm một khối lượng lớn trong tổng số những sản phẩm của khu vực này"<sup>4</sup>.

#### **- *Cạnh tranh giữa các ngành***

Cạnh tranh giữa các ngành là cạnh tranh giữa các chủ thể sản xuất kinh doanh giữa các ngành khác nhau.

Cạnh tranh giữa các ngành, vì vậy, cũng trở thành phương thức để thực hiện lợi ích của các chủ thể thuộc các ngành sản xuất khác nhau trong điều kiện kinh tế thị trường.

Cạnh tranh giữa các ngành là phương thức để các chủ thể sản xuất kinh doanh ở các ngành sản xuất khác nhau tìm kiếm lợi ích của mình. Mục đích của cạnh tranh giữa các ngành là nhằm tìm nơi đầu tư có lợi nhất.

Biện pháp cạnh tranh giữa các ngành là các doanh nghiệp tự do di chuyển nguồn lực của mình từ ngành này sang ngành khác, vào các ngành sản xuất kinh doanh khác nhau.

#### **- *Tác động của cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường***

##### **+ *Những tác động tích cực của cạnh tranh***

*Thứ nhất*, cạnh tranh thúc đẩy sự phát triển lực lượng sản xuất.

Trong nền kinh tế thị trường, để nâng cao năng lực cạnh tranh, các chủ thể sản xuất kinh doanh không ngừng tìm kiếm và ứng dụng tiến bộ kỹ thuật, công nghệ mới vào sản xuất, từ đó kéo theo sự đổi mới về trình độ tay nghề, tri thức của người lao động. Kết quả là, cạnh tranh thúc đẩy lực lượng sản xuất xã hội phát triển nhanh hơn.

*Thứ hai*, cạnh tranh thúc đẩy sự phát triển nền kinh tế thị trường.

Trong nền kinh tế thị trường, mọi hành vi của mọi chủ thể kinh tế

---

<sup>4</sup> C. Mác và Ph.Ăngghen: *Toàn tập*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, 1999, t.25, phần I, tr.74.

đều hoạt động trong môi trường cạnh tranh. Hơn nữa, mọi hoạt động của các chủ thể kinh tế hoạt động trong nền kinh tế thị trường đều nhằm mục đích lợi nhuận tối đa, muốn vậy ngoài việc hợp tác, họ cũng cạnh tranh với nhau để có được những điều kiện thuận lợi trong sản xuất và kinh doanh để thu được lợi nhuận cao nhất. Thông qua đó, nền kinh tế thị trường không ngừng được hoàn thiện hơn.

*Thứ ba*, cạnh tranh là cơ chế điều chỉnh linh hoạt việc phân bổ các nguồn lực.

Nền kinh tế thị trường đòi hỏi việc tiếp cận các nguồn lực phải dựa trên nguyên tắc cạnh tranh để phân bổ vào chủ thể có thể sử dụng hiệu quả hơn cả. Theo đó, các chủ thể sản xuất kinh doanh phải thực hiện cạnh tranh để có được cơ hội sử dụng các nguồn lực để phục vụ cho sản xuất kinh doanh.

*Thứ tư*, cạnh tranh thúc đẩy năng lực thỏa mãn nhu cầu của xã hội.

Trong nền kinh tế thị trường, mục đích của các chủ thể kinh tế là lợi nhuận cao nhất, mà người tiêu dùng là người cuối cùng quyết định chủng loại, số lượng và chất lượng của hàng hóa trên thị trường. Chỉ có những sản phẩm hàng hóa và dịch vụ mà người tiêu dùng lựa chọn thì mới bán được và do đó người sản xuất mới có lợi nhuận. Vì vậy, những người sản xuất phải tìm mọi cách tạo ra khối lượng sản phẩm đa dạng, dồi dào, phong phú, chất lượng tốt, giá thành hạ, làm cho nhu cầu của người tiêu dùng và xã hội được đáp ứng.

#### **Hộp 2.5. Tác động của cạnh tranh trong quan điểm của kinh tế học**

Với các nguồn lực và công nghệ cho trước của xã hội, ngay cả những nhà lập kế hoạch thành thạo nhất hoặc một chương trình tái tổ chức thông minh nhất cũng không thể tìm ra được một giải pháp tốt hơn so với thị trường cạnh tranh.

*Nguồn:* P. Samuelson, *Kinh tế học, tập 1*, Nxb. Chính trị quốc gia, 1997, Hà Nội, tr. 547.

#### **+ Những tác động tiêu cực của cạnh tranh**

Khi thực hiện cạnh tranh thiếu lành mạnh, cạnh tranh có thể dẫn tới các tác động tiêu cực như:

*Một là*, cạnh tranh không lành mạnh gây tổn hại môi trường kinh doanh.

Khi các chủ thể thực hiện các biện pháp cạnh tranh thiếu lành mạnh,

thậm chí là các thủ đoạn xấu để tìm kiếm lợi thế sẽ làm xói mòn đến môi trường kinh doanh, thậm chí xói mòn giá trị đạo đức xã hội. Do đó, các biện pháp, thủ đoạn cạnh tranh thiếu lành mạnh cần phải được loại trừ.

*Hai là, cạnh tranh không lành mạnh gây lãng phí nguồn lực xã hội.*

Để giành ưu thế trong cạnh tranh, có thể có chủ thể chiếm giữ các nguồn lực mà không phát huy vai trò của các nguồn lực đó trong sản xuất kinh doanh, không đưa vào sản xuất để tạo ra hàng hóa, dịch vụ cho xã hội. Trong những trường hợp như vậy, cạnh tranh đã làm cho nguồn lực xã hội bị lãng phí.

*Ba là, cạnh tranh không lành mạnh gây làm tổn hại phúc lợi của xã hội.*

Khi các nguồn lực bị lãng phí, cạnh tranh không lành mạnh đã khiến cho phúc lợi xã hội bị tổn thất. Thay vì nếu sử dụng hiệu quả, xã hội sẽ có nhiều cơ hội lựa chọn hơn để thỏa mãn nhu cầu. Cho nên, khi các chủ thể sử dụng các biện pháp cạnh tranh thiếu lành mạnh, phúc lợi xã hội sẽ bị ảnh hưởng.

### **2.2.2. Vai trò của một số chủ thể chính tham gia thị trường**

Với tư cách là môi trường cho các quan hệ sản xuất và trao đổi phát huy tác dụng dưới tác động của các quy luật thị trường, có rất nhiều chủ thể khác nhau tham gia thị trường, mỗi chủ thể có những vai trò quan trọng riêng. Sau đây sẽ xem xét vai trò của một số chủ thể chính, đó là: người sản xuất, người tiêu dùng, các chủ thể trung gian trong thị trường và nhà nước. Cụ thể:

#### **\* Người sản xuất**

Người sản xuất hàng hóa là những người sản xuất và cung cấp hàng hóa, dịch vụ ra thị trường nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của xã hội. Người sản xuất bao gồm các nhà sản xuất, đầu tư, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ... Họ là những người trực tiếp tạo ra của cải vật chất, sản phẩm cho xã hội để phục vụ tiêu dùng.

Người sản xuất là những người sử dụng các yếu tố đầu vào để sản xuất, kinh doanh và thu lợi nhuận. Nhiệm vụ của họ không chỉ làm thỏa mãn nhu cầu hiện tại của xã hội, mà còn tạo ra và phục vụ cho những nhu cầu trong tương lai với mục tiêu đạt lợi nhuận tối đa trong điều kiện nguồn lực có hạn. Vì vậy, người sản xuất luôn phải quan tâm đến việc lựa chọn sản xuất hàng hóa nào, số lượng bao nhiêu, sản xuất với các yếu tố nào sao

cho có lợi nhất.

Ngoài mục tiêu tìm kiếm lợi nhuận, người sản xuất cần phải có trách nhiệm đối với con người, trách nhiệm cung cấp những hàng hóa dịch vụ không làm tổn hại tới sức khỏe và lợi ích của con người trong xã hội.

### **\* Người tiêu dùng**

Người tiêu dùng là những người mua hàng hóa, dịch vụ trên thị trường để thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng. Sức mua của người tiêu dùng là yếu tố quyết định sự thành bại của người sản xuất. Sự phát triển đa dạng về nhu cầu của người tiêu dùng là động lực quan trọng của sự phát triển sản xuất, ảnh hưởng trực tiếp tới sản xuất.

Người tiêu dùng có vai trò rất quan trọng trong định hướng sản xuất. Do đó, trong điều kiện nền kinh tế thị trường, người tiêu dùng ngoài việc thỏa mãn nhu cầu của mình, cần phải có trách nhiệm đối với sự phát triển bền vững của xã hội.

Lưu ý, việc phân chia người sản xuất, người tiêu dùng chỉ có tính chất tương đối để thấy được chức năng chính của các chủ thể này khi tham gia thị trường. Trên thực tế, doanh nghiệp luôn đóng vai trò vừa là người mua cũng vừa là người bán.

### **\* Các chủ thể trung gian trong thị trường**

Do sự phát triển của sản xuất và trao đổi dưới tác động của phân công lao động xã hội, làm cho sự tách biệt tương đối giữa sản xuất và trao đổi ngày càng sâu sắc. Trên cơ sở đó xuất hiện những chủ thể trung gian trong thị trường. Những chủ thể này có vai trò ngày càng quan trọng để kết nối, thông tin trong các quan hệ mua, bán.

Nhờ vai trò của các trung gian này mà nền kinh tế thị trường trở nên sống động, linh hoạt hơn. Hoạt động của các trung gian trong thị trường làm tăng cơ hội thực hiện giá trị của hàng hóa cũng như thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng. Các chủ thể trung gian làm tăng sự kết nối giữa sản xuất và tiêu dùng, làm cho sản xuất và tiêu dùng trở nên ăn khớp với nhau.

Trong điều kiện nền kinh tế thị trường hiện đại ngày nay, các chủ thể trung gian thị trường không phải chỉ có các trung gian thương nhân mà còn rất nhiều các chủ thể trung gian phong phú trên tất cả các quan hệ kinh tế như: trung gian môi giới chứng khoán, trung gian môi giới nhà đất, trung gian môi giới khoa học công nghệ... Các trung gian trong thị trường không những hoạt động trên phạm vi thị trường trong nước mà còn trên phạm vi

quốc tế. Bên cạnh đó cũng có nhiều loại hình trung gian không phù hợp với các chuẩn mực đạo đức (lừa đảo, môi giới bất hợp pháp...). Những trung gian này cần được loại trừ.

### **Nhà nước**

Trong nền kinh tế thị trường, xét về vai trò kinh tế, nhà nước thực hiện chức năng quản lý nhà nước về kinh tế đồng thời thực hiện những biện pháp để khắc phục những khuyết tật của thị trường.

Với trách nhiệm như vậy, một mặt, nhà nước thực hiện quản trị phát triển nền kinh tế thông qua việc tạo lập môi trường kinh tế tốt nhất cho các chủ thể kinh tế phát huy sức sáng tạo của họ. Việc tạo ra các rào cản đối với hoạt động sản xuất kinh doanh từ phía nhà nước sẽ làm kìm hãm động lực sáng tạo của các chủ thể sản xuất kinh doanh. Các rào cản như vậy phải được loại bỏ. Việc này đòi hỏi mỗi cá nhân có trách nhiệm trong bộ máy quản lý nhà nước cần phải nhận thức được trách nhiệm của mình là thúc đẩy phát triển, không gây cản trở sự phát triển của nền kinh tế thị trường.

Cùng với đó, nhà nước còn sử dụng các công cụ kinh tế để khắc phục các khuyết tật của nền kinh tế thị trường, làm cho nền kinh tế thị trường hoạt động hiệu quả.

#### **Hộp 2.5. Quan niệm của Kinh tế học về vai trò của chính phủ**

Chính phủ điều chỉnh các khuyết tật của thị trường độc quyền, ô nhiễm nhằm khuyến khích hiệu quả. Các chương trình của chính phủ khuyến khích công bằng. Chính phủ ổn định kinh tế vĩ mô.

*Nguồn: P.Samuelson, Kinh tế học, tập 1, Nxb Chính trị quốc gia, H, tr.84-85.*

Tóm lại, trong nền kinh tế thị trường, mọi quan hệ sản xuất và trao đổi, các hoạt động của các chủ thể đều chịu sự tác động của các quy luật kinh tế khách quan của thị trường; đồng thời chịu sự điều tiết, can thiệp của nhà nước qua việc thực hiện hệ thống pháp luật và các chính sách kinh tế. Mô hình kinh tế thị trường có sự điều tiết của nhà nước ở từng nước, từng giai đoạn có thể khác nhau tùy thuộc vào mức độ can thiệp của chính phủ đối với thị trường, song tất cả các mô hình đều có điểm chung là không thể thiếu vai trò kinh tế của nhà nước.

\*\*\*\*\*

## **TÓM TẮT CHƯƠNG**

Hàng hóa là sản phẩm của lao động, có thể thỏa mãn một nhu cầu

nào đó của con người và có thể trao đổi với sản phẩm khác. Hàng hóa là phạm trù kinh tế trung tâm khi nghiên cứu về sản xuất hàng hóa và nền kinh tế hàng hóa. Hàng hóa có hai thuộc tính là giá trị sử dụng và giá trị. Giá trị sử dụng là công dụng của vật phẩm, có thể thỏa mãn nhu cầu cho sản xuất hoặc nhu cầu tiêu dùng của con người. Giá trị là lao động trừu tượng của người sản xuất kết tinh trong hàng hóa, biểu thị mối quan hệ kinh tế giữa những người sản xuất và trao đổi hàng hóa.

Hàng hóa có hai thuộc tính là do lao động của người sản xuất hàng hóa có tính hai mặt, lao động cụ thể và lao động trừu tượng; lao động cụ thể tạo ra giá trị sử dụng, lao động trừu tượng tạo ra giá trị hàng hóa. Việc phát hiện ra tính hai mặt của lao động sản xuất hàng hóa là phát kiến quan trọng của C.Mác, giúp ông luận giải triệt để và khoa học về nguồn gốc, bản chất của giá trị - điều mà các nhà kinh tế học trước Mác chưa giải quyết được.

Trên thị trường, bên cạnh những hàng hóa thông thường còn có một số yếu tố có những thuộc tính hoặc chức năng đặc biệt cũng được trao đổi, mua bán. Đó là những hàng hóa đặc biệt. Nghiên cứu về các hàng hóa đặc biệt này có tác dụng hiểu rõ hơn về tính đa dạng của hàng hóa và thị trường trao đổi, mua bán chúng.

Trong nền kinh tế hàng hóa, thị trường đóng vai trò đặc biệt quan trọng; thị trường là đầu ra của sản xuất, là cầu nối giữa sản xuất và tiêu dùng. Không có thị trường thì sản xuất và trao đổi hàng hóa không thể tiến hành trôi chảy được. Trên thị trường, các quy luật kinh tế hoạt động, tác động lẫn nhau và điều tiết toàn bộ quá trình sản xuất, phân phối, trao đổi, tiêu dùng. Một nền kinh tế dựa vào hoạt động của thị trường, chịu sự điều tiết của các quy luật kinh tế trên thị trường được gọi là nền kinh tế thị trường. Kinh tế thị trường là giai đoạn phát triển cao của kinh tế hàng hóa; ở đó, mọi quan hệ kinh tế đều được thực hiện trên thị trường, dưới hình thức quan hệ hàng hóa - tiền tệ.

Kinh tế thị trường có nhiều ưu thế trong phát triển sản xuất. Tuy nhiên, kinh tế thị trường cũng có những khuyết tật. Những khuyết tật này có thể khắc phục thông qua phát huy vai trò kinh tế của nhà nước, các tổ chức xã hội và các thiết chế kinh tế khác trong xã hội.

Các chủ thể kinh tế cùng tham gia sản xuất và trao đổi hàng hóa trên thị trường bao gồm người sản xuất, người tiêu dùng, các thương nhân, nhà nước, khu vực nước ngoài... Mỗi chủ thể có vai trò, vị trí khác nhau trong quá trình sản xuất, trao đổi hàng hóa và là một tác nhân của nền kinh tế thị

trường. Hoạt động của mỗi chủ thể đều chịu sự tác động của các quy luật kinh tế thị trường; đồng thời tuân thủ sự điều tiết, định hướng của nhà nước thông qua hệ thống pháp luật và chính sách kinh tế.

### **Các thuật ngữ cần ghi nhớ:**

*Sản xuất hàng hóa, hàng hóa, giá trị sử dụng, giá trị, lượng giá trị, năng suất lao động, cường độ lao động, lao động cụ thể, lao động trừu tượng, lao động giản đơn, lao động phức tạp, tiền tệ, thị trường, quy luật giá trị, quy luật cung cầu, lưu thông tiền tệ, cạnh tranh, quy luật cạnh tranh, thị trường, cơ chế thị trường, kinh tế thị trường, người sản xuất, người tiêu dùng.*

### **Vấn đề thảo luận**

1. Hãy chọn một loại hàng hóa và đóng vai người sản xuất ra loại hàng hóa đó để thảo luận về thuộc tính và chỉ ra tầm quan trọng của hàng hóa đó đối với xã hội? Phân tích trách nhiệm xã hội của mình đối với người tiêu dùng, cảm nhận tác động của quy luật cạnh tranh và đề ra phương án để duy trì vị trí sản xuất của mình trên thị trường?

2. Với tư cách là người tiêu dùng, từ kinh nghiệm thực tế của bản thân, hãy thảo luận và chỉ ra vai trò và biện pháp của người tiêu dùng cần phải làm để bảo vệ quyền lợi của mình đặt trong mối quan hệ với người sản xuất và xã hội khi tiêu dùng hàng hóa?

### **Câu hỏi ôn tập**

1. Điều kiện ra đời của nền sản xuất hàng hóa? Hàng hoá? Thuộc tính của hàng hoá? Tính chất hai mặt của lao động sản xuất hàng hoá? Lượng giá trị hàng hoá? Những nhân tố ảnh hưởng lượng giá trị của hàng hoá? Bản chất và chức năng của tiền?

2. Thị trường? Vai trò của thị trường? các chức năng của thị trường? Ưu thế và khuyết tật của nền kinh tế thị trường? Các quy luật cơ bản của thị trường?

3. Vai trò của các chủ thể chính tham gia thị trường?

### **Tài liệu học tập:**

1. C.Mác - Ăngghen Toàn tập, NXB CTQG Hà Nội 1994, tập 20.

2. C.Mác - Ăngghen Toàn tập, NXB CTQG Hà Nội 1994, tập 23.

3. David Begg, Stanley Fisher, Rudiger Dornbusch, Kinh tế học, Nhà xuất bản Giáo dục Hà Nội 1992