

BẢN CHẤT TƯƠNG TÁC XÃ HỘI CỦA GIÁ TRỊ

NGÔ TỰ LẬP (*)

Bài viết đưa ra những luận giải nhằm làm rõ bản chất tương tác xã hội của giá trị. Theo tác giả, mức độ đáp ứng các nhu cầu của con người chính là giá trị. Giá trị bao gồm giá trị vật lý được xác định bởi các yếu tố vật chất và giá trị xã hội được xác định bởi các yếu tố xã hội thông qua trao đổi. Từ đó, tác giả luận chứng và ủng hộ quan điểm giá trị không phải chỉ do lao động tạo ra, mà còn do các yếu tố khác được gọi là “các yếu tố duy tâm”.

1. *Giá trị* là khái niệm trung tâm của kinh tế học. Nên kinh tế là tập hợp những cơ sở vật chất và xã hội ở một trình độ phát triển nhất định có nhiệm vụ tạo ra, thay đổi, dịch chuyển và tiêu thụ các giá trị; còn kinh tế học, nói một cách vắn tắt, là môn khoa học nghiên cứu quy luật hình thành, lưu chuyển, thay đổi và tiêu thụ các giá trị ấy. Không phải ngẫu nhiên mà Adam Smith đã dành nhiều trang ngay trong phần đầu cuốn *The Wealth of Nations* (Sự thịnh vượng của các quốc gia) nổi tiếng để nói về giá trị.

Vì thế, trước khi đi sâu hơn vào việc phân tích các hiện tượng kinh tế, chúng ta cần phải trở lại với vấn đề bản chất của giá trị. Đây là câu hỏi lớn của các nhà kinh tế học và triết học từ hàng ngàn năm nay.

Như chúng ta đã biết, nếu không kể xu hướng đạo đức, tức nỗ lực xác định cái gọi là “giá trị đúng” hay “giá trị hợp lý”, các quan niệm mang tính kinh tế học về giá trị có thể được chia thành ba trường phái chính: trường phái *khách quan*, trường phái *chủ quan* và trường phái chỉ chú trọng đến mối tương quan giữa cung và cầu. Tôi muốn gọi trường phái thứ ba này là trường phái *thị trường*.

Trường phái *khách quan* cho rằng, giá trị của hàng hóa có thể đo được một cách khách quan và được quyết định bởi các

nhân tố của quá trình sản xuất, như đất đai, lao động, nguyên vật liệu và vốn. Đến lượt mình, trong dài hạn, giá trị lại được thể hiện qua giá cả trên thị trường. Đại diện của trường phái này là St.Thomas Aquinas (1225-1274), John Duns Scotus (1265-1308), William Petty (1623-1687), Richard Cantillon (168?-1734), đặc biệt là các nhà kinh tế học cổ điển, như Adam Smith (1723-1790), David Ricardo (1772-1823) và C.Mác (1818-1883), những người cho rằng nguồn gốc duy nhất của giá trị là lượng lao động xã hội cần thiết để sản xuất ra hàng hóa trong một bối cảnh cụ thể.

Trường phái *chủ quan*, trái lại, cho rằng với bất kỳ chi phí sản xuất như thế nào, giá trị của hàng hóa cũng chỉ được xác định bởi lợi ích (utility) mà người mua và người bán xác định (một cách khá chủ quan) với nhau thông qua trao đổi. Với trường phái này, trong dài hạn, giá trị chính là giá cả. Đại diện của trường phái này là các nhà kinh viện (Scholastics), các nhà trọng thương (Mercantilists), Bernardo Davanzati (1529-1606), Nicolas Barbon (1640-1698), Ferdinando Galiani (1728-1787) và các nhà kinh tế học *tân cổ điển* như William Jevons (1835-

(*) Tiến sĩ, Chủ nhiệm bộ môn Khoa học Xã hội, Nhân văn và Kinh tế, Khoa Quốc tế, Đại học Quốc gia Hà Nội.

1882), Carl Menger (1840-1921), những người đã độc lập - và đồng thời với Leon Walras - phát triển lý thuyết về lợi ích biên (marginal utility).

Trường phái *thị trường* từ bỏ sự tìm kiếm mối quan hệ nhân quả trực tiếp giữa các yếu tố khách quan hoặc chủ quan với giá trị; cho rằng giá trị của hàng hóa được xác định bởi mối tương quan giữa cung và cầu trên thị trường. Đại diện sớm nhất của trường phái này có lẽ là John Law (1671-1729), người đã sử dụng quy luật cung cầu để giải thích nghịch lý về giá trị của nước và kim cương. Những người hoàn chỉnh lý thuyết cung cầu về giá trị là Leon Walras (1834-1910) với mô hình *cân bằng tổng quát* (General Equilibrium) và Alfred Marshall (1842-1924) với mô hình *cân bằng cục bộ* (Partial Equilibrium).

Hai trường phái khách quan và chủ quan đều không đủ khả năng giải đáp câu hỏi lớn nhất của kinh tế học, đó là *lợi nhuận đến từ đâu, cái gì làm cho nền kinh tế tăng trưởng?* Kể từ khi trường phái thị trường xuất hiện, người ta dường như đã từ bỏ cuộc tìm kiếm một cách lý giải mang tính triết học về bản chất của giá trị, mà chỉ còn quan tâm đến giá cả với tư cách kết quả của sự tương tác giữa cung và cầu trên thị trường. Theo tôi, đây chính là nguyên nhân có tính lý thuyết của sự tồn tại thuyết thị trường hiệu quả trong nhiều thập kỷ. Tuy nhiên, cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới năm 2008 đã buộc các nhà kinh tế phải xem xét lại các lý thuyết của mình. Và theo tôi, điều đầu tiên cần xem xét lại, chính là lý thuyết về giá trị.

2. Trước hết, ta phải thấy rằng giá trị là một khái niệm xã hội. Điều này có nghĩa là một vật chỉ có giá trị khi nó được đem ra trao đổi giữa người với người. Mặt khác, trước khi được đem trao đổi, vật đó phải được làm ra. Như vậy có nghĩa là phải có

lao động. Nhưng chưa hết, sự trao đổi luôn được tiến hành trong những hoàn cảnh xã hội và tự nhiên khác nhau. Tất cả những nhân tố này đều tham gia vào việc xác định giá trị; bởi lẽ, nói cho cùng, con người chính là một động vật xã hội.

Vì con người là một động vật xã hội, nên chúng ta phải xem xét cội nguồn vật lý của nó. Chúng ta đều biết rằng, sự vật có hai xu hướng chủ đạo: *xu hướng thứ nhất* là duy trì sự tồn tại của mình, *xu hướng thứ hai* là ảnh hưởng đến các sự vật xung quanh. Một cách trực quan, xu hướng thứ nhất, tức xu hướng duy trì sự tồn tại, được thể hiện ở *lực quán tính*; còn xu hướng thứ hai, tức xu hướng ảnh hưởng đến các sự vật xung quanh, được thể hiện ở *lực hấp dẫn*. Một vật chỉ thay đổi trạng thái nếu có một lực tác động đủ mạnh để thắng quán tính của nó, nhưng đồng thời vật đó cũng hút các vật khác. Hơn nữa, vật lớn có nhiều khả năng hút được vật nhỏ hơn, và trong trường hợp hút được, nó sẽ nhận thêm khối lượng của vật nhỏ để trở thành vật lớn hơn nữa.

Ở con người, hai xu hướng tự nhiên nói trên được thể hiện ở các nhu cầu *vật lý* và các nhu cầu *xã hội*. Các nhu cầu vật lý, như ăn, mặc, sưởi ấm..., nói chung nhằm vào các đối tượng vật chất và có mục đích duy trì sự tồn tại của con người. Còn các nhu cầu xã hội, như quyền lực, sắc đẹp, trí tuệ..., nói chung nhằm vào các đối tượng tinh thần và có mục đích gia tăng *ưu thế* đối với người xung quanh. Các nhu cầu vật lý là những nhu cầu thiết yếu nhất nhưng có tính hữu hạn, nghĩa là có thể được đáp ứng trọn vẹn; trong khi đó, các nhu cầu xã hội ít thiết yếu hơn, nhưng lại có thể tăng vô hạn.

Bất kỳ vật nào được con người sản xuất và đem trao đổi cũng nhằm đáp ứng hai nhu cầu đó, nhưng với mức độ khác nhau. Chẳng hạn, một con gà rán có thể đáp ứng

nhu cầu vật lý với tư cách là thực phẩm, nhưng với những cách chế biến nhất định, nó còn đáp ứng nhu cầu xã hội của thực khách. Mức độ đáp ứng các nhu cầu của con người chính là giá trị. Điều khẳng định này không mới; bởi lẽ, đó chính là định nghĩa giá trị của Arixtốt, người đầu tiên trên thế giới nghiên cứu vấn đề bản chất của giá trị.

Ta có thể tóm tắt những điều vừa trình bày ở trên bằng công thức:

$$V = V_p + V_s$$

Trong đó, V là giá trị, V_p là giá trị vật lý và V_s là giá trị xã hội. Trong công thức này, nhìn chung, V_p được xác định bởi các yếu tố sản xuất, còn V_s được xác định bởi các yếu tố xã hội thông qua trao đổi.

Việc nghiên cứu sự thay đổi tỷ trọng của V_p và V_s trong công thức này cho ta thấy lịch sử phát triển của nền sản xuất nhân loại.

Trong nền kinh tế tự cung tự cấp thuần túy, khái niệm giá trị không tồn tại, bởi như trên đã nói, giá trị chỉ xuất hiện khi có sự tương tác của ít nhất hai người. Tuy nhiên, một nền kinh tế như thế không tồn tại. Bởi ngay cả trong nền kinh tế sơ khai nhất cũng đã có sự trao đổi trực tiếp, vật đổi vật – xin nhắc lại ví dụ nổi tiếng về cái rìu đổi lấy con cừu của C.Mác. Nếu trong nền kinh tế chỉ có hai người trao đổi với nhau thì các vật trao đổi cũng sẽ không có giá trị xã hội, mặc dù sự trao đổi đơn giản này có tác dụng tối đa hóa giá trị vật lý thông qua sự chuyển đổi sở hữu đến người có nhu cầu vật lý cao hơn. Nhưng nếu xuất hiện người thứ ba, chẳng hạn có hai người cùng muốn đổi rìu lấy cừu, thì giá trị xã hội xuất hiện. Số người quan tâm đến việc sở hữu vật càng lớn thì *ưu thế tương đối* của người sở hữu được nó càng cao, nghĩa là giá trị của vật càng tăng. Ngược lại, nếu số đối tượng được quan tâm càng nhiều thì ưu thế tương đối của người sở hữu nó càng ít, nghĩa là giá trị xã hội của nó cũng càng ít. Vì thế,

ta có thể nói rằng giá trị xã hội của vật tỷ lệ thuận với số người quan tâm và tỷ lệ nghịch với số lượng đối tượng được quan tâm.

Khi năng suất của nền kinh tế còn rất thấp và sự trao đổi hàng hóa chưa phát triển, hầu như mọi thứ đều thiếu thốn, mối quan tâm chủ yếu của đại đa số các thành viên của xã hội (trừ rất ít những người đứng đầu hoặc giới đặc tuyển(1)) là làm sao đáp ứng được các nhu cầu vật lý. Khi ấy, phần lớn các sản phẩm của nền kinh tế được tạo ra nhằm đáp ứng các nhu cầu đó. Điều này có nghĩa là, một cách gần đúng, người ta có thể bỏ qua phần giá trị xã hội của đa số sản phẩm và công thức giá trị sẽ là:

$$V = V_p$$

Hơn nữa, vì có thể bỏ qua phần giá trị xã hội, ta cũng có thể nói rằng giá trị của vật được quyết định bởi các yếu tố sản xuất. Do phần lớn các yếu tố sản xuất khi đó có liên hệ trực tiếp với lao động, nên người ta nghĩ rằng nguồn gốc duy nhất của giá trị là lao động. Đây chính là cách lý giải của các nhà kinh tế cổ điển.

Khi năng suất của nền kinh tế cao hơn và sự trao đổi hàng hóa phát triển hơn, phần giá trị xã hội (V_s) của hầu hết các sản phẩm không thể bỏ qua. Trong quá trình này, thị trường đóng vai trò chủ chốt. Dĩ nhiên, thị trường có giúp làm tăng giá trị vật lý của hàng hóa thông qua việc hợp lý hóa sở hữu, nhưng vai trò chính của nó là làm tăng đột biến số người quan tâm đến một đối tượng (hàng hóa) nhất định. Thị trường càng phát triển và càng tự do thì càng có nhiều người mong muốn sở hữu đối tượng đó. Điều này có nghĩa là ưu thế của người sở hữu được đối tượng sẽ tăng lên, hay nói cách khác, giá trị xã hội của đối tượng sẽ tăng lên. Như đã phân tích ở trên,

(1) Đôi khi còn được gọi là giới tinh hoa (élite). (Tác giả - N.T.L.)

để tăng giá trị xã hội của hàng hóa người ta cũng có thể chọn cách giảm số lượng tương đối của hàng hóa so với số người quan tâm - đây không phải cái gì khác hơn là quy luật cung cầu.

Trong thực tế, để tăng số người quan tâm, người ta có thể sử dụng nhiều *biện pháp nhân tạo* khác nhau, thường gặp nhất hiện nay là quảng cáo. Để giảm một cách tương đối số lượng hàng hóa so với số người quan tâm, cách thường dùng là thay đổi mẫu mã, tính năng của hàng hóa. Ngoài ra, người ta cũng có thể vận dụng những đặc điểm tự nhiên của hàng hóa để tạo ra sự khác biệt, chẳng hạn lựa chọn thời điểm để sản xuất các loại hoa quả trái vụ.

Trái với giá trị vật lý, giá trị xã hội không có giới hạn. Chính điều này sẽ giúp chúng ta đưa ra câu trả lời cho câu hỏi ở trên: *nguồn gốc của sự tăng trưởng chủ yếu nằm ở sự gia tăng giá trị xã hội dưới tác động của các yếu tố duy tâm*(2).

3. Những điều trình bày sơ lược ở trên có một thông điệp rõ ràng: giá trị là một sản phẩm của tương tác xã hội. Nó không bất biến và chúng ta cũng không thể xác định một cách khách quan. Tuy nhiên, chúng ta có thể nghiên cứu các nhân tố tác động đến sự biến đổi của giá trị để giải thích các hiện tượng kinh tế hoặc điều hành nền kinh tế. Một ví dụ là *nguyên cứu lý do của tình trạng chậm phát triển*. Bi kịch của các nền kinh tế kém phát triển là ở chỗ, vì chỉ sản xuất các loại sản phẩm đáp ứng nhu cầu vật lý, nên những người sản xuất sẽ gặp phải những giới hạn không thể vượt qua về phát triển. Do các nhu cầu vật lý là hữu hạn, nên càng sản xuất nhiều thì giá trị hàng hóa càng giảm. Nếu số lượng hàng hóa vượt quá khả năng tiêu thụ của xã hội, giá trị của hàng hóa sẽ giảm đến mức rất thấp, thậm chí gây ra tình trạng khủng hoảng thừa. Vì vậy, các quốc gia có nền

kinh tế chủ yếu dựa vào nông nghiệp, đánh cá, thủ công nghiệp... luôn luẩn quẩn trong vòng nghèo đói.

Chúng ta cũng có thể sử dụng lý thuyết giá trị nói trên để giải thích cuộc khủng hoảng kinh tế năm 2008. Để dễ hiểu hơn, ta có thể hình dung xã hội chỉ bao gồm những người trồng lúa và hai người buôn bán bất động sản là A và B. Giả sử A bán cho B một ngôi nhà giá 100 triệu đồng, B lại bán lại ngôi nhà đó cho chính A với giá 120 triệu đồng, nghĩa là anh ta được lãi 20 triệu đồng. Sau đó, A lại bán chính ngôi nhà này cho B với giá 140 triệu đồng và rồi B tiếp tục bán ngôi nhà cho A với giá 160 triệu đồng. Nếu không có một nguyên nhân nào đó chặt đứt chuỗi mua bán này, thì quá trình đó có thể kéo dài vô tận và sau mỗi lần giao dịch, người bán đều có lãi. Trong khi đó, vì *nhu cầu vật lý về gạo là hạn chế* và cách trồng lúa nói chung không thay đổi nên giá trị của gạo nói chung là cố định. Nhìn trên quy mô toàn xã hội, tổng giá trị tài sản không ngừng tăng lên. Khi đó, để nền kinh tế vận hành bình thường, một khoản tiền tương ứng với sự gia tăng tổng giá trị đó phải được bơm vào theo một cách nào đó.

Trong xã hội giản lược này, về đại thể, mức sống của những người kinh doanh bất động sản tăng lên rất nhanh, bởi giá trị xã hội của những bất động sản mà họ sở hữu tăng nhanh, còn mức sống của người trồng lúa không hề bị ảnh hưởng, nếu không nói là có thể được cải thiện đôi chút (Chẳng hạn có thể là với lợi nhuận thu được, A và B

(2) *Nền kinh tế duy tâm*: nền kinh tế dựa trên những yếu tố và thước đo tinh thần, khác với nền kinh tế truyền thống dựa trên những yếu tố và thước đo vật chất. Xin chú ý nhầm lẫn duy tâm với mê tín dị đoan (N.T.L). Xem thêm bài *Gỡ của nền kinh tế duy tâm* trong "Minh triết của giới hạn". Nxb Hội Nhà văn, Hà Nội, 2005.

sẽ nâng cấp cơ sở hạ tầng, cải tiến công nghệ, phát triển giáo dục, hay thậm chí còn trợ giúp cho người trồng lúa để nâng cao năng suất). Bức tranh này nói chung là tích cực, ngoại trừ một điều là sự khác biệt về mức sống, hay nói khác đi là khoảng cách giàu nghèo giữa những người kinh doanh bất động sản với người trồng lúa tăng lên nhanh chóng. Quá trình này sẽ tiếp tục diễn ra như vậy cho đến khi có một lý do nào đó làm gián đoạn chuỗi mua bán giữa A và B.

Khi đó điều gì sẽ xảy ra? Trước hết, giá nhà sẽ đột ngột rơi xuống, mặc dù có lẽ không bao giờ có thể xuống đến mức bằng hoặc thấp hơn giá ban đầu. Tuy nhiên, lượng tiền đã bơm ra thị trường trước đó để tương ứng với mức tăng giá bất động sản vẫn còn lại và sẽ tác động lên toàn bộ các tài sản của xã hội, ở đây là cả bất động sản lẫn lúa gạo. Điều có thể dự đoán sẽ là lạm phát.

Bức tranh trên đây tuy rất giản lược, nhưng về bản chất chính là những gì đã diễn ra trên thực tế. Và, điều này diễn ra với sự hỗ trợ đắc lực của nhà nước thông qua ngân hàng quốc gia với công cụ chính của nó là đồng tiền pháp định. Vì, trên thực tế, đồng tiền pháp định chỉ đơn thuần là một ý niệm, nhà nước có thể dễ dàng bơm vào thị trường một lượng tiền không hạn chế mà không gây ra lạm phát, miễn là lượng tiền bơm thêm đó tương ứng với sự gia tăng của tổng giá trị tài sản. Nhưng, như chúng ta thấy ở phần trước, tổng giá trị tài sản của xã hội bị ảnh hưởng bởi những yếu tố duy tâm và vì thế, bất kỳ lúc nào sự rối loạn cũng có thể xảy ra.

Đĩ nhiên, trên thực tế không chỉ có ngành kinh doanh bất động sản mới có khả năng gây ra bất ổn tài chính. Có thể nói, trong nền kinh tế hiện đại, tuyệt đại đa số các ngành kinh doanh đều chứa đựng nguy cơ này. Tuy nhiên, những ngành dịch vụ

chứa đựng nhiều nguy cơ hơn là các ngành sản xuất, và ngành nào càng ít yếu tố vật chất thì lại càng tiềm ẩn nhiều nguy cơ. Ngành kinh doanh bất động sản là ngành được nhắc đến nhiều từ khi xảy ra cuộc khủng hoảng tài chính đến nay, nhưng nguy cơ chủ yếu được tạo ra từ việc định giá bất động sản, chứ không phải là trong quá trình xây dựng. Ngành kinh doanh chứng khoán thậm chí còn chứa đựng nhiều nguy cơ hơn. Điều này có thể thấy rõ qua những gì diễn ra với thị trường chứng khoán Việt Nam. Trong một thời gian rất ngắn, giá trị tài sản của nhiều nhà đầu tư đã tăng lên vượt mọi dự đoán, khiến nhiều người nhanh chóng trở nên giàu có. Khi đó, Nhà nước đã bơm rất nhiều tiền vào lưu thông cho tương ứng với tổng giá trị tăng thêm, giúp các nhà giàu mới nổi nhờ chứng khoán này có thể vật chất hoá các giá trị tăng thêm. Điều diễn ra sau đó mọi người đều biết rõ. Khi giá chứng khoán đột ngột giảm xuống cùng với giá bất động sản, lượng tiền bơm thêm này đã gây ra lạm phát ở mức hai con số.

Ở đây, chúng ta phải lưu ý một vấn đề mang tính đạo đức. Chúng ta đã thấy trong bức tranh trên, khi kinh tế tăng trưởng, sự giàu có mới chủ yếu rơi vào tay những người kinh doanh ở khu vực duy tâm hóa cao, tức là vào tay những người giàu, và hầu như không có tác dụng cải thiện mức sống của những người lao động trong các khu vực truyền thống có mức độ duy tâm hóa thấp, tức là những người nghèo. Tuy nhiên, khi xảy ra khủng hoảng, tác động của lạm phát sẽ được phân phối lên mọi thành viên trong xã hội. Điều này đúng trên quy mô quốc gia và cũng đúng trên quy mô quốc tế. Khi kinh tế thế giới cất cánh, các giá trị mới được tạo ra chủ yếu rơi vào những quốc gia phát triển và hầu như không giúp ích gì cho các nước nghèo. Tuy nhiên, khủng hoảng lại tác động đến mọi quốc gia. □