



PHÁT TRIỂN KINH TẾ HÀNG HOÁ THĂNG LONG - HÀ NỘI: QUY LUẬT CHUNG VÀ NHỮNG BIỂU HIỆN ĐẶC THÙ

TS Hoàng Xuân Nghĩa^{*}, PGS.TS Nguyễn Khắc Thanh^{**}

Đặt vấn đề

Kinh tế hàng hoá Thăng Long - Hà Nội đã có một bề dày lịch sử hàng ngàn năm, được bồi tụ và nâng cao qua các thời đại, gắn liền với sự ra đời và hưng thịnh của Thủ đô. Tuy nhiên, trong bối cảnh toàn cầu hoá kinh tế và thực hiện công nghiệp hoá - hiện đại hoá đất nước, kinh tế hàng hoá Thăng Long - Hà Nội đang đứng trước những đòi hỏi và thách thức phát triển mới. Xây dựng thành công nền kinh tế thị trường hiện đại ở Việt Nam là tùy thuộc vào việc khơi dậy, phát huy những truyền thống tích cực, trên cơ sở kết hợp tốt giữa khai thác nội lực với tranh thủ ngoại lực để thoả mãn các yêu cầu thời đại. Như một ý kiến: "... lịch sử, trong một chừng mực không nhỏ quy định sự phát triển xã hội hôm nay và ngày mai. Nếu không chú ý đến lịch sử cụ thể, chỉ dựa vào mong muốn cá nhân hay kinh nghiệm nước ngoài, tôi e rằng các hoạch định chính sách có thể có phần mạo hiểm, thậm chí phiêu lưu"!

Do đó, cần thiết phải nghiên cứu một cách hệ thống, khoa học và đầy đủ về lịch sử kinh tế hàng hoá Thăng Long - Hà Nội. Việc nghiên cứu này nhằm trả lời các câu hỏi: Liệu có một nền kinh tế hàng hoá Thăng Long - Hà Nội hay không? Đặc trưng và nhân tố ảnh hưởng tới nó là gì? Những tính quy luật chung và sự khúc xạ của quy luật này trong môi trường lịch sử - cụ thể Thăng Long - Hà Nội như thế nào? Điều gì tạo nên sức sống trường tồn cũng như nguyên nhân sự trì trệ, ngưng đọng, kém phát triển của kinh tế hàng hoá Thăng Long - Hà Nội cho

^{*} Viện Nghiên cứu phát triển Kinh tế - Xã hội Hà Nội.

^{**} Học viện Chính trị - Hành chính Quốc gia.

đến ngày nay? Mô hình nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa mà chúng ta đang xây dựng sẽ kế thừa và phát triển quá khứ như thế nào, mối liên hệ giữa lịch sử và logic ở đây là gì?

1. Quy luật chung phát triển kinh tế hàng hoá ở các thủ đô

Lịch sử sản xuất của nhân loại đi từ *kinh tế tự nhiên*, *tự cấp* chuyển lên *kinh tế hàng hoá và thị trường*. Quá trình này phải mất hàng ngàn, hàng vạn năm gắn với những biến đổi của công cụ lao động và tương ứng là các quan hệ sản xuất; điều này được phản ánh trong thay đổi kết cấu kinh tế - xã hội của thời đại, kéo theo sự biến đổi của phương thức sản xuất vật chất. Tất cả những thay đổi này nằm trong phạm vi hình thái kinh tế - xã hội (xã hội kinh tế) hay nói cách khác, là thể hiện bước tiến hoá của hình thái kinh tế - xã hội. C. Mác nói: “Phương thức sản xuất đời sống vật chất quyết định quá trình sinh hoạt xã hội, chính trị và tinh thần nói chung (...). Về đại thể, có thể coi các phương thức sản xuất Á châu, cổ đại, phong kiến và tư sản hiện đại là những thời đại tiến triển dần dần của hình thái kinh tế xã hội”⁽¹⁾.

Như vậy, kinh tế hàng hoá là giai đoạn tất yếu đỉnh cao của văn minh nhân loại. Các quốc gia muốn phát triển đều phải trải qua kinh tế thị trường. Chúng ta cũng thấy, kinh tế hàng hoá đã tồn tại và phát triển trong nhiều chế độ xã hội và các phương thức sản xuất khác nhau, bản chất xã hội của nó bị quy định bởi quan hệ sản xuất giữ vai trò chủ đạo chi phối trong hệ thống kết cấu kinh tế - xã hội của một thời đại. Tuy nhiên, kinh tế hàng hoá chỉ đạt tới trình độ cao và phồn thịnh dưới thời đại tư bản chủ nghĩa; chủ nghĩa tư bản cũng là xã hội đầu tiên đã sử dụng thành công kinh tế thị trường phục vụ cho mục tiêu phát triển và tạo ra của cải làm giàu cho xã hội.

Nếu như kinh tế hàng hoá là quy luật phát triển chung cho mọi quốc gia, dân tộc; thì đa phần các thủ đô - thành thị lớn trên thế giới, do những điều kiện và lợi thế đặc thù về địa - chính trị, kinh tế, văn hoá và thể chế, hơn đâu hết lại là những trung tâm hàng đầu phát triển kinh tế hàng hoá và do đó, là thể hiện sinh động của quy luật tiến hoá trên đây. Nhờ thế, các thủ đô - thành thị lớn trên thế giới đồng thời giữ vai trò động lực, có sức lan toả và chi phối mạnh mẽ đối với toàn bộ sự phát triển kinh tế của đất nước.

Trước hết, điều này được lý giải bởi lý do nằm ngoài kinh tế - những điều kiện thuận lợi đặc biệt về chính trị, hành chính.

Có thể nói, đây là yếu tố đầu tiên và căn bản cho sự ra đời, phát triển kinh tế hàng hoá ở các thành phố - thủ đô. Không phải ngẫu nhiên mà các nhà nghiên cứu thường phân chia thành phố ra hai phương diện căn bản: "thành" và "thị", để xem xét chúng trong mối quan hệ và tác động qua lại lẫn nhau. Sự thực thì yếu tố

"thành" ra đời sớm hơn, trước hết với tư cách là những trung tâm chính trị - hành chính, đại bản doanh của bộ máy chính quyền nhà nước trung ương. Chính nhu cầu "an cư, cai trị và phòng thủ" của bộ máy nhà nước tập quyền, kể từ thời cổ đại ở Hy Lạp, La Mã và các quốc gia phương Đông, đã thúc đẩy sự ra đời, củng cố các thành phố - thủ đô như Athel, Alecxăngdrop, Vonijio, Kiev, Bắc Kinh, Thăng Long, Tokyo cổ...

Tại đây, nhà nước trung ương tập quyền định đô và thực thi vương quyền (quyền cai trị tối cao đối với đất nước). Quyền lực chính trị đẻ ra kinh tế hay ít ra lúc đầu là như vậy. Bộ máy này cũng có "nhu cầu sinh tồn" như mọi cơ thể sống (làm việc, ăn, mặc, nghỉ ngơi, giải trí...). Và thế là hình thành các lĩnh vực cung ứng hàng hoá và dịch vụ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của bộ máy nhà nước. Mặt khác, nhà nước ban hành chế độ thuế khoá và xây dựng nền tài chính quốc gia, dựa vào đó để nuôi dưỡng bộ máy hành chính và đáp ứng nhu cầu chi tiêu công.

Không phải đến bây giờ mà ngay từ thời xa xưa, chính nhu cầu mua sắm của nhà nước với các "đơn hàng lớn" cũng như nhu cầu tiêu dùng (thậm chí xa xỉ) của các tầng lớp vua chúa, quan lại trong bộ máy nhà nước đã kích thích mạnh mẽ sản xuất hàng hoá phát triển. Lịch sử cũng cho thấy rằng khi mới ra đời, kinh tế hàng hoá chịu ảnh hưởng nhiều của thị trường bên trong hơn là bên ngoài. Đại diện cho thị trường này là nhóm đối tượng người mua đặc biệt - gồm những bậc vương giả, quý tộc, quan lại, chức sắc và thấp hơn nữa là binh lính, nha dịch... Tức là những "quan chức" hay "công bộc" trong bộ máy nhà nước tập quyền. Không phải những người mua "phổ thông" mà chính là tầng lớp "tinh hoa" hay "thượng lưu" mới là những khách hàng đầu tiên có ý nghĩa trên thị trường các hàng hoá, dịch vụ.

Theo đó, không phải mọi thứ bất kỳ đều trở thành hàng hoá, mà chỉ một nhóm tương đối hẹp các sản phẩm và dịch vụ "chất lượng cao" nhằm thoả mãn cho các nhu cầu "đặc thù" trên. Ví dụ, như các đồ trang sức tinh xảo chạm khảm bằng vàng, bạc, sừng, đá quý, các loại vải đoạn, sa tanh, gấm vóc, các lâm hải sản, những của ngon vật lạ là những hàng hoá, dịch vụ chất lượng cao đầu tiên. Ngày nay, số lượng và chủng loại hàng hoá, dịch vụ đã phong phú hơn nhiều và đối tượng tiêu dùng nó thì không chỉ bó hẹp trong giới "tinh hoa thượng lưu".

Tóm lại, sự ra đời của kinh tế hàng hoá trong lịch sử, ngoài tính quy luật thông thường (sự phân công lao động và chế độ tư hữu), trên thực tế còn bị chi phối bởi một logic khác: đó là yếu tố chính trị - quyền lực, còn gọi yếu tố "thành" - có thể nói "thành đẻ ra thị, thành gắn với thị". Thực chất, vẫn không phủ nhận lý thuyết "phân công", chỉ có điều ở đây phân công được bổ sung nội dung đầy đủ phong phú hơn cho sát với hiện thực lịch sử, bao gồm cả sự phân công hình thành bộ máy nhà nước cai trị - quản trị xã hội cùng với các trung tâm chính trị - hành chính tập quyền tại thủ đô của các quốc gia. Giả định, loại bỏ yếu tố này thì chắc chắn sự ra đời ban đầu của kinh tế hàng hoá sẽ rất khó khăn và lâu dài. Đặc biệt,

chúng ta sẽ không thể lý giải vì sao ban đầu kinh tế hàng hoá lại chỉ xuất hiện và phát triển mạnh mẽ ở một số trung tâm chính trị - hành chính lớn. Cho đến ngày nay, các thành phố - thủ đô vẫn và sẽ là những trung tâm và động lực của kinh tế hàng hoá.

Tuy nhiên, phải lưu ý rằng, không nên tuyệt đối hoá logic "thành - thị". Nói yếu tố "thành" có vai trò thúc đẩy tích cực nhưng không ngoại trừ nó cũng kìm hãm, một khi yếu tố này quá mạnh lấn át và chi phối một cách hành chính quan liêu tới đời sống kinh tế. Ví dụ như các đạo luật của nhà nước một số thời kỳ mâu thuẫn với tự do trao đổi và thị trường, các chính sách trọng nông ức thương của nhà nước trung cổ phương Tây và chuyên chế phương Đông, những quy định "cống nạp" nặng nề hay "trung tập" thợ thủ công giỏi vào làm trong quan xưởng hoặc biến họ trở thành kẻ nô bộc phục vụ cho cung vua phủ chúa (trường hợp một số triều đại phong kiến Việt Nam và Trung Quốc).

Thứ hai, điều kiện thuận lợi về địa lý - tự nhiên

Các quốc gia thường chọn đặt thủ đô ở nơi có lợi thế về vị trí địa lý. Theo quan niệm phương Đông thì đó là nơi "địa linh nhân kiệt", trung tâm của "trời đất vũ trụ". Nhìn chung, thủ đô của một nước phải đặt ở vị trí trung tâm, thuận tiện về giao thông thuỷ bộ "trên bến dưới thuyền", vừa là đầu mối lan toả đi cả nước lại vừa là cánh cửa mở rộng ra thế giới bên ngoài, vừa có "thế công" lại vừa có "thế thủ", nơi thuận lợi tập trung các hoạt động kinh tế và thương mại sầm uất. Có thể nói, những lợi thế này là điều kiện địa lý - tự nhiên khách quan cho phát triển kinh tế hàng hoá ở các thủ đô.

Thủ đô Bangkok (Thái Lan) thành lập từ năm 1782, nằm trên bờ sông Chao Priya, dòng sông lớn nhất nước và là động mạch chủ của đất nước, vị trí lại gần biển, chỉ cách vịnh Thái Lan 25 - 27km nên thuận lợi cho giao thương đường thuỷ. Đồng thời theo sự phân công tự nhiên, Bangkok lại giữ chức năng đầu mối giao dịch, thu gom, chế biến và phân phối hàng hoá nông sản đi khắp nơi. Thủ đô Bắc Kinh (Trung Quốc) nằm ở trung tâm vùng Hoa Bắc, diện tích 16.800km². Thành phố cũng là trung tâm lớn về thương mại, thủ công và công nghiệp, đầu mối giao thương trên con đường tơ lụa nổi tiếng. Ngoài ra, Bắc Kinh còn giàu có tài nguyên, tập trung đông dân số, có quy mô thị trường to lớn, thuận lợi cho kinh tế hàng hoá phát triển.

Thứ ba, điều kiện về hạ tầng và giao thông liên lạc

Vốn đã có sẵn ưu thế về địa lý - tự nhiên, thủ đô các nước đồng thời được tập trung ưu tiên phát triển hạ tầng và giao thông liên lạc, tạo dựng bộ mặt đô thị khang trang hiện đại cho quốc gia. Hơn đâu hết, thủ đô cũng diễn ra quá trình đô thị hoá mạnh mẽ. Cùng với tập trung bộ máy nhà nước trung ương, phát triển các ngành nghề sản xuất và dịch vụ, thì nhiều cơ hội công ăn việc làm và thu nhập cũng được tạo ra, do đó, dân cư có xu hướng dồn về đô thị kiếm việc làm.

Để đáp ứng yêu cầu củng cố vị thế - quyền lực chính trị, tập trung về kinh tế và dân cư, các đô thị - thủ đô luôn luôn phải mở rộng quy mô, xây dựng mới và cải tạo lại các khu nhà ở, hiện đại hoá cơ sở hạ tầng. Ngoài ra, các thành phố lớn - thủ đô thường có xu hướng phát triển mở rộng ra vùng ngoại vi theo kiểu mạng lưới, để hình thành các thành phố vệ tinh hay chuỗi thành phố vệ tinh. Giữa thủ đô (trung tâm) và các thành phố vệ tinh (ngoại vi) được kết nối với nhau bởi hệ thống hạ tầng và giao thông liên lạc phát triển. Nhờ thế, có thể thực hiện chuyên môn hoá và hợp tác, thúc đẩy và bổ sung cho nhau giữa các thành phố trong phát triển sản xuất và giao lưu hàng hoá.

Thứ tư, điều kiện về dân số và chất lượng nguồn nhân lực

Do tập trung về chính trị - hành chính, có lợi thế về địa lý - tự nhiên và hệ thống hạ tầng hiện đại, các ngành nghề sản xuất và dịch vụ phát triển, nên các thủ đô hơn đâu hết cũng là những trung tâm thu hút dân số và có chất lượng nguồn nhân lực cao. Đây cũng là lợi thế về tiềm năng con người của các thủ đô đối với phát triển kinh tế hàng hoá mà không đâu có thể so sánh. Lợi thế này không chỉ thuần túy về mặt số lượng - tức quy mô dân số lớn, cho phép hình thành một thị trường tiêu dùng rộng lớn mà quan trọng hơn là chất lượng nguồn nhân lực. Ngày nay, thủ đô thường là nơi tập trung các viện nghiên cứu, các trường đại học với lực lượng lao động được đào tạo, có trình độ chuyên môn và tay nghề cao, đội ngũ đông đảo những nhà khoa học đầu đàn. Có thể nói, thủ đô là cái nôi tập hợp nhân tài, trí tuệ và chất xám của đất nước, tạo nên cái gọi là tiềm lực và sức cạnh tranh về khoa học công nghệ cho quốc gia. Chính đội ngũ nguồn nhân lực này cho phép các thủ đô phát triển những ngành nghề sản xuất và dịch vụ mũi nhọn, trình độ cao, chất lượng cao, tạo ra những sản phẩm hàng hoá có giá trị gia tăng cao, có khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Thứ năm, điều kiện về chính sách và thể chế

Đây cũng là lợi thế riêng có của các thành phố - thủ đô. Lợi thế này không thể lượng hoá và đo đếm được bằng các tiêu chuẩn thông thường. Nó là thứ tài sản vô hình, nhưng hết sức quan trọng cho phép kết nối và khai thác, phát huy một cách tốt nhất, hiệu quả nhất các lợi thế - điều kiện vừa nói trên đây vào phát triển kinh tế hàng hoá. Nhờ thế, tạo nên sự phát triển năng động và nhạy vọt về chất cho các thủ đô cũng như toàn bộ quốc gia.

Các thủ đô là nơi tập trung bộ máy chính quyền trung ương đầu não, nơi thông qua các quyết sách quan trọng của đất nước. Cùng với những ưu tiên về nhiều mặt, thì nó cũng được *ưu tiên cho phép áp dụng, thử nghiệm những cơ chế, chính sách có tính đột phá, cải cách và mở đường*. Trong đó, bao gồm cả việc *cho phép áp dụng những cơ chế, chính sách đặc thù riêng cho thủ đô* - điều mà các địa phương về nguyên tắc không được hưởng quy chế này. Ví dụ, các cơ chế đặc thù cho phép

nâng cao quyền tự chủ, mở cửa nền kinh tế, chính sách ưu đãi thu hút đầu tư, nhân tài và sử dụng tổng hợp các nguồn lực quốc gia cho phát triển vùng trung tâm. Về thực chất, đây là xu hướng tập quyền - đối lập lại xu hướng tản quyền, luôn diễn ra trong mọi thời kỳ.

2. Đặc thù của phát triển kinh tế hàng hoá Thăng Long - Hà Nội

a) Các nhân tố ảnh hưởng và điều kiện phát triển

Ngoài những nhân tố và tính quy luật chung chi phối sự phát triển kinh tế hàng hoá ở các thủ đô, kinh tế hàng hoá Thăng Long - Hà Nội ra đời và phát triển qua suốt chiều dài 1.000 năm lịch sử còn chịu ảnh hưởng của các nhân tố đặc thù.

Thứ nhất, nhân tố địa lý - tự nhiên: nằm ở trung tâm vùng châu thổ, gần với *nền văn minh sông Hồng - lúa nước* phát triển rực rỡ từ rất sớm. Nông nghiệp lúa nước như cái nôi lớn cho con người và các ngành nghề cùng chung sống, phát triển nhưng lại khó vượt ra khỏi cái bóng rợp của nó. C. Mác nói: Điều kiện tự nhiên quá hào phóng dắt tay con người như dắt một đứa bé tập đi!

Thứ hai, nhân tố chính trị - hành chính: Thủ đô - trung tâm quyền lực của nhà nước phong kiến tập quyền. Trong thành có thị, “thành” đẻ ra “thị” theo logic: nhu cầu tiêu dùng của quan lại và bộ máy chính quyền trung ương là những kích thích ban đầu mạnh mẽ cho phát triển kinh tế hàng hoá Thăng Long. Mặt khác, yếu tố “thành” vẫn nổi trội so với yếu tố “thị”, có tác dụng kiềm chế “thị” (như đã phân tích trên).

Thứ ba, nhân tố văn hoá - nhân văn: Hơn đâu hết, Thăng Long - Hà Nội tập trung đậm đặc và giao thoa giữa các tầng văn hoá, các nền văn hoá của các thời kỳ lịch sử, các dân tộc trong cả nước và giữa các quốc gia. Ở đây có sự pha trộn giữa tư tưởng Khổng giáo, Nho giáo và chủ nghĩa trọng nông truyền thống. Trong tứ dân sỹ - nông - công - thương, thì thương nhân bị coi là tầng lớp thấp nhất. Thời phong kiến có đạo luật cấm thương nhân không được đi thi ra làm quan.

Thứ tư, nhân tố kinh tế - xã hội: nơi tập trung các hoạt động buôn bán, công nghiệp và ngành nghề thủ công truyền thống, được phát triển từ khá sớm và sâu uất với “36 phố phường”, “Thứ nhất Kinh kỳ thứ nhì phố Hiến”; nơi thu hút các thợ thủ công lành nghề từ muôn phương quy tụ về đây. Một khi đã trở thành người Thăng Long, họ tạo nên bản sắc riêng: khéo tay hay nghề, bản lĩnh và sáng tạo, tinh tế và tài hoa - “Chẳng thom cũng thể hoa nhài, dẫu không thanh lịch cũng người Tràng An”. Có thể thấy, chính việc đáp ứng nhu cầu về các hàng hoá - dịch vụ cao cấp cho giới phong kiến, quý tộc thượng lưu đã thu hút và quy tụ những tinh hoa của các ngành nghề và nhân tài từ bốn phương.

Thứ năm, đặc biệt là nhân tố “phương thức sản xuất châu Á”. Về phương thức sản xuất châu Á còn có những ý kiến tranh luận, nhưng đa số nhất trí rằng đây là hình thức quá độ từ xã hội nguyên thủy sang các xã hội có giai cấp. Nó có thể là một dạng của chế độ nô lệ, chế độ phong kiến, hoặc là sự hỗn hợp của cả hai, tức là một phương thức sản xuất riêng (châu Á). Trong đó, tồn tại phổ biến mối quan hệ giữa ba đỉnh tam giác là: “Nhà nước phong kiến tập quyền - Thể chế công xã nông thôn - Chế độ ruộng đất công”. Có thể coi đây là những hằng số của lịch sử. Ba nhân tố này có tác động qua lại tương hỗ, tạo nên sự cố kết bền vững, làm điều kiện và hậu thuẫn cho nhau tồn tại.

+ Trong đó, *nhà nước phong kiến tập quyền* đứng bên trên và thống nhất các công xã, thực hiện một số chức năng chung, như tu bổ và quản lý hệ thống đê điều - thủy lợi, phòng chống thiên tai địch họa, kiểm soát việc sử dụng các nguồn lợi kinh tế chủ yếu, có quyền chiếm hữu trực tiếp một phần lao động và sản xuất của các công xã. Nhà nước và các tầng lớp quan lại thống trị đã bóc lột từ nông dân và thợ thủ công thông qua thu địa tô, lợi tức, thuế và tham nhũng - thường chiếm tỷ lệ đáng kể sản lượng nông nghiệp. Điều đáng nói, thặng dư từ nông nghiệp và các ngành nghề chủ yếu bị tiêu dùng một cách phi sản xuất, không được tái đầu tư cho sản xuất.

+ *Công xã nông thôn* hay thể chế làng xã cổ truyền, được coi là cơ sở xã hội của nền kinh tế nông dân - tiểu nông, có đặc điểm tự trị về chính trị, tự cấp về kinh tế, đồng nhất về xã hội, ít thay đổi và có tính cố kết bền vững qua thời gian. Trong công xã, các quan hệ địa chủ - tá điền, hành động tập thể và việc huy động đóng góp chung (lao động và sức kéo)... có tác dụng nhằm bảo vệ cộng đồng và chia sẻ rủi ro trước những tác động của ngoại cảnh (như thiên tai, mất mùa và địch họa), nhằm chống lại sự khủng hoảng của nền kinh tế tự cấp. Đây vừa là ưu điểm đồng thời cũng là nhược điểm, bởi nó dung dưỡng cho sự yếu kém của cá nhân và chủ nghĩa thủ cựu.

+ *Quan hệ sở hữu ruộng đất công*. Theo các nhà nghiên cứu, sự tồn tại phổ biến của *chế độ ruộng công* có thể coi là đặc trưng cho phương thức sản xuất châu Á. Trên ruộng công có hai thứ quyền sở hữu cùng tồn tại: 1) quyền sở hữu công xã mà người nông dân làng xã là đại diện và 2) quyền sở hữu nhà nước hoặc các đại diện cho nhà nước trên “ruộng công” - cơ sở cho bóc lột và sinh sống không lao động. Chế độ ruộng công lấy các đơn vị kinh tế gia đình - tiểu nông làm tế bào. Các đơn vị kinh tế gia đình thiên về dùng kỹ thuật canh tác cổ truyền, sử dụng lao động phụ nữ và trẻ em, sản xuất chủ yếu cho nhu cầu sinh tồn của bản thân. Theo thời gian, năng suất và sản lượng nông nghiệp có tăng lên, nhưng sự tăng trưởng này đã bị việc tăng dân số, sử dụng lao động nữ và trẻ em nuốt mất.

Như vậy, phương thức sản xuất châu Á là một hình thái đặc biệt, trong đó vẫn có công xã, có nông dân và ruộng công. Nó chỉ không có chủ nô và nô lệ,

không có lãnh chúa và nông nô, không có địa chủ và tá điền, nhưng lại vẫn hiện diện bóc lột, địa tô và sự thống trị giai cấp. Đó là sự phức hợp nhiều loại quan hệ nô lệ và phong kiến⁽²⁾. Do tính chất pha trộn (đồng sở hữu), mà các quan hệ nô lệ hay nông nô không có điều kiện phát triển chín muồi, bao trùm trên tất cả vẫn là hình thức bóc lột phổ biến của nhà nước phong kiến đối với nông dân làng xã thông qua tô thuế. Chính điều này là một trong những nguyên nhân quan trọng kìm nén kinh tế hàng hoá phát triển.

b) Đặc trưng của phát triển kinh tế hàng hoá Thăng Long - Hà Nội

Do những điều kiện và nhân tố lịch sử hình thành vừa nêu trên, phát triển kinh tế hàng hoá Thăng Long - Hà Nội có đặc trưng cơ bản sau đây:

Thứ nhất, không thể phủ nhận những thành tựu và bước phát triển nhất định của kinh tế hàng hoá Thăng Long - Hà Nội, sự phân công chuyên môn hoá khá sâu và đạt đến trình độ tinh luyện của một số ngành nghề, làng nghề thủ công. Một số sản phẩm hàng hoá - dịch vụ đạt tới mức tinh xảo, độc nhất vô nhị, in đậm nét tài hoa của đất kinh kỳ. Ví dụ, nghề tằm tang và dệt lụa vùng sông Nhị Hà và ven Hồ Tây; nghề sành, gốm sứ, gạch thời Lý - Trần - Lê sơ, nhất là gốm men ngọc ở Bát Tràng; nghề giấy Bưởi, Yên Hoà, Cầu Giấy, Dịch Vọng - Nghĩa Đô; nghề đúc đồng Ngũ Xã, nghề kim hoàn ở Định Công - Thanh Trì và sau này là phường Đông Các (kinh thành Thăng Long thế kỷ XV)...

Thăng Long - Hà Nội xưa vẫn nổi tiếng "của ngon, vật lạ"; sản vật hàng hoá phong phú và đặc sắc không đâu sánh kịp. Những thói quen tiêu dùng của người Thăng Long - Hà Nội như ăn uống, may mặc, đi lại, nghỉ ngơi, thậm chí thú vui chơi, hưởng lạc cũng cực kỳ tao nhã, sành điệu, nâng lên thành một thứ nghệ thuật. Ví dụ như thú uống trà, uống rượu, nấu cỗ, ẩm thực, đàn hát, lễ hội, chơi hoa, chơi tranh, chơi cảnh... Có thể nói, Thăng Long là một thị trường tiêu dùng khá phát triển, lớn vào bậc nhất trong cả nước và cũng rất khó tính, cầu kỳ. Bởi nhu cầu chủ yếu là về các hàng hoá - dịch vụ cao cấp, xa xỉ cho tầng lớp phong kiến - quý tộc giàu có và quyền thế, đặc biệt, cho tiêu dùng cung đình.

Chính việc đáp ứng nhu cầu về các hàng hoá - dịch vụ cao cấp này đã thu hút và quy tụ những tinh hoa của các ngành nghề và nhân tài từ bốn phương hội tụ về đây. Cũng dễ hiểu, xu hướng hướng nội (hướng tâm) vẫn mạnh hơn là xu hướng hướng ngoại (lan toả) của kinh tế hàng hoá Thăng Long ra các vùng miền. Bởi tại đây, những ngành nghề tinh xảo và các nghệ nhân mới có "đất dụng võ" và cơ hội phát triển. Xu hướng diễn ra trong lịch sử là nông thôn di chuyển vào thành thị, các làng nghề và thợ nghề quy tụ vào trong phố, mỗi phố nghề và ông tổ nghề đều có gốc gác và đặc trưng cho một làng nghề bên ngoài thành Thăng Long. Trái lại, ảnh hưởng lan toả của kinh tế hàng hoá Thăng Long có thể nói là không lớn, vì những hàng hoá - dịch vụ cao cấp, xa xỉ như vậy không phải nơi nào cũng cần,

không phải ai cũng có thói quen tiêu dùng chúng. Đây cũng là lý do cắt nghĩa vì sao kinh tế hàng hoá Thăng Long chỉ giới hạn trong một phạm vi thị trường và không gian địa lý tương đối hẹp - Kinh thành Thăng Long, mà không phát huy tác dụng và ảnh hưởng ra các vùng nông thôn - làng xã rộng lớn xung quanh Kinh thành và trong cả nước, vì thế, không chứng tỏ được ưu thế và chiến thắng đối với kinh tế gia đình - tiểu nông.

Thứ hai, tuy kinh tế hàng hoá Thăng Long - Hà Nội ra đời sớm và đạt được bước phát triển nhất định, nhưng do bị một số nhân tố ức chế kìm hãm, đặc biệt nhân tố phương thức sản xuất châu Á như đã nêu, nên bị ngưng đọng lâu trong trạng thái lạc hậu, chủ yếu vẫn là kinh tế hàng hoá giản đơn. Nói cách khác, phát triển kinh tế hàng hoá Thăng Long - Hà Nội không tuân theo logic lịch sử chung; trong suốt quá trình tồn tại 1000 năm, đã không diễn ra những thay đổi về chất và các bước chuyển quyết định để đưa kinh tế nông nghiệp - tiểu nông sang kinh tế hàng hoá giản đơn; từ kinh tế hàng hoá giản đơn chuyển sang kinh tế hàng hoá phát triển và kinh tế thị trường hiện đại.

Vấn đề gây tranh luận là vì sao có sự trì trệ, ngưng đọng lâu của kinh tế hàng hoá Thăng Long - Hà Nội cũng như Việt Nam? Có thể cắt nghĩa như sau: Ban đầu, kinh tế Thăng Long - Hà Nội phát triển dựa vào những thuận lợi nhất định về thể chế nhà nước phong kiến tập quyền, chế độ làng xã kiểu công xã nông thôn có tính bền vững và cố kết, nền nông nghiệp gia đình - tiểu nông và chế độ sở hữu ruộng công chiếm ưu thế, hệ thống ngành nghề và thị trường phát triển khá sớm.

Nhưng càng về sau, chính các nhân tố thuận lợi lúc đầu trở thành kìm hãm: do dân số tăng nhanh không tương xứng với các nguồn lợi tự nhiên và tiềm năng kỹ thuật được sử dụng, tăng sản lượng nông nghiệp không theo kịp tăng dân số và nhu cầu. Lao động gia đình được áp dụng phổ biến đã cạnh tranh với cải tiến kỹ thuật và đổi mới phương thức canh tác. Trong tình hình này, năng suất lao động và thặng dư sản xuất không cao; hơn nữa, còn bị huy động phần lớn vào mục tiêu phi sản xuất, phục vụ cho nhu cầu xa xỉ của bộ máy nhà nước phong kiến, làm cho không đủ thặng dư xã hội để tiến hành công nghiệp hoá. Ngoài ra, hệ thống nhà nước thuỷ lợi quan liêu cùng với sự thống nhất quốc gia tập quyền và ý thức hệ phong kiến cộng hưởng đã gây cản trở phát triển công nghệ và tầng lớp thương nhân.

Ở châu Âu, sự thay đổi nông nghiệp - nông thôn trong thời kỳ cận đại đi liền với tăng sản lượng và năng suất, tạo ra thặng dư xã hội và do đó, sự phát triển về chất, nền sản xuất lớn tư bản chủ nghĩa đã có thể ra đời. Trái lại, trường hợp kinh tế hàng hoá Thăng Long - Hà Nội và Việt Nam cũng như một số quốc gia phương Đông, chế độ công xã nông thôn đóng kín và nền kinh tế tiểu nông gần ngưỡng tự cấp vẫn tồn tại theo logic riêng (Tchayanov). Xu hướng tập trung sản xuất quy mô và thuê mướn lao động bị ngăn cản bởi chính sách hạn điền và chế độ ruộng công,

nó còn bị cạnh tranh bởi nền nông nghiệp gia đình với chi phí thấp dựa vào sử dụng lao động phụ nữ và trẻ em, có sự kết hợp giữa nông nghiệp và thủ công nghiệp gia đình. Kết quả, những tiến bộ về thương nghiệp, thâm canh trồng trọt và phát triển ngành nghề đã không làm thay đổi về chất trong nông thôn, tức không dẫn tới sản xuất hàng hoá quy mô lớn. Hiện tượng này được gọi là *tăng trưởng đình hoà* - tăng trưởng nhưng không có phát triển⁽³⁾.

Thứ ba, trong khi ngưng đọng và chậm phát triển, kinh tế hàng hoá Thăng Long - Hà Nội lại bị ảnh hưởng mạnh mẽ bởi các cuộc chiến tranh liên miên kéo dài trong lịch sử thời phong kiến; đặc biệt, trong thời cận - hiện đại bị ảnh hưởng nặng nề của *chủ nghĩa thực dân cũ, chủ nghĩa thực dân mới, cơ chế kế hoạch hoá tập trung*. Chính chiến tranh ác liệt liên miên, công cuộc khai thác bòn rút thuộc địa đến kiệt quệ của chủ nghĩa thực dân và chính sách bế quan toả cảng của các tập đoàn phong kiến, cơ chế hành chính quan liêu thời kỳ kế hoạch hoá tập trung đã làm cho các quan hệ hàng hoá - thị trường Thăng Long - Hà Nội *bị biến dạng, xơ cứng, thiếu tính đàn hồi và tính năng động như bản thân nó vốn có*.

Những điều kiện - yếu tố nêu trên vừa có tác dụng thúc đẩy lại vừa kìm hãm sự ra đời, phát triển và làm nên nét đặc trưng của kinh tế hàng hoá Thăng Long - Hà Nội. Đặc trưng này quy định nó không chỉ khác biệt với kinh tế hàng hoá các quốc gia khác, mà còn phân biệt với kinh tế hàng hoá của các địa phương và đô thị khác trong nước (như Huế - Hội An, Sài Gòn - Gia Định...). Nó cất nghia vì sao kinh tế hàng hoá Thủ đô bị ngưng đọng lâu ở trình độ sơ khai, không thể bứt phá vươn lên trở thành chủ đạo trong hệ thống phức hợp các quan hệ sản xuất của *phương thức sản xuất châu Á*. Có thể nói trong 10 thế kỷ, kinh tế hàng hoá Thăng Long - Hà Nội chủ yếu vẫn là kinh tế hàng hoá nhỏ mang tính thủ công, phường hội, đan xen và chưa tách khỏi "cái cuống nhau" nông nghiệp, không trở thành phương thức kinh tế độc lập mà bị lệ thuộc vào các phương thức kinh tế tự nhiên và phong kiến.

c) Mô hình phát triển mới của kinh tế hàng hoá Thăng Long - Hà Nội

Trong thời kỳ mới, kinh tế hàng hoá Thăng Long - Hà Nội đang đứng trước những thách thức và thời cơ phát triển to lớn.

Về nhân tố bất lợi và kìm hãm:

+ Trình độ phát triển kinh tế hàng hoá Thủ đô còn rất thấp, lực lượng sản xuất lạc hậu, tồn tại nhiều thành phần kinh tế, chỉ mới bước đầu vận hành theo cơ chế thị trường, thực hiện nền kinh tế mở và phát triển giao lưu hợp tác với nước ngoài;

+ Trình độ kinh tế hàng hoá chưa phát triển đang đặt ra thách thức và áp lực về hội nhập kinh tế quốc tế, công nghiệp hoá, hiện đại hoá và phát triển rút ngắn, khắc phục khoảng cách tụt hậu;

+ Kinh tế Hà Nội gần đây có tốc độ tăng trưởng cao nhưng chưa đảm bảo chất lượng, hiệu quả và sự phát triển bền vững, khối doanh nghiệp nhà nước còn chiếm tỷ trọng lớn nhưng kinh doanh kém hiệu quả, làm suy giảm sức cạnh tranh của hàng hoá - dịch vụ Thủ đô nói chung;

+ Bộ máy quản lý còn cồng kềnh nặng nề, hành chính quan liêu và kém hiệu năng, làm cho môi trường kinh doanh kém hấp dẫn, đang nảy sinh một số vấn đề bức xúc về xã hội, giao thông, đô thị và môi trường;

+ Đến nay Hà Nội vẫn là một thủ đô nghèo so với nhiều thủ đô của các nước trong khu vực và thế giới, vai trò trung tâm kinh tế của cả nước chưa thật nổi bật, cơ sở hạ tầng kỹ thuật, xã hội còn nhiều yếu kém, chất lượng chưa cao;

Về nhân tố tích cực và thuận lợi: kinh tế hàng hoá Thủ đô cũng có những điều kiện thuận lợi cơ bản là chúng ta đang đẩy mạnh quá trình đổi mới, xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập kinh tế quốc tế, xây dựng đồng bộ các loại hình thị trường, đa dạng hoá các loại hình sở hữu, phát triển các thành phần kinh tế, mở cửa và thu hút đầu tư nước ngoài, hoàn thiện thể chế - pháp luật kinh tế và thực hiện cải cách nền hành chính quốc gia...

Đặc biệt, chống nguy cơ tụt hậu và khắc phục khoảng cách phát triển, chủ yếu là khoảng cách về trình độ kinh tế hàng hoá, đang là thử thách gay gắt đối với chúng ta. Mục tiêu mà Nghị quyết Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ X và Đại hội Đảng bộ Thành phố XV đề ra là phấn đấu tới năm 2020 đưa nước ta thoát khỏi tình trạng chậm phát triển, trở thành nước công nghiệp hoá và Thủ đô Hà Nội phải về trước 5 năm trong thực hiện các mục tiêu trên, xem ra còn hết sức nặng nề. Sự phát triển yếu kém của kinh tế hàng hoá cùng với những tập tục, truyền thống và các phương thức sản xuất cổ truyền còn bám rễ dai dẳng đang là những trở lực trên bước đường phát triển. Kế thừa và phủ định như thế nào đối với di sản kinh tế hàng hoá Thăng Long - Hà Nội trong những điều kiện mới đang là bài toán đặt ra.

Định hướng cho mô hình phát triển kinh tế hàng hoá Thăng Long - Hà Nội thời kỳ mới cần phải *đáp ứng yêu cầu nền kinh tế thị trường hiện đại và nền kinh tế hàng hoá mở, nội sinh*. Nó không đóng kín mà chủ động tham gia vào sự phân công lao động quốc tế, hội nhập vào nền kinh tế thị trường toàn cầu hoá. Nó cũng không dập khuôn máy móc theo công thức chung của các xã hội bên ngoài, mà kế thừa có chọn lọc các giá trị và truyền thống vốn có, căn cứ vào các đặc điểm cụ thể - đặc thù dân tộc và những yêu cầu phát triển mà thời đại đang đặt ra. Việc kết hợp các giá trị truyền thống với hiện đại, văn hoá với kinh tế, phủ định với kế thừa... phải được coi trọng đúng mức, hài hoà, tạo thành nền tảng cơ bản cho sự phát triển bền vững. Trong đó, yếu tố văn hoá suy cho cùng là mục tiêu và động lực, tạo nên sự trường tồn của Thủ đô và đất nước.

Cần khẳng định, *lựa chọn mô hình phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa* là đặc trưng nổi bật của kinh tế hàng hoá Thăng Long - Hà Nội hiện đại. Thực tiễn sinh động của thế giới ngày nay chứng minh rằng sự phát triển kinh tế hàng hoá theo con đường tư bản chủ nghĩa đang gặp phải những giới hạn và mâu thuẫn nội tại không thể vượt qua. Để đáp lại lương tri, nguyện vọng và yêu cầu phát triển khách quan, nhân loại phải tìm kiếm cho mình con đường đi mới, vượt ra khỏi khuôn khổ và quy tắc của thời đại tư bản chủ nghĩa: *đó là định hướng xã hội chủ nghĩa của quá trình phát triển kinh tế thị trường*. Điều này chỉ có thể bắt đầu bằng việc thay đổi lại tư duy kinh tế - chính trị - xã hội, bằng nỗ lực trong hoạt động chủ động và tự giác để xây dựng thể chế kinh tế mới - *thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa*, làm tiền đề và nền tảng để cải tạo toàn bộ các quan hệ kinh tế - xã hội và hình thành nền kinh tế mới - *nền kinh tế vị nhân sinh, theo đúng nội dung và ý nghĩa nhân văn của khái niệm, định hướng xã hội chủ nghĩa*.

Đối với Việt Nam và Hà Nội, điều quan trọng là phải biết kết hợp giữa định hướng xã hội chủ nghĩa ngay từ đầu với quá trình phát triển kinh tế hàng hoá. Điều này nhằm thực hiện chiến lược phát triển rút ngắn, hạn chế tối đa mặt trái và mâu thuẫn của kinh tế hàng hoá tư bản chủ nghĩa, loại bỏ nguy cơ thất bại và rủi ro cao trong phát triển thị trường ngày nay, đảm bảo xây dựng thành công nền kinh tế thị trường hiện đại trên đất nước. Vấn đề không phải là chúng ta có phát triển kinh tế thị trường hay không mà là chúng ta sẽ lựa chọn xây dựng một nền kinh tế hàng hoá như thế nào: kinh tế hàng hoá hiện đại, năng động, giàu sức sống và được định hướng cao về mặt xã hội (như các quốc gia phát triển) hay kinh tế hàng hoá lạc hậu, xơ cứng và không được định hướng xã hội (như các quốc gia chậm phát triển và như quá khứ 1000 năm Thăng Long - Hà Nội)?

Thực tế, trong khoảng 2 thập kỷ trở lại đây, cùng với bước quá độ đặc biệt từ nền kinh tế kế hoạch hoá tập trung sang thị trường, trên thế giới đã xuất hiện *các mô hình kinh tế thị trường xã hội chủ nghĩa Trung Quốc và kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa Việt Nam*. Các mô hình này đã, đang tồn tại và khẳng định sức sống của mình trong những điều kiện cụ thể của dân tộc. Cũng giống như *mô hình kinh tế hàng hoá của các nước NICs* là sự kết hợp nhuần nhuyễn giữa cơ chế thị trường phương Tây với các giá trị truyền thống Khổng giáo phương Đông để tạo nên mô hình kinh tế thị trường châu Á năng động và giàu sức sống; nền kinh tế thị trường xã hội chủ nghĩa lại là ví dụ sinh động về mô hình kinh tế hàng hoá đặc thù mang đậm chủ nghĩa nhân văn và truyền thống xã hội chủ nghĩa của các quốc gia châu Á. Việc lựa chọn phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa của Việt Nam và Hà Nội ngoài nguyên nhân thời đại thì còn có những lý do riêng: đó là từ trong cội nguồn sâu xa của văn hoá và lịch sử Thăng Long - Hà Nội, các giá trị nhân văn, chủ nghĩa cộng đồng, tinh thần làng nước, truyền thống

tương thân tương ái luôn là chủ đạo: "thương người như thể thương thân", "nhiều điều phũ phỡn giá gương"⁽⁴⁾.

CHÚ THÍCH

- ⁽¹⁾ C. Mác, *Góp phần phê phán chính trị kinh tế học*. Lời tựa, NXB Sự thật, Hà Nội, 1964. tr. 7-8.
- ⁽²⁾ Hiểu theo nghĩa: là hình thức lệ thuộc ở mức độ thấp, chưa phải chế độ nô lệ hay nông nô, dựa trên cơ sở chế độ ruộng đất công xã trong khi người lao động chưa bị tước đoạt hoàn toàn ruộng đất. Đặng Phong, "Ruộng công thời phong kiến Việt Nam và vấn đề phương thức sản xuất châu Á", tạp chí *Nghiên cứu Kinh tế*, số 93 năm 1974.
- ⁽³⁾ Đào Thế Tuấn, *Các nền kinh tế nông dân*.
- ⁽⁴⁾ Trần Quốc Vượng, *Văn hoá Việt Nam - Tìm tòi và suy ngẫm*; NXB Văn hoá Dân tộc, 2004; Nguyễn Hồng Phong, *Một số vấn đề về các hình thái kinh tế - xã hội Việt Nam trong lịch sử*, NXB Văn hoá Thông tin, Hà Nội, 2004.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] C. Mác, *Các phương thức sản xuất tiền tư bản chủ nghĩa và Lời tựa Góp phần phê phán chính trị kinh tế học*, NXB Sự thật, Hà Nội, 1964.
- [2] Phan Đại Doãn, *Về ảnh hưởng của các yếu tố truyền thống đối với tổ chức sản xuất nông nghiệp vùng đồng bằng Bắc Bộ*, NXB Khoa học Xã hội, 1991.
- [3] Đào Thế Tuấn, "Một số vấn đề về lịch sử phát triển của nông thôn, làng xã và hộ nông dân", tạp chí *Nghiên cứu Kinh tế*, 2/1998.
- [4] Đặng Phong, "Ruộng công thời phong kiến Việt Nam và vấn đề phương thức sản xuất châu Á", tạp chí *Nghiên cứu Kinh tế*, số 93 năm 1974.
- [5] Nguyễn Hồng Phong, *Một số vấn đề về hình thái kinh tế - xã hội, văn hoá và phát triển*, NXB Khoa học Xã hội, 2000.
- [6] Trần Quốc Vượng, *Văn hoá Việt Nam: tìm tòi và suy ngẫm*, NXB Văn hoá Dân tộc, 2004.
- [7] Nguyễn Văn Khánh, "Sự hình thành nền kinh tế thuộc địa ở Việt Nam đầu thế kỷ XX", tạp chí *Nghiên cứu Kinh tế*, 2/1999.
- [8] Đinh Xuân Lâm, "Nông thôn Việt Nam thời kỳ cận đại", tạp chí *Nghiên cứu Việt Nam*, Hà Nội, 1998.
- [9] Nguyễn Thừa Hỷ, *Sự phát triển kinh tế công thương nghiệp Thăng Long*, NXB Hà Nội, 2000.
- [10] Nguyễn Trí Dĩnh, *Kinh tế hàng hoá Thăng Long - Hà Nội: đặc trưng và kinh nghiệm phát triển*, đề tài cấp Nhà nước, Hà Nội, 2008.