

NHIỀU TÁC GIẢ

TÀI LIỆU HỘI THẢO

TƯ TƯỞNG KINH DOANH của LƯƠNG VĂN CAN



(TÀI LIỆU CHỈ PHỤC VỤ TRONG KHUÔN KHỔ HỘI THẢO)

NHIỀU TÁC GIẢ

TÀI LIỆU HỘI THẢO
TƯ TƯỞNG KINH DOANH
của LƯƠNG VĂN CAN

(TÀI LIỆU CHỈ PHỤC VỤ TRONG KHUÔN KHỔ HỘI THẢO)

MỤC LỤC

Bối cảnh lịch sử và hoàn cảnh ra đời tư tưởng kinh doanh của danh nhân Lương Văn Can

(Lý Tùng Hiếu).....6

Dấu ấn lương văn can trong phong trào “Chấn hưng thực nghiệp” đầu thế kỷ XX

(Lê Hữu Phước).....35

Lương Văn Can và bước chuyển từ “ức thương” sang “trọng thương” ở Việt Nam đầu thế kỷ XX

(Hà Minh Hồng, Lưu Văn Quyết).....46

Vai trò lương văn can và các tác phẩm *thương học phương châm, kim cổ cách ngôn* trong toàn cảnh lịch sử kinh doanh, văn hóa kinh doanh Việt Nam và thế giới

(Huỳnh Quốc Thắng).....57

Vận dụng tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can vào hoạt động của Câu lạc bộ Doanh nhân Sài Gòn

(Võ Quang Cảnh)85

Dấu ấn thời đại “Lương Văn Can” trong lịch sử Việt Nam cuối thế kỷ xix, đầu thế kỷ XX

(Trần Hùng Minh Phương).....94

Tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can và triết lý kinh doanh của doanh nhân Việt đầu thế kỷ XX

(Trần Thuận)95

Triết lý kinh doanh của nhà Nho Lương Văn Can

(Phạm Thị Loan)96

Tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can: từ nhận thức đến hành động

(Trần Thị Mai).....97

Tư tưởng duy tân về kinh tế của Lương Văn Can trong phong trào đông kinh nghĩa thực (1907-1908)

(Nguyễn Võ Đăng Khoa)98

Tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can trong *Kim cổ cách ngôn* và *Thương học phương châm*

(Lý Tùng Hiếu).....99

Lương Văn Can và quan điểm của ông về kinh doanh, đạo đức kinh doanh qua tác phẩm *Kim cổ cách ngôn*

(Trần Thị Thái Hà)100

Tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can qua tác phẩm *Thương học phương châm*

(Dương Tấn Giàu).....101

Lương Văn Can – vị danh nhân thức thời, nhìn từ góc độ tác phẩm *Thương học phương châm*

(Ngô Thị Thu Hoài).....102

Tư duy kinh tế của Lương Văn Can trong trào lưu Chấn hưng thực nghiệp nửa đầu thế kỷ XX

(Võ Văn Sen, Võ Phúc Toàn).....103

Tư tưởng “trọng thương” của Lương Văn Can – những giá trị xuyên thế kỷ

(Thiều Quang Thịnh, Thái Nguyễn Đức Minh Quân).....104

Một số quan niệm về đạo đức trong kinh doanh của Ôn Như Lương Văn Can

(Bùi Gia Khánh)106

Lương Văn Can – nhà Nho cấp tiến, người xây chữ đức trong đạo kinh doanh

(Nguyễn Thế Ttrung)..... 107

Tinh thần dân tộc trong tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can

(Nguyễn Thị Hồng Nhung) 108

Doanh thương Việt Nam đầu thế kỷ XX: thực nghiệp và tư tưởng (trường hợp Trần Chánh Chiếu và Lương Văn Can)

(Cao Thị Hoàng)..... 109

Quá trình hình thành, vấn đề cốt lõi và ý nghĩa thời đại của tư tưởng doanh thương Lương Văn Can

(Phan Anh Tú)..... 110

Yếu tố Nho giáo trong tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can

(Lê Thanh Đăng, Đoàn Tấn Tài, Võ Hữu Thường) 111

Từ tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can đến văn hóa kinh doanh của Việt Nam hiện nay

(Lê Tùng Lâm) 112

Tư tưởng kinh doanh Lương Văn Can và văn hóa doanh nghiệp thế kỷ XXI

(Lê Kim Phụng) 113

BỐI CẢNH LỊCH SỬ VÀ HOÀN CẢNH RA ĐỜI TƯ TƯỞNG KINH DOANH CỦA DANH NHÂN LƯƠNG VĂN CAN

Lý Tùng Hiếu¹

TÓM TẮT

Bài viết trình bày bối cảnh lịch sử và hoàn cảnh ra đời của tư tưởng kinh doanh Lương Văn Can trong giai đoạn giao thời của lịch sử Việt Nam đầu thế kỷ XX, bao gồm những tiền đề khách quan và điều kiện chủ quan. Những tiền đề khách quan bao gồm tình hình chính trị ở Đông Á và Đông Nam Á, và tình hình chính trị, kinh tế trong nước. Về tình hình chính trị ở Đông Á và Đông Nam Á, và tình hình chính trị trong nước, từ sau năm 1913, các phong trào cứu nước đã lâm vào tình thế bế tắc và cô lập. Về kinh tế, trong bối cảnh thực dân Pháp triển khai kế hoạch khai thác thuộc địa lần thứ hai, tư bản người Pháp và người Hoa đã chia nhau nắm giữ tất cả các tài nguyên, huyết mạch của nền kinh tế Việt Nam. Đương đầu với sức mạnh của tư bản người Pháp và người Hoa, một số doanh nhân người Việt đã sử dụng lòng yêu nước của dân chúng như một lợi khí để vươn lên. Tiếp sức cho họ là sự cổ động của một số báo chí của người Việt Nam yêu nước. Điều kiện chủ quan là hoàn cảnh cá nhân, đã góp phần đưa đẩy Lương Văn Can ba lần đến với kinh doanh, thương mại, đem lại cho cụ nhiều kiến thức, kinh nghiệm quý. Đó chính là những nguyên do khiến cho, từ sau năm 1913, Lương Văn Can hầu như là chí sĩ Đông Kinh Nghĩa Thực duy nhất vẫn tiếp tục tinh thần của Đông Kinh Nghĩa Thực trong hoạt động thực tiễn và trong trước tác, đặc biệt đối với lãnh vực kinh doanh, thương mại. *Kim cổ cách ngôn* và *Thương học phương châm*, hai tác phẩm thể hiện

¹ TS., Khoa Văn hoá học, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM.
Email: lytungghieu@gmail.com.

tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can, đã hình thành trong điều kiện đó.

Từ khoá: bối cảnh lịch sử, Việt Nam đầu thế kỷ XX, Lương Văn Can, tư tưởng kinh doanh

1. Đặt vấn đề

Trong vòng bốn năm từ năm 1905 đến năm 1908, các phong trào Duy Tân - Đông Du (1905-1908), Đông Kinh Nghĩa Thục (1907-1908) và Minh Tân (1907-1908) đột khởi ở Việt Nam đã làm nên một cuộc cách mạng về văn hoá - giáo dục và kinh tế - kinh doanh, đưa đất nước vào giai đoạn hiện đại hoá theo tấm gương của Nhật Bản và Âu Mỹ. Nhưng đến năm 1908, các phong trào này đều bị thực dân đàn áp. Năm 1913, đến lượt Việt Nam Quang phục Hội trải qua một cơn càn quét, khiến cho đầu não và mạng lưới trong ngoài nước hầu như tan rã hết. Năm 1919, Trần Chánh Chiếu từ trần. Đến năm 1921, khi Lương Văn Can, Đặng Nguyên Cẩn, Huỳnh Thúc Kháng, Ngô Đức Kế,... được trả tự do, thì nghĩa đảng đã tan, phong trào chìm lắng. Các lãnh tụ Phan Châu Trinh, Phan Bội Châu tuy cũng đã ra tù, nhưng vẫn còn lặn dạn ở nước ngoài. Vậy, có tiếp tục dẫn thân tranh đấu trong hoàn cảnh đó hay không, và nếu dẫn thân thì theo đường lối ra sao, quả là những câu hỏi khó đối với những chí sĩ yêu nước mà nhiệt huyết vẫn còn nhưng vận hội đã qua và sức lực cũng đã tiêu hao do tù đầy và tuổi tác.

Thực tế là khi được trả tự do, Ngô Đức Kế chỉ mới 43 tuổi, Huỳnh Thúc Kháng 45 tuổi, nhưng Đặng Nguyên Cẩn đã 54 tuổi, Lương Văn Can đã 67 tuổi. Vì vậy, trong lúc Ngô Đức Kế và Huỳnh Thúc Kháng chọn con đường báo chí, nghị trường để tiếp tục dẫn thân, thì Đặng Nguyên Cẩn đã qua đời 2 năm sau đó, còn Lương Văn Can chọn hướng quay về với nghề dạy học và viết sách. Chỉ trong vòng sáu năm cuối đời, Lương Văn Can đã biên

soạn và biên dịch được hơn một chục cuốn sách thuộc về nhiều lĩnh vực, từ truyền thụ Hán tự - Hán học, giáo dục nhân cách, giáo dục gia đình, cho đến các kiến thức về địa lý, lịch sử và kinh doanh, thương mại. Trong số đó, đặc biệt nhất là *Kim cổ cách ngôn* (1925) và *Thương học phương châm* (1928), hai cuốn sách đúc kết những chiêm nghiệm của Lương Văn Can về đạo đức làm người, đạo đức kinh doanh và tri thức kinh doanh.

Bằng cách tiếp tục mở trường dạy học và biên soạn những cuốn sách với nội dung như vậy, người Thục trưởng của Đông Kinh Nghĩa Thục năm xưa trên thực tế đã kế tục sự nghiệp “khai dân trí, chấn dân khí, hậu dân sinh” của ngôi trường danh tiếng ấy trong hoàn cảnh mới, theo lối đi riêng mà cụ chọn là kiên trì giúp thế hệ sau đổi mới nhận thức về giáo dục và doanh thương, trên cơ sở kế thừa truyền thống văn hoá của dân tộc và hướng tới mục tiêu dân giàu nước mạnh, xây dựng nội lực cho cuộc đấu tranh giải phóng non sông.

Câu hỏi được đặt ra là vì sao Lương Văn Can vẫn kiên trì theo đuổi tinh thần Đông Kinh Nghĩa Thục trong kinh doanh, thương mại, khi lửa phong trào đã tắt? Những tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can đã ra đời trong bối cảnh lịch sử và hoàn cảnh nào?

2. Tổng quan nghiên cứu

Những năm cuối thế kỷ XX - đầu thế kỷ XXI là thời kỳ đổi mới - công nghiệp hoá - hiện đại hoá - hội nhập của Việt Nam, và cũng là dịp kỷ niệm tròn 100 năm các phong trào Duy Tân - Đông Du, Đông Kinh Nghĩa Thục và Minh Tân ở Việt Nam. Do đó, cùng với các nghiên cứu lịch sử thông thường, đã có rất nhiều nghiên cứu chuyên đề nhằm góp phần làm sáng tỏ bối cảnh lịch sử và hoàn cảnh ra đời của tư tưởng Duy Tân và tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can (1854-1927), Thục trưởng Đông Kinh

Nghĩa Thực, một trong những lãnh tụ của phong trào Duy Tân - Đông Du và phong trào Đông Kinh Nghĩa Thực.

Nói về bối cảnh quốc tế liên quan đến Việt Nam đầu thế kỷ XX, chúng ta có các công trình như: “Quan hệ giữa cách mạng Trung Quốc với cách mạng Việt Nam đầu thế kỷ XX”, *Tạp chí Xưa & Nay*, của Chương Thâu (2001); “Giao lưu văn hoá Nhật Bản - Việt Nam đầu thế kỷ XX”, *Tạp chí Xưa & Nay*, của Vĩnh Sinh (2005); *Lịch sử thế giới cận đại*, NXB Giáo dục, của Vũ Dương Ninh & Nguyễn Văn Hồng (2000); v.v..

Nói về bối cảnh trong nước đầu thế kỷ XX, chúng ta có các công trình như: *Phan Bội Châu và xã hội Việt Nam ở thời đại ông*, NXB Văn hoá - Thông tin, của Georges Boudarel (1997); *Việt Nam văn hoá sử cương*, NXB Đồng Tháp in lại, của Đào Duy Anh (1998); *Việt Nam những sự kiện lịch sử (1858-1918)*, NXB Giáo dục, của Dương Kinh Quốc (2002); *Việt Nam những sự kiện lịch sử (1919-1945)*, NXB Giáo dục, của Dương Trung Quốc (2002); *Xu hướng canh tân, phong trào duy tân, sự nghiệp đổi mới (Từ giữa thế kỷ XIX đến cuối thế kỷ XX)*, NXB Đà Nẵng, của Hải Ngọc Thái Nhân Hoà (2005); “Đạo đức làm giàu ở Việt Nam nhìn từ chiều sâu văn hoá”, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học “Lương Văn Can – đạo đức làm giàu”*, của Lý Tùng Hiếu (2013); “Đạo đức làm giàu ở Việt Nam thời Pháp thuộc”, *Tạp chí Xưa & Nay*, của Lý Tùng Hiếu (2014); “Ảnh hưởng của Nho giáo trong văn hoá Việt Nam”, *Tạp chí Khoa học Xã hội Việt Nam*, của Lý Tùng Hiếu (2015); *Giao lưu tiếp biến văn hoá và sự biến đổi văn hoá Việt Nam*, NXB Khoa học Xã hội, của Lý Tùng Hiếu (2019); *Khoa cử và giáo dục Việt Nam*, NXB Văn hoá - Thông tin, của Nguyễn Q. Thắng (1994); *Xu hướng đổi mới trong lịch sử Việt Nam: Những gương mặt tiêu biểu*, NXB Văn hoá - Thông tin, do Phạm Đình Nhân chủ biên (1998); *Nho giáo xưa và nay*, NXB Văn hoá, của Quang Đạm (1994); *Văn học Việt Nam giai đoạn giao thời 1900-1930*, NXB Đại học & Giáo dục Chuyên nghiệp,

của Trần Đình Hượu & Lê Chí Dũng (1988); “Mấy đặc điểm lịch sử Việt Nam thế kỷ 20”, *Tạp chí Xưa & Nay*, của Trần Văn Giàu (1998); v.v..

Trực tiếp nói về các phong trào yêu nước đầu thế kỷ XX, chúng ta có các công trình như: *Đông Kinh Nghĩa thực và phong trào cải cách văn hoá đầu thế kỷ XX*, NXB Văn hoá - Thông tin, của Chương Thân (1997); “Nhân 90 năm Đông Kinh Nghĩa Thực: Những người thầy phát rừng, mở lối”, *Báo Phụ Nữ*, của Lý Tùng Hiếu (1997); *Lương Văn Can và phong trào Duy Tân - Đông Du*, NXB Văn hoá Sài Gòn, của Lý Tùng Hiếu (2005); “Đông Kinh Nghĩa Thực, tiếng vang và dư âm”, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học “Đông Kinh Nghĩa Thực một thế kỷ nhìn lại”*, của Lý Tùng Hiếu (2007); “Lương Văn Can, người kế tục tinh thần Đông Kinh Nghĩa Thực trong kinh doanh”, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học “Đông Kinh Nghĩa Thực một thế kỷ nhìn lại”*, *Một trăm năm Đông Kinh Nghĩa Thực*, NXB Tri Thức, của Lý Tùng Hiếu (2007, 2008); “Đông Kinh Nghĩa Thực - sự thành công của cái tâm, cái tầm, cái dũng”, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học “Đổi mới giáo dục đại học Việt Nam, hai thời khắc đầu thế kỷ”*, *Tạp chí Khoa học Xã hội thành phố Hồ Chí Minh*, của Lý Tùng Hiếu (2008, 2014); “Nam bộ với phong trào Đông du”, *Tạp chí Xưa & Nay*, của Nguyễn Đình Đầu (2002); “Một trăm năm cuộc Minh Tân ở Nam kỳ”, *Tạp chí Xưa & Nay*, của Nguyễn Hữu Hiếu (2005); *Phong trào Duy Tân*, NXB Đà Nẵng in lại, của Nguyễn Văn Xuân (1995); *Đông Kinh Nghĩa Thực một thế kỷ nhìn lại*, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học*, của nhiều tác giả (2007); *Một trăm năm Đông Kinh Nghĩa Thực*, NXB Tri Thức, của nhiều tác giả (2008); *Miền Nam đầu thế kỷ XX - Thiên Địa Hội và cuộc Minh Tân*, NXB Trẻ in lại, của Sơn Nam (2003); *Phong trào Duy Tân ở Bắc, Trung, Nam*, NXB Trẻ in lại, của Sơn Nam (2003); “Phong trào Duy Tân ở Quảng Nam với sự nghiệp đấu tranh giải phóng dân tộc đầu thế kỷ XX”, *Tạp chí Khoa học Xã hội*, của Võ Xuân Đàn (2004); “Đông Du - Duy Tân Hội một

trăm năm nhìn lại”, *Tạp chí Xưa & Nay*, của Vũ Quang Thành (2004); v.v.. Đó là chưa kể các công trình đã có từ trước đó như: *Việt Nam văn học sử yếu* của Dương Quảng Hàm (1968); *Lịch sử Việt Nam, tập II* do Nguyễn Khánh Toàn chủ biên (1985); *Lịch sử Việt Nam (đầu thế kỷ XX - 1918)* của Nguyễn Văn Kiệm (1979); *Đông Kinh Nghĩa thực* của Nguyễn Hiến Lê (1968, 1974); v.v..

Bản thân tác giả vốn không xuất thân từ ngành sử học, nhưng gắn bó với đề tài thân thể và sự nghiệp của danh nhân Lương Văn Can, là từ một duyên do: Năm 1991, khi đang giảng dạy tại Trường Đại học Tổng hợp TP. Hồ Chí Minh, tác giả được Hiệu trưởng Trường Trung học Phổ thông Lương Văn Can (quận 8, TP. Hồ Chí Minh), trường cũ của tác giả, mời về làm Trưởng ban Vận động thành lập Ban Liên lạc cựu học sinh. Để cho các thế hệ học sinh và cựu học sinh biết rõ về những giá trị truyền thống của ngôi trường và về danh nhân mà ngôi trường được mang tên, tác giả nhận nhiệm vụ sưu tra và biên soạn tiểu sử của Lương Văn Can. Kể từ đó, tác giả đã lần lượt công bố các nghiên cứu về Lương Văn Can, trong đó đi sâu vào bối cảnh lịch sử và hoàn cảnh ra đời tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can là các công trình: *Lương Văn Can và phong trào Duy Tân - Đông Du*, NXB Văn hoá Sài Gòn (2005). Trong cuốn sách này, tác giả dành hẳn Chương I để giới thiệu “Quá trình hình thành tư tưởng và đường lối cứu nước của các chí sĩ Duy Tân - Đông Du”, trong đó có Lương Văn Can. Công trình thứ hai là “Lương Văn Can, người kế tục tinh thần Đông Kinh Nghĩa Thực trong kinh doanh”, trong *Kỷ yếu Hội thảo khoa học “Đông Kinh Nghĩa Thực một thế kỷ nhìn lại”* (2007), và cuốn *Một trăm năm Đông Kinh Nghĩa Thực*, NXB Tri Thức (2008). Một trong hai vấn đề mà bài nghiên cứu này giải quyết là trả lời câu hỏi: “Vì sao Lương Văn Can vẫn kiên trì theo đuổi tinh thần Đông Kinh Nghĩa Thực trong kinh tế, kinh doanh khi lửa phong trào đã tắt?”. Công trình thứ ba là bài “Ý nghĩa, giá trị của *Thương học phương châm* và *Kim cổ cách*

ngôn”, trong sách *Thương học phương châm & Kim cổ cách ngôn*, NXB Hồng Đức, của Lương Văn Can (2020). Trong bài này, tác giả đã dành mục đầu đề giới thiệu “Bối cảnh ra đời của *Thương học phương châm* và *Kim cổ cách ngôn*”.

Như vậy, tính đến nay, quá trình nghiên cứu bối cảnh lịch sử và hoàn cảnh ra đời của tư tưởng Duy Tân đã trải qua trên dưới nửa thế kỷ. Tuy nhiên, vẫn chưa có nhiều công trình nghiên cứu sâu sắc và toàn diện về bối cảnh lịch sử và hoàn cảnh ra đời của tư tưởng kinh doanh Lương Văn Can. Do đó, “địa” cho các nhà nghiên cứu về chủ đề này vẫn còn rất rộng. Và đó là một động lực để, đáp lại lời mời của ban tổ chức Hội thảo khoa học *Tư tưởng kinh doanh của danh nhân Lương Văn Can*, tác giả chọn đề tài tham luận này, nhằm tiếp tục làm sáng tỏ bối cảnh lịch sử và hoàn cảnh ra đời của tư tưởng kinh doanh Lương Văn Can, trong giai đoạn giao thời của lịch sử Việt Nam đầu thế kỷ XX.

3. Phương pháp nghiên cứu

Trong tham luận này, tác giả vận dụng một số phương pháp dùng để xử lý tư liệu, bao gồm: phương pháp phân tích - tổng hợp (analysis - synthesis method) và phương pháp so sánh (comparative method).

Trong bài, tác giả có trích dẫn một số tư liệu từ sách báo đương thời. Các trích dẫn này được giữ đúng nguyên văn, nên có nhiều chỗ khác biệt về chính tả, từ vựng so với tiếng Việt ngày nay.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Những tiền đề khách quan của sự hình thành tư tưởng kinh doanh Lương Văn Can

Trên đây, tác giả có nói đến vấn đề tuổi tác. Vậy phải chăng, Lương Văn Can kiên trì theo đuổi tinh thần Đông Kinh Nghĩa Thục trong kinh doanh, thương mại là vì cụ đã già rồi nên

chỉ còn cách đi tiếp con đường cũ, chứ không thể tự đổi mới mình? Hoàn toàn không phải. Bởi vì trước đó, khi tham gia sáng lập Đông Kinh Nghĩa Thục, Lương Văn Can đã từng làm được một việc phi thường đối với một nhà Nho ở tuổi ngũ tuần, là tự vượt mình, tự đổi mới quan điểm và kiến thức của mình để có thể vươn lên đáp ứng yêu cầu của cuộc đấu tranh giải phóng dân tộc trong hoàn cảnh mới.

Để có câu trả lời đúng cho câu hỏi được đặt ra ở đầu bài, chúng ta cần phải đi qua tình hình Việt Nam và thế giới đương thời.

Về tình hình chính trị ở Đông Á và Đông Nam Á, vào đầu thế kỷ XX, các nguồn ngoại lực mà người Việt Nam yêu nước có thể tranh thủ được, đều không còn nữa. Từ sau chiến tranh Trung - Nhật 1894-1895 và chiến tranh Nga - Nhật 1904-1905, Nhật Bản đã vươn lên thành một đế quốc mới ở Viễn Đông, với con mồi là các quốc gia Đông Á và đối thủ là các đế quốc phương Tây đang thống trị vùng này. Chính vì tình thế và tham vọng đó mà sau khi bắt tay thỏa hiệp với Pháp bằng Điều ước và Tuyên bố chung về vấn đề kiều dân Nhật sống ở Đông Dương và những người Đông Dương “thần dân Pháp và được Pháp bảo hộ” sống trên đất Nhật (10/6/1907), vào năm 1908-1909, Chính phủ Nhật đã ra lệnh giải tán và trục xuất tất cả các chí sĩ và học sinh Đông Du Việt Nam tại Nhật. Năm 1910, Nhật Bản cưỡng bức Triều Tiên ký Điều ước Sáp nhập Hàn-Nhật, chính thức biến Triều Tiên thành thuộc địa. Kể từ đó, trong con mắt người Việt đương thời, Nhật Bản đã tự xóa bỏ tư cách một ông thầy giỏi và một người bạn tốt. Trung Hoa, một đất nước gần gũi hơn về địa lý và cảnh ngộ, thì từ sau Cách mạng Tân Hợi 10/10/1911 đã rơi vào tình trạng sứ quân cát cứ và nội chiến triền miên. Trung Hoa Quốc dân Đảng bị chia năm xẻ bảy, thế lực bảo hoàng trỗi dậy. Các đế quốc đua nhau tiếp sức, giật dây các thế lực quân phiệt, nhằm khuếch trương ảnh hưởng, giành giật thị trường. Chính vì thế nên trong

giai đoạn này, các nhà cách mạng Trung Hoa không thể giúp đỡ có hiệu quả cho cách mạng Việt Nam. Năm 1913-1914, lực lượng cách mạng Việt Nam đã hầu như bị đánh dập khỏi đất Trung Hoa do quân phiệt tỉnh Quảng Đông Long Tế Quang thoả hiệp với Pháp bắt giam lãnh tụ Phan Bội Châu và Mai Lão Bạng để dùng làm món hàng trao đổi, còn cảnh sát Anh ở Hương Cảng thì phục bắt các cán bộ khác của Việt Nam Quang phục Hội như Huỳnh Văn Nghị (Huỳnh Hưng), Đinh Hữu Thuật, Nguyễn Quang Diêu, Nguyễn Thần Hiến, Lương Ngọc Quyến, để giao cho Pháp. Các nước Đông Nam Á thì vẫn đang là thuộc địa hoặc bán thuộc địa của Anh, Pháp, Hà Lan, Bồ Đào Nha và Mỹ. Do quyền lợi của mình, có chính phủ như Chính phủ Xiêm (từ năm 1939 đổi thành Thái Lan) chẳng những không trợ giúp mà còn truy bắt các cán bộ Việt Nam Quang phục Hội hoạt động ở Xiêm để giao cho Pháp [Lý Tùng Hiếu, 2007, tr.55; Lý Tùng Hiếu, 2008, tr.334-335].

Ở trong nước, về tình hình chính trị, *từ sau hai cuộc khủng bố trắng năm 1908 và năm 1913 của thực dân Pháp, cách mạng Việt Nam đã bị tiêu hao nghiêm trọng về lực lượng và bị cô lập nặng nề về đối ngoại*, bế tắc cả về đường lối hoạt động bên trong lẫn hành lang tiếp viện bên ngoài. Các cuộc khởi nghĩa Trần Cao Vân - Thái Phiên năm 1916, khởi nghĩa Thái Nguyên năm 1917, là những nỗ lực đáng kể cuối cùng của thế hệ các chiến sĩ Việt Nam Quang phục Hội. Cũng như sự kết thúc của cuộc khởi nghĩa Phan Đình Phùng vào năm 1895 đánh dấu sự lụi tàn của các phong trào Cần Vương - Văn Thân, sự kết thúc của cuộc khởi nghĩa Thái Nguyên vào năm 1918 đã đánh dấu sự lụi tàn của các phong trào cứu nước bằng bạo động vũ trang đầu thế kỷ XX.

Về kinh tế, sau khi Thế chiến thứ nhất (1914-1918) kết thúc và Việt Nam Quang Phục Hội hoàn toàn tan rã, thực dân Pháp xúc tiến ngay kế hoạch khai thác thuộc địa lần thứ hai. *Các doanh nghiệp của tư bản người Pháp và người Hoa ra đời hàng loạt như nấm sau mưa, chia nhau nắm giữ tất cả các tài nguyên,*

huyết mạch của nền kinh tế Việt Nam. Đây là thời kỳ các ngành công nghiệp, thương nghiệp, dịch vụ hiện đại được tư bản Pháp mạnh tay du nhập vào Việt Nam, nhằm mau chóng chuyển đổi Việt Nam thành vùng cung cấp nguyên nhiên liệu và thị trường tiêu thụ sản phẩm công nghiệp của nước Pháp. Trên địa bàn Bắc Bộ, tư bản Pháp đẩy mạnh phát triển các cơ sở công nghiệp khai khoáng và năng lượng (than đá, sắt, đồng, thiếc, nhiệt điện,...), công nghiệp nhẹ (dệt, rượu bia,...). Trên địa bàn Trung Bộ, tư bản Pháp và người Việt xúc tiến khai thác các nguồn lợi biển (đánh bắt thủy sản, làm nước mắm, dịch vụ du lịch, vận tải biển). Đây là thời kỳ dịch vụ du lịch biển được hình thành, khai thác các thắng cảnh biển sẵn có, từ Đồ Sơn ở Bắc Bộ đến Nha Trang ở Trung Bộ và Vũng Tàu ở Nam Bộ. Trên địa bàn Nam Bộ, chính quyền Pháp khuyến khích các tầng lớp quan lại tay sai, địa chủ, thực dân bao chiếm ruộng đất, đẩy mạnh nền nông nghiệp sản xuất hàng hoá sẵn có, biến Nam Bộ thành vùng sản xuất lúa dành cho xuất cảng. Trên địa bàn Tây Nguyên và Đông Nam Bộ, thực dân Pháp thúc đẩy hình thành các vùng trồng cây công nghiệp lớn như cà phê (Đắk Lắk), trà (Đồng Nai Thượng), cao su, cây ăn trái (Đông Nam Bộ), v.v.. Cùng với sự hình thành một số ngành công nghiệp và dịch vụ hiện đại là sự ra đời mạng lưới giao thông đường bộ, đường sắt, đường sông, bưu chính,... kết nối các vùng nguyên liệu và thị trường tiêu thụ với các đầu cầu xuất nhập cảng như Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng, Sài Gòn. Tuy nhiên, nhìn trên toàn cục, trong thời kỳ này, kinh tế nông nghiệp vẫn là chủ đạo. Thủ công nghiệp yếu ớt, suy tàn trước sự xâm nhập của công nghiệp tư bản Pháp và hàng hoá nhập cảng. Kinh tế thương nghiệp lồi cũ dựa trên sự luân chuyển hàng hoá giữa các làng nghề miền xuôi, các buôn bản miền núi, các thành thị và cảng thị, bị thất thế do sự phát triển kinh doanh của tư sản người Pháp, người Hoa và sự hình thành các đô thị mới. Kinh tế công nghiệp, chủ yếu là khai khoáng và chế biến, và kinh tế thương nghiệp theo lối mới ra đời, tất cả đều nằm trong tay tư bản Pháp và tư

bản Hoa kiều [Lý Tùng Hiếu, 2019, tr.190-191]. Được thực dân Pháp nâng đỡ trong quá trình khai thác thuộc địa, thương nhân người Hoa đã nắm độc quyền vận chuyển hàng hoá từ miền Tây về Sài Gòn - Chợ Lớn, từ Sài Gòn - Chợ Lớn lên cao nguyên, độc quyền thu mua xay xát lúa gạo dành cho xuất khẩu, và độc quyền mua bán hàng hoá với Miên và Lào. Đây là thời kỳ lên ngôi của nhóm doanh nhân “Tứ trụ” người Hoa ở Nam Kỳ: Hứa Bồn Hoà, Quách Đàm, Lý Tường Quan, Trần Ích.

Trước tình hình đó, *như một cách thế phản kháng, một số doanh nhân người Việt trong bước đầu khởi nghiệp đã biết sử dụng lòng yêu nước của dân chúng như một vũ khí giúp công phá thế trận liên hoàn của tư bản Pháp và Hoa*. Tiếp sức cho họ là sự cổ động nhiệt thành của một số báo chí của trí thức và doanh nhân người Việt. Xin hãy điểm qua ba trường hợp doanh nhân người Việt đã khởi nghiệp kinh doanh và thành công ngay trong ba thập niên đầu thế kỷ XX: Trương Văn Bền, Bạch Thái Bưởi, và Trần Trinh Trạch.

Trương Văn Bền (1883-1956) là một thương gia người Việt gốc Hoa nổi lên sớm nhất trên trường thương chiến giữa doanh nhân Việt với tư bản Pháp - Hoa. Năm 1905, Trương Văn Bền đã mở xưởng sản xuất và tinh luyện dầu ở Thủ Đức, dùng máy ép bằng hơi làm ở Mỹ, mua từ Pháp. Năm 1918, ông mở thêm một cơ sở sản xuất dầu mang tên Huilerie de Cholon ở Chợ Lớn, sản xuất đủ loại dầu từ dầu ăn, dầu salad đến dầu dừa, dầu thầu dầu, dầu cao su và các loại dầu dùng trong kỹ nghệ. Năm 1925, ông tham gia thành lập và làm tổng giám đốc Công ty Canh nông Tháp Mười (Société Rizicolte du Tháp Mười). Công ty có hơn 10.000 mẫu ruộng đất ở miền Tây Nam Kỳ. Năm 1920, Trương Văn Bền được bầu vào Hội đồng Quản hạt Nam Kỳ. Năm 1922, ông là thành viên Phòng Canh nông (Chambre d' Agriculture). Năm 1924, ông là thành viên Phòng Thương mại (Chambre de Commerce),...

Bạch Thái Bưởi (1874-1932) khởi nghiệp kinh doanh vào năm 1909 với việc thuê lại 3 chiếc tàu của một hãng tàu Pháp để chở khách trên hai lộ trình Nam Định - Hà Nội và Nam Định - Bến Thủy (Vinh). Năm 1916, ông chuyển trụ sở của hãng từ Nam Định xuống Hải Phòng, và thành lập Giang hải Luân thuyền Bạch Thái Bưởi Công ty. Công ty này sở hữu 25 chiếc tàu vận tải sông biển, 20 sà lan, một cơ sở đóng và sửa tàu với 1.500 công nhân. Ngày 7/9/1919, công ty của Bạch Thái Bưởi đã hạ thủy tại Cửa Cấm (Hải Phòng) chiếc tàu Bình Chuẩn hoàn toàn do người Việt thiết kế, thi công. Tàu Bình Chuẩn dài 46m, rộng 7,2m, cao 3,6m, trọng tải 600 tấn, động cơ 400 mã lực. Trong chuyến chở khách đầu tiên, tàu Bình Chuẩn từ Hải Phòng đã cập bến Sài Gòn ngày 17/9/1920 trong sự đón chào nồng nhiệt của giới công thương Sài Gòn. Sự kiện này được xem là tượng trưng cho “Phong trào chấn hưng thương trường” của giới doanh nhân người Việt đương thời... [Dương Trung Quốc, 2002, tr.17].

Trần Trinh Trạch (1872-1942) hay thường gọi là Hội đồng Trạch, là người Việt gốc Minh Hương, giàu lên nhờ kiên trì tích lũy ruộng đất ở miền Tây Nam Kỳ. Tương truyền, tài sản của ông lên tới 74 sở điền, 110.000 ha đất trồng lúa, 11 lô ruộng muối, nhiều nhất là ở tỉnh Bạc Liêu. Nhưng ít người biết rằng ông cũng là người sáng lập ngân hàng đầu tiên do người Việt làm chủ ở Việt Nam. Năm 1927, Việt Nam Ngân hàng (Société Annamite de Crédit) được thành lập tại Sài Gòn, với số vốn 250.000 đồng, do Trần Trinh Trạch làm Chánh Hội trưởng (tương đương với chức chủ tịch hội đồng quản trị ngân hàng ngày nay). Ông Nguyễn Tân Văn, nghị viên Hội đồng thành phố Sài Gòn, làm Phó Hội trưởng. Ông Huỳnh Đình Khiêm, nghiệp chủ ở Gò Công, làm Hội trưởng danh dự. Ông Nguyễn Văn Cửa, chủ nhà in, làm quản lý (tương đương chức giám đốc ngân hàng ngày nay)... [Dương Trung Quốc, 2002, 1tr.38]. Việc doanh nhân người Việt lần đầu tiên đứng ra thành lập ngân hàng là một sự kiện có tiếng

vang cả nước, nên trong cuốn *Thương học phương châm*, Lương Văn Can [2020, tr.51] đã nhắc đến sự kiện này.

Giữa thế trận liên hoàn của tư bản Pháp - Hoa, việc khởi nghiệp kinh doanh của doanh nhân người Việt vấp phải vô số khó khăn. Nhưng chính trong tình thế khó khăn đó, *để cổ xúy và thiết thực giúp đỡ doanh nhân người Việt, một số cơ quan giáo dục và báo chí của người Việt đã lên tiếng phát động các phong trào “Chấn hưng thực nghiệp”, “Tẩy chay Khách Trú”, và “Chấn hưng thương trường”*.

Diễn đàn đầu tiên của doanh nhân người Việt là *Nông Cổ Mìn Đàm*, một tờ báo tiếng Việt chuyên về nông nghiệp và thương nghiệp, ấn hành tại Sài Gòn từ năm 1901 đến năm 1921, do người Pháp Paul Canavaggio, một chủ đồn điền và thương gia làm chủ nhiệm, chủ bút lần lượt là các ký giả Dũ Thúc Lương Khắc Ninh, Gilbert Trần Chánh Chiêu, Nguyễn Chánh Sắt. Đây được coi là tờ báo kinh tế đầu tiên bằng chữ Quốc ngữ. Từ cuối thế kỷ XIX, Nam Kỳ đã bước vào giai đoạn hiện đại hoá, sớm nhất Việt Nam. Trên địa hạt kinh tế, đây cũng là nơi diễn ra sớm nhất cuộc đấu tranh giữa doanh nhân người Việt với “Chệt” (doanh nhân người Hoa) và “Chà” (doanh nhân người Ấn). Và tờ *Nông Cổ Mìn Đàm* đã sớm tham gia vào trường thương chiến đó. Dấu ấn đậm nét nhất là sự kiện Nguyễn Chánh Sắt, chủ bút tờ *Nông Cổ Mìn Đàm*, đứng ra phát động phong trào “Chấn hưng thực nghiệp”, “Tẩy chay Khách Trú”, chấn động toàn quốc vào năm 1919. Tháng 8/1919, một số tiệm cà phê của Hoa kiều ở Sài Gòn tự ý tăng giá và có thái độ miệt thị đối với khách người Việt. Thương nhân người Việt phản ứng bằng cách tự mở tiệm cà phê và hô hào người Việt Nam không vào các tiệm quán của Hoa thương. Ngày 30/8/1919, tờ *Tribune Indigène* (Diễn đàn bản xứ) xuất bản ở Sài Gòn đăng bức thư của một Hoa thương ký tên là Lý Thiên gởi các báo ở Nam Kỳ, sỉ nhục người Việt Nam và thách đố phong trào tẩy chay. Bức thư đã gây ra sự phẫn nộ dữ

đội. Phản ứng lại, cùng ngày 30/8/1919, Nguyễn Chánh Sắt đã đăng đàn diễn thuyết trước đông đảo cử tọa ở Sài Gòn, hô hào người Việt Nam hùn vốn để thành lập một tổ chức kinh doanh lúa gạo, cạnh tranh với thương nhân Hoa kiều. Từ Sài Gòn, phong trào “Tẩy chay Khách Trú”, còn gọi là phong trào “Đề chế Bắc hoá” (“tẩy chay” là tiếng Việt du nhập từ tiếng Hoa Quảng Đông; “đề chế” là tẩy chay đọc theo âm Hán Việt; “Bắc hoá” là hàng hoá của người phương bắc tức người Hoa) mau chóng lan rộng ra cả nước, đặc biệt ở các thành thị tập trung đông Hoa kiều như Hà Nội, Hải Phòng, Nam Định. Đánh giá sự kiện này, báo cáo chính trị của Phủ Toàn quyền Đông Dương năm 1919 viết rằng: “Phong trào tẩy chay xảy ra ở Sài Gòn này tuy rằng quá trớn, nhưng cũng có ý nghĩa rằng tư tưởng đã đổi mới, mới đây ít năm thì người Nam Kỳ chẳng những không thích mà còn sợ cái việc buôn bán, bây giờ thì họ thấy thương mại là quan trọng cho họ và họ cần phải cố gắng trên cái hướng này... Những người chủ chốt trong vụ tẩy chay này (ở Bắc Kỳ) nói chung là thuộc vào hạng thương gia giàu có, hạng thầu khoán lớn” [Dương Trung Quốc, 2002, tr.15-17].

Khi các phong trào Duy Tân - Đông Du, Đông Kinh Nghĩa Thục và Minh Tân bùng nổ, cổ động chấn hưng thực nghiệp đã trở thành chủ trương quán xuyến của các lãnh tụ phong trào như Phan Bội Châu (1867-1940), Phan Châu Trinh (1872-1926), Lương Văn Can (1854-1927), Trần Chánh Chiếu (1867-1919). Chính thức hoạt động từ tháng 5/1907 và bị đóng cửa vào tháng 1/1908, chỉ trong vòng 9 tháng, Đông Kinh Nghĩa Thục do Lương Văn Can làm Thục trưởng đã kịp ấn hành ba tài liệu học tập tuyên truyền có nội dung kêu gọi chấn hưng thực nghiệp do các chí sĩ Duy Tân biên soạn: sách *Quốc dân độc bản* (1907) của Đông Kinh Nghĩa Thục, sách *Nam Quốc địa dư* (1907) của Lương Trúc Đàm, bài *Hợp quần doanh sinh thuyết* (1907) của Nguyễn Thượng Hiền. Bên cạnh đó, nhà trường còn có cơ quan ngôn luận

không chính thức là hai tờ báo sử dụng cả chữ Hán và chữ Quốc ngữ: *Đại Việt Tân Báo* do Đào Nguyên Phổ làm chủ bút, và *Đăng Cổ Tùng Báo* do Nguyễn Văn Vĩnh làm chủ bút phần quốc văn.

Đại Việt Tân Báo (tên tiếng Pháp: *L'Annam*) là tờ báo tư nhân đầu tiên ở Hà Nội in bằng chữ Quốc ngữ và một phần chữ Hán, do Alfred-Ernest Babut (1878-1962), một trí thức dân chủ người Pháp, thành viên Liên minh Bảo vệ Nhân quyền và Dân quyền Pháp, sáng lập ngày 21/2/1905 và đứng tên chủ nhiệm. Tờ báo do Đào Nguyên Phổ (1861-1907), người thường góp ý kiến cho việc giảng dạy Hán văn của Đông Kinh Nghĩa Thục, làm chủ bút, và có sự cộng tác của Phan Châu Trinh. Cho nên, sau khi đàn áp Đông Kinh Nghĩa Thục, thực dân Pháp đã đóng cửa tờ *Đại Việt Tân Báo* vào ngày 5/5/1908 [Lý Tùng Hiếu, 2005, tr.93-94].

Đăng Cổ Tùng Báo là tờ báo bằng chữ Quốc ngữ và chữ Hán ở Bắc Kỳ, cải tổ từ ấn bản cũ là tờ *Đại Nam Đồng Văn Nhật Báo* in bằng chữ Hán, do François Henri Schneider, một chủ nhà in, làm chủ nhiệm. Số đầu tiên ra ngày 28/3/1907. Chủ bút phần chữ Quốc ngữ là Nguyễn Văn Vĩnh (1882-1936), một sáng lập viên của Đông Kinh Nghĩa Thục, tham gia giảng dạy Việt văn và Pháp văn tại trường. Theo Dương Trung Quốc [2001], “*Đăng Cổ Tùng Báo* của Đông Kinh nghĩa thực Hà Nội, đăng tải nhiều bài viết của Nguyễn Văn Vĩnh hô hào lập hội buôn, chấn hưng kinh tế”. Ngay trước khi đàn áp Đông Kinh Nghĩa Thục, thực dân Pháp đã gây khó dễ để đóng cửa tờ *Đăng Cổ Tùng Báo* vào ngày 11/11/1907 [Lý Tùng Hiếu, 2005, tr.93-94].

Ở Nam Kỳ, dưới ngòi bút của lãnh tụ phong trào Minh Tân Trần Chánh Chiếu, ngay từ khi ra đời, tờ *Lục Tỉnh Tân Văn* đã trở thành diễn đàn phát động “Chấn hưng thực nghiệp”. Tờ báo này cũng do François Henri Schneider làm chủ nhiệm, và Gilbert Trần Chánh Chiếu làm chủ bút. Số đầu tiên ra ngày 15/11/1907. Trước đó, Trần Chánh Chiếu đã sang Hương Cảng gặp Phan Bội Châu và tiếp thu tư tưởng Duy Tân. Cho nên, trên tờ *Lục Tỉnh Tân*

Văn, ông đã công khai hô hào quốc dân chấn hưng thực nghiệp. Đồng thời, ông thành lập hội Minh Tân và một loạt cơ sở kinh doanh ở Nam Kỳ như Nam Trung Khách sạn (Sài Gòn, 15/11/1907), Minh Tân Khách sạn, Công ty Nam Kỳ Minh Tân Công nghệ (Mỹ Tho, 1/6/1908-10/1908),... Mục đích duy tân cứu nước của Trần Chánh Chiếu quá rõ ràng. Cho nên, sau khi đàn áp phong trào Minh Tân, thực dân Pháp đã đóng cửa tờ *Lục Tỉnh Tân Văn* (11/1908), và bắt giam Trần Chánh Chiếu suốt ba năm (1908-1910) [Lý Tùng Hiếu, 2005, tr.40]. Sau đó, tờ *Lục Tỉnh Tân Văn* được tục bản, với chủ bút mới là Lương Khắc Ninh. Với sự tăng cường các tin bài về kinh tế, tờ *Lục Tỉnh Tân Văn* đã duy trì hoạt động đến tận năm 1944, với số báo cuối cùng ra ngày 30/9/1944.

Vào tháng 7/1913, *Lục Tỉnh Tân Văn* đã ra thêm một phụ bản ở Hà Nội là tờ *Đông Dương Tạp Chí*, do François Henri Schneider làm chủ nhiệm, và Nguyễn Văn Vĩnh làm chủ bút. Tạp chí này viết bằng chữ Quốc ngữ, ra ngày thứ Năm hằng tuần, và duy trì hoạt động đến năm 1919. Nội dung chia thành các chuyên mục: lịch sử, phong tục, cổ văn, cổ học, dịch thuật. Chính trên tạp chí này, từ số 24 đến số 49, từ năm 1913 đến năm 1914, Phan Kế Bính (1875-1921) đã đăng tải một loạt bài biên khảo nhiều kỳ về văn hoá Việt Nam. Năm 1974, Phong trào Văn hoá ở miền Nam đã xuất bản loạt bài ấy thành sách *Việt-Nam phong tục*, có thêm phần Giới thiệu và Phê bình của Phạm Việt Tuyền. Trong cuốn sách dài 414 trang này, thật bất ngờ là Phan Kế Bính đã dành 14 trang để biên khảo, bàn luận về 4 nghề nghiệp mưu sinh phổ biến của người Việt đầu thế kỷ XX: “nghề làm ruộng”, “nghề nuôi tằm”, “nghề bách công”, “nghề buôn bán”. Cuối mục “Nghề buôn bán”, Phan Kế Bính đã chỉ ra năm nguyên nhân khiến cho “việc buôn bán của ta không được thịnh vượng bằng các nước”, nguyên văn như sau:

“Một là vì ta *không biết trọng nghề buôn bán*. Phần nhiều người chỉ nô nức về đường công danh sĩ hoạn mà coi nghề buôn bán là một nghề khinh thường. Người giàu có cho con đi học, mong cho con về sau nhất ra thì làm nên ông nghè ông bảng, không nữa thì cũng phải làm được ông hậu ông hàn, chớ nào ai mong cho con mai sau làm nên bác lái này hay ông tài nọ. Người làm quan giờ về thì lấy gió mát trăng thanh, cúc thơm lan tốt, chè chuyên thuốc quán, đàn ngọt, hát hay làm vui thú, chớ nào ai thiết gì ông chủ cửa hàng nọ, ông quản lý cửa hiệu kia. Mà các bác nhờ tổ ấm đủ bát ăn thì cũng lấy sự thanh nhàn là thú ở trên đời, còn việc buôn bán thân mẹ đi. Té ra bao nhiêu công việc buôn bán phần nhiều ở trong tay người đàn bà và ở trong bọn mấy chú lái thì mong sao mà mở mang ra to được.

“Hai là vì nhất tính *không dám đi xa*. Người nhờ có vốn chỉ ngồi phên phệt một xó, cái gì cũng chờ người ta mang đến tận nơi, mua tranh bán cướp với nhau, chớ một bước cũng không dám dời đi đâu cả. Ví dụ có đi chẳng nữa thì chẳng qua Hà Nội xuống Hải Phòng, Sơn Tây xuôi Nam Định đã cho là xa xôi, ai bần cùng lắm mới lên đến Lầu Cai, Yên Bái, hoặc vào đến Bình Định, Sài Gòn. Còn chỉ những lo nước độc ma thiêng, hoặc là phong ba bất trắc mà quanh năm chí tối, bán quần buôn quanh”.

“Ba là vì *không có lòng thành thật*, nhất là những kẻ gian tham, của một nói thách lên mười để lừa những người khờ dại, nhờ cái sự sợ ý của người ta mà kiếm ăn làm giàu làm có, thì cái tài ấy cũng đáng khinh bỉ lắm. Lại còn những kẻ giả dối điêu trá nói tốt bán của xấu, càng người quen càng nèn đau thì cũng đáng khinh nữa. Đến như các nhà hợp cổ mở ra hội này hội khác, công việc chưa thành, đã đem lòng ngờ vực nhau rồi. Nào là chủ hội thì nghi cho người làm công ăn bớt, nào là người cổ phần thì nghi cho chủ hội hà lạm. Mà rồi thì ai ai cũng chỉ muốn giữ lợi riêng, chẳng quan gì đến hội nữa. Vì thế người có phần sinh chán, mà chẳng bao lâu phải tan”.

“Bốn là vì ta *không có lòng kiên nhẫn*. Phàm làm việc gì, có phải dễ dàng mỗi chốc mà thành hiệu ngay được đâu. Ta buôn bán động hơi thấy lỗ vốn một chút hoặc hơi vấp vấp điều gì thì đã ngã lòng ngay. Hoặc người đóng cửa giả môn bài, hoặc người xin thôi cổ phần, làm cho các việc có cơ tán tới mà cũng phải tan không thành nữa”.

“Năm là vì *ua phù hoa, lấy sĩ diện với ngoài*. Ai buôn bán hơi được kha khá phát tài, đã vội vàng đổi ngay bộ dáng cũ. Cửa nhà trang sức rực rỡ, coi ra đáng đại phú gia rồi. Đi đâu thì quần nọ áo kia, xe xe ngựa ngựa, nghênh ngang lên mặt tưởng không ai phong lưu bằng ta, nhất là dư của mà mua được tiếng ông hàn, ông bá thì lại coi ra đáng nữa. Chí khí nông nổi như vậy thì tích lũy làm sao cho nên một vốn to, để mở mang cho mỗi ngày một phát đạt”.

“Vì các lỗi trên này mà đường buôn bán suy nhược, trách nào mà bao nhiêu lợi quyền chẳng vào tay người khác”.

“Ít lâu nay đã có người hiểu cách buôn bán là trọng, lập nên công này việc khác cũng đã ra tuồng, và cũng đã được hưởng những lợi quyền sung sướng ở trong việc buôn bán. Song nghìn muôn người mới được một vài người, chớ phần nhiều thì vẫn u u mê mê như trước mà dẫu có muốn mở mang cũng không có lòng thành tín và lòng kiên nhẫn để cho nên một cuộc hay”.

“Than ôi! việc lý tài chung của một nước, trọng nhất là sự buôn bán. Đường buôn bán có thịnh thì nước mới thịnh, đường buôn bán mà suy thì nước cũng suy. Thử xem như các nước cường thịnh bây giờ nước nào là nước không có tàu đi buôn đi nhiều nơi, nước nào là nước không có hiệu buôn lập nhiều chốn, có đâu lại lạ như nước ta, không được một chiếc tàu nào xuất dương, một cửa hàng nào ở ngoại quốc, vậy mà cứ muốn vinh dự như các nước, thì vinh làm sao được?” [Phan Kế Bính, 1974, tr.269-282].

Các phong trào “Chấn hưng thực nghiệp”, “Tẩy chay Khách Trú”, “Chấn hưng thương trường” do báo chí Sài Gòn tham gia phát động, đã kích thích giới doanh nhân người Việt ở Bắc Kỳ sử dụng phương tiện báo chí để thúc đẩy chấn hưng thực nghiệp. Ngày 12/7/1920, *Thực Nghiệp Dân Báo* ra số đầu tiên. Đây là tờ “nhật báo thông tin kinh tế, thương mại, kỹ nghệ và nông nghiệp”, do một số nhà tư sản lớn như Nguyễn Hữu Thu (chủ xưởng đóng tàu và thầu khoán ở Hải Phòng), Bùi Đình Tá, Bùi Huy Tín (những tài chủ lớn ở Hà Nội) chủ trương. Giám đốc chính trị là Mai Du Lâm. Đây là diễn đàn của giới tư sản, điền chủ ở Bắc Kỳ đang vươn lên sau Thế chiến thứ I, cùng với các tầng lớp tiểu tư sản, học sinh, trí thức có tinh thần dân tộc mà về sau tham gia vào tổ chức Việt Nam Quốc dân Đảng. *Thực Nghiệp Dân Báo* xuất bản không liên tục, đến tháng 6/1935 thì đình bản hẳn [Dương Trung Quốc, 2002, tr.23-24]. Trong suốt thời gian tồn tại, *Thực Nghiệp Dân Báo* đã liên tục đăng tải các bài vở cổ động chấn hưng thực nghiệp của các nhà kinh doanh, nhà báo như: “Lòng người An nam đối với việc thương mại” (13/7/1920), “Bàn về giá trị và tư cách việc thực nghiệp” (Nguyễn Phong Di, 17/7/1920), “Gánh vàng đi đổ sông Ngô” (Đặng Đình Điền, 19/7/1920), “Một khuynh hướng sai nên giải” (20/7/1920), “Tiền với ta” (Nguyễn Khắc Hanh, 27/7/1920), “Nhân công là căn bản của mọi đường thực nghiệp” (27/7/1920), “Buôn hơn làm ruộng” (Đức Xuyên, 31/7/1920), “Bao giờ người An nam ta mới thoát khỏi nỗi đem vàng đi đổ sông Ngô” (31/7/1920), “Gạo ta xuất cảng” (5/8/1920), “Không gì bằng công nghệ” (Mai Xuân Nguyên, 12/8/1920), “Các hội buôn của người An nam ta” (14, 16/8/1920), “Nói về sự quảng cáo đồ hàng ở cái thời đại gần đây” (24/8/1920), “Tư bản, nhân tài, nhân công” (Bùi Huy Tín, 28/9/1920), “Bàn về thực nghiệp” (Đặng Đình Điền, 28/9/1920), “Bàn về thực nghiệp” (Đào Trinh Nhất, 5/10/1920), “Hồn thực nghiệp tỉnh dậy” (Hoàng Quang Hương, 5/10/1920), “Góp vốn buôn chung” (Nguyễn Sĩ Lung, 7/10/1920), “Làm ruộng hơn

buôn” (Nhự Mai, 7/10/1920), “Công nghệ có chấn hưng thì thương nghiệp mới phát đạt” (7/10/1920), “Cuộc đấu xảo canh nông năm 1920” (23/10/1920), “Nghĩ về sinh kế nước nhà” (Mai Du Lâm, 4/11/1921), “Cuộc thương chiến sao cho quyết thắng” (4/11/1920), “Khoa học với nông nghiệp” (Mai Đăng Đệ, 11/11/1920), “Muốn thực nghiệp cần phải hiểu nghĩa thực nghiệp” (Vũ Như Châu, 20/11/1920), “Bàn về thực nghiệp” (Trần Tuấn Khải, 30/11/1920, 2/12/1920), “Đàn bà ta cũng nên lập hội buôn” (Nguyễn Bính Giai, 17/3/1922), “Về vấn đề hợp quần doanh nghiệp ở nước ta” (An Đình, 20/4/1922), “Nội hoá” (22/9/1922), v.v. [Vũ Thị Ngọc Yến 2014]. Chính trên tờ Thực Nghiệp Dân Báo, số ra ngày mừng 2 tháng 2 năm Bính Dần (15/3/1926), đã xuất hiện bài báo “Sự buôn bán nước ta”. Và Lương Văn Can, khi ấy đang dạy học ở Ôn Như Trường, số 4 Hàng Đào, Hà Nội, đã đưa toàn bộ bài báo ấy vào cuối cuốn sách *Thương học phương châm* [Lương Văn Can, 2020, tr.51-57]. Bài báo này đã mở rộng và đào sâu những luận giải và chỉ trích của Phan Kế Bính về tình trạng thương mại yếu kém của Việt Nam trong bài “Nghề buôn bán” đăng trên *Đông Dương Tạp Chí* mười hai năm trước đó. Nó cho thấy giới kinh doanh và trí thức yêu nước đương thời bức xúc đến như thế nào về những trở lực khách quan và chủ quan dai dẳng, ngăn cản sự phát triển của kinh doanh, thương mại Việt Nam.

Tiếp sau đó là tờ *Khai Hoá Nhật Báo*, ra số đầu tiên vào ngày 15/7/1921 tại Hà Nội. Đây là tờ báo do chính Bạch Thái Bưởi chủ trương, các nhà báo Hoàng Tích Chu, Đỗ Thận tổ chức thực hiện. Tờ báo tập trung phản ánh nguyện vọng của tầng lớp tư sản, tiểu tư sản bản xứ, theo các tôn chỉ: “Một là giúp đồng bào ta tự khai hoá, dạy bảo lẫn nhau... mở mang con đường thực nghiệp. Hai là giải bày cùng Chính phủ bảo hộ những yêu cầu thiết thực, chính đáng của quốc dân. Ba là diễn giải những ý kiến, những lợi ích, tác hại của các công việc Chính phủ đang làm...”. Tờ báo

này tồn tại đến năm 1927 [Dương Trung Quốc, 2002, tr.23-24, 33].

Như vậy, tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can đã được hình thành dựa trên một loạt tiền đề khách quan: tình thế bế tắc và cô lập của các phong trào cứu nước; sự thống trị của tư bản người Pháp và người Hoa đối với kinh tế Việt Nam; sự khởi nghiệp kiên cường của một số doanh nhân người Việt; các phong trào “Chấn hưng thực nghiệp”, “Tẩy chay Khách Trú”, “Chấn hưng thương trường” do một số cơ quan giáo dục và báo chí của người Việt phát động trong ba thập niên đầu thế kỷ XX. Có mối liên quan rõ rệt với tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can là hai tờ báo xuất bản ở Hà Nội: *Đông Dương Tạp Chí* (1913-1919) với loạt bài biên khảo về thực nghiệp của Phan Kế Bính; và *Thực Nghiệp Dân Báo* (1920-1935) với các bài vở cổ động chấn hưng thực nghiệp. Với những tiền đề khách quan như vậy, có thể nói tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can không phải là những ý tưởng thiên tài đột xuất, mà là một sản phẩm của bối cảnh lịch sử Việt Nam đầu thế kỷ XX, khi một nhà cách mạng Duy Tân tìm thấy và kiên trì con đường cứu nước bằng giáo dục và phát triển kinh doanh, thương mại.

4.2. Điều kiện chủ quan của sự hình thành tư tưởng kinh doanh Lương Văn Can

Cùng với những tiền đề khách quan, sự hình thành tư tưởng kinh doanh Lương Văn Can tất nhiên không thể thiếu các điều kiện chủ quan. Đó là những hoàn cảnh cá nhân của một chí sĩ Duy Tân đã từng trải qua công việc quan sát và hướng đạo về chiến lược, chiến thuật kinh doanh.

Đầu tiên là mối lương duyên đã gắn kết Lương Văn Can với kinh doanh, thương mại, sau khi chàng Nho sinh ấy thi đậu cử nhân năm 1874 và lập gia đình với Lê Thị Lễ, một phụ nữ giỏi giang, cần kiệm và thạo nghề buôn bán, có cửa hiệu ở trung tâm

Hà Nội. Thương mại vốn là một cái nghề mà xã hội Việt Nam xưa vốn coi khinh. Thế nhưng, đối với một người như Lương Văn Can – vừa là một người chủ gia đình, vừa là một trí thức khoa bảng biết ưu dân ái quốc – thì có thể có những suy nghĩ khác với thường tình. Trong khi việc dạy học của Lương Văn Can ở số 4 Hàng Đào có mục đích là “lập chí”, “lập ngôn” chứ không chỉ mưu sinh đơn thuần, thì việc kinh doanh của vợ con cụ ở Hàng Đào và Hàng Ngang có ý nghĩa thiết thực hơn, trực tiếp hơn: nó ảnh hưởng đến toàn bộ đời sống gia đình. Còn xung quanh đó thì cảnh làm ăn buôn bán náo nhiệt của Hà Nội ba mươi sáu phố phường bày ra trước mắt hằng ngày. Vậy làm sao cụ có thể thờ ơ mà không buồn lưu tâm, quan sát. Rất có thể, từ những điều quan sát được qua thực tế kinh doanh của gia đình và của hàng phố xung quanh, cụ đã đi tới chiêm nghiệm để tìm ra trong cái thực tiễn sinh động đó một sợi dây kết nối giữa kinh doanh, thương mại như một phương tiện để mưu sinh và làm giàu cho bản thân, với kinh doanh, thương mại như một con đường để hồi sinh, để làm mạnh nội lực quốc gia.

Không dừng lại ở đó, khi tham gia sáng lập và điều hành Đông Kinh Nghĩa Thục (1907-1908), Lương Văn Can đã có được cơ hội thứ hai cho phép cụ mở rộng tầm nhìn đối với kinh doanh, thương mại. Đông Kinh Nghĩa Thục là một cơ quan công khai do các sĩ phu yêu nước ở hai miền Trung Bắc phối hợp lập ra để truyền bá tư tưởng yêu nước và duy tân trong các lĩnh vực văn hoá - giáo dục, xã hội và kinh tế. Riêng về kinh tế, chủ trương của Đông Kinh Nghĩa Thục là kêu gọi quốc dân chấn hưng thực nghiệp, bỏ vốn mở mang công nghệ, tiểu thủ công nghiệp, nông nghiệp và khai mỏ... Thực hiện chủ trương kinh tế theo hướng Duy Tân, Ban Tu thư của Đông Kinh Nghĩa Thục mà Lương Văn Can là biên tập viên chính đã biên soạn sách *Quốc dân độc bản* (1907), Lương Trúc Đàm biên soạn sách *Nam Quốc địa dư* (1907) bao gồm trong đó nhiều đề mục nói về kinh tế, kinh

doanh, và phổ biến bài *Hợp quần doanh sinh thuyết* (1907) của Nguyễn Thượng Hiền dưới hình thức song thất lục bát Quốc ngữ. Không chỉ thế, để thực hành tư tưởng chấn hưng thực nghiệp đồng thời cung cấp tài chính cho nhà trường và cho phong trào Đông Du, một số thành viên của nhà trường còn thành lập tại Hà Nội các hiệu buôn Đồng Lợi Tế, Tuy Phương, Hồng Tân Hưng, Công ty Đông Thành Xương. Đó là chưa kể một loạt cơ sở kinh doanh khác do các hội viên hoặc những người chịu ảnh hưởng của tư tưởng Duy Tân lập ra ở Hà Nội, Phúc Yên, Hưng Yên, Việt Trì,... Tuy chỉ tồn tại cho đến năm 1908, nhưng các cơ sở kinh doanh này đã đem lại không ít kinh nghiệm. Là Thực trưởng phụ trách việc chi xuất, Lương Văn Can đương nhiên có điều kiện để chiêm nghiệm về kinh doanh, thương mại một cách thật sâu xa. Bởi vì mục đích của các cơ sở kinh doanh của Đông Kinh Nghĩa Thực không dừng lại ở lợi nhuận, mưu sinh hay làm việc nghĩa ở phạm vi hẹp như cửa hàng của gia đình cụ, mà nó nhằm tạo nguồn tài chính, tạo tiềm lực kinh tế cho các hoạt động Duy Tân - Đông Du, cứu nước; và cùng với việc phổ biến các tài liệu học tập tuyên truyền liên quan đến kinh tế kinh doanh, nó còn nhằm canh tân não trạng của cả một dân tộc, một thế hệ đối với vấn đề kinh doanh, thương mại. Cho nên, tầm nhìn của Lương Văn Can đã nhờ những hoạt động ấy và mục đích ấy mà nâng lên một tầm cao mới: từ tầm nhìn của một người chủ tinh thần của một “doanh nghiệp gia đình” vươn lên tầm nhìn cấp dân tộc, quốc gia. Chỉ với tầm nhìn mới này, Lương Văn Can cũng như các nhà Duy Tân khác mới có thể hoàn toàn vượt qua quan niệm cũ coi kinh doanh, thương mại như một phương tiện lợi mình hại người của “bọn lái buôn”, nâng kinh doanh, thương mại lên tầm một phương thức tự tồn, tự cường mới của dân tộc Việt Nam, kết hợp trong nó truyền thống văn hoá của dân tộc với tri thức kinh doanh tân tiến của thế giới.

Cái cơ hội thứ ba đưa Lương Văn Can đến với doanh thương là khi cụ bị lưu đày sang Nam Vang tức Phnom Pênh (1913-1921), phải tự mưu sinh nhưng lại không thể dạy học để mưu sinh như trước nữa. Vậy cụ và người con trai út mà cụ đem theo lấy gì để sống? Những năm tháng chiêm nghiệm hoạt động kinh doanh của gia đình và Đông Kinh Nghĩa Thục, và có lẽ cũng có tham gia ý kiến khi cần thiết, đã đem lại cho cụ nhãn quan nhạy bén của một nhà kinh doanh và tầm nhìn chiến lược của một nhà khai phá. Thấy rằng mảnh đất Nam Vang và Cao Miên (Campuchia) vẫn còn là một thị trường trống trải (những Việt kiều ở Cao Miên thời ấy chủ yếu sống nhờ vào ngư nghiệp Biển Hồ và dịch vụ nhỏ, riêng buôn bán thì nằm trong tay Hoa kiều), cụ cùng con gái, con dâu tổ chức luôn hai rồi ba cửa hiệu, phối hợp với cụ bà Lê Thị Lễ ở Hà Nội và một số thương gia ở Sài Gòn, thiết lập đường dây buôn bán xuyên biên giới Việt - Miên. Việc kinh doanh từ đó phát đạt rất nhanh. Đó có thể nói là một thứ “công ty xuất nhập khẩu” đầu tiên mà thương nhân người Việt thành lập trong lịch sử. Trước đó, chợ búa ở Việt Nam hầu hết đều là chợ nhỏ. Việc “chạy chợ” là việc của các bà các cô, chứ đàn ông ít khi rở động trừ một số ngành buôn đòi hỏi sức vóc đàn ông (buôn trâu, buôn gỗ từ mạn ngược, v.v.). Tại các cảng thị xuất nhập khẩu hình thành trong hai thế kỷ XVII-XVIII như Phố Hiến, Hội An, Nông Nại Đại Phố, Bến Nghé (Sài Gòn), Sài Gòn (Chợ Lớn), Mỹ Tho Đại Phố, thương lái người Việt cũng chỉ đạt đến tầm tập kết hàng đến phố, còn đầu mối giao dịch, mua bán với nước ngoài vẫn nằm trong tay các ông chủ người Hoa và các ngoại kiều. Cho nên, cái doanh nghiệp mà Lương Văn Can và gia đình lập ra ở Nam Vang tuy chẳng phải lớn lao gì so với ngày nay, nhưng tác dụng mở đường của nó phải khiến cho thương giới đương thời ngưỡng mộ và noi gương tiếp bước [Lý Tùng Hiếu, 2007, tr.56-58; Lý Tùng Hiếu, 2008, tr.336-339; Lương Văn Can, 2020, tr.215-216].

Ngoài ra, trong các điều kiện chủ quan, còn có một “nguồn tư liệu” nữa cung cấp tri thức kinh doanh và đạo đức kinh doanh để Lương Văn Can đúc kết, đưa vào sách. Đó là cách thức bảo toàn vốn liếng và phân chia lợi tức, đã thành nền nếp trong việc kinh doanh của gia đình cụ. Dựa vào bản *Di chúc* của Lương Văn Can trong *Lương gia thứ chi phả*, ta biết được cách thức ấy như sau: “Nhà ta nhờ tổ tôn tích đức, ta hai người thành khẩn cần kiệm mới gọi là lập nên môn hộ, có được tiểu khang sản-nghiệp. Đương buổi đời này thương chiến cạnh tranh rất mạnh, khôn sống vụng chết, hơn được kém thua, cứ như bấy nhiêu tư bản, hợp lại thời còn đủ xoay xở, chia ra thời không thể tranh đua. Phàm trong nhà con cùng cháu, dâu cùng rể, đều nên đồng tâm hiệp lực, cùng làm cùng lo, đừng nghĩ tiền chung mà tiêu hoang, đừng nghĩ của chung mà làm biếng, ăn cũng cùng vị, mặc cũng cùng sắc. Trẻ con phải bắt học cho sớm, chớ để nhón lên, mà vô nghiệp. Cứ giữ lấy chữ công, chữ nhẫn mà ở mấy nhau. Mỗi năm một lần tính vốn, chia lợi tức làm 4 phần, hai phần để làm chi tiêu, một phần để thêm vào vốn, một phần để làm sự công ích, hoặc đỡ người cấp nạn...” [Lý Tùng Hiếu, 2005, tr.206]. Tức là, trong gia đình, cụ đã răn dạy con cháu chẳng những về sự kết đoàn, công tâm, nhẫn nại trong việc kinh doanh, mà còn về nghĩa vụ đối với xã hội, đối với đồng bào còn khốn khó hơn mình.

Nói dễ, làm khó. Vậy Lương Văn Can và gia đình cụ có làm được những gì cụ khuyến bảo hay không? Chúng ta hãy xem qua vài điểm nhấn: Năm 1907, vợ chồng Lương Văn Can đã bán đứt một cửa hiệu ở Hàng Ngang để trang trải công nợ cho Đông Kinh Nghĩa Thục. Năm 1910 và 1912, Lương Văn Can gởi tiền chi viện cho các nhà cách mạng Đông Du ở Quảng Đông và Quảng Tây. Năm 1924, Lương Văn Can bỏ tiền xây trường và lát gạch đường làng ở Nhị Khê. Từ năm 1917 đến năm 1931, Lương Văn Can, tiếp nối là Nguyễn Thị Hồng Đính, dùng lợi tức kinh doanh ở Nam Vang để tài trợ cho các chiến sĩ cách mạng và chu

cấp cho những người yêu nước bị tù đầy ngoài Côn Đảo. Trong khi đó, gánh nặng sinh kế của gia đình cụ không hề nhẹ chút nào. Trong những năm cuối đời của Lương Văn Can, cả năm người con trai của cụ (Lương Trúc Đàm, Lương Ngọc Quyến, Lương Ngọc Nhiễm, Lương Ngọc Bân, Lương Ngọc Môn) đều đã từ trần. Cụ có ba người con gái thì Lương Thị Tín cũng đã mất sớm, Lương Thị Thi và Lương Thị Trí đã gả chồng. Đại gia đình của Lương Văn Can khi ấy gồm có cụ và phu nhân Lê Thị Lễ, với mười người cháu cần được nuôi ăn nuôi học, gồm ba người cháu là con của Lương Trúc Đàm, hai người cháu là con của Lương Ngọc Quyến, năm người cháu là con của Lương Ngọc Bân. Nguyễn Thị Hồng Đính vẫn còn ở lại buôn bán ở Nam Vang cho đến năm 1931. Cho nên, gánh nặng mưu sinh, Lương Văn Can và cụ bà Lê Thị Lễ phải cùng nhau gánh vác mãi cho đến khi hai cụ theo nhau từ trần vào năm 1927. Mà cơ sở kinh doanh thì chỉ còn lại căn nhà số 4 Hàng Đào, vừa làm cửa hiệu vừa làm trường học. Như vậy, để có thể làm việc nghĩa, hai cụ Lương Văn Can - Lê Thị Lễ cũng như con gái là Lương Thị Trí, con dâu là Nguyễn Thị Hồng Đính (vợ Lương Ngọc Quyến), Nguyễn Thị Vân Thiềm (vợ Lương Ngọc Bân) hẳn phải hết sức cần kiệm, và xem kinh doanh chẳng qua là phương tiện để giúp dân, giúp nước. Nói cách khác, sự thành công trong kinh doanh của đại gia đình Lương Văn Can không nhằm “vinh thân, phì gia” mà hướng tới một mục đích cao cả hơn nhiều: cống hiến cho xã hội và cho dân tộc. Nói cách khác, Lương Văn Can dùng kinh doanh không chỉ để nuôi dưỡng việc kinh doanh, mà chủ yếu là để nuôi chí giúp dân, cứu nước. Cho nên, cho dù cần kiệm và năng động đến mấy, Lương Văn Can vẫn không thể trở thành “đại phú hộ” trong giới kinh doanh được. Nhưng cụ đã trở thành một nhà ái quốc, một nhà cách mạng Duy Tân có tầm nhìn sâu rộng không chỉ về văn hoá, giáo dục, mà cả về kinh doanh, thương mại. Đây là chỗ khác biệt của Lương Văn Can so với các trí thức yêu nước Nho học và Tây học đương thời,

và cũng khác biệt với cả các doanh nhân người Việt đã tranh đấu và thành công trong chốn thương trường đầu thế kỷ XX.

Như vậy, bên cạnh những tiền đề khách quan, hoàn cảnh cá nhân đã góp phần đưa đẩy Lương Văn Can ba lần đến với kinh doanh, thương mại. Trong cả ba lần ấy, Lương Văn Can đều đóng vai trò của người quan sát và hướng đạo về chiến lược, chiến thuật kinh doanh, góp phần đem lại sự thành công cho doanh nghiệp gia đình và đem lại cho bản thân cụ nhiều kiến thức, kinh nghiệm quý. Đặc biệt là lần thứ ba, khi mà sự trải nghiệm hoạt động kinh doanh ở tầm quốc gia và quốc tế đã đem lại cho cụ những tri thức mới mẻ và giá trị, có thể chọn lọc, đúc kết để chuyển giao cho các thế hệ đương thời. Như cụ bày tỏ trong *Lương gia tộc phả*: “Ta nay 70 tuổi ở nhà vô sự, thương mình gặp lúc vận nước gian nan, nghĩa đảng linh lạc, không biết nói chuyện với ai, chỉ nghĩ làm một hai bộ sách làm gương cho người hoặc là có ích cho nhân quần xã hội” [Lương Văn Can, 2020, tr.349].

5. Kết luận

Nhằm tiếp tục làm sáng tỏ bối cảnh lịch sử và hoàn cảnh ra đời của tư tưởng kinh doanh Lương Văn Can trong giai đoạn giao thời của lịch sử Việt Nam đầu thế kỷ XX, trên đây tác giả đã trình bày những tiền đề khách quan, bao gồm tình hình chính trị ở Đông Á và Đông Nam Á, và tình hình chính trị, kinh tế trong nước. Về tình hình chính trị ở Đông Á và Đông Nam Á, vào lúc Lương Văn Can biên soạn hai tác phẩm *Kim cổ cách ngôn* và *Thương học phương châm*, các phong trào cứu nước đã lâm vào tình thế bế tắc và cô lập. Về tình hình chính trị trong nước, cuộc khởi nghĩa Thái Nguyên (1917-1918) đã đánh dấu sự kết thúc của các phong trào cứu nước bằng bạo động vũ trang đầu thế kỷ XX, và chưa có đường lối cứu nước nào mới mẻ hơn thay thế. Về kinh tế, trong bối cảnh thực dân Pháp triển khai kế hoạch khai thác thuộc địa lần thứ hai sau Thế Chiến thứ nhất (1914-1918), các doanh nghiệp của tư bản người Pháp và người Hoa đã chia nhau

nắm giữ tất cả các tài nguyên, huyết mạch của nền kinh tế Việt Nam. Đứng trước tình hình đó, một số doanh nhân người Việt trong khi khởi nghiệp đã sử dụng lòng yêu nước của dân chúng như một vũ khí giúp công phá thể trận liên hoàn của tư bản Pháp - Hoa. Tiếp sức cho họ là sự cổ động nhiệt thành của một số báo chí của người Việt Nam yêu nước. Như một kết quả khách quan, những nỗ lực của họ đã góp phần khai thông một con đường mà người Việt Nam yêu nước phải tiếp tục đi trong giai đoạn các phong trào yêu nước chìm lắng sau năm 1913, là tiếp tục chấn hưng thực nghiệp, phát triển kinh doanh, thương mại để tự cường, tự cứu lấy mình, súc tích lực lượng để chờ vận hội.

Tác giả cũng đã trình bày điều kiện chủ quan của sự hình thành tư tưởng kinh doanh Lương Văn Can, đó là hoàn cảnh cá nhân, đã góp phần đưa đẩy Lương Văn Can ba lần đến với kinh doanh, thương mại. Trong cả ba lần ấy, Lương Văn Can đều đóng vai trò của người quan sát và hướng đạo về chiến lược, chiến thuật kinh doanh, góp phần đem lại sự thành công cho doanh nghiệp gia đình và đem lại cho bản thân cụ nhiều kiến thức, kinh nghiệm quý. *Kim cổ cách ngôn* và *Thương học phương châm*, hai tác phẩm được Lương Văn Can biên soạn sau khi trở về Hà Nội năm 1921, đã hình thành trong điều kiện đó.

Đó chính là những nguyên do khiến cho, từ sau năm 1913, Lương Văn Can hầu như là chí sĩ Đông Kinh Nghĩa Thực duy nhất vẫn tiếp tục tinh thần Duy Tân của Đông Kinh Nghĩa Thực trong hoạt động thực tiễn và trong trước tác, đặc biệt đối với lĩnh vực kinh doanh, thương mại. Không ai khác, chính Lương Văn Can là người đã tham gia khởi xướng và cho đến tận cuối đời vẫn kiên trì theo đuổi chủ thuyết Duy Tân của Đông Kinh Nghĩa Thực trong kinh doanh, thương mại – cái chủ thuyết kinh tế đầu tiên của Việt Nam mà trong đó kinh doanh công thương nghiệp đã được đề cao và được định hướng rõ ràng nhằm mục tiêu dân giàu, nước mạnh, vừa vực dậy nền kinh tế kiệt quệ và què quặt vì chiến

tranh xâm lược và chính sách vơ vét của thực dân, vừa xây dựng nội lực kinh tế cho cuộc đấu tranh giành độc lập tự do.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Dương Trung Quốc. (2001). Đạo làm giàu của doanh nhân. *Báo Diễn đàn Doanh nghiệp*, số 32, 19/4/2001.
2. Dương Trung Quốc. (2002). *Việt Nam những sự kiện lịch sử (1919-1945)*, tái bản lần thứ hai. Hà Nội: NXB Giáo dục.
3. Lương Văn Can. (2020). *Thương học phương châm & Kim cổ cách ngôn*. (Lý Tùng Hiếu chú giải và giới thiệu). Hà Nội: NXB Hồng Đức.
4. Lý Tùng Hiếu. (2005). *Lương Văn Can và phong trào Duy Tân - Đông Du*. TP Hồ Chí Minh: NXB Văn hoá Sài Gòn.
5. Lý Tùng Hiếu. (2007, 2008). Lương Văn Can, người kế tục tinh thần Đông Kinh Nghĩa Thực trong kinh doanh. *Đông Kinh Nghĩa Thực một thế kỷ nhìn lại*, Kỷ yếu Hội thảo khoa học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM, Hội Nghiên cứu và Giảng dạy Văn học TP Hồ Chí Minh, Quỹ Dịch thuật Phan Chu Trinh, TP Hồ Chí Minh, 21/9/2007, tr.54-60; *Một trăm năm Đông Kinh Nghĩa Thực*, nhiều tác giả, NXB Tri Thức, 2008, tr.333-343.
6. Lý Tùng Hiếu. (2019). *Giao lưu tiếp biến văn hóa và sự biến đổi văn hoá Việt Nam*. Hà Nội: NXB Khoa học Xã hội.
7. Phan Kế Bính. (1974). *Việt-Nam phong tục*, đăng tải nhiều kỳ trên *Đông Dương Tạp chí*, số 24-49, 1913-1914, Phong trào Văn hoá xuất bản xuất bản thành sách, có thêm phần Giới thiệu và Phê bình của Phạm Việt Tuyền. Sài Gòn: Phong trào Văn hoá.
8. Vũ Thị Ngọc Yến. (2014). *Vấn đề chấn hưng thực nghiệp trên diễn đàn báo chí Việt Nam đầu thế kỷ XX*, Luận văn thạc sĩ lịch sử Việt Nam, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.

**DẤU ẤN LƯƠNG VĂN CAN
TRONG PHONG TRÀO “CHẤN HƯNG THỰC NGHIỆP”
ĐẦU THẾ KỶ XX**

Lê Hữu Phước¹

TÓM TẮT

Bài viết tập trung làm rõ những đóng góp quan trọng, tạo thành dấu ấn của Lương Văn Can ở lĩnh vực kinh doanh trên các khía cạnh: (1) khai minh tư duy kinh tế hiện đại, đi đầu và tích cực truyền bá những nhận thức mới về kinh tế; (2) cùng gia đình và bằng hữu trực tiếp hoạt động kinh doanh, phục vụ cho chủ trương “khai dân trí, chấn dân khí, hậu dân sinh”; (3) dẫn thân khai phá và xác lập thị trường ở những địa bàn mới, ở nước ngoài; (4) góp phần định hình triết lý kinh doanh cho đội ngũ doanh nhân Việt đang từng bước hội nhập với thị trường quốc tế.

Từ khóa: Đông Kinh nghĩa thực, thực nghiệp, “khai dân trí, chấn dân khí, hậu dân sinh”, *Kim cổ cách ngôn*, *Thương học phương châm*

Đầu thế kỷ XX, dưới ảnh hưởng của trào lưu tư tưởng dân chủ tư sản du nhập vào Việt Nam, cùng với việc đả phá những yếu tố lạc hậu, lỗi thời của Nho giáo, lực lượng sĩ phu cấp tiến hăng say đón nhận và cổ vũ cho những quan điểm mới về văn hóa giáo dục và sản xuất kinh doanh. Lương Văn Can là một trong những gương mặt tiêu biểu nhất của lực lượng này, là người tiên phong trên cả hai lĩnh vực: vừa mở trường Đông Kinh nghĩa thực dạy học theo lối mới nhằm “khai dân trí, chấn dân khí, hậu dân sinh”, vừa trực tiếp thực hành “chấn hưng thực nghiệp” để làm cho đất nước hùng cường. Những đóng góp của ông ở lĩnh vực

¹ TS., Khoa Lưu trữ học – Quản trị văn phòng, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM.
Email: lehuuphuoc@hcmussh.edu.vn

giáo dục đã được nhắc nhở nhiều, bài viết muốn tập trung làm rõ thêm dấu ấn của ông trên lĩnh vực kinh doanh với phong trào “chấn hưng thực nghiệp”¹.

1. Cho đến cuối thế kỷ XIX, tư tưởng kinh tế truyền thống của Việt Nam vẫn là “dĩ nông vi bản”, “trọng nông, ức thương”; thứ bậc trong xã hội vẫn xếp theo trật tự “sĩ - nông - công - thương”. Chính vì vậy, **việc đi đầu và tích cực truyền bá những nhận thức mới về kinh tế chính là dấu ấn nổi bật đầu tiên của doanh nhân - nhà giáo - nhà ái quốc Lương Văn Can.**

Đọc lại *Quốc dân độc bản* – một trong các tài liệu giảng dạy quan trọng của Đông Kinh nghĩa thực, có đến 24 bài trên tổng số 79 bài (từ bài 56 đến bài 79) hướng đến mục tiêu phổ biến các khái niệm và tri thức mới về kinh tế. Những khái niệm, những vấn đề chưa quen thuộc đối với quốc dân đồng bào (như sản nghiệp, bản quyền, máy móc, đại công nghiệp, phân công lao động, chuyên môn hóa, công ty,...) đều được giải thích tường minh, thúc đẩy tinh thần thực nghiệp: “Nước càng văn minh thì pháp luật bảo vệ sản nghiệp càng tường tận... Nhà nước đặt ra quan tư pháp, như tài phán, cảnh sát... đều để bảo vệ sản nghiệp của dân”; “Ở các nước phương Tây, những tác phẩm nổi tiếng, những sáng chế mới, mẫu mã, kiểu dáng, màu sắc, nhãn hiệu hàng hóa của thương gia đều đăng ký ở các cơ quan hữu trách, cho chuyên dùng mười năm đến mấy mươi năm, không ai được

¹ Sách *Quốc dân độc bản* – tài liệu của Đông Kinh nghĩa thực (1907) có đoạn: “Người nước ta xưa nay chia ra bốn nghề sĩ nông công thương... Phàm những kẻ biết đôi chút từ chương là đã vênh vang tự cho mình là kẻ sĩ, không thèm đứng cùng hàng với nông công thương, cho họ là hèn hạ, gọi là dân buôn, dân thợ, dân cùng. Sĩ đã không biết việc nông công thương, mà nông công thương phần nhiều không học hành, không biết nông học là gì, công nghiệp là gì, địa lý là gì. Trăm môn chẳng biết môn nào, thực nghiệp mới không chấn hưng được” [Xem Cục Lưu trữ Quốc gia và Viện Viễn Đông Bác Cổ Pháp, 1997, tr.92].

Như vậy, “thực nghiệp” được hiểu là các ngành nghề sản xuất kinh doanh nông - công - thương; phong trào “chấn hưng thực nghiệp” là cuộc vận động duy tân về kinh tế ở Việt Nam đầu thế kỷ XX nhằm mục tiêu làm cho nước mạnh, dân giàu.

giả mạo”; “Máy móc chẳng phải cái gì huyền bí, kỳ quái, thực ra chỉ giúp sức cho con người mà thôi. Máy cày, máy thủy ô tô để cày đất, xay bột mì, đi lại, vận chuyển đều là máy móc thay sức cho con người”; “Văn minh càng tiến thì sự phân công càng tinh vi. Công nghiệp Anh, Mỹ làm cho nước họ giàu mạnh là nhờ phân công. Các nhà bác học nổi tiếng cũng phải suốt đời chuyên trị một nghề, sau mới tinh, cũng không ngoài sự phân công mà nên”, v.v. [Cục Lưu trữ Quốc gia và Viện Viễn Đông Bác Cổ Pháp, 1997, tr.89-94].

Đặt trong bối cảnh đất nước lúc bấy giờ, Lương Văn Can chính là *người khai minh tư duy kinh tế hiện đại* cho thể hệ doanh nhân Việt đang trong quá trình hình thành dưới ảnh hưởng của các trào lưu tư tưởng mới.

2. Không chỉ cổ động phát triển kinh tế công thương thông qua việc phổ biến tri thức mới, Lương Văn Can cùng gia đình và các sĩ phu đồng chí hướng còn trực tiếp đứng ra kinh doanh, mở đường chấn hưng thực nghiệp. Công việc này vừa nhằm giải quyết yêu cầu cấp thiết là tạo nguồn tài chính cung cấp cho hoạt động của Đông Kinh nghĩa thực, cho Duy Tân Hội và phong trào Đông Du; đồng thời còn để thúc đẩy giới sĩ phu và đồng bào đáp bồi, phát huy ý thức duy tân về kinh tế.

Bản thân người vợ của Lương Văn Can – bà Lê Thị Lễ – điều hành hai hiệu buôn tại Hà Nội (hiệu buôn vải ở số 4 Hàng Đào và hiệu buôn Quảng Bình An ở Hàng Ngang). Các sĩ phu khác cũng đứng ra lập cơ sở kinh doanh: Đỗ Chấn Thiết cùng bạn hữu mở hiệu buôn Đồng Lợi Tế (ở Mã Mây) chuyên bán hàng nội hóa và hợp tác với Phương Sơn lập tiệm thuốc bắc Tụy Phương (gần ga Hàng Cỏ); Hoàng Tăng Bí mở hiệu Đông Thành Xương (ở Hàng Gai) sản xuất và buôn bán xuyên đen, trà mạn, trà tàu,... Từ Hà Nội, phong trào thực nghiệp lan tới Phúc Yên (hiệu Phúc Lợi Tế), Hưng Yên (hiệu Hưng Lợi Tế),... [Sơn Nam, 2003, tr.23-25]. Bên cạnh đó, còn có các công ty Đông Thành Xương, Quảng

Hưng Long, Hồng Tân Hưng, Nghiêm Xuân Quảng,... “Tất cả những hiệu ấy tuy là của riêng từng người hoặc từng công ty, nhưng đều theo đuổi một mục đích: làm nơi tụ họp, liên lạc các đồng chí, tuyên truyền cho phong trào duy tân, cổ động dùng nội hóa, khuếch trương công nghệ, và có lời thì bỏ vào quỹ nghĩa thực”. Có lúc “hàng hóa ở các hiệu Đồng Lợi Tế, Tụy Phương... dồn cả về hiệu Hồng Tân Hưng ở Hàng Bò... Hiệu này có sáng kiến đón học sinh Trường Bách nghệ để đúc các đồ đồng như bình bông, hoặc sơn những khay trà, làm cho nền tiểu công nghệ nước nhà tiến được một bước” [Nguyễn Hiến Lê, 1968, tr.100, 117].

Từ ảnh hưởng của Lương Văn Can và Đông Kinh nghĩa thực, một số võ quan và sĩ phu còn đứng ra “lập đồn điền để khuếch trương nông nghiệp”; tiêu biểu là Độc tướng quân mở đồn điền tại Yên Lập (Yên Bái), Bùi Đình Tá và Phán Tứ lập đồn điền ở Mỹ Đức (gần chùa Hương)... Một vài người khác “rủ nhau đi tìm mỏ ở miền thượng du Bắc Việt, và đã tìm được nhiều mỏ than, chì, kẽm, lưu hoàng...” [Nguyễn Hiến Lê, 1968, tr.105-108].

Mặc dù hoạt động của nhiều cơ sở trên đây không đạt được kết quả như mong muốn do nhiều nguyên nhân khác nhau, nhưng bằng việc trực tiếp đứng ra tổ chức sản xuất kinh doanh để khơi mạch nguồn duy tân về kinh tế, Lương Văn Can cùng gia đình và bằng hữu của mình đã để lại dấu ấn đậm nét trong phong trào chấn hưng thực nghiệp những thập niên đầu thế kỷ XX, không chỉ ở Bắc Kỳ mà thực sự đã lan tỏa trong cả nước, phục vụ đắc lực cho chủ trương “khai dân trí, chấn dân khí, hậu dân sinh”.

3. Không chỉ tổ chức sản xuất kinh doanh ở những địa bàn quen thuộc trong nước, Lương Văn Can còn cho thấy ý thức dân thân khai phá và xác lập thị trường ở những địa bàn mới, ở nước ngoài, kể cả những nơi trước đây chưa từng biết hoặc chưa được chú trọng.

Sau vụ đánh bom ám sát sĩ quan Pháp tại một khách sạn ở Hà Nội do Việt Nam Quang Phục Hội tiến hành (ngày 26/4/1913), thực dân Pháp bắt giam Lương Văn Can ở nhà tù Hỏa Lò, rồi kết án lưu đày biệt xứ sang Nam Vang (tức thành phố Phnôm Pênh, Vương quốc Campuchia hiện nay) cho đến tận năm 1921. Tại đây, “ông thuê nhà trên đường An Dương, mở hiệu buôn Đại Thanh, giao cho Lương Thị Trí và Lương Ngọc Môn quản lý; rồi thuê nhà trên đường Quai Piquet cách đó không xa, mở hiệu buôn Hưng Thạnh cho Nguyễn Thị Hồng Đình trông nom. Theo kế hoạch của ông, mọi người chia nhau đi nghiên cứu thị trường, rồi kín đáo liên hệ với bà cử Can ở Hà Nội và các thương gia trong nước, thiết lập một con đường thương mại bí mật xuyên biên giới, dùng tiếng lóng đánh điện tín về Hà Nội và Sài Gòn để đặt hàng đưa sang Nam Vang”¹ [Lý Tùng Hiếu, 2005, tr.119]. Từ một nhà nho “quân tử cầu thực bất cầu báo”, Lương Văn Can đã nhạy bén nắm bắt tình hình và đưa ra quyết định kinh doanh rất phù hợp ở một địa bàn xa lạ, chưa được quan tâm đúng mức².

Nhận xét về tầm nhìn và sự nhạy bén của Lương Văn Can trong hoạt động kinh doanh trên đất Campuchia, bài báo “Thương giới Việt Nam đối với lễ truy điệu Lương chí sĩ” của tác giả Trần Chi Cổ (đăng trên tờ *Đông Pháp thời báo* ngày 24/6/1927) viết: “Trong vòng đầy ải đó, không còn cách sanh kế gì nữa, cụ mới lập nhà buôn, ở Côn-nôn buôn đổi mỗi các đồ vật³, về Cao-man lại buôn lụa, buôn các vật dụng, làm thuốc, thế là cụ đã mở đường cho nhiều người Việt Nam trước kia sợ Cao-man “ma thiêng nước độc” bây giờ cũng bắt chước sang buôn bán, sau này trở nên rất giàu có. Coi đó thì biết công của cụ không riêng gì ở phần gốc mà

¹ Các nhân vật có tên trong đoạn trích là con gái và con dâu của Lương Văn Can.

² Một số tài liệu cho biết lúc bấy giờ người Việt sống ở Campuchia chủ yếu làm ngư nghiệp và dịch vụ quanh khu vực Biển Hồ, hoạt động thương mại do người Hoa nắm giữ.

³ Ở đây tác giả Trần Chi Cổ có sự nhầm lẫn, vì Lương Văn Can không bị chính quyền thực dân kết án lưu đày ra Côn-nôn (Côn Đảo).

có cả ở phần ngon, không riêng ở chánh giới, mà có ở thương giới nữa. Vậy trong nhà buôn ta, đối với Lương Tiên sanh, không những kính mến cụ về lòng yêu nước thương nòi của cụ, mà phải biết ơn cụ đã chỉ đường cho ta đi buôn bán tại xứ xa xôi” [Dẫn lại theo Lý Tùng Hiếu, 2005, tr.272].

Bài báo trên đây – với cách diễn đạt của người xưa – giúp chúng ta hiểu thêm tầm vóc Lương Văn Can ở cả lĩnh vực chính trị – xã hội và lĩnh vực kinh doanh – thương mại. Bằng uy tín, kinh nghiệm và sự nhạy bén của mình trong nhận thức và hành động, ông đã đi đầu khai phá thị trường nước láng giềng và tạo được sự lan tỏa, thuyết phục, lôi cuốn để đồng bào trong nước theo gương ông tiến hành “chấn hưng thực nghiệp” thành công trên đất bạn.

4. Là người tiên phong và trải nghiệm sâu sắc trong hoạt động thực nghiệp, Lương Văn Can đã góp phần rất quan trọng định hình triết lý kinh doanh, kiến tạo “văn hóa kinh doanh” cho đội ngũ doanh nhân Việt trong giai đoạn phôi thai, bước đầu hội nhập với thị trường quốc tế.

Trong hai tác phẩm *Kim cổ cách ngôn* và *Thương học phương châm* viết vào những năm cuối đời¹, Lương Văn Can gửi gắm cho người đương thời và hậu thế nhiều điều tâm huyết, đúc kết từ nhận thức và thực tiễn kinh doanh mà ông đã dần thân trải nghiệm. Nội dung chủ yếu của cả hai tập sách là đưa ra các phương thức nhằm xây dựng hình ảnh đẹp của giới doanh nhân Việt và hiện đại hóa, hiệu quả hóa việc kinh doanh; trong đó *Kim cổ cách ngôn* đi sâu vào nội dung đạo đức kinh doanh, văn hóa kinh doanh, vào chữ tâm của doanh nhân; còn *Thương học phương châm* bàn luận chủ yếu về phương thức kinh doanh, về

¹ Sách *Kim cổ cách ngôn* được in tại Nghiêm Hàm Ấn Quán (Hà Nội) vào năm 1925, còn *Thương học phương châm* được in tại Nhà in Thụy Ký (Hà Nội) năm 1928. Một số đoạn dẫn trong bài được trích từ hai tập sách này.

những nguyên tắc để kinh doanh thành đạt, về chữ tài của người quản lý doanh nghiệp. Nói một cách cô đọng, có thể xem Lương Văn Can là người đầu tiên xây dựng triết lý về hai giá trị cốt lõi “thương đức” và “thương tài”, người đầu tiên định hình một cách có hệ thống “đạo làm giàu” cho doanh nhân Việt¹.

Trăn trở trước sự yếu hèn của đất nước vì không đủ thực lực kinh tế, ông nhắc nhở đồng bào về tầm quan trọng của kinh doanh – nhân tố tác động trực tiếp đến vận mệnh quốc gia: “Đương buổi thời thế cạnh tranh này, các nước phú cường không đâu là chẳng đua tài thi sức ở trong trường thương chiến, văn minh càng tiến bộ buôn bán càng thịnh đạt, buôn bán thịnh thời trong nước giàu mạnh không biết đến đâu là cùng, buôn bán suy thời trong nước nghèo yếu không biết đâu mà kể. Việc buôn bán thịnh suy có quan hệ đến quốc dân thịnh suy như thế, ta há nên coi thường xem khinh được sao?”.

Nhận thức được tầm quan trọng đó, ông lưu ý giới doanh nhân giữ gìn đạo đức kinh doanh: “Đã buôn thời phải trau dồi tư cách nhà buôn cho trọn vẹn (...), nếu ta biết giữ lòng thành thực, để làm cái cốt tử vững vàng cho sự buôn, có kiên tâm nghị lực để gây lấy sức mạnh cho sự buôn, lại biết trông gương người các nước trong sự buôn mà chuyên tâm về nghề buôn, lại khôn ngoan giao thiệp, cần kiệm ăn tiêu (...), thời dẫu nhà buôn ta chưa thi sức đua lị với các nước phú cường được, nhưng cũng có thể bởi đó mà khởi sắc dần dần, không đến nỗi càng ngày càng thua kém thái quá”.

Nhìn thẳng vào thực trạng của doanh nhân và doanh nghiệp Việt đầu thế kỷ XX, Lương Văn Can chỉ ra một cách xác đáng 10

¹ Xem thêm:

- Dương Trung Quốc. (2001). Đạo làm giàu của doanh nhân. *Báo Diễn đàn Doanh nghiệp*, số 32, 19/4/2001.

- Trần Thái Bình. (1997). Lương Văn Can người thầy đầu tiên viết sách dạy buôn bán ở Việt Nam. *Tạp chí Xưa và Nay*, số 37, tháng 3/1997.

điểm hạn chế, yếu kém: (1) Không có thương phẩm; (2) Không có thương hội; (3) Không có chữ tín; (4) Không có kiên tâm; (5) Không có nghị lực; (6) Không biết trọng nghề; (7) Không có thương học; (8) Kém đường giao thiệp; (9) Không biết tiết kiệm; (10) Khinh bỉ nội hóa [Ôn Như Lương Văn Can, 1928, tr.33-39].

Từ đó, ông chú trọng trang bị cho những người đang bước chân vào hoạt động kinh doanh những tri thức nền tảng, bắt đầu từ các khái niệm cơ bản: Tư bản, Tổ chức sự buôn, Tính toán, Sổ sách, Thư từ, Mua hàng, Thương hiệu, Thương tiêu, Thương địa, Thương điểm, Bày hàng, Quảng cáo, Giao tế tiếp dẫn, Điều lệ nhà băng, Sự buôn bán ở nước ta. Quan trọng hơn, ông đặc biệt chú ý đến “văn hóa kinh doanh” (mà ông gọi là “thương đức”), có thể đúc kết thành mấy nội dung chính¹:

- **Cần phải học kinh doanh một cách nghiêm túc với tất cả “công phu”, “khí lực”**, bởi đây là điều kiện tiên quyết để có thể thành công trên thương trường. “Nước ta ngày trước học Nho chỉ chí tại thi đỗ để ra làm quan, ngày nay học Tây chỉ chí tại tốt nghiệp để ra làm việc, ít người chí làm thực nghiệp. Hoặc có một bọn muốn làm nghề buôn mà tư bản đã ít, học thức cũng kém, chỉ được mấy năm thì thất bại khánh tận ngay, ấy chỉ bởi không có thương học mà đến thế”. Từ thực tế đó, ông xác định mục tiêu khi viết sách là để “đọc giả chọn lấy mà xem cho biết sự thể tình hình, may ra nghề buôn nước ta có phát đạt hơn trước được chăng”. Ông tha thiết dặn dò: “Đã nhận một chức nghiệp gì thì phải nghiên cứu những sự vụ đó có gì quan thiết đến chức nghiệp mình, suy xét tình hình cho kỹ..., dầu làm kỹ nghệ nhỏ cũng cốt phải dùng cả khí lực, cũng cốt phải dùng công phu nhẫn nại mới được”.

¹ Tham khảo thêm: Tuấn Minh. (16/6/2020). Bốn triết lý về đạo kinh doanh của Lương Văn Can. Tạp chí *Văn hóa Doanh nghiệp*, bản điện tử <https://vanhoadoanhnghiepv.vn/bon-triet-ly-ve-dao-kinh-doanh-cua-luong-van-can/>, truy cập ngày 10/4/2021.

- **Kinh doanh phải nhằm mục tiêu cao nhất là phụng sự xã hội, đem lại lợi ích cho cộng đồng.** Muốn làm được điều này, không được xem lợi nhuận là mục tiêu duy nhất trong kinh doanh, mà phải biết đem của cải, lợi nhuận của mình đóng góp cho xã hội: “Cứu người nạn, giúp người ngặt, cho người nghèo, thương người khổ, những việc thiện đó là chỗ nên tiêu tiền”. Và không dừng lại ở câu chữ trong sách vở, cũng không chỉ tương trợ người nghèo khổ, động thái của Lương Văn Can và gia đình ông khi bán gần như toàn bộ gia sản của mình phục vụ cho sự nghiệp giải phóng dân tộc chính là triết lý cao nhất, là bài học lớn nhất về tinh thần vì nước, vì dân.

- Buôn bán, kinh doanh là một nghề lương thiện, đòi hỏi sự trung thực, không chấp nhận gian dối trong kinh doanh. “Việc gì trái lương tâm mình thì không nên làm, việc gì trái công lý thì không nên làm, việc gì hại người thì không nên làm, việc gì gây nên ác nghiệp thì không nên làm”; “nguồn lợi thu về phải theo lẽ tự nhiên, đừng bao giờ vì lợi mà làm điều xằng bậy hoặc phiêu lưu mạo hiểm”; “người ta giàu nghèo ở tâm đức, ở lòng ngay thẳng, khoan hậu với người”; “cái sự lợi ích bởi ngay thẳng mà làm được thế mới là lợi ích chính đáng, nếu gian dối mà được thời chỉ là bất nghĩa mà thôi”. Những lời căn dặn đó của Lương Văn Can chính là thông điệp của triết lý **kinh doanh phải minh bạch và chính trực.**

- **Phải sử dụng của cải, tiền bạc sao cho có ích, đúng chỗ, đúng lúc:** “Của cải là sự sống còn của con người..., khi dùng của cải phải xem nguồn gốc của nó có trong sáng không, có hợp nghĩa không... Nguồn của cải đã trong sáng thì việc chi tiêu phải có đạo, phải tính toán cân nhắc việc nặng, việc nhẹ, việc khoan, việc gấp, việc trước, việc sau. Việc gì nên chi thì chẳng nên kiệm, việc gì cần phải kiệm thì chẳng nên chi”; “cần thì làm ra của, kiệm thì ít tốn của, cần mấy kiệm là cái đạo trị sinh vậy” [Ôn Như Lương Văn Can, 1925, tr.33, 8].

- Để thành công trong kinh doanh, Lương Văn Can còn kêu gọi **phải nêu cao ý thức đoàn kết giữa các doanh nghiệp và phát huy tinh thần tập thể trong nội bộ từng doanh nghiệp**. Ở mỗi doanh nghiệp, cần làm cho “người trong hiệu tình nghĩa liên lạc với nhau..., lập hội sở, mỗi năm mấy kỳ đến hội, hoặc hát tuồng, hoặc diễn thuyết, hoặc đá bóng, hoặc ra ngoài đồng thể thao, để cho người trong hiệu đi lại thân mật kết thành đoàn thể với nhau, thật là một cách chơi phong nhã rất tốt”. Đồng thời, phải biết quan tâm đến cộng đồng doanh nghiệp, “không những nên biết chức nghiệp trong hàng mình, lại nên biết tình hình bên ngoài nữa..., nếu chỉ biết lợi mình mà không nghĩ đến người..., mình cũng không chuyên lợi được mãi đâu” [Ôn Như Lương Văn Can, 1928, tr.27, 17-18].

Nhìn lại hành trạng và trước tác của Lương Văn Can trên dưới 100 năm trước, hậu thế càng thêm trân trọng một tấm gương được tôn vinh là “người thầy đầu tiên của giới doanh thương Việt Nam”, “người đầu tiên xây dựng đạo kinh doanh cho người Việt”, “người truyền cảm hứng khởi nghiệp kinh doanh”, “người có tư tưởng kinh doanh vượt thời gian”... Ông thực sự xứng đáng với những lời ca ngợi đó.

Gần mười năm trước, nhân kỷ niệm 85 năm ngày mất của Lương Văn Can (13/6/1927 – 13/6/2012), ngày 01/7/2012 Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) đã truy tặng ông danh hiệu “Doanh nhân Việt Nam tiêu biểu”. Thiết nghĩ, tầm vóc và cống hiến của ông trong phong trào “chấn hưng thực nghiệp” đầu thế kỷ XX nói riêng và trong lịch sử phát triển kinh tế của đất nước nói chung cần được tiếp tục ghi nhận và tôn vinh ở những chiều kích cao nhất, trang trọng nhất.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trần Thái Bình. (1997). Lương Văn Can người thầy đầu tiên viết sách dạy buôn bán ở Việt Nam. Tạp chí *Xưa và Nay*, số 37, tháng 3/1997.
2. Ôn Như Lương Văn Can. (1925). *Kim cổ cách ngôn*. Hà Nội: Nghiêm Hàm Ấn Quán.
3. Ôn Như Lương Văn Can. (1928). *Thương học phương châm*. Hà Nội: Nhà in Thụy Ký.
4. Cục Lưu trữ Quốc gia và Viện Viễn Đông Bác Cổ Pháp. (1997). *Văn thơ Đông Kinh nghĩa thực*. Hà Nội: NXB Văn hóa.
5. Lý Tùng Hiếu. (2005). *Lương Văn Can và phong trào Duy tân – Đông Du TP*. Hồ Chí Minh: NXB Văn hóa Sài Gòn.
6. Nguyễn Hiến Lê. (1968). *Đông Kinh nghĩa thực*. Sài Gòn: NXB Lá Bối.
7. Tuấn Minh. (16/6/2020). Bốn triết lý về đạo kinh doanh của Lương Văn Can. Tạp chí *Văn hóa Doanh nghiệp*, bản điện tử <https://vanhoadoanhnghiepv.vn/bon-triet-ly-ve-dao-kinh-doanh-cua-luong-van-can/>, truy cập ngày 10/4/2021.
8. Sơn Nam. (2003). *Phong trào Duy tân ở Bắc Trung Nam, Miền Nam đầu thế kỷ XX - Thiên Địa Hội & cuộc Minh Tân*. TP Hồ Chí Minh: NXB Trẻ.
9. Dương Trung Quốc. (2001). Đạo làm giàu của doanh nhân. *Báo Diễn đàn Doanh nghiệp*, số 32, 19/4/2001.

LƯƠNG VĂN CAN VÀ BƯỚC CHUYỂN TỪ “ỨC THƯƠNG” SANG “TRỌNG THƯƠNG” Ở VIỆT NAM ĐẦU THẾ KỶ XX

Hà Minh Hồng¹

Lưu Văn Quyết²

TÓM TẮT

Lương Văn Can là một chiến sĩ cách mạng, một nhà giáo dục và được hậu thế tôn vinh là “người thầy đầu tiên của giới doanh thương Việt Nam”. Là người đầu tiên có tư tưởng xây dựng đội ngũ nhà buôn có “thương đức”, “thương tài” để cạnh tranh với giới tư bản các nước, Lương Văn Can chính là một trong những người đại diện thể hệ mở đường cho kinh tế mới Việt Nam thời hiện đại – kinh tế thương mại. Bài viết tập trung làm rõ dấu ấn của Lương Văn Can trong bước đường chuyển biến từ “ức thương” sang “trọng thương” ở Việt Nam trong những năm đầu thế kỷ XX và có những nhận xét, đánh giá về vấn đề này.

Từ khóa: Lương Văn Can, chuyển biến, “ức thương”, “trọng thương”, đầu thế kỷ XX

Ức thương gắn liền với trọng nông, là sản phẩm của lịch sử phát triển kinh tế nông nghiệp – Một dấu tích cố hữu của thời kỳ dài của các quốc gia lấy kinh tế nông nghiệp (nhất là việc sản xuất ra lương thực thực phẩm) làm chủ đạo trong phát triển đời sống vật chất và tinh thần của xã hội.

Hơn một ngàn năm dưới chế độ quân chủ, các nhà nước phong kiến Việt Nam thi hành chính sách xuyên suốt phát triển

¹ PGS.TS., Khoa Lịch sử, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM.

Email: haminhhong@hcmussh.edu.vn

² TS., Khoa Lịch sử, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM.

Email: luuvanquyet@hcmussh.edu.vn

nông nghiệp. Kể cả các triều đại Lý Trần mở mang phát triển kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội Đại Việt, đến triều Lê Sơ đưa Đại Việt đến thời hoàng kim, cũng lấy văn minh nông nghiệp - chủ yếu là văn minh trồng lúa nước làm căn bản cho 600-700 năm phát triển lịch sử văn minh Đại Việt. Những tưởng thế kỷ XVII-XVIII khi tiếp xúc văn hóa Đông - Tây và mầm mống kinh tế hàng hóa nảy nở phát triển, mở ra cơ hội cho quan niệm và chính sách “Trọng nông ức thương” giảm dần đi, để “Ưu thương” và “Thực nghiệp” có điều kiện nhen nhóm và vươn lên. Nhưng các yếu tố mới và mầm mống tư bản trong lòng xã hội phong kiến Đại Việt nhanh chóng chết yểu trong mấy thế kỷ tranh chấp quyền lực giữa các tập đoàn phong kiến (hết Nam-Bắc triều, lại đến Trịnh Nguyễn phân tranh Đàng Trong-Đàng Ngoài...). Thế kỷ XIX mở đầu bằng việc “quở” trở lại con đường quân chủ chuyên chế khi thành lập vương triều Nguyễn; giữa thế kỷ XIX chủ nghĩa thực dân phương Tây ập đến bằng chiến tranh. Triều Nguyễn buộc phải “Bế quan tỏa cảng” để chống đỡ, coi “Tự do buôn bán” là “ngoại đạo” và là mảnh lới của “Phú lãng Sa”. Triều đình và quân dân đem toàn bộ sức mạnh của nền kinh tế “Trọng nông” chống chọi rồi chịu bất lực trước sức mạnh của tàu đồng tàu sắt và đại bác tấn công của chủ nghĩa tư bản... Trong bối cảnh đó, hỏi những ai còn mưu toan đến “Chấn hưng thực nghiệp” và “Tự cường” (?).

“Trọng nông ức thương” trở thành truyền thống cố hữu trong các chính sách kinh tế của các vương triều, nó không chỉ trói chặt triều chính xoay quanh vào vấn đề ruộng đất và sở hữu địa tô, mà cũng làm cho người nông dân không thể xa rời được ruộng đất và nơi cư trú. Đô thị có phát triển chăng, cũng chỉ là trung tâm chính trị văn hóa, không phải là nơi cho kinh tế hàng hóa phát triển; ý thức ức thương vẫn thống nhất từ triều chính đến thị dân và nông dân, đề cao “nhất nông nhì sĩ”, hoặc “nhất sĩ nhì nông”, buôn bán là nghề phụ, thương nhân là “con buôn”...

Trong bối cảnh bành trướng của tự do buôn bán phương Tây ở phương Đông thế kỷ XVIII-XIX, nhất là khi Việt Nam lâm vào cuộc khủng hoảng trầm trọng về kinh tế, rối ren về chính trị và đứng trước áp lực mở cửa của tư bản phương Tây, cuộc chiến tranh xâm lược của Pháp và Tây Ban Nha từng bước thắng thế từ mặt trận Nam kỳ đến mặt trận Bắc kỳ (nửa cuối thế kỷ XIX), vấn đề canh tân đất nước, tự cường quốc gia ở Việt Nam đặt ra từ lâu, nay ngày một bức thiết. Các sĩ phu cải cách xuất hiện ngay trong triều chính, như Nguyễn Trường Tộ, Nguyễn Lộ Trạch, Đinh Điền, Viện Thương bực...; họ đề ra tư tưởng canh tân phù hợp với thực tiễn đất nước. Chẳng hạn như Nguyễn Trường Tộ đưa ra nhiều tập điều trần, thể hiện rõ sự quan tâm đến vận mệnh đất nước và năng lực tư duy đổi mới rất tiêu biểu, không thua kém gì những đề xuất của Minh Trị ở Nhật Bản đương thời.

Đáng chú ý trong tư tưởng canh tân của Nguyễn Trường Tộ thể hiện trong 26 tập điều trần, phúc trình viết ra trong khoảng 10 năm cuối đời (1861-1871), trong đó lĩnh vực kinh tế có ít nhất 4 phúc trình chuyên sâu¹, đã là một trong những trọng tâm đề canh

¹ Trong khoảng 10 năm cuối đời (1861-1871) Nguyễn Trường Tộ đã viết nhiều bản điều trần, phúc trình (trong đó có 4 phúc trình chuyên sâu về kinh tế), đó là: (1) *Hòa từ* (Bàn về hòa), 1861; (2) *Tế cấp luận* (Bàn về những việc khẩn cấp), 1863; (3) *Giáo môn luận* (Bàn về việc tự do tôn giáo), 1863; (4) *Thiên hạ phân hợp đại thế luận* (Bàn về những thế lớn phân và hợp trong thiên hạ), 1863; (5) *Điều trần*, 1863; (6) *Lục lợi từ* (Kế hoạch làm cho dân giàu), 1864; (7) *Khai hoang từ* (Bàn về việc khai hoang), 1865; (8) Điều trần khả năng lấy lại ba tỉnh miền Đông [Nam Kỳ], 1866; (9) Kế hoạch vận động ở Pháp để giữ ba tỉnh miền Tây [Nam Kỳ], 1866; (10) Báo cáo về việc gặp viên Lãnh sự Tây Ban Nha, 1866; (11) Kế ly gián giữa Anh và Pháp, 1866; (12) Điều trần về hội nước ngoài, 1866; (13) Phúc trình về việc ký hợp đồng với các hội nước ngoài (gửi về khi sang Pháp), 1867; (14) *Về tám điều cần bàn gấp* (gửi về khi sang Pháp), 1867; (15) Điều trần về việc tiểu trần giặc biển, 1868; (16) Điều trần về việc tái tu vũ bị, 1869; (17) Kế hoạch nội công ngoại kích thu hồi sáu tỉnh Nam Kỳ, 1870; (18) Bổ sung kế hoạch sai sứ đi Tây và đánh úp Gia Định, 1870; (19) Bàn về việc cho Pháp thông thương để đổi lại sáu tỉnh 1871; (20) Kế hoạch thương nghị với Pháp, vận động các nước giúp đỡ, 1871; (21) Kế hoạch vay tiền để dùng vào việc binh, 1871; (22) Về việc gửi học sinh sang học Singapore, 1871; (23) Về việc nhờ Giám mục Hòa giúp lấy lại 6 tỉnh, 1871; (24) *Tu vô bị* (bàn về việc chinh đốn

tân với nhiều nội dung thiết thực cả về công nghiệp, mở cửa cho nước ngoài vào đầu tư, chinh cương biên giới, lập chính sách khai hoang, cải thiện hệ thống kênh đào phục vụ cho nông nghiệp, lập bộ canh nông và đào tạo nông quan biết kỹ thuật canh tác nông nghiệp, cải tiến kỹ thuật trong nông nghiệp nhằm nâng cao hiệu quả, đẩy mạnh giao lưu hàng hóa bằng ngoại thương, nội thương...

Nhưng sự nghiệp canh tân của Nguyễn Trường Tộ và các sĩ phu đương thời chưa thể đi vào thực địa bởi nhiều lý do chủ quan và khách quan:

- Triều đình chưa sẵn sàng trong khi đang bận đối phó với chiến tranh của thực dân phương Tây (Vua Tự Đức từng trách mắng: “Sao mà Nguyễn Trường Tộ đòi hỏi nhiều quá vậy”);
- Những lực lượng trong nước còn phân tán và thiếu ngọn cờ tiên phong; mặc dù đội ngũ sĩ phu của triều Nguyễn ngày một đông, nhưng phân hóa theo thời cuộc và phần nhiều đi vào bảo thủ;
- Việc xuất hiện tư tưởng xuất sắc về canh tân còn đơn điệu và biệt lập, lại thiếu sự quảng bá nhân rộng nên dễ bị xếp xó;
- Đặc biệt: cuộc xâm lược và bình định của đạo quân viễn chinh và tay sai suốt mấy chục năm (1858-1896) làm bùng lên phong trào yêu nước, thu hút toàn bộ tinh thần và sức lực dân tộc vào công cuộc chống thực dân ngoại bang; vì vậy những đề xuất canh tân tự cường dân tộc lúc này đã muộn màng và dễ bị lạc lõng...

quân đội và quốc phòng), 1871; (25) Về việc canh tân, quảng giao để giữ nước, 1871; (26) Về việc nông chính, 1871;...

Bước sang thế kỷ XX, công cuộc khai thác thuộc địa của thực dân Pháp ngày càng diễn ra đồng bộ và quyết liệt – kể cả trong thời kỳ chiến tranh thế giới lần thứ nhất. Chính quyền thực dân và giới tư bản Pháp ở thuộc địa lần chính quốc đều ra sức khai thác tài nguyên khoáng sản, lâm thổ sản và tài nguyên lao động của thuộc địa để sinh lợi nhuận, phục vụ cho chính quốc. Người bản xứ và xã hội thuộc địa bị cuốn vào cơn lốc kinh doanh tư bản; dẫn đến hệ quả: nền kinh tế thuộc địa chuyển biến toàn diện, xã hội thuộc địa phân hóa ngày càng thuần thực, trong đó nhiều tầng lớp giai cấp mới ở thuộc địa ra đời, đặc biệt là bộ phận sĩ phu cấp tiến trở thành những “sứ giả” của dân tộc tiếp thu tư tưởng mới, nhận thức thực trạng mới của đất nước, đã hành động và hoạt động đẩy lên phong trào dân tộc theo nhiều cách thức, phương pháp khác nhau.

Trong lúc các sĩ phu theo tư tưởng của Sào Nam (Phan Bội Châu) giương lên ngọn cờ Đông du, Việt Nam Quang phục hội, Phục Việt..., thì các sĩ phu theo tư tưởng của Tây Hồ (Phan Chu Trinh) lại giương lên ngọn cờ Đông kinh nghĩa thực, Duy tân thực nghiệp, Minh Tân... Chính sự phong phú của nhiều cách thức và con đường duy tân như vậy đã tạo ra bối cảnh mới, thuận lợi mới cho việc so sánh và lựa chọn dứt khoát giữa “Úc thương” xưa và “Trọng thương” nay; việc xuất hiện Đông kinh nghĩa thực ở Hà Nội năm 1907 như là một tất yếu vậy.

Lương Văn Can cùng các sĩ phu dựa vào đâu để lập Đông kinh nghĩa thực và trường học này nhằm mục đích gì? Tại sao Lương Văn Can có thể viết sách kinh doanh? – Thực tế lịch sử thời đó đã trả lời các câu hỏi đặt ra bằng hiện thực phong trào dân tộc, nhưng từ đó đến nay vẫn cần thống nhất cách giải đáp khách quan hơn.

Lương Văn Can đi học và đi thi nhưng không ra làm quan¹, bởi ông thấy: “việc nước ngày càng nát, đâu có ra làm nghị viên cũng chẳng thể bàn được gì ích lợi cho quốc dân” [Theo Tự truyện của Lương Văn Can ghi trong *Lương gia tộc phả*, Trần Văn Giáp dẫn lại trong *Tìm hiểu kho sách Hán Nôm*, 2003, tr.574]. Năm 1879, ông mở trường dạy học đồng thời mở cửa hàng tại nhà (số 4 phố Hàng Đào, Hà Nội), dạy con và lớp trẻ đồng trang lứa, kết hợp buôn bán kiếm sống và kết giao với những người cùng chí hướng (Nguyễn Quyền, Hoàng Tăng Bí, Lê Đại,...). Họ đọc *Tân thư Tân báo*² và thêm hiểu biết về trường học ở Nhật Bản, lại khâm phục tư tưởng và hành động của Phan Sào Nam khi “Khuyến quốc dân tư trợ du học văn” cổ vũ cho việc học tập Nhật Bản nhằm mở mang dân trí, khuyến nhân tài... Họ hoàn toàn đồng cảm với nhận thức của Sào Nam rằng: “Cuộc cạnh tranh thế giới ngày nay tri thức với kinh tế chiếm phần rất lớn, còn dũng lực chỉ là một bộ phận mà thôi” [*Phan Bội Châu niên biểu*].

Lương Văn Can và các nhà sĩ phu thành lập Đông kinh nghĩa thực ở tại nhà của ông và do ông làm Thục trưởng (Hiệu trưởng)³; ông cũng trực tiếp phụ trách Ban Trước tác của trường,

¹ Ông học chữ Hán và dự thi Hương 2 lần (năm 1871 đậu 3 kỳ, năm 1874 đỗ Cử nhân), năm 1875 có thi Hội, chỉ đậu 1-2 kỳ, nhưng vẫn được triều đình bổ làm Giáo thụ Phú Hoài và ông từ chối. Chính quyền thuộc địa đưa ông vào Hội đồng thành phố Hà Nội, ông cũng không nhận.

² Loại sách báo mới viết bằng chữ Hán, do các nhà tư tưởng, trí thức cách mạng của Trung Quốc, Nhật bản (Khang Hữu Vy, Lương Khải Siêu, Takayama Rinjiro, Yukichi Fukuzawa,...) viết về dân quyền, tự do, Minh Trị Duy tân... được chuyển về Việt Nam, là món ăn tinh thần mới mẻ đối với các sĩ phu cấp tiến Việt Nam đầu thế kỷ XX.

³ Trường có 4 ban (Ban Giáo dục, Ban Trước tác, Ban Cổ động, Ban Tài chính); tổ chức thành nhiều loại lớp, có lớp học ban ngày và lớp học ban đêm, học sinh không phải đóng học phí... Chương trình học dạy bằng chữ Quốc ngữ, nhưng cũng dạy cả chữ Hán, chữ Pháp; nội dung gồm cả toán pháp, địa dư, lịch sử, văn chương, công dân giáo dục, thể thao... Với khẩu hiệu “khai dân khí, chấn dân khí, hậu dân sinh”, các tài liệu của trường Đông kinh nghĩa thực được soạn ra cùng mục đích: kêu gọi đồng bào đổi mới về tư duy, hướng dân chúng theo cách học thực nghiệp.

nên việc in ấn phát hành sách và tài liệu học tập thuận lợi – Đó là điều rất mới trong trường học ở Việt Nam đầu thế kỷ XX. Nhà trường nghĩa thực không chỉ đổi mới cách tổ chức lớp học, mở rộng đối tượng theo học, mà còn có đổi mới quan trọng nhất trong nội dung chương trình là đưa kiến thức kinh tế thương mại vào nội dung giảng dạy và học tập. Thêm nữa, thực tế vừa dạy học, vừa buôn bán bấy lâu nay (1879-1907) có lẽ cũng rất thiết thực với nhà trường mới mở ở Đông Kinh làm việc nghĩa (không thu tiền học), phản ánh trực tiếp trong viết sách dạy học và cho mọi người cùng đọc của Đông kinh nghĩa thực.

Sách *Quốc dân độc bản* là một trong những tài liệu quan trọng nhất phục vụ học tập của Đông kinh nghĩa thực, được đánh giá là thiết thực và phát hành nhiều nhất làm “Sách đọc của quốc dân”. Sách có 79 bài (in thành 2 tập) về những kiến thức cơ bản nhất về chính trị, luật pháp, quân sự, ngoại giao, kinh tế (trong đó dành 25 bài về kinh tế)¹. Ngoài sách soạn chung phục vụ cho Đông kinh nghĩa thực lúc còn được phép hoạt động², nhà giáo – nhà kinh doanh Lương Văn Can sau đó còn soạn riêng 2 quyển sách chuyên sâu: *Kim cổ cách ngôn* (năm 1925) bàn về cách buôn bán, làm giàu và đạo đức kinh doanh và *Thương học phương châm* (năm 1928) bàn về việc kinh doanh. Không thuần túy là sách để học, để phổ biến kiến thức kinh doanh, các sách chung và

¹ Các bài: Thuế khóa (41), Sản nghiệp (56), Pháp luật bảo vệ sản nghiệp và lợi ích sản nghiệp đưa lại (57), Công nhân sinh lợi (59), Nước ta nên chấn hưng thực nghiệp (61), Nhân công (62), Máy móc (63), Máy móc sao lại làm hại nhân công (64), Tránh cái hại của sự phân công và sử dụng máy móc (65), Lợi ích của đại công nghiệp (66), Tiền công (67), Tư bản (68), Lý do vì sao tư bản tăng hay giảm (69), Nhà đại tư bản cũng có ích cho người nghèo (70), Mậu dịch (71), Thông thương (72), Tiền tệ (73), Phép đức tiền (74), Cho vay (75), Ngân hàng (76), Trái phiếu, hối phiếu và chiết khấu ngân hàng (77), Séc (78), Công ty (79).

² Tháng 12/1907, lấy lý do “Không còn là một câu chuyện hoang đường khi khẳng định rằng Đông Kinh Nghĩa Thực đã là một cái lò phiền loạn ở Bắc kỳ”, chính quyền thuộc địa ở Hà Nội ra lệnh giải tán trường Đông kinh nghĩa thực sau 9 tháng tồn tại.

riêng của Lương Văn Can rất chú trọng việc cổ vũ thực hành thực nghiệp nghề buôn, phát triển buôn bán để dân giàu nước mạnh.

Thực tế đầu thế kỷ XX cho thấy, Lương Văn Can và các đồng chí của ông không chỉ có sách và lý thuyết, họ chính là các nhà thực hành và hoạt động thực tiễn. Việc mở Đông kinh nghĩa thực làm nhân tố thúc đẩy việc kinh doanh là một việc mới - khác trước; đồng thời trước - trong - sau khi mở Đông kinh nghĩa thực, các nhà yêu nước thực nghiệp như Lương Văn Can còn mở nhiều hiệu buôn bán ở Hà Nội và các địa phương, thậm chí lập cả đường dây buôn bán Hà Nội – Nam Vang. Đây cũng là 2 cách thực nghiệm, thực chứng rất khác biệt so với những nhà cải cách đương thời: Buôn bán để lo tài chính cho trường học, lấy trường học để truyền bá việc buôn bán; lập hiệu buôn làm “mô hình” thực nghiệp cho học trò và cộng đồng noi theo, lấy việc mọi người tin cậy noi theo để kiểm chứng kiểm nghiệm việc kinh doanh (trong khi Nguyễn Lộ Trạch đề cao canh tân, chú trọng đến kinh tế, nhưng không thực nghiệm, thực chứng nên không có sức thuyết phục). Hiệu quả và hệ quả là: Chính Lương Văn Can và đồng chí trong và sau Đông kinh nghĩa thực đã trực tiếp làm xuất hiện nhiều doanh nhân người Việt, góp phần hình thành tầng lớp tư sản, tiểu tư sản tại chỗ ở thuộc địa Việt Nam đầu thế kỷ XX.

Doanh nhân Việt Nam từ đó theo tinh thần chấn hưng thực nghiệp của Lương Văn Can xem trọng thương nghiệp “Đương buổi thế giới cạnh tranh này, các nước phú cường không đâu là chẳng đua tài thi sức ở trong trường thương chiến, văn minh càng tiến bộ buôn bán càng thịnh đạt, buôn bán thịnh thời trong nước giàu mạnh không biết đến đâu là cùng, buôn bán suy thời trong nước nghèo yếu không biết đâu mà kể, cứ xem cái trình độ buôn bán một nước nào cao hay thấp, rộng hay hẹp thời xét được dân nước ấy giàu hay nghèo, văn hay dã. Việc buôn bán thịnh suy có quan hệ đến quốc dân thịnh suy như thế, ta há nên coi thường, xem khinh được sao”. Đề cao việc kinh doanh sinh lợi nhuận,

nhưng lợi nhuận phải gắn với lợi ích cộng đồng, Lương Văn Can còn nêu triết lý: “Nhà buôn cần có đủ thương đức, thương tài mới cạnh tranh được với tư bản thế giới” – Cuộc cạnh tranh cần có đức, có tài, không thể gian dối, lọc lừa sẽ bị thương trường loại khỏi cuộc cạnh tranh. Lần đầu tiên trong lịch sử kinh tế Việt Nam, những hiện trạng của thương mại đất nước được phơi bày ra bàn dân thiên hạ bằng con mắt của giới sĩ phu cấp tiến; và hơn thế nữa còn chỉ được nguyên nhân dẫn đến tình Việt Nam không phát triển ấy¹, thậm chí đến một trăm năm sau vẫn thấy rõ những chỉ dấu hiện trạng ấy chưa hẳn đã phai mờ.

*

Từ một nhà Nho, đến nhà văn hóa - giáo dục mới đã là một bước tiến dài của lịch sử sĩ phu yêu nước từ Đại Việt đến Việt Nam; đến đầu thế kỷ XX lại trở thành người tiên phong trọng thương bằng đạo đức thực nghiệp – nói và làm việc buôn bán thương mại từ tâm đức của người yêu nước – Như thế từ trong lòng xã hội thời cận đại, Lương Văn Can và đồng chí, đồng sự, đồng hành của ông là những người đại diện thể hệ mở đường cho kinh tế mới Việt Nam thời hiện đại – kinh tế thương mại. Buôn bán thương mại là nghề chân chính, lương thiện – Đó không chỉ là kết quả nhận thức của một quá trình thoát khỏi nhận thức cổ hữu “ức thương” trong thời kỳ dài đất nước chỉ có kinh tế nông nghiệp, việc đề cao “trọng nông” là một xu hướng và yêu cầu phổ biến, tất yếu. Đây còn là nhận thức mới, tiến bộ, vượt trội của một bộ phận giai tầng mới trong xã hội cận đại Việt Nam, xác định rõ nội hàm của nghề buôn chân chính lương thiện với việc sinh ra của cái có nguồn gốc rõ ràng, trung thực, minh bạch và sử dụng một cách hợp lý, tiết kiệm. Ai cũng có thể thực hành nghề chân

¹ Đó là thực trạng: Không thương phẩm; Không thương hiệu; Không có chữ tín; Không có kiên tâm; Không có nghị lực; Không biết trọng nghề; Không có thương học; Kém đường giao tiếp; Không tiết kiệm; Khinh hàng nội hóa.

chính lương thiện có tâm có đức, vì thế ai cũng có thể phụng sự xã hội, phụng sự phát triển hưng thịnh.

Trong di chúc gửi cho vợ, Lương Văn Can viết: “Có nước mà chẳng giữ được, phải chịu người khác bảo hộ... tôi đêm ngày nhất uất, dầu chết cũng không nhắm mắt được vậy. Tôi có một đôi câu đối liên di bút để lại bà gửi nhờ nói với các thân bằng cố hữu, hết thấy đồng bào xin nhớ lấy sáu chữ, ai ai cũng có một lòng ấy, đời đời cũng giữ một sự ấy, không đạt được mục đích thì không thôi... Là “Bảo quốc tủy, tuyệt quốc sỉ”” (Giữ tinh hoa của nước, rửa nhục nước) [Duy Tường, 2019].

Báo chí đương thời ghi lại câu chuyện từ đám tang nhà chí sĩ tiên phong thực nghiệp Lương Văn Can qua đời vào sáng ngày 13-6-1927 [Duy Tường, 2019]: Như tiên đoán được sự ra đi của mình, ông cho in sáu chữ “Bảo quốc tủy, tuyệt quốc sỉ” ra nhiều mảnh giấy nhỏ và dặn sẽ phát cho những người đi dự đám tang của mình... Chính quyền thực dân tìm cách ngăn chặn không để đám tang trở thành buổi tuyên truyền lòng yêu nước, thức tỉnh đồng bào; nhưng đám tang của ông vẫn có gần 1.000 người tới đưa tiễn, trong đó vẫn có đủ các đồng chí và môn sinh, cùng đông đảo dân chúng tin yêu. Thậm chí sau đó có cả một phong trào đề tang nhà chí sĩ yêu nước Lương Văn Can, khắp ngoài Bắc, trong Nam, đều thấm nổi nhục mất nước và noi theo con đường làm ăn chân chính lương thiện mà ông đã chỉ dẫn. Huống hồ ngày nay, đất nước đã trăm năm phát triển kinh tế toàn diện, thương mại Việt Nam có quan hệ thương mại với hàng trăm tổ chức và diễn đàn kinh tế thương mại trên thế giới, kể cả các tổ chức thương mại Liên hợp quốc và toàn cầu; tầm gương và triết lý “thương đức, thương tài” của Lương Văn Can mãi mãi là di sản luân lý cho mọi thế hệ người Việt.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trần Văn Giáp. (2003). *Tìm hiểu kho sách Hán Nôm*. Hà Nội: NXB Khoa học xã hội.
2. Nhóm nghiên cứu Sử Địa. (1973). *Phan Bội Châu Niên biểu*.
3. Phạm Kim Thanh. (20/12/2009). Cả gia đình hi sinh cho sự nghiệp canh tân đất nước. *Báo Hà Nội mới*. Truy cập tại: <http://hanoimoi.com.vn/Tin-tuc/1000-nam-thang-long/300745/gia-dinh-luong-van-can-va-bao-quoc-hon-tuyet-quoc-si>.
4. Nguyễn Hồng Dung. (2005). *Lương Văn Can - xây dựng đạo kinh doanh cho người Việt*. TP. Hồ Chí Minh: NXB Trẻ.
5. Lý Tùng Hiếu. (2005). *Lương Văn Can và phong trào Duy tân*. TP. Hồ Chí Minh: NXB Văn hóa Sài Gòn.
6. Duy Tường. (10/09/2019). Lương Văn Can - Người thầy của doanh nhân Việt. *An ninh thế giới Online*. Truy cập tại: <http://antg.cand.com.vn/Tu-lieu-antg/Luong-Van-Can-Nguoi-thay-cua-doanh-nhan-Viet-ky-2-566107/>.

**VAI TRÒ LƯƠNG VĂN CAN VÀ CÁC TÁC PHẨM
THƯƠNG HỌC PHƯƠNG CHÂM, KIM CỔ CÁCH NGÔN
TRONG TOÀN CẢNH LỊCH SỬ KINH DOANH,
VĂN HÓA KINH DOANH VIỆT NAM VÀ THẾ GIỚI**

Huỳnh Quốc Thắng¹

TÓM TẮT

Trong toàn cảnh lịch sử văn hóa Việt Nam, hoạt động kinh doanh nói chung và văn hóa kinh doanh nói riêng là một vấn đề mới mẻ cả về hoạt động thực tiễn lẫn về nhận thức lý luận. Nhìn rộng ra bối cảnh kinh doanh và văn hóa kinh doanh thế giới, cái mới đó còn có thể được xem là sự muộn màng đưa đến những hạn chế của Việt Nam không chỉ về văn hóa mà còn cả về kinh tế - xã hội. Sự hạn chế đó có nhiều nguyên nhân khách quan lẫn chủ quan khác nhau nhưng tất cả đều là bài toán khó đòi hỏi lịch sử cần phải có lời giải thấu đáo nhằm tạo ra sự phát triển căn cơ cho Việt Nam, đặc biệt là khi đất nước này với một tư thế hoàn toàn mới mẻ chính thức bước vào xã hội công nghiệp - hiện đại. Như là ngẫu nhiên nhưng lại là tất yếu, tác giả Lương Văn Can cùng các tác phẩm *Thương học phương châm* và *Kim cổ cách ngôn* vào đầu thế kỷ XX đã góp phần quan trọng đặt nền tảng đầu tiên với vai trò lịch sử đặc biệt như vậy. Từ góc nhìn Văn hóa học kết hợp Sử học và khoa học Quản trị kinh doanh cùng một số chuyên ngành khác, bài viết bước đầu góp phần làm rõ những nội dung trọng tâm theo cách đặt vấn đề như vừa nêu.

Từ khóa: vai trò Lương Văn Can, lịch sử kinh doanh và văn hóa kinh doanh Việt Nam, bối cảnh kinh doanh, văn hóa kinh doanh thế giới

¹ PGS.TS., Khoa Văn hóa học, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM.
Email: hquochthang@gmail.com

1. Giới thiệu khái quát về Lương Văn Can với các tác phẩm *Thương học phương châm* và *Kim cổ cách ngôn*

Lương Văn Can (1854 – 1927) tên hiệu Ôn Như, quê ở xã Nhị Khê, huyện Thường Tín, tỉnh Hà Tây (nay là Hà Nội), ông là một nhà Nho học lão thành đồng thời là một lãnh tụ của phong trào Duy Tân - Đông Du (1905 – 1908)¹, trực tiếp làm Thực trưởng (Hiệu trưởng) của trường Đông Kinh Nghĩa Thực². Cùng với Phan Bội Châu và Phan Chu Trinh, Lương Văn Can được xem là một trong “Ba nhân vật quan trọng nhất trong lịch sử cách mạng hồi đầu thế kỷ 20” và là người đóng vai trò gạch nối đoàn kết giữa hai phái “Duy Tân – ôn hòa” và “Đông Du – bạo động” [Nguyễn Hiến Lê, 1968, tr.179]. Không chỉ tham gia hoạt động văn hóa, giáo dục nhằm đào tạo nhân tài, tuyên truyền vận động tinh thần canh tân đất nước, Lương Văn Can còn tích cực ủng hộ lực lượng yêu nước thông qua tổ chức Việt Nam Quang Phục Hội³ cả về nhân lực, vật lực, tài chính và trực tiếp tham gia các hoạt động chống chế độ thực dân Pháp nên đã bị bắt, bị đưa đi đày ở Nam Vang (Phnom Penh, Campuchia) gần 10 năm (4/1913-12/1921)⁴. Khi hết hạn đi đày, ông trở về Hà Nội, tiếp tục mở

¹ Một phong trào vận động canh tân đất nước theo đường lối hòa bình (Duy Tân) hoặc đấu tranh bạo động (Đông Du) nhưng tất cả dựa trên chủ trương thực hiện đổi mới giáo dục, chấn hưng kinh tế, cải cách chính trị với khẩu hiệu “*khai dân trí, chấn dân khí, hậu dân sinh*” dựa theo mô hình Duy Tân của Nhật Bản, Trung Hoa... kết hợp với tư tưởng các “tân thư” truyền bá từ cách mạng dân chủ tư sản phương Tây.

² Trường dạy học miễn phí (tiếng Việt, Hán, Pháp) theo phương pháp mới (bỏ từ chương và thiên về thực nghiệp) kết hợp diễn thuyết để truyền bá tư tưởng của phong trào Duy Tân - Đông Du, sau đó là biên soạn các tài liệu, sách giáo khoa nhằm nâng cao lòng yêu nước và tự hào dân tộc.

³ Tổ chức thay cho Duy Tân Hội, được thành lập 6/1912 tại Quảng Đông (sau khi Cách mạng Tân Hợi thành công ở Trung Hoa) do Cường Để làm Hội trưởng, Phan Bội Châu làm Tổng lý, Lương Ngọc Quyến (con Lương Văn Can) làm Ủy viên quân vụ thuộc Bộ chấp hành với khẩu hiệu chung “*khu trục Pháp tặc, khôi phục Việt Nam, kiến lập Việt Nam cộng hòa dân quốc*”.

⁴ Trong thời gian bị lưu đày, Lương Văn Can đã tổ chức được một số hoạt động kinh doanh buôn bán (tạp hóa, lụa vải, đóng giày, làm mũ... và có cả tổ chức đường dây lấy các

trường dạy học, viết sách và mất ngày 12/6/1927, thọ 73 tuổi. Ông đã để lại một chúc ngôn bằng chữ Nôm với một số câu nói rõ tình thần của mình: “*Có nước mà chẳng giữ được, phải chịu người khác bảo hộ. Bảo hộ ngày nào tức là nước mất ngày ấy... Nên tôi đêm ngày nhất uất, dầu chết cũng không nhắm mắt được vậy. Tôi có một đôi câu đối liên di bút để lại...*” “*Bảo quốc tụy, tuyệt quốc sĩ*”¹...*Tôi xin chúc Đại Việt ta vạn vạn tuế, đồng bào ta vạn vạn tuế*” [Dẫn lại theo Nguyễn Hiến Lê, 1968, tr.155]. Mặc dù bị chính quyền thực dân tìm mọi cách cản trở nhưng các hình thức truy điệu Lương Văn Can đã diễn ra sôi nổi trong khắp cả nước, trong đó có sự tham gia của đông đảo giới thương gia...

Ngay trong thời gian bị lưu đày, Lương Văn Can đã trước tác được một số tác phẩm, trong đó có phác thảo *Thương học phương châm* và *Kim cổ cách ngôn*, hai cuốn sách được xuất bản lần đầu vào khoảng thời gian trước năm 1932, sau này đặc biệt là gần đây đã được một số nhà báo, nhà nghiên cứu đề cập và giới thiệu một cách trân trọng. Sách *Thương học phương châm* mang tính chất là công trình đầu tiên bàn về kinh doanh, thương mại gồm những nội dung cụ thể ngoài Lời tựa gồm có: *Tư bản, Tổ chức sự buôn, Tính toán, Sổ sách, Thư từ, Mua hàng, Thương hiệu, Thương tiêu, Thương địa, Thương điểm, Bày hàng, Quảng cáo, Giao tế tiếp giãn, Điều lệ nhà băng, Sự buôn bán nước ta*. Ngoài ra, trong sách còn có một số nhận định về vấn đề kinh doanh trong xu thế chung của xã hội lúc ấy, chẳng hạn “đương buổi thế giới cạnh tranh này, các nước phú cường không đâu là chẳng đua tài thi sức ở trong trường thương chiến, văn minh càng tiến bộ, buôn bán càng thịnh đạt” và “các đại quốc do thông thương mà làm được phú cường, các nhà đại tư bản do kinh thương mà phú gia địch quốc”. Tương tự, sách *Kim cổ cách ngôn*

nguồn hàng hóa từ trong nước) nhằm tự mưu sinh và tạo nguồn tài chánh mua sách báo, tiếp tục ủng hộ lực lượng yêu nước...

¹ Dịch nghĩa: *Giữ lấy tinh hoa của dân tộc, rửa sạch sỉ nhục của nước nhà.*

như là công trình đầu tiên nghiêm túc bàn về vấn đề đạo đức kinh doanh và văn hóa kinh doanh, chẳng hạn “Bí quyết thành công đối với nhà kinh doanh là ở sự trung thực. Nghĩa là nguồn lợi thu về phải theo lẽ tự nhiên, đừng bao giờ vì lợi mà làm điều xằng bậy... Xét kỹ ra, người ta giàu nghèo là ở tâm đức, ở lòng ngay thẳng, khoan hậu với người, đây cũng là phép thuật kinh doanh vậy!” [Dẫn lại theo Trần Thái Bình, 2001, tr.129-135]...

2. Tổng quan lịch sử kinh doanh và văn hóa kinh doanh Việt Nam trong bối cảnh kinh doanh và văn hóa kinh doanh thế giới

Thuật ngữ “*Kinh doanh*” (tiếng Trung: 经 赢; tiếng Anh: Business) với nghĩa thông dụng là những hoạt động mua bán (gắn liền với sản xuất và tiêu dùng) những sản phẩm hàng hóa hoặc dịch vụ nhằm mục đích sinh lợi nhuận thông qua phục vụ nhu cầu vật chất, tinh thần của con người và sự phát triển của xã hội. Khái niệm: “*Văn hóa*” (tiếng Trung: 文化; tiếng Anh: Culture) với nghĩa phổ biến là những giá trị (Chân - Thiện - Mỹ) được sáng tạo ra từ các hoạt động có ý thức (gồm lý trí, tâm linh, tình cảm) của con người và tồn tại thông qua những hình thức khác nhau (vật chất, tinh thần, xã hội). Như vậy, hoạt động kinh doanh có thể mang tính chất “phi văn hóa” khi có mâu thuẫn giữa “lợi nhuận” (liên quan lợi ích của người kinh doanh) với “giá trị văn hóa” (liên quan lợi ích của xã hội), là nguyên nhân trực tiếp hoặc gián tiếp đem lại hệ quả xấu cho con người và xã hội. Ngược lại, “*Văn hóa kinh doanh*” (Business culture) ở đây có thể được hiểu là những giá trị văn hóa gắn với các tri thức và hoạt động kinh doanh sản xuất, hàng hóa hoặc dịch vụ nhằm tạo hiệu quả kinh tế bền vững cho người kinh doanh đồng thời không mâu thuẫn với hiệu quả văn hóa - xã hội nói chung. Hoặc tóm gọn hơn nữa: “Nói văn hóa kinh doanh là nói tới hiệu quả và giá trị đem lại từ hoạt động sản xuất kinh doanh theo định hướng tích cực vì sự phát

triển con người (cá nhân, cộng đồng) và xã hội” [Huỳnh Quốc Thắng, 2013, tr.80].

2.1. Vài nét về kinh doanh và văn hóa kinh doanh thế giới

2.1.1. Kinh doanh và văn hóa kinh doanh phương Tây

Văn hoá và văn minh phương Tây thời cổ đại khởi phát từ cái nôi Hy Lạp và La Mã với cơ sở kinh tế chủ yếu là săn bắn và chăn nuôi nhưng đã bước đầu phát triển mạnh mạng lưới đô thị, là điều kiện cho hoạt động kinh doanh ra đời sớm ngay từ lúc ấy. Đến cuối thời cổ đại, khi Ki-tô giáo từ Tây Nam Á vào châu Âu với quan điểm muốn tới cõi vĩnh hằng, con người phải đoạn tuyệt với của cải vì “con lạc đà chui qua lỗ kim còn dễ hơn một kẻ giàu đi vào nước Chúa” nên “Chúa đuổi người buôn bán ra khỏi sân đền thánh” [Phúc Âm hợp tuyển, 1972, tr.36] và điều đó đã trở thành lực cản lớn đối với kinh doanh... Mãi cho đến phong trào Cải cách tôn giáo (khoảng thế kỷ XVI) với những tư tưởng của J. Calvin cùng sự ra đời của đạo Tin Lành thì hoạt động kinh doanh cùng với sự giàu có mới được chính thức thừa nhận và đề cao. Trong số cư dân thuộc tiểu vùng Tây Nam Á, người Do Thái là một dân tộc vừa đặc biệt coi trọng đời sống tâm linh đồng thời cũng xem trọng việc kinh doanh. Đến giai đoạn nhà nước Israel cổ đại thời vua Salomon (khoảng 970 - 931 TCN), quốc gia này đã toàn thịnh nhưng sau đó vì nhiều lý do lịch sử khắc nghiệt, người Do Thái phải sống lưu vong qua nhiều thế kỷ... Mặc dù vậy, họ vẫn trở thành một dân tộc nổi tiếng thông minh, đặc biệt giỏi kinh doanh và giàu có.

Hoạt động kinh doanh ở phương Tây được phát triển mạnh mẽ nhất vẫn là nhờ vào sự ra đời của chủ nghĩa tư bản, đặc biệt cùng với sự phát triển của các cuộc cách mạng công nghiệp vào thời cận và hiện đại. Nền sản xuất lớn tư bản chủ nghĩa dựa trên

thành tựu văn minh công nghiệp cùng với nền kinh tế hàng hóa phát triển mạnh là một bước tiến lớn của lịch sử nhân loại mà trong đó đỉnh cao vẫn là nghề kinh doanh. Tuy nhiên, do hạn chế bởi bản chất chung của doanh nhân tư sản là “hám lợi”, thường tuyệt đối hóa lợi nhuận vô giới hạn theo cách như nhà kinh tế học người Anh T.J. Dunning (1799-1873) đã từng nhận định và K. Mark cũng đã từng nhắc lại, cho nên xã hội phương Tây thường cho rằng hai khái niệm “kinh doanh” và “văn hoá” là đối lập hoặc chí ít là không có liên quan gì với nhau. Ngoài ra, lịch sử phương Tây với sự phát triển của nền kinh tế công nghiệp tư bản chủ nghĩa còn được xem là nhân tố tiêu cực khi tương ứng với lịch sử của quá trình chinh phục (tàn phá) tự nhiên ngày càng khốc liệt của con người thời hiện đại mà sự trả giá nặng nề nhất chính là hậu quả của sự “biến đổi khí hậu”, một trong những vấn đề toàn cầu nan giải nhất sau này... Mặc dù có những hạn chế như vậy nhưng cùng với sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế hàng hóa - thị trường với quy mô ngày càng rộng lớn, rõ ràng các nước phương Tây nhìn chung đã xây dựng được một nền văn hóa quản trị kinh doanh với các doanh nghiệp, tập đoàn kinh tế đạt trình độ cao về tính công nghiệp - hiện đại và đã sáng tạo ra những phương thức quản trị kinh doanh quy mô lớn, có hiệu quả cao (ví dụ như hình thức “*Franchises*”¹). Chính nó đã góp phần tạo nên tính chất chung của văn hóa kinh doanh công nghiệp - hiện đại trên phạm vi toàn thế giới với nhiều mô hình hết sức năng động và có hiệu quả. Các học thuyết, lý thuyết quản trị kinh doanh của phương Tây tuy trực tiếp phục vụ đắc lực cho phương thức sản xuất tư bản chủ nghĩa với những hạn chế lịch sử như đã nói nhưng nhìn từ góc độ khách quan, đó vẫn là một bộ phận đáng kể trong lịch sử văn hóa nhân loại mà các giá trị của nó vẫn có thể phát huy tác dụng tích cực trong thực tế đời sống kinh tế - xã hội

¹ Còn gọi là “*Kinh doanh thương hiệu*” hoặc “*Nhượng quyền kinh doanh*” giữa một bên bán (Franchisor, người đi trước) và một bên mua (Franchisee, người đi sau) thông qua một hợp đồng có thời hạn nhất định.

các quốc gia trên thế giới nếu được nghiên cứu, kế thừa, phát triển một cách nghiêm túc, có chọn lọc.

2.1.2. Kinh doanh và văn hóa kinh doanh phương Đông

Tiêu biểu đó là các nước thuộc khu vực Đông Bắc Á và Đông Nam Á, bắt đầu trước hết là trên đất nước Trung Hoa ngay từ thời cổ đại. Những thảo nguyên mênh mông với nghề chăn nuôi phát triển mạnh cùng truyền thống gốc du mục tạo điều kiện cho thương nghiệp Trung Hoa phát triển rất sớm ngay từ thời nhà Hạ (夏) (thế kỷ XXI?-XVII trước CN). Tuy lúc đầu mang tính tự phát nhưng đến thời nhà Thương (商) (thế kỷ XVII-XI trước CN) thì giới chủ nô trực tiếp buôn bán, hoặc chỉ huy nô lệ tham gia buôn bán ngày càng nhiều (các hàng hóa kỳ trân dị bảo, động vật và cả nô lệ...) không chỉ trong nước với nhau mà còn cả với các nước láng giềng. Đến giai đoạn Tây Chu (西周) (thế kỷ XI-VIII trước CN), truyền thống kinh doanh định hình rõ nét từ thời nhà Thương với lực lượng thương nhân nhà nước ngày càng đông đảo và bước đầu đã tổng kết cả về kinh nghiệm thực tiễn lẫn lý thuyết về kinh doanh. Người ta bắt đầu thấy xuất hiện các khái niệm “*Thương nghiệp*” (商业) tức là về nghề buôn bán, “*Thương nhân*” (商人) để chỉ người làm nghề buôn, “*Thương phẩm*” (商品) để nói về hàng hoá... Thậm chí đến thời Minh Thanh, nhiều quan lại trí thức Nho học cũng trực tiếp tham gia buôn bán lớn, từng bước hình thành một tầng lớp “*Thương Nho*” (商儒) để cùng với nó và từ đó hoạt động kinh doanh và lý thuyết về kinh doanh và văn hóa kinh doanh Trung Hoa ngày càng phát triển rộng mạnh trong nước và lan ra cả các nước khác trong khu vực.

Cùng với Trung Hoa và ảnh hưởng trực tiếp từ Trung Hoa, kinh doanh và văn hóa kinh doanh Nhật Bản phát triển mạnh tại một đất nước vốn có trên 4.000 hòn đảo (trong đó chỉ có 4 đảo

lớn chiếm 98% tổng diện tích) với đất trồng trọt được chỉ chiếm 15% đồng thời là nơi có nhiều núi lửa và nhiều trận động đất (cùng với sóng thần) thuộc loại hàng đầu thế giới. Theo thể chế quân chủ lâu dài¹, về sau này đặc biệt là từ thời Minh Trị Thiên Hoàng (nửa sau thế kỷ XIX) mới tiếp thu thêm mô hình dân chủ tư sản phương Tây, văn hóa quản trị kinh doanh Nhật Bản chủ yếu vẫn theo “*mô hình gia đình*”, là mô hình có ảnh hưởng sâu sắc đến toàn bộ các tổ chức kinh tế, chính trị, xã hội như nhà máy, xí nghiệp, công ty và rộng ra thành hệ tư tưởng của quốc gia, trong đó Thiên hoàng được toàn dân kính trọng như một người cha của toàn dân tộc. Nhìn trên tổng thể tuy có mở rộng giao tiếp xã hội hiện đại, văn hóa kinh doanh Nhật Bản vẫn thường mang “*tính khép kín*” nhằm vừa hạn chế các tác động bởi văn hoá ngoại lai, vừa phát huy được những thể mạnh văn hóa truyền thống mang đậm bản sắc dân tộc của mình. Theo đó, tâm lý dân tộc với những tính cách của người Nhật như trung thành, nhẫn nại, cần cù, tiết kiệm,... đã được bảo tồn, phát huy tốt cả trong đời sống lẫn trong kinh doanh. Tương tự, tinh thần “*Võ sĩ đạo*” thể hiện qua sự dũng cảm, tận tụy hy sinh, trọng danh dự, ghét sự gian lận, lừa bịp, buôn lậu, trốn thuế, làm hàng giả,... kết hợp truyền thống “*Thần Đạo*” cũng đã được kế thừa và góp phần tạo nên “*tính cách*” Nhật trong đời sống và trong kinh doanh như tôn trọng tự nhiên, hướng đến những điều thiện, trong sạch, tránh cái xấu, cái ác... Bên cạnh đó, qua nhiều thử thách lịch sử, đặc biệt là từ sau thời cận và hiện đại, Nhật Bản đã mở rộng cửa tiếp thu có chọn lọc các thành tựu khoa học kỹ thuật, gồm cả văn hóa kinh doanh phương Tây để tạo nên những sự đột phá mạnh mẽ trên cơ sở tiếp tục bảo tồn và phát huy tốt những truyền thống văn hóa vốn có như đã nói, tạo nên một bản sắc văn hóa kinh doanh Nhật Bản rõ nét. Ví dụ, thông qua giải pháp kỹ thuật chỉ sản xuất các bộ phận

¹ Từ năm 660 trước CN đến nay, Nhật Bản chỉ có một dòng họ thay nhau làm vua suốt trường kỳ lịch sử.

vào “đúng lúc” chúng được cần tới, khi được đặt hàng và các bộ phận được chuyển tới đúng chỗ chúng được sử dụng trong dây chuyền sản xuất xác định... tất cả đã tạo nên chiến lược “*Just in time*” (JIT) là một lợi thế lớn trong sản xuất kinh doanh Nhật Bản so với nhiều quốc gia khác...

Tương tự nhưng khác với Nhật Bản, nền kinh doanh và văn hóa kinh doanh Hàn Quốc trên một bán đảo chỉ có 20% đất có thể canh tác (núi chiếm khoảng 70% lãnh thổ) qua nhiều giai đoạn phát triển cuối cùng mô hình *tập đoàn kinh tế* (chaebol) được định hình, trong đó mỗi tập đoàn có nhiều công ty thành viên (khoảng trên dưới 30 công ty) với mức độ đa dạng hoá sản xuất cao theo kiểu đa ngành, nghề. Ngoài ra, mô hình này còn kết hợp tổ chức kinh tế theo “*sở hữu gia đình*” với nguyên tắc chung khoảng 90% quyền thừa kế các tập đoàn được chuyển từ cha sang con trai hoặc anh em trai và hầu hết các vị trí lãnh đạo chủ chốt trong tập đoàn đều do các thành viên gia đình nắm giữ. Ưu điểm của những tập đoàn kinh tế như vậy là đã tạo tác động mạnh, có hiệu quả đột phá làm thay đổi nhanh cục diện kinh tế, chính trị, xã hội của quốc gia nhưng nhược điểm là có thể làm mất cân đối cơ cấu kinh tế quốc gia theo hướng công nghiệp nặng chỉ tập trung vào một số ngành nhất định và công nghiệp nhẹ có thể bị bỏ rơi. Bên cạnh đó, hạn chế đáng lưu ý là quyền lực đặc biệt do được chính phủ nâng đỡ cùng hệ thống gia đình trị còn làm cho các tập đoàn kinh tế của Hàn Quốc có thể có thái độ thiếu trách nhiệm xã hội, buôn lậu, trốn thuế hoặc tạo nên sự độc quyền về giá cả, gây lạm phát, làm cho khoảng cách giàu nghèo gia tăng...

Trên tổng thể từ góc nhìn đồng đại kết hợp lịch đại, văn hóa kinh doanh khu vực các nước Đông Bắc Á đến nay nhìn chung đã và đang mang tính chất của một nền văn hóa kinh doanh công nghiệp - hiện đại phổ biến trên thế giới bên cạnh nét riêng của bản sắc văn hóa từng quốc gia dân tộc cùng với sự ảnh hưởng nhất định bởi văn hóa kinh doanh Trung Hoa như đã đề cập.

Trong đó, truyền thống “kinh thương” từ thời nhà Thương qua nhiều giai đoạn lịch sử cho đến nay cùng với tiềm lực tài chính, vật chất, kỹ thuật đã có và với số dân đông đảo nhất thế giới, Trung Quốc thông qua hoạt động kinh doanh phủ sóng toàn cầu của mình hiện đã và đang chiếm vị trí quan trọng và có sự tác động lớn đối với khu vực cũng như trên toàn thế giới về nhiều mặt. Vượt qua hạn chế của chế độ quan liêu bao cấp theo mô hình phong kiến trước kia hoặc xã hội chủ nghĩa sau này để thực hiện đường lối “cải cách” trên cơ sở tiếp thu mô hình kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa mang nét đặc sắc của riêng mình, thành tựu vượt bậc là Trung Quốc hiện đã vươn lên vị trí đứng hàng thứ hai trên thế giới, chỉ sau Hoa Kỳ, thậm chí đang đặt mục tiêu sẽ trở thành cường quốc đứng đầu thế giới trong tương lai không xa. Tuy nhiên, trong bối cảnh xã hội hiện đại sau này, văn hóa kinh doanh nói riêng, thương hiệu quốc gia “*Made in China*”¹ của Trung Quốc nói chung có những khó khăn nhất định bởi khối lượng hàng hóa được sản xuất nhiều nhưng chất lượng đôi khi không đảm bảo cùng những hạn chế khác về sự tác động của chính trị chi phối hoạt động kinh tế... Mặc dù vậy, trên tổng thể truyền thống văn hóa kinh doanh của phương Đông (trong đó có vai trò của Trung Quốc) vẫn luôn dựa trên chữ “*Hòa*” (Dung hòa) để phát triển, và đó vẫn là một thể mạnh phải được khẳng định. Ví dụ, thành công từ chữ “*Wa*” (Hòa) cùng với phương thức quản lý “*Kaizen*” (cải tiến) cùng với những thành tựu lớn về khoa học công nghệ gắn chặt với sản xuất kinh doanh đã tạo điều kiện cho Nhật Bản đến nay vẫn liên tục giữ vị trí hàng thứ hai, thứ ba trên thế giới. Tương tự, Hàn Quốc với bài học sản xuất kinh doanh theo mô hình *Phong trào Cộng Đồng Mới* (Saemaeul undong) chỉ vài thập kỷ (từ 1970 đến 1990) đã đạt thu nhập bình quân đầu người 4.934 USD/người/năm (gấp gần bốn lần 10 năm trước), vượt qua khủng hoảng, đưa nền kinh tế đất nước hội nhập toàn

¹ (Hàng hóa) sản xuất từ Trung Quốc.

cầu hoá hết sức mạnh mẽ. Tiếp đến sau này là các thành quả lớn của *Hallyu* (làn sóng Hàn Quốc) với những sự “công hưởng” của một nền công nghiệp văn hóa đại chúng (*phim truyền hình, internet, nhạc pop,...*), tiếp theo là sự kết hợp gây “tác động dây chuyền” của các lĩnh vực kinh tế và văn hóa khác nhau (*thời trang, mỹ phẩm, du lịch, ẩm thực,...*), tất cả góp phần đưa Hàn Quốc trở thành là một trong những cường quốc hàng đầu về phát triển kinh tế thông qua mô hình kinh doanh “công nghiệp văn hóa” (cultural industry) trong khu vực cũng như thế giới.

Bên cạnh khu vực Đông Bắc Á, các nước Đông Nam Á trên cái nền chung của truyền thống nông nghiệp trồng lúa nước lâu đời kết hợp với tiếp thu các thành tựu khoa học kỹ thuật công nghệ hiện đại, do có nhiều màu sắc khác nhau về tôn giáo tín ngưỡng, chính trị, tổ chức xã hội,... nên đã có sự phát triển năng động nhất định về kinh tế với một số mô hình kinh doanh và văn hóa kinh doanh khác nhau. Ngoài mô hình phổ biến là nền kinh tế công nghiệp - hiện đại gắn với nền kinh tế nông nghiệp theo nhiều quy mô khác nhau, có một vài nước theo thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa (Việt Nam, Lào) nhưng nhìn chung tất cả đều gắn kết nhau và gắn kết với thị trường thế giới bằng nhiều hình thức tổ chức khác nhau (ASEAN, APEC, WTO,...). Theo hướng đó, tổ chức *Cộng đồng kinh tế ASEAN* (AEC) đã được thành lập vào ngày 31/12/ 2015 với mục đích không chỉ đẩy mạnh hơn nữa tự do hóa đầu tư nội khối và tăng cường thu hút đầu tư ngoại khối vào các nước ASEAN nhằm thúc đẩy quá trình khu vực hóa, toàn cầu hóa đang ngày càng gia tốc phát triển mà còn “làm cho sự phát triển đó phải theo hướng ngày càng mang tính tự giác, có ý thức thông qua con đường giao lưu văn hóa, hòa hợp về chính trị...”. Đây là cơ sở làm cho nền văn hóa kinh doanh nói riêng, thị trường kinh tế và kinh doanh nói chung của Đông Nam Á có được lực hút và sức phát triển ngày càng mạnh mẽ cả trong nội khối cũng như đối với bên ngoài: “Không phải ngẫu nhiên mà ASEAN đã từng được xem là “*Trái*

tim của châu Á năng động” với vai trò trung tâm của châu lục, là khu vực phát triển và hấp dẫn các nhà đầu tư thông qua ba trụ cột: *Cộng đồng chính trị - an ninh, Cộng đồng kinh tế và Cộng đồng văn hóa - xã hội*”¹ [Huỳnh Quốc Thắng, 2017, tr.739].

2.2. Khái quát lịch sử kinh doanh và văn hóa kinh doanh Việt Nam

Trong xã hội phong kiến nông nghiệp cổ truyền (từ cuối thế kỷ XIX trở về trước), nhìn chung Việt Nam chưa có truyền thống kinh doanh rõ nét. Mặc dù thời cổ đại đã có giai thoại Chữ Đồng Tử và Tiên Dung cùng đi buôn bán xa, thời trung đại và cận đại, sử sách có nói đến việc Trần Khánh Dư đã đi buôn than, anh em Tây Sơn từng đi buôn trầu... Tuy nhiên, trước sau nghề buôn bán vẫn luôn bị đánh giá là kém giá trị nhất trong các ngành nghề và thứ bậc xã hội: “Sĩ – Nông – Công – Thương”. Chính vì với tinh thần như vậy, câu chuyện văn học dân gian “*Đồng tiền Vạn Lịch*” và “*Mụ Lường*” chẳng hạn, tuy có nói đến buôn bán nhưng lại chỉ là chuyện xấu của nghề buôn! Tương tự, trong tác phẩm Truyện Kiều, nhân vật “Thằng bán Tor” cũng chỉ là một nhân vật phản diện ở mọi mặt quan hệ xã hội!...

Trên thực tế lịch sử, tại một số địa phương trong nước qua một số thời đoạn khác nhau, đặc biệt là khoảng thế kỷ XVI - XVIII, một số hoạt động giao thương quốc tế nhằm buôn bán trực tiếp với các doanh nhân nước ngoài (chủ yếu là Trung Quốc, Nhật Bản, tiếp theo với Bồ Đào Nha, Hà Lan, Anh, Pháp,...) đã diễn ra ở *Phố Hiến* (Hưng Yên), *Kỳ Lừa*, *Đồng Đăng* (Lạng Sơn), *Vân Đồn* (Quảng Ninh), *Hội An* (Quảng Nam)... Ngoài ra, người ta cũng phải tính đến vai trò cộng đồng người Hoa (Minh Hương) đối với sự phát triển mạnh mẽ của kinh tế thị trường ở Nam Bộ so

¹ “*Cộng đồng văn hóa - xã hội*” là sáng kiến của Việt Nam với kế hoạch tổng thể gồm các mục tiêu chính: (1) Phát triển con người, (2) Phúc lợi và bảo hiểm xã hội, (3) Các quyền và bình đẳng xã hội, (4) Đảm bảo môi trường bền vững, (5) Tạo dựng bản sắc ASEAN, (6) Thu hẹp khoảng cách phát triển...

với các vùng miền khác, kể từ năm 1679 khi Trần Thắng Tài (Trần Thượng Xuyên) được vào khai phá, phát triển kinh doanh ở Cù Lao Phố (Biên Hòa – Đồng Nai) và Dương Ngạn Địch ở Mỹ Tho (nay thuộc Tiền Giang); năm 1708, Mạc Cửu chủ động khai phá vùng Hà Tiên (nay thuộc Kiên Giang) và sau này quy phục các chúa Nguyễn...

Nhìn tổng thể, các trung tâm giao thương quốc tế nói trên chủ yếu vẫn là một hình thức chợ phiên theo gió mùa nhằm trao đổi hàng hóa cho nhau, trong đó người Việt tham gia làm dịch vụ hay thu mua hàng là chính. Và, mặc dù vẫn nói rằng “phi thương bất phú” và cũng có học theo người Hoa để tập đi buôn, nhưng người Việt ở Nam Bộ vẫn khó mà bỏ nhà cửa, ruộng vườn, đất đai (vốn có khá nhiều điều kiện thuận lợi so với các vùng miền khác) để chuyên tâm đi lo việc kinh doanh mua bán! Nhìn chung, do nhiều nguyên nhân khách quan chủ quan khác nhau, trong xã hội Việt Nam truyền thống hàng ngàn năm, hoạt động kinh doanh buôn bán vẫn còn mờ nhạt so với các hoạt động kinh tế - xã hội khác. Tác giả Phạm Đình Hổ (1989) trong tác phẩm *Vũ trung tùy bút* viết bằng chữ Hán vào thời Lê mạt - Nguyễn sơ (cuối thế kỷ XVIII - thế kỷ XIX) theo hình thức truyện ký ghi chép về mọi chuyện từ phong tục tập quán đến tôn giáo tín ngưỡng, lễ hội, văn học, nghệ thuật,... nhưng vẫn không thấy nội dung gì nói về việc buôn bán kinh doanh. Tiếp sau này, hai tác giả người Pháp Pierre Huard và Maurice Durand (1954) trong công trình *Connaissance du Việt – Nam* (Tìm hiểu về Việt Nam) nghiên cứu khá kỹ càng về mọi mặt lịch sử, địa lý, văn hóa, nghệ thuật, chính trị và cả về kinh tế, xã hội của Việt Nam vào đầu thế kỷ XX nhưng nhìn chung vẫn không thấy nội dung nào trình bày rõ nét về hoạt động kinh doanh của xứ sở này ngoài nghề thủ công mang tính sản xuất tự cấp tự túc và hoạt động buôn bán nhỏ ở chợ làng là chủ yếu... Tương tự, trong công trình bằng tiếng Anh *The ancient civilization of Vietnam* (Văn minh xưa của Việt Nam) của tác giả

Nguyễn Văn Huyền (1995) với 9 chương trình bày mọi khía cạnh liên quan nền văn hóa truyền thống vốn có của Việt Nam, nhưng ngay cả trong chương VII (tr.218-233) nói về đời sống sản xuất kinh tế (*Economic production*) cũng không có nội dung nào đề cập rõ ràng về việc mua bán kinh doanh.

Khái quát thực tế trên, Đào Duy Anh (1961) thông qua tác phẩm *Việt Nam văn hóa sử cương* (được xuất bản lần đầu từ năm 1938) với mục *Thương mại* (trang 69 – 73) có nội dung như sau:

“Thương mại nước ta xưa lại còn kém cỏi hơn công nghệ nữa. Ngày xưa nước ta ở trong tình trạng bế quan tỏa cảng, sự buôn bán với ngoại quốc rất ít đã đành, mà ở trong nước thì ở xứ này đi qua xứ khác đường giao thông không tiện, cho nên sự buôn bán thường hạn trong phạm vi địa phương. Ở nhà quê thì các chợ là nơi dân vùng xung quanh họp nhau mỗi ngày hay mỗi phiên để đổi chác những đồ thổ sản, hoặc về nông nghiệp hoặc về công nghiệp, cần dùng cho sự sinh hoạt hàng ngày. Ngoài những người nhà quê đến chợ để bán thổ sản, còn có ít nhiều người lái buôn chuyên môn như hàng vải, hàng xén, hàng cau, hàng thuốc, hàng thịt, hàng bánh, cứ gánh hàng đi chợ này chợ khác để bán rong. Ở quanh các chợ lớn lại thường có những nhà buôn nhỏ, nhất là của Hoa-kiều, bán tạp hóa và thuốc bắc...” (tr.69)

Ngoài ra, cũng chính công trình này của Đào Duy Anh còn nêu một số nhận xét lớn khác:

“Ở thành thị sự buôn bán thịnh hơn ở nhà quê... Song ở thành thị hay nhà quê, người Việt-nam chỉ buôn bán vật..., chứ các cuộc buôn sỉ và cất hàng to đều ở trong tay người Hoa-kiều... Việc buôn bán bằng ghe thuyền thì ở sông cũng chỉ do huyện này sang phủ khác, xa lắm là do một tỉnh đi sang tỉnh bên mà thôi..., cho nên những nhà hàng hải tảo

bạo nhất cũng chỉ đi xứ này sang xứ khác ở trong phạm vi Trung, Nam, Bắc Việt thôi” (tr.70)

Cũng trong tác phẩm trên, mặc dù Đào Duy Anh đã viết rằng: “Từ khi nước ta tiếp xúc với các dân tộc Âu-tây, nhất là từ khi thuộc Pháp, tình hình kinh tế mở mang thì thương nghiệp cũng nhân thế mà phát đạt rất chóng” (tr.71), nhưng trên thực tế, trong bối cảnh một nền kinh tế bị lệ thuộc, chủ quyền quốc gia, dân tộc không có thì khó thể nói đến một nền kinh doanh phát triển thuận lợi. Rõ ràng đầu thế kỷ XX (bước vào thập kỷ thứ hai) đã xuất hiện những doanh nhân đầu tiên như Trương Văn Bền, Bạch Thái Bưởi, Trịnh Văn Bô, Nguyễn Sơn Hà, v.v. với tinh thần yêu nước và tư tưởng tích cực muốn gầy dựng một nền doanh thương nước nhà hùng mạnh nhưng tất cả chỉ như là những mong ước hơn là hiện thực... Những thực tế trên tiếp tục là những tồn tại kéo dài, kể cả trong hoàn cảnh lịch sử mới tiếp sau đó.

Giai đoạn tiếp theo, ngày 02/9/1945 Chủ tịch Hồ Chí Minh đọc *Tuyên ngôn Độc lập* đánh dấu một mốc lịch sử mới cho đất nước nhưng ngay sau đó, Việt Nam bước vào cuộc kháng chiến chống thực dân Pháp kéo dài 9 năm (đến 1954) và 21 năm tiếp theo kháng chiến chống đế quốc Mỹ (đến 1975), hoạt động thương mại vẫn không có điều kiện thuận lợi để phát triển. Tuy ở miền Bắc đã có Hội Công thương Cứu quốc trong kháng chiến chống thực dân Pháp, sau đó là thành lập Bộ Công Thương¹ và ở miền Nam vẫn có những hoạt động buôn bán (thậm chí có cả buôn bán lớn), tuy nhiên trong điều kiện chiến tranh (trên cả nước) và nền kinh tế lệ thuộc (ở miền Nam)... khiến cho hoạt động kinh doanh khó thể phát triển bình thường theo đúng quy luật của nó! Sau năm 1975, trong bối cảnh cơ chế quan liêu bao cấp và những biến động bất thường bởi chiến tranh biên giới Tây

¹ Bộ Công Thương được thành lập (14/5/1951) sau đó tách ra thành Bộ Công nghiệp và Bộ Thương nghiệp (từ 9/1955). Tiếp theo, Bộ Thương nghiệp tách ra thành Bộ Nội thương và Bộ Ngoại thương (từ 4/1958 cho đến sau năm 1975).

Nam và biên giới phía Bắc (năm 1979), hoạt động kinh doanh tiếp tục không thể phát triển. Kể cả sau năm 1986, Đại hội VI của Đảng Cộng sản Việt Nam đã chính thức đề ra đường lối *Đổi mới* nhằm xóa cơ chế bao cấp để chuyển sang cơ chế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa cùng với việc *Mở cửa* nhằm hội nhập với thị trường toàn thế giới, tuy nhiên trước chính sách cấm vận của Hoa Kỳ vẫn còn cản trở và còn nhiều lý do khác nữa..., nhìn chung hoạt động kinh doanh giai đoạn này vẫn chưa thể phát triển thuận lợi thực sự. Mãi cho đến những năm 90 của thế kỷ XX, nhờ những nỗ lực cao của Đảng và Nhà nước thông qua việc thành lập Bộ Thương nghiệp (sau đó là Bộ Thương mại)¹ cùng với hàng loạt văn bản pháp quy được ban hành như *Luật Công ty*, *Luật Doanh nghiệp nhà nước*, *Luật Doanh nghiệp tư nhân*... cùng với những nỗ lực lớn của các ngành, các cấp thì hoạt động kinh doanh mới có được những bước tiến mạnh mẽ. Tiêu biểu là sự kiện “*Những Ngày hội Văn hóa Thể thao các Dân tộc Việt Nam*” do Bộ Văn hóa Thông tin Thể thao và Du lịch phối hợp Ủy ban Nhân dân TP. Hồ Chí Minh tổ chức tại TP. Hồ Chí Minh vào cuối tháng 4 đầu tháng 5 năm 1990 nhân kỷ niệm 15 năm giải phóng miền Nam, thống nhất đất nước (30/4/1975 – 30/4/1990) và đặc biệt là kỷ niệm 100 năm ngày sinh Chủ tịch Hồ Chí Minh (19/5/1890 – 19/5/1990) với tư cách là “*Anh hùng giải phóng dân tộc và danh nhân văn hóa thế giới*” vừa được UNESCO công nhận. Đây là sự kiện văn hóa du lịch tầm vóc quốc gia lần đầu tiên được tổ chức với đông đảo du khách cả trong nước lẫn quốc tế và đã có nguồn thu đáng kể (khác hẳn giai đoạn trước đó nguồn du khách quốc tế và nguồn thu du lịch còn rất ít thậm chí là không

¹ Trên cơ sở ghép Bộ Kinh tế đối ngoại (vốn được hình thành từ Ủy ban Kinh tế đối ngoại nhập với Bộ Ngoại thương từ năm 1988) hợp nhất cùng với Bộ Nội thương, Bộ Vật tư thành Bộ Thương nghiệp (30/6/1990) sau đó mở rộng ra thành Bộ Thương mại và Du lịch (8/1991) nhưng rồi lại tách Du lịch ra chỉ còn Bộ Thương mại (1992) để sau này hợp nhất với Bộ Công nghiệp thành Bộ Công Thương (từ 7/2007) cho đến nay.

có)¹. Sự kiện này có thể được xem không chỉ là bước phát triển đầu tiên của hoạt động kinh doanh du lịch và văn hóa kinh doanh nói riêng mà nhìn rộng ra, nó còn góp phần tích cực vào sự đột phá của kinh tế thị trường và kinh doanh Việt Nam nói chung. Tiếp theo, những điều kiện quan trọng như Hoa Kỳ chính thức bỏ cấm vận (1995), Việt Nam gia nhập Hiệp hội các nước Đông Nam Á (ASEAN) (1995), tham gia tổ chức Diễn đàn Kinh tế châu Á – Thái Bình Dương (APEC) (1998), và lần đầu tiên Diễn đàn này đã họp mặt tại Hà Nội (2006), đặc biệt là sự kiện chính thức được kết nạp vào Tổ chức Kinh tế Thế giới (WTO) (11/01/2007) để Việt Nam có điều kiện thực sự hội nhập với thị trường toàn cầu². Đó chính là những điều kiện quyết định để Việt Nam chính thức có hoạt động kinh doanh đúng nghĩa và có nền văn hóa kinh doanh thực sự trong quá trình đẩy mạnh công nghiệp hóa - hiện đại hóa đất nước và hội nhập vào quá trình toàn cầu hóa với cách mạng công nghiệp đang diễn ra bằng tốc độ ngày càng nhanh, quy mô ngày càng rộng trên toàn thế giới. Với truyền thống vốn có và vì mục tiêu lớn: “Đề tiến tới xây dựng một khu vực ổn định, phát triển bền vững góp phần xây dựng hòa bình, hữu nghị cho toàn thế giới, văn hóa Việt Nam cùng với văn hóa các dân tộc, quốc gia... nhất thiết phải là mục tiêu và động lực cho sự phát triển... đề cao văn hóa làm “gạch nối” và là “nền tảng vững chắc” thực sự cho quá trình phát triển bền vững kinh tế, chính trị, xã hội của khu vực và toàn thế giới” [Huỳnh Quốc Thắng, 2017, tr.747],

¹ Tác giả bài viết lúc đó được Ủy ban nhân dân TP Hồ Chí Minh phân công trực tiếp tham gia Ban tổ chức với nhiệm vụ Phó ban Nội dung (Trưởng ban là cán bộ do Bộ Văn hóa Thông tin Thể thao và Du lịch cử vào).

² Trong bối cảnh sau khi gia nhập WTO, cùng với chủ trương theo phương châm “Đa dạng hóa, đa phương hóa” về quan hệ đối ngoại, tính đến nay, Việt Nam đã thiết lập quan hệ ngoại giao với 170 quốc gia trên thế giới, mở rộng thương mại xuất khẩu hàng hóa với trên 230 thị trường các nước và vùng lãnh thổ, ký kết trên 90 hiệp định thương mại song phương, đa phương... (Dựa theo phim tư liệu “70 Năm ngành Công Thương Vững mạnh cùng Đất nước” Bộ Công Thương thực hiện, 5 – 2021, phát trên Đài truyền hình Việt Nam (VTV1) ngày 11/5/2021).

trong vòng chỉ hơn một thập kỷ từ khi gia nhập WTO, Việt Nam đã có những bước tiến ngoạn mục, đã vượt qua nhiều thử thách gay gắt để trở thành một nước phát triển trung bình và đang hướng đến những mục tiêu lớn sẽ trở thành nước có thu nhập khá và thu nhập cao vào năm 2030 và 2045 sắp tới đây.

3. Vai trò của Lương Văn Can và các tác phẩm *Thương học phương châm*, *Kim cổ cách ngôn*

Tư tưởng Lương Văn Can qua các tác phẩm “Thương học phương châm” và “Kim cổ cách ngôn” mang tính chất cách mạng tiêu biểu không chỉ về hoạt động kinh doanh mà còn mang nhiều ý nghĩa kinh tế - xã hội quan trọng khác

Nhìn chung, nhiều ý kiến thống nhất rằng trong bối cảnh thực dân Pháp đã nắm quyền khai thác thuộc địa khốc liệt trên toàn địa bàn Đông Dương cùng với các chính sách ngu dân, nô dịch về giáo dục, đầu độc về văn hóa, các tác phẩm *Thương học phương châm* và *Kim cổ cách ngôn* không chỉ là “những sách giáo khoa đầu tiên về nghề kinh doanh và khoa học thương mại ở Việt Nam” [Chương Thân, 1997, tr.477-478] mà còn có nhiều ý nghĩa lịch sử và kinh tế - xã hội tiêu biểu khác. Điều cần khẳng định đầu tiên, các tác phẩm này tuy là trước tác riêng của tác giả Lương Văn Can nhưng bối cảnh và nền tảng lịch sử - xã hội ra đời của nó lại có liên quan đến đại cuộc chung của dân tộc, cụ thể là của tập thể các nhà nho, chí sĩ yêu nước gắn với phong trào Duy Tân – Đông Du và Đông Kinh Nghĩa Thục đầu thế kỷ XX: “Chính vì “lấy dân làm gốc” cho đường lối cứu nước của mình mà trong tính hình dân trí thấp..., các cụ đã quyết định trước hết phải dùng giáo dục – tuyên truyền để khai thông dân trí, xóa bỏ tư tưởng phong kiến và hủ tục, thức tỉnh lòng yêu nước và khuyến khích các hoạt động kinh doanh để nâng cao đời sống của nhân dân, tạo tiềm lực về lâu dài cho cuộc chiến đấu giải phóng dân tộc” [Lý Tùng Hiếu, 2005, tr.49]. Vấn đề phát triển kinh doanh theo chủ trương của các chí sĩ (trong đó có Lương Văn Can)

không tách rời mà gắn liền với văn hóa, kinh tế xã hội và với sự nghiệp chung vì dân vì nước. Quan trọng hơn “chẳng những đề cao khoa học mà thực nghiệp mà nhiều cụ còn tự mình đứng ra lo việc kinh doanh như mở xưởng dệt, mở hiệu buôn, khẩn ruộng, khai mỏ, hô hào dùng đồ nội hóa...” [Nguyễn Hiến Lê, 1968, phần Lời tựa]. Điều đó xuất phát từ thực tế những chuyển biến sâu sắc của kinh tế - xã hội Việt Nam đương thời: “Nếu vào cuối thế kỷ 19 thành phần lao động chủ lực trên các công trường là những nông dân bị cưỡng bức đi phu thì đến năm 1906, số công nhân thường xuyên làm việc trong 200 xí nghiệp của tư bản Pháp ở Đông Dương đã lên tới 55.000 người. Đến những năm đầu thế kỷ XX, các thành thị như Hà Nội, Hải Phòng, Sài Gòn, Chợ Lớn,... đã có dáng dấp của những thành phố công thương nghiệp...” [Lý Tùng Hiếu, 2005, tr.72]. Vấn đề đặt ra, gắn với thực tế trên là những mâu thuẫn gay gắt của xã hội do kinh tế thị trường tư bản chủ nghĩa đang nhen nhóm phát triển ngày càng mạnh, giới trí thức lúc ấy không dễ có được một tầm nhìn đúng, một thái độ và hành động chuẩn xác. Vượt qua cái nhìn bi quan trước những tiêu cực xã hội của những nhà nho chỉ biết ngồi nhìn mà than vãn, Lương Văn Can cùng các đồng chí của mình với đầu óc canh tân, với tình thần dân tộc và lòng yêu nước, đã thấy rõ xu hướng của thời thế chung trên thế giới, thấy rõ mặt hạn chế của xã hội kinh tế thị trường nhưng vẫn quyết tâm tìm cách phát huy mặt tích cực của nó trong mục tiêu vì dân giàu, nước mạnh. Theo tinh thần ấy, trong các trước tác của Đông Kinh Nghĩa Thực đã có sách *Quốc dân độc bản* (1907) với các đề mục về kinh tế, kinh doanh và tác giả Nguyễn Thượng Hiền cũng đã từng có bài “Hợp quần doanh sinh thuyết” (1907) với các chủ trương phát triển kinh tế theo đường lối duy tân. Nhà báo Nguyễn Văn Vĩnh, chủ bút nhiều tờ báo nổi tiếng, là người thành công lớn trong lĩnh vực kinh doanh báo chí cũng đã viết nhiều bài cổ xúy cho việc phát triển doanh thương nước nhà...

Tuy nhiên, so với những tác phẩm như trên, nội dung *Thương học phương châm* và *Kim cổ cách ngôn* đã có tính bài bản, hệ thống hơn và đã được khẳng định như là những “sách giáo khoa đầu tiên về nghề kinh doanh và khoa học thương mại ở Việt Nam”. Tác giả Lương Văn Can được xem là “người thầy đầu tiên viết sách dạy buôn bán ở Việt Nam” [Trần Thái Bình, 2001, tr.130] và hơn thế nữa, “cụ cử Can xứng đáng là người đầu tiên gây dựng và truyền bá “đạo làm giàu”...” [Dương Trung Quốc, 2004, tr.1, 3]... là điều có cơ sở. Chiều sâu và tầm cao của hai tác phẩm này chính là do ý nghĩa kinh tế - xã hội sâu sắc của nó: “một nhà cách mạng xuất thân từ Nho học, chẳng qua một trường lớp kinh tế nào lại viết sách dạy buôn bán, đó quả là một điều lạ lắm, đáng ngạc nhiên... Tuy vậy, điều đó cũng không có gì khó hiểu đối với những người mà khát vọng canh tân tự cường đất nước mãnh liệt đến mức có thể xô ngã những ràng buộc, rào cản của những lề thói và quan niệm lệch lạc đã tồn tại cả ngàn năm” [Thư Hoài, 2003, tr.62-63].

Lý thuyết kinh doanh của Lương Văn Can qua các tác phẩm “Thương học phương châm” và “Kim cổ cách ngôn” tuy khiêm tốn về dung lượng nhưng giá trị văn hóa, khoa học của nó rất đáng khẳng định và đáng được trân trọng

Như đã đề cập, khi nghiên cứu về lý thuyết kinh doanh của Lương Văn Can qua các tác phẩm *Thương học phương châm* và *Kim cổ cách ngôn*, có người đã từng rất ngạc nhiên về việc “một nhà cách mạng xuất thân từ Nho học, chẳng qua một trường lớp kinh tế nào lại viết sách dạy buôn bán” nhưng quan trọng hơn là “Càng ngạc nhiên hơn nữa khi những lập luận, phân tích và kiến thức trình bày trong đó rất sắc sảo, cụ thể, khác với kiểu tư duy trừu tượng, xa thực tế và quan niệm cổ hủ của phần lớn trí thức khoa bảng thời đó” [Thư Hoài, 2003, tr.62]. Điều ngạc nhiên đó hoàn toàn không mang chất cảm tính bởi vì chính người vừa đặt vấn đề đã tự khẳng định rằng *Thương học phương châm* “là một

quyển sách rất đáng chú ý bởi vì nó không chỉ hướng dẫn cụ thể về nghề thương mại mà còn đề cập đến vai trò của thương mại đối với sự phát triển kinh tế và mô tả tình trạng thương mại yếu kém của nước ta thời phong kiến” [Thư Hoài, 2003, tr.63]. Hoặc, như một nhận định khác cho rằng *Kim cổ cách ngôn* là “một thứ sách giáo khoa bàn về cách làm giàu và bàn về của cải để mong tìm ra một cái “đạo làm giàu” của người Việt Nam mà không bị cuốn vào cơn lốc làm giàu của xã hội thuộc địa” [Dương Trung Quốc, 2001].

Trên thực tế, *Thương học phương châm* và *Kim cổ cách ngôn* chỉ là hai trong hàng chục tác phẩm của Lương Văn Can được viết bằng chữ Hán, chữ quốc ngữ, diễn ca, văn xuôi với nội dung gồm nhiều lĩnh vực như truyền dạy về Hán tự và Hán học, về giáo dục nhân cách và gia đình, kiến thức chung về địa lý, lịch sử, chưa kể một số bài thơ, câu đối... Như vậy, Lương Văn Can không phải là người nghiên cứu chuyên sâu về kinh doanh, cũng không phải là người có nhiều thực tiễn làm nghề kinh doanh chuyên nghiệp. Tuy nhiên, những gì ông viết ra trong *Thương học phương châm* và *Kim cổ cách ngôn* vẫn không phải là lý thuyết suông: “Riêng trong lĩnh vực kinh doanh, dù xuất thân khoa bảng, cụ lại có đến ba lần được duyên phận trao cho một cái nghề vốn xa lạ với nhà nho: *nghề thương mại*” [Lương Văn Can, 2020, tr.215]. Ba lần đó đều không tách rời với việc dạy học, điều hành trường Đông Kinh Nghĩa Thục cùng với việc phải lo liệu tài chính cho hoạt động của phong trào Duy Tân – Đông Du, kể cả khi bị rơi vào tình cảnh phải “tự mưu sinh” lúc đi đày ở xứ người của chính tác giả Lương Văn Can. Nói cách khác *Thương học phương châm* và *Kim cổ cách ngôn* là những công trình mang tính chất là kết quả nghiên cứu thực nghiệm trên cơ sở tham khảo một số nguồn tài liệu lý luận, tổng kết thực tế gồm cả trải nghiệm của bản thân tác giả, và đó là cơ sở tạo ra giá trị khoa học - thực tiễn nhất định cho các tác phẩm này. Hơn thế nữa, điều quan trọng là

chất liệu khoa học và cứ liệu thực tiễn cung cấp cho tác giả để có các luận điểm, luận cứ và luận giải khái quát trong công trình của mình đều xuất phát từ thực tế lịch sử của đất nước cũng như của cả thế giới đang ở trong giai đoạn mang tính chất bước ngoặt gay gắt của thời đại... Điều đó tạo ra giá trị văn hóa và khoa học cho lý thuyết kinh doanh của Lương Văn Can, một thứ như là “*cơ sở lý thuyết văn hóa kinh doanh*” đích thực. Chính vì thế, rất đúng khi đã có ý kiến khẳng định như sau: “Hai cuốn sách đó của Lương Văn Can tuy không đồ sộ như các sách nói về kinh tế, kinh doanh xếp chặt trong các nhà sách ngày nay, nhưng giống như cánh én báo hiệu mùa xuân, nó đánh dấu sự ra đời của một tầm nhìn mới, một kiến thức mới, một phương pháp mới đối với lĩnh vực kinh doanh - thương mại của doanh nhân Việt Nam đầu thế kỷ XX” [Lương Văn Can, 2020, tr.217].

Lương Văn Can và các tác phẩm “Thương học phương châm”, “Kim cổ cách ngôn” đã đặt một mốc son trong lịch sử kinh doanh nói chung, văn hóa kinh doanh nói riêng của Việt Nam và đến nay vẫn có ý nghĩa thời sự đối với các chiến lược kinh tế - xã hội quan trọng của đất nước trong quá trình hội nhập thị trường thế giới

Ngay trong phần mở đầu, trong lời tựa của tác phẩm *Thương học phương châm* [Lương Văn Can, 2020, tr.13-58], Lương Văn Can đã nói rõ quan điểm lớn của mình: “Phi thương bất phú, các đại quốc do thông thương mà làm được phú cường, các nhà đại tư bản do kinh thương mà phú gia địch quốc, thế thì sự buôn cũng không nên câu nệ như xưa mà chẳng lưu tâm nghiên cứu”; và, “Đương buổi thế giới cạnh tranh này, các nước phú cường không đâu là chẳng phải đua tài thi sức ở trong trường thương chiến, văn minh càng tiến bộ, buôn bán càng thịnh đạt. Việc buôn bán thịnh suy như thế, ta há nên coi thường, xem khinh được sao?”. Tác giả Lương Văn Can nghiêm túc xác định vị trí của kinh doanh như là một bộ phận trong chiến lược lớn thuộc đại

cuộc quốc gia, dân tộc để quan tâm nghiên cứu, phát triển nó theo cách vừa mang ý nghĩa giá trị thiết thực đối với sự nghiệp giải phóng đất nước lúc đương thời cũng như đối với mục tiêu dân giàu nước mạnh về lâu dài. Hơn thế nữa, nối kết ý tưởng trên, Lương Văn Can cũng đã xác định rõ: “Sự buôn bán là rất phiền phức... việc gì cũng phải có cơ quan (mưu chước), nếu không có thương học, đủ cả thương đức, thương tài thì không được”. Đây là điều càng có tính thiết thân đặc biệt đối với sự nghiệp nâng cao trình độ khoa học quản lý kinh tế nói chung, quản trị kinh doanh nói riêng trong điều kiện lịch sử cụ thể của đất nước trong mọi giai đoạn.

Bên cạnh “thương học”, “thương tài” như đã nêu, vấn đề “thương đức” cũng được Lương Văn Can chú trọng và tập trung làm rõ trong tác phẩm *Kim cổ cách ngôn* [Lương Văn Can, 2020, tr.65–173]. Trước hết vấn đề được đặt ra là phải nhận thức đầy đủ rằng: “*như người nông phu cày ruộng, người đàn bà dệt vải, người buôn đi (đi buôn), người buôn ngồi (bán quán), việc gì cũng là kinh doanh cả...*”. Đây là quan điểm chính xác về nội dung khái niệm kinh doanh theo nghĩa toàn diện của xã hội hiện đại ngày nay theo như tinh thần *Luật Doanh nghiệp* mới nhất được Quốc hội Việt Nam thông qua, đó là: “Kinh doanh là việc thực hiện một, một số hoặc tất cả các công đoạn của quá trình đầu tư từ sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm hoặc cung ứng dịch vụ trên thị trường nhằm mục đích sinh lợi” [Quốc hội, 2014]. Trên cơ sở đó, như Lương Văn Can đã xác định: “Trong kinh doanh tất yếu phải có tâm đạo công bình”, “trong buôn bán kinh doanh nên có cái tâm”,... Thực chất đây là những vấn đề liên quan nội dung, giải pháp xây dựng văn hóa kinh doanh thông qua xây dựng văn hóa doanh nghiệp, văn hóa doanh nhân,... như là các nội dung quan trọng của khoa học Quản trị kinh doanh hiện đại đồng thời cũng là một chủ đề lớn trong thực tiễn xây dựng kinh tế - xã hội đất nước hiện nay. Bên cạnh việc chọn ngày 13 tháng 10 hàng

năm là *Ngày truyền thống Doanh nhân Việt Nam*, Thủ tướng Chính phủ Việt Nam cũng đã quyết định lấy ngày 10 tháng 11 hằng năm làm *Ngày Văn hóa doanh nghiệp Việt Nam*, nhằm: (1) Khẳng định vai trò, vị trí và tầm quan trọng của văn hóa doanh nghiệp; (2) Tuyên truyền, phổ biến và nâng cao nhận thức về văn hóa doanh nghiệp...; (3) Tôn vinh các doanh nhân, doanh nghiệp có thành tích xuất sắc trong việc xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp; (4) Góp phần tạo môi trường kinh doanh với tinh thần thượng tôn pháp luật, đề cao đạo đức kinh doanh, trách nhiệm xã hội và cạnh tranh lành mạnh, đóng góp cho sự phát triển bền vững đất nước và hội nhập quốc tế... [Thủ tướng Chính phủ, 2016].

Cũng rất đáng chú ý, *Thương học phương châm* và *Kim cổ cách ngôn* còn đề cập đến những nội dung quan trọng mang tính tổng kết các tồn tại hạn chế của kinh thương nước nhà xưa nay. Ví dụ ở phần cuối sách *Thương học phương châm*, đề mục “Sự buôn bán nước ta” [Lương Văn Can, 2020, tr.51-57] với 10 cái thiếu và yếu đến nay vẫn luôn mang ý nghĩa thời sự mà chúng ta có thể diễn dịch như sau: (1) *Thương phẩm* (hàng hóa); (2) *Thương hội* (tổ chức kinh doanh, doanh nghiệp); (3) *Chữ tín* (lòng tin vững chắc); (4) *Kiên tâm* (vững lòng); (5) *Nghị lực* (sức mạnh tinh thần); (6) *Trọng nghề* (trình độ chuyên môn); (7) *Thương học* (khoa học buôn bán, quản trị kinh doanh); (8) *Giao thiệp* (giao tiếp ứng xử, gồm cả hội nhập quốc tế); (9) *Tiết kiệm* (mở rộng là tính “kinh tế” (economie) trên cơ sở hạch toán để đạt hiệu quả cao về: vốn, sức lao động, thời gian,...); (10) *Nội hóa* (đề cao “người Việt dùng hàng Việt...”, khắc phục tâm lý “sính hàng ngoại”). Cho đến nay cũng như có thể trong lâu dài, đây vẫn là những vấn đề lớn có ý nghĩa chiến lược đối với việc phải liên tục tập trung giải quyết để xây dựng nền kinh tế thị trường nói chung, kinh doanh và văn hóa kinh doanh nói riêng. Bởi, “Xét về tính mục đích, văn hóa kinh doanh trong bối cảnh thời đại ngày nay trên

bất cứ lĩnh vực nào suy cho cùng chính là sự vận dụng, phát huy thật tốt mọi thành quả (vật chất, tinh thần) vốn có của cộng đồng (dân tộc, quốc gia, quốc tế) nhằm tạo hiệu quả kinh tế - xã hội bền vững nhất cho bản thân lĩnh vực kinh doanh ấy nói riêng cũng như cho toàn xã hội nói chung” [Huỳnh Quốc Thắng, 2013, tr.82]. Mục tiêu phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ngày nay ở Việt Nam xét về bản chất vẫn là việc tuân thủ đầy đủ các quy luật khách quan, toàn diện của “*kinh tế thị trường*”; và “*định hướng xã hội chủ nghĩa*” mà ở đây về thực chất chính là “*định hướng văn hóa*” theo cách như Lương Văn Can đã bước đầu đặt vấn đề trước kia và chúng ta đã, đang và sẽ tiếp tục thống nhất thực hiện ngày càng đầy đủ hơn trong giai đoạn hiện nay cũng như trong tương lai lâu dài.

Thay kết luận

Trong tác phẩm *Civilization the west and the rest* (Văn minh phương Tây và phần còn lại của thế giới), nhà Sử học người Anh nổi tiếng N. Ferguson đã viết rằng “30 năm trước, nếu tiên đoán rằng trong vòng nửa thế kỷ Trung Hoa sẽ là nền kinh tế lớn nhất thế giới, bạn sẽ bị xua đuổi như một kẻ điên khùng. Nhưng nếu ngược trở về năm 1420, nếu khi đó bạn tiên đoán rằng Tây Âu sẽ có ngày sản xuất nhiều hơn toàn thể châu Á..., bạn đáng bị xem là kẻ mất trí”. Và, nội dung liên quan sự tiên đoán đúng (hoặc sai) như vậy theo N. Ferguson đó là “hiệu ứng động lực của sự cạnh tranh tại Tây Âu và tác động kéo lùi lịch sử của nền chuyên chính ở Đông Á” [N. Ferguson, 2018, tr.101]. Nếu như trước đây, Lương Văn Can cũng như các doanh nhân tư sản dân tộc đầu thế kỷ XX có thể được xem đều ít nhiều mang tinh thần “chủ nghĩa dân tộc đã luôn luôn thúc đẩy các nhà buôn An Nam cạnh tranh với người Pháp và người Trung Quốc” [Hồ Chí Minh, 2002, tr.466] thì đến nay, qua nghiên cứu các tác phẩm *Thương học phương châm* và *Kim cổ cách ngôn*, người ta còn có thể nhìn nhận ra thêm những vấn đề lớn lao khác. Lý thuyết kinh doanh

của Lương Văn Can đề ra cho Việt Nam đầu thế kỷ XX rõ ràng liên quan đến mục tiêu vừa nỗ lực khai thác mặt tích cực từ “hiệu ứng động lực của sự cạnh tranh tại Tây Âu” đồng thời vừa tìm cách khắc phục mặt hạn chế bởi “tác động kéo lùi lịch sử của nền chuyên chính ở Đông Á”... Nhưng ở mặt khác, lý thuyết của Lương Văn Can còn mang tầm vóc lớn lao hơn như là một sự “tiên đoán” dựa trên truyền thống vốn có của văn hóa dân tộc và thực tế phải giải quyết của đất nước lúc đương thời. Ông đã đặt ra vấn đề sự “cạnh tranh” trên thương trường không phải là sự “sát phạt” lẫn nhau hay gian dối mà phải bằng lòng nhân hậu vì hạnh phúc nhân quần xã hội, trực tiếp là nhằm phục vụ lợi ích cho sự nghiệp “dân giàu, nước mạnh”, trước hết là vì độc lập, tự do cho Tổ quốc... Và chẳng trong bối cảnh mới của thời đại ngày nay, như cố Thủ tướng của Singapore Lý Quang Diệu đã nói: “Hội tụ và cạnh tranh cũng sẽ mang lại những thay đổi ở quy mô công ty và ngành. Các tập đoàn đa quốc gia sẽ trở thành các tổ chức đa văn hóa để cạnh tranh thành công trong những khu vực dựa trên tri thức..., thay đổi lớn nhất trong cách tiến hành kinh doanh trong thế kỷ tới sẽ là sự gia tăng nhanh chóng các mối quan hệ không dựa vào sở hữu mà dựa vào quan hệ đối tác”. Và, tất cả đều sẽ rất có ý nghĩa nhưng với điều kiện nó không thể chỉ là để nhằm mục tiêu “cạnh tranh lâu dài với nhiều đối thủ có tầm cỡ” trên khắp thế giới về mặt kinh tế và tài chính mà quan trọng hơn đó là “Không có lựa chọn thay thế khả dĩ nào cho quá trình hội nhập toàn cầu. Chủ nghĩa bảo hộ đội lốt chủ nghĩa địa phương sớm muộn sẽ dẫn tới những xung đột và chiến tranh... Chủ nghĩa toàn cầu là câu trả lời duy nhất công bằng, chấp nhận được và sẽ duy trì hòa bình thế giới” [Allison, Blackwill & Wyne, 2013, tr.114, 115, 145]. Như vậy nói một cách bao quát nhất, lý thuyết kinh doanh của Lương Văn Can thông qua các tác phẩm *Thương học phương châm* và *Kim cổ cách ngôn* xuất phát từ yêu cầu thực tế lịch sử và từ các kinh nghiệm bản thân tác giả kết hợp với những tổng kết dựa trên vốn văn hóa dân tộc đã có để bước đầu

đặt cơ sở nền tảng cho lý thuyết về *kinh doanh và văn hóa kinh doanh* nhằm bổ sung chỗ thiếu và yếu cả về kinh tế - xã hội lẫn văn hóa của Việt Nam nói riêng, đáp ứng theo kịp nhu cầu xu thế phát triển tất yếu của thế giới nói chung.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Allison, G.; Blackwill, R.D.; Wyne A. (2013). *Lý Quang Diệu bàn về Trung Quốc, Hoa Kỳ và thế giới*. (Nguyễn Xuân Hồng dịch). Hà Nội: NXB Thế giới.
2. Chương Thâu. (1997). *Đông Kinh Nghĩa Thục và phong trào cải cách văn hóa đầu thế kỷ XX*. Hà Nội: NXB Văn hóa – Thông tin.
3. Dương Trung Quốc. (2001). Đạo làm giàu của doanh nhân. *Báo Diễn đàn doanh nghiệp*, số 32, 19/4/2001.
4. Dương Trung Quốc. (2004). Soi lại tấm gương xưa. *Báo Tiền Phong*, số 205, 13/10/2004.
5. Đào Duy Anh. (1961). *Việt Nam văn hóa sử cương*. Sài Gòn: NXB Bốn Phương tái bản.
6. Đỗ Minh Cương. (2001). *Văn hóa kinh doanh và triết lý kinh doanh*. Hà Nội: NXB Chính trị Quốc gia.
7. Ferguson, N. (2018). *Văn minh phương Tây và phần còn lại của thế giới*. (Nguyễn Nguyên Hy dịch). Hà Nội: NXB Hồng Đức.
8. Hồ Chí Minh. (2002). *Hồ Chí Minh toàn tập, tập 1*. Hà Nội: NXB Chính trị Quốc gia.
9. Huard, P. & Durand, M. (1954). *Connaissance du Việt – Nam*. Hanoi: Ecole Francaise d’ Extrême – Orient.
10. Huỳnh Quốc Thắng. (2013). Định hướng văn hóa kinh doanh trong chiến lược phát triển du lịch Việt – Hàn. *Tạp chí Văn hóa và Du lịch Saigonact*. Số 9 (63). 01- 2013. 79 - 84.
11. Huỳnh Quốc Thắng. (2017). Cultural Relations with Vietnam – APEC: A look at from the Past to the Future. *Toward the Exchange of Civilization along the Silk Roads beyond “the Clash of Civilization”*. The Annual International Academic conference of IASS 2017, USSH, VNU-HCM. 269-279. *International Relation and Diplomacy*. N.12, Vol. 5. 12-2017. 736-741.
12. Lý Tùng Hiếu. (2005). *Lương Văn Can và phong trào Đông Du*. TP. Hồ Chí Minh: NXB Văn hóa Sài Gòn.
13. Lương Văn Can. (2020). *Thương học phương châm & Kim cổ cách ngôn*. (Lý Tùng Hiếu chú giải & giới thiệu). TP. Hồ Chí Minh: NXB Hồng Đức & CLB Doanh nhân Sài Gòn.

14. Nguyễn Hiến Lê. (1968). *Đông Kinh Nghĩa thực*. (tái bản 1974). Sài Gòn: NXB Lá Bối.
15. Nguyễn Quốc Lộc, Nguyễn Công Khanh & Đoàn Thanh Hương. (2004). *Tổng quan về ASEAN và tiềm năng Thành phố Hồ Chí Minh trong tiến trình hội nhập*. TP. Hồ Chí Minh: NXB Tổng hợp TP. Hồ Chí Minh.
16. Nguyễn Văn Huyền. (1995). *The ancient civilization of Vietnam*. Hanoi: Thế giới publishers.
17. Phạm Đình Hồ. (1989). *Vũ trung tùy bút*. (Nguyễn Hữu Tiến dịch). TP. Hồ Chí Minh: NXB Trẻ & Hội Nghiên cứu giảng dạy Văn học TP. Hồ Chí Minh.
18. *Phúc Âm hợp tuyển*. (1972). Sài Gòn: La San ấn quán.
19. Quốc hội. (2014). *Luật Doanh nghiệp*. Quyết định số: 68/2014/QH13 ngày 26/11/2014.
20. Quốc Sử quán triều Nguyễn. (1992). *Đại Nam nhất thống chí*. (Phạm Trọng Diễm dịch). Huế: NXB Thuận Hóa.
21. Thủ tướng Chính phủ. (2016). *Quyết định về Ngày Văn hóa doanh nghiệp Việt Nam*. Quyết định số 1846/QĐ-Ttg ngày 26/09/2016.
22. Thư Hoài. (2003). Lương Văn Can – người thầy của giới doanh thương. *Thời báo Kinh tế Sài Gòn*, số Xuân Quý Mùi, 2003.
23. Trần Thái Bình. (2001). *Tìm hiểu lịch sử Việt Nam*. Hà Nội: NXB Văn hóa - Thông tin.
24. Trần Văn Giàu. (1998). Mấy đặc điểm lịch sử Việt Nam thế kỷ 20. *Tạp chí Xưa & Nay*, số 56, 10/1998 & số 57, 11/1998.
25. Vũ Quang Thành. (2004). Đông Du – Duy Tân Hội một trăm năm nhìn lại. *Tạp chí Xưa & Nay*, số 214, 6/2004.

VẬN DỤNG TƯ TƯỞNG KINH DOANH CỦA LƯƠNG VĂN CAN VÀO HOẠT ĐỘNG CỦA CÂU LẠC BỘ DOANH NHÂN SÀI GÒN

Võ Quang Cảnh¹

TÓM TẮT

Với quan điểm chấn hưng quốc gia, tự cường dân tộc phải bắt đầu bằng con đường chấn hưng thực nghiệp, Lương Văn Can là một trong người Việt Nam đầu tiên có tư tưởng xây dựng đội ngũ doanh nhân có đủ thương đức, thương tài để cạnh tranh với giới tư bản các nước, và tư tưởng ấy đã được phát huy trong thực tiễn. Vừa bảo tồn những giá trị đạo đức truyền thống vừa cập nhật những tri thức hiện đại, Lương Văn Can đã đặt nền móng khá toàn diện về kinh tế học cho doanh nhân Việt đương thời. Tư tưởng và đạo lý kinh doanh của cụ mà cho đến nay vẫn còn nguyên giá trị đối với giới doanh nhân Việt Nam nói chung và doanh nhân Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng trong thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế.

Từ khóa: Lương Văn Can, phong trào Đông Kinh Nghĩa Thục, tư tưởng, đạo đức kinh doanh, doanh nhân Việt Nam

Thế hệ doanh nhân hậu bối rất cảm phục danh nhân Lương Văn Can - người chưa từng học qua trường lớp kinh tế nào, nhưng đã đề ra triết lý, tư tưởng kinh doanh phù hợp với đạo lý của dân tộc Việt Nam. Cụ đã để lại cho hậu thế hai tác phẩm *Thương học phương châm* và *Kim cổ cách ngôn* với tầm nhìn xuyên thế kỷ.

¹ Chủ tịch Câu lạc bộ Doanh nhân Sài Gòn.

Email: chutich@clbdoanhnhansaigon.vn

Khó ai có thể hình dung được cách đây gần một thế kỷ mà Cụ Lương Văn Can - một người xuất thân từ “Cửa Không sân Trình” đã nhìn thấy tầm quan trọng của nghề kinh doanh đối với sự thịnh suy của đất nước, và đã cảm nhận được *“Phong khí mở rộng, hoàn cầu đi lại như một nhà, đường bộ thì có hỏa xa, đường thủy thì có hỏa thuyền, không trung thì có tàu bay, lại thêm điện báo để thông thư tín, điện thoại để thông âm ngữ, tin tức đã mau, vận tải rất tiện, người mà thông thạo buôn bán thì làm giàu cũng dễ... Việc buôn bán thịnh suy có quan hệ đến quốc dân thịnh suy, không thể coi thường...”* [Lương Văn Can, 2020].

Cụ Lương Văn Can đã chỉ ra 10 nguyên nhân làm cho thương mại, kinh tế nước ta không phát triển được, đó là *“Không có thương phẩm, không có thương hội, không có tín thực, không có kiên tâm, không có nghị lực, không biết trọng nghề, không có thương học, kém đường giao thiệp, không biết tiết kiệm, khinh nội hóa”* [Lương Văn Can, 2020]. Về việc lập hội, Cụ Lương Văn Can đánh giá: *“Cách thức lập hội chưa thạo, kẻ gian quyết mượn tiếng lập hội làm kẻ vơ vét, thành ra thương hội chưa lập đã vỡ, cổ phần chưa họp đã tan”* [Lương Văn Can, 2020]. Về việc đào tạo lớp doanh nhân kế thừa, Cụ nêu nhược điểm: *“Không có thương học không có kế đào tạo cho học sinh có đủ tư cách làm nghề buôn”* [Lương Văn Can, 2020].

Những nhận xét của Lương Văn Can về những hạn chế trong kinh doanh của Việt Nam thời đó vẫn đúng trong bối cảnh nền kinh tế bao cấp chuyển sang nền kinh tế thị trường. Năm 2006, khi Việt Nam chính thức gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), và đến năm 2011, khi Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết 09-NQ/TW về xây dựng và phát huy vai trò của doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa và hội nhập quốc tế, có nhiều điểm tương đồng với tinh thần Lương Văn Can, như đề cao đạo đức, văn hoá kinh doanh, trách nhiệm xã hội, tinh thần dân tộc của đội ngũ doanh nhân; xây dựng chuẩn mực

doanh nhân có lòng yêu nước, tinh thần dân tộc, ý thức tuân thủ pháp luật, có trách nhiệm với cộng đồng, xã hội,... thì giới doanh nhân càng nhận thức rõ hơn về điều này và ngày càng có nhiều doanh nhân quan tâm tìm hiểu về đạo kinh doanh của danh nhân Lương Văn Can.

Di sản tinh thần, lời dạy của danh nhân Lương Văn Can được thực hiện để định hướng hoạt động của Câu lạc bộ Doanh nhân Sài Gòn (CLB DNSG)

Ngày 20 tháng 9 năm 2004, Thủ tướng Phan Văn Khải ký Nghị định số 990/QĐ-TTG lấy ngày 13 tháng 10 hằng năm làm Ngày Doanh nhân Việt Nam, gần một năm sau đó, Báo Doanh Nhân Sài Gòn đề nghị Hiệp hội Doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh cho thành lập CLB DNSG. Trải qua 15 năm hình thành và phát triển, CLB DNSG luôn lấy tư tưởng kinh thương của Lương Văn Can làm tôn chỉ hoạt động. Ban đầu, CLB hoạt động với ba tôn chỉ: “Biết làm giàu - Biết tôn trọng pháp luật - Có trách nhiệm xã hội”. Từ năm 2010, khi được nâng lên thành tổ chức hội do UBND TP.HCM ra quyết định thành lập, để thích ứng với thực tiễn tình hình, CLB DNSG đã phát triển thêm tôn chỉ: “Làm giàu chân chính - Hợp tác phát triển - Văn hóa tri thức - Trách nhiệm xã hội”.

Bốn tôn chỉ trên đã được triển khai cụ thể như sau:

Làm giàu chân chính: CLB DNSG khuyến khích hội viên sản xuất, kinh doanh đúng đắn, tuân thủ luật pháp, không gây ảnh hưởng xấu cho cộng đồng.

Hợp tác phát triển: Đề cùng thành công, không để bên nào bị thua thiệt trong quá trình hợp tác, liên kết.

Văn hóa tri thức: CLB DNSG mong muốn các thành viên có văn hóa tri thức, kỹ năng ứng xử trên thương trường và trong “mái nhà chung” là CLB DNSG.

Trách nhiệm xã hội: Là một trong những tôn chỉ rất quan trọng, vì vậy, ngay từ những ngày đầu hoạt động, CLB DNSG đã thành lập Ban Công tác xã hội. Qua 15 năm hoạt động, thực hiện trách nhiệm xã hội của giới doanh nhân, CLB DNSG đã tặng trên 400 căn nhà đại đoàn kết, nhà tình thương, 12 cây cầu nông thôn, ba trường mẫu giáo cho các địa phương vùng sâu vùng xa và nhiều tỷ đồng cho các đợt cứu trợ đồng bào bị bão lũ và tặng quà cho bà con nghèo... CLB DNSG được Thủ tướng Chính phủ, UBND TP.HCM, Bộ Tư lệnh Bộ đội Biên phòng, Ủy ban Tung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và nhiều tỉnh, thành tặng bằng khen về thành tích hoạt động xã hội - từ thiện.

CLB DNSG góp phần gìn giữ và phát triển di sản văn hóa danh nhân Lương Văn Can

Được nhà sử học Dương Trung Quốc cung cấp những thông tin quý giá ban đầu, năm 2011, nhân dịp kỷ niệm lần thứ 7 Ngày Doanh nhân Việt Nam, CLB DNSG đã tìm được hai tác phẩm gốc của Lương Văn Can là *Thương học phương châm* và *Kim cổ cách ngôn*. CLB DNSG đã phối hợp với NXB Thời Đại tái bản theo bản gốc từ hình thức đến nội dung tác phẩm *Kim cổ cách ngôn* để phục vụ hội viên CLB DNSG và sinh viên các trường đại học trong các đợt tham gia Giải thưởng Tài năng Lương Văn Can do Báo Doanh Nhân Sài Gòn và CLB DNSG phối hợp tổ chức.

Đến năm 2020, được sự gợi ý và trực tiếp tham gia của ông Nguyễn Kiểm - cựu Cục trưởng Cục Xuất bản, cựu Chủ tịch Hội Xuất bản Việt Nam, CLB DNSG đã liên kết với NXB Hồng Đức tái bản tác phẩm *Thương học phương châm & Kim cổ cách ngôn*. Các tác phẩm xuất bản lần này được Tiến sĩ Lý Tùng Hiếu - nhà nghiên cứu văn hoá và ngôn ngữ giúp giới thiệu và chú giải.

Một tư liệu quý liên quan đến Lương Văn Can cũng được công bố trong lần xuất bản này là *Lương gia Tộc phả* với sự giúp

đỡ và giới thiệu của PGS.TS. Trần Đức Cường - Chủ tịch Hội Khoa học Lịch sử Việt Nam, Giáo sư - Tiến sĩ Đinh Khắc Thuân - Viện Nghiên cứu Hán Nôm đã cung cấp bản sao chữ Hán và chữ Nôm, đồng thời dịch sang chữ Quốc ngữ và chú giải.

Việc xuất bản các tác phẩm, tư liệu trên góp phần bảo tồn và phổ biến di sản của danh nhân Lương Văn Can, giúp doanh nhân và sinh viên - thế hệ doanh nhân tương lai của Việt Nam hiểu sâu về triết lý kinh doanh và đạo đức thương trường.

Thương học phương châm & Kim cổ cách ngôn cùng *Lương gia Tộc phả* của Cụ Lương Văn Can xuất bản vào dịp kỷ niệm lần thứ 16 Ngày Doanh nhân Việt Nam (13/10/2004 - 13/10/2020), kỷ niệm 15 năm thành lập CLB DNSG, Tuần lễ Doanh nhân và Sách lần đầu tiên tại Việt Nam trong bối cảnh cả nước đang nỗ lực vượt qua đại dịch Covid-19, là món quà rất có ý nghĩa dành cho giới doanh nhân và bạn đọc.

Danh nhân Lương Văn Can - người thầy của các thế hệ doanh nhân Việt Nam

Tư tưởng kinh doanh của Cụ Lương Văn Can không chỉ về đạo đức mà còn chỉ ra phương thức kinh doanh bao gồm cả nghiệp vụ và tri thức; về bản lĩnh, về tầm nhìn, định hướng, về đào tạo nghiệp vụ chuyên môn... Tư tưởng ấy rất phù hợp trong giai đoạn hiện nay khi Việt Nam gia nhập sâu vào nền kinh tế toàn cầu, doanh nhân không thể chỉ làm giàu bằng kinh nghiệm và đạo đức mà còn có cả tri thức để phân tích đúng đâu là thời cơ, đâu là nguy cơ... Những lời tâm huyết của Cụ Lương Văn Can để lại cho hậu thế không phải của một nhà Nho nặng về lý thuyết mà là từ kinh nghiệm và từ sự hy sinh của chính gia đình mình cho sự nghiệp chung của đất nước, như cụ bà Lê Thị Lễ, phu nhân của Lương Văn Can đã mang cả cửa hàng là của hồi môn của mình ở phố Hàng Đào - Hà Nội để tạo nguồn tài chính, cơ sở cho Trường Đông Kinh Nghĩa Thục.

Trong nhiệm kỳ của Chính phủ vừa qua, Phó Thủ tướng Vương Đình Huệ đã phê duyệt Chương trình mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018 - 2020 (tên tiếng Anh: One commune one product - OCOP) [Quyết định 490/QĐ-TTg 2018 của Chính phủ phê duyệt Chương trình mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018-2020] hướng đến mục tiêu sản phẩm chương trình OCOP là sự kết tinh giữa văn hoá và chất lượng, có khả năng cạnh tranh giữa thị trường trong nước và quốc tế, là một chủ trương rất đúng, tuy có hơi chậm. Ngày 21/4/2021, khi đến thăm xã Tứ Xã - một xã nông thôn mới của huyện Lâm Thao, tỉnh Phú Thọ, Chủ tịch nước Nguyễn Xuân Phúc nhấn mạnh: *“Vấn đề quan trọng nhất của xây dựng nông thôn mới là đưa thông tin và trí thức đến người dân, trên tinh thần là khai dân trí, chấn dân khí, hậu dân sinh. Nông thôn mới không chỉ có đường, có cầu, có cổng chào, nhà xây, có chợ, mà cốt yếu nhất vẫn là khả năng làm kinh tế của người dân... Mong muốn xã có nhiều sản phẩm OCOP nổi tiếng, phục vụ thị trường”* [Phát biểu của Chủ tịch nước Nguyễn Xuân Phúc khi thăm xã nông thôn mới Tứ Hải, huyện Lâm Thao, tỉnh Phú Thọ ngày 21/4/2021]. Xét cho cùng, những chủ trương, chính sách hiện nay của Chính phủ có những điểm tương đồng, trùng hợp với lời kêu gọi của Cụ Lương Văn Can là phải xây dựng thương phẩm, thương hiệu từ gần một thế kỷ trước đây.

Nếu không quan tâm đúng mức đến thương phẩm, thương hiệu, doanh nghiệp Việt rất dễ bị chiếm dụng thương hiệu, như kẹo dừa Bến Tre, nước mắm Phú Quốc, giày Bitis đã từng bị và mới nhất là gạo ngon nhất thế giới ST25 có nguy cơ bị một số doanh nghiệp tại Mỹ và Úc đăng ký bản quyền. Đó là bài học kinh doanh luôn cần được nhắc lại.

Giới doanh nhân trong CLB DNSG luôn xem Cụ Lương Văn Can như người thầy trên cả lý thuyết và thực tiễn. CLB DNSG trong thời gian qua đã ứng dụng tư tưởng kinh doanh của

Cụ vào hoạt động, đã tổ chức và phối hợp tổ chức một số chương trình mang dấu ấn:

Từ năm 2011, CLB DNSG phối hợp cùng với Báo Doanh Nhân Sài Gòn tổ chức Giải thưởng Tài năng Lương Văn Can nhằm tạo điều kiện cho lớp doanh nhân tương lai có cơ hội trao đổi kiến thức, rèn luyện kỹ năng kinh doanh, nhất là tư tưởng làm giàu của danh nhân Lương Văn Can. Qua Giải thưởng Tài năng Lương Văn Can để phát hiện ý tưởng độc đáo trong kinh doanh, phát hiện tài năng kinh doanh từ giới sinh viên.

CLB DNSG phối hợp với Cục Chính trị Bộ Tư lệnh Bộ đội Biên phòng từ tháng 9/2007 tổ chức chương trình “Doanh nhân Sài Gòn - Nghĩa tình biên giới” trên cơ sở doanh nhân tài trợ tiền, Bộ đội Biên phòng các tỉnh đứng ra xây tặng nhà cho đồng bào khó khăn nơi vùng biên giới, khi khánh thành nhà không gắn tên nhà tài trợ mà gắn tên đơn vị Bộ đội Biên phòng các tỉnh tặng với mong muốn biên giới ổn định, hòa bình, quân với dân gắn kết để ở hậu phương doanh nhân kinh doanh làm ra lợi nhuận, phát triển kinh tế và đóng góp xây dựng đất nước, đó là trách nhiệm xã hội cao nhất.

Từ năm 2016, CLB DNSG phối hợp với Hội Nhà báo TP. Hồ Chí Minh hàng năm tổ chức “Giải thưởng báo chí viết về đề tài doanh nhân, doanh nghiệp” nhằm cổ vũ doanh nhân, doanh nghiệp Việt Nam tự tin, chủ động hội nhập quốc tế, biểu dương doanh nhân, doanh nghiệp giỏi, có nhiều đóng góp cho phát triển kinh tế và làm công tác xã hội tốt. Qua ba năm, kể từ ngày phát động đã có 208 bài báo gửi dự thi và 48 bài báo đoạt giải, góp phần cổ vũ doanh nhân, doanh nghiệp tự tin, chủ động hội nhập kinh tế, phát triển doanh nghiệp và làm công tác xã hội tốt; xây dựng và bảo vệ thương hiệu Việt Nam trong hội nhập kinh tế quốc tế, tôn trọng pháp luật, có nhiều đóng góp cho cộng đồng, có nhiều sáng tạo, cải tiến, đổi mới trong quản lý, xúc tiến đầu tư, quảng bá thương hiệu; xây dựng tầm nhìn doanh nghiệp. Thông

qua giải thưởng này, CLB DNSG đã tổ chức tôn vinh và tặng danh hiệu “Người truyền lửa” cho những doanh nhân được đề cập trong những bài báo đạt giải thưởng. Năm 2020 Cục Sở hữu Trí tuệ đã cấp chứng nhận “Người Truyền lửa”, “Doanh nhân - Người truyền lửa” cho CLB DNSG [Giấy Chứng nhận số 346686 và 346687 ngày 9/3/2020 của Cục Sở hữu Trí tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ cấp cho CLB DNSG].

Doanh nhân Việt Nam có niềm tự hào dân tộc và ý chí làm giàu chân chính, luôn muốn vươn lên ngang tầm với doanh nhân các nước. Đặc biệt lớp doanh nhân trẻ hiện nay có nhiều người được đào tạo bài bản, giỏi ngoại ngữ, dễ dàng tiếp nhận những cái mới, nhanh chóng thích nghi với môi trường kinh doanh toàn cầu. Những tư tưởng được xem là “đạo kinh doanh” phù hợp với dân tộc Việt Nam của cụ Lương Văn Can chính là bài học vượt thời gian mà giới doanh nhân ngày nay rất nên tìm hiểu, ứng dụng.

Xác định vai trò lịch sử và tầm ảnh hưởng của danh nhân Lương Văn Can trong phát triển nguồn lực doanh nhân hiện nay

Lâu nay, người đời thường biết Lương Văn Can trước hết với tư cách là một nhà yêu nước, một trong những người khởi xướng và lãnh tụ phong trào Đông Kinh Nghĩa Thục, mà ít biết về tư tưởng kinh doanh của Cụ. Với quan điểm chấn hưng quốc gia, tự cường dân tộc phải bắt đầu bằng con đường chấn hưng thực nghiệp, có thể nói Lương Văn Can là người Việt Nam đầu tiên có tư tưởng xây dựng đội ngũ doanh nhân có đủ thương đức, thương tài để cạnh tranh với giới tư bản các nước và tư tưởng ấy đã được phát huy trong đời sống thực tiễn. Lương Văn Can đã đặt nền móng khá toàn diện, mang tính truyền thống và cập nhật những tri thức hiện đại cho tư tưởng và đạo lý trong kinh doanh mà cho đến nay vẫn còn nguyên giá trị.

Vì vậy chúng tôi đề nghị Tạp chí Doanh Nhân Sài Gòn, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Hội Khoa học Lịch sử Việt Nam tiến hành nghiên cứu để xác định rõ hơn vai trò là “người thầy của doanh giới” qua các tác phẩm của Cụ Lương Văn Can.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lương Văn Can. (2020). *Thương học Phương châm*. TP. Hồ Chí Minh: NXB Hồng Đức và CLB DNSG.
2. Nghị quyết 09-NQ/TW ngày 19/12/2011 của Bộ Chính trị Về xây dựng và phát huy vai trò của doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa và hội nhập quốc tế.
3. Quyết định 490/QĐ-TTg 2018 của Chính phủ phê duyệt Chương trình mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018-2020.
4. Phát biểu của Chủ tịch nước Nguyễn Xuân Phúc khi thăm xã nông thôn mới Tứ Hải, huyện Lâm Thao, tỉnh Phú Thọ ngày 21/4/2021.
5. Giấy Chứng nhận số 346686 và 346687 ngày 9/3/2020 của Cục Sở hữu Trí tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ.

DẤU ẤN THỜI ĐẠI “LƯƠNG VĂN CAN” TRONG LỊCH SỬ VIỆT NAM CUỐI THẾ KỶ XIX, ĐẦU THẾ KỶ XX

Trần Hùng Minh Phương¹

TÓM TẮT

Cuối thế kỷ XIX, đầu thế kỷ XX, nhiều nhà yêu nước Việt Nam đã cùng nhau thành lập phong trào Duy tân, mang những văn minh từ nước ngoài về nước với mong muốn thay đổi tận gốc rễ một nước Việt Nam thuộc địa, nửa phong kiến. Bên cạnh đó là việc hô hào, cổ súy các tầng lớp xã hội tham gia vào việc kinh doanh mặc dù nghề buôn bán vốn bị triều đình nhà Nguyễn xem thường. Một trong những người đã góp phần vào sự hình thành và phát triển của nghề kinh doanh Việt trong những năm đầu thế kỷ chính là Lương Văn Can. Ông là một trong những người sáng lập, lãnh đạo và giảng dạy tại trường Đông Kinh nghĩa thực. Tốt nghiệp cử nhân năm 1879, ông được triều đình Huế bổ nhiệm làm giáo thụ và được thực dân Pháp bổ nhiệm làm Ủy viên Hội đồng thành phố Hà Nội. Tuy nhiên, Lương Văn Can từ chối và ở lại mở trường dạy học. Ông chính là người đầu tiên viết sách dạy buôn bán cho thương nhân Việt, đề cao phát triển thương nghiệp, đặt nền móng cho đạo đức kinh doanh ở nước ta. Bài viết nhằm khắc họa lại những đóng góp về tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can, đồng thời rút ra bài học kinh nghiệm cho tư tưởng khởi nghiệp của giới trẻ Việt Nam ngày hôm nay.

Từ khoá: Lương Văn Can, phong trào Duy Tân, lịch sử Việt Nam

¹ TS., Chi hội Lịch sử Nghiên cứu biển đảo, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM.
Email: tranhungminhphuong@gmail.com

TƯ TƯỞNG KINH DOANH CỦA LƯƠNG VĂN CAN VÀ TRIẾT LÝ KINH DOANH CỦA DOANH NHÂN VIỆT ĐẦU THẾ KỶ XX

Trần Thuận¹

TÓM TẮT

Đầu thế kỷ XX, trong khi ở nước ta, vấn đề kinh doanh còn khá xa lạ, thì Lương Văn Can, một nhà nho cấp tiến, một chí sĩ tiên phong trong phong trào Duy Tân đã cổ súy và khởi xướng phong trào thực nghiệp. Vừa nghiên ngẫm về lý thuyết, vừa trải nghiệm thực tế trên thương trường, cụ Lương đã đúc rút nhiều bài học quan trọng cho nghề thương buôn, cho hoạt động làm giàu của người Việt.

Hai trước tác cụ để lại cho đời là *Thương học phương châm* và *Kim cổ cách ngôn* vừa phản ánh tư duy, tư tưởng kinh doanh của cụ Lương, vừa có ý nghĩa là những bài học răn dạy về đạo đức kinh doanh đối với giới công thương Việt Nam, vẫn còn giữ nguyên giá trị cho đến ngày nay. Có thể thấy rằng tất cả những việc làm của Lương Văn Can và gia đình Cụ đã góp phần to lớn trong việc hình thành nên triết lý kinh doanh cho doanh nhân Việt từ đầu thế kỷ XX cho đến ngày nay và chắc chắn là cả trong tương lai.

Từ khóa: Lương Văn Can, doanh nhân Việt Nam, tư tưởng kinh doanh, triết lý kinh doanh

¹ PGS.TS., Khoa Lịch sử, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM.
Email: tranthuanxhvn@gmail.com

TRIẾT LÝ KINH DOANH CỦA NHÀ NHO LƯƠNG VĂN CAN

Phạm Thị Loan¹

TÓM TẮT

Ra đời trong hoàn cảnh đất nước bị đô hộ, nền kinh tế lạc hậu, khoa học kỹ thuật kém phát triển, Lương Văn Can (1854-1927) cũng như các nhà Nho yêu nước có tư tưởng cấp tiến khác đã luôn trăn trở tìm cách đưa đất nước thoát khỏi cảnh lạc hậu về kinh tế, bị đô hộ về chính trị. Với nhãn quan nhạy bén, Lương Văn Can đã sớm nhận ra chân lý rằng nếu muốn đấu tranh giành quyền tự chủ thì trước hết phải mở mang dân trí, chấn hưng quốc gia, tự cường dân tộc bằng con đường làm giàu. Vận dụng kinh nghiệm của bản thân đồng thời dựa trên truyền thống dân tộc và những giá trị tốt đẹp của Nho học, ông đã khởi xướng chủ thuyết duy tân trong kinh tế, truyền bá triết lý kinh doanh cho người Việt thông qua các tác phẩm của mình. Trong hai cuốn sách *Kim cổ cách ngôn* và *Thương học phương châm*, triết lý kinh doanh của ông được thể hiện rõ nét, với các quan điểm về vai trò, ý nghĩa kinh doanh, về phương tiện, cách thức kinh doanh, đặc biệt là về những giá trị đạo đức đối với người làm kinh doanh. Những triết lý đó cho thấy một tầm nhìn mới mẻ đối với lĩnh vực kinh doanh của doanh nhân và trí thức Việt Nam đầu thế kỷ XX, góp phần thúc đẩy tinh thần chấn hưng thực nghiệp, tự lực tự cường, góp phần vào công cuộc đấu tranh giải phóng dân tộc của nước nhà. Những triết lý đó cho đến nay vẫn còn nguyên giá trị.

Từ khóa: triết lý kinh doanh, tư tưởng kinh doanh, Lương Văn Can, nhà nho Việt Nam

¹ TS., Khoa Triết học, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM.
Email: ploanloan@gmail.com

TƯ TƯỞNG KINH DOANH CỦA LƯƠNG VĂN CAN: TỪ NHẬN THỨC ĐẾN HÀNH ĐỘNG

Trần Thị Mai¹

TÓM TẮT

Tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can từ nhận thức đến hành động đều vô cùng mới mẻ, vừa mang tính triết lý, vừa mang tính thực tiễn sâu sắc. Đặt trong bối cảnh đầu thế kỷ XX, tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can và một bộ phận nhà nho cấp tiến đã thoát ly khỏi những trói buộc của thể giới quan và nhân sinh quan Nho giáo, mạnh dạn tiếp nhận tư duy kinh tế hàng hóa thị trường và những tiến bộ của khoa học kỹ thuật. Nội dung tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can tập trung trong ba quan điểm chủ đạo: Buôn bán là nghề lương thiện, chân chính; Cần kiệm là cái đạo lớn của người kinh doanh và Người kinh doanh ngoài cái lợi bản thân còn hướng đến phục vụ cộng đồng. Đây thực sự là bước chuyển mang tính cách mạng. Hơn 100 năm đã qua nhưng tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can và phong trào Duy Tân vẫn còn để lại nhiều giá trị về học thuật và đạo đức để hậu thế suy ngẫm và noi theo.

Từ khóa: Lương Văn Can, Tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can, Lương Văn Can và Duy tân

¹ PGS.TS., Khoa Lịch sử, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM.
Email: ts_tranthimai@yahoo.com

**TƯ TƯỞNG DUY TÂN VỀ KINH TẾ
CỦA LƯƠNG VĂN CAN
TRONG PHONG TRÀO ĐÔNG KINH NGHĨA THỰC
(1907-1908)**

Nguyễn Võ Đăng Khoa¹

TÓM TẮT

Đầu thế kỉ XX, phong trào Duy Tân – Đông Du (1905-1908) và phong trào Đông Kinh nghĩa thực (1907-1908) là những phong trào theo hệ tư tưởng yêu nước và duy tân trong các lĩnh vực văn hóa – giáo dục, xã hội và kinh tế. Trong đó, tiêu biểu cho tư tưởng duy tân về kinh tế là phong trào Đông Kinh nghĩa thực do Lương Văn Can và các trí thức yêu nước khác khởi xướng. Bài viết tập trung nghiên cứu cơ sở hình thành và phát triển tư tưởng của Lương Văn Can và tư tưởng duy tân về kinh tế trong phong trào Đông Kinh nghĩa thực của Lương Văn Can trong thời gian 1907-1908.

Từ khóa: Lương Văn Can, duy tân kinh tế, Đông Kinh nghĩa thực, 1907-1908

¹ Học viên cao học, Khoa Lịch sử, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM.
Email: nguyengkhoa2406@yahoo.com

TƯ TƯỞNG KINH DOANH CỦA LƯƠNG VĂN CAN TRONG KIM CỔ CÁCH NGÔN VÀ THƯƠNG HỌC PHƯƠNG CHÂM

Lý Tùng Hiếu¹

TÓM TẮT

Bài viết trình bày tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can được thể hiện trong hai tác phẩm *Kim cổ cách ngôn* và *Thương học phương châm*. Tác phẩm *Kim cổ cách ngôn* có hai chủ đề chính là giáo dục đạo đức làm người và giáo dục đạo đức kinh doanh. Trong đó, đạo đức làm người là nền tảng của đạo đức kinh doanh. Theo Lương Văn Can, cho dù thương trường luôn có những kẻ gian tham, người kinh doanh vẫn cần có “tâm” và có “đạo”. Tác phẩm *Thương học phương châm* giới thiệu những tri thức sơ giản về kinh doanh, thương mại, và nhấn mạnh vai trò của thương mại đối với sự phát triển kinh tế đất nước, và về những nguyên nhân và hướng khắc phục tình trạng thương mại yếu kém ở nước ta. Tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can thể hiện trong hai tác phẩm đó là: Người kinh doanh cần có cả đạo đức làm người, đạo đức kinh doanh, và tri thức kinh doanh. Đạo đức kinh doanh bao gồm “đạo” và “đức”, nhưng chung quy, người kinh doanh phải có cái “tâm” trung thực, và cái “đạo” công bằng. Tri thức kinh doanh bao gồm nhận thức về tầm quan trọng của “thực nghiệp”, các tri thức khoa học về kinh doanh, thương mại, đạo đức kinh doanh và năng lực kinh doanh.

Từ khóa: Lương Văn Can, *Kim cổ cách ngôn*, *Thương học phương châm*, tư tưởng kinh doanh, đạo đức kinh doanh

¹ TS., Khoa Văn hoá học, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM.
Email: lytungghieu@gmail.com.

LƯƠNG VĂN CAN VÀ QUAN ĐIỂM CỦA ÔNG VỀ KINH DOANH, ĐẠO ĐỨC KINH DOANH QUA TÁC PHẨM *KIM CỔ CÁCH NGÔN*

Trần Thị Thái Hà¹

TÓM TẮT

Là một trong những người nhiệt thành ủng hộ phong trào Duy tân những năm đầu thế kỉ XX, Lương Văn Can đi vào lịch sử dân tộc như vị Thúc trưởng đầu tiên và duy nhất của Đồng Kinh nghĩa thực – một điểm sáng trong phong trào Duy tân ở Việt Nam. Ông để lại cho hậu thế không nhiều tác phẩm, trong số đó, *Kim cổ cách ngôn* là cuốn sách được Lương Văn Can gửi gắm nhiều tâm ý, quan điểm về những vấn đề của cuộc sống thông qua các câu cách ngôn. Đạo đức kinh doanh cũng là một phần nội dung của cuốn sách này. Trong khuôn khổ của bài viết này, chúng tôi hi vọng sẽ góp thêm nhận thức về bối cảnh lịch sử cho sự hình thành tư tưởng của Lương Văn Can cũng như tư tưởng của ông về kinh doanh và đạo đức kinh doanh qua cuốn *Kim cổ cách ngôn*.

Từ khoá: Lương Văn Can, *Kim cổ cách ngôn*, cách ngôn, kinh doanh, đạo đức kinh doanh

¹ PGS.TS., Khoa Sư phạm Khoa học xã hội, Trường ĐH Sài Gòn.
Email: hatranxbgd.72@gmail.com

TƯ TƯỞNG KINH DOANH CỦA LƯƠNG VĂN CAN QUA TÁC PHẨM *THƯƠNG HỌC PHƯƠNG CHÂM*

Dương Tấn Giàu¹

TÓM TẮT

Trên cơ sở trình bày tóm tắt cuộc đời và sự nghiệp của danh nhân Lương Văn Can, bài viết trình bày khái quát tư tưởng kinh doanh của danh nhân Lương Văn Can qua tác phẩm tiêu biểu nhất của Cụ về nghề buôn bán, kinh doanh, đó là *Thương học phương châm*. Theo kết quả nghiên cứu, Lương Văn Can có thể được xem là người thầy đầu tiên của doanh nhân Việt. Tác phẩm *Thương học phương châm* xứng đáng là “quyển giáo trình” kinh doanh đầu tiên của Việt Nam, phản ánh giá trị tư tưởng vượt thời đại.

Từ khóa: doanh nhân, Lương Văn Can, kinh doanh, *Thương học phương châm*

¹ ThS., Khoa Lịch sử, Trường ĐH Sư phạm TP.HCM.
Email: giaudt@hcmue.edu.vn

**LƯƠNG VĂN CAN – VỊ DANH NHÂN THỨC THỜI,
NHÌN TỪ GÓC ĐỘ
TÁC PHẨM *THƯƠNG HỌC PHƯƠNG CHÂM***

Ngô Thị Thu Hoài¹

TÓM TẮT

Cuối thế kỷ XIX, đầu thế kỷ XX, dưới chính sách cai trị của thực dân Pháp, diện mạo Việt Nam đã có những biến đổi sâu sắc trên tất cả các phương diện. Trên lĩnh vực kinh tế, thực dân Pháp hết sức quan tâm đến việc mở mang, phát triển thương nghiệp. Chính điều đó đã dẫn đến việc hình thành từ rất sớm tầng lớp thương nhân cũng như tư tưởng kinh doanh của một số danh nhân cấp tiến lúc bấy giờ. Trong khuôn khổ bài viết, tác giả sẽ trình bày một số nét cơ bản về cuộc đời, sự nghiệp của danh nhân Lương Văn Can. Bên cạnh đó, tác giả sẽ phân tích, làm rõ luận điểm cho rằng cụ Lương Văn Can là một vị danh nhân thức thời từ góc độ tiếp cận tác phẩm *Thương học phương châm* – tác phẩm được đánh giá như giáo khoa thư đầu tiên ở Việt Nam về kinh doanh.

Từ khóa: danh nhân, kinh doanh, Lương Văn Can, *Thương học phương châm*

¹ ThS., Khoa Lý luận chính trị, Trường Đại học Giao thông Vận tải TP.HCM.
Email: thuhoai.4891@gmail.com

TƯ DUY KINH TẾ CỦA LƯƠNG VĂN CAN TRONG TRÀO LƯU CHẤN HUNG THỰC NGHIỆP NỬA ĐẦU THẾ KỶ XX

**Võ Văn Sen¹
Võ Phúc Toàn²**

TÓM TẮT

Đầu thế kỷ XX, một làn sóng kêu gọi thay đổi tư duy kinh tế của người Việt, chú trọng vào công thương nghiệp, từ bỏ lối học từ chương khoa cử được khởi xướng bởi các trí thức Nho học cấp tiến, quyết đoạn tuyệt với cái cũ. Đông Kinh Nghĩa thực được xem như một trung tâm cổ vũ duy tân mạnh mẽ ở Bắc kỳ. Với vị trí là Thực trưởng và người đứng đầu Ban Tu thư của Nghĩa thực, Lương Văn Can đã đóng vai trò quan trọng trong việc biên soạn và xuất bản các sách giáo khoa, sách thường thức mang tinh thần duy tân, có sức lan tỏa mạnh trong xã hội. Đến thập niên 1920, dù Nghĩa thực không còn, Lương Văn Can vẫn cho thấy sự kiên trì đi theo con đường cổ vũ chấn hưng thực nghiệp của Đông Kinh Nghĩa thực nhưng ở một tầm cao mới. Những nội dung trong *Thương học phương châm* đã phản ánh khá rõ bước phát triển trong tư duy kinh tế của Lương Văn Can, vừa có tính kế thừa tinh thần duy tân của Nghĩa thực vừa có sự phát triển phù hợp với thực tế tình hình giới công thương Việt Nam đương thời.

Từ khóa: Lương Văn Can, Đông Kinh Nghĩa thực, duy tân, chấn hưng thực nghiệp, tư duy kinh tế

¹ GS.TS., Khoa Lịch sử, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM.
Email: senvv@hcmussh.edu.vn

² ThS., Khoa Lịch sử, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM.
Email: vophuctoan@hcmussh.edu.vn

TƯ TƯỞNG “TRỌNG THƯƠNG” CỦA LƯƠNG VĂN CAN – NHỮNG GIÁ TRỊ XUYÊN THẾ KỶ

Thiều Quang Thịnh¹

Thái Nguyễn Đức Minh Quân²

TÓM TẮT

Lương Văn Can (1854-1927) không chỉ được biết đến như là một nhà chính trị mà còn là một nhà giáo dục, một nhà kinh doanh nổi tiếng về phẩm chất đạo đức. Các tác phẩm *Thương học phương châm*, *Kim cổ cách ngôn* đã kết tinh tư tưởng “trọng thương”, thể hiện bản lĩnh và khát vọng làm giàu của ông. Trong một xã hội nửa thuộc địa nửa phong kiến, kinh doanh là một nghề quan trọng, là nguồn lực trọng yếu để chấn hưng kinh tế, là phương tiện để “phú quốc cường dân”.

Dưới góc nhìn khu vực, tư tưởng “thực học” và “trọng thương” của Lương Văn Can có mối quan hệ với tư tưởng “Tâm học” của trường phái Dương Minh học đang lan rộng ở các quốc gia Đông Á thời cận đại. Trên cơ sở khai thác nội dung các tác phẩm chính của Lương Văn Can và kế thừa các thành tựu nghiên cứu về ông, bài viết sử dụng phương pháp suy luận, phân tích cùng thao tác so sánh để làm rõ quá trình chuyển biến tư tưởng, các giá trị văn hóa và đạo đức kinh doanh của Lương Văn Can trong công cuộc chấn hưng kinh tế ở Việt Nam đầu thế kỷ XX.

Trải qua gần 100 năm, tư tưởng “trọng thương” của Lương Văn Can vẫn còn nguyên những giá trị mang tính thời sự, tính thực tế. Di sản về tư tưởng và đạo đức kinh doanh của Lương Văn Can sẽ là hành trang quý giá để xây dựng đội ngũ doanh nhân

¹ ThS., Trường THPT Long Thới, Nhà Bè, TP.HCM.

Email: thieuquangthinh@gmail.com

² Học viên cao học, Trường ĐH Sài Gòn.

Email: thaiminhquan.91@gmail.com

Việt Nam có năng lực, trình độ và phẩm chất, uy tín cao. Sứ mệnh và trọng trách đang đặt nặng lên vai những doanh nhân hiện nay, nhằm góp phần đưa đất nước phát triển và tạo nên vị thế của Việt Nam trên bản đồ kinh tế thế giới.

Từ khóa: Lương Văn Can, Dương Minh học, tư tưởng kinh doanh, trọng thương

MỘT SỐ QUAN NIỆM VỀ ĐẠO ĐỨC TRONG KINH DOANH CỦA ÔN NHƯ LƯƠNG VĂN CAN

Bùi Gia Khánh¹

TÓM TẮT

Trong phong trào duy tân đầu thế kỷ XX, Ôn Như Lương Văn Can nổi lên như một tấm gương về thực nghiệp, đề xướng tư tưởng mới, tiến bộ. Ông biên soạn nhiều tài liệu để dạy cho học trò, truyền bá phương pháp, đạo đức kinh doanh. Trong các tác phẩm, Lương Văn Can giúp mọi người hiểu biết đúng đắn về nghề buôn bán, chỉ ra lợi ích to lớn của kinh doanh. Qua một số tác phẩm tiêu biểu, Lương Văn Can đã thể hiện quan niệm về phẩm chất đạo đức mà một thương nhân cần có. Cho đến nay, những quan điểm đó vẫn có giá trị trong việc xây dựng văn hóa kinh doanh của Việt Nam mà doanh nhân có vai trò nòng cốt.

Từ khóa: kinh doanh, doanh nhân, đạo đức, văn hóa

¹ TS., Khoa Sư phạm Khoa học Xã hội, Trường ĐH Sài Gòn.
Email: buigiakhanh.qb@gmail.com

LƯƠNG VĂN CAN – NHÀ NHO CẤP TIẾN, NGƯỜI XÂY CHỮ ĐỨC TRONG ĐẠO KINH DOANH

Nguyễn Thế Trung¹

TÓM TẮT

Trong suốt hàng ngàn năm Việt Nam dưới thời quân chủ, tư tưởng “dĩ nông vi bản” đã ăn sâu vào tâm thức của nhiều tầng lớp người Việt khi thương mại thường bị xếp cuối cùng trong các ngành nghề của xã hội, tầng lớp thương nhân bị gán cho tên gọi “con buôn” với hàm ý tiêu cực. Tuy nhiên cách đây hàng trăm năm, một nhà Nho cấp tiến đã cổ vũ phát triển thương nghiệp, ủng hộ thương nhân. Đó là thầy giáo Lương Văn Can, người không chỉ đem tài năng và gia sản của gia đình mình phụng hiến cho sự nghiệp khai dân trí mà còn dùng trải nghiệm cuộc đời đúc kết thành những chuẩn mực đạo đức trong đạo kinh doanh.

Từ khóa: Lương Văn Can, Nho sĩ, đạo kinh doanh

¹ ThS., Khoa Lịch sử, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM.
Email: trungbiendao@gmail.com

TINH THẦN DÂN TỘC TRONG TƯ TƯỞNG KINH DOANH CỦA LƯƠNG VĂN CAN

Nguyễn Thị Hồng Nhung¹

TÓM TẮT

Lương Văn Can là một nho sĩ tiên bộ thoát khỏi quan niệm “trọng nông” lỗi thời. Ông kêu gọi thương giới và nhân dân đẩy mạnh buôn bán để mang lại sự phồn thịnh cho nước nhà bởi dân giàu thì nước mới mạnh. Tư tưởng kinh doanh của Lương Văn Can thấm đượm tinh thần dân tộc khi ông xác định kinh doanh để tạo lợi ích cho xã hội và góp phần phát triển quốc gia. Ông thuộc thế hệ các doanh nhân đầu tiên có tinh thần dân tộc kiên cường, dùng buôn bán như một công cụ để thể hiện lòng yêu nước. Tinh thần dân tộc ấy đã tác động không nhỏ đến giới doanh nhân ngày nay, nhất là những bài học về sự phát triển của doanh nghiệp luôn gắn với sự giàu có của quốc gia. Không những vậy, doanh nhân Việt phát triển kinh doanh, làm giàu cho mình và tích cực đóng góp cho cộng đồng.

Từ khóa: Lương Văn Can, tinh thần dân tộc, tư tưởng kinh doanh

¹ TS., Khoa Lịch sử, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM.
Email: hongnhung@hcmussh.edu.vn

**DOANH THƯƠNG VIỆT NAM ĐẦU THẾ KỶ XX:
THỰC NGHIỆP VÀ TƯ TƯỞNG
(trường hợp Trần Chánh Chiếu và Lương Văn Can)**

Cao Thị Hoàng¹

TÓM TẮT

Từ góc nhìn so sánh, bài viết hướng đến việc làm rõ những ưu điểm đáng quý của tư tưởng doanh thương Lương Văn Can như là thành tựu trên phương diện giáo dục cùng với hoạt động thực nghiệp doanh thương của Trần Chánh Chiếu như là thành tựu trên phương diện văn hóa doanh thương. Vấn đề càng được làm rõ thêm thông qua một số chỉ số liên quan đến Lương Văn Can và Trần Chánh Chiếu. Nhờ đó, các phong trào từ Đông Du đến Minh Tân Công Nghệ Xã và Đông Kinh Nghĩa Thực vừa có phong cách duy tân riêng biệt vừa bổ khuyết – tương hỗ, có khả năng gọi mở cho cục diện doanh thương đương thời. Nếu tư tưởng doanh thương Lương Văn Can là hạt giống mùa sau thì thực nghiệp doanh thương Trần Chánh Chiếu là bài học vận động cải cách toàn diện xã hội đầu thế kỷ XX nhằm thúc đẩy dân tộc phát triển trên phương diện cơ sở vật chất lẫn trình độ dân trí.

Từ khóa: Lương Văn Can, thực nghiệp doanh thương, Trần Chánh Chiếu, tư tưởng doanh thương

¹ CTV, Trung tâm Văn hóa học Lý luận và Ứng dụng, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM.

Email: tran.baodinh@yahoo.com.vn

QUÁ TRÌNH HÌNH THÀNH, VẤN ĐỀ CỐT LÕI VÀ Ý NGHĨA THỜI ĐẠI CỦA TƯ TƯỞNG DOANH THƯƠNG LƯƠNG VĂN CAN

Phan Anh Tú¹

TÓM TẮT

Từ thực tiễn phát triển thương hiệu và xây dựng một hệ giá trị văn hóa doanh nghiệp Việt Nam trong thời đại mới, chúng tôi trở lại với tư tưởng doanh thương của Lương Văn Can như một hệ giá trị cần được phục hưng. Nằm trong phong trào Duy Tân đầu thế kỷ XX, Lương Văn Can đã đề xuất tư tưởng thực nghiệp và đạo đức kinh doanh của người Việt Nam. Trải qua những giai đoạn lịch sử khác nhau, quan điểm của ông vẫn còn giá trị, có thể gọi mở cho hoạt động doanh thương đương thời. Bài viết nhằm góp phần xác định đóng góp của Lương Văn Can đối với kinh tế nước nhà thời hiện đại và làm rõ giá trị thời đại của tư tưởng doanh thương của ông.

Từ khóa: Duy Tân, đạo đức, kỹ nghệ, Lương Văn Can

¹ TS., Khoa Văn hóa học, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM.
Email: phananhtu@hcmussh.edu.vn

YẾU TỐ NHO GIÁO TRONG TƯ TƯỞNG KINH DOANH CỦA LƯƠNG VĂN CAN

**Lê Thanh Đăng
Đoàn Tấn Tài
Võ Hữu Thường¹**

TÓM TẮT

Trong những năm đầu thế kỷ XX, xã hội Việt Nam có nhiều chuyển biến, lớp doanh nhân đầu tiên ra đời trong sự vận động duy tân của tầng lớp trí thức. Trong số những nhà trí thức yêu nước tiêu biểu thời bấy giờ có Lương Văn Can. Bằng tri thức và thực tiễn, cụ đã sáng tác nên hai tác phẩm bàn về chuyện kinh doanh, đó là *Thương học phương châm* và *Kim cổ cách ngôn*. Là một nhà Nho, tư tưởng kinh doanh của cụ cũng mang một số đặc điểm của Nho giáo, đặc biệt là về đạo đức, cách ứng xử trong mối quan hệ giữa người với người và trong các công việc mua bán. Các thể hệ sau phải cảm phục cụ, một người chưa từng trải qua bất kỳ một trường lớp về kinh tế nào song đã viết sách rất hay dạy về buôn bán, dạy về cách “làm người” trong kinh doanh.

Từ khoá: Lương Văn Can, tư tưởng kinh doanh, Nho giáo, đầu thế kỷ XX

¹ Sinh viên, Khoa Lịch sử, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM.
Email: vthuong01@gmail.com

TỪ TƯ TƯỞNG KINH DOANH CỦA LƯƠNG VĂN CAN ĐẾN VĂN HÓA KINH DOANH CỦA VIỆT NAM HIỆN NAY

Lê Tùng Lâm¹

TÓM TẮT

Trong những năm đầu thế kỉ XX, Việt Nam xuất hiện cuộc vận động Duy Tân nhằm “khai dân trí, chấn dân khí, hậu dân sinh”, giáo dục tinh thần yêu nước cho người Việt Nam. Tiêu biểu nhất trong cuộc vận động Duy Tân là phong trào Đông Kinh Nghĩa Thục của Lương Văn Can và các chí sĩ yêu nước đương thời. Trong đó, những tư tưởng về kinh doanh của Lương Văn Can là một thành tựu “vượt thời đại” vì đã bước đầu tạo ra sự thay đổi trong nhận thức về vai trò, mục tiêu của hoạt động kinh doanh đối với đất nước. Qua hai trước tác *Thương học phương châm* và *Kim cổ cách ngôn*, Lương Văn Can đã nêu bật những năng lực, phẩm chất cần thiết nhất dành cho doanh nhân. Đến nay, đã gần một thế kỷ trôi qua nhưng tư tưởng của Lương Văn Can về kinh doanh vẫn còn nguyên giá trị. Tư tưởng, triết lý về kinh doanh của Lương Văn Can vẫn là nền tảng tư tưởng cốt lõi để xây dựng thành công “văn hóa kinh doanh” cho người Việt Nam hiện nay.

Từ khóa: Lương Văn Can, *Thương học phương châm*, *Kim cổ cách ngôn*, văn hóa kinh doanh

¹ TS., Trường ĐH Sài Gòn.
Email: letunglam@sgu.edu.vn

TƯ TƯỞNG KINH DOANH LƯƠNG VĂN CAN VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP THẾ KỶ XXI

Lê Kim Phụng¹

TÓM TẮT

Cho đến nay, tư tưởng doanh thương Lương Văn Can vẫn được xem là ngọn cờ tiên phong cho hoạt động doanh thương Việt Nam thế kỷ XX. Bằng hoạt động giáo dục lẫn thực nghiệp, Lương Văn Can đã đóng góp cho thế hệ mai sau những bài học “vỡ lòng” quý giá. Đây là nền tảng, gợi mở góc nhìn tham chiếu cho hoạt động kinh doanh xưa và nay. Từ đó, chúng tôi dựa trên tư tưởng doanh thương Lương Văn Can để hướng đến vấn đề văn hóa doanh nghiệp ở thế kỷ XXI. Vừa so sánh, tổng hợp và phân tích, chúng tôi vừa chọn lọc những khía cạnh tiến bộ trong tư tưởng doanh thương Lương Văn Can, khả dĩ phù hợp cho việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp hiện nay. Rõ ràng, những bản khoán của Lương Văn Can thời ấy vẫn còn nguyên giá trị cho đến hiện tại. Đó là lập trường của chủ nghĩa dân tộc: lấy cải cách đổi mới đất nước và lợi ích nhân dân làm cốt lõi, đạo đức kinh doanh và văn hóa dân tộc hòa quyện khăng khít với nhau. Bài viết do đó, không chỉ làm rõ tư tưởng doanh thương Lương Văn Can mà còn cho thấy đóng góp của Lương Văn Can đối với việc xây dựng nội dung và chương trình văn hóa doanh nghiệp đương thời.

Từ khóa: Duy Tân, đạo đức kinh doanh, Lương Văn Can, văn hóa doanh nghiệp

¹ CTV, Trung tâm Văn hóa học Lý luận và Ứng dụng, Trường ĐH KHXH&NV, ĐHQG-HCM.

Email: tran.baodinh@yahoo.com.vn