

## **BÀN VỀ ĐẠO KINH DOANH CỦA NGƯỜI VIỆT<sup>1</sup>**

*Dương Trung Quốc\**

Trong từ điển tiếng Việt hiện đại thì “kinh doanh” được định nghĩa là “tổ chức việc sản xuất, buôn bán, dịch vụ nhằm mục đích sinh lợi”. Từ điển hiện đại cũng nhắc đến nội hàm được coi là gốc của từ này là sự: “gây dựng, mở mang thêm (thường nói về đất nước)”. Nghĩa gốc này cũng có thể tìm thấy trong các cuốn từ điển được biên soạn vào những năm 20, 30 của thế kỷ trước như “Từ điển Hán-Việt” của Đào Duy Anh hay “Việt Nam từ điển” của Ban Văn học Hội Khai Tri Tiến Đức... Điều đó cho thấy khái niệm “Đạo kinh doanh của người Việt” là một khái niệm mới do thế hệ chúng ta đặt ra. Tuy nhiên khái niệm này có liên tưởng hay liên hệ đến một khái niệm khác là “Đạo làm giàu” của thế hệ các nhà Duy Tân ở đầu thế kỷ trước, đặc biệt là Cụ Cử Lương Văn Can mà nhờ trước tác còn để lại mà chúng ta có xu hướng tôn vinh Cụ như vị tổ sư, hay người khởi xướng “Đạo làm giàu”. Bài viết này sẽ bàn đến hai khái niệm “Kinh doanh” và “Đạo kinh doanh”.

### **1. Một chút bàn về ngôn từ**

Đọc kỹ những trước tác phải nói là đầy tính khai sáng của Lương Văn Can không chỉ thấy sự truyền bá những kiến thức mới mẻ về một lĩnh vực đã từng có từ xưa là sự buôn bán. Nhưng cũng từ xa xưa “cổ nhân thường khinh sự buôn bán là mặt nghệ, bởi vì người đời xưa trọng đạo đức mà khinh công lợi, thấy người buôn tham lợi mà ít nói thực, sợ mất cái lòng đạo đức đi”. Và cũng từ xa xưa, trí lực con người Việt Nam chỉ hướng vào thi phú và quan trường. Như một nhà khảo cứu cũng là một viên quan cai trị thực dân khái quát rằng: “Trong mỗi người Việt Nam có một nhà thơ và một ông quan”. Không rõ đó là một lời khen hay lời chê, nhưng đó chính

là nguyên cơ khiến nước nghèo và dân không theo kịp được với thiên hạ trong cuộc tranh thương. Không có một đô thị nào trên nước Việt mà không có nhân tố Hoa, luôn có mặt trong các hoạt động dịch vụ và thương mại. Sự lấn át của cộng đồng người Hoa trên lĩnh vực này khiến cho một trong những nội dung vận động nhằm kích động tinh thần dân tộc ở đầu thế kỷ XX là phong trào “đế chế” (tẩy chay) “Bắc hoá” (hàng của Trung Hoa). Chúng ta không quên những nhận xét xác đáng của cụ Cử về những yếu kém trong tư chất con người Việt Nam khi bước vào thương trường từ đầu thế kỷ trước: “Người mình không có thương phẩm - Không kiên tâm - Không nghị lực - Không biết trọng nghề - Không có thương học - Kém đường giao thiệp - Không biết tiết kiệm - Khinh hàng nội hoá”. Đó là những điều mà đến nay, sau một thế kỷ vẫn còn

\* Nhà Sứ học; Viện Sứ học.

<sup>1</sup> Tham luận gửi Hội thảo “Bàn về đạo Kinh doanh” do Tổ chức giáo dục PACE, VCCI và Nxb. Trẻ tổ chức tại TP HCM, s.28.07.2007.

tồn tại như di chứng của một căn bệnh mãn tính. Như thế là câu chữ “Đạo làm giàu” là một phạm trù lịch sử mà khi xuất hiện cùng với cuộc Duy Tân đầu thế kỷ trước nó mang nội hàm của một sự phát hiện nhằm hướng tới cái nguyên lý “khai dân trí-chấn dân khí-hậu dân sinh” của cuộc hội nhập lớn đầu tiên của dân tộc Việt Nam ra khỏi thế giới Trung Hoa cô điển để theo kịp thế giới phương Tây hiện đại. Giá trị của cái đạo ấy là mục tiêu cứu nước ra khỏi ách đô hộ của ngoại bang.

## 2. Thêm một tư liệu lịch sử

Giới sử học Việt Nam vẫn cho rằng xã hội Việt Nam dựa trên nền tảng của một nền kinh tế tiểu nông gắn với cơ cấu làng xã cùng với chính sách có xu hướng ức thương của các nhà nước phong kiến nên khó hình thành một tầng lớp thương nhân lớn, những đại gia tạo thành một thế lực xã hội. Về đại cục điều đó không sai. Ngay những địa điểm được coi là đô hội và buôn bán trù phú nhất như Phố Hiến hay Hội An cũng chỉ là sự bùng phát một thời với những yếu tố ngoại thương của các thương nhân nước ngoài đến tham dự hội chợ theo mùa và cuối cùng tàn lụi. Nhưng có một phát hiện đáng chú ý liên quan đến một hiện vật nổi tiếng của dòng gốm Chu Đậu tại Bảo tàng Istanbul (Thổ Nhĩ Kỳ). Trên chiếc bình cổ vẽ những bông hoa cúc với dây leo rất đẹp có ghi tên người vẽ là Bùi Thị Hỷ. Sau rất nhiều công phu nghiên cứu người ta đã tìm được một số hiện vật là những sản phẩm gốm có giá trị ở trong nước có dấu tích của nhân vật này... Để rồi mới đây, người ta đã tìm thấy bản sao tấm bia trên mộ chí của bà trong đó ghi tiểu sử của một nhà doanh nghiệp lớn của Việt Nam ở thế kỷ XV. Nội dung bia có viết bà sinh ra trong

một gia đình danh gia vọng tộc có tài văn chương lại có tài hội họa, đã từng cải nam đi thi đến tam trường thì bị lộ. Bà kết hôn với một chủ lò gốm ở vùng Chu Đậu, huyện Nam Sách. Bà góp phần cùng chồng mở rộng sản xuất đồ gốm có chất lượng để tiến cống triều đình và xuất sang Trung Hoa, Nhật Bản và một số nước phương Tây. Chồng bà bị chết trong một chuyến đi biển vận chuyển hàng hoá. Bà tái giá với một người chồng họ Đặng rồi trực tiếp đứng ra kinh doanh, trở thành chủ thương đoàn, vượt biển buôn bán với “Tam thiên” (Nhật, Trung Hoa và phương Tây)... Cuối đời bà dành nhiều tiền của làm công đức, hưng công xây nhiều đền chùa, cầu cống được người dân trọng vọng. Bà chết năm 1502 và được dân chúng thờ phụng coi là linh thiêng... Phát hiện này là một cá biệt hay có thể phản ánh những gì chúng ta chưa biết và quan niệm rằng ở nước ta thương mại còn kém phát triển như quan niệm lâu nay các nhà sử học thường kết luận? Tôi đưa ra chi tiết này không nhằm gây đảo lộn nhận thức nhưng đòi hỏi chúng ta phải động não nhiều hơn khi đề cập tới một lĩnh vực quan trọng nhưng không dễ nghiên cứu là lịch sử những vấn đề kinh tế nền tảng của những vấn đề xã hội, chính trị và tư tưởng, lâu nay chưa được quan tâm đúng mức.

## 3. “Đạo làm giàu” của Cụ Cừ Can

Tôi muốn đề cập tới hai vấn đề trên để lưu ý rằng cho đến thời điểm các nhà duy tân của chúng ta xuất hiện, thì trong quan niệm làm giàu để đi đến đạo làm giàu, chúng ta chỉ nhằm vào những hoạt động “buôn bán” (thương nghiệp) mà thôi. Ngay câu trích được coi như nội dung “Đạo làm giàu” của Cụ Cừ Lương Văn Can cũng chỉ giới hạn như vậy: “Đương

buổi thế giới cạnh tranh này, các nước phú cường không đâu là chẳng đua tài thi sức 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?”. Điều đó cho thấy quan niệm về đạo làm giàu mới chỉ giới hạn trong các hoạt động buôn bán mà thôi. Do vậy cụ Cừ có đề cập tới việc giữ chữ tín, việc không được đầu cơ nâng giá một cách trái đạo lý, việc cân đong thiếu-chính xác... như biểu hiện đạo đức của người thương nhân. Tuy vậy, ở nội dung phát hiện mà chúng tôi công bố ở trên còn cho thấy hoạt động kinh doanh từ xa xưa còn bao gồm cả khâu sản xuất ra hàng hoá, ở đây là những sản phẩm gốm Chu Đậu nổi tiếng đủ chất lượng xuất khẩu qua ngoại quốc. Những cuộc khai quật khảo cổ học trên biển (những con tàu đắm) và khảo cổ học vùng Chu Đậu cho thấy một năng lực sản xuất rất lớn từ thế kỷ XV. Vào thời kỳ Duy Tân, chúng ta thấy các hoạt động kinh tế không chỉ dừng trên lĩnh vực buôn bán (lưu thông) mà còn cả trên lĩnh vực dịch vụ như vận tải đường sông-biển của Công ty Bạch Thái Bưởi, hay sản xuất, khai khoáng, chế tạo sản phẩm như xà bông, đóng tàu, sơn dầu... gắn với các tên tuổi như Bạch Thái Bưởi, Trương Văn Bền, Nguyễn Sơn Hà, Nguyễn Hữu Thu v.v... Nhưng dường như vấn đề “đạo làm giàu” không thấy đề cập tới lĩnh vực ngoài sự buôn bán (?).

Bao trùm lên hết thì chỉ có vấn đề phát huy tinh thần và lòng tự hào dân tộc thể hiện trước hết trong sự cạnh tranh. Đương nhiên tinh thần dân tộc cũng là một phần của “đạo làm giàu”.

#### 4. “Đạo kinh doanh”

Vì vậy, theo tôi, một quan niệm tương đối hoàn chỉnh về “đạo kinh doanh” chỉ hình thành khi nước Việt Nam đã thực hiện được nền độc lập về chính trị và gắn với tư duy của Hồ Chí Minh khi nhà yêu nước và nhà hoạt động chính trị này vạch ra được một quan niệm khá hoàn chỉnh về con đường phát triển đất nước - kiến tạo một nước Việt Nam hiện đại và đặt Việt Nam vào một xu thế hội nhập. Ta thấy đây là lần đầu tiên quan niệm các nhà công thương (hay nhà công nghiệp và nhà thương nghiệp) được Hồ Chí Minh sử dụng. Và lá thư ngày 13-10-1945 có thể nói là một văn kiện ngắn nhưng hoàn chỉnh nhất về “đạo kinh doanh” mà chúng ta đang bàn đến. Đó là nguyên lý “nền kinh tế quốc dân thịnh vượng là các sự kinh doanh của các nhà công nghiệp, thương nghiệp thịnh vượng” và hướng vào “công cuộc ích nước lợi dân”. Giải quyết mối quan hệ giữa lợi ích doanh nghiệp và lợi ích cộng đồng có thể là một nội dung của “đạo kinh doanh” mà trong bối cảnh lịch sử cụ thể khi đưa ra nguyên lý này, vị Chủ tịch của nước Việt Nam mới một mặt đặt nền móng cho một xã hội dân sự gắn với một thể chế chính trị hiện đại, trong đó đặt ý thức công dân và sự cùng cố sức mạnh đoàn kết dân tộc trở thành mục tiêu chính trị hàng đầu. Cho dù Hồ Chí Minh đã lựa chọn lý tưởng của chủ nghĩa cộng sản, nhưng quan điểm nhất quán từ khi hình thành tư tưởng cách mạng của mình đã là không coi đấu tranh giai cấp như một

phương thức phổ biến mà nhìn nhận sự phân hoá của xã hội Việt Nam trong một hoàn cảnh đặc thù cụ thể. Do vậy mà một trong những phát hiện sớm của Hồ Chí Minh chính là “Chủ nghĩa dân tộc là một nguồn động lực lớn” (1924). Chính nhận thức chính trị ấy đã định hướng cho những quan điểm xây dựng nền kinh tế quốc dân cũng như lựa chọn con đường phát triển của đất nước và cùng với nó là sự hình thành đội ngũ doanh nhân Việt Nam sau khi nước nhà độc lập. Như thế là có một nét xuyên suốt mang tính kế thừa từ “đạo làm giàu” của các nhà Duy Tân đầu thế kỷ XX đến đội ngũ các “nhà công thương cứu quốc” ở giữa thế kỷ. Đó là tinh thần dân tộc và khát vọng giành độc lập dân tộc của các nhà doanh nghiệp Việt Nam.

Nếu chỉ dừng ở đó thì “đạo kinh doanh” chỉ đồng nghĩa với truyền thống yêu nước. Điều đáng nói khi đề cập tới tư tưởng Hồ Chí Minh chính là tính hiện đại chứa đựng trong quan điểm phát triển nền kinh tế quốc dân không tách khỏi thị trường và bối cảnh kinh tế quốc tế. Nói cách khác là tư tưởng hội nhập thị trường.

### 5. Chính sách mở cửa và hợp tác

Chúng ta sẽ ngạc nhiên khi nghiên cứu những thông điệp của Hồ Chí Minh liên quan đến chính sách đối ngoại nói chung, chính sách kinh tế đối ngoại nói riêng được đưa ra ngay sau khi nước Việt Nam độc lập ra đời. “Việt Nam muốn làm bạn với tất cả các nước dân chủ, không muốn gây thù oán với ai” là một cương lĩnh chính trị tổng quát.

“Đối với các nước dân chủ, nước Việt Nam sẵn sàng thực thi chính sách mở cửa và hợp tác trong mọi lĩnh vực: nước Việt Nam dành sự tiếp nhận thuận lợi cho đầu tư của các nhà tư bản, nhà kỹ thuật nước

ngoài trong tất cả các ngành kỹ nghệ của mình – Nước Việt Nam sẵn sàng mở rộng các cảng, sân bay và đường sá giao thông cho việc buôn bán và quá cảnh quốc tế dưới sự lãnh đạo của Liên Hiệp quốc – Nước Việt Nam sẵn sàng ký kết với các lực lượng hải quân, lục quân trong khuôn khổ của Liên Hiệp quốc những hiệp định an ninh đặc biệt và những hiệp ước liên quan đến việc sử dụng một vài căn cứ hải quân và không quân...” (Hồ Chí Minh toàn tập, tập 4, tr.470). Trong văn kiện này không chỉ là một thông điệp chính trị, ngoại giao mà còn là một đường lối kinh tế với một thuật ngữ mà đến nay vẫn còn mang giá trị thời sự. Đó là đường lối “mở cửa” với một tầm kích có thể nói là “hết cỡ”. Mở cửa một cách chủ động, rõ ràng đường lối này không chỉ là sự ứng phó trước những mối đe dọa từ bên ngoài tới (trực tiếp là thực dân Pháp và truyền thống là quân phiệt Trung Hoa) bằng một chính sách “quốc tế hoá” theo những nguyên tắc mà Liên Hiệp quốc mới ra đời đã xác lập sau Thế chiến II. Và trong chính sách “quốc tế hoá” chứa đựng một nhân tố mới “Việt Nam chủ trương độc lập hoàn toàn và hợp tác toàn diện với Hoa Kỳ” (Hồ Chí Minh - 1946). Trên cơ sở một chính sách mang tính chiến lược đối ngoại như vậy, Chủ tịch Hồ Chí Minh cũng xác lập quan điểm hội nhập kinh tế toàn diện với thế giới, không những đặt nhiều kỳ vọng vào Hoa Kỳ, một quốc gia giàu tiềm lực mà ngay cả với nước Pháp vừa mất vị thế là kẻ cai trị thuộc địa. Trong nhiều phát biểu người đứng đầu nhà nước Việt Nam độc lập hứa hẹn trải thảm đỏ cho các nhà tư bản, các kỹ sư, các nhà đầu tư chứ không phải là các đô đốc, các tướng lĩnh của nước Pháp vào Việt

Nam. Việt Nam sẵn sàng có những chính sách ưu đãi và chia sẻ lợi ích, lợi nhuận với giới chủ của Pháp v.v...

Trên thực tế, lịch sử đã không ủng hộ những ý tưởng cởi mở của Chủ tịch Hồ Chí Minh và có thể đó là những tư tưởng đi trước thời đại (?). Tàn dư của chủ nghĩa thực dân đã chôn ngòi cho cuộc chiến tranh xâm lược và đẩy nó vào quỹ đạo sự phân cực của thế giới sau Thế chiến II để ngót một nửa thế kỷ sau, khi nước Việt Nam bước sâu vào cuộc Đổi mới, những tư tưởng của Hồ Chí Minh về phát triển kinh tế mới được xác lập lại trong bối cảnh của cuộc hội nhập toàn cầu.

**6. “Bàn về Đạo kinh doanh của người Việt”** vào thời điểm này thật có ý nghĩa. Nó không chỉ tìm những giá trị mới cho giới doanh nhân nước ta trong cuộc phấn đấu đầy cơ hội và thách thức này, mà nó còn là dịp để chúng ta nhìn nhận được con đường hình thành những tư tưởng kinh tế của một dân tộc chậm bước vào sân chơi kinh tế toàn cầu nhưng không phải không có những giá trị mang tính truyền thống. Ở đây là chủ nghĩa dân tộc và năng lực hội nhập. Với một dân tộc tồn tại bên một quốc gia, một nền văn minh, trong đó có cả “văn minh thương mại” như Trung Hoa, người Việt Nam vừa phải cố kết để gìn giữ những giá trị văn hoá riêng vừa có năng lực tiếp nhận một cách sâu sắc nền văn minh phương Bắc. Người Việt dùng chữ Hán cả ngàn năm nhưng cũng dùng ngôn ngữ ấy để chuyển tải tư tưởng tự chủ của mình. Cũng như ở thời cận đại, Việt Nam từng trở thành quốc gia

“nói tiếng Pháp” (francophone) nhưng lại ăn bằng đũa và tiếp đó là dùng “chữ quốc ngữ” (một ảnh hưởng sâu đậm của hệ la tinh) để loại trừ chữ Hán ra khỏi đời sống ngôn ngữ xã hội...

Có thể nói rằng “chủ nghĩa dân tộc” và “năng lực hội nhập” là hai đặc trưng mang tính truyền thống cũng là bản lĩnh được tích tụ trong lịch sử của dân tộc và nó cũng được hội tụ trong tư tưởng của Hồ Chí Minh trong đó có những quan điểm về kinh tế. Những nhân tố ấy lại hoàn toàn có thể coi là cơ sở cho một quan niệm về “đạo kinh doanh” mà chúng ta đang bàn tới và cũng rất gần với nội hàm mà những người chủ trì cuộc hội thảo này đã phác thảo: “Kinh doanh nghĩa là dùng sản phẩm hay dịch vụ của mình như phương tiện để giải quyết những vấn đề của xã hội và làm cho cuộc sống trở nên tốt đẹp hơn”. Khi mà cuộc hội nhập toàn cầu không dẫn đến sự tiêu tan các dân tộc, các giá trị của cộng đồng văn hoá thì đương nhiên chủ nghĩa dân tộc cũng như năng lực hội nhập vẫn là hai nhân tố vừa thúc đẩy sự phát triển chung của nhân loại trên cơ sở sự cạnh tranh lành mạnh giữa các quốc gia, dân tộc.

Nói cách khác, “đạo kinh doanh” chính là năng lực hướng các hoạt động kinh doanh vào mục đích phục vụ lợi ích con người, hiểu theo nghĩa rộng là môi trường tồn tại của loài người (bao gồm cả môi trường tiện nghi, môi trường văn hoá và môi trường sinh thái). Vài điều cùng trao đổi về một chủ đề rất hay, rất hữu ích và cũng rất khó.