

VĂN HÓA KINH DOANH CỦA NGƯỜI HOA TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Phạm Tấn Thiên*

Từ ngày thống nhất đất nước đến nay, tuy có những bước thăng trầm, nhưng hoạt động kinh tế của người Hoa nhìn chung có những chuyển biến tích cực, sôi động và phát triển nhanh. Nhiều năm qua, từ tính cách năng động và nhạy bén của mình, người Hoa đã có nhiều đóng góp đáng kể vào mức tăng trưởng kinh tế, góp phần giải quyết vấn đề công ăn việc làm cho hàng chục ngàn lao động của Thành phố Hồ Chí Minh.

Hoạt động kinh tế của người Hoa chịu sự tác động và chi phối của kinh tế TP Hồ Chí Minh và những chính sách quản lý chung của nhà nước. Hoạt động kinh tế của người Hoa tập trung trong thành phần kinh tế tư nhân, quy mô sản xuất vừa và nhỏ là chủ yếu, tập trung nhiều trong lĩnh vực sản xuất tiểu thủ công nghiệp và thương mại, dịch vụ, chiếm khoảng 30% tổng giá trị sản lượng toàn thành phố.⁽¹⁾

Điểm nổi bật trong hoạt động kinh doanh của người Hoa là họ biết kết hợp các yếu tố nội tại với các yếu tố bên ngoài trên tất cả các phương diện, kết hợp giữa sản xuất công nghiệp, nội thương, ngân hàng, dịch vụ thông tin và giao thông vận tải. Sự kết hợp đó đã tạo ra phương thức kinh doanh đa phương giữa các mối quan hệ kinh tế trong nước và quốc tế, phù hợp với một nền sản xuất công nghiệp.

1. Văn hóa tổ chức kinh doanh

1.1. Tổ chức kinh doanh theo gia đình, họ hàng

Người Hoa luôn cho rằng gia đình, thân tộc, cộng đồng là chỗ dựa, là nền tảng ban đầu để họ có thể bắt đầu lập nghiệp kinh doanh. Trong tổ chức của các doanh nghiệp gia đình người Hoa có bốn đặc điểm chính: quản lý định hướng gia đình, người đứng đầu gia đình, vai trò và trách nhiệm gia đình, cuối cùng là tài chính kiểu gia đình.⁽²⁾

Người Hoa có cách quản lý kinh doanh gia đình theo kiểu truyền thống, nên việc kinh doanh thường được họ phát triển thành một mạng lưới để phân bổ cho cả đại gia đình. Các thành viên trong gia đình chia sẻ trách nhiệm với nhau để điều hành công ty. Họ quan niệm, trụ cột chính là người đứng đầu gia đình và thường thực hiện tất cả quyết định quan trọng. Nhưng trong nhiều trường hợp, người này không phải là người lãnh đạo kinh doanh. Họ là những người có tuổi đời lẫn kinh nghiệm quản lý: giỏi cả về quản lý chi tiết và tầm nhìn chiến lược và là tiếng nói quyết định.⁽³⁾

* Học viên Cao học, Khoa Văn hóa học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.

Do vậy, người đứng đầu phải có vai trò và trách nhiệm gia đình. Điều này thể hiện rõ nhất khi chuyển giao thế hệ quản lý. Sự chuyển giao thế hệ phải đảm bảo rằng quyền sở hữu và quản lý vẫn thuộc quyền kiểm soát của gia đình kể cả khi những người thừa kế không thực sự tham gia vào việc điều hành công ty. Đồng thời người đứng đầu phải là người quản lý về nguồn tài chính. Các doanh nghiệp của người Hoa thường ít dựa vào các tổ chức bên ngoài. Nhiều cơ sở sản xuất, kinh doanh của người Hoa được tổ chức bó gọn trong dòng họ, gia đình, quyền lợi về nhiều mặt gắn chặt với nhau nên đã khai thác tối đa năng lực của các thành viên.

Cung cách tổ chức sản xuất kinh doanh của người Hoa theo hướng tập trung và gọn nhẹ, mang tính cách gia đình dòng họ. Hình thức đơn vị kinh doanh sản xuất theo mô hình “xí nghiệp gia đình” là đặc điểm hoạt động kinh doanh của người Hoa. Trong một xí nghiệp hay một cơ sở sản xuất kinh doanh, phần đông công nhân đều là bà con hoặc người quen của họ. Tính chất gia đình của xí nghiệp đã tạo ra một đội ngũ công nhân lành nghề, nhà quản lý giỏi. Đây là một trong những nguyên nhân đưa đến sự thành công của người Hoa trên thương trường.

1.2. Tổ chức kinh doanh theo nhóm người đồng hương

Khi di cư vào Việt Nam trong các thế kỷ trước theo nhóm địa phương, quan hệ đồng hương, đồng tộc của người Hoa đã phát huy tác dụng tại vùng đất mới. Họ giúp đỡ cho nhau việc làm khi mới đến Việt Nam, cũng như tạo dựng các hoạt động kinh tế ban đầu thích ứng với môi trường mới. Tuy không có sự can thiệp của nhà nước, nhưng các nhóm người Hoa đã có sự phân chia các lĩnh vực hoạt động kinh tế khác nhau.

Vào thời kỳ mới hình thành các bang, hội của người Hoa, giữa các bang đã có sự phân chia nhau các lĩnh vực kinh doanh, sản xuất. Những người Hoa Quảng Đông chuyên về kinh doanh nhà hàng, khách sạn, tiệm tạp hóa. Người Phúc Kiến chuyên thu mua phế liệu, người Triều Châu chiếm giữ các cơ sở chế biến lương thực, thực phẩm. Người Hẹ [Khách Gia] lại chuyên về mua bán thuốc bắc, thuốc da... Ngày nay, tuy sự phân chia các ngành nghề sản xuất, kinh doanh không còn như trước, một số ngành đã trở nên phổ biến trong nhiều nhóm người Hoa, như ngành cơ khí không chỉ thu hút người Phúc Kiến mà còn cả người Quảng Đông, Triều Châu, ngành lương thực thực phẩm xuất khẩu do người Quảng Đông và Hải Nam, ngành nhựa thì hầu hết các nhóm người Hoa trừ người Hẹ ra đều tham gia hoạt động. Tuy nhiên, vẫn có những ngành nghề truyền thống còn được bảo lưu ở từng nhóm người như thuốc da, thuốc bắc vẫn là đặc trưng của nhóm người Hẹ, người Quảng Đông và Hải Nam vẫn nổi tiếng với các cửa hàng đặc sản cơme gà..⁽⁴⁾

Sự phân chia ngành nghề theo thế mạnh và theo các nhóm xã hội, không chỉ tạo cơ hội cho người Hoa nắm vững thị trường và độc quyền các hoạt động kinh tế, phát huy sức mạnh của tổng thể mà còn tạo sức cạnh tranh lớn, chi phối đến các hoạt động khác, giúp họ thành đạt trong lĩnh vực làm ăn buôn bán.

1.3. Tổ chức kinh doanh theo nhóm mặt hàng, sản phẩm

Với quan niệm “buôn có bạn, bán có phường” nên người Hoa luôn hình thành những khu phố hoặc chợ chuyên doanh. Con đường Hải Thượng Lãn Ông (Quận 5) là nơi tập trung bán nhiều nhất các món đồ trang trí trong ngày lễ, tết. Mặt hàng ở đây rất đa dạng, từ những đèn treo, câu đối, đến hình 12 con giáp, phong bao lì xì... Đây còn là một khu chợ bán sỉ, cung cấp hàng hóa đi khắp các nơi từ các tỉnh ở miền Đông đến miền Tây, đến Hải Phòng, Hà Nội và ra cả nước ngoài.

Cũng tương tự như đường Hải Thượng Lãn Ông là đường Lương Nhữ Học, con đường này còn có một cái tên khác là “phố nghệ sĩ”. Sở dĩ gọi vậy, bởi đây là nơi duy nhất bán mũ áo, xiêm y cung đình, ngũ lộc, đầu lân... phục vụ cho sân khấu tuồng và cải lương. Không chỉ vậy, đến đây người ta còn tìm được những món đồ phục vụ cho lễ hội, từ áo bà tiên, áo bà chúa, đầu lân và các loại mặt hàng khác, y phục cho các buổi lễ cúng tế cho đến những vật dụng cần thiết trong các lễ hội.

Gần đó còn có phố thuốc bắc trên đường Hải Thượng Lãn Ông. Đến phố thuốc bắc, người ta có thể chọn mua bất kỳ loại thuốc bắc nào như quế chi, bạch linh, tam thất, kỷ tử, đỗ trọng, đông trùng hạ thảo... Không chỉ người Sài Gòn mà nhiều du khách quốc tế cũng đến đây để cất thuốc mang về nước, không chỉ vậy các thầy thuốc người Hoa còn bắt mạch, kê đơn theo phương pháp cổ truyền của họ. Trong sản xuất, người Hoa ở TP Hồ Chí Minh cũng hình thành nên những cơ sở chuyên môn như làm đồ gốm, nung vôi... Ngày nay, ở khu vực Quận 5, Quận 6, Quận 11 vẫn còn những tên gọi như lò gốm, lò chén, lò vôi, xóm hàng bông (chuyên trồng hành, tỏi). Tính chất tổ chức kinh doanh theo nhóm sản phẩm của người Hoa càng rõ nét hơn với các cơ sở, xí nghiệp chuyên sản xuất các mặt hàng như nhựa, cơ khí, may mặc, da... những sản phẩm của người Hoa đã cung cấp cho người tiêu dùng trong cả nước và xuất khẩu sang các nước láng giềng với khối lượng lớn.⁽⁵⁾

2. Văn hóa ứng xử

2.1. Chữ “tín” trong kinh doanh

Chữ “tín” trong kinh doanh của người Hoa không cầu kỳ, không hoa mỹ. Đơn giản nó là sự chân thật, không gian dối, không lừa lẹo, là sự tin cậy lẫn nhau trong quan hệ làm ăn. Có thể coi đó là luật bất thành văn của người Hoa. Cả người bán người mua đều tuân thủ chữ tín. Cũng nhờ chữ “tín” mà lâu nay người Hoa rất đơn giản thủ tục, giấy tờ, giảm thiểu việc ký tá, hợp đồng, giao kèo và rất ít tranh chấp, kiện cáo nhau ra tòa. Trong sản xuất, chữ tín giúp cho người Hoa yên tâm về chất lượng hàng hóa. Chữ “tín” là nét đặc trưng trong văn hóa kinh doanh của người Hoa.

Quan hệ kinh tế gắn liền với chữ “tín” cũng là một tiềm năng phát triển kinh tế của người Hoa ở TP Hồ Chí Minh và Nam Bộ. Từ quan hệ thân tộc, đồng hương giữa người Hoa với nhau dẫn đến quan hệ kinh tế của họ dựa trên

giá trị của chữ tín là nét độc đáo của người Hoa trong sản xuất, kinh doanh buôn bán. Đây là sức mạnh văn hóa của người Hoa giúp cho họ liên kết lại, hợp tác với nhau để phát triển kinh tế. Chữ “tín” trong kinh doanh của người Hoa được thể hiện qua 3 điều: “quan hệ - thể diện - ứng xử”. Nói một cách ngắn gọn, đó chính là sự liên kết chặt chẽ trong kinh doanh, chú trọng các mối quan hệ, luôn giữ thể diện trong mọi trường hợp, nhất là đối với các mối quan hệ trong kinh doanh.

Người Hoa luôn thiết lập một mạng lưới quan hệ giữa các cá nhân và tổ chức và xem đó là hoạt động chủ chốt trong chiến lược kinh doanh của mình. Đó có thể là mối quan hệ với các nhà cung cấp, các cơ quan công quyền, khách hàng và thậm chí là cả đối thủ cạnh tranh của mình.

Trong bất kỳ một mối quan hệ nào, người Hoa luôn luôn giữ chữ tín, xem trọng thể diện và uy tín cá nhân. Hầu hết người Hoa thuộc các nhánh ngôn ngữ khác nhau tại Việt Nam đều đặt trụ sở hội quán - nơi sinh hoạt văn hóa của mình tại Quận 5. Chẳng hạn như Tuệ Thành hội quán của nhóm Quảng Đông, Nghĩa An hội quán của nhóm Triều Châu, Ôn Lăng và Nhị Phủ miếu của nhóm Phúc Kiến, Hải Nam hội quán của nhóm Hải Nam... Một đặc trưng thường thấy là đa số các chủ doanh nghiệp người Hoa thường đảm nhận các chức sắc trong ban quản trị hội quán thuộc nhánh ngôn ngữ mà họ là thành viên, điều này không chỉ thể hiện uy tín cá nhân của mình mà còn đem lại uy tín, thuận lợi trong việc kinh doanh, đồng thời cũng là cơ sở tạo lập sự liên kết và các mối quan hệ trong kinh doanh.

Chữ “tín” và mối quan hệ có qua có lại của người Hoa cũng thể hiện trong các vấn đề tài chính. Thường thì các thương nhân người Hoa không thích nhờ đến người ngoài mà hay nhờ cậy lẫn nhau để gây vốn cho những thương vụ làm ăn mới. Thói quen này xuất phát từ nguyên nhân họ nhận thức mình là một cộng đồng thiểu số đang mưu sinh ở nước ngoài nên phải tự mình giúp đỡ lẫn nhau. Chính vì vậy, họ lập ra nhiều bang hội, là nơi để nâng đỡ, tạo cơ hội cho mọi người trong cộng đồng có thể gây dựng cơ nghiệp làm ăn. Họ cũng chung tay giúp đỡ các doanh nghiệp trẻ mới xuất hiện. Chuyện vay mượn trong thời gian ngắn thường khá dễ dàng vì các doanh nghiệp của người Hoa thường hay có sẵn tiền mặt. Mạng lưới của họ có thể hoạt động một cách nhanh chóng và hiệu quả như bất kỳ một ngân hàng nào. Nhờ vậy, một doanh nghiệp có uy tín có thể gây vốn cho dự án mới của mình một cách đơn giản và nhanh chóng.

2.2. Quan hệ tôn ti trong kinh doanh

Tôn ti trong xã hội Trung Hoa có nguồn gốc lịch sử từ tư tưởng Khổng giáo, dựa trên ngũ luân là năm mối quan hệ chính trong xã hội: vua tôi, cha con, chồng vợ, anh em và bạn bè. Ngũ luân được xem là cốt lõi trong mối quan hệ giữa người với người trong xã hội, giúp ổn định bằng những vai trò xã hội đã được ấn định trước dựa trên quan hệ luân lý. Người Hoa nhìn cuộc sống của họ một cách tổng thể và họ cố gắng đáp ứng những mong đợi và nghĩa vụ của mình ở tất cả các vai trò. Họ cũng mang theo quan điểm đó khi gặp gỡ các đối

tác kinh doanh. Người Hoa muốn làm quen với một con người chứ không phải chỉ là một doanh nhân, vì họ quan niệm rằng nếu biết một người chỉ qua mối quan hệ làm ăn thôi thì chưa đủ.

Một trong những thành công trong làm ăn của cộng đồng người Hoa là nhờ tính đoàn kết, ham tìm tòi, trao đổi thông tin, cùng chia sẻ những sáng kiến trong kinh doanh. Thành thông lệ, vào mỗi buổi sáng người Hoa thường tụ tập ăn sáng tại các nhà hàng do chính người Hoa nấu với những món truyền thống như hủ tiếu, cà phê. Những bài học, kinh nghiệm được chia sẻ qua câu chuyện làm ăn ngày hôm trước.

2.3. Tính cần kiệm trong kinh doanh

Tính cần kiệm đã trở thành triết lý kinh doanh của người Hoa trong mọi thời đại. Với người Hoa, cái gì cần xài thì không sợ tốn kém, cái gì lãng phí thì khó mà móc được “hầu bao” của họ.

Vào các thập niên đầu và giữa thế kỷ XX, có nhiều tấm gương làm giàu nay đã trở thành giai thoại từ cộng đồng người Hoa ở Sài Gòn. Chuyện kể rằng, Quách Đàm và chú Hỏa xuất thân từ nghèo khó, cuộc sống của họ chỉ dựa vào gánh ve chai, nhưng do cần kiệm miệt mài làm việc mà họ trở thành đại phú gia thời ấy. Hay giai thoại “công tử cộ thùng”, đối với các đại phú gia Hoa kiều trước khi muốn con cái gìn giữ và phát triển sản nghiệp của gia đình, họ gửi các chàng công tử này đến các cơ sở để rèn luyện tính kiên nhẫn ngay từ nhỏ. Để xin được vào làm việc tại một cơ sở nào đó, họ cũng phải trải qua quá trình xét tuyển như những người công nhân khác. Khi được tuyển vào, công việc trước tiên của các chàng công tử này là phải xuống bếp cộ thùng như những công nhân. Đây là một cách đào luyện con cái họ khi trở thành doanh nhân có đủ kinh nghiệm và tính kiên nhẫn trong vai trò người chủ trong tương lai.⁽⁶⁾

2.4. Tính cộng đồng trong kinh doanh

Một yếu tố khác mang tính đặc trưng của người Hoa, đó là tính cộng đồng của họ rất cao. Trong kinh doanh, họ lập ra nhiều bang hội, nhưng các bang hội không phải là nơi tụ hội ăn chơi mà để nâng đỡ, tạo cơ hội cho mọi người trong cộng đồng có thể gây dựng cơ nghiệp làm ăn. Trước khi có tín dụng ngân hàng cho vay dự án kinh doanh, các bang hội người Hoa đã biết triển khai tín dụng, qua hình thức “hụi thảo”, một loại hình chung tay giúp vốn cho những người muốn ra làm ăn nhưng thiếu vốn. Nhưng sau khi giúp vốn, người Hoa còn tích cực hơn với “hậu tín dụng”, đó là chung tay giúp doanh nghiệp còn non trẻ. Nếu là mở hàng ăn thì họ kéo nhau đến ăn, nếu sản xuất giày dép thì họ tìm đến mua giày... Nhưng trước hết, chính những đối tác được giúp đỡ đó phải chứng tỏ sự tích cực về tính cần kiệm cao độ. Một số đại gia có thương hiệu vang dội ngày nay là do từng được giúp và áp dụng tinh thần cần kiệm, như thương hiệu giày dép Bình Tiên, bánh ngọt Đức Phát... là những điển hình cụ thể.

Tinh thần cộng đồng càng được nhân lên trong hoàn cảnh cùng phải chuyển cư và định cư tại một vùng đất mới. Tổ chức bang ra đời nhằm đáp ứng

nhu cầu cố kết cộng đồng. Mỗi bang là một tổ chức có chung một ngôn ngữ, có chung quê gốc và chung quê mới. Trong cùng một bang, người Hoa cùng chăm lo cho cuộc sống của nhau. Hoạt động ở các bang nhằm thể hiện tình tương thân tương ái, thông qua các hoạt động tập thể như xây dựng các hội quán, lập các miếu thờ, lập trường học tiếng Hoa, lập các nghĩa địa riêng cho người Hoa và tiến hành các hoạt động văn hóa văn nghệ. Nhờ các hoạt động đó mà các giá trị văn hóa truyền thống được lưu giữ.

Hội quán là nơi hội họp các cư dân trong bang nhằm giải quyết các vấn đề của bang trong đời sống. Nếu có người Hoa mới sang mà không có thân nhân đón tiếp thì lập tức có người trong bang đón về nuôi ăn, giúp việc trong nhà, cho đến khi người đó tìm được việc làm. Bang còn đứng ra giúp đỡ tiền bạc để các thành viên mới ổn định cuộc sống. Người Hoa chăm lo cho việc xây cất trường học. Các bang đứng ra tổ chức quyên góp tiền xây dựng trường, lập ban quản trị trường học, sắp xếp người phụ trách nhà trường. Các trường đều được xây cất chu đáo. Việc chăm lo trường lớp, chăm lo cho việc học của con em, được coi như là một nghĩa vụ của mỗi người Hoa. Đây là một nét đẹp truyền thống của người Hoa. Hầu như chỗ nào có trường học thì chỗ đó có hội phụ huynh học sinh. Hội tham gia cùng nhà trường trong việc giáo dục trẻ em học tốt và có ý thức bảo quản tốt nhà trường. Việc xây dựng các trường học nhằm phổ biến tiếng Hoa trong cộng đồng người Hoa, qua đó vừa nâng cao dân trí, vừa giữ được truyền thống văn hóa. Một điều hầu như là phổ biến: chỗ nào có cộng đồng người Hoa cư trú thì nơi đó có trường dạy tiếng Hoa. Việc xây dựng nhà trường, việc tổ chức đội ngũ giáo viên đều do cộng đồng đóng góp.

Các hoạt động của nhà trường, của các đình miếu, của nghĩa trang đều do sự đóng góp hảo tâm của từng người. Người Hoa coi việc giúp đỡ cứu mang người đồng tộc như là bổn phận của mình. Trong sự giúp đỡ đó không đòi hỏi phải trả ơn. Điều họ quan tâm nhất chính là hiệu quả của sự giúp đỡ. Nhiều câu chuyện về sự thành đạt của những người Hoa giàu có nhờ sự giúp đỡ của cộng đồng đã chứng tỏ sự thành công trong kinh doanh người Hoa nhờ không ít vào sự tương trợ, giúp đỡ nhau. Sự giúp đỡ ấy không chỉ một lần, mà có thể nhiều lần cho đến khi người được giúp đỡ thành công. *Sự tương trợ, giúp đỡ của bà con người Hoa thể hiện trên nhiều phương diện như giúp vốn buôn bán, giúp thị phần, họ có thể nhường cho nhau những bạn hàng mua bán quen biết, cơ sở giao dịch... giúp kinh nghiệm buôn bán, nguồn hàng, khách hàng...*⁽⁷⁾

Một thông lệ được đặt ra là: người bỏ tiền ra giúp đỡ người khác, không đòi hỏi được đền đáp lại, nhưng đòi hỏi phải có hiệu quả. Người ta sẵn sàng bỏ tiền giúp một người nào đó có kế sinh nhai, nhưng quá ba lần mà người kia không làm ăn có kết quả thì mọi sự giúp đỡ sẽ bị cắt. Trong việc cấp học bổng cũng vậy, người ta sẵn sàng cấp học bổng cho một học sinh nghèo đói, nhưng phải học tốt, nếu kết quả không tốt thì học bổng sẽ bị cắt.

Trước đây các bang đều hoạt động một cách riêng rẽ, không có sự phối hợp, điều đó thường dẫn tới tư tưởng địa phương, cục bộ, thậm chí còn mâu

thuần với nhau. Vì vậy cần một sự hướng dẫn về tổ chức, để tạo sự thống nhất trong hoạt động của các bang. Phải từ sự đoàn kết trong bang trở thành sự đoàn kết tương trợ trong cộng đồng và rộng ra ngoài xã hội.⁽⁸⁾

2.5. Tính hòa đồng trong ứng xử với các tộc người khác

Giữa người Hoa và người Việt cũng có những nét tương đồng về phong tục tập quán (cả hai đều có cội nguồn từ văn hóa phương Đông, từ ý thức hệ Nho giáo truyền thống), điều đó dễ tạo nên sự đoàn kết cộng đồng trong quá trình xây dựng đất nước. Trong quá trình sinh sống lâu dài ở Việt Nam, ngoài việc chăm lo sinh sống, bà con người Hoa đã tham gia các việc sinh hoạt xã hội cùng với người Việt và các tộc người anh em khác. Những sự giao lưu tiếp nhận văn hóa giữa người Hoa và các tộc người đã diễn ra. Nhiều cuộc hôn nhân giữa người Hoa với người Việt, người Chăm, người Khmer cũng đã diễn ra.

Theo thời gian, cuộc sống trên quê hương mới ổn định phát triển dần dần. Từ những khó khăn, xa lạ về thiên nhiên, về phong tục tập quán của miền đất mới, các thế hệ hòa nhập với nhau, rồi cả cộng đồng cùng biến chuyển theo sự vận động của cuộc sống từ thời phong kiến, thực dân, qua kháng chiến chống Pháp, chống Mỹ và trong công cuộc đổi mới hôm nay.

Người Hoa có một hệ thống các di sản văn hóa vật thể với rất nhiều đình, miếu, chùa, trường học, hội quán, nhà thờ tộc họ. Quá trình hình thành các di sản này gắn liền với quá trình tụ cư và hợp cư của người Hoa tại TP Hồ Chí Minh. Cho đến nay, riêng tại địa bàn TP Hồ Chí Minh, có khoảng 30 ngôi chùa của người Hoa, trong số đó gần một nửa có niên đại tạo dựng từ hơn 100 năm nay. Về cơ bản, những công trình này đều do nhân dân đóng góp và xây cất khá công phu, theo kiểu dáng Trung Hoa, nhưng đây không chỉ là nơi hành lễ riêng của người Hoa mà còn là nơi thờ tự chung của cả cộng đồng dân cư địa phương.⁽⁹⁾

2.6. Quan hệ với bên ngoài

Một ưu thế nổi trội của người Hoa trong hoạt động kinh doanh là họ có mối quan hệ chặt chẽ với người Hoa ở nước ngoài, trước hết là ở khu vực Đông Nam Á và châu Á-Thái Bình Dương. Những quan hệ này vừa là mối quan hệ họ hàng, đồng hương, đồng tộc, vừa là những quan hệ kinh tế, văn hóa... Quan hệ rộng rãi với nước ngoài đã giúp cho hoạt động kinh doanh của người Hoa nhiều thuận lợi và hiệu quả.⁽¹⁰⁾

Từ vị trí thuận lợi của người Hoa ở TP Hồ Chí Minh, cộng với các mối quan hệ huyết thống, đồng hương và những mối liên hệ kinh doanh khác đã tạo cho người Hoa khả năng thu hút vốn, công nghệ từ bên ngoài rất lớn. Được sự hỗ trợ của cộng đồng Hoa kiều từ khắp nơi trên thế giới, người Hoa có điều kiện nắm bắt thị trường bên ngoài. Đồng thời, thông qua sự hỗ trợ này, nguồn nhân lực của người Hoa cũng ngày càng lớn mạnh đáp ứng tốt nhu cầu sản xuất, kinh doanh và vững vàng khi tham gia thị trường quốc tế. Trong xu thế mở rộng giao lưu, hợp tác quốc tế hiện nay, việc tận dụng và phát huy lợi thế này của người Hoa sẽ góp phần không nhỏ vào sự phát triển của TP Hồ Chí Minh.

3. Kết luận

Trong những thập niên gần đây, vị thế của người Hoa được nâng lên rõ rệt trên tất cả các lĩnh vực kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội... Sự phát triển vượt bậc về mọi mặt của đất nước phải kể đến sự đóng góp công sức của người Hoa. Việc nghiên cứu, tìm hiểu vấn đề này giúp chúng ta có kinh nghiệm để ứng xử đúng đắn khi muốn đàm phán, làm ăn với người Hoa.

Có thể khẳng định, người Hoa ở Việt Nam là một bộ phận hữu cơ của cộng đồng các dân tộc Việt Nam. Sau nhiều thế kỷ hòa nhập vào xã hội Việt Nam, người Hoa vẫn lưu giữ những đặc thù riêng mang tính đặc trưng tộc người của họ. Những giá trị văn hóa truyền thống mà người Hoa di cư mang theo đã và đang được người Hoa bảo tồn và phát huy. Đặc biệt là văn hóa trong sản xuất, kinh doanh, một trong những nét văn hóa rất đặc biệt và quan trọng trong quá trình sinh sống, giao lưu văn hóa với cư dân bản địa.

Những phẩm chất và giá trị văn hóa truyền thống của người Hoa là cơ sở của sự tồn tại và phát triển của cộng đồng người Hoa ở Việt Nam. Đồng thời, là những bằng chứng cụ thể và sinh động về tính thống nhất trong đa dạng của văn hóa Việt Nam. Văn hóa kinh doanh của người Hoa được lưu giữ và phát triển ổn định sẽ góp phần tích cực vào sự nghiệp phát triển chung của đất nước. Trong xu thế mở rộng giao lưu, hợp tác quốc tế hiện nay, việc tận dụng và phát huy lợi thế này của người Hoa sẽ góp phần không nhỏ vào sự lớn mạnh của TP Hồ Chí Minh.

P T T

CHÚ THÍCH

- (1) TS Trần Hồng Liên (2007), *Văn hóa người Hoa ở Thành phố Hồ Chí Minh*, Nxb Khoa học Xã hội, TP Hồ Chí Minh, tr. 12.
- (2) Minh-Jer Chen, biên dịch: Mai Quỳnh, Ngũ Yên (2004), *Khám phá bí mật kinh doanh của người Trung Quốc*, Nxb Trẻ, TPHCM, tr. 36.
- (3) “Tứ ‘trụ’ chính trong kinh doanh của người Hoa”, <http://vnexpress.net/gl/kinh-doanh/2004/05/3b9d2eca/>
- (4) Trần Hồi Sinh (1998), *Hoạt động kinh tế của người Hoa từ Sài Gòn đến Thành phố Hồ Chí Minh*, Nxb Trẻ, TPHCM, tr. 114.
- (5) Trần Hồi Sinh (1998), sdd, tr. 109.
- (6) “Triết lý kinh doanh của người Hoa: đại phú do thiên - tiểu phú do cần”, <http://minhnguyenquang.com.vn/modules.php?name=News&op=viewst&sid=152>
- (7) Trần Hồi Sinh (1998), sdd, tr. 104.
- (8) Trương Quốc Bình (29/7/2011), “Những giá trị đặc sắc của văn hóa người Hoa ở Việt Nam”, <http://truongtoc.com/news/Trang-tin-tong-hop/Nhung-gia-tri-dac-sac-cua-van-hoa-nguoi-Hoa-o-Viet-Nam-221/>
- (9) Trương Quốc Bình (29/7/2011), bdd.
- (10) Trần Hồi Sinh (1998), sdd, tr. 106.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Mạc Đường (1994), *Xã hội người Hoa ở TP Hồ Chí Minh sau năm 1975 - Tiềm năng và phát triển*, Nxb Khoa học Xã hội, 231 trang.

2. Minh-Jer Chen, biên dịch: Mai Quỳnh - Ngũ Yên (2004), *Khám phá bí mật kinh doanh của người Trung Quốc*, Nxb Trẻ, TP Hồ Chí Minh.
3. Ngô Minh Oanh (2005), *Tiếp xúc & giao lưu văn minh trong lịch sử nhân loại*, Nxb Giáo dục, TP Hồ Chí Minh.
4. Ngô Văn Lệ - Nguyễn Duy Bính (2005), *Người Hoa ở Nam Bộ*, Nxb Đại học Quốc gia TP HCM, TP Hồ Chí Minh.
5. Trần Hồi Sinh (1998), *Hoạt động kinh tế của người Hoa từ Sài Gòn đến Thành phố Hồ Chí Minh*, Nxb Trẻ, TP Hồ Chí Minh, 182 trang.
6. Trần Hồng Liên (2007), *Văn hóa người Hoa ở Thành phố Hồ chí Minh*, Nxb Khoa học Xã hội, TP Hồ Chí Minh,
7. Trần Khánh (1992), *Vai trò người Hoa trong nền kinh tế các nước Đông Nam Á*, Viện Đông Nam Á, 357 trang.
8. Trần Ngọc Thêm (2001), *Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam*, Nxb Tổng hợp, TP Hồ Chí Minh, 670 trang.

TÓM TẮT

Bài viết phân tích những nét đặc trưng trong văn hóa kinh doanh của người Hoa tại TP Hồ Chí Minh. Theo đó, việc tổ chức kinh doanh của người Hoa mang các đặc điểm: Tổ chức kinh doanh theo gia đình, họ hàng; Tổ chức kinh doanh theo nhóm người đồng hương; Tổ chức kinh doanh theo nhóm mặt hàng, sản phẩm. Về văn hóa ứng xử trong kinh doanh của người Hoa, bài viết phân tích các yếu tố: Việc giữ chữ tín trong kinh doanh; Quan hệ tôn ti trong kinh doanh; Tính cần kiệm trong kinh doanh; Tính cộng đồng trong kinh doanh; Tính hòa đồng trong ứng xử với các tộc người khác và mối quan hệ chặt chẽ với người Hoa ở nước ngoài.

Những phẩm chất và giá trị văn hóa truyền thống của người Hoa là cơ sở của sự tồn tại và phát triển của cộng đồng người Hoa ở Việt Nam. Đồng thời, là những bằng chứng cụ thể và sinh động về tính thống nhất trong đa dạng của văn hóa Việt Nam. Văn hóa kinh doanh của người Hoa ở Việt Nam được lưu giữ và phát triển ổn định sẽ góp phần tích cực vào sự nghiệp phát triển chung của đất nước.

ABSTRACT

CHINESE BUSINESS CULTURE IN HO CHI MINH CITY

The article analyzes the characteristics of Chinese business culture in Ho Chi Minh City. Accordingly, Chinese business organization has the features of family organization, fellow-countrymen organization and group of goods. About the Chinese etiquette in business, the article analyzes the factors of loyalty in business, hierarchy in business, thrifty in business, community spirit in business ; sociability in dealing with other peoples and close relationships with overseas Chinese.

The qualities and traditional culture values of Chinese people is the basis of the existence and development of the Chinese community in Vietnam as well as the concrete and vivid evidence on the unity in diversity of Vietnamese culture. Chinese business culture in Vietnam will contribute positively to the development of the country if it is stably preserved and developed.