

H.N. CASSON

PHẠM CAO TÙNG dịch

16

bí quyết để hái ra tiền



H.N. CASSON

PHẠM CAO TÙNG dịch

16

bí quyết để hái ra tiền



Sách: 16 Bí Quyết Hải Ra Tiên

Người dịch: Phạm Cao Tùng

Nhà Xuất Bản: Đại Nam

Số Trang: 185

Nguồn sách scan: sdec1

Người làm ebook: lemontree123

Sách số #75 trong dự án: Số hóa 1000 cuốn sách một thời vang bóng

Mục Lục

[Giới thiệu quyển sách](#)

[Giới thiệu tác giả](#)

[Lời tự luận](#)

[ĐỊNH LÝ THỨ NHẤT](#)

Ít nữa phải hai người mới trừ tính được một cuộc doanh-nghiệp

[ĐỊNH LÝ THỨ HAI](#)

Trong một cuộc doanh nghiệp có ba yếu-tố: người mua, người bán và món hàng.

[ĐỊNH LÝ THỨ BA](#)

Giá bán là tổng-số tiền mua cộng thêm tiền lời

[ĐỊNH LÝ THỨ TƯ](#)

Hàng-hoá nhiều thì giá hạ. Hàng-hoá khan thì giá cao.

[ĐỊNH LÝ THỨ NĂM](#)

Người mua là người chú-trọng món hàng hơn là giá bán của món hàng ấy.

[ĐỊNH LÝ THỨ SÁU](#)

Thời-giờ càng trôi qua, càng làm tăng giá vốn.

[ĐỊNH LÝ THỨ BẢY](#)

Sự di dịch làm tăng giá vốn

[ĐỊNH LÝ THỨ TÁM](#)

Sản-xuất tăng giá vốn hạ

[ĐỊNH LÝ THỨ CHÍN](#)

Giá vốn là tổng-số tiền mua ban đầu cộng thêm số phí gìn-giữ

[ĐỊNH LÝ THỨ MƯỜI](#)

Trước khi ước lượng tiền lời, phải tính tổng-phí.

ĐỊNH LÝ THỨ MƯỜI MỘT

Sự nguy hiểm tăng bao nhiêu thì tiền lời tăng theo bấy nhiêu

ĐỊNH LÝ THỨ MƯỜI HAI

Tất cả các giá trị đều không tránh khỏi sự trôi sụt

ĐỊNH LÝ THỨ MƯỜI BA

Giá-trị hoặc là trực-tiếp hoặc là hoãn-triển

ĐỊNH LÝ THỨ MƯỜI BỐN

Tiền-bạc tức là vàng

ĐỊNH LÝ THỨ MƯỜI LĂM

Nhờ những con số trung-bình mà biết được kết-quả

ĐỊNH LÝ THỨ MƯỜI SÁU

Tương-lai của công việc doanh-nghiệp hướng về sự tổ-hợp

Kết-luận

Dư-luận của báo-chí Pháp

Giới thiệu quyển sách..

Để giới thiệu quyển "16 định lý doanh nghiệp", chúng tôi tưởng không gì bằng trích bài tựa của ông Edouard Herriot, một nhà chính trị pháp, đã viết trong bản dịch bằng tiếng pháp của ông G. Lange dưới nhan đề "Les axiomes des affaires" , do nhà xuất bản Payot ấn hành năm 1919 và đã tái bản nhiều lần.

DỊCH GIẢ

Đây thật là một cuốn sách giá trị. Nếu tôi bằng lòng "trang điểm nó một bài tựa" theo thể thức lịch sử mà các nhà văn thường dùng, không phải vì nó cần lời giới thiệu. Herbert Casson là một người hoàn toàn mới không có một quan niệm siêu hình, không mang một thành kiến lịch sử nào. Ông đã từng lăn lộn vào giới thợ thuyền, từng trông thấy một số xí nghiệp vĩ đại của thời nay. Vai trò của ông? Ở nước Pháp không có một người nào có thể sánh với ông để có thể làm cho người khác hiểu ông được: ông còn hơn một nhà *kỹ sư cố vấn (ingénieur conseil)* nữa.

Herbert Casson bày tỏ ý kiến bằng định lý. Định lý thứ nhất: công việc doanh nghiệp phải điều khiển bởi một khoa học chân chính mà người ta phải lo khám phá lần lần các nguyên tắc. Trải qua một cuộc quan sát lâu dài, tôi cũng đi đến một kết luận ấy. Nhưng tôi phải dùng đến hai quyển sách mới trình bày ra được, mà lại trình bày vụng về nữa, bởi vì tôi công kích các *lý luận gia*, các *tiểu thuyết gia* của kinh tế học cũ. Ông Casson ạ, ít nữa ông có tài dùng những lý luận giản dị về những sự kiện tầm thường để làm nổi bật những quy tắc ông lên. Ông có một phương pháp, phương pháp duy nhất, để tạo nên những tinh thần mạnh mẽ: *sự phân tích*. Nhưng ông không hề lạc lối trong những lý luận phiền phức. Học thuyết của ông chỉ gồm có một số, nhận xét khiêm tốn mà ai đọc tới cũng phải để ý. Sau hết, độc giả còn cảm thấy lối hành văn mạnh và tươi tắn của ông. Sách ông có sức cải hoá người ta hơn các sách thông thái.

Thật vậy, cuốn sách ngắn ngủi này có sức thúc giục người ta nghĩ ngợi. Khi ông Herbert Casson chứng tỏ rằng ông chống với quan niệm về doanh nghiệp trong sạch chỉ biết giữ quân bình ngân sách nhà nước bằng cách thu thuế chứ không thu tiền lời thì ông đã lật đổ chánh sách tài chánh hiện tại của chúng ta. Và ông có lý lắm! Người ta không có can đảm đánh thuế chuyên chở cho cân với chi phí; người ta che đậy những biện pháp dùng để tránh sự thâm thủng ngân sách. Người nộp thuế phải trả, vì y luôn luôn phải trả nhưng không biết rõ tại sao y trả. Đó là điều sai lầm về nguyên tắc, ông Casson tuyên bố như thế. Tôi đồng ý với ông. Chánh phủ tiếp tế cho ta; đã không làm hài lòng ta, chánh phủ còn phải mất nhiều tiền trong công việc ấy; chánh phủ trở lại đàn áp những kẻ nào cố gắng làm ra lời. Sai lầm nữa. Tôi hiểu sự sai lầm ấy lắm.

Không phải tôi tán thành trọn chánh sách của ông; ông không đề ý đến những kết quả tai hại do sự tăng giá quá độ sanh ra. "Giá bán ít khi quá cao". Cái định lý này đáng sợ quá. Nhưng ta cảm thấy tác giả chú ý tranh đấu chống lại sự định giá không hợp với cái sinh hoạt bình thường của một nền thương mại thành thật. Xét cho cùng, thì ông không có lỗi : rốt cuộc lại người tiêu thụ luôn luôn phải trả chi phí những cuộc thương mại bất quân bình. Muốn hạ giá, ông Casson chủ trương tăng sản xuất.

Ông Casson dùng một lối văn tươi để giải thích những điều mà một bọn toát yếu khô khan không thể giải thích được. Không có gì làm cho ta vui bằng cách khảo cứu những phương pháp mà người bán hàng dùng để quyến rũ một khách hàng. Không có gì say-mê bằng cái tánh ưa hoạt động, mạo hiểm. Không có gì sáng suốt bằng sự phân tích mau lẹ nguyên tắc về giá trị, hay là sự định nghĩa vai trò của vàng. Không có gì rộng rãi bằng câu kết luận chứng tỏ vai trò càng ngày càng quan trọng của sự hợp tác và cái thế giới phi nhiều mở rộng trước những tấm lòng trẻ trung quả cảm. Các anh muốn tìm những tư tưởng sâu sắc ư? Các anh hãy nghe đây : "Dẫu làm tổng trưởng hay chủ tiệm, một vĩ nhân chân chính là người biết rút ở kẻ khác một lời dạy bất tuyệt, là người biết tiếp tục tìm học. *Người nào không làm lẫn uy quyền và tri thức*, mới chú ý đến tất cả mọi quan điểm và biết hoá hợp những yếu tố sai biệt để đạt đến một mục đích hữu ích."

Với một lòng tin cậy không bờ bến, tôi ao ước cuốn sách nhỏ này được phổ cập trong chúng ta.

(Trích bài tựa của ông Edouard HERRIOT)

Giới thiệu tác giả

Tên ông Herbert N. Casson có lẽ còn xa lạ đối với người mình, nhưng trong giới doanh nghiệp Mỹ không ai không biết tiếng ông. Vì ông là một trong những người lập nên "Phong trào làm việc cho đặc-lực"^[1] (Mouvement de l'Efficiencie). Những người kia là Taylor và R. Emerson.

Ông Herbert N. Casson là người thế nào ?

Sanh năm 1869 tại một làng nhỏ xứ Gia-nã-đại (Bắc. Mỹ). Sinh trưởng trong một gia-đình không lấy làm khá giả, ông phải đi làm kiếm cơm từ lúc 12 tuổi đầu.

Năm 14 tuổi, ông mới có dịp ra khỏi làng và bắt đầu đi học. Ông từng học trường Đại học Victoria và lúc 24 tuổi, ông đã nổi tiếng về khoa học xã hội.

Xuất thân ra đời, ông làm nhiều nghề : trợ bút cho tờ báo lớn Mỹ New-York World, mở sở quảng-cáo H. K. Mac Caun Co rất nổi tiếng, cũng vừa là một tay diễn giả có tài; có lần một tổ chức thương mại đã mời ông diễn thuyết trong nửa giờ và chịu trả ông 1.000 Mỹ-kim.

Nhưng, tài giao-du, óc kinh-doanh, hoạt động đưa ông vào giới doanh nghiệp. Trong giới này, ông giữ một chức vụ mà xứ ta chưa hề có, Efficiency-Expert, tức là ông làm cố vấn cho các nhà thương mại kỹ-nghệ về vấn đề làm sao sản xuất thật nhiều mà thật ít hao công tốn của. Ông đã từng làm cố vấn cho các công ty to lớn như Bell Telephone Co, Standard Oil Co. Chính ông lãnh nhiệm vụ tổ chức "Nữu-ước thương-gia-hội" (Association des négociants de New-York). Trong trận Đại chiến 14-18, người ta giao ông trách nhiệm lo tìm cách tăng gia sản xuất các xưởng chế tạo khí cụ bên Anh-quốc.

Năm 1915, ông sáng lập một tạp chí có một không hai ở thế-giới : tạp-chí The Efficiency Magazine để tuyên truyền khoa học doanh nghiệp. Đặc điểm của tạp chí ấy : nó là một tạp chí của một người viết, chính ông H. N. Casson đảm đương tất cả bài vở trong mấy chục năm trời!

Nó là một tạp chí trước tiên cùng một lượt xuất-bản trong 6 thứ tiếng! Bản tiếng Pháp xuất bản dưới nhan đề: France Efficiency.

Nó là một tạp chí duy nhứt có những độc giả mua suốt đời (abonnés à vie), nghĩa là trả tiền một lần đăng báo gởi đến mãi cho đến khi mình chết.

Nhưng ngoài ra, ông cũng là một nhà văn có tài. Ông đã soạn 137 quyển sách , đăng dịch ra 22 thứ tiếng. Có thể kể vài tác phẩm trọng yếu : Publicité et vente, La nature humaine, Les axiomes des affaires, L'Art de manier les gens, Comment faire des bénéfices, Réussir. Décidez, decidez vite, décidez bien.. mà chúng tôi ước mong sẽ có dịp lần lượt trình bày với các bạn.

Ông là một tay làm việc đặc lực. Năm 1950, đã 82 tuổi, ông còn đi du lịch khắp thế giới trong sáu tháng để nghiên cứu, học hỏi thêm. Sau khi về nước, ông nhuộm bệnh và mất đi năm 1951. Sau 83 năm sống một cách đặc-lực, không như nhiều nhà tư tưởng, ông đã thực hiện ở chính mình ông những gì ông đã thuyết dạy.

Những điều kể trên đây đủ trả lời cho câu hỏi : "Tại sao các *Định lý Doanh nghiệp* của ông có sức mạnh phi thường của những đạo luật đến nay vẫn đăng các nhà doanh nghiệp tin dùng ?"

DỊCH GIẢ

Lời tự luận

Viết quyển sách này, tôi chứng tỏ rằng công việc doanh nghiệp do một khoa học mà ra.

Tôi không dám quả quyết rằng khoa doanh nghiệp là một khoa học đầy đủ; khoa học ấy chưa có phép tắc, định lý, nguyên tắc được mọi người công nhận, và nó còn hỗn độn, đầy-dẫy những điều bất-thường, những ý kiến kỳ quái.

Có lẽ một số nhà doanh nghiệp đại-tài đã xứng danh là bậc tiền khu, vì họ đã đưa ra được một ít nguyên tắc và đã thành công một cách rõ ràng.

Người ta cũng từng thấy một số công xưởng được tổ chức trên một nền tảng khoa học và được hưng vượng khác thường.

Kể ra thì "Khoa doanh nghiệp" là một khoa học ít người nói đến. Người ta mới thấy chừng mười quyển sách có giá trị nói đến khoa ấy. Những tài liệu hiếm hoi thâu góp được đều do trường học dạy ra ; chỉ có một số ít người biết dùng những tài liệu ấy.

Tôi tưởng đã đến lúc các nhà đề xướng "Khoa học doanh nghiệp" nên công bố những điều họ đã tìm kiếm được : một khoa học không thể nào sinh trưởng trong bóng tối được.

Khoa học ấy ra đời chắc chắn sẽ bị công kích, nhưng với sự cương quyết của những kẻ chủ trương, nó sẽ phát triển đúng theo đà của nó.

Nếu toán học có những phép tắc như định gọi là định lý thì "Khoa doanh nghiệp" cũng vậy. Khoa doanh nghiệp cũng có những định lý làm thành trụ cột căn bản cho nó. Định lý ấy đối với nhà doanh nghiệp cũng như kim chỉ nam đối với người thủy thủ, cái cửa đối với người thợ làm sườn nhà, cái kẻ chỉ (tire-ligne) đối với nhà kiến trúc.

Để giải nghĩa rằng chữ định lý theo tôi hiểu, tôi muốn nhắc lại mười hai định lý của Euclide. Mười hai định lý ấy như sau này :

1.-Hai số lượng đều bằng một số lượng thứ ba, hai số lượng ấy bằng nhau.

2.-Hai số lượng bằng nhau thêm vào hai số lượng bằng nhau, tổng số cũng bằng nhau.

3.-Hai số lượng bằng nhau rút bớt trong hai số lượng bằng nhau, số còn lại cũng bằng nhau.

4.-Hai số lượng bằng nhau thêm vào hai số lượng không bằng nhau, tổng số không bằng nhau.

5.-Hai số lượng bằng nhau rút ở hai số lượng không bằng nhau, số còn lại không bằng nhau.

6.-Hai số lượng đều bằng xấp đôi số lượng thứ ba, hai số lượng ấy bằng nhau.

7.-Hai số lượng đều bằng phân nửa số lượng thứ ba, hai số lượng ấy bằng nhau.

8.-Hai khối để chồng lên nhau và choáng một không gian như nhau, hai khối ấy bằng nhau.

9.-Toàn thể lớn hơn một phần.

10.-Hai đường thẳng không, làm thành một diện tích.

11.-Tất cả các góc thẳng đều bằng nhau.

12.-Hai đường thẳng gặp nhau thì cả hai không cùng song-song với đường thẳng thứ ba được.(Định lý của Playfair).

Muốn tạo một cơ-sở cho kỹ-hà-học, người ta dùng những định nghĩa, những giả thuyết. Và dựa vào những định nghĩa, những giả thuyết, người ta đặt ra những định lý kỹ hà (théorèmes), và dựa vào những định lý kỹ-hà ấy người ta đặt ra những bài toán. Người ta dùng sự xác định này để tạo ra sự xác định khác, rồi cứ thế dựng thành, một toà tri thức rất chắc-chắn.

Đó là nói kỹ-hà-học. Đến như khoa doanh nghiệp thì người ta gặp nhiều nỗi khó khăn hơn. Công việc doanh nghiệp tùy thuộc nhiều yếu tố thường thay đổi: trong công việc ấy người ta không gặp những đường thẳng, những góc nhứt định, những hình rõ ràng, mà lại gặp những điều kiện, những người, những hàng hóa thay đổi luôn luôn.

Khoa doanh nghiệp vô cùng phức tạp hơn kỹ-hà-học. Sự phức tạp ấy không cấm ta đi mạnh vào sự tìm hiểu khoa học ấy được.

Không có một khoa-học nào hoàn toàn. Khoa học đúng đắn hơn hết cũng chỉ là một mớ tri thức nằm giữa một sự huyền bí bao-la, không khác nào một vành ánh sáng nằm giữa những đêm tối bao-la.

Nếu chúng ta có thể chứng minh được rằng công việc doanh nghiệp không tùy thuộc sự may-mắn, sự ngẫu nhiên, không tùy thuộc những trường hợp riêng của từng người, tức là chúng ta đã bắt đầu dựng nên khoa học doanh nghiệp rồi đó. Khi nào chúng ta có đủ sức giải quyết một vấn đề doanh nghiệp nào đó, chúng ta có thể nói tri thức của chúng ta là khoa học.

KHOA-HỌC, TỨC LÀ SỰ XÁC ĐỊNH VÀ SỰ TIÊN LIỆU. Sự tiên liệu ấy phải dùng sự khảo-cứu kỹ-lưỡng và sự phân loại các sự thật làm nòng cốt.

Tôi không dám quả quyết rằng với trình độ hiện tại của chúng ta, chúng ta sẽ có ngày đủ sức tiên đoán dễ dàng được một sự khánh-tận, như chúng ta đã tiên-đoán nhụt thực nguyệt thực. Tôi chỉ nói rằng trong bao nhiêu thế kỷ, các nhà thông thái tận lực khảo cứu khoa thiên văn, do đó chúng ta mới tìm được cách tiên đoán nhụt thực nguyệt thực. Ngược lại, từ xưa, người ta không bao giờ học làm công việc doanh nghiệp. Người ta làm công việc ấy một cách mơ hồ, một cách cầu may.

Cố nhiên "khoa doanh nghiệp" không phải tự các đại học đường mà ra. Những giáo sư đại học đường cố ý đứng ngoài thế giới doanh nghiệp mà họ không bao giờ để ý đến.

Hơn nữa, họ còn cho rằng trong khoa doanh-nghiệp không có gì xứng đáng để họ tìm tòi khảo cứu.

Phần lớn các giáo sư đại học đường coi ân huệ của nền văn minh mà họ được hưởng như là của tạo hoá ban cho. Đối với họ, các thiên tài có công trong nền kỹ-nghệ và thương mại không có một chút giá trị nào.

Vì lẽ đó mà không một trường học nào được thành lập để tuyên truyền khoa học ấy. Ở Huê-Kỳ, công việc doanh nghiệp chiếm một địa-vị quan trọng hơn nào hết, mà chỉ có năm hoặc sáu đại học đường nhìn nhận sự cần thiết phải khảo cứu khoa học ấy mà thôi. .

Cũng vì lẽ đó mà thiên văn học, địa chất học, hoá học, cơ-khí-học, sinh vật học và bao nhiêu khoa học khác đều phát triển rất mạnh, còn khoa

doanh nghiệp thì còn ở trong thời kỳ phôi thai.

Nếu quả một khoa học doanh nghiệp đáng gọi là khoa học ra đời được, tất phải nhờ đến những nhà doanh nghiệp đứng ra sáng lập và đeo đuổi đến cùng.

Những nhà sáng lập khoa doanh nghiệp không phải là những người chuộng lý thuyết, không phải những người vô kinh nghiệm. Khoa học ấy lại càng không phải là sự nghiệp của một người: nhiều quan niệm khác nhau, nhiều ý kiến khác nhau được tập hợp lại và vượt quá sức của một người.

Phần to lớn nhất mà một người có thể góp vào khoa học ấy như Pasteur đã góp vào y học, và Darwin góp vào khoa học tự nhiên, ấy là lập thành vài nguyên tắc căn bản.

Riêng về phần tôi, lẽ ra tôi phải cáo lỗi đã nhúng tay vào một công việc này. Thật ra tôi không phạm một lỗi nào. Nếu tới thành công được thì tốt, bằng không "cũng vẫn tốt, nhưng ít tốt hơn", nói theo lời của Herbert Spencer.

Những điều tôi có thể nói ra đây, tôi đã gặp được nhiều cơ-hội đặc-biệt, không phải để thu-nhặt tài-liệu, mà còn để thí-nghiệm kết-quả của những điều tôi quan-sát được trong cuộc hoạt-động doanh-nghiệp hiện-tại. Tôi đã bỏ ra đến hai chục năm để hoàn-thành cuộc thí-nghiệm: bao nhiêu đó có đủ binh-vực cho sự gắng sức của tôi đây chẳng?

Những định-lý của tôi lập thành đây, hẳn có nhiều cái còn khuyết-điểm và có khi tôi đem phổ-thông ra một cách vội-vàng quá. Người đi tiên-phong thường hay phạm vào sự thái-quá ấy. Bởi vậy công-việc tôi làm có lắm chỗ hở cho sự chỉ trích và phi-báng.

Nhưng tôi sẽ chứng-tỏ một sự thật mà tôi không có quyền hoài-nghi hay chối-cãi, sự thật ấy hiện có. Sự thật ấy là sự tiến-triển của công-việc doanh-nghiệp phải tùy theo những phép-tắc nhất-định, phải tuân theo những ĐỊNH LÝ. Tôi phải chứng-tỏ rằng công-việc doanh-nghiệp-không phải xây-dựng trên một miếng đất xộp không đủ sức chịu-đựng nân-tảng của khoa-học. Trên miếng đất ấy tôi sẽ xây một cái lòng bằng đá cuội, tôi sẽ đặt nền-móng. Như vậy sẽ có nhiều người đến nữa: họ sẽ xây dựng một cách chắc-chắn hơn.

ĐỊNH LÝ THỨ NHỨT

**Ít nữa phải hai người mới trù tính được một cuộc
doanh-nghiệp**

**ĐỂ CHÚNG TA BỎ CÁI TẬT CO-RÚT VÀO BÊN TRONG NGƯỜI
CHÚNG TA.**

ĐỊNH LÝ THỨ NHỨT

ÍT NỮA PHẢI HAI NGƯỜI MỚI TRÙ TÍNH ĐƯỢC MỘT CUỘC DOANH-NGHIỆP

Đây là một lời quả-quyết mời xem bề ngoài có vẻ giản dị thái-quá. Đọc lên, hẳn các anh sẽ tự bảo rằng: "Cố-nhiên muốn tính một việc doanh-nghiệp, ít nữa phải có hai người;" Ai còn cãi được? Tại sao lại mất thời-giờ để tuyên-bố những chân-lý như thế..

Thưa các bạn, tôi xin các bạn hãy nhớ lại định-lý nghĩa, là gì. Định-lý không phải là một chân-lý mà người ta không cần phải chứng-minh cũng biết được hay sao? Thí-dụ như định-lý này: "Hai đường thẳng không thể dung-chứa được một diện-tích". Bạn đã quên rằng những chân-lý như thế làm thành cơ sở của toán-học hay sao?

Bạn nghe đọc lên một định-lý và tức-thì bạn nhìn-nhận cái lẽ tất-nhiên của định-lý ấy. Trước khi nghe, có bao-giờ bạn nghĩ đến không? Định-lý ấy thuộc về toán-học hay thuộc về khoa doanh-nghiệp, chúng ta cũng ít khi biết đề-cập đến chúng nó với một tinh-thần trầm-tĩnh.

Hơn nữa, chúng ta không mấy khi chú-ý đến những sự-kiện xảy ra hằng ngày, những sự-kiện giúp cho chúng ta sống. Chỉ có những việc trọng-đại mới làm cho ta chú-ý mà thôi. Trải qua bao nhiêu thế-kỷ, nhân-loại đã sống trên mặt đất mà không hề nghĩ tới sự tuần-hoàn của máu. Các bậc anh-hùng, vĩ-nhân không hề biết đến sự tuần-hoàn ấy. Nhưng khi Harvey khám-phá ra được, đem đủ bằng-chứng, thì ai ai cũng công-nhận : "Mà phải, máu tuần-hoàn . " Cần gì phải ai tìm ra sự tuần-hoàn ấy!..

Vậy thì định-lý đầu-tiên của chúng tôi là: phải có ít nữa là hai người để tay vào thì công-việc doanh-nghiệp mới thành được.

Thương-mãi không phai là công-việc của một người cố-độc; bất-cứ trong trường-hợp nào, một người không thể tự mua đồ của mình hay tự bán

đồ cho mình được. Nếu tay trái người ấy đưa ra, tay mặt người ấy cầm lấy thì người ấy có làm công-việc thương-mãi đâu.

Một người tá-diên thuộc một tấm da và dùng tấm da ấy để làm một đôi giày, người tá-diên ấy không làm công-việc thương-mãi. Nếu người tá-diên ấy cùng vợ y làm việc chung và sản-xuất được hai đôi giày để cho mình dùng, hai vợ chồng người tá-diên ấy cũng không làm công-việc thương-mãi. Nhưng nếu người tá-diên, khi làm xong đôi giày, đem đôi cho người láng-giềng để lấy năm lít lúa thì đó: y đã làm được một việc doanh-nghiệp.

Trong một việc doanh-nghiệp, người ta phải đem một vật này đổi một vật khác vì sự tiện-nghi hay để thu một mối lợi, hoặc mưu sự lợi-ích cho cho cả hai bên.

Số người nhúng tay-vào một cuộc doanh-nghiệp nhiều hay ít không hạn-định. Một ngàn người thợ công làm một cây dương-cầm (piano) đem đổi lấy một chiếc ô-tô do ngàn người thợ khác làm ra.

Nhưng chế-tạo là một việc, mà thương mãi là một việc khác. Nhiều nhà kỹ-nghệ bị khánh-tận chỉ vì không hiểu rằng *muốn làm một công-việc doanh-nghiệp, chỉ lo chế-tạo không chưa đủ*. Chỉ một người cũng có thể lo trọn công-việc chế-tạo một món hàng. Muốn đem món hàng ấy ra buôn-bán cần phải có hai người. Như vậy sự sản-xuất chỉ hiệu-nghiệm được là khi nào có một sự hoạt-động mới: bán.

Người nào chế-tạo món hàng theo ý riêng và theo quan-niệm riêng, cứ mãi lo sản xuất những kiểu hàng quá-thời và không thích-hợp với nhu-cầu của dân-chúng, người ấy không đếm xỉa gì đến định-lý đầu của tôi “Muốn làm một công-việc doanh-nghiệp, ít nữa phải có hai người”.

Hàng-hoá nước Anh được thế-giới nhìn nhận là bền và tốt. Nhưng người Anh vẫn còn có chỗ thiếu-sót trong công-việc chế-tạo, họ không làm vừa lòng khách hàng từng địa-phương.

Nhà chế-tạo Anh không có cái khiêu thích-ứng với người mua. Khiêu thích-ứng là gì? Khiêu thích-ứng không những là thăm-dò sở-thích mà còn thăm- dò thói-tục của kẻ khác và hết sức làm cho họ vừa lòng.

Người Anh chịu thua lỗ hàng triệu và hàng triệu ở ngoại-quốc bởi vì nhà chế-tạo Anh không đề-ý đến ý-muốn và thói quen của khách hàng địa-

phương.

Các nước khác đưa ra một thứ hàng-hoá xấu hơn mà vẫn cướp được thị-trường của người Anh vì các nước ấy làm cho bạn hàng vừa lòng. Tôi e rằng nhà chế-tạo Anh không bao giờ chịu nhìn-nhận một đơn mua hàng 100.000 chiếc xe bò chín bánh. Y sẽ bảo: “Kỳ-quặc quá, một cỗ xe cần gì có đến 9 cái bánh mới chạy đặng, làm sao mà nhận được một đơn mua hàng xe chín bánh được, vì nó ngô-nghe quá.”

Nhưng sự ngô-nghe ấy lại thuộc về một vấn-đề địa-dư. Ở nước Anh, thứ xe ấy có vẻ kỳ-quặc, mà sang xứ Brésil (Nam. Mỹ), nó không còn kỳ-quặc nữa.

Các bạn đừng quên người đóng “Vai trò khác kia”, các bạn không nên quên sự quan-trọng của người ấy. Sở-thích của người ấy bạn không nên coi là trái lẽ vì có nó không giống sở-thích của bạn: đó là một trong những nguyên-tắc cốt-yếu trong công-việc doanh-nghiệp.

Hoặc nhiều hoặc ít, công-việc doanh-nghiệp nào cũng tùy-thuộc tánh-cách của tờ giao-kèo. Luôn-luôn nó có hai mặt, và mặt nào cũng quan-trọng. Hai mặt ấy không giống hai mặt sấp ngửa của một đồng tiền, trái hẳn nhau. Trong việc doanh-nghiệp hai mặt đều quan-trọng như nhau cả.

Tôi xin lặp lại, thương-mãi là công-việc của hai người. Vì thế, cuộc doanh-nghiệp nào ngay-thẳng hơn hết là cuộc doanh-nghiệp vững-bền hơn hết. Vì thế mà sự ngay-thật đem lại nhiều lợi hơn là sự gian-xảo. Và vì thế một nhà buôn gian-xảo không thể tồn-tại đến ba đời,

Tánh khôn lanh cũng không đủ để thành-công trong việc thương-mãi. Người sống cô-độc ở hoang-đảo có thể là người khéo-léo: nhưng dầu khéo-léo, y không thể trở nên một nhà buôn.

Nói rõ ra thì thương-mãi là công-việc xã-hội. Nó bắt buộc các bạn phải để-ý đến sở-thích và nguyện vọng của kẻ khác.

Khi ta nhận rõ sự quan-trọng của định-lý đầu-tiên này, ta thấy cần phải lo tổ-chức cách bán hàng cho khôn-khéo, phải lo quảng-cáo-thật đặc-lực. Chế-tạo được một món hàng tốt chưa phải xong công-việc đâu.

Làm sao xử-trí với món hàng ấy, làm sao cho món-hàng ấy lôi-cuốn được khách hàng; làm sao cho nó gọi được thị-hiếu của họ, đó là một nghề

đã có từ lâu, chính nguyên-tắc của định-lý đầu-tiên đã gợi ra nguyên-tắc ấy; nghề chiêu-khách phải lấy sự trọng-nể người mua làm phương-tiện và cứu-cánh.

Nếu tôi là giáo-sư kinh-tế-học, tôi còn đi xa hơn nữa; tôi sẽ nói rằng định-lý nói trên là căn-bản kinh-tế của chủ-nghĩa vị-tha. Nhưng tôi chỉ giúp cho bạn đọc của tôi trong sự-điều-khiển công-việc doanh-nghiệp và giúp họ làm ra lợi thật nhiều mà thôi.

Tôi tưởng đã chứng-minh cho họ thấy rằng nghề thương-mãi cũng có định-lý của nó. Và định-lý trên đây là một định-lý rất vững-vàng. Trên cái định-lý vững-vàng ấy, ta có thể xây-dựng trụ-cột của ngôi nhà doanh-nghiệp.

Chúng ta đã thấy một công-việc doanh-nghiệp phải đặt theo hai quan-điểm. Chúng ta không thể “độc-tài” trong công-việc doanh-nghiệp được. Trên đời này không có một nhà chế tạo nào muốn bán hàng của mình tùy theo ý-muốn của mình được.

Người ta thường nhắc lại câu nói thích-ý nhất của Marshall Field: “Khách hàng bao giờ cũng có lý”. Lời quả-quyết ấy có lẽ hơi quá-đáng. Nhưng nó chứng tỏ rằng Marshall Field thấy rõ sự quan-trọng của định-lý của chúng tôi. Bởi vậy ông đứng đầu trong hàng thương-gia Mỹ và khi từ-trần, ông để lại một cái gia-tài hơn 12 triệu đồng liu (300 triệu quan)^[2].

Và chúng ta có thể kết-luận: nếu biết nhận thấy “hai quan-điểm, của mình và của kẻ khác”, thì có lợi-lộc biết bao nhiêu..

ĐỊNH LÝ THỨ HAI

Trong một cuộc doanh nghiệp có ba yếu-tố: người mua, người bán và món hàng.

ĐỂ CHÚNG TA ĐỪNG COI THƯỜNG GIÁ-TRỊ CỦA KẺ KHÁC.

ĐỊNH LÝ THỨ HAI
TRONG MỘT CUỘC DOANH NGHIỆP
CÓ BA YẾU-TỐ:
NGƯỜI MUA, NGƯỜI BÁN VÀ MÓN HÀNG

KHẢO-CỨU hoá-học ta thấy thú và đồng thời gặp nhiều-điều mới lạ, vì ta có thể phân-tích được thể-chất và tìm được những yếu-tố cấu-tạo nên thể-chất ấy.

Tất cả phương-pháp khoa-học đều quy-tụ vào chỗ giải quyết được những câu hỏi "cách nào" và "tại sao" của sự vật. Nhưng phương-pháp ấy không những áp-dụng giữa bốn bức tường của phòng thí-nghiệm mà thôi, người ta có thể áp-dụng cả trong kho chứa hàng, ở một xưởng nhà máy, ở nhà máy xay lúa hoặc ở một ngân-hàng.

Phân-tích: đó là danh-từ đầu-tiên phải dùng tới khi nói đến công-việc doanh-nghiệp. Ta sẽ tránh được biết bao nhiêu lỗi-lã, thảm-nã, suy-sụp nếu ta can-đảm-nhìn rõ những việc xảy ra và quả-quyết tìm đến nguyên-nhân những việc ấy.

Chỉ có một cách phát-triển cái tâm-ly sáng-suốt của ta, một phương-pháp làm việc xác-đáng là phân-tích rõ-ràng những điều ta gặp. Nhờ-vậy mà ta gỡ được sự lo sợ, những thành-kiến, và sự ngu-dốt, — ba thứ cạm-bẫy độc-hại trong giới doanh-nghiệp.

Khi óc phân-tích của anh chưa được chín-chắn thì anh thấy trong một việc doanh-nghiệp có rất nhiều yếu-tố. Sự thật thì một việc buôn-bán, xét cho cùng, chỉ có ba yếu-tố, và chỉ có ba yếu-tố mà thôi.

Biết suy-nghĩ rõ-ràng, đó là chỗ cốt-yếu trong việc doanh-nghiệp. Thương-mãi không phải là khoa-học huyền-bí; trong thương-mãi mà chỉ thoáng thấy đại-cương thì thật là nguy-hiêm: **cần phải biết**. Biết chắc-chắn. Do đó mà cần phải khảo-cứu tận cội-rễ từng động-lực của mọi vấn-đề quan-trọng.

Cho phép tôi trưng ra đây một thí-dụ để làm bằng chứng cho lời nói trên. Một hôm một khách hàng vào một cửa hàng mua một đôi giày. Giá tiền đôi giày là 20 quan. Khách hàng trao cho người bán hàng một tờ giấy bạc 100 quan; người bán hàng không có tiền nhỏ mới chạy tới đổi ở một ngân-hàng để trả lại cho khách. Hai giờ sau, khi khách hàng đi rồi, người ngồi kết nhà ngân-hàng đến cửa hàng cho hay rằng tờ giấy trăm ấy là giấy giả. Người bán hàng phải thâu lại và trao cho người giữ tiền nhà băng 100 quan. Bây giờ, giữa người khách hàng, và nhà băng, ta thử tính xem người bán giày lỗ bao nhiêu? Tôi đã từng đem bài toán đơn-giản ấy hỏi nhiều nhà doanh-nghiệp và tôi nhận được ít lắm là năm câu trả lời khác nhau. Người ta trả lời: 200 quan và đôi giày; 180 quan và đôi giày; 100 quan; 80 quan và đôi giày. Câu trả lời sau cùng là câu trả lời đúng. Trong việc buôn-bán này, ba yếu-tố là:

Khách hàng, người bán hàng và đôi giày. Nhà ngân-hàng không quan-hệ vì y không lỗ, không lời: y xen vào chỉ làm-cho công-việc buôn-bán rối thêm. Trong việc buôn-bán này chỉ có hai việc làm mà ít người phân biệt được ngay. Việc làm thứ nhất gồm những yếu-tố: người bán hàng, tờ-giấy bạc giả; bài toán thứ hai gồm có: người bán hàng, đôi giày và người mua. Sự lỗ-lã xảy ra trong việc làm thứ hai này.

Cái thí-dụ này làm nổi bật giá-trị thực-tế của định-lý thứ hai.

Khi nào tôi không nhận rõ bản-tánh của một công-việc doanh-nghiệp, thì tôi hành-động theo cách này: tôi ghi vào những thẻ rời-rạc mỗi yếu-tố (có khi đến 18 hoặc 20 yếu-tố). Đoạn tôi kiểm điếm từng yếu-tố một, gom lại những yếu-tố quan-trọng, bỏ những yếu-tố vô-ích và dần-dần việc làm trở nên dễ hiểu, rành-mạch, tóm lại là giản-dị.

Công-việc khó nhứt mà từ trước tôi đã làm, là phân-tích 8.000 cái quảng-cáo rao hàng. Sau hai tháng nghiên-cứu tôi chia được những quảng-cáo ấy làm hai mươi lăm hạng. Công-việc ấy người ta cho là không thể làm được, sự thật nó chỉ khó làm mà thôi.

Chân-lý mà định-lý này đem đến cho ta là một cuộc doanh-nghiệp gồm có ba yếu-tố này:

Chính mình anh;

Món hàng;
Công-chúng.

Người ta có thể so-sánh công-việc doanh-nghiệp với cái ghé đầu ba chun, anh thử lấy đi một chun thì anh có thể giữ quân-bình trong ít lâu nhưng nếu để lâu anh sẽ té nhào.

Muốn sống và phát-đạt, một nhà máy cần phải có sự giúp-đỡ của ba thể-lực: nhà tài-chánh, nhà kỹ-nghệ và người bán. Nhưng không có một người nào trong ba người ấy làm thay việc cho người kia, vì họ khác nhau như một con chó, một con ngựa và một con bò cái.

Anh đã nhận thấy rằng những người hùn vốn làm ăn càng được thành-công nếu tài-năng của họ càng khác nhau. Nếu tài-năng giống nhau, thì sự thành-công lại không đến. Ba người cùng bán hàng giỏi sẽ đưa công-việc doanh-nghiệp đến chỗ thất-bại cũng như ba nhà kỹ-nghệ hợp-tác với nhau: chắc-chắn trong công-việc làm có một yếu-tố lấn-áp những yếu-tố kia.

Công-việc nhà tài-chánh là lo cho có lời. Y lo giao-thiệp với ngân-hàng, đem hết tâm-tư vào sự xuất, nhập của đồng tiền. Y phải bòn chen chét lót từng đồng từng trự cho công-ty. Y không cần để ý tới hàng-hoá, tới thị-hiệu của công-chúng. Sự gắng sức của y là phải nhắm đến mục-đích "kiếm lời nhiều hơn nữa".

Nhà kỹ-nghệ phải coi về nguyên-liệu, giá vốn và sự-xuất-sản. Y phải lo điều-khiển và tính-toán nhơn-công, phải biết đến máy-móc, đến toàn-thể sự sản-xuất của nhà máy, phải tổ-chức công-việc làm của thợ. Y phải biết cách mua mà không cần biết cách bán. Y càng dốt về môn tài-chánh bao nhiêu thì công-việc càng được lợi bấy nhiêu. Sự gắng sức của y phải dồn vào việc này: "Chế-tạo cho thật rẻ".

Ông giám-đốc của ngành bán phải nghĩ đến công-chúng. Y không cần biết hàng-hoá chế-tạo ra làm sao và công-việc doanh-nghiệp được tiếp-tế tài-chánh theo cách nào. Y phải có nhiều bạn bè, giao-du rộng, dễ thương, sẵn đón, nhứt là ăn nói bật thiệp, sau hết y phải gây thiện-cảm chung-quanh mình để khiến cho người ta thích mua hàng y-bán. Y phải khôn-khéo trong

cách trình-bày món hàng, biết cách quảng-cáo! Mục-đích của y là: "Luôn-luôn bán cho thật đắt".

Hợp ba người ấy lại, đúng theo tài-năng của mỗi người: sự hùn-hạp chắc-chắn phải thành-công. Một công-ty tổ-chức đúng như thế, sẽ là một công-ty có *quân-bình*: nó sẽ vận-động như một bộ máy, nó sẽ thu lợi một cách tự nhiên. Căn-cứ vào định-lý của chúng tôi, nếu một công-việc doanh-nghiệp gồm có ba yếu-tố, thì công-việc doanh-nghiệp ấy sẽ thịnh-vượng.

Một nhà chế-tạo mà cố-gắng lo tiêu-thụ hàng-hoá thì thật là chướng mắt, chướng mắt cũng như con voi muốn khiêu-vũ. Y sẽ nhứt-định bán rẻ. Không bao giờ y hiểu được tại sao cần nhiều phí-tồn để có thể bán nhiều hơn lên. Hơn nữa, y xem thường sự quảng-cáo: đối với y quảng-cáo chỉ là sự hoang-phí. Nếu y phải viết lầy quảng cáo thì y sẽ cố dùng những danh-từ kỹ-thuật để viết, dường như quảng-cáo ấy viết ra để hấp-dẫn các kỹ-sư chớ không phải để hấp-dẫn khách hàng.

Người bán hàng cũng vậy, nếu y xen vào việc chế-tạo, y sẽ giống như một con mèo muốn đẻ trứng. Y sẽ không thành-công, vì cái lẽ rất dễ hiểu là không phải là người để làm việc ấy. Về thực-tế, không có một người bán hàng nào làm hạ giá vốn xuống được. Không mấy người bán hàng biết mua. Không mấy người có đủ uy-quyền để giữ kỹ-luật. Không mấy người biết về máy-móc. Không mấy người có đức tiết-kiệm. Không mấy người chịu nhẫn-nại tìm tới nguyên-nhân của mỗi sự hoang-phí.

Các anh hãy nhớ lại những công-cuộc doanh-nghiệp thịnh-vượng mà các anh đã biết, và các anh sẽ thấy rằng mỗi một cuộc gồm có ba yếu-tố, ba quan-điểm, ba tài-năng : *quyền-lợi của anh, hàng-hoá, thị-hiệu của công-chúng*. Thật vậy! bất-cứ ở thời nào, bất-cứ nơi nào, mỗi công-cuộc doanh-nghiệp to lớn đều gồm có ba Ngôi cả (Trinité).

Có những nhà doanh-nghiệp có thiên-tài một mình gồm được hai tài-năng. Cũng có khi thiên-tài của nhà doanh-nghiệp ấy khá lớn để bao gom được cả ba tài-năng. Nhưng tôi thường gặp hàng trăm người chỉ được mỗi thứ tài một ít. Thiên-tài trọn vẹn là một của hiếm trên đời.

Phần đông chúng ta mỗi người chỉ có một trí thông-minh trung-bình mà thôi. Chúng ta càng nhìn-nhận điều ấy sớm chừng nào thì chúng ta càng dễ

trở nên một người thông-minh chừng này.

ĐỊNH LÝ THỨ BA

Giá bán là tổng-số tiền mua cộng thêm tiền lời

ĐỂ CHÚNG TA NHỚ LUÔN RẰNG MỖI VIỆC CHÚNG TA LÀM,
CHÚNG TA CÓ QUYỀN HƯỞNG MỘT SỐ LỜI.

ĐỊNH LÝ THỨ BA
GIÁ BÁN LÀ TỔNG SỐ
TIỀN MUA CỘNG THÊM TIỀN LỜI.

Dầu anh phải giữ một địa-vị quan-trọng trong công-việc doanh-nghiệp đi nữa, anh sẽ không mất thời-giờ nếu anh dành trọn một ngày nghỉ để nghiên-cứu kỹ-lưỡng vấn-đề giá bán, vừa ôn lại những kinh-nghiệm đã qua.

Trước hết, giá bán là gì? Cái gì kết-cấu thành giá bán? Nó gồm mấy yếu-tố? Hai yếu-tố hay là sáu, mười, hai mươi?

Anh có căn-cứ vào một quy-tắc nhứt-định để tính giá bán không? Hay anh tính phỏng chừng? Anh tính theo ý muốn độc đoán của một nhà vua chuyên-chế, hay tính một cách hợp-lý như một nhà doanh-nghiệp? Vấn-đề tính giá quan-trọng ấy, anh giải-quyết bằng cách tính thật cao, lấy cái lời của món này bù vào cái lỗ của món kia? Hay là anh theo một quy-tắc nhứt-định để phân đồng một số lời nhứt-định theo tỉ-lệ các món hàng? Cách tính của anh tùy theo một cái giá-biểu (cote) đã có sẵn hay tùy theo khách hàng? Hay tùy theo sự cần-dùng tiền bạc của anh? Anh đã định trước một đường lối rõ-ràng hay là anh tùy cảnh-ngộ mỗi ngày mà thay đổi?

Thật ra thì giá bán phải được quyết-định theo vô-số điều nhận-xét.

Giá gộp (brut) của hàng-hoá, tình-hình thị-trường, sự cạnh-tranh giữa người mua, tiền mướn nhà cửa, tiền thuế-vụ, số nhân-công, tình-hình tổng-quát, đó là những điều-kiện phải để ý đồng-thời với số tiền lời để định giá một món hàng.

Định giá bán một món hàng không phải là một chuyện dễ. Thật là một công-việc hết sức phiền-phức.

Biết bao nhiêu người không hề biết có "một giá bình thường", một thời-giá (cours), cũng như họ không biết có một phép-tắc về giá-cả, bất-biến, thường-trực mà ta phải theo dõi luôn-luôn.

Một nhà-buôn không chuyên-tâm tìm biết *tất cả* những thành-phần làm thành giá vốn để thêm vào giá vốn ấy một số lời phải chăng, thì cuộc làm ăn

của y không thể thành-vượng được.

Đối-tượng duy-nhất của thương-mãi tức là số tiền lời mà người ta tìm được trong đó, chứ không phải là đem món hàng trao tay này sang tay kia.

Bán một món hàng dưới giá vốn thì không phải là-thương-mãi nữa mà là khánh-tận.

Khi khánh-tận rồi, người ta trở thành người ngoại-cuộc của thương-mãi. Bó là một việc dĩ-nhiên quan-trọng mà ta phải ghi nhớ.

Nếu bịnh-tật là kẻ thù của sức khoẻ thì khánh-tận là kẻ nghịch-của thành-công. Và về thương-mãi, *việc làm nào không đem lại một mối lợi, việc ấy ra ngoài phạm-vi doanh-nghiệp.*

Lắm người công-chức tưởng-tượng rằng mình cũng-thuộc vào "giới doanh-nghiệp". Thật là một sự lầm-lạc lớn: họ chỉ là công-chức của chánh-phủ, không hơn không kém.

Sở Bưu-điện, sau một thời-gian, lỗ mất một triệu đồng mỗi năm, sở ấy không phải là một tổ-chức doanh-nghiệp, sở ấy chỉ là một công-sở của chánh-phủ, hoặc là một hình-thức của sự khánh-tận. Công-việc của sở ấy làm không có gì thuộc phạm-vi thương-mãi cả.

Trong thành-phố hoặc trong tỉnh, có những người giữ-một chức-vụ của nhà-nước và tưởng rằng công-việc của nhà-nước là công-việc doanh-nghiệp, nhưng mỗi khi công-việc ấy lỗ-lã thì lại lấy thuế đập vào. Họ không biết một công-việc chỉ dựa vào sưu-thuế mà sống chứ không dựa vào tiền lời, thì công-việc ấy không dính-dấp gì với công-việc doanh-nghiệp.

Thường-thường, trong các sở nhà-nước, giá-cả chỉ là một cái gì để che mắt mà thôi. Thí-dụ như gửi một điện-tín phải tốn của nhà-nước đến 95 xu mà người gửi chỉ trả có 50 xu. Còn thiếu 45 xu nữa nhà-nước phải rút trong tiền thuế của mỗi công-dân.

Như vậy trong công-sở nhà-nước, nói đến giá-cả chỉ là làm một trò cười. Người khách-hàng chỉ trả một phần trong giá ấy: còn bao nhiêu thì người nộp-thuế phải trả.

Tôi xin lặp lại: GIÁ BÁN TỨC LÀ GIÁ VỐN CỘNG THÊM TIỀN LỜI.

Định-lý này không thể chối cãi hay sửa đổi được; nó là một chân-lý chắc-chắn cũng như chân-lý toán-học này: "Toàn khối lớn hơn một phần".

Những nhà buôn tính sai giá và vô-ý gây điều tai-hại trong việc thương-mãi kể ra không thiếu gì. Một hai khi y thành-công được trong việc y làm, ấy là nhờ y khéo tăng giá vài món hàng mà khách mua ít để ý để hạ giá những món hàng mà-khách mua thường để ý.

Khi một nhà buôn đã đi đến chỗ bán hàng theo giá vốn hoặc bán hạ hơn, nhà buôn ấy lâm vào tình-thế nguy-ngập rồi, và người ta có thể tiên-đoán rằng y sắp bỏ nghề buôn để nhập vào đám người phá-sản.

Trong trường-hợp ấy, khách mua có thể nhân sự suy-sụp của nhà buôn mà mua được giá hời, nhưng trong một nước mà có nhiều nhà buôn khánh-tận thì là một tai-họa chung cho cả nước.

Cách đây ba năm, tôi có dịp nói chuyện với một tên hành-khất, rách-rưới, ngồi câu dục theo bờ sông Sainte-Angustine, ở Floride. Y nói với tôi: "Trước kia tôi không nghèo như thế này đâu. Trước kia tôi có một chiếc tàu máy nho-nhỏ chở khách từ Jacksonville đến Palatka, trên con sông Saint-John. Các chủ tàu khác ăn 3 đô-la mỗi người khách, tôi, tôi chỉ ăn 1 đô-la. Công-chúng tấp-nập đến nhà tôi. Nếu chiếc tàu của tôi lớn hơn, tôi có thể chịu-đựng được, những tàu tôi nhỏ, sở-phí của tôi cao quá. Một chủ vừa than kiện tôi, và thắng kiện, tôi bị mất chiếc tàu. "

Đó là câu chuyện giản-dị của hầu hết những kẻ đòi hạ giá bán rẻ. Họ tạo ra một cảnh hỗn-loạn nhứt thời rồi chìm đắm luôn.

Một phần nhỏ trong công-chúng hưởng được một chút lợi không đáng kể, nhưng nếu nhìn vào toàn-cuộc, ta sẽ thấy họ gây cho kẻ khác nhiều tai-hại cũng như họ đã tự gây cho mình.

Không nên đem một món hàng ra bán nếu giá vốn của món hàng ấy chưa được tính kỹ-lưỡng. Khi cộng chung tất cả những con số làm thành giá vốn, ta phải cẩn-thận thêm những món tiền sở-phí bất thường, rồi thêm một số lời vừa phải.

Làm khác đi, làm kém hơn, chẳng những ta tự gây hại cho mình mà còn gây hại cho người mua, gây hại cho mọi người nữa.

Giá bán ít khi được định cao. Vì cái tật ham bán cho nhiều đã ăn sâu vào chúng ta khiến chúng ta định giá hàng thật hạ. Nhưng bất-cứ lúc nào chúng ta cũng phải chú-ý rằng bản-phận cốt-yếu của chúng ta là phải giữ lấy quyền-lợi của chúng ta; phải chú-ý tự-vệ đối với công-chúng, vì công-chúng không bao giờ chịu trả cao hơn giá ta định đâu.

Công-chúng không có một chút ý-thức nào về giá hàng; bà nào đi mua hàng cũng thích khoe rằng mình mua được giá rẻ mạt và người bán hàng phải lỗ-lã vì mình.

Lối quảng-cáo điên-cuồng chung quanh những cuộc bán rao-hàng làm cho giá hàng gặp sự lộn-xộn và mất liên-lạc. Công-chúng vì đó mà tập quen chạy theo giá rẻ. Người ta đã dạy cho công-chúng giá hàng là một yếu-tố quyết-định, và đó là một điều lầm-lạc rất lớn.

Theo kinh-nghiệm, tôi thấy rằng công-chúng không coi giá hàng quan-trọng lắm như ta tưởng đâu, công-chúng không có một chút tư-cách nào để cân nhắc giá-trị của một món hàng. Họ sẵn sàng trả môt món hàng mà giá vốn không bao nhiêu và ngược lại.

Điều quan-trọng, chính là nhu-cầu của công-chúng và công-chúng đề-ý đến món hàng nhiều hay ít.

Có khi một món hàng cao-giá lại bán-được nhiều. Một người làm mức bên Mỹ rao lên rằng sô-cô-la của mình "mắc nhứt thế-giới" và y vẫn hốt của ^[3].

"GIÁ VỐN TỔNG-QUÁT, CỘNG THÊM TIỀN LỜI". Đó là cái định-nghĩa chánh-đáng duy-nhứt, cái cơ-sở duy-nhứt của giá bán.

Nếu anh thêm tiền lời vào một giá vốn không đầy-đủ, anh phạm một lỗi-lầm rất lớn.

Và nếu anh bán hàng theo giá vốn, không có lời, chắc-chắn rằng không sớm thì chầy anh sẽ làm con mồi cho viên Trưởng toà đến bắt.

ĐỊNH LÝ THỨ TƯ

Hàng-hoá nhiều thì giá hạ. Hàng-hoá khan thì giá cao.

ĐỂ CHÚNG TA NHỚ ĐẾN QUAN ĐIỂM CỦA CÔNG-CHÚNG.

ĐỊNH LÝ THỨ TƯ
HÀNG-HOÁ NHIỀU THÌ GIÁ HẠ.
HÀNG-HOÁ KHAN THÌ GIÁ CAO.

GIÁ-TRỊ cố-hữu của một món hàng ít liên-quan với giá bán của món hàng ấy. Trên thị-trường nào cũng thế, giá hàng thường trôi-sụt, bởi vì thật-ra món hàng tốt xấu không quan-hệ, điều quan-hệ là công-chúng cần đến món hàng ấy hay không, nghĩa là có sẵn-sàng mua hay không.

Giá hàng thay đổi tùy theo sở-thích của người mua đối với món hàng, tùy theo món hàng có nhiều hay ít trên thị-trường, tùy thời-trang, tùy thói-quen và sở-thích của công-chúng. Nhưng không có một uỷ-ban chuyên môn nào định rõ được những điều trên đây như có người đã làm-tưởng.

Theo ý tôi, món hàng rẻ nhất trên thế-giới là tờ nhựt-, báo mà mỗi ngày người ta gửi đến nhà anh, giá một xu. Khi một người phu dốt, chuyên sống bằng tay chun, mang chiếc va-li của anh từ xe hơi đến xe lửa, anh trả cho người phu ấy bốn xu, với bốn xu ấy y mua được bốn tờ nhựt-báo, mỗi tờ một xu và nhờ đó y tiếp được trong bốn ngày liền những tin-tức quan-trọng nhứt trên thế-giới: đó là điều bất thường trong giá hàng.

Xét theo định-lý này, nếu số phu khuân vác không khan mà lại khan xe-lửa thì người phu còn có thể đòi thêm một số tiền nước khá cao tương-đối với việc y làm cho anh. Nếu xe-lửa chạy liên-liền năm phút một chuyến, và người phu ấy có thể giúp việc cho hai chục hành-khách mỗi giờ, tiền công của y sẽ sụt xuống một xu.

Năm 1860, báo Times, báo Nem, báo Post bán với giá 50 xu. Thuế báo được huỷ bỏ, người ta bắt đầu đăng-quảng-cáo trên báo, rồi đến máy in hiệu Hoe ra đời, in được mỗi giờ 120-000 tờ báo, thêm sự cạnh-tranh giữa các báo với nhau, giá báo sụt xuống, nhưng không bao giờ người ta nói đến giá-trị cố-hữu của tờ báo.

HÀNG-HOÁ NHIỀU THÌ GIÁ HẠ. HÀNG HOÁ KHAN THÌ GIÁ CAO. Nếu người ta so-sánh vấn-đề giá bán với một vùng cát rộng thì sự

thật trên dây rõ-ràng như một hòn đá cuội nổi trên vùng cát ấy. Nhưng chính cái chân-lý ấy lại thường bị người ta dễ bỏ quên hơn kết. Những công-việc doanh-nghiệp sữ-dĩ bị thất-bại, bởi vì người chủ-trương xem thường cái chân-lý ấy.

Ta thử đem chân-lý này áp-dụng vào sự đầu-cơ bán đất. Vì một lý-do nào đó, một số đông người đổ-xô tới một miếng đất bán ở tại một vùng nào đó; 1000 người mua, mà chỉ có 500 lô đất. Giá bán vọt lên không ngừng. Người mua càng đông, giá bán càng cao. Nhưng khi số người mua sụt xuống thì giá bán cũng sụt theo. Dần-dần số lô đạt tương-đương với số người mua; khi ấy sự đầu-cơ phải dừng lại và sự phá-giá bắt đầu.

Không bao giờ món hàng tự nó đại-diện cho giá bán của nó; người ta tùy từng lúc, từng nơi mà đánh giá nó. Trái dâu vào tháng Sáu chỉ bán được sáu xu một hộp mà sang Noel thì lại lên đến ba quan. Vì lẽ đó mà những bức tranh và tác-phẩm nghệ-thuật bán giá cao: người ta chỉ tạo ra mỗi thứ một bức mà thôi.

Tháng chín năm 1914, sau khi chiến-tranh tuyên-bố, các nhà hàng Wanamaker rao lên rằng họ chỉ còn mua được ít tá áo dài ở Ba-lê nữa mà thôi. Các nhà hàng ấy tuyên-truyền rằng ông Paul Poiret^[4] phải từng-chinh, ông Worth đóng cửa tiệm và tại tiệm này họ chỉ còn mua được một chiếc áo đàn-bà mà thôi. Lối quảng-cáo ấy có kết-quả lạ thường. Ngày hôm sau, mười ngàn phụ-nữ đổ-xô tới nhà hàng để xem chiếc áo duy-nhứt mua được tại tiệm ông Worth.

Nếu mỗi năm trời chỉ có một đám mây, và suốt mùa hè chỉ có một đoá hoa nở thì thiên hạ nô-nức xem mây, ngắm hoa đến bực nào!

Nếu các anh muốn tăng giá-trị một món hàng thì đừng nên bán hạ-giá và đừng phân-phát ra nhiều quá. Ai cũng biết rằng ở các phòng triển-lãm và những cuộc thịnh-diễn thí không thì ít người lui tới; cái gì mà ai cũng sắm được thì không còn ai tha-thiết nữa, đó là một sự thật tuyệt-đối, một sự thật tối-quan-trọng trong công-việc doanh-nghiệp.

Nếu tôi là vua và tôi muốn hạ uy-quyền của bọn quý-tộc, tôi không thêm bớt số vương-hầu, mà ngược lại, tôi tạo thêm 10.000 tước-vị mới: không có

sức mạnh nào hại uy-quyền bọn quý-tộc hơn là thủ-đoạn làm cho bọn quý-tộc đông quá đến mất giá-trị.

Muốn áp-dụng sự thật này vào thực-tế, thì khi nào anh đem bán một hoá-vật nào, anh nên sắp-đặt cho nó có một tánh-cách duy-nhút. Nếu anh có một cửa hàng, anh phải làm cho cửa hàng ấy có cái đặc-sắc của nó. Công-chúng không những cần món hàng mà thôi, họ cần thỏa-thích hứng-thú và trước hết họ chú-ý đến món hàng nào kêu-gọi được sở-thích của họ, làm cho họ hay nhắc-nhở đến.

Món hàng nào làm cho khách-hàng tự-đắc được, thì khách-hàng sẽ trả giá gấp đôi. Khi gặp được một món hàng khiến họ có thể hãnh-diện được giữa đám chị em thì người đàn-bà sẵn-sàng mua đắt món hàng ấy. Thật vậy, tôi không có ý cố-võ sự tăng giá hàng, tôi chỉ nói rõ rằng sự hạ thấp giá hàng không có ích-lợi gì mà còn tai-hại nữa. Nếu anh bán rẻ quá, tại vì các anh không biết cách bán đó thôi.

Nhưng cái định-lý của chúng tôi còn một mặt khác nữa. Ta còn có thể làm cho món hàng đương ứ-đọng thành ra món hàng khan bằng cách tăng-giá số người mua lên. Số người mua không có hạn-định: người bán có thể tạo nên số người mua được.

Hàng-hoá đã cũ-kỹ mà tìm được cho nó một lối dùng mới ấy là một sự khôn-khéo trong nghề buôn. Những nhà xuất-sản hơi, xi-măng, gỗ trắc-bá, đá cẩm-thạch và nhiều hàng-hoá khác đều hiểu cách chuyển-biến ấy. Nhờ đó mà có nhiều thứ hàng trong bao nhiêu năm bị ngưng-đọng, nhờ đổi tên và đổi cách dùng mà có thể đem ra tiêu-thụ rất nhiều.

Đó là tất cả bí-quyết của một sự quảng-cáo có hiệu-quả. Mục-đích của quảng-cáo là làm cho những khách hàng mới thành ra những khách hàng quen, thấy hàng là mua. Nếu tên anh là Skinner và anh bán hàng sa-tanh, anh phải quảng-cáo cách nào cho hàng phụ-nữ thích mặc sa-tanh và khi bước chun vào nhà hàng thì họ hỏi ngay thứ sa-tanh Skinner.

Tăng số người mua lên tức là giữ được giá bán cao, và như thế thì có cơ phát-triển được sự sản-xuất và bớt được giá vốn. Sản-xuất 100.000 cây bút máy sẽ lợi hơn 10 cây. Vậy thì sự quảng-cáo khéo làm để tăng số người

tiêu-thụ sẽ không thiệt-hại gì cả. Trái lại sự quảng-cáo ấy sẽ được bù lại một cách dồi-dào nhờ số lời nó đem lại.

Ta đừng nên tưởng rằng công-chúng biết rõ những điều mà họ muốn. Thật ra thì công-chúng cần phải được huấn-luyện, chỉ-dẫn mới chọn lựa được sở-thích của mình.

Chế-tạo được món hàng tốt nhất hoàn-cầu cũng chưa đủ. Anh còn phải lo trình-diện món hàng ấy với công-chúng, phải quảng-cáo, phải chung trong tủ kiếng để nó gọi sự chú-ý của người ta.

Thuở xưa người ta không dùng máy gặt lúa. Hầu hết dân cày quen dùng liềm. Khi Mac Cormick phát-minh ra máy gặt, ông phải tốn mười bảy năm mới bán được 100 chiếc đầu-tiên. Ngày nay cũng thế, một món hàng hoàn-toàn mới không được mấy ai để-ý.

Khi một món hàng ứ-đọng quá, thì có hai cách cầm giá được. Cách thứ nhất là huỷ-bỏ một phần số tích-trữ, cách thứ hai là tìm cách tăng thêm nhu-cầu và sở-thích của công-chúng. Trong hai cách, cách thứ hai hợp-lý hơn. Người bán phải làm quảng-cáo, phải tìm phương-pháp hiệu-nghiệm để làm cho hàng-hoá bán chạy.

ĐỊNH LÝ THỨ NĂM

Người mua là người chú-trọng món hàng hơn là giá bán của món hàng ấy.

ĐỂ ĐỪNG XEM RẼ SỨC MẠNH PHI THƯỜNG CỦA NGHỆ THUẬT BÁN HÀNG.

ĐỊNH LÝ THỨ NĂM

NGƯỜI MUA LÀ NGƯỜI CHÚ TRỌNG MÓN HÀNG HƠN LÀ GIÁ BÁN CỦA MÓN HÀNG ẤY

ĐỊNH LÝ này là một trong những định-lý giúp ta gây dựng nên NGHỆ THUẬT BÁN HÀNG. Chúng ta sẽ rút ở định-lý này những nhận-định rõ-ràng về thái độ của người bán và chúng ta sẽ thấy rằng sự bán hàng tùy-thuộc "nhu-cầu" của người mua.

Ngoài ra, định-lý này chứng-minh cho ta thấy sự cần-thiết tuyệt-đối của quảng-cáo. Quảng-cáo tức là nghệ-thuật làm nảy ra nhu-cầu của người mua. Ấy là cách gọi ra sở thích mới, cách tuyên-truyền trong công-chúng sự ưa-thích một đời sống rộng-rãi. Mở rộng sự tiêu-thụ, thuật quảng-cáo, mở rộng sự buôn-bán, và nhờ quảng-cáo mà thương-mãi được phát-triển trong hoàn-cầu.

Nghệ-thuật bán hàng và nghệ-thuật quảng-cáo đã giúp ích rất nhiều cho nền Văn-minh. Nhưng người ta đã phụ bạc nó, không có trường đại-học nào đem nó ra dạy, hoặc dạy một cách đứng-đắn.

Nghệ-thuật bán hàng và nghệ-thuật quảng-cáo có nhiệm-vụ tạo nên những nhu-cầu mới. Khi một nhà phát-minh sáng-chế được một món hàng mới, nhà chế-tạo sản-xuất từng loạt; người bán có phận-sự làm cho công-chúng ưa-thích món hàng ấy.

Bổn-tánh con người là hay giữ những cô-tục. Thường thì lặp lại những cử-chỉ đã quen làm bao giờ cũng dễ hơn làm những cử-chỉ mới: nhiều nhà chế-tạo phải sạt-nghiệp vì không biết sự thật ấy; họ tin một cách thật-thà rằng công-chúng gặp hàng mới lạ thì ham mua. Họ lầm to. Cử-chỉ đầu-tiền của người mua là quay lưng đối với món hàng mới, cho đến một ngày nào nhờ sức quảng-cáo và người bán hàng chỉ cho họ nhận thấy giá-trị của món hàng này.

Một "nhu-cầu" tức là cái gì giống với sở-thích của ta đối với trái ô-liu^[5]; một nhu-cầu phải vun-trồng mới có được. Nếu các anh đã từng đi đây đi

đó hẳn các anh phải nhận thấy rằng ở mỗi xứ, trình-độ văn-minh bao giờ cũng tương-đương với sức quảng cáo và nghệ-thuật bán hàng mà người ta phát-triển ở xứ ấy. Nơi nào mà nhu-cầu không phát-triển thì ở đó người ta ăn bận rách-rưới và ở trong chòi tranh.

Theo lời Sheldon, *"nghệ-thuật bán tức là nghệ thuật làm cho người mua tin chắc rằng họ có lợi khi họ mua"*. Bán hàng không phải là trao một món hàng qua tay người mua. Muốn thực-hiện nghệ-thuật bán phải biết dẫn-dụ người mua mới được.

Sự thật (và sự thật này là một sự thật cay-nghiệt) thì phần đông những người hiện giờ đặng gọi là người bán hàng chưa có đủ tư-cách cần-thiết và chưa hiểu gì về nghề-nghiệp của mình cả. Họ chỉ biết dùng tay chun mà không biết dùng trí. Đối khách hàng đã biết rõ những món hàng mình lựa chọn thì họ nhanh-nhẹn lấy trao, còn đối khách hàng chưa định-ý mua một món nào thì họ lại đưa mắt lờm như muốn trách rằng: "Tại sao không suy-nghĩ kỹ-càng trước khi vào tiệm?"

Nhiều nhà hàng lớn ở Âu. Mỹ đã phạm nhiều lỗi lớn, là không dùng những người bán hàng khôn-lanh mà lại dùng những cô gái dốt-nát, chưa sành nghề và ăn công rất rẻ. Vì cái lỗi ấy mà nhiều nhà bị khánh-tận. Họ lo mở cửa hàng thật lớn và tưởng làm như vậy họ thay-thế được " nghệ-thuật bán hàng ". Trong một nhà hàng, điều đáng kể hơn hết là sự khôn khéo của người bán.

Khách hàng phần đông là phụ-nữ. Chính họ là kẻ mua hàng nhiều hơn hết. Họ mua cho mình, cho con, cho gia-đình, và họ còn khuyên chồng nên mua món này món khác khi chồng họ định mua một món gì. Bởi vậy trách-vụ quan-trọng của người bán là hướng-dẫn phụ-nữ trong lúc họ mua hàng.

Thường khi vào nhà hàng, các bà, các cô chưa nhứt-định mình phải mua gì. Họ đến nhà hàng để xem-xét và so-sánh. Họ thích được có người hướng dẫn và thích có người giúp họ so-sánh các món hàng. Ta phải nhìn-nhận rằng trong việc mua hàng, phụ-nữ biết nhận-xét và có đủ tư-cách hơn đàn-ông nhiều lắm.

Phụ-nữ ưa mua được món gì "đặc-biệt". Đối với một tấm hàng thường bán với một giá thường, họ tỏ ra không thích. Những nếu anh đổ vào ché

tám hàng ấy một ít mực, tăng giá lên và nói với họ đó là một món hàng đặc-biệt, họ sẽ vồ ngay lấy như một của quý. Tánh-tình phụ nữ là thế: phải tìm hiểu họ và cố-gắng chịu theo. Một người bán hàng thông-minh bao giờ cũng coi khách hàng tương-tợ như một nghị-viên. Khi người bán trình cho khách hàng một món hàng thì trong trí người khách xảy ra một việc giống như một cuộc bầu-phiếu có 30 phiếu thuận, 70 phiếu nghịch. Người bán phải làm cho khách hàng chú-ý đến món hàng: nói cho khách rõ nhà hàng phải khó nhọc thế nào mới mua được một món hàng tốt như thế., một cuộc bầu-phiếu khác lại diễn ra trong trí người mua với 40 chục thăm thuận, 60 chục thăm nghịch. Khi ấy người bán lại kể cho khách nghe có ông nào bà nào có danh-vọng đã mua món hàng ấy, đã khen là tốt; và người mua phải tinh-ý lắm mới nhận thấy chỗ đặc-biệt của món hàng. Một cuộc bỏ phiếu thứ ba lại diễn ra trong trí người mua: 50 chục phiếu thuận, 50 chục phiếu nghịch. Đến lúc ấy, người bán mời khách đem hàng về dùng thử, nếu xấu thì đem trả lại. Khi người khách nhận hàng rồi thì ít nữa người bán cũng thắng được 10 phiếu.

Sự lanh-lợi ấy không phải là ngón lừa-phỉnh đâu. Chỉ có người ngốc mới tin như thế, sự lanh-lợi ấy chính là cái khôn, cái khéo, cái tinh-vi của kỹ-thuật bán hàng. Không nên dùng thủ-đoạn lừa dối: chỉ có những kẻ vụng-về mới cần phải lừa-phỉnh và láo-dối mà thôi. Người nào biết làm cho món hàng tăng giá-trị, và biết cách dẫn-dụ người mua, người ấy không cần phải bắt-lương. Khi được nâng lên một trình-độ thiện-mỹ rồi, nghệ-thuật bán hàng vừa có lợi cho người mua vừa có lợi cho nhà hàng: nghệ-thuật ấy giúp cho người mua biết mua và giúp cho nhà hàng thịnh-vượng.

Nếu anh biết phát-triển nhu-cầu của công-chúng, anh không cần phải hạ giá hàng. Trong thương-mãi, hạ giá không phải là một thủ-đoạn, hay cửa hàng nào hạ giá tức cửa hàng ấy tỏ ra mình không biết nghệ-thuật bán hàng. Tất cả các thủ-đoạn dùng trong giới doanh-nghiệp, thủ-đoạn hạ giá có lẽ là thủ-đoạn tai-hại hơn hết.

Xét cho kỹ thì trong một món hàng đem ra bán, giá-cả không quan-hệ bằng tánh-chất của món hàng: điều này nhà thương-mãi mới phát-minh ra

trong mấy chục năm gần đây. Người mua chịu mua đắt một món hàng hợp với nhu-cầu, với sở-thích của mình.

Tại sao có người chịu mua nước lạnh vô chai (eau de table) hai lần đắt hơn sữa bò? Bởi vì người bán nước lạnh **khéo luyện** cho người mua thích nước lạnh hơn là sữa. Người mua cho nước lạnh có giá-trị hơn sữa.

Ở miền tây xứ Gia-nã-đại, tôi thấy người ta chịu mua cam một quan một trái vào ngày lễ Thiên Chúa giáng-sinh (Noel). Ngày ấy, mỗi gia-đình cần dùng ít nữa một trái cam. Và cả gia-đình nghèo cũng cần có một trái cam hơn là cần có một quan tiền.

Ở Pittsburg, tôi thấy một nhà triệu-phú mua một tấm tranh vẽ một con bò với giá 275.000 quan. Nhà triệu-phú ấy có thể mua một con bò thiết độ 3 đến 400 quan. Nhưng bức tranh ấy nổi tiếng, nó là bức tranh duy-nhút, mọi người đều muốn mua, và nhà triệu-phú cần có bức tranh ấy hơn là cần có 275.000 quan.

Mở rộng nhu-cầu của công-chúng, tạo thành dư-luận, tạo thành sở-thích của công-chúng, đó là công-việc mà người khôn-khéo lắm mới làm được. Một ngày kia công-việc ấy sẽ trở nên một nghề-nghiệp quý-trọng nhưt, hiển-vinh nhưt. Ngày nay, nghệ-thuật bán hàng còn đương ở thời-kỳ phôi-thai^[6].

Người ta có thể so-sánh người bán hàng với người làm vườn mà công-chúng là đất-đai. Người làm vườn phải gieo trồng để rồi gặt. Nếu đất-đai làm cho người làm vườn giàu có thì người làm vườn phải làm cho đất-đai phì-nhiều. Đất-đai chờ người làm vườn điều chi thì người làm vườn phải lo làm trọn điều ấy: phần đất nào người làm vườn trồng cỏ dại thì hoa hồng không mọc được. Đất-đai bao giờ cũng thành-thật và trung-chánh; người làm vườn chỉ đòi-hỏi đất-đai được một điều: ấy là điều mà người làm vườn đáng được hưởng.

ĐỊNH LÝ THỨ SÁU

Thời-giờ càng trôi qua, càng làm tăng giá vốn.

ĐỂ CHÚNG TA NHẬN THẤY GIÁ TRỊ CỦA 60 GIÂY TRONG MỘT PHÚT.

ĐỊNH LÝ THỨ SÁU

THỜI-GIỜ CÀNG TRÔI QUA, CÀNG LÀM TĂNG GIÁ VỐN.

Ở NHỮNG vùng man-rợ hoặc bán-khai, thời giờ không có giá-trị. Không ai nghĩ rằng thời-giờ là một tài-sản có thể bị phung-phí. Thời-giờ không có chút quan-trọng nào. Đồng-hồ là những vật mà người ở vùng ấy không biết đến. Họ đo thời-giờ bằng mặt trời hay bằng tinh-tú, tùy theo ngày hay đêm.

Ở những xứ văn-minh mà thương-mãi chưa được phát-triển, người ta vẫn còn lãnh-đạm với thời-giờ. Nhưng ở các xứ văn-minh mà thương-mãi phát-đạt thời-giờ là một kho-tàng báu. Thời-giờ là tiền bạc, là một hình-thức của của-cải. Chúng ta tôn HOÀNG ĐẾ ĐỒNG HỒ tại chợ và chúng ta nghiêng mình trước mặt NGÀI.

Chúng ta tự xưng là nô-lệ, là chư-hầu của Đồng-Hồ, bởi vì chúng ta đã nhận thấy rằng Đồng-Hồ là vị thần công-bình sẵn-sàng ban thưởng cho những kẻ bẽ tôi tận-tụy. Đồng-Hồ uy-linh!.. Nó là chúa-tể của những kẻ thành-công trong trường doanh-nghiệp.

THỜI-GIỜ LÀ TIỀN BẠC. — Đó là một châm-ngôn thương-mãi. Và chính đó là một trong những nguyên-tắc quan-trọng nhứt của khoa-học Đắc-lực (Science de l'Efficiency). Trong thời buổi này, vào những ngày nghiêm-trọng, không có người nào không biết quý-trọng thì-giờ mà có thể tự-phụ giữ một địa-vị cao-quý trong giới doanh-nghiệp được.

Chúng ta đã phải phát-minh đến những đồng-hồ chia thì-giờ ra thành một phần năm của một giây. Một giây trọn không thể dùng làm đơn-vị thời-gian vì nó dài quá. Vậy thì có nhưng việc có thể làm xong trong một phần năm một giây đồng-hồ, và ít hơn nữa. Chiếc xe tốc-hành, trong một phần năm một giây đồng-hồ có thể chở anh đi được năm thước đường. Trong một phần tám mươi lăm một giây, nó có thể chở anh đi được ba tấc đường.

Ngày nay trong thời-gian một ngày, người ta làm được những việc phi-thường. Tại thị-trấn Pittsburg, mỗi ngày người ta gởi đi bồ-đồng 300.000 tấn hàng. Bọn nô-lệ Ai-cập phải dùng đến hai mươi năm mới xây-xong cái Kim-tự- Tháp lớn, dân thành Pittsburg ngày nay có thể chế-tạo trong bốn tuần-lễ một số hàng-hoá lớn bằng bốn lần cái Kim-tự-Tháp lớn nhưt.

Khi tôi đến viếng hãng xe Ford ở Détroit, tôi xin xem sổ để biết số sản-xuất trong ngày hôm qua. Người ta cho tôi thấy 1.017 chiếc xe hơi đã hoàn-thành và sẵn-sàng đem ra bán. Tôi nhận thấy có ngày con số ấy còn cao hơn.

THỜI-GIỜ LÀM TĂNG GIÁ VỐN.— Bởi vậy một công-việc được làm mau-chóng, công-việc ấy có lợi hơn. Chính vì lẽ ấy mà người ta phải vội-vàng, nhậm lẹ và tính tỷ-mỷ từng giây đồng-hồ.

Trong gia-đình, ít có ông chủ nhà nào tính được từng giây trong công-việc làm. Nhà kiến-thiết hoá-xa Hartiman, dám bỏ ra đến 50 triệu để áp-dụng một sự cải-cách có thể làm lợi cho mỗi chuyến xe nửa giờ đồng-hồ! Thật ra, chỉ trong công-việc vĩ-đại người ta mới dám chịu tổn-phí nhiều như thế.

Tôi còn nhớ, hình như ở Montréal, một nhà chế-tạo từ khước lời tôi xin viếng nhà máy của y. Y nói: "Hiện nay tôi có 600 phụ-nữ làm công, và chúng tôi bề-bộn công-việc. Nếu ông đi một vòng trong xưởng, mỗi công-nhân ngước mắt nhìn khi ông đi qua và mất nửa phút đồng-hồ. Sáu trăm lần nửa phút tức là năm tiếng đồng-hồ. Tôi lấy làm tiếc quá, nhưng xin ông chờ đến hết giờ làm việc."

Sự tính-toán ấy có phần thái-quá, nhưng sự thái quá ấy ít người chú-ý và xét cho cùng là sự thái-quá đáng khen. Máy cái giở đựng giấy thường chứa rất nhiều những phút và những giờ mà người ta phung-phí ^[7].

Trong một ngày tám giờ, anh chỉ sử-dụng được bốn trăm tám chục phút và mỗi lần anh mất năm phút, công-việc anh bị thiệt-hại 1%. Số hàng trữ của anh hạ xuống còn 99%. Nếu anh mất 50 phút thì số hàng còn 90% và nếu anh mất thời-giờ nhiều nữa thì công-việc sẽ theo đó mà chịu thiệt-hại.

Trong bọn chúng ta, người nào giữ được hàng ngày trọn những điều mình có?

Nếu anh vay 600.000 quan với tiền lời 5 %, anh phải trả bốn xu lời mỗi phút. Nếu người kế-toán của anh tính nhầm và vay tiền sớm một ngày, anh phải thiệt-hại 100 quan.

Thiếu chủ nhà doanh-nghiệp vì không để-ý đến tiền lời chông-chất mà phải sạt-nghiệp. Tiền lời cũng như con rùa trong ngụ-ngôn: nó đi chậm-chậm mà không bao giờ dừng bước. Những con thỏ nhẹ dạ, vô-tư-lự và vui-tính thường bị nó vượt qua.

Hàng trữ trong kho thường là tiền vay để ứ-động. Nó còn kéo theo bao nhiêu sở-phí, tiền nhà, tiền người làm công, tiền đèn nước, tiền quảng-cáo, v.v... Bởi vậy nếu người ta muốn có lời thì phải lo bán gấp số hàng ấy.

HÀNG HOÁ CÀNG Ứ. ĐỘNG LÂU CÀNG TĂNG GIÁ.— Đó là một lẽ tất-nhiên ghê-gớm và không có lối ra. Nhà buôn nào để hàng hoá ứ-động và chờ người mua đến hỏi mới lo bán, nhà buôn ấy không thể thành-công được.

Tôi từng biết có nhiều chủ tiệm vui-thích khi nhìn đồng hàng-hoá của mình chông-chất cao-nghệu. Họ thích ngồi trên một đồng hàng-hoá mênh-mông và tôi tin chắc họ hy-vọng mang-máng rằng gặp một ngày hên nào đó, họ sẽ đem bán cho tất cả bạn hàng trên thế-giới. Tất-nhiên, công-việc doanh nghiệp của họ ngưng-trệ. Họ chôn sâu số lời mà họ có thể làm ra được trong những kho-lẫm. Họ không biết rằng: THỜI-GIỜ LÀM TĂNG THÊM GIÁ VỐN.

Đến đây ta nhận thấy sự khác nhau giữa tiền bạc và tài-sản (propriété). Giá-trị tiền bạc tăng lên, giá-trị tài sản hạ xuống. Trong khoản thời-gian mười lăm, hai mươi năm, tiền bạc có thể tăng bội hai lần, còn tài-sản thì luôn-luôn mất giá.

Tiền bạc tăng. Tài-sản hạ. Nếu công-việc doanh-nghiệp của anh làm bằng hàng-hoá, anh nên hoạt-động càng mau-lẹ càng tốt. Anh phải đem hết năng-lực ra xuất-sản thật nhanh chóng, tiêu-thụ cấp-kỳ, và chuyên-chở đừng trễ-nải.

Tất cả các nhà buôn phải thuộc nằm lòng những nguyên-tắc ấy. Họ phải biết rằng hôm nay bán mười còn hơn đợi ngày mai bán mười một. Họ phải biết rằng bán trễ một hôm tức mất lời một ít.

Sự thật thì con số buôn-bán phải tính theo đơn-vị thời-giờ cũng như đơn-vị tiền bạc.

Công-trạng lớn nhứt của các nhà chuyên-môn về thuật "ĐẮC. LỰC", là dạy cho các nhà doanh-nghiệp tính giá-trị thời-giờ.

Dầu giàu-có đến bực nào đi nữa, ai cũng chịu dừng bước lại, cuối mình xuống để lượm một đồng tiền rơi dưới đất. Thế thì tại sao lại có những ông chủ chịu để cho từng khắc, từng giờ lãng-phí chung-quanh mình. Mà thật ra một cắc bạc không quý bằng nửa giờ: ai cũng có thể gỡ được một cắc bạc thua lỗ, nhưng không ai tìm được nửa giờ bị mất.

THỜI-GIỜ LÀM TẶNG NGUYÊN-GIÁ (prix coûtant).— Bởi vậy, phải tiết-kiệm thời-giờ; phải bòn chen, gìn-giữ từng manh-mún thời-giờ! Trong đời người, thời-giờ là cái vốn chánh. Còn ra là ảo-ảnh cả. Đời sống, phẩm-cách, tiền-bạc, của-cải, tất cả đều phải dùng thời-giờ mà mua.

Trong các cuộc doanh-nghiệp, phải lấy thời-giờ làm yếu-tố chánh. Nên tiện-tận từng phút. Anh nên luôn-luôn tự hỏi nếu anh có thể xuất-sản mau-lẹ hơn và bán được sớm hơn nữa không. Anh hãy cố-gắng giảm bớt số thời-giờ xài-phí.

Anh đừng lo mình vội-vàng quá. Anh không vội-vàng quá đâu. Trên đường đi anh thường chậm-chạp, thường bị tai-nạn, thường bị nhiều trở-ngại khiến anh phải trễ-nải. Sự chậm-chạp anh không tìm cũng đến, sự mau-lẹ, anh phải tập mới thành.

Vả lại, sự mau-lẹ trong lúc làm việc thường cho ta nghỉ được lâu và thâu lợi được nhiều. Nói rõ hơn, mỗi khi làn việc anh nên làm việc như một cái máy khoa-học tinh-xát, và như vậy anh sẽ rảnh-rang sớm hơn để làm những việc anh thích.

Một nhà doanh-nghiệp đáng lẽ phải làm việc đến năm tiếng đồng-hồ, có thể làm công việc ấy dễ dàng trong 3 tiếng, nếu y biết cách làm.

ĐỊNH LÝ THỨ BẢY

Sự di dịch làm tăng giá vốn

ĐỀ BUỘC CHÚNG TA TIẾT KIỆM NGUYÊN ĐỘNG LỰC VÀ SỰ
CỬ ĐỘNG

ĐỊNH LÝ THỨ BẢY

SỰ DI DỊCH LÀM TĂNG GIÁ VỐN

SỰ DÙNG máy, đường sắt, tàu thuỷ và xe hơi đã làm cho định-lý này thành ra quan-trọng vô-cùng. Và từ khi thị-trường mở rộng đến nỗi thương-mãi và kỹ-nghệ phải liên-lạc mật-thiết lẫn nhau thì định-lý này đem đến một sự lợi-ích đặc-biệt cho các nhà-doanh-nghiệp nào có ý muốn làm hạ bớt giá hàng-hoá.

Ở vào thời-đại mà người ta chỉ biết làm việc bằng tay và vận-tải bằng ngựa, ở vào thời-đại mà lượng thợ còn thấp-kém và mỗi một-làng nhỏ đủ sức tự-túc, thì sự vận-tải không đáng cho người ta chú-ý.

Nhiều nông-dân ở xa đồng ruộng đến nắm cây số và mỗi ngày họ chịu đê chun đi về đến ba tiếng đồng hồ mà họ coi như không vì mỗi giờ họ chỉ ăn được bốn xu, và lắm khi ít hơn nữa.

Ngày xưa, nhà máy lớn chưa có, người ta có lãng-phí một phút cũng chẳng hại bằng ngày nay khi người ta phải dùng đến hàng ngàn người thợ. Sự lưu-chuyển vào thời ấy rất chậm-chạp và không quan-trọng gì: những cơ-quan thương-mãi vĩ-đại chưa ra đời.

Thời cổ-sơ, một người thợ giày có thể tự mình làm lấy một đôi giày, một người thợ kim-hoàn làm xong được một chiếc đồng-hồ, một người thợ đóng xe có thể đóng một chiếc xe; sự phân-công chưa có: người ta không cần nghiên-cứu từng yếu-tố khác nhau làm gì.

Ngày nay, muốn chế-tạo một đôi giày, cần phải có 72 việc làm khác nhau với sự cộng-tác của 72 người , thợ. Ngày nay có những xưởng máy dùng đến 5.000 thợ và hơn nữa, một người không tự làm nổi trọn công-việc và không ai có thể đứng vững một mình. Trong xã-hội, người và vật như đã hoá thành chất loãng và hỗn-hợp với nhau. Vật và người tuồng như phải dính chùm lại.

Người ta phải *xê-dịch* hàng ngàn cây số để viếng một khách hàng. Người ta phải đi vòng trái đất để lãnh một mối hàng. Đặc-biệt nhất là ở Huê-kỳ, những người nào không du-lịch, đều bị coi là hạng ăn không ngồi rồi.

Một luồng gió hoạt-động đương thổi khắp trong giới doanh-nghiệp. Hình như có một bộ máy toàn-vẹn giục người ta kiến-thiết và cảm người ta nghi-ngoi. Hàng- hoá một xứ được gọi khắp hoàn-cầu. Nếu hàng-hoá ấy không vừa lòng khách hàng thì khách hàng có thể trả lại: người ta lại gọi thứ khác, người ta không coi điều ấy là quan-trọng.

Ngày nay người ta chào hỏi nhau bằng điện-thoại, người ta dùng điện-thoại để báo tin mình ăn cơm-trưa ở nhà, người ta đánh điện-tín hỏi giá tấm xia-răng; người ta du-lịch để thoả-mãn những thị-hiếu rất kỳ-quặc; người ta gọi hàng khắp bốn phương trời, tuồng như công-việc doanh-nghiệp cũng dễ-dàng như là trò chơi quần-vợt.

"Thời-đại chậm-chạp với bốn cây số mỗi giờ" ngày nay đã qua hẳn. Thời-đại hiện-giờ là thời-đại của sự mau-lẹ. Chúng ta có thể đi một cây số không mất đến một phút, và khi ta nói chuyện bằng điện-thoại thì không-gian đã được thâu-rút như không có.

Sống trong một thời-đại như thế. chúng ta thấy thích sự vận-động. Chúng ta cảm thấy sự vận-động là một điều hiệu-nghiệm. Nhưng chúng ta lại thường quên hẳn sự thật quan-hệ này: SỰ DI-DỊCH LÀM TĂNG GIÁ VỐN.

Tôi đã có dịp nói với vài nhà doanh-nghiệp Huê-kỳ rằng họ giống như anh chàng thuỷ-thủ què và say rượu kia, anh ta làm lọt cái cẳng gỗ của anh vào kẽ đá; không được ai đến cứu, anh ta đem hết nhẫn-nại và nghị-lực ra để thoát nạn, mà suốt cả đêm anh ta chỉ biết loay-quay một mình; đến rạng đông anh ta vẫn còn đó. Anh ta là một thí-dụ cho những người hoạt-động ồ-ạt mà không có kết-quả gì.

Ta phải nhận rằng hoả-xa, tàu thuỷ, dây thép đều sẵn có ở tầm tay chúng ta đến nỗi chúng ta sanh ra lạm-dụng nó. Cơ-khí trong nhà máy của ta đầy-đủ đến nỗi ta dùng một cách cầu-thả. Phương-tiện vận-tải của ta nhiều đến nỗi ta không dè-dặt về mặt di-dịch.

Nhưng sự thật đã chứng tỏ rằng sự di-dịch của người hay của hàng-hoá đều tốn-kém ít nhiều. Mỗi một sự di-dịch là một sự tiêu-phí năng-lực. Anh không thể cúi mình xuống lượm cây kim găm mà không tiêu-phí thời-giờ và sức khoẻ được.

Nếu không có việc cần-thiết thì đừng cử-động trong việc doanh-nghiệp, mọi sự xài-phí năng-lực đều phải có mục-đích. Một điểm chính trong khoa-học đặc-lực (Science de l'Efficiency) là biết dùng ít sức và thâu nhiều kết-quả.

Mỗi khi có người hỏi tôi về cách tổ-chức đặc-lực một xưởng máy, tôi cấp-tốc nhìn xem trong mỗi văn-phòng, mỗi xưởng làm việc có bao nhiêu người làm công đến sở để đi bách-bộ. Đó là cách nhận-xét mau chóng hơn hết. Nếu trong một sở dùng 100 người làm công mà có đến 15 người nhàn-rỗi thì năng-suất (rendement) của sở ấy phải sụt xuống 85%. Sự sa sút ấy chứng-tỏ rằng: về phương-diện sản-xuất, mỗi một bước đi là một sự phung-phí.

Một hôm, trong một xưởng máy ở Ohio gồm có hai ngôi nhà liên-lạc với nhau bằng một con đường dài 60 thước, tôi được nghe ông chủ xưởng khoe rằng con đường ấy luôn- luôn tấp-nập người làm công qua lại. Ông không hề để-ý ngay trong xưởng của ông đã có chỗ hư-hỏng và sự đi lại tấp-nập ấy đối với công-việc làm và sự sản-xuất cũng bất-thường và nguy-hiểm như mạch máu trong cơ-thể người ta đột-nhiên nhảy mạnh.

Thợ-thuyền đến xưởng để làm việc chớ không phải để đi lại. Khi người ta trả công thợ cao thì người ta phải mướn những đứa bé đi lại thay cho họ hoặc là mướn những nhân-công rẻ hơn. Nếu ta mướn người để làm việc bằng óc hay bằng tay thì đừng nên khuyến-khích họ dùng cặp chun của họ.

Về sự dùng tay mà vận-dụng hàng-hoá, ta lại phải áp-dụng những nguyên-tắc trên đây. Ít sờ-mó hàng-hoá, ít di-dịch hàng-hoá bao nhiêu, người ta càng thấy lợi bấy nhiêu. Mỗi khi anh di-dịch món hàng nào, món hàng ấy tăng thêm giá vốn. Lấy xe hơi làm thí-dụ; ta sẽ thấy sự di-dịch làm tăng giá vốn một cách rõ-ràng: một chiếc xe hơi được đưa ra phô-trưng, chạy khắp đường cho công-chúng xem để cuối-cùng được đem bán, chiếc xe ấy không có lời nữa, vì tiện lời bị tiền-phí-tồn phô-trưng nuốt hết rồi.

Có những người bán hàng làm cho người mua hụt hững một cách thái-quả. Họ phí công trương ra mắt người mua rất nhiều hàng, nhiều hơn sự đòi-hỏi của khách. Đó là họ quan-niệm một cách sai-lầm về cách bán hàng. Những người bán hàng ấy không biết rằng mỗi lần dùng tay vận-dụng hàng-hoá là làm cho hàng-hoá bớt lời. Món hàng trong cửa hiệu không phải để phô-trương mà để bán.

Muốn nhận rõ tất cả sự quan-trọng của định-lý này, cần phải khảo-cứu những cử-động và dùng đồng-hồ để tính đặng biết trong mỗi giai-đoạn một công-việc cần bao nhiêu cử-động (mouvements) và mỗi cử-động tốn bao nhiêu thời-giờ. Nhờ vậy, mà trong các xưởng máy người ta có thể đi đến chỗ tinh-xác (précision) và đúng-đắn cực-độ.

Về vấn-đề này, ta nên nhắc tới sự khảo-cứu tài-tình của ông Frank B. Gilbreth ở Nữ-Uớc về sự cử-động. Ông khảo-cứu về nghề làm hồ (maçonnerie) và nhận thấy rằng muốn đặt một viên gạch, người thợ-hồ phải dùng, đến 18 điệu-bộ. Ông thấy rằng một người thợ hồ cúi xuống lượm một viên gạch, đưa lên cao, rảy, đặt lên hồ và sửa đi sửa lại nhiều lần hoàn-toàn vô-ích.

Thấy vậy ông Gilbreth khảo-cứu cách đặt gạch hợp-lý, ông bảo thử để gạch thành chồng và đem đi cho đúng cách, để họ vào chỗ thuận-tiện, mỗi một toán thợ được thêm một người phụ để sai vặt, và nhờ cách ấy ông giảm số 18 điệu-bộ cần-thiết để đặt một viên gạch xuống 5 điệu-bộ. Đáng lẽ mỗi người thợ một ngày chỉ đặt 700 gạch, ông làm con số tăng lên từ 3.000 đến 3.500. Không phải mệt-nhọc hơn, mỗi người có thể áp-dụng phương-pháp ấy một cách dễ-dàng và làm được công-việc năm lần nhiều hơn.

Bởi vậy nhiều xưởng máy nhờ giảm bớt hoặc bỏ những cử-động vô-ích mà được cải-thiện hơn. Các máy trong xưởng phải sắp-đặt cách nào cho công-việc trôi-chảy thuận-chiều.

Mỗi một cử-động, dầu của người làm công hay của một món hàng, đều gây một sự tổn-phí, đó là ý-nghĩa của định-lý thứ bảy này. Như vậy, nếu anh muốn tránh sự lãng-phí, thì trước hết anh hãy chú-ý tránh sự cử-động vô-ích. Phải làm sao cho mọi cử-động đem tới một mối lợi, đó là cái đích mà mỗi ông chủ sáng-suốt phải nhắm tới.

Ngày nay thời-gian và không-gian không còn rẻ nữa. Tiền nhà tăng. Tiền công thợ tăng. Tiền động-cơ cũng đều tăng cả.

Khi nào anh huỷ-bỏ được những cử-động vô-ích, anh sẽ thu được nhiều kết-quả không ngờ.

ĐỊNH LÝ THỨ TÁM

Sản-xuất tăng giá vốn hạ

ĐỂ TRÁNH THUA LỖ VÌ TIẾT KIỆM NGUYÊN. LIỆU VÀ QUẢNG CÁO KHÔNG NHẢM CHỖ

ĐỊNH LÝ THỨ TÁM

SẢN-XUẤT TĂNG GIÁ VỐN HẠ.

ĐỊNH LÝ này sẽ làm cho các nhà chế-tạo quan-tâm vì nó liên-quan với sự sản-xuất. Nhưng-trong vài phương-diện nó cũng liên-quan đến việc bán và việc phân-phát hàng-hoá. Nó chứng tỏ rằng càng chế-tạo nhiều càng có lợi – rằng chuyên-chở bằng hoả xa rẻ hơn bằng xe bò — rằng những vật chế-tạo bằng máy rẻ hơn bằng tay và bán một lưỡi dao bao giờ cũng rẻ hơn một con dao.

Tuy nhiên người ta vẫn thấy có thừa-trừ, nhưng sự thừa-trừ ấy chỉ là bề ngoài mà thôi, và sở dĩ có thừa- trừ là do sự sơ-sốt của những người "chế-tạo nhiều" hoặc do vài điều-kiện đặc-biệt của những người "chế-tạo ít". Dầu sao đi nữa, định-lý này vẫn đứng vững.

Định-lý này sẽ cắt-nghĩa cho ta rõ lối dùng dụng-cụ tinh-xảo. Nó chỉ cho ta hiểu tại sao người ta dám xài 25 triệu để chỉ dựng lên một lò đúc. Đối với những kẻ chưa nhận rõ bước tấn-triển của sự sản-xuất (production) thì việc tiêu-tốn ấy có vẻ kỳ-quặc, nhưng thật ra thì một cái lò đúc nặng 12 triệu rưỡi kí-lô sản-xuất ra vàng và đồng giá rẻ hơn cái lò đúc 25 kí-lô.

Thí-dụ như giá thép ngày xưa không thể nào rẻ như ngày nay được. Anh có thể mua tám cân thép với mười xu được. Thép do thợ Pittsburg sản-xuất ngày nay rẻ hơn thép do bọn nô-lệ La-mã sản-xuất hồi xưa. Tại sao? Tại khoa-học và những phát-minh đã giúp cho sự sản-xuất tăng-gia rất nhiều.

Tại hầm mỏ Mesaba (Minnesota). tôi thấy hai người lớn và một đứa bé điều-khiển một cái xuồng máy đổ vào những toa xe năm chục tấn khoáng-chất trong năm phút đồng hồ. Nếu công-việc ấy mà giao cho sức người thì phải dùng đến 1.000 người cầm xuồng xúc đổ vào toa xe cứ mỗi phút đồng-hồ một xuồng.

Tôi thấy máy Bessemer luyện thành mười tấn sắt ra thép trong mười phút. Ngày xưa công-việc ấy người ta phải làm ít nữa hai năm mới xong.

Trong một xưởng máy ở Chicago, một số máy làm những khoen xích có sức làm mau đến 56 triệu khoen mỗi năm. Với sức sản-xuất phi-thường ấy thì giá vốn tất-nhiên rẻ đến tột bực.

SẢN-XUẤT! Hai tiếng ấy chế-ngự nền kỹ-nghệ ngày nay. Người nào hiểu nghĩa hai tiếng ấy trước, sẽ giàu hơn là giàu nữa. Họ sẽ thành triệu phú, tỉ- phú Rockerfeller^[8] và A. Carnegie^[9] là hai người trong đám cự-phú ấy.

A. Carnegie nói: "Tôi luôn-luôn sẵn-sàng chịu tốn năm triệu rưởi, nếu cần, để làm cho giá vốn một tấn đường rầy hạ bớt 50 xu. Tất cả bí-quyết làm ra bạc triệu của Carnegie ở đó: một dụng-cụ tân-xảo, sản-xuất nhiều, hạ giá-vốn; kết-quả: tăng-gia số lời.

Những người cô thu hẹp dụng-cụ sản-xuất là những: "gánh nặng" cho nền kỹ-nghệ; và tệ hơn! đó là những kẻ-thù của nhân-loại. Chính họ có trách-nhiệm một phần nào-trong sự sinh-hoạt đất-đỏ.

Có 3 hạng người phá-hoại sự gia-tăng sản-xuất:

1 — Một vài nhà xã-hội học, có thiện-ý nhưng không thấy xa hay chống-bán với cơ-giới (machinisme) bởi họ không thích cạnh-tranh và sợ nạn thất-nghiệp. Nhưng lịch-sử đã chứng tỏ rằng những lo-sợ của họ không có chun đúng. Sự thật thì nhờ có những dụng-cụ tinh xảo người ta mới có thể bớt chi-phí sản-xuất, gia-tăng sự tiêu-dùng, khuếch-trương doanh-nghiệp và lẽ tất-nhiên gây thêm-nhiều việc làm. Hiện-giờ có nhiều thợ-máy hơn thời-kỳ dùng máy chạy bằng hơi nước.

2. — Vài nhà chính-trị đầu-óc hẹp-hòi. Những nhà chính-trị đầu ở bên Anh-Quốc, Hoa Kỳ hay ở Tây Tạng cũng hay có thói-quen chống với Đại-Kỹ-Nghệ. Những nhà chính-trị — cũng như Tử-thần — hay gây giặc với cái gì vĩ-đại; như vậy để cho các cử-tri chú-ý đến họ hơn.

3. — Một vài nhà kỹ-nghệ lạc bước vào đường doanh-nghiệp. Hoặc do một may-mắn nào hoặc nhờ thừa-hưởng sự-nghiệp của ông cha, họ đăng lên ngai ghế giám-đốc một xưởng chế-tạo. Trong trường-hợp ấy, lẽ dĩ-nhiên họ không hiểu gì đến những nguyên-tắc căn-bản của nền kỹ-nghệ. Nếu họ

có sự-sản đó là nhờ của ông cha để lại chứ không phải do tay họ làm ra. Những người như thế làm sao không thù-ghét sự khuếch-trương?

CHẾ TẠO VỚI GIÁ RER— Từ xưa nay các nhà sản-xuất đều cố-gắng đạt đến mục-đích ấy. Chính đó là lẽ-sống của nền kỹ-nghệ hiện-đại, chính vì lẽ-sống ấy mà nhiều nhà máy vĩ-đại xuất-hiện khắp nơi. Bởi nơi mà người ta có thể làm cho giá hàng-hoá là giảm bớt, là ở xưởng chế-tạo chớ không phải tại cửa hàng.

Nhờ sự tăng-gia sản-xuất mà đời sống của ta được tiện-nghi và rẻ. Một tờ báo Times 16 trang chỉ bán với giá 1 xu. Đi một quãng đường dài chỉ tốn bốn xu. Một quyển sách ngót 60.000 chữ giá 3 quan. Một chiếc đồng-hồ quả-quít bảo-đảm 1 năm giá sáu quan.

Ai dám bảo kỹ-nghệ khuếch-trương làm đời sống đất-đỏ! Hiện giờ anh cũng như tôi có thể mua sắm bao-nhiều vật món mà vua Càng-long không bao giờ biết. Nếu-nói đời sống xa-hoa đất-đỏ — còn có thể tin — nhưng xét cho kỹ khi so-sánh những tiện-nghi mình có thể mua với đồng tiền, thì xa-hoa cũng không phải là đất-đỏ. Với 60 quan, anh có thể trọ ở khách-sạn Savoy^[10] một ngày và có thể cho mình ảo-tưởng là một vị vương-giả!

Nhờ có tăng-gia sản-xuất mới có thể làm cho đời sống rẻ bớt và mới có thể phổ-thông sự xa-hoa. Sản-xuất thật nhiều trong một thời-hạn thật ngắn, đó là nguyện-vọng của một người dân thành-thật muốn giúp cho nước nhà cường-thịnh.

Về phương-diện bán hàng chúng ta còn lắm điều đáng nói về cái *định-lý* thứ tám này. Chúng ta luôn-luôn tìm được ở đó một luận-chứng để binh-vực những cửa hàng lớn chống lại cửa hàng nhỏ. Định-lý này sẽ chỉ cho ta thấy rằng một người bán dạo không thể bán rẻ hơn một cửa hàng lớn. Nếu quả thật người bán dạo ít sở-tồn hơn, thì con số bán của họ cũng chẳng được bao nhiêu!

Những nhà hàng lớn như Woolsworth nhờ tổ-chức theo định-lý này mà không có một-món hàng nào bán tới giá mười xu^[11]. Nhờ bán nhiều mà người ta có thể ăn lời mỗi món hàng một, hai xu là cùng.

Ta còn có thể đi xa hơn và quả-quyết rằng định-lý này còn bào-chữa thêm cho sự quảng-cáo nữa. Nó chứng-tỏ rằng với lối quảng-cáo khéo người ta không cần tăng giá hàng.

Thường-thường sự quảng-cáo làm tăng sức bán hàng đến một mực nào đó khiến cho tiền quảng-cáo không còn là tiền tiêu-xài vô-ích mà trở thành tiền tiết-kiệm. Quảng-cáo làm tăng số bán, giảm bớt giá vốn, hạ bớt giá bán và tăng thêm lời. Nhưng nếu thế thì ai là người phải trả tiền quảng-cáo? Không ai trả cả. Sự quảng-cáo đã tự trả tiền cho nó rồi và còn để lại một số lời nữa. Nhưng muốn được vậy, người làm quảng-cáo phải biết khéo làm quảng-cáo mới được.

Bất-cứ nơi nào mà nghề thủ-cũng còn thì hàng-hoá chế-tạo không tốt mà giá lại cao. Những pho tượng chạm, những bức tranh vẽ là những sản-phẩm rất đắt giá bởi người ta chỉ sản-xuất mỗi thứ một pho hoặc một bức mà thôi.

Kỹ-nghệ đã tiếp tay với nghệ-thuật để sang những bức tranh tuyệt-tác thành ra nhiều bản, và nhờ đó mà ta có thể mua những bức kiệt-tác với một giá rẻ mạt.

Nhờ có máy hát mỗi người chúng ta đều có thể nghe giọng hát của những danh-ca trên thế-giới bất-cứ lúc nào.

Điều ấy chứng tỏ rằng sự sản-xuất càng tăng bao nhiêu thì giá bán càng rẻ bấy nhiêu.

Định-lý này là một trong những nguyên-tắc căn-bản làm nền-tảng cho văn-minh kỹ-nghệ và thương-mãi. Nếu người ta hiểu định-lý này rõ hơn và đem nó ra phổ-thông sớm hơn thì người ta tránh được biết bao việc làm điên-dại.

Nếu tôi là một nhà kỹ-nghệ hay một nhà chế-tạo và nếu tôi muốn con tôi nổi bước theo tôi, thì sau bữa điểm-tâm buổi sáng, tôi hội-họp chúng nó lại và hỏi: "Này các con, châm-ngôn trong ngày hôm nay là gì?" Và tất cả sẽ đồng thanh trả lời:

" TĂNG GIA SẢN-XUẤT ĐỂ HẠ GIÁ VỐN."

ĐỊNH LÝ THỨ CHÍN

**Giá vốn là tổng-số tiền mua ban đầu cộng thêm số
phí gìn-giữ**

**ĐỂ CHÚNG TA ĐỪNG MUA VẬT GÌ MÀ KHÔNG SUY NGHĨ VÀ
KHÔNG DỰ BỊ TRƯỚC**

ĐỊNH LÝ THỨ CHÍN

GIÁ VỐN LÀ TỔNG-SỐ TIỀN MUA BAN ĐẦU CỘNG THÊM SỐ PHÍ GÌN-GIỮ

ĐÓ LÀ một sự thật rõ-ràng như hai với hai là bốn. Nhưng bởi không nhận biết cái định-lý giản-dị và khắc-nghiệt này mà lắm xưởng máy, lắm nhà buôn và lắm gia-đình sạt-nghiệp.

Nếu phải đổi định-lý này thành ra cách-ngôn, tôi sẽ nói: "Trước khi anh định khởi-công làm một việc gì, anh hãy nhìn vào định-lý này hai lần."

Như phần nhiều định-lý của chúng tôi đã nêu ra định-lý này trong mấy chục năm sau đây đã trở thành quan-trọng lắm.

Sở-phí để gìn-giữ (les frais d'entretien) dầu là thuộc về máy-móc hay là đồ dùng trong nhà đã tăng lên với một tỉ-lệ ghê-gớm đến nỗi có những công-việc kinh-doanh cơ-hồ suy-sụp vì nó.

Vào thời xưa làm ăn dễ-dãi, sở-phí gìn-giữ gần như không có. Những máy-móc rắc-rối, cơ-khí phiền-tạp chưa ra đời, những kỹ-nghệ những nhà-buôn còn tiêu-sơ quá. Thưởng ấy người ta làm việc để "kiếm cơm hàng bữa", với đồng lương tối-thiểu ấy, ngày nay bọn nô-bộc cũng không thềm. Người học nghề thì làm việc thí công, và trong các hiệu buôn bé tí-tẹo người mua không tìm thấy vật gì để mua cả. Còn những nghề làm có tiền thì chắc-chắn không có bao nhiêu.

Nói và sở-phí gìn-giữ thì ngày nay khác hẳn với ngày trước. Ngày nay chúng ta phải bỏ tiền ra luôn luôn. Mỗi một bước đường chúng ta đều thấy tốn kém; thật vậy, mỗi vật chúng ta mua hình như có một lỗ nẻ — lỗ nẻ để bỏ xu- lỗ nẻ để bỏ bạc cắc, — lỗ nẻ để bỏ bạc đồng. Tiền mua một vật gì chỉ là một số tiền trả trước đó mà thôi. Tiếp theo đó anh còn phải trả thêm nữa.

Thí-dụ như anh mua một máy hát. Khi máy hát ấy vào tay anh rồi, anh đã có gì chưa?— Chưa có gì hết. Một mình nó, cái máy hát chưa dùng được

việc gì. Cái máy hát ấy chỉ là một cái có để anh tốn-tiền mua đĩa hát trọn đời anh, nó chỉ là cái giấy vô cửa để anh có dịp tiêu-phí thêm tiền.

Anh mua một chiếc xe hơi. Anh viết một ngân-phiếu. Anh thấy mang-máng rằng anh vừa tiêu một món tiền lớn và tiêu một lần thôi. Kế đó người ta đem đến cho anh một đơn hàng, rồi một đơn hàng khác để đòi tiền anh nữa. Khi anh trả đến cái đơn hàng thứ hai mươi rồi, anh bắt đầu nói rằng chiếc xe hơi của anh là một người làm công mà anh phải trả lương rất đắt: nó hút tiền của anh hơn người xếp kế-toán của anh nhiều.

Có những thứ của-cải — như hột xoàng chẳng hạn — mới xem qua hình như không cần phải tốn tiền gìn-giữ, nhưng bề nào anh cũng mất lợi về số tiền bỏ ra mua nó — hột xoàng không làm ra lợi — ngoài ra nó còn có thể bị mất, bị trộm hơn là tiền anh để trong nhà băng.

Những vật dùng để trang-sức là những vật luôn- luôn làm hao-tốn, vì một lý-do rất rõ-ràng là món này kéo đến món kia. Nếu anh mua một tấm thảm của Đông-phương, anh phải đặt nó lên một sàng nhà xinh-đẹp. Sửa lại sàng nhà cho đẹp, anh phải nghĩ đến việc sơn nhà, quét vôi và do đó anh thấy cần phải mua một cái màn mới, đặt bàn ghế mới v.v..

Một vật mới sắm khiến ta phải thay đổi cả toàn-thể và khiến ta có những ước-muốn mới, nhu-cầu mới.

Chữ Tổng-Cộng (Total) là một danh-từ giả-dối nhưt trong ngôn-ngữ thương-mãi. Danh từ ấy là một gánh nặng: anh càng mang lấy nó, nó càng trĩ nặng trên vai anh; đó là một danh-từ đáng chán và đáng sợ. Không biết bao nhiêu nhà doanh-nghiệp phải sạt-nghiệp vì không làm được một cái bản TÔNG-CỘNG.

Một nguyên-giá tổng-cộng (prix coûtant total) không phải là một sản-phẩm giản-dị như món xúp bột, mà là một sản-phẩm hết sức phiền-phức như là món bánh plum-pudding^[12] gồm có rất nhiều vị, và muốn dung-hoà các vị ấy cần phải có một tay đầu bếp thiện-nghệ. Kế-toán dùng để tính nguyên-giá ngày nay phải tiến-bộ hơn kế-toán của thời xưa nhiều lắm.

Tôi có thể nói theo Kipling rằng: "Người chỉ biết mặt những con số, thì hiểu được gì trong những con số ấy? (Que connait-il des chiffres, celui qui

ne connaît que les chiffres?) Những nhà kế-toán chỉ biết làm bộ máy sắp số, cộng, trừ, chia, mà không biết những con số ấy chứa-đựng cái gì, là những nhà kế-toán quá-thời rồi.

Nhà kế-toán hiện-đại không phải là một người máy biết toán học, không phải là bộ máy cộng. Một nhà kế toán khác hẳn một bộ máy. Không có bộ máy nào thay thế nhà kế-toán được. Nhà kế-toán không những là người điều-khiển con số, mà còn phải biết con số ấy có nghĩa gì, gợi ra cái gì, và biểu-thị cái gì.

Phần đông các công-ty Huê-kỳ dùng những nhà kế-toán có tài và nhận thấy vai trò thiết-yếu của họ: họ lãnh lương-bổng rất hậu và được dự tất cả cuộc hội-họp của hội-đồng quản-trị. Một nhà kế-toán có tài đôi khi có thể cứu-vãn nổi những cửa hàng sắp khánh tận.

Ngày nay, giá vốn không phải trước sau như một mà biến-đổi luôn-luôn; ấy là một sự đổi mới không ngừng, một vật linh-động và đồng-thời giả-dối. Anh tưởng rằng đã nắm chắc được nó trong tay: vút một cái nó đã trốn rồi; khi anh tìm nó lại được, anh thấy nó lớn hơn trước.

Người nào có tài tính được giá vốn ấy là người biết tìm ra nguyên-do sự lãng-phí (gaspillage).

Đó là một lời nói quả-quyết, quan-trọng đáng được ghi nhớ. Trong nhiều trường-hợp, những hãng dùng đến 500 công-nhơn thường có mướn một nhà chuyên-môn tính giá vốn. Ngoài lương-bổng, chủ còn cho y thêm tiền nhà, có khi tiền thuế mà công-việc làm chỉ là áp-dụng phương-pháp mới của kế-toán đặc-biệt. Nếu anh chưa có dịp thấy một nhà kế-toán chuyên-môn ấy làm việc, anh không thể quan-niêm nổi giá-trị của họ.

Giá-vốn **TỔNG-SỐ** = GIÁ TIỀN MUA BAN ĐẦU + SỔ. PHÍ GÌN-GIỮ. Những chữ dùng để giải-thích định-lý này là **TỔNG-SỐ** và **GÌN-GIỮ**. Hai chữ ấy gợi ra hai ý này: nguyên-giá do tất cả những giá tiêu-tiết cộng lại mà ra và số tiền bỏ ra ban đầu thường kéo theo nó nhiều số tiền khác nữa.

Trong doanh-nghiệp biết *định* giá-vốn **TỔNG-SỐ** là một việc thiết-yếu. Trước hết, anh nên biết (và không khó) giá trước kia như thế nào; kế đến,

giá ngày nay như thế nào (cũng là điều dễ nữa); sau hết giá ngày sau ra làm sao: điều sau này hết sức hữu-ích và người ta có thể biết tinh-tường được.

Anh có thể tiên-đoán các thứ giá một cách tinh-xác hơn là nhà khí-tượng tiên-đoán thời-tiết ngày mai. Anh còn có thể làm hơn nữa: trong nhiều trường-hợp, anh có thể quy-định giá được, ghi giá trước một cách chắc-chắn, anh không cần nhìn lại các giá cũ mà tiên-liệu được.

Điều cốt-yếu của Khoa-học là tiên-liệu. Không biết trước được tương-lai ít nhiều, tức là không khoa-học. Nếu tôi biết trước được ba phút việc gì sẽ xảy ra ở Thị-trường chứng-khoán (Bourse), chắc-chắn tôi sẽ trở nên nhà giàu nhưt trên thế-giới..

Theo đó, anh thấy cần phải luôn-luôn xem-xét tinh-tường đầy-đủ các nguyên-giá (prix coûtant). Đối với một vấn-đề quan-trọng như vấn-đề này không thể ước-chùng được.

Phải đem con số thay thế cho sự-kiện (les faits) và đem những bảng kê đồ-biểu thay thế cho con số. Khi một nhà kỹ-nghệ hoặc một thương-gia tiếp nhận mỗi bữa thứ hai, vào buổi trưa, một bảng đồ-biểu (statistique) trong đó ghi bằng mười hàng chữ những kết quả mỗi ngành hoạt-động của cửa hàng y trong tuần-lễ trước, người ấy có cảm-giác cầm vững công-việc của mình trong tay.

Nếu trong bảng đồ-biểu ấy đường cong chỉ "lên" thì mọi việc đều trôi chảy, ngành hoạt-động thuộc về đồ-biểu ấy có thể tự sức mình chạy được; nếu đường cong chỉ "xuống", thì sự trục-trặc sắp xảy ra: cần phải coi chừng ngành hoạt-động ấy, phải dùng sức bên ngoài tiếp-viện nó cũng như tiếp-viện một đạo binh, nếu đội binh ấy bắt đầu thất-thế trước kẻ thù.

Đối với phần đông chúng ta, hình như trong công-việc doanh-nghiệp ai cũng cố-gắng để hạ giá vốn. Và sự thật là thế; sự thật ấy sẽ như thế mãi-mãi không có một đạo luật nào có thể bỏ qua vấn-đề hạ giá vốn được.

ĐỊNH LÝ THỨ MƯỜI

Trước khi ước lượng tiền lời, phải tính tổng-phí.

...ĐỂ KHỎI TÍNH NHỮNG SỐ LỜI CAO HƠN SỐ LỜI THẬT SỰ

ĐỊNH LÝ THỨ MƯỜI

TRƯỚC KHI ƯỚC LƯỢNG TIỀN LỜI, PHẢI TÍNH TỔNG. PHÍ.

NGƯỜI được trả tiền sau cùng là người bỏ tiền ra để kinh-doanh. Y phải dám bỏ tiền ra trong khi chưa có gì đảm-bảo sự lời-lãi.

Nhiều nhà lý-thuyết ngây-ngô thường cho nhà doanh-nghiệp là " tay bóc lột " nhưng chính nhà doanh-nghiệp bị thiệt-thòi hơn cả. Người ta chửi họ nhưng người ta vẫn " móc túi " của họ.

Một nhà tư-bản có sáng-kiến dựng một công-cuộc làm ăn. Họ đem hết sự-nghiệp để thực-hiện, trả tiền nhân-công, nuôi những người cộng-sự chuyên-môn, trả trước các thuế-vụ, nuôi sống đủ mọi hạng người. Người chủ có thể bị tai-họa, bị đắm tàu, bị cháy nhà, công-việc làm ăn có thể bị thất-bát song những người đã nhờ y mà sống có hề-hấn gì?Y vẫn phải trả tiền, trả đủ mọi thứ tiền, sau rốt khi còn dư phần nào y mới có quyền trả tiền công cho mình !..

Đôi khi, họ chỉ còn cái "cùi" không; lắm khi họ sạt-nghiệp. Và khi ấy chúng ta càng thấy rõ chân-lý của định-lý thứ 10 này:

"Trước khi ước-lượng tiền-lời, phải tính các tổng-phí"

Nhưng có mấy ai nhìn nhận công-trình của nhà tư bản. Người ta thường nghĩ lầm: các nhà tư-bản luôn-luôn "hốt của", vì thế nhà tư bản bị người ta xem như kẻ thù của xã-hội.

Adam Smith^[13] cho rằng "sự làm việc là nguồn gốc của tài-sản " nhưng không nói rõ ông định-nghĩa "sự làm việc" như thế nào.

Sự thật thì tài-sản (la richesse) không do sự làm việc mà ra song là do *khối óc*. Bất-luận ở đâu và ở thời nào, người chỉ có sức làm việc bằng tay chân cũng không làm giàu đặng. Chính có những sáng-chế, những dụng-cụ, những máy-móc tối-tân, sự tìm ra những nguồn lợi mới, làm nảy sanh tài-sản. James Watt^[14] đã góp vào tài-sản của nhân-loại nhiều hơn tất cả những người lao-công của thời ông, hợp lại.

Nếu có lợi, số lời ấy nhà tư-bản đã hưởng một cách xứng-đáng. Họ làm việc nhiều hơn ai cả; có ai đảm-bảo sự thua lỗ của họ; có ai trả lương hưu-trí cho họ? Họ làm những việc nhọc-nhân hơn cả những công-việc bằng tay chân vì họ phải làm việc bằng đầu óc, phải quyết-định, phải dám chịu trách-nhiệm.

Nhà tư-bản lý-tưởng cũng hiếm như nhà nghệ-sĩ có tài. Trong sự thành-công của họ, sự may rủi dự phần rất ít, và thường hơn do sự kiên-tâm trì-chí, sự phát-triển không ngừng con người họ.

Thường khi người ta nhầm-lẫn nhà tư-bản với người chủ-xưởng (promoteur), người đề-xướng ra những công-cuộc kinh-doanh mới. Nhưng nhiệm-vụ của hai người khác nhau hẳn. Người chủ-xưởng là người có nhiều sáng-kiến, nhưng họ có thể là người chỉ-huy rất kém. Nhà tư bản và nhà chủ-xưởng khác nhau ở chỗ: người trước đặt tiền-bạc của mình vào công-cuộc làm ăn còn người sau chỉ đặt tiền bạc của kẻ khác (tức là những người hội-viên mua cổ-phần).

Người ta thường trách vì thiếu suy-nghĩ "tư-bản nhút-nhát". Lời trách này không đúng; tư-bản rất mạo-hiểm, có khi quá táo-bạo; tôi thì trái lại, tôi trách sự quá táo-bạo của tư-bản; tôi trách nhiều người quá mạo-hiểm gây nên những cuộc làm ăn quá bấp-bênh.

Trước giờ chưa ai viết về "những hy-vọng tiêu tan của tư-bản" nhưng nếu có ai soạn quyển sách ấy, nó sẽ đồ-sộ chẳng kém một bộ Bách-khoa Tùng-thư. Trong đó người ta sẽ thấy kể rằng: những công-cuộc kinh-doanh táo bạo nhứt xưa giờ chính do những nhà tư-bản đóc-suất và đã chôn vào đó nhiều tiền-của.

"Một mà mảy nắm chắc còn hơn hai mà mảy sẽ có". Đó là câu châm-ngôn của những người làm thuê. Nhưng nhà tư-bản lại nghĩ khác: cái "một mà họ nắm chắc" họ dám quăng-bắt để đoạt cái "hai họ sẽ có"; đối với họ cái hy-vọng đạt quyền sở-hữu quý hơn quyền sở-hữu (possession); Và lại người nào sinh sống bằng huê-lợi đều biết tuân theo nguyên-tắc này.

Nếu chân-lý này đặng giới doanh-nghiệp nhìn-nhận thì ta sẽ thấy nhiều ông Át, ông Giáp, rút ra khỏi trường, doanh-nghiệp: vì doanh-nghiệp chỉ

dành riêng cho những người nào có năng-khiếu, có rèn-tập và có học hiểu những quy-tắc về doanh-nghiệp.

MÓN TIỀN TRẢ SAU CÙNG, CHÍNH LÀ MÓN TIỀN LỜI— Món tiền ấy là món tiền còn lại sau khi trả tiền thợ, tiền người làm công, tiền người đánh máy chữ, tiền thuê-vụ, tiền nhà, tiền ngân-hàng, tiền chuyên-chở.

Lấy một thí-dụ. con số mua bán của một trong những xưởng chế-tạo ô-tô to nhưt bên Huê-kỳ năm ngoái tính ra 425 triệu. Tiền lời gộp (brut) là 35 triệu, nhưng người ta lại phải dùng 30 triệu để khai-thác thêm xí-nghiệp, thành ra chỉ tồn còn lời độ 5 triệu. Bán một chiếc ô-tô 10.000 quan, những nhà tư-bản đã đánh liều cả sự-nghiệp của họ trong xí nghiệp chỉ lời vồn-vẹn 125 quan ^[15].

Ta hãy lấy một thí-dụ giản-dị mà rõ-ràng để giải-thích những lời trên này. Tom Hold, một cầu-thủ bị gãy chun và què. Vì ái-mộ tài anh nên bạn bè mới đứng ra quyên tiền giúp, thầu được 5.000 quan và tậu cho anh một cửa tiệm: cửa tiệm buôn thuốc lá. Ngay hôm mở cửa, năm người bạn của anh đến tiệm và mua mỗi người một điếu xì-gà. Tom cho rằng buôn-bán khá và lấy điếu thuốc thứ sáu để ra hút. Sáu tháng, qua cửa tiệm bị khánh-tận và anh không biết tại sao. Anh không biết rằng bán được sáu điếu thuốc thì số tiền bán bốn điếu đầu thuộc về hãng làm thuốc, tiền bán điếu thứ năm thuộc về chủ phố, về đèn nước, thuê-vụ, v.v.. Điếu thứ sáu thuộc về anh và đó là tiền lời. TIỀN TỔNG. PHÍ NĂM TRƯỚC TIỀN LỜI. Tiền lời của Tom, vì anh không biết nguyên-tắc ấy, đã biến thành khói.

Trong doanh-nghiệp, sự thành-công không phải là sản-xuất hàng tốt, không phải bán đặng nhiều, không phải-mướn đông người làm; cái phần gây dựng ra sự thành-công, chính là cái còn lại cuối năm. Danh-từ vĩ-đại trong ngôn-ngữ thương-mãi, không phải là "GỘP" (brut) mà là "RÒNG" (net).

Tặng thêm tiền lời "ròng" (bénéfice net) đó là một trong các mục-đích của Thuật Đắc-lực. Nếu anh đạt đến mục-đích ấy thì công-việc của anh sẽ tự trôi chảy lấy một mình.

Nếu một công-ty hoả-xa, một tổ-chức kỹ-nghệ, một nhà hàng nhận thấy tỷ-số (pourcentage) lời ròng bị sút thì phải coi chừng: có cơ-nguy rồi. Sự sụt tiền lời ròng đối với một nhà thương-mãi cũng như bệnh tật đối với thân-thể người ta: đó là triệu-chứng của một vết-thương hay là một cơn bệnh.

Tuổi-tác và thân-thể to lớn không đủ làm cho ta sống yên-ôn được; thường thì tuổi-tác và thân-thể to lớn chỉ làm cho ta sinh tật tiêu xài và vô-trụ tức là hai tật có thể làm cho ta phải hư-hỏng. Cái lượng không quan-hệ bằng cái phẩm vậy.

Con khủng-long (dinsaure) có một thân-hình to lớn phi-thường, nhưng ngày nay giống thú ấy đã tiệt-chủng, thân-hình nó nặng đến 4.000 cân (livres), nhưng óc nó chỉ được một cân. Nó tiêu-diệt vì nó không sinh ra để mà sống đời.

Con người là một con thú yếu-đuối nhưng lại có một bộ óc nặng 4 hay 5 cân (livres) cho nên loài người thì tồn-tại mà loài khủng-long lại mất.

ĐỊNH LÝ THỨ MƯỜI MỘT

Sự nguy hiểm tăng bao nhiêu thì tiền lời tăng theo bấy nhiêu

.. ĐỂ TẬP CHÚNG TA NHÌN THẲNG VÀO NHỮNG TAI-NẠN VÀ NHỮNG NGUY CƠ.

ĐỊNH LÝ THỨ MƯỜI MỘT

SỰ NGUY HIỂM TẶNG BAO NHIÊU THÌ TIỀN LỜI TẶNG THEO BẤY NHIÊU

TRONG doanh-nghiệp, không có cái gì được trọn vẹn an-toàn. Không có cái gì chắc-chắn mà không đổ-vỡ. Không có gì bền-bỉ mà không suy-tàn.

Không thể loại bỏ hẳn sự nguy-hiểm được: chỉ có thể giảm bớt mà thôi. Sự nguy-hiểm chia ra nhiều bực; có thể biến sự nguy-hiểm lớn thành ra sự nguy-hiểm nhỏ; trong một xã-hội đầy thảm-trạng như xã-hội ta, không ai có thể đòi-hỏi một sự an-toàn đầy-đủ được.

Thuật Đắc-lực tức là cái thuật bao gom những phương-pháp và nguyên-tắc dùng để giảm bớt nguy-hiểm và sự lãng-phí. Chỉ có bấy nhiêu đó và bấy nhiêu đó cũng là nhiều lắm rồi. Người nào tự-phụ có thể làm hơn nữa là một người xảo-mị.

Wellington nói: "Chiến-tranh là một chuỗi dài lầm-lỗi và vị tướng tài là người ít lầm-lỗi hơn hết." Trong doanh-nghiệp cũng vậy: không có một nhà buôn nào đứng vững đời-đời, không thể quán-thông mọi sự, không thể trở thành một siêu-nhân. Y vẫn là con người mãi-mãi.

Nhiều người vì quá tự-tin mà sự-nghiệp không bền. Họ không tập cách chống lại nguy-hiểm mà chỉ tập cách trốn-tránh: họ chỉ bám lấy cái địa vị đầu-tiên mà người ta kiếm sẵn cho họ, dẫu địa-vị ấy có thấp-hèn đến đâu cũng mặc, và trọn đời, họ chịu ngồi rình-rập trước một hang chuột, vì họ không biết rằng cái hang chuột chỉ nhả ra được một con chuột mà thôi.

NGUY HIỂM LÀ ĐIỀU CẦN THIẾT- Công-việc doanh-nghiệp không phải là công-việc mua rẻ và bán đắt như các văn-sĩ và giáo-su tưởng-tượng. Thương-mãi phiền-phức hơn luật-học, y-học, thần-học hay các ngành khác trong tri-thức của loài người nhiều lắm.

Có rất nhiều cách làm mất tiền mà ngôn-ngữ không đủ chữ để mô tả hết được. Phải trọn một đời người mới biết rõ những cạm-bẫy của nghề buôn.

Người ta đã nói đến rừng hoang; nhưng trong giới doanh-nghiệp mà chúng ta bước chun vào, nguy-hiêm còn nhiều xấp trăm rừng hoang nữa.

Đại-khái công-việc doanh-nghiệp chỉ để lại cho ta một số lời rất mỏng-manh. Sau khi xem-xét kỹ, tôi không chắc kỹ-nghệ có thể đem lại cho ta một số lợi trung-bình quá hai phần trăm số vốn.

Những gia-sản lớn còn ít ỏi và rời-rạc lăm; người thành công thì ít, mà người thất-bại thì nhiều: khắp nơi đều có người bị khánh-tận. Và thường-thường khi nào có một nước làm ăn thanh-vượng thì một cuộc chiến-tranh xảy tới làm cho nước ấy phải điêu-tàn.

Trong việc khai-thắc mỏ vàng không bao giờ có lời ròng, số tiền người ta thu được không bằng số tiền người ta chôn xuống đất: những người sành nghề tìm vàng đều chứng-nhận như thế. Và nếu người ta mở một cuộc điều-tra, người ta sẽ nhận thấy ngay rằng vô-số công-cuộc doanh-nghiệp đều lâm vào trường-hợp ấy.

Như vậy thì phải tính thế nào? Chúng ta chỉ còn chọn lựa: Hoặc là ngồi khoanh tay và nói: "Ích lợi gì?" Hoặc nhảy mạnh tới, đưa nắm tay lên và la lớn: "Được lắm! Ta sẽ gắng làm khá hơn!". Riêng phần tôi, tôi không phải là người có phận-sự yên-ủi những kẻ thất-vọng chỉ biết khoanh tay ngồi chờ. Nhưng người ấy không được tôi kính-nể? Và không bao giờ tôi đem cái triết-lý an-phận thủ-thường này ra truyền-bá: "Nếu anh không làm được một cái thác nước thì hãy bằng lòng làm cái mội nước vậy. "

Gới doanh-nghiệp đầy-dẫy nguy-hiêm: Anh phải sẵn sàng đương đầu với nguy-hiêm ấy và phải nhớ rằng *Nguy-hiêm càng nhiều, tiền lời càng lớn.*

Anh đã có thể tìm đủ điều-kiện để giữ lấy sự thành công; thầu-dụng những kẻ tài-năng, lo huấn-luyện lấy mình và huấn-luyện những người giúp việc đem áp-dụng đầy-đủ những phương-pháp đặc-lực và phải cần-mẫn giám-thị công việc làm.

Một nhà doanh-nghiệp không nên chịu theo cảm-hứng của mình, để làm một công-việc mà mình không đủ tư-cách. Cũng không bao giờ nên quyết-định một điều gì theo sự kích-thích của kẻ chung-quanh. Bôn-phận của nhà

doanh nghiệp là thấu-thập thật nhiều tài-liệu, hỏi ý-kiến những người hiểu việc, rồi tự mình quyết-định lấy.

Nếu không có một sự đỡ-đầu chắc-chắn của một nhà băng thì không nên bước chun vào giới doanh-nghiệp. Nhà băng sẽ che-chở cho ta mọi nguy-hiểm. Một chủ nhà băng thường không có sáng-kiến nhưng lại hết sức cẩn-thận. Nếu anh không muốn trọn đời thấu một số lợi nhứt định là ba phần trăm (3 %) thì anh không nên làm theo ý-kiến của nhà băng, nhưng nếu anh muốn tìm biết nguy-hiểm ở chỗ nào thì ý-kiến của chủ nhà băng sẽ rất có giá-trị.

Riêng trong rừng tiền bạc, bề trong và bề ngoài của sự việc không giống nhau. Những "cổ-phần", " trái-khoán" tức là những tờ giấy xem bề ngoài thì xinh-đẹp mà thật ra không có giá-trị bằng những khúc gỗ hay phiến gạch.

Trong nhiều trường-hợp, cổ-phần chỉ đại-diện cho hy-vọng của con người: nó làm cho người có cổ-phần tưởng mình giàu-có; và những trái-khoán thường không có giá-trị hơn một hồi-phiếu. Trong thời buổi thịnh-vượng thì nó thay thế cho của-cải được, nhưng gặp lúc khó-khăn thì nó không có chút giá-trị nào.

Thật ra, một công-việc làm ăn mới bao giờ cũng đầy nguy-hiểm. Dầu công-việc được đặt dưới quyền những tay giám đốc có tài, nó cũng chỉ là một sự mạo-hiểm, Muốn thành-công cần phải có nhiều yếu-tố, và vô-số công-ty ra đời một cách vội-vàng, và nông-nổi quá khiến người ta có cảm-tưởng đó là những trò cầu-may chớ không phải là một cơ-sở làm ăn chắc-chắn.

Nhà cự-phú A. Carnegie bao giờ cũng cẩn-thận. Chánh-sách của ông là chờ-đợi và rình-rập. Khi nào ông tin chắc một sự phát-minh mới ra đời có thể làm ra lợi, ông mua ngay lấy để dùng vào công-ty của ông. Là người có chí tiến-thủ lớn, ông phải tìm đủ bảo-đảm mới chịu khởi-công.

Lắm khi có một nhóm tư-bản , can-đảm mở một xí-nghiệp mới và ngay trong năm đầu đã thấu được một số lợi lớn thì các nhà pháp-luật vội-vàng làm ồn lên. Họ cho ra một đạo-luật hạn-chế tiền lời từ 8 đến 10 phần trăm, như trường-hợp công-ty điện-khí. Và đạo-luật ấy được thi-hành vì các nhà pháp-luật không biết sự thật và sức mạnh của định-lý thứ mười một của

chúng tôi: họ không biết rằng làm như vậy họ phá hoại tinh-thần sáng-kiến và phát-minh.

Khi tôi nói rằng nguy-hiểm càng tăng, tiền lời càng lớn, câu nói ấy không phải là của tôi mà cũng không phải của ai hết. Câu nói ấy là một trong những phép-tắc chi-phôi giới thương-mãi, một phép-tắc mà người ta không thể trốn tránh và không thể hủy-bỏ. Hạn-chế phần thưởng, tức là hạn-chế óc quả-cảm và cũng là phạm tới tinh-thần sáng-tạo.

Về việc đặt vốn, tôi thấy rằng cách giữ cho khỏi lỗ là làm một bản đặc-điểm tài-sản (chartede la propriété) và những giá-khoán làm thành tài-sản ấy theo đặc-điểm sau này:

- (1) Cổ-phần thường^[16] 8%
- (2) Cổ-phần ưu-tiên thường^[17] 7 %
- (3) B. - Cổ-phần ưu-tiên^[18] 5%
- (4) A. - Cổ-phần ưu-tiên^[19] 4.25%
- (5) Trái-khoán để-áp đầu (có thế đồ)^[20] 3.80 %
- (6) Bất-động-sản của công-ty Northland Ry Cy^[21]

Sắp đặt những giá-khoán cái này trên cái kia theo hình một cái tháp và chỉ rõ giá-khoán nào gần tài-sản hơn và giá-khoán nào xa tài-sản hơn hết. Lẽ cố-nhiên giá-khoán nào gần tài-sản hơn hết là giá-khoán chắc-chắn hơn hết.

Phải hạn-định tổng-số phát-hành mọi thứ giá-khoán là bao nhiêu; xác-định giá-trị phỏng-chừng và tìm biết những điều-kiện chắc-chắn của toàn-thể công-cuộc: tìm xem có thể dùng những phương-pháp hiệu-nghiệm vào sự thi-hành công-cuộc được chừng nào. Sau hết, nếu muốn đặt vốn một cách chắc-chắn, ta có thể mua những trái-khoán để-áp đầu. Nếu ta muốn đầu-cơ thì ta nên mua cổ-phần.

Nếu anh chú-ý làm một đặc-điểm như tôi đã vạch trên kia thì chắc-chắn anh sẽ ít hao tiền hơn.

ĐỊNH LÝ THỨ MƯỜI HAI

Tất cả các giá trị đều không tránh khỏi sự trôi sụt

ĐỂ CHÚNG TA ĐỪNG ĐEO ĐUÔI MÃI CÁI GÌ KHÔNG SINH-SẢN

ĐỊNH LÝ THỨ MƯỜI HAI
TẤT CẢ CÁC GIÁ TRỊ ĐỀU
KHÔNG TRÁNH KHỎI SỰ TRỒI SỤT

THỈNH THOẢNG tôi có dịp đi qua các thành-phố chết, ở đó tôi chỉ thấy ngày đêm luân-chuyển. Ngoài ra không còn có gì khác.

Ở đó người ta không thấy một công-cuộc doanh-nghiệp nào, không thấy một tờ quảng-cáo, một bằng-chứng nào tỏ ra người ở đó có óc sáng-kiến, ham-thích hoạt-động hoặc tìm biết những điều gì mới-mẻ. Khách qua đường lừ-đừ như người chết, họ không có vẻ là con người nữa: họ cử động vì THÓI-QUEN: họ là những bóng ma; nếu anh thử châm-chích vào người họ, họ không đổ máu: máu họ không đủ sức chảy ra ngoài

Những người ấy thâm-nhiệm tư-tưởng cổ-hủ, quan-niệm của họ căn-cứ vào những giá-trị mục nát, tinh-thần của họ lụi lại sau lưng họ. Về công-việc doanh-nghiệp, tuyên ngôn của họ là: Từ xưa nay và khắp trong vũ-trụ không có gì thay đổi, và vũ-trụ vẫn "trường-tồn".

Ngày nay, mặc dầu khoa-học tiến-bộ, nhiều phát-minh ra đời, quan-niệm cổ-hủ ấy, quan-niệm cho rằng vạn-vật bất-biến, vẫn còn lưu-truyền trong giới doanh-nghiệp. Do đó, mà phát-sinh ra khuynh-hướng tin số-mạng. "Cái gì đã có hôm nay, ngày mai sẽ tái-diễn. Nếu không, người ta sẽ không làm gì được".

Carlyle nói: "Đối với mọi sự dĩnh-dáng tới quá-khứ. chúng ta có thể tin ở số-mạng". Được lắm! nhưng không nên tin số-mạng đối với mọi sự dĩnh-dáng với tương-lai. Tinh-thần nhẫn-nhục chỉ được coi như là một tánh tốt khi nào ta đem nó dùng vào những việc trong thời quá-khứ; nếu không, nó thành ra một tật xấu, một ảnh-hưởng tai-hại trong trường hoạt-động của loài người.

Không! Giới doanh-nghiệp là một trường tiến-hoá, một trường biến-đổi không dừng. Công-việc doanh-nghiệp không phải một phép-tắc do kẻ trước

làm ra; không phải là một nghệ-thuật mà người ta học theo và ghi nhớ; đó là một cái gì linh-hoạt như đời sống, một cái gì luôn-luôn đổi mới, một cái gì thành-tựu theo phép-tác riêng.

Trong doanh-nghiệp, kinh-nghiệm suông chưa đủ; còn phải có khiếu quan-sát, ham-mê, thích-ứng, rèn-luyện; nếu không có những khiếu ấy thì kinh-nghiệm chỉ làm cho ta đi thụt lùi. Trong đời có nhiều trường-hợp không nên dùng trí-nhớ. Và nếu trong mỗi Hội-đồng quản-trị, người ta biết dùng một người trẻ tuổi ham tìm-kiếm phương-pháp mới và hình-thức hoạt-động mới, người ta sẽ đạt được những kết-quả tốt.

MỌI GIÁ TRỊ ĐỀU PHẢI TRÔI SỤT.— Bởi vậy chúng ta phải chú-ý đến tin-tức sau cùng trong thương-trường. Ngày nay, dầu việc khó-khăn đến đâu người ta cũng làm được, nên không có gì giữ mãi một hình-thức cũ.

Tuần-lễ trước, tôi gặp một nhà doanh-nghiệp người nước Anh mới vừa khánh-tận. Y chuyên nhập-cảng và bán chàm (indigo); y không đê-ý tới sự tiến-bộ của hoá-học và ảnh-hưởng mà sự tiến-bộ ấy gây ra trong nghề-nghiệp của y. Một hôm, hoá-học chế được chất chàm và người ta không dùng chàm trồng từ Ấn- độ nữa; trong mấy tuần-lễ, kỹ-nghệ chàm biến-đổi hẳn. Trong trường-hợp ấy, sự trôi-sụt là một cuộc cách-mạng thật-sự.

Không có cuộc doanh-nghiệp nào tránh khỏi ảnh-hưởng của sự phát-minh và khoa-học. Nhiều xí-nghiệp tưởng vững như Thái Sơn, đều sụp-đổ trong chốc-lát. Và trong thời-đại khoa-học này, muốn thành-công, phải luôn-luôn cần-mẫn.

Gần đây, người xuất-bản tờ nhật-báo lớn nhất ở New-York yêu-cầu tôi điều kỳ-quặc này: " Ông Casson, tôi muốn nhờ ông mỗi tuần-lễ gửi cho tôi một cái sổ ghi những tư-tưởng mới và giá-trị của những tư-tưởng ấy. Tôi không có thời-giờ làm việc ấy, nhưng tôi không thể bỏ qua được." Nhà xuất-bản ấy thật là một người biết thích-ứng với nhu-cầu thời-đại; ngày nay tờ báo của ông ta xuất-bản hơn một triệu số mỗi ngày.

Không ai đoán trước được một tư-tưởng mới hay một phương-pháp mới sẽ xuất-hiện ở ngành nào. Các nhà tìm vàng thuở xưa thường nói rằng: "Bất-cứ chỗ nào người ta cũng tìm được vàng cả." Tư-tưởng cũng vậy. Ta phải để tai để mắt nghe ngóng mọi hướng.

Nhiều nhà doanh-nghiệp tưởng rằng tiền-bạc là một tài-sản vững-chắc và người ta có thể nương-tựa vào đó. Thật là lầm to! Thật ra, giá-trị tiền-bạc thay-đổi từng giờ, tiền-bạc là một vật bấp-bênh nhứt trên thế-giới; và vào lúc khủng-hoảng, khi anh cần tiền hơn hết, anh lại khó kiếm ra tiền hơn hết. Tiền-bạc là một người bạn trong lúc giàu. Khi không cần, thì tiền vô như nước; khi cần thì nó lại chạy xa!

Giá-trị đồ-vật còn tùy từng nơi nữa. Một người ở chỗ hẻo lánh được một chỗ làm nơi đô-thị và mỗi năm ăn được 25.000 quan; y tự bảo: giàu rồi. Nhưng ngày đầu-tiên y đến tỉnh thành, y phải trả 2 quan rượu chai rượu bia, 4 quan điếu xì-gà và 12 quan bữa điếm-tâm. 25.000 quan của y không còn nhiều như trước nữa.

Du-lich sẽ giúp ta nhiều điều lợi; nó bắt ta phải chú-ý đến sự trôi-sụt của giá-trị; nó mở-rộng tai mắt ta. Khi về nhà, ta sẽ biết được nhiều chuyện mà trước kia ta không để-ý.

Hầu-tước Haldane gần đây có nói rằng "mở rộng tầm mắt" tức là to lớn thêm và đi đến thành-công; tức là ôm trong tay cả vùng hoạt-động của doanh-nghiệp, của khoa-học và tư-tưởng; tức là gài-gửi những phát-minh mới; và như vậy người ta không còn gặp cảnh bất-ngờ.

SÃN-SÀNG, đó là điều cốt-yếu. Đoán trước được-những nhịp bước của sự tiến-hóa, thường-thường người ta tránh được những điều thiệt-hại. Hướng-dẫn công-việc doanh-nghiệp cách nào để nó khỏi sụp-đổ vì sự thay-đổi, và tránh được những tình-thế hỗn-loạn có thể xảy ra.

Ở Huê Kỳ có một người chủ ngân-hàng tháo-vát tên là Babson, y bán cho các nhà doanh-nghiệp nào muốn mua, một cái giá-ngạch-biểu (cote) đặc-biệt. Sự lên giá, hạ giá, đều ghi trong ngạch-biểu ấy rõ-ràng đến nỗi liếc mắt qua, ta có thể nhận được tình-hình công-việc rồi, Cố-nhiên những giá-ngạch-biểu ấy không phải đứng mãi được, nhưng nó giúp ta được nhiều việc và công-dụng của nó như vậy cũng đã nhiều rồi.

Nghiên-cứu một vấn-đề hay hơn thử-đoán cách giải-quyết vấn-đề ấy; suy-nghĩ chín-chắn hay hơn là vô-lự. Và cũng như các tay cá ngựa nghiên-cứu những thành-tích của ngựa đua, các nhà doanh-nghiệp nên nghiên-cứu quá-khứ của những giá-khoán (valeurs) mà mình định mua.

Tôi còn đi xa hơn: tôi nói có thể tiên-đoán tương-lai thời-giá trong một phạm-vi rộng-rãi được. Cách đây mấy-năm, tôi được một nhà buôn da lớn ở New-York mời đến hỏi ý-kiến. Cũng như bao nhiêu đồng-nghiệp của y, y cố-gắng chứa một số da rất nhiều mà không đủ vốn. Giá da lên cao. Tôi khuyên y nghiên-cứu kỹ-luỡng thời-giá da có lông trong ba năm sau này và lựa thứ da có lông nào có những điều-kiện sau đây: 1. chắc hơn hết và tiện-dùng hơn hết; 2. về sau này da ấy sẽ hiếm; 3. tương-đối giá rẻ; 4. giá bán và sức tiêu-thụ ba năm gần đây lên đều-đều. Y nghiên-cứu và chọn da con chuột chũi (taupe). Mùa đông năm ngoái, da con chuột chũi được người ta thích dùng và giá bán vọt lên tận trời. Đó là một trường-hợp chắc-chắn về thuật tiên-đoán.

GIÁ TRỊ PHẢI CHỊU TRỜI SỤT LUÔN. — Giá-trị không những lên xuống ở thị-trường, mà còn lên xuống ở khắp nơi. Thế-giới doanh-nghiệp không phải là "chất cứng", mà là chất loãng; thường-thường, nó là một chất hơi và một chất nổ; nó là một thế-giới bột-phát, một thế-giới hoạt-động, tiến-hoá, và đổi lốt khàng ngừng. Nó là một con sông đầy sóng gió mà có người cỡi thuyền đi tới sự-thành-công, và cũng có người bị tấp vào bờ.

ĐỊNH LÝ THỨ MƯỜI BA

Giá-trị hoặc là trực-tiếp hoặc là hoãn-triển

**ĐỂ CHÚNG TA BIẾT MỘT CÁCH CHẮC CHẴN GIÁ TRỊ TÀI SẢN
CỦA CHÚNG TA**

ĐỊNH LÝ THỨ MƯỜI BA.
GIÁ-TRỊ HOẶC LÀ TRỰC-TIẾP
HOẶC LÀ HOÃN-TRIỂN

Vì không hiểu tường-tận định-nghĩa của cái danh-từ nguy-hiêm: "Giá-trị" (valeur)^[22] mà nhiều người trong bọn chúng ta phải mất tiền.

Có nhiều thứ giá-trị. Thí-dụ như một nhà nghệ-sĩ trong đám bè bạn tôi bảo rằng ngôi nhà của y đáng-giá 125.000 quan; tôi đặt nhiều câu hỏi để y trả lời; do đó tôi được biết rằng y mua ngôi nhà ấy 100.000. Y đem bảo-hiêm với giá 75.000 quan. Y sửa-sang lại và theo y sẽ có người mua với giá 125.000 quan. Nhưng nếu một ngày kia y phải bán nhà, thì chắc-chắn y không thu được quá 25.000 quan.

Trong trường-hợp này, chúng ta thấy có bốn thứ giá-trị khác nhau:

Số tiền bỏ ra: 100.000 quan.

Giá-trị bảo-hiêm^[23]: 75.000 quan.

Giá-trị trực-tiếp^[24]: 25.000 quan.

Giá-trị hoãn-triển^[25]: 125.000 quan.

Giữa "bây-giờ" và "ngày sau" có một sự khác nhau rất lớn. Trong bọn chúng ta không có một người nào mua được rẻ, bán được hời, nếu không nhận rõ sự quan-trọng của định-lý thứ mười ba của chúng tôi: Giá-trị hoặc là trực-tiếp, hoặc là hoãn-triển.

Khi anh định mua giá-khoán — cổ-phần hay thương-phiếu— anh cần phải xét đến ba yếu tố: Sự An-toàn, Tiền-lời, Sự dễ bán. Nhiều giá-khoán lời ít mà giá cao vì người ta bán được liền nửa giờ sau. Cổ-phần hoàn-toàn chắc-chắn, lời 7 %, của những hội nhỏ, phải bán theo giá ghi bởi vì nó

không thể bán được ngay. Điều ấy tỏ rằng, ngoài sự an-toàn (sécurité) và lãi-suất (taux du bénéfice) ra chúng ta cần chú-ý đến nhiều yếu-tố khác.

Vai-trò của thị-trường chứng-khoán (Bourse) là tìm thị-trường trực-tiếp cho những giá-khoán được ghi vào giá-ngạch-biểu (valeurs cotées) mà khi bán không làm sụt giá bán của những giá-khoán này. Tổng-quát, thị-trường giữ vững giá bán và lo cho sự tiêu-thụ mau chóng. Nếu thị-trường chứng-khoán không có thì sự tranh-tụng sẽ mạnh hơn là sự buôn-bán.

Một trong những bi-kịch thường xảy ra trong giới doanh nghiệp là sự lỗ-lã vì bán ép giá; chỉ trong một nháy mắt, một tài-sản đồ-sộ có thể đồng giá với một đồng sắt vụn. Tiền lời tiêu ra nước. Bất-cứ vật gì *phải* bán gấp thì sự mất giá của nó không thể có giới-hạn được.

NHỮNG GIÁTRỊ CÓ THỂ ĐỔI TIỀN MẶT (VALEURS RÉALISABLES).

Khi gia-sản bị đem bán đấu-giá thì người có gia-sản mới hiểu hai tiếng đấu-giá nghĩa là gì. Người nghèo học nghe được hai-tiếng ấy ở cửa tiệm cầm đồ; nhà thương-mãi hiểu được nó khi số hàng tích-trữ còn đọng trong nhà mà một cuộc chiến-tranh xảy tới làm gián-đoạn sự thương-mãi; nhà kỹ-nghệ nhận-thức được, khi toan đem cửa hàng cầm-cố để vay tiền.

Người ta thường nói các chủ nhà băng là người bi-quan chỉ vì chủ nhà băng hay chú trọng đến giá-trị trực-tiếp (valeur immédiate). Công-việc của nhà băng trái hẳn với công-việc của người chủ-xưởng và người đầu-cơ tức là những kẻ chỉ chú trọng đến giá-trị hoãn-triển (valeur différée). Hai quan-điểm đều chánh-đáng và ích-lợi như nhau, nhưng thường thường chối nhau như hướng đông và hướng tây.

Theo lẽ thì không nên bỏ hai phần ba vốn của mình vào những tài-sản mà giá-trị hiện-tại (valeur actuelle) tương-đối không cao lắm. Người ta hiểu một cách nguy-hiểm câu này của Andrew Carnegie "*Hãy để trọn số trứng vào một thúng và coi chừng cái thúng*". Thật ra ông nói câu ấy khi cái thúng của ông đã mở rộng đến nỗi nó được an-toàn hơn các nhà băng. Trên đường làm giàu, Carnegie chú-ý đến nhiều công-cuộc doanh-nghiệp. Từ năm 1855 đến 1865, ông bỏ cổ-phần vào không dưới mười công-ty chưa kể công-ty kỹ-nghệ thép.

Có người muốn đầu-cơ đất và đem hết vốn mua đất-đai ở một vùng, ở đó mấy năm sau người ta phải cất một nhà ga. Trong trường-hợp ấy, sự đặt vốn (placement) của y vững-chắc. Khi đường sắt đặt xong, y có thể bán miếng đất với giá ba lần cao hơn. Nhưng y phải tự hỏi: "Tôi có thể chờ đợi không?"

Người nào vốn ít thì phải bám-chặt lấy tài-sản mà giá-trị *hiện-tại* cao bốn hoặc năm phần lời đủ làm cho y vừa lòng: chỉ người nào có vốn to để chịu đựng mới nên theo chánh-sách "đánh liều". Những số lời to phải dành riêng cho kẻ nào dám và chịu được thua lỗ to. Tôi nghĩ rằng những kẻ giàu to có bản-phận dám chịu "đánh liều" để giúp-đỡ những công-cuộc làm ăn mới đang mở thêm những trường hoạt-động mới; và chỉ có những kẻ ít phương-tiện mới nên dè-dặt mà thôi. Tóm lại, bản-phận đầu-tiên của một người là đứng vững, chớ không phải bỏ nhào ra đất và ngăn hết lối đi.

Những người bỏ vốn làm ăn trong nhiều công-cuộc khác nhau phải giữ lo sao cho một phần vốn của mình đang vững như tròng — đó là những chiếc tàu cứu nguy để phòng khi cơn bão tố xảy tới. Những người bỏ những giá-khoán ít lời để chụp giựt những giá-khoán nhiều lời luôn-luôn gặp nguy-hiểm; họ ham thứ lời 10% hơn là 4%. Và khi có người khuyến-khích họ mua những cổ-phần ưu-tiên (actions de préférence), để được hưởng những cổ-phần thường (actions ordinaires) thì trong bọn chúng ta ai cũng thích cả.

Người nào có chút của đều có sẵn trong tủ sắt một cái gói chứng-khoán (titres) nhỏ buộc bằng một sợi dây gai... trong gói ấy vật có giá-trị chính là sợi dây gai!

Giữa những giá-trị ngẫu-nhiên (valeurs d'occasion) của một món hàng, có một sự khác nhau rất kỳ-dị. Giá-trị ngẫu-nhiên của giày dép, đồ-dạc v.v.. bao giờ cũng thấp; giá-trị ngẫu-nhiên của ngựa, đồ bạc y.y.. bao giờ cũng cao. Những tấm thảm Đông-phương chỉ bán lại trung-bình chừng hai phần ba giá mua, những chiếu trải nền nhà ít khi bán được một phần tư giá mua. Thường khi chúng ta cũng nhận thấy có khi dùng hột xoàn lại rẻ hơn dùng hoa tươi, vì hột xoàn dùng rồi cũng bán được hai phần ba giá, còn *hoa tươi khi đã héo chỉ để vứt vào sọt rác*.

Nếu tôi là nhà buôn, tôi tập cho người làm công của tôi biết phân-biệt giữa hai tiếng: TRỰC TIẾP và HOÁN TRIỂN. Tôi chia hàng-hoá ra hai thứ: thứ tin-cậy được và thứ hoài-nghi, thứ cần-thiết và thứ dư dưng. Tôi sẽ ghi chữ TRỰC TIẾP trên thứ hàng-hoá dư dưng và tôi sẽ đối-xử và trả tiền lương cho người làm công của tôi tùy theo sức họ bán những thứ hàng-hoá ấy. Ngoài ra, tôi còn lấy một số lợi to về những thứ hàng-hoá TRỰC TIẾP. Bán đường thì tôi bằng lòng một số lời 8 %, nhưng bán xa-xỉ-phẩm, tôi cố gắng lời cho được 200%.

Như vậy yếu-tố thời-gian xen vào vấn-đề giá-trị bằng mọi cách; có những món tăng giá, có những món mất giá; có thứ hàng-hoá bán được đến nỗi được quý-trọng gần như vàng; thứ khác lại có một giá-trị mỏng-manh, tương-đối đến nỗi người ta coi như đồ bỏ. Giá-trị cố-hữu (thực-giá) (valeur intrinsèque) thường là một danh-từ rỗng.

Định-lý thứ mười ba này, đem áp-dụng vào sự dùng nhân-công cũng đặc-lực lắm. Giá-trị một người làm công tài-bộ, lanh-lợi là một giá-trị TRỰC TIẾP, giá-trị một người làm công mới, thiếu huấn-luyện là một giá-trị hoán-triển. Mỗi một người làm công mà giá-trị chưa thành-tựu là một gánh nặng. Người làm ra lời, chính là người đã được huấn-luyện, người đi làm việc nhiều năm. Công-ty "Bell Telephone" ở Huê Kỳ nhận thấy rằng nhân-công của họ bỏ-đồng không làm việc quá bốn năm. Thấy vậy Công-ty thi-hành một chế-độ mới, lo cho nhân-công trong lúc đau-ốm, hưu-trí, và sự giáo-dục khiến cho người làm ở lại lâu hơn. Từ đó công-việc giao-thông bằng điện-thoại của công-ty phát-triển đến-tột bực.

Tóm lại, tôi nói rằng trong từ-ngữ thương-mãi có nhiều chữ mà người ta không hiểu hết nghĩa, và trong những chữ ấy có chữ GIÁ-TRỊ.

GIÁ TRỊ không phải là một tiếng có một định-nghĩa giản-dị, định-nghĩa của chữ ấy thật là phiền-phức, nó có góc, có ngạnh. Một món hàng có mười giá-trị khác nhau đối với mười bạn hàng khác nhau. GIÁ-TRỊ tùy nhiều sự-kiện, nhiều thời-thức, nhiều tư-y và nhiều tình-cảm; nó vừa là tinh-thần, vừa là vật-chất; nó có thể mỏng-manh như sắc điệu của màu hồng và cũng vĩnh-cửu như sông núi.

ĐỊNH LÝ THỨ MƯỜI BỐN

Tiền-bạc tức là vàng

... ĐỂ CHÚNG TA TRÁNH ĐƯỢC NHỮNG TAI HOẠ BẤT NGỜ

ĐỊNH LÝ THỨ MƯỜI BỐN TIỀNBẠC TỨC LÀ VÀNG

NGƯỜI TA có thể nói đây là một *định-lý* "địa-phương". Chân-lý của nó không được phổ-biến; chân-lý ấy không phải nhứt-thiết ở đâu và trường-hợp nào cũng dùng được, các nước văn-minh có thể thương-lương với nhau để bỏ đi. Nó không tuyệt-đối như chân-lý của *định-lý*: "Biết được số trung-bình thì biết kết-quả" (La connaissance des résultats s'obtient par l'établissement d'une moyenne) mà dầu đem áp-dụng trên Hoả-tinh cũng vẫn đúng như ở địa-cầu này.

Tuy-nhiên ngày nay, nó lan tràn theo một tỉ-lệ lớn quá khiến chúng ta không thể coi thường mà không đặt thành *định-lý*; nó là kết-quả của nền văn-minh và, vì không biết sức-mạnh và tánh cách tất-nhiên của nó mà nhiều công-cuộc phải sụp-đổ.

Nhiều nước lớn lấy vàng làm đơn-vị cho tài-sản và của-cải. Vàng đại-diện cho sự cường-thịnh, nó là tinh-hoa của giá-trị, là một vật mà chỗ nào cũng có, và luôn-luôn được nhìn-nhận trong công-cuộc mậu-dịch.

Không có một chất gì hảo-huyền, đối-trá bằng vàng; nhưng nền văn-minh thế-giới lại thành-lập trên chất ấy. Một Quốc-gia cường-thịnh hay suy-vong, thịnh-vượng hay nghèo túng đều tùy số vàng don vào quốc-gia ấy hay từ quốc-gia ấy lãng đi nơi khác.

Nền thương-mãi quốc-tế là gì, nếu không phải là một cuộc thi kéo dây ở hai đầu một sợi dây bằng vàng?.. Nếu sợi dây ấy về bên nào thì bên ấy sẽ vui-mừng không kể xiết.. Như một lũ người hà-tiện, các cường quốc đem vàng chất đầy tủ, rồi đâm chém nhau để thu-thập thêm nữa, thêm mãi, thứ kim-thuộc màu vàng ấy.

Vàng còn là một cái gì khác hơn là kim-thuộc ấy là cái tượng-trưng phổ-biến của sự giàu-có; nhiều kim-thuộc khác có giá-trị hơn, nhưng không có

thứ nào có những đức-tánh thực-chất (intrinsèques), lịch-sử (historiques) như vàng.

Chính vì tiếng gọi của vàng mà các vị anh-hùng đi chinh-phục xứ này, xứ khác. Chính vàng đã đem mầm văn-minh gieo-rắc khắp năm châu.

Chính vàng đã xuất-hiện và tràn-lan từ Nam Mỹ qua Âu-châu, phá-hoại chế-độ phong-kiến, giải-thoát nông-nô, giảm bớt uy-thế của giai-cấp quý-tộc và đặt cơ-sở đầu-tiên của chế-độ tư-bản và kỹ-nghệ. Từ những mỏ vàng ở Mexique và xứ Pérou đến cái thót gổ kê đầu vua Charles 1er bị chết chém, sự liên-lạc nhân-quả rất dễ thấy.

Vậy thì vàng không phải là một danh-từ trống-tron, một qui-ước, một sự ngẫu-nhiên: vàng đại-diện cho uy-quyền, ấy là thứ tiền-tệ duy-nhứt; ngoài vàng ra không có một thứ tiền-tệ nào có giá-trị.

Vào buổi thái-bình và sung-túc, chúng ta không để-ý đến vàng; tất cả công-cuộc doanh-nghiệp của ta nằm trên sự tín-dụng (crédit); mỗi người có một thứ tiền riêng tức là chi-phiếu (chèque); mỗi người đều có tham-vọng ngấm-ngâm một ngày kia sẽ có nhiều tiền-bạc như nhà băng.

Thình-lình, chúng ta vỡ mộng: chiến-tranh đến, bao nhiêu hy-vọng đều tiêu-tan, những chi-phiếu của ta chỉ là giấy chi-phiếu không còn là tiền nữa, một luồng gió bất-tín-nhiệm, hoài-nghi đã làm cho nó rụng như lá khô. Trong lúc-chiến-tranh chúng ta đều thấy rằng: TIỀN BẠC, TỨC LÀ VÀNG.

Kê ra, thì vàng không có một công-dụng thiết-thực. Cầm nó trong tay, ta không làm gì được mà buông nó ra ta cũng không làm gì được. Thật vàng nặng quá và hiếm quá nên không thể đem dùng làm phương-tiện mậu-dịch. Nhưng vàng vẫn luôn-luôn là nền-tảng duy-nhứt của tài-chánh.

Trong trường-hợp này ta nghĩ thế nào về sự trữ vàng? Đứng về mặt xã-hội mà nói thì trữ vàng là một việc đáng đánh-đổ. Tuy nhiên nếu có người nào hỏi ý-kiến tôi về chánh-sách tài-chánh trong lúc tình-hình tiền-tệ có vẻ nguy ngập, thì chắc-chắn tôi sẽ khuyên họ nên mua một số vàng nho-nhỏ và giữ lại cho đến khi tình-hình yên-ôn trở lại.

Tại sao nhà băng lại có độc-quyền trữ vàng? Tại sao khi cần phải che-chở và binh-vực nền tài-chánh của tôi, tôi lại đặt lòng tin-cậy vào những

nhà băng nào chỉ biết tự bảo-vệ lấy họ thôi? Tại sao tôi lại đem hết số vàng của tôi giao cho nhà băng để nhận của nhà băng cái lệnh đình trả nợ (moratorium).

Một nhà tài-chánh Huê-kỳ táo-bạo nhưt và lì-lợm nhưt Jay Gould hiểu rõ chân-lý của định-lý này đến nỗi y toan thâm tóm hết số trữ-kim của xứ Huê-kỳ. Y không thành-công được, nhưng y tạo ra một sự khủng-hoảng chưa từng có trong lịch-sử tài-chánh. Từ đó không một người nào dám làm lại một cuộc thí-nghiệm táo-tợn như thế.

Đừng lầm tưởng rằng sự trữ vàng chỉ quan-hệ đến các chủ ngân-hàng, các nhà xuất-cảng, các người môi-giới và một số nhà doanh-nghiệp khác. Nó quan-hệ đến mọi người; vàng nhiều thì giá hàng cao lên, vàng ít giá hàng hạ xuống.

Nếu có bà chúa điên-khùng nào bày ra cái "mốt" mang giày gót bằng vàng và cái mốt ấy sẽ lan-tràn từ triều-đình này đến triều-đình kia và từ xứ này sang xứ nọ, tình-hình sẽ trở nên nguy-ngập. Giá hàng có thể hạ xuống và gây ra một tình-trạng hỗn-loạn lớn.

Sự toàn-thịnh của họ Rothschild mà có được, một phần lớn nhờ họ ấy hăng-hái coi chừng sự lên xuống của vàng trên thế-giới. Năm sáu người trong họ Rothschild túc-trực trong năm sáu nước để nắm giữ quyền đánh thuế vàng lưu-hành từ thị-trường này sang thị-trường khác.

Nếu anh muốn làm giàu, anh nên tìm biết những điều họ Rothschild biết và khi biết rồi anh sẽ làm những việc họ Rothschild làm và anh sẽ thấy rằng họ để tập-trung sự quan-sát của họ vào VÀNG hơn vào hàng-hoá, tiền công và tiền lời.

Nhiều người làm hỏng công-việc, hoặc làm mất sự-nghiệp chỉ vì mua nhiều quá khi thị-trường đã mất giá. Và người ta kể lại rằng một người có phần hùn với Carnegie phải bỏ địa-vị nhà tài chánh để bước sang địa-vị nhà ngoại-giao vì trót mua một số quặng-sắt trước ngày khủng-hoàng kinh-tế xảy ra.

Một trong những phương-tiện để biết tình-hình giá-cả ngày mai là canh chừng sự đi lại của vàng. Tóm lại có một sự khác nhau rất lớn giữa vàng và những bảo-chứng (gages) dùng để bảo-đảm tài-chánh. Giấy bạc, hối-phiếu.

chỉ-phiếu, buu-phiếu lưu-hành được là nhờ nó gọi được lòng tin-cậy: khi công-việc thương-mãi phát-đạt thì nó sẽ có một giá-trị tương đương với vàng. Nhưng chỗ khác nhau là: vàng không dựa vào sự tin-cậy mà sự tin-cậy lại dựa vào vàng.

Nên để ý rằng những công-cuộc doanh-nghiệp to thường có những số tiền thặng-du rất lớn. Thay vì phải đi vay tiền, nó lại cho vay. Nó lại có ăn chịu với một, hai nhà băng, và gặp khi sụp-đổ, nó có thể trả tiền mặt được.

Định-lý thứ mười bốn này có thể dùng cho hai hạng người: hạng người quá tin-cậy nơi tương-lai, và trong công-cuộc doanh-nghiệp chỉ biết nhìn vào sự thành-công; hạng người mà sự-nghiệp phát-đạt mau-chóng đến nỗi họ đâm ra mất trí và thấy nền tài-chính của mình vững như tròng.

Không có xứ nào, người nào có thể coi thường thế-lực của vàng. Vàng trường-cửu hơn các đế-quốc và sẽ trường-cửu mãi mãi với loài người. Nó vượt lên trên những người làm chủ nó; nó là một thần-tượng lớn nhất trên thế-gian.

Nhiều nhà lý-thuyết chủ-trương một cách vô-lý rằng vàng chỉ là một phương-tiện. Cứ để họ quả-quyết rằng vai-trò của vàng là đứng giữa sự mậu-dịch (échange) và tín-dụng (crédit) để họ tiên-đoán rằng, khi nào thời-đại của Tín-dụng tuyệt-đối (Crédit absolu) đến thì mọi thứ tiền-tệ chỉ là những thể-thức mà thôi. Tất cả các điều ấy đều đẹp đều hay...

Nhưng trong lúc chờ-đợi, các anh đừng quên rằng:

"TIỀN-BẠC, TỨC LÀ VÀNG "

ĐỊNH LÝ THỨ MƯỜI LĂM

**Nhờ những con số trung-bình mà biết được kết-
quả**

... ĐỂ ĐỪNG QUÁ TIN VÀO PHƯƠNG PHÁP RIÊNG CỦA CHÚNG
TA

ĐỊNH LÝ THỨ MƯỜI LĂM

NHỜ NHỮNG CON SỐ TRUNG-BÌNH MÀ BIẾT ĐƯỢC KẾT-QUẢ

MỚI NHÌN VÀO, người ta không thấy *định-lý* này quan-trọng. Nó quan-trọng không phải vì bản-tính của công-việc doanh-nghiệp mà chính vì bản-tính của nhà doanh-nghiệp. Đó là một *định-lý* liên-quan với bản tính loài người vậy.

Trong bọn chúng ta không mấy người có can-đảm xét đoán minh-bạch những điều mình làm. Chúng ta hay nhắc-nhở đến thành-công và coi thất-bại như là một tai-họa tầm-thường. Chúng ta lờ: điều ấy đối với ta hình như là việc thường; chúng ta lỗ: điều ấy thành ra bất-thường.

Không hiểu tại sao nhiều nhà doanh-nghiệp cứ níu lấy cái thói-quen này: họ phô-trương những thành-công và che giấu những thất-bại. Bán được một mỗi hàng to thì họ reo hò vui-vẻ và quên nhắc tới việc họ vừa mất ba người khách hàng quan-trọng-

Chúng ta ai cũng có tật ấy. Khi thành-công thì chúng ta tự ban cho mình đủ lời khen-tặng; và khi lầm-lẫn thì chúng ta lại tìm cách đổ lỗi cho người khác.

Có người trọn đời phạm hết lỗi này đến lỗi khác mà không có can-đảm nhìn thẳng vào một lỗi nào. Khi nhìn đến thì họ lại đặt một cái ống viễn-kính trước con mắt mù của họ.

Nhút là trong các sở, phương-pháp trốn-tránh sự bình phẩm hóa thành ra một nghệ-thuật. Không ai chịu nhận mình lỗi-lầm; nếu người ta khiển-trách người nào có trách-nhiệm thì lời khiển-trách ấy bay từ chỗ này sang chỗ khác, nhưng không bao giờ rơi trúng người chánh-phạm.

Bọn chúng ta ít người có đủ tinh-thần cương-quyết để nhìn thẳng vào *tất cả* hành-vi của họ, cái tốt lẫn cái xấu để đo-lường sở-trường của chúng ta. Bởi vậy mới có những người tự cho mình những giá-trị mà thật ra mình không có.

Nhưng sự thật vẫn là sự thật. Tốt hơn chúng ta nên nhìn sự thật đúng theo sự thật, chớ đừng nhìn theo trí tưởng-tượng. Tất chúng ta nên BIẾT, chớ đừng phỏng-đoán và tưởng-tượng,

Trong những cuộc đi thăm viếng các xưởng máy hay các nhà buôn, tôi thường được các ông chủ chỉ cho tôi xem những nơi chu-đáo nhứt; họ cho tôi ngắm những chỗ tráng-lệ nhứt, phi-thường nhứt ; và đáng lẽ kể cho tôi nghe những con số trung-bình hàng năm, họ chỉ đưa những điều họ vừa sửa-đổi.

Và khi hỏi ý-kiến tôi về những công-cuộc doanh-nghiệp đã lâm vào chỗ bế-tắc, trong bao nhiêu năm không làm ra lời, ông giám-đốc vẫn còn cố đem khoe "một vài điểm hay giữa một rừng đầy điểm dở".

Cố-nhiên người ta không nên bày cái ngu của mình ra trước cửa tiệm. "Bao giờ người ta cũng khởi bước bằng chơn phải", một câu cách-ngôn đã nói thế. Những người mà tôi chỉ trích đây là những người không dám nhận lấy sự thật. Họ hay làm ngơ trước những sự thật mà họ không vừa ý.

Bởi vậy có những nhà buôn làm việc một cách vô-lự cho đến một ngày, bảng thống-kê hàng năm rơi xuống bàn giấy của họ như một tiếng sét. Họ không hiểu gì cả; họ nghi là có chỗ lầm; có lẽ nào mà tiền lời ít như thế này!... Chắc là lỗi tại người kế-toán và người giám-đốc. Các người này cũng tìm cách bào-chữa, và biết rằng ông chủ thích bào-chữa hơn là sự thật, họ chòng-chát những lời bào-chữa chung-quanh họ và như vậy ông chủ hài lòng. Cuối-cùng ông chủ lại trấn-tĩnh và lạc-quan một cách mù-quáng như xưa.

Nhiều nhà thương-mãi đã đi đến cho suy-sụp theo cái chịu ấy.

Chính nhờ những con số nghiêm-khắc, xác-thực mà ta-biết kết-quả. Đó là những lý-do làm cho một số người chuyên-cần mà ngu-độn thành-công và những thiên-tài phải thất-bại. Trên đường doanh-nghiệp, những kẻ biết đi nước rút không đi đến mức trước mà chính là những người đi nước bèn.

Chính đó là chỗ khác nhau giữa nhà thương-mãi và nhà chuyên-nghiệp. Đối với một y-sĩ, một luật-sư, một kỹ-sư, sự may-mắn quyết-định sự-nghiệp của họ: một y- sĩ được cái may-mắn chữa bệnh cho nhà vua một lần thì đã trở nên giàu-có rồi.

Tiền lời trong thương-mãi không giống như danh-vọng. Muốn có lời, nhà thương-mãi phải hiểu biết và phải khéo điều-khiển; còn danh-vọng thì tùy ở trạng-thái bên ngoài và tùy dư-luận công-chúng. Nhưng người ta hay lầm-lẫn giữa hai điều ấy.

Muốn cải-thiện một con số trung-bình bị sa-sút thì nên tăng-cường những nhược-điểm. Chánh-sách khôn-khéo hơn hết là đừng chăm-chú vào những phần đã vững-vàng mà cố đem hết sức vào một nhược-điểm.

Như-một đội binh, nếu tổ-chức trong cửa hàng anh có chỗ yếu ở phía sau, chính vì đội hậu-tập hư-hỏng, các anh hãy đem nó lên trước: kích-thích những người chậm-trễ hoặc dứt bỏ hẳn họ đi. Cần phải luyện-tập những kẻ nhược-liệt, vì chính những kẻ ấy làm cho đội binh không tiến được. Và chính đó là một vấn-đề vô-tận đặt ra trước mắt lắm ông giám-đốc.

Đừng để sót một chỗ nhược nào cả. "Trong việc cầm binh, rình-rập chỗ điểm yếu; tìm thấy điểm yếu trước kẻ thù" đó là một nguyên-tắc quan-trọng của Napoléon.

Hầu hết trong các cửa hàng lớn có một "gian-hàng mà người ta thất-vọng", một bộ-phận làm cho ông giám-đốc phải bối-rối. Đó là một bịnh-trạng tất-nhiên phải có; nó làm cho số trung-bình sụt xuống; chính đó là tổng-hành-dinh của những thói-nát; và thường-thường người ta coi gian-hàng ấy là gian-hàng BẤT-TRỊ và người ta bỏ đi.

Bổn-phận đầu-tiên của một ông giám-đốc thông-minh là tăng-sức cho gian-hàng hư-hỏng ấy; y có thể bỏ hết các gian-hàng khác, nếu cần; y phải tập-trung hết mọi gắng sức vào "Khu-vực thất-vọng ấy", và y có thể bỏ ra một năm để làm mỗi một việc ấy cũng được: đến khi làm biểu cuối năm y sẽ thấy kết-quả.

Định-lý thứ mười lăm này, người ta phải nhắc lại luôn-luôn cho người làm công. Nó cảnh-cáo những người đủ tư-cách và thêm can-đảm cho người thiếu tư-cách. Phải luôn-luôn treo nó như một quả chùy trên đầu những người làm công thông-minh nhưng không chăm-chỉ, không tìm cách tiến tới trong công-việc làm.

Trong một cửa hàng người ta dùng ba cách sau đây để đạt tới những số trung-bình khả-quan:

- 1.— Cải-thiện gian-hàng, nào ít lời.
- 2.— Bắt-buộc làm phúc-trình hàng ngày.
- 3.— Phát-triển tinh-thần trung-trực và hợp-tác của người làm công.

Andrew Carnegie là một trong những nhà doanh-nghiệp đầu-tiên của thời nay đã nhận rõ sự quan-trọng của *định-lý* này. Bởi vậy ông cho các xưởng máy của ông làm-việc, suốt ngày đêm, trừ chúa-nhật. Ông không bao giờ chịu để số trung-bình sụt xuống. Và ông đặt thành một phương-pháp làm phúc-trình hàng ngày khiến kỹ-nghệ thép thành ra một lối chơi thể-thao. Nhờ vậy mà công-ty thép của ông, " Carnegie Steel Cy ", mỗi năm lời đến 200 triệu.

Phải giữ cho sự sản-xuất được đều-đặn. Không nên để nó khi trôi khi sụt. Các nhà doanh-nghiệp không được có một bộ thần-kinh giống như thần-kinh của nghệ-sĩ và của người đàn-bà đẹp. Dầu bị quyến-rủ đến bực nào đi nữa, nhà doanh-nghiệp không thể bỏ văn-phòng mà đi chơi; dầu có xảy ra việc gì đi nữa y không thể xao-lãng việc làm được.

Bởi y luôn-luôn phải trả tiền nhà, trả tiền lời, trả lương bổng và tiền công. Các nhà băng có khi đình nợ lại không trả. Nhà doanh-nghiệp thì không làm được như thế.

Một người mắc nợ bao giờ cũng thấy nợ xông-xộc tới hoài, và mỗi ngày nó trở nên cấp-bách hơn. Không có cái gì cản-ngăn nó được. Nó luôn-luôn cương-quyết và hung-tợn.

Đó là lý-do khiến anh phải làm việc không ngừng, tuồng như mỗi một ngày đến là một ngày nguy-cấp, cuộc đời là cả một cuộc khủng-hoảng không dừng; lý-do khiến anh không nên quá vui-thú với một công-việc đã qua, và mỗi ngày các anh phải hoạch-định một chương-trình nhứt-định.

Định-lý này là một lý-do mạnh-mẽ buộc ta phải huấn-luyện người làm công: trong một đạo binh, sĩ-quan giỏi, đại-bác tốt, kế-hoạch hay cũng chưa đủ.

Muốn tăng năng-suất trung-bình trong cuộc doanh-nghiệp của anh, anh phải huấn-luyện những người có một óc thông-minh trung-bình.

ĐỊNH LÝ THỨ MƯỜI SÁU

**Tương-lai của công việc doanh-nghiệp hướng về
sự tổ-hợp**

ĐỂ KHỎI HỐI TIẾC VÌ KHÔNG HIỂU BIẾT TINH THẦN CỦA
THỜI ĐẠI

ĐỊNH LÝ THỨ MƯỜI SÁU

TƯƠNG-LAI CỦA CÔNG VIỆC DOANH-NGHIỆP HƯỚNG VỀ SỰ TỔ-HỢP

THEO NHƯ chúng ta có thể quan-niệm được, thì hai phép-tắc lớn chế-ngự vũ-trụ và thế-giới hành-tinh: SỰ HÚT và SỰ ĐẨY (l'attraction et la répulsion). Chúng ta thấy hai phép-tắc ấy trong các hiện-tượng tạo-lập và phá-hoại, phát-triển và suy-vong, sống và chết.

Một xưởng máy hoặc một hành-tinh tiến đến cực-điểm, và các cơ-năng của nó phát-triển đều nhau, nhiều khả-năng (possibilités) và nhiều chức-vụ (attributions) mới phát-sinh càng hoàn-mỹ bao nhiêu, nó càng trở nên phiền-phức bấy nhiêu: dần-dần nó trở thành một trung-tâm năng-lực (énergies) cùng nhau hoạt-động.

Nhưng khi một xưởng máy — hoặc một hành-tinh — đã đến cực-độ hoặc bị va-chạm, nó bắt đầu tan-rã, tác-dụng của nó thu-hẹp lại, sức hoạt-động của nó giảm bớt; Xưởng máy sụp-đổ. Hành-tinh bị hút vào mặt trời gần như.

Chính những nguyên-tắc bất-di bất-dịch ấy đã điều-khiển công-việc doanh-nghiệp. Khi công-việc doanh-nghiệp của một xứ được thịnh-vượng, thì sự chuyên-môn cũng như sự tổ-chức đều phát-triển; tài-năng và phương-tiện kỹ-thuật được cải-thiện: nghệ-thuật tổ-hợp (l'art des combinaisons), nghệ-thuật hợp-tác (l'art de la coopération) được mở rộng. Nhưng nếu xứ ấy phải gặp những điều-kiện bất-lợi, công-việc doanh-nghiệp phải thu hẹp lại, phải tiến-triển chậm và trở về cái tình-trạng mới nhen-nhóm ban đầu.

Đó là sinh-vật-học về doanh-nghiệp.

Những vật-sống, dầu là một đoá hoa hường hay một công-ty thiết-lộ, đều hướng về chỗ hoàn-thiện và kết-hợp. Ở những xứ mà doanh-nghiệp ngưng-trệ thì chỉ có sự tập-hợp nhiều nhà buôn rời-rạc. Ở những nơi mà doanh-

nghiệp phát-đạt thì nó có một tánh-cách chuyên-môn rất mạnh và tánh-cách tương-thuộc thương-mãi.

Chúng ta phải nhớ luôn rằng công-việc doanh-nghiệp là một hình-thức đời sống mới, hầu hết mọi nơi địa-vị nó đều quan-trọng; thương-mãi ít được tự-đo, nó bị xô-lấn và ngăn-trở đủ cách, ở các xứ tiền-tiến như Mỹ, Anh cũng vậy. THƯƠNG MÃI TỰ-DO không bao giờ có. Sự tiến-bộ và sức phản-động hoà-hợp với nhau để chi-phôi. Công-cuộc doanh-nghiệp lớn nhứt và phồn-thịnh nhứt chưa từng có ở nước Anh, Công-ty Đông-Ấn (The East India Co) sống đến hai trăm bảy mươi lăm năm và bị phá-hoại vì lý-do chánh-trị.

Thương mãi không bao giờ được Tự-do phát-triển; nó thường gặp kẻ thù và người ăn hại: chung-quanh nó toàn là bọn vô-lại và bọn điên-khùng. Nếu nó sống được, ấy là nhờ sức sống riêng của nó, chứ không phải nhờ những điều-kiện thuận-tiện chung-quanh nó. Và luôn-luôn nó đem hết sức ra để tiến đến chỗ tổ-hợp (combinaison), chỗ liên-kết (association).

Rockfeller liên-kết với những người cạnh-tranh khôn-lanh nhứt của ông: đó là một lối tổ-hợp có lợi! Carnegie mời bốn mươi ba ông giám-đốc tài-giỏi hơn hết của mình vào hội; đó cũng là một lối tổ-hợp. Người anh đầu trong họ Rothschild gởi năm người trong đám con trai mình sang Londres, Paris, Naples, Vienne và Fransfort, mỗi người chiếm một khu-vực hoạt-động khác nhau: lại thêm một sự tổ-hợp nữa.

Trong doanh-nghiệp, người thắng thế là người có trí thông-minh biết, tổ-hợp nhiều ảnh-hưởng và nhiều khả-năng. Người đứng vững lâu dài là người có óc tổ-chức và biết qui-tụ tài-ba, kinh-nghiệm và phương-pháp đặc-lực lại để làm cho công-việc được phồn-thịnh.

Xã-hội văn-minh không cần những nhà ân-sĩ và những người phóng-đăng vì muốn được văn-minh con người phải có tinh-thần hợp-quần. Trên thế-gian này, một người tuyệt-đối độc-lập không thể sống được; chúng ta là phần-tử của một tổ-chức vĩ-đại.

Một vĩ-nhơn chân-thật, dầu làm bộ-trưởng hay nhà buôn, là người luôn-luôn biết trung-câu ý-kiến kẻ khác. Ấy là người không *lấn-lộn uy-quyền* với

tri-thức, người biết chú-trọng mọi ý-kiến và biết tổ-hợp những yếu-tố phức-tạp ngõ-hầu đạt đến một kết-quả hữu-ích.

Không nên lo sự chuyên-môn phát-triển quá mạnh: không nên lo nhà chuyên-môn ra đời quá nhiều: điều tai-hại không phải là tài-ba, mà chính là ngu-dốt. Những người phung-phí tiền nhiều là những người không biết dùng tài-ba và chịu đi đến chỗ khánh tận.

Một xí-nghiệp phát-đạt thường tìm cách mở-mang thêm; nó yêu-cầu sự kiểm-soát, lý-tưởng của nó là đạt tới chỗ độc-quyền. Ban đầu, vì không hiểu sức mạnh của những người cạnh-tranh với mình, nó tuyên-chiến với họ; nhưng rồi nó bắt đầu kính-trọng họ, yêu-cầu giảng-hoà và tính việc liên-kết với họ.

Khi sự liên-kết đã thành rồi thì hai việc có thể xảy ra: Hoặc là nó xung-đột với công-chúng — và trong trường-hợp này nó bị thất bại, — hoặc là nó định phụng-sự công-chúng, và khi ấy sự thành-công sẽ chào đón nó luôn-luôn.

Biết làm cho mình mạnh và cũng biết phụng-sự kẻ khác, đó là lý-tưởng của mọi tổ-chức thương-mãi: giữ uy-quyền, nhưng phải sử-dụng uy quyền một cách nhã-nhận. Một con mèo quào, cắn, người ta chịu được, nhưng con cọp thì không. Và càng phát-triển bao nhiêu, bổn-phận của một cuộc doanh-nghiệp là phải hợp-quần bấy nhiêu.

Nếu anh muốn làm được nhiều tiền, hãy giao-kết nhiều bằng-hữu. Hãy qui-tụ những kẻ có thiện-chí; lựa chọn những người anh thích và giao-du với họ; tổ-hợp, cộng-tác với họ. Không ai có thể tự-túc được. Khi còn trẻ tuổi, ta hay có tánh tự-túc tự-mãn, do đó mà ta phạm vô-số lỗi-lầm. Khi đã đứng tuổi rồi ta lại thích xã-giao và sẵn-sàng nhận lấy lời khuyên dạy.

Trong Thánh-kinh có một câu dùng làm nguyên-tắc cho đạo-lý: "Phúc-đức thay nhưng kẻ yếu-hèn, một phần địa-cầu sẽ chia về phần họ". Nhiều thầy giảng-kinh không hiểu ý-nghĩa câu này. Trải qua thời-gian, địa-cầu không lọt vào tay nhưng kẻ tự-phụ và kiêu-căng. Địa-cầu lọt vào tay những người khiêm-tốn, những người mà đạo-lý đã tạo cho đức nhu-hoà, những người được quyền đánh-giá kẻ đồng-loại. Địa-cầu lọt vào tay những người biết liên-kết, chứ không phải những người sống cô-đơn.

Nhờ sự liên-kết của mọi người mà nền văn-minh thành-lập được. Sức mạnh của nền thương-mãi nước Anh xuất tự 60.000 công-ty đã cùng nhau bỏ ra 51 tỉ vốn. Ít có nhà doanh-nghiệp tự mình làm ra tài-sản của mình được. Họ liên-kết nhau và sự liên-kết càng mở-mang, càng quan-trọng thì sức mạnh của họ càng lớn.

Các anh hãy chú-ý: bọn vô-lại không chịu liên-kết; chúng là những hạt cát rời. Người sẵn-sàng liên-kết là người thực-thà, tài-giỏi chắc-chắn, và trung-chánh. Bởi vậy công-chúng không nên nghi-ky hội buôn lớn; nếu hội buôn ấy gồm có những người gian-giảo thì nó không thể đứng vững được. Cái gì xây-đắp trên sự lường-gạt, thì sớm muộn rồi cũng phải sụp-đổ.

Ngày này không ai dùng võ-lực mà chiến-thắng được. Thời-đại chúng ta là thời-đại quảng-cáo. Chính là thời-đại-của sách-vở, báo-chí, và của ánh-sáng. Dư-luận công-chúng làm thầy chúng ta, làm thầy bất-cứ là vua chúa hay là người bán đồ đồng đồ sắt.

Ngày nay chỉ có những người hèn-mọn mới chịu tranh-giành từng xu và dùng ngón phình-gạt để bán hàng. Trong xã-hội, sự lừa-dối và bất-chánh đã bị đào tận rễ, đó là điều làm cho mọi người chúng ta được yên lòng. Người doanh nghiệp chân-thật đã thành ra một NGƯỜI; họ đã bỏ hết những phương-tiện trẻ con. Họ đã hiểu rằng quyền-lợi và bổn-phận của họ là PHỤNG SỰ công-chúng.

Mỗi khi một ít, những người thuộc về giới doanh nghiệp biết đánh-giá mình đúng với giá-trị thật của mình: họ nhận rõ sự quan-trọng của nhiệm-vụ mình; họ nhìn-nhận rằng không có gì quý hơn một cuộc *doanh-nghiệp thật tốt đẹp*. Họ thấy rõ nghề doanh-nghiệp còn đương ấu-trĩ và những thành-công trước kia sánh với những thành-công trong ngày sắp tới thật chưa đáng kể.

Nếu khẩu-hiệu ngày hôm qua còn là SÁNG-KIẾN, thì khẩu-hiệu ngày hôm nay là KẾT-HỢP, và khẩu-hiệu ngày mai là PHỤNG-SỰ.

Kết-luận

TRONG những chương sách trước đây, tôi vừa phát-biểu và bình-luận mười sáu *định-lý*. Tôi không dám bảo chỉ có mười sáu định-lý mà thôi: có thể có đến sáu mươi.

Khi Harrington Emerson công-bố *Mười hai Nguyên-tắc đắ-lực* của ông, tôi hỏi ông còn nguyên-tắc nào nữa không. Ông trả lời với tôi rằng hẳn còn nhiều nữa, nhưng khi đã tìm được mười hai nguyên-tắc chắc-chắn rồi thì ta bắt buộc phải tìm thêm nữa.

Cùng với ý-nghĩ và mục-đích ấy, tôi đem công-bố mười sáu *định lý* của tôi. Không phải chỉ có mười sáu cái là hết, nhưng kinh-nghiệm thâm-thập được trong công-việc doanh-nghiệp chỉ cho phép tôi công-bố được bấy nhiêu đó. Những định-lý ấy làm thành bốn toát-yếu tối-hậu và cụ-thể của nhiều năm kinh-nghiệm ở Anh, Gia-nã-đại và Huê. Kỳ.

Bởi vậy tôi công bố những định-lý ấy một cách khiêm tốn và với tất cả tấm lòng tin cậy của tôi, vì tôi biết rõ giá-trị của chúng đối với nhà doanh-nghiệp nào hiểu rõ hiệu-nghiệm của khoa-học doanh-nghiệp.

Những định-lý này không có vẻ đại-học; không phải là những câu đố, những lý-thuyết; những định-lý này không bàn đến những cuộc doanh-nghiệp mà người ta sẽ làm hay định làm, mà lại nhắm vào những cuộc doanh-nghiệp hiện-hữu. Giữa những định-lý này và siêu-hình-học, kinh-tế-học không có một chút liên-lạc nào.

Chúng nó không có gì phiền-phức, rườm-rà, nhưng xác-thực. Trong cuộc sống cuồng-loạn của giới doanh-nghiệp, chỉ có chúng nó mới đáng gọi là những điều xác-thực mà thôi. Người ta không thể đem chúng nó mà so-sánh với một phương-pháp văn-chương hoặc triết-lý nào; chúng nó không phải là những luận-chứng mà một bộ óc thông-minh hơn tôi có thể đánh-đỏ được. Không phải tôi phát-minh ra chúng nó; tôi chỉ khám-phá ra chúng nó mà thôi.

Chỉ có một cách thử chúng nó đúng hay sai là đem áp-dụng chúng nó vào một trong những vấn-đề thương-mãi của chúng ta. Các anh hãy chọn một vấn-đề từ trước đến nay đã làm cho các anh rối trí; các anh hãy cẩn-thận áp-dụng mười sáu *định-lý* này từng cái một đối với vấn-đề ấy: anh sẽ ngạc-nhiên mà nhận thấy rằng chúng nó giúp-ích cho anh đến bực nào. Cố-nhiên, chúng nó không vạch-rõ cho các anh đường lối phải đi, nhưng chúng trình-bày bản-tính của vấn-đề và làm cho vấn-đề trở nên giản-dị: nếu anh không phải là người hay sợ tất cả cái gì có tánh-cách hệ-thống và khoa-học thì cuốn sách này hàng ngày sẽ giúp-ích cho anh cũng như bản-đồ giúp-ích cho thủy-thủ và cái cọ giúp ích cho người thợ vẽ vậy.

Lẽ ra người Ăng-lê chúng tôi phải khảo-cứu, sưu-tầm những nguyên-tắc doanh-nghiệp này từ ba mươi năm trước. Chúng tôi đã để cho người Đức phát-triển những phát-minh kỹ-nghệ của chúng tôi và chúng tôi cũng để cho người Mỹ lợi-dụng một ít.

Nhưng điều hiển-nhiên là khoa-học *Đắc-lực* (Science de l'Efficiency) xuất-hiện tại nước Anh. Người đề-xướng ra nó là Bacon. Trước ngày nước Huê-Kỳ hay đế-quốc Đức ra đời, Bacon đã viết: " Cũng như tiền-bạc định-giá hàng-hoá, thời-giờ định-giá công-việc doanh-nghiệp, và nhà doanh-nghiệp càng kém mẫn-tiếp thì công-cuộc doanh-nghiệp càng tốn kém. Chọn-lựa thời-giờ tức là làm cho ít tốn thời-giờ, và cử-động vô-ích tức là đập lên không trung. Về doanh-nghiệp ta phải trải qua ba giai-đoạn: sự dự-bị (préparation), sự khảo-cứu (examen) và sự hoàn-bị (perfection).

Nói theo Bacon, Newton mở đường đến một phương- pháp khoa-học. Kế đến Darwin, rồi Wallace đem áp-dụng phương-pháp khoa-học vào sự nghiên-cứu Tự-Nhiên. Sau đó, Emerson và Taylor áp-dụng phương-pháp khoa-học vào cơ-khí, hoả-xa và các công-cuộc doanh-nghiệp chung.

Người ta chưa biết sự áp-dụng phương-pháp khoa-học vào công-cuộc doanh-nghiệp sẽ tiến tới bực nào. Điều chắc chắn là từ trước đến nay, phương-pháp ấy đã giúp được nhiều lợi-ích. Từ đây tại Londres có cả một nhóm người có tinh-thần thực-tiến và nghiêm-trang làm việc tại "Hội nghiên-cứu thuật Đắc-lực" (Société d'Efficiency) và hằng-hái nghiên-cứu công-việc doanh-nghiệp cũng như nhà địa-chất-học nghiên-cứu đá lửa.

Người ta thu-thập tài-liệu, người ta nghiên-cứu, người ta làm phúc-trình, người ta diễn-thuyết, người ta viết sách, người ta mở tạp-chí. Và hàng ngàn nhà doanh-thương khám-phá ra rằng công-cuộc doanh-nghiệp có sức quyên-rủ người ta hơn hết trên đời.

Sau hết, người ta trả lại cho thương-mãi cái gì mà người ta đã nợ nó. Người ta nhìn-nhận phẩm-cách của nó, không phải bằng những câu văn trống-rỗng mà bằng cách phát-triển khoa-học của nó. Tinh-thần xã-giao mới, mục-đích xã-hội, nhân-phẩm và tính-tình của người đại-diện nâng-cao phẩm-cách của thương-mãi lên. Tóm lại, giữa lúc thế-giới quay cuồng trong chiến-tranh ^[26] hình như chỉ có thương-mãi là một ảnh-hưởng cao-quí nhất và ích-lợi nhất trên địa-cầu mà thôi.

Một điều chắc-chắn là những kẻ nghiên-cứu khoa-học doanh-nghiệp tìm được trong khoa-học ấy một phần thưởng lớn. Người nào thạo về khoa-học ấy sẽ không sợ thiếu thị-trường. Ngay nay đã có bản-đồ mới, thị-trường mới, người mới. Những hàng rào cũ của thời-đại cũ đã đổ rồi. Nước nào cũng sẵn-sàng chăm lo Nghệ-thuật và Hoà-bình. Cuộc cạnh-tranh thương-mãi sẽ vượt lên cao ngang hàng với sự ganh đua tốt đẹp giữa các bậc tiên-khu của nền văn-minh.

Thế-giới rộng lớn lắm. Chưa bao giờ thế-giới được mở rộng cho ta như ngày nay. Cuộc chiến-đấu kinh-tế sau này sẽ là cuộc chiến-đấu rất đẹp mắt. Nó sẽ vĩ-đại, hùng-tráng và sẽ ở dưới quyền điều-khiển của một phép-tắc nghiêm-khắc này của Tạo-hoá: "CHỈ CÓ NHỮNG KẺ TÀI-GIỎI HƠN HẾT MỚI SỐNG ĐƯỢC."

Dư-luận của báo-chí Pháp

đôi với cuốn

"Mười sáu định-lý doanh-nghiệp"

NHIỀU cuốn sách tự nó là những việc làm, những nguồn năng-lực. Đọc kỹ, ta cảm thấy đủ sức tranh-đấu để sanh-tồn; ta hiểu rõ bổn-phận của ta hơn. Đó là cảm-giác của chúng tôi khi đọc xong cuốn sách của ô. Herbert Casson.

Edouard HERRIOT (Je sais tout)

O

ĐÂY là một cuốn sách nhằm đường. Ngày nay ai cũng phải làm một nhà doanh-nghiệp, hay ít nữa một người có đủ sức quản-lý công-việc doanh-nghiệp của mình. Cuộc đời đã thành ra một cuộc đấu-tranh gay-gắt. Chúng ta hoặc phải đề-phòng hoặc phải bị khánh-tận. Các anh hãy đọc cuốn sách này của Casson, ông ta giải-thích rất nhẹ-nhàng những vấn-đề trọng-đại và giảng dạy chúng ta với một nụ cười. Tóm lại cuốn sách ấy là một cuốn sách rất mới, rất linh-hoạt của một người mới, muốn thành-công một cách thật-thà. Ngày nay ai nấy đều nên hiểu một ít về doanh-nghiệp. Đời sống mới bắt-buộc ta phải nghiên-cứu nó. Kẻ nào không muốn làm người keo-lận nghèo-khổ phải học, phải nghiên-ngẫm và áp- dụng những định-lý này.

Jacques des GACHONS

O

MỘT cuốn sách đọc say-mê. *Những định-lý doanh-nghiệp* này là những giới-luật (commandements) của một đạo-lý sâu-xa mà bề ngoài giản-dị;

nhưng thành-công trong doanh nghiệp, cũng như thắng-trận ở chiến-trường, trước hết là, một việc thuộc về lương-tri. Napoléon nói rằng những vị tướng tài-giỏi quá hoặc minh-mẫn quá thường hay bại-trận; các nhà doanh-nghiệp cũng vậy, người nào hay lý-luận hay có những ý-nghĩ phiền-phức rốt cuộc phải uổng nước hồ.

(Le Mercure de France)

o

CHÚNG TÔI ước-mong cuốn sách nhỏ này trở nên một cuốn kinh nhật-tụng của những kẻ muốn chống lại chủ-nghĩa cò-truyền ngu-ngốc và những thói-quen vô-lý, trở nên cuốn sách đầu giường cho kẻ nào cảm thấy sự phi-nhiêu của đời sống mới đương mở rộng cho những kẻ thông-minh và can-đảm. Người ta tìm thấy trong sách này những bài học về tâm-lý của bạn hàng, những bài học rất vui, một sự phân-tích tài-tình những nguyên-tắc về giá-trị, một định-nghĩa về vai-trò của vàng và người ta sẽ thấy rằng những định-lý doanh-nghiệp không những áp-dụng vào các xí-nghiệp tư mà còn áp-dụng vào sự điều-khiển quyền-lợi công-cộng nữa.

(Mon Bureau)

o

NGƯỜI PHÁP đọc quyển sách này phải ngạc-nhiên. Tác-giả dùng lối hài-hước riêng-biệt của các sách Mỹ và bài-trừ sự trù-tượng giết người. Tất cả cuốn sách không có một chỗ thừa và trong mỗi xí-nghiệp phải trữ nhiều bản trong thư-viện. Ai cũng đọc được, vì nó viết ra cho những người làm công hạ-cấp cũng như cho các vị chủ-sự, và tác-giả cố-ý làm cho ai cũng hiểu.

(L'Industrie chimique)

o

SÁCH NÀY chứa-đựng rất nhiều hài-hước và vô-số lời chỉ-dạy xuất từ một lương-tri và một kinh-nghiệm điều-luyện. Cuốn sách chữ Anh này, về nội-dung và hình-thức khác hẳn những sách chữ Pháp. Nó viết ra để mà đọc và thảo-luận; đó là hai lời khen-tặng quý-báu đối với một cuốn sách.

Max TURMANN

o

PHẢI ĐỌC và hơn nữa phải nghiền-ngẫm cuốn sách của Herbert Casson. Cuốn sách ấy chứa đầy tư-tưởng giản-dị, thực-tiễn trong sạch... Tôi tưởng rằng cái gương này đủ thúc-giục các nhà thương-mãi hoặc các nhà kỹ-nghệ, tức là những người vừa hoạt-động vừa tư-tưởng phải đọc *Những định-lý doanh-nghiệp*. Đối với các trạng-sư, thầy thuốc và thợ-thuyền, cuốn sách này vẫn ích-lợi bởi vì ngày nay mọi người, dầu thiếu học, đều muốn nắm quyền điều-khiển một xứ, tức-là công-việc doanh-nghiệp khó nhứt trên đời.

Trước khi dùng bút, tôi muốn yêu-cầu độc-giả chú-ý đến hình-thức vui-vẻ của cuốn sách, đó là chỗ lợi-hại của một cuốn sách khoa-học làm cho nó vượt lên trên bao nhiêu bài nghị-luận kinh-tế bề ngoài nghiêm-nghị và buồn-bã mà bên trong trống-rỗng,

Louis FOREST

(*L' Union Economique de l'Est*)

o

ÔNG CASSON trình-bày những nguyên-tắc căn-bản của khoa-học doanh-nghiệp dưới một hình-thức cụ-thể tích-cực, điểm thêm một chút khôi-hài. Ông chỉ rõ rằng mọi sự thành-công trong công-việc thương-mãi đều dựa vào tinh-thần phân-tích trong cuộc khảo cứu dự-phòng và liên-tiếp công việc ấy.

(*Le Soir*)

o

ÔNG CASSON chính là người mà người Anh gọi là nhà chuyên-môn thuật Đắc-lực. Chữ đắc-lực (efficiency) bao trùm cả *khoa-học doanh-nghiệp* (Science des affaires), tức là nghệ-thuật đạt đến nhiều hiệu-quả hơn hết với sự gắng sức ít hơn hết. Cái định-nghĩa ấy rút trong sự phân-tích mười sáu định-lý, trong đó ông Casson kết-tụ tất cả kinh-nghiệm của những nhà doanh-nghiệp từ trước đến nay.

(Le Réveil Economique)

o

ÔNG Edouard HERRIOT giới-thiệu tác-giả như là "một người mới, không có quan-niệm siêu-hình, thành-kiến lịch-sử". Nhà doanh-nghiệp ấy dùng định lý mà giải-thích rằng doanh-nghiệp xuất tự một khoa-học chân-thật có đủ qui-luật, nguyên-tắc như kỹ-hà-học chẳng hạn.

(La Défense commerciale)

o

ÔNG Herbert CASSON là một nhà kinh tế đại-tài của nước Anh, một phần chịu ảnh-hưởng phái Taylor. Theo ông thì những cuộc doanh-nghiệp cấu-thành đối-tượng của một khoa-học, khoa-học ấy nếu không được minh-xác như toán-học, vẫn bao gồm một số định-lý thông-thường, bất-biến mà nếu bỏ qua người ta sẽ gặp sự thất-bại. Ông Casson đã quan-sát và phân-tích thế-giới doanh-nghiệp trong hai mươi năm và đưa ra những kết-luận chắc-chắn.

Những điều ông dạy chúng ta quý-báu như vàng.

(L'Économie financière)

- HẾT -

[1] Chúng tôi tạm dùng chữ "đắc lực" để dịch chữ "Efficiency" của Anh. Thực ra nó không lột hết nghĩa tiếng này, vì "Efficiency" chẳng những có nghĩa là làm công việc sao cho đắc lực có hiệu quả, mà còn phải làm thế nào cho ít nhọc công phí sức. Chính tiếng Pháp cũng chẳng có tiếng nào trong đương, nên họ phải đặt ra tiếng mới là Efficiency chưa thấy ghi trong tự điển.

[2] Những con số dẫn trong sách này nên hiểu nó vào thời tác-giả viết sách. Lẽ dĩ-nhiên hiện giờ có thể thay-đổi nhiều. (Lời chú của dịch-giả).

[3] Không phải trong mọi ngành thương-mại đều có thể áp-dụng chánh-sách này. Còn tùy món hàng thuộc xa-xỉ-phẩm hay nhu-cầu. Một hiệu may, một hiệu nước-hoa có thể quảng-cáo "giá mắc" để làm tăng giá-trị món hàng mình bán, song người bán gạo, than lại khác. (Lời chú của dịch-giả)

[4] Những tay thợ may có tiếng ở Paris lúc bấy giờ. (Lời chú của dịch-giả)

[5] Người Âu Tây quen dùng để "nhắm" trong lúc uống rượu khai-vị. Chắt vừa mặn, vừa béo, phải tập ăn lâu ngày mới thấy ngon. (Lời chú của dịch-giả)

[6] Đó là nói vào thời tác-giả viết sách. Hiện nay nghệ-thuật bán hàng đã tiến đến chỗ tinh vi. Khoa-học bán hàng lại đặng dạy ở Đại-học-đường bên Mỹ. (Lời chú của dịch-giả)

[7] Tác-giả có ý chỉ-trích lỗi làm việc theo "giấy-má" của nhiều công-sở hoặc tư-sở rất phí thời-giờ. (Lời chú của dịch giả).

[8] Rockefeller , nhà triệu-phú Mỹ đặng gọi là "vua dầu hoả".

[9] Andreur Carnegie , nhà kỹ-nghệ Mỹ đặng gọi là "Vua Thép". (Lời chú của dịch-giả)

[10] Một trong những khách-sạn sang-trọng nhứt bên Mỹ.

[11] Bên Âu, Mỹ có nhiều nhà hàng bán giá độc-nhứt (magasins à prix unique). (Lời chú của dịch-giả)

[12] Món bánh của người Anh, trong đó có nhiều gia-vị.

[13] Nhà kinh-tế-học người xứ Ecosse.

[14] Một người thợ-máy xứ Ecosse đã sáng-chế ra nguyên-tắc dùng hơi nước cho máy chạy. (Lời chú của dịch-giả)

[15] Xin nhắc lại một lần nữa, đối với những con số tác-giả dẫn trong sách này, chúng ta chỉ nên hiểu nó vào thời tác-giả viết sách.

- [16] Actions ordinaires.
- [17] Actions de préférence-ordinaires
- [18] Actions de préférence
- [19] Actions de préférence
- [20] Premières obligations hypothécaires
- [21] Propriété immobilière de la Northland Ry Cy
- [22] Valeur có nghĩa có nghĩa “giá-khoán” khi nói đến giá cả trên “Thị-trường chứng-khoán”.(lời chú của dịch-giả)
- [23] tức là giá-trị ngôi nhà, y đánh giá với sở Bảo-hiểm.
- [24] tức là giá-trị tối-thiểu ngôi nhà, lúc nào bán ít nhất cũng không kém số đó.
- [25] tức là giá-trị y phòng-định nếu có người thật muốn mua thì có thể bán đến giá đó. (Lời chú của dịch-giả)
- [26] Ông H.N. Casson viết sách này vào năm 1915, giữa lúc Đại-chiến thế-giới đầu-tiên. (Lời chú của dịch-giả)