

NỀN KINH TẾ THƯƠNG NGHIỆP CỦA VIỆT NAM NHỮNG NĂM ĐẦU THẾ KỶ XX

TẠ THỊ THUYẾT

Trong Chương trình của Paul Doumer, phát triển thương mại là mục tiêu cao nhất của cuộc khai thác thuộc địa lần thứ nhất bởi thương mại sẽ giúp Pháp thực hiện được ý đồ biến Việt Nam thành thị trường tiêu thụ hàng hóa của Pháp đồng thời cung cấp cho Pháp những sản phẩm sinh lợi cùng những sản phẩm mà nền kinh tế Pháp đang cần. Về phía chính quyền thực dân, để thúc đẩy sự phát triển của thương mại ở thuộc địa, trước hết nó đã rất chú ý đến việc tổ chức lại các phòng thương mại. Ngày 7-2-1901, Tổng thống Pháp ra sắc lệnh lập Ban chỉ đạo Nông - Lâm - Thương nghiệp Đông Dương. Ngày 14-11-1901, Toàn quyền Paul Doumer ra nghị định quy định lại chức năng của các Phòng thương mại.

Đối với các nhà tư bản và các công ty tư bản, sự phát triển của các công trình công cộng, nhất là các tuyến đường sắt, đường bộ, đường thủy cũng như sự phát triển của các ngành kinh tế công nghiệp, nông nghiệp... đã tạo ra nguồn hàng và những nhu cầu kích thích sự phát triển của việc buôn bán, nhất là ngoại thương. Mặt khác, trong điều kiện của một nền kinh tế còn non yếu, Đông Dương phụ thuộc nhiều vào

bên ngoài, do đó đây là cơ hội để các nhà tư bản, các công ty tư bản bỏ vốn đầu tư vào việc buôn bán kiếm lời một cách dễ dàng.

Năm 1906, trong nguồn vốn tư nhân, thương mại được xếp vào hàng thứ ba với 41,5 triệu francs, đứng sau đường sắt 95 triệu, công nghiệp 72 triệu và chỉ đứng trước nông nghiệp 13 triệu (1) và theo Charles Robequain, số 492 triệu francs vàng mà tư nhân đầu tư vào Đông Dương trong vòng 30 năm từ 1888 đến 1918, thương mại cũng đứng vào hàng thứ ba với 75 triệu francs (15%), đứng sau công nghiệp mỏ 249 triệu (51%), giao thông vận tải 128 triệu (26%) và đứng trước nông nghiệp 40 triệu (8%) (2). Tuy nhiên, trong số 54 công ty vô danh được thành lập để kinh doanh ở Đông Dương từ năm 1897 đến năm 1918, với tổng số vốn ban đầu 166 triệu francs mà chúng tôi dẫn ra ở trên, có tới 10 công ty, có tổng số vốn 97 triệu francs hoạt động trong lĩnh vực thương mại, đứng hàng đầu về vốn trong trật tự đầu tư của các công ty này. Điều đó nói lên rằng, việc buôn bán giờ không còn lẻ tẻ nữa mà đã có sự tập trung tư bản lớn trong các công ty đại thương và các công ty này chi phối hầu như tất cả những hoạt động buôn bán với bên ngoài của Đông Dương.

* PGS.TS. Viện Sử học

Điều đáng nói là khác với việc buôn bán rước dâu của người bản xứ, giờ đây công việc này không chỉ diễn ra với các loại hàng hóa thông thường mà nhiều loại hình buôn bán mới đã ra đời và cũng khác với thói quen buôn bán nhỏ lẻ quanh quần trước đây, nhất là theo quan niệm "trọng nông, ức hương", "bế quan tỏa cảng" của triều Nguyễn, việc buôn bán với nước ngoài giờ được giới thực dân coi trọng hàng đầu và do Chính phủ thuộc địa nắm độc quyền kiểm soát.

a. Ngoại thương phát triển

Sự phát triển của ngoại thương có thể được nhận thấy ở sự ra đời của các công ty thương mại lớn và kéo theo là sự mở rộng dần nguồn vốn đầu tư. Và như đã thấy, trong số 10 công ty vô danh thương mại được thành lập từ năm 1897 đến năm 1918 thì có đến 7 công ty hoạt động trong lĩnh vực ngoại thương, có tàu buôn đường dài với chính quốc cũng như với các nước trong khu vực và các nước ngoài châu Á. Số vốn ban đầu của 7 công ty này có thể được tính tới 93 triệu francs, gồm:

- *Liên hiệp thương mại Đông Dương và Phi châu*

- *Công ty thương mại Pháp ở Đông Dương*

- *Công ty Thương mại và vận tải thủy Viễn Đông*

- *Liên hiệp Á - Phi*

- *Liên hiệp dầu hỏa á châu*

- *Liên hiệp Pháp - Đông Dương*

- *Công ty Descours và Cabaud*

- *Công ty Xuất khẩu Viễn Đông.*

Sự xuất hiện của các đại công ty là một biểu hiện của sự phát triển về chiều sâu trong lĩnh vực thương mại nói chung.

Sự phát triển của ngoại thương còn có thể được nhận thấy ở sự tăng lên của tổng kim ngạch xuất - nhập khẩu trong thời gian 1897-1918, từ 81 triệu đồng năm 1897 (xuất 46 triệu, nhập 35 triệu) tăng lên 171 triệu đồng năm 1902 (xuất 74 triệu, nhập 97 triệu) lên 179 triệu đồng năm 1907 (xuất 98 triệu, nhập 81 triệu), rồi 192 triệu đồng năm 1912 (xuất 102 triệu, nhập 90 triệu) triệu, nhập 81 triệu), và 580 triệu francs (tương đương 235 triệu đồng) năm 1913 (3).

Cũng như vậy, sự phát triển của ngoại thương thời kỳ này còn được biểu hiện ở tình trạng vượt trội của cán cân xuất - nhập khẩu. Kết quả nghiên cứu trong 16 năm từ 1897 đến 1912 cho thấy, chỉ có 7 năm (1900 - 1906) nhập khẩu vượt xuất khẩu, 9 năm còn lại, xuất khẩu luôn vượt so với nhập khẩu, thường là trên dưới 10 triệu đồng (4), cụ thể là (tính bằng đồng): 1897: 11 triệu; 1898: 10 triệu; 1899: 7 triệu; 1908: 8 triệu; 1909: 11 triệu; 1910: 18 triệu; 1911: 11 triệu và 1912: 12 triệu (5).

Cuối cùng, sự phát triển của ngoại thương còn có thể được nhận thấy ở sự tăng lên của giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa. Từ 140 triệu đồng là giá trị xuất, nhập khẩu trung bình hàng năm trong những năm 1899-1903 (trong đó xuất khẩu là 62 triệu đồng và nhập khẩu 78 triệu đồng), con số này tăng lên 197 triệu đồng trong những năm 1909-1913 (trong đó xuất khẩu là 105 triệu đồng và nhập khẩu là 92 triệu đồng) (6).

Tuy nhiên, với mục đích độc chiếm thị trường Việt Nam, Pháp tiếp tục áp dụng đạo luật quan thuế năm 1892. Theo đó, hàng hóa Pháp vào Việt Nam được miễn thuế, trong khi hàng hóa các nước khác phải đóng thuế từ 25% đến 120% giá trị hàng hóa. Vì vậy, Việt Nam chủ yếu nhập khẩu hàng hóa của Pháp hay nói đúng hơn là hàng hóa Pháp đã chiếm lĩnh thị trường

Việt Nam, chèn ép hàng hóa và các ngành sản xuất nội địa cũng như hàng hóa từ nước khác, nhất là của Trung Quốc nhập vào thị trường Đông Dương.

So sánh giữa thời kỳ 1902-1906 và thời kỳ 1897-1901, tổng số hàng nhập từ Pháp vào Đông Dương tăng 420% và tổng số hàng Đông Dương được Pháp xuất sang chính quốc tăng 350%. Trong khi đó, hàng từ Đông Dương xuất đi các nước khác chỉ tăng 36% (7).

Về cơ cấu hàng hóa xuất, nhập khẩu thì vẫn luôn luôn là: hàng xuất gồm thóc gạo, da, than, xi măng, quặng kẽm, quặng thiếc, kẽm thỏi, tơ sống, vải lụa và hàng nhập gồm vải bông, dầu mỏ, máy móc, đồ cơ khí, rượu vang, thuốc lá, tơ lụa nhân tạo, giấy, sữa, sợi bông, đồ dùng bằng cao su, ô tô, hóa chất, đường... (8). Như vậy, người dân Việt Nam bị bóc lột triệt để khi bán rẻ cho nước Pháp các nông sản, khoáng sản sơ chế và mua với giá đắt các chế phẩm công nghiệp từ chính quốc đem sang.

Và như đã nói ở trên, trong điều kiện nền kinh tế Đông Dương chưa phát triển, các công ty thương mại Pháp đã chi phối toàn bộ thị trường hàng hóa của Đông Dương. Các công ty đó đem hàng hóa vào bán tại Việt Nam đồng thời đứng ra thu mua các sản phẩm của Việt Nam với giá cả độc quyền rồi mang đi xuất khẩu kiếm lời.

Và như vậy, ngoại thương phát triển vào đầu thế kỷ XX đã phá thế "bế quan tỏa cảng" của Việt Nam trước đó, làm cho nó tiếp xúc với các nước trong khu vực cũng như trên thế giới. Tuy nhiên, với xu hướng này, bằng hàng rào quan thuế mang tính chất đồng hóa giữa thị trường chính quốc và thuộc địa, Pháp đã làm cho Việt Nam phụ thuộc vào Pháp, nền kinh tế Việt Nam trở thành cái đuôi của kinh tế chính quốc.

b. Nội thương khởi sắc

Nội thương khởi sắc là do sự phát triển của các ngành kinh tế, của hệ thống giao thông đường sắt, đường thủy, đường bộ vì sự thay đổi thói quen tiêu dùng của một bộ phận dân cư do quá trình đô thị hóa cũng như quá trình tiếp xúc với các sản phẩm của châu Âu. Về phía chính quyền thuộc địa, mặc dù không hề quan tâm đến những lợi ích về xã hội (y tế, giáo dục) của người bản xứ, nhưng trong lĩnh vực kinh tế, để khuyến khích hoạt động nông công - thương nghiệp nói chung, ngày 30-4-1900, Toàn quyền Paul Doumer ra Nghị định lập *Danh dự Bội tinh* để thưởng cho những người bản xứ và những người châu Á tại Đông Dương có những đóng góp trong các lĩnh vực này. Về thương nghiệp, phần thưởng được dành cho "những thương nhân mở rộng được quan hệ buôn bán, thiết lập được nhiều cơ sở đại lý, phát triển được ngành giao thông đường thủy..." (9).

Sự "khuyến khích" của chính quyền thuộc địa đã tạo ra cơ hội cho sự phát triển của nội thương, trong đó người bản xứ được dịp tham gia vào hoạt động này ở những mức độ khác nhau.

Các thương nhân Hoa kiều, với văn hóa lâu đời về buôn bán đã trở thành chỗ dựa cho người Pháp trong việc làm đại lý đối với hàng nhập vào từ nước ngoài và đứng làm trung gian thu mua sản phẩm xuất khẩu cho các thương nhân người Pháp. Hoa kiều được tự do thương mại ở Đông Dương, ngay cả khi Pháp thực hiện chính sách độc quyền. Giá trị hàng hóa của Hoa kiều luôn luôn tăng tương ứng với giá trị hàng hóa của tư bản Pháp. Khi giá trị hàng hóa của Pháp ở Đông Dương tăng từ 525 triệu francs năm 1911 lên 800 triệu năm 1918 và 1,8 tỷ francs năm 1919 thì giá trị hàng hóa do Hoa kiều nắm cũng tăng tương ứng từ

Bảng 1: Buôn bán ven bờ từ 1892 đến 1906 ở Đông Dương (10)

Năm	Trị giá (francs)	Năm	Trị giá (francs)	Năm	Trị giá (francs)
1892	23.423.000	1897	40.457.000	1902	149.177.000
1893	53.854.000	1898	55.959.000	1903	154.884.000
1894	36.070.000	1899	87.834.000	1904	150.308.000
1895	36.661.000	1900	109.423.000	1905	145.646.000
1896	38.387.000	1901	138.543.000	1906	144.146.000
Trung bình	37.679.000		86.443.000 tăng 130%		148.322.000 tăng 71% và 293% so với 1892-1896

Bảng 2: Buôn bán ven bờ ở Trung Kỳ từ 1897 đến 1906 (11)

Năm	Trị giá (francs)	Năm	Trị giá (francs)
1897	22.311.000	1902	74.783.000
1898	31.927.000	1903	73.943.000
1899	40.674.000	1904	68.894.000
1900	55.300.000	1905	73.925.000
1901	72.900.000	1906	64.338.000
Trung bình	44.622.000	Trung bình	71.077.000 (tăng 59%)

400 triệu lên 600 triệu và 1,38 tỷ francs (12).

Đối với người Việt, những điều kiện vào đầu thế kỷ cùng thái độ "cởi mở" trên của chính quyền thuộc địa đã là dịp khiến nhiều người tiến vào hoạt động trong lĩnh vực lâu nay là lãnh địa của Hoa kiều, Ấn kiều và Pháp kiều, tất nhiên vẫn là với sự cạnh tranh quyết liệt.

Sự giao lưu buôn bán giữa các vùng miền trở nên sôi động, nhộn nhịp với những phương tiện vận tải ngày càng phong phú: bằng tàu, bằng thuyền, bằng các loại xe cộ... Nông hải sản từ vùng xuôi ngược lên miền núi. Lâm thổ sản từ miền núi được chở về xuôi. Gạo, hạt tiêu, nước mắm... được chở từ miền Nam ra miền Bắc. Trái lại, xi măng, than đá, diêm... được chở từ miền Bắc vào tiêu thụ ở miền Nam...

Theo những kết quả thống kê chưa đầy đủ cho toàn bộ giai đoạn này thì giá trị hàng hóa được chuyên chở hay là được buôn bán theo đường thủy, từ cảng này tới cảng khác ở Việt Nam tăng lên từng năm.

Theo Paul Beau, trong 15 năm, từ 1892 đến năm 1906 tình hình diễn ra như sau: từ 1892 đến 1896, trung bình là 37.679.000 francs/năm; từ 1897 đến 1901 trung bình là 86.443.000 francs/năm, tăng hơn giai đoạn trước 130% và từ 1902 đến 1906 trung bình là 148.322.000 francs, tăng hơn giai đoạn trước 71% và 293% so với 1892-1896 (13). Năm 1892 mới chỉ là 23.423.000 francs thì năm 1896 đã là 38.387.000 francs và năm 1906 tăng vọt lên 144.146.000 francs. Cụ thể được diễn tả trong bảng 1.

Về phương diện này, Trung Kỳ là xứ năng động trong việc buôn bán trên thị trường nội địa hơn hai xứ Bắc Kỳ và Nam Kỳ. Ở đây, giá trị hàng hóa lưu chuyển trung bình mỗi năm trong giai đoạn 1897-1901 là 44.622.000 francs; từ 1902 đến 1906 tăng lên 71.077.000 francs, tức là tăng 59% so với giai đoạn trước, năm 1897 là 23.311.000 francs thì năm 1901 tăng lên 72.900.000 francs và 1905 tăng lên 73.925.000 francs. Cụ thể như ở bảng 2.

Trong giá trị hàng hóa buôn bán trong nội địa của Trung Kỳ thì một nửa được

Bảng 3: Buôn bán ven bờ ở Bắc Kỳ từ 1897-1906 (14)

Năm	Tri giá (francs)	Năm	Tri giá (francs)
1897	10.684.000	1902	29.123.000
1898	15.922.000	1903	33.122.000
1899	15.794.000	1904	29.606.000
1900	22.481.000	1905	38.331.000
1901	27.726.000	1906	40.819.000
Trung bình	13.521.000	Trung bình	34.218.000 (tăng 86% so với giai đoạn 1897-1901)

thực hiện trong nội xứ, phần còn lại là với Nam Kỳ và Bắc Kỳ. Chẳng hạn trong những năm 1902-1906, trung bình mỗi năm giá trị hàng hóa buôn bán trong thị trường toàn Liên bang của Trung Kỳ là 71.011.000 francs, thì buôn bán từ cảng này sang cảng khác của bản thân xứ này là 35.936.000 francs, trong khi với Nam Kỳ là 21.834.000 francs và với Bắc Kỳ là 12.529.000 francs (15). Hàng hóa mà nó bán cho Nam Kỳ là chà cá, nước mắm, đường (trắng, đen và nâu), gỗ các loại, diêm, cau khô... và hàng hóa mà nó mua của Nam Kỳ là gạo, đồ gốm, rượu, chè, sợi bông (16).

Đối với Bắc Kỳ, việc buôn bán ven bờ của xứ này mặc dù không lớn bằng Trung Kỳ nhưng cũng tăng lên từng năm, mức độ tăng mạnh hơn so với ở Trung Kỳ với giá trị trung bình năm trong giai đoạn 1897-1901 là 13.521.000 francs và trong giai đoạn sau 1902-1906 là 34.218.000 francs, tức là tăng 86% (17). Năm 1897 mới chỉ là 10.684.000 francs nhưng 1906 đó tăng lên đến gần 4 lần với 40.819.000 francs (18). Cụ thể như trong bảng 3.

Ở đây, việc buôn bán trong nội xứ của Bắc Kỳ (từ 1902 đến 1906) chiếm gần một nửa tổng buôn bán ven bờ của nó, trung bình mỗi năm 16.500.000 francs. Phần còn lại là giá trị trao đổi, cả vào và ra của nó với các xứ khác (19).

Buôn bán ven bờ từ Nam Kỳ ra Bắc Kỳ từ 1902-1906 trung bình mỗi năm 2.561.000 francs với các thứ hàng hóa là muối biển, gạo và quả dừa khô và từ Bắc Kỳ vào Nam Kỳ cũng trong giai đoạn đó trung bình mỗi năm 2.586.000 francs, với các loại hàng hóa là than đá, than đồng thành gạch, xi măng, diêm tiêu.

Mỗi tuần một lần, tàu của Công ty Messagerie Maritime vào và ra cảng Hải Phòng một lần. Bên cạnh đó cũng có nhiều tàu Pháp và tàu của nước ngoài cùng với 5 nghìn thuyền buôn có tổng trọng tải 1,1 triệu tấn vào, ra cảng này. Tàu buôn nối Hải Phòng với Vịnh Hạ Long, tới Mũi Ngạc (Móng Cái 3 lần/tuần và sà lúp nối Hải Phòng với Phủ Lạng Thương và Đáp Cầu 2 lần/tuần. Từ Việt Trì, sà lúp chở hàng đi Chợ Bè 2 lần/tuần (20).

Ở Nam Kỳ, việc buôn bán trong nội địa đứng sau Trung Kỳ nhưng đứng trước Bắc Kỳ về giá trị hàng hóa trao đổi, với mức tăng khá nhanh từ trung bình/năm là 23.974.000 francs trong thời kỳ 1897-1901 tăng lên mức 40.993.000 francs trong thời kỳ 1902-1906 tức là tăng 30%. Năm 1897 mới chỉ đạt 7.458.000 francs thì năm 1906 đã tăng lên đến gần 5 lần với 36.586.000 francs, với mức tăng hàng năm như trong bảng 4.

Trong tổng số giá trị hàng hóa buôn bán nội địa này, buôn bán trong nội xứ Nam Kỳ trung bình là 8.307.000 francs/năm trong

Bảng 4: Buôn bán ven bờ của Nam Kỳ từ 1897 đến 1906 (21)

Năm	Tri giá (francs)	Năm	Tri giá (francs)
1897	7.458.000	1902	44.110.000
1898	8.109.000	1903	44.415.000
1899	33.800.000	1904	42.504.000
1900	31.680.000	1905	37.351.000
1901	37.928.000	1906	36.586.000
Trung bình	23.974.000	Trung bình	40.993.000 (tăng 30% so với 1897-1901)

thời kỳ từ 1902 đến 1906. Phần còn lại là giá trị hàng hóa của Nam Kỳ buôn bán với các xứ khác, với Cambodge chiếu về là 1.578.000 francs/năm và chiều đi là 2.022.000 francs/năm cũng trong giai đoạn đó (22).

Vận tải đường dài được thể hiện ở Sài Gòn năm 1906 bằng 800 tàu hơi nước và trọng tải 1.363.000 tấn. Việc buôn bán ven bờ trong năm 1906 là 845 thuyền buồm cả của người Hoa và người Việt có sức chở 27.300 tấn và thường lui tới các vùng bờ biển Trung Kỳ, các cảng Rạch Giá, Singapor, tới Thái lan, Philippines (23). Vận tải thủy nội địa do 40 tàu hơi nước và sà lúp của *Liên đoàn vận tải đường thủy của Nam Kỳ* (*Compagnie des Messageries fluviales de Cochinchine*) đảm nhiệm, từ Sài Gòn đi các tỉnh của Cambodge (Nông Pênh, Krake, Stungsteng, Battambang...). Ngoài ra còn một tàu hơi nước cũng của Liên đoàn trên từ Sài Gòn chở hàng đi Băng Cốc, hay tới Hòn Chông, đảo Phú Quốc để mua hạt tiêu. Cuối cùng, các sà lúp của người Hoa chở hàng từ Sài Gòn tới Vũng Tàu hay từ Sài Gòn đi Thủ Dầu Một, từ Mỹ Tho tới Trà Vinh, đi Sa Đéc, qua Cái Bè, Vĩnh Long (24).

Buôn bán trong nội địa tăng lên, số thương gia tăng lên và thuế môn bài nói chung cũng tăng lên, trong đó có thuế đánh vào buôn bán.

Ở Hà Nội, năm 1901 có tổng cộng 4.504 người phải nộp thuế môn bài (205 người Âu, 203 người Á và 4096 người bản xứ), năm 1907 tăng thêm 766 thẻ môn bài nữa

thành 5.270 (240 người Âu, 268 người Á và 4762 người bản xứ) (25). Số tiền thu được từ thuế môn bài tăng lên đều đặn trong những năm 1901-1907: 1901: 60.000 đồng; 1902: 76.005 đồng; 1903: 96.817; 1904: 115.309; 1905: 112.604; 1906: 122.045; 1907: 126.000 đồng dự thu (26).

Ở Hải Phòng, số tiền thu từ thuế môn bài cũng từ 35.821 đồng năm 1902 tăng lên 57.515 đồng vào năm 1903 và trong những năm 1904, 1905, 1906 trung bình mỗi năm thu 58.690 đồng (27).

Nội thương phát triển không những chỉ được biểu hiện ở sự mở rộng thị trường tiêu thụ hàng hóa mà còn được biểu hiện ở sự thay đổi trong cơ cấu hàng hóa được tiêu thụ trong nước vì những lý do ở trên. Trên thị trường, bây giờ đây không phải chỉ có những mặt hàng quen thuộc của một nền kinh tế lấy nông nghiệp làm trọng tâm nữa mà đã xuất hiện những loại hàng hóa mới như dầu hỏa, các sản phẩm chế tạo công nghiệp từ đồ may mặc đến đồ kim khí đến các hàng xa xỉ hay như các sản phẩm nông nghiệp mới được sản xuất ra trên các đồn điền như cà phê, sữa, phở mát... thậm chí còn xuất hiện cả các loại hàng hóa đặc biệt như bất động sản, điện, nước và nảy sinh các ngành buôn bán tương ứng: kinh doanh bất động sản, điện, nước... Sự xuất hiện của những sản phẩm này trên thị trường đến lượt chúng lại có tác dụng kích thích sự phát triển của các ngành kinh tế ở trong nước cũng như sự phát triển của ngoại thương, làm biến đổi cơ

cấu dân cư và đời sống kinh tế - xã hội của những vùng có nền kinh tế nội thương phát triển. Việc buôn bán phát đạt đã tạo điều kiện cho một số thương nhân người Việt tự lập ra các công ty thương mại của riêng mình để cạnh tranh với các đối thủ khác. Không khí "đổi mới" "duy tân" đầu thế kỷ XX còn khiến ngay cả các nhân sĩ, sĩ phu vốn chỉ coi trọng nghề "sĩ", coi rẻ nghề "thương" phải thay đổi cách nghĩ, cách làm. Họ đã đứng ra hô hào hay tự lập ra các hãng buôn, các tổ chức thương nghiệp, chẳng hạn như: Nguyễn Quyền lập *Hồng Tân Hưng*; Hoàng Tăng Bí lập *Đông Thành Xương* ở Hà Nội; Đặng Nguyên Cẩn, Lê Huân, Ngô Đức Kế lập *Triều Dương thương quán* ở Nghệ An; Nguyễn Quyền và Hoàng Tăng Bí lập *Quảng Nam hiệp thương Công ty*...

Nổi lên lúc bấy giờ là: *hãng buôn Quảng Hưng Long*; *hãng buôn Quảng Hợp Ích* ở Bắc Kỳ; *Quảng Nam hiệp thương công ty*; *Công ty Phương Lâu* ở Trung Kỳ; *Công ty nước mắm Liên Thành* ở Nam Kỳ (28)...

Công ty Quảng Hưng Long thành lập năm 1907 ở Hà Nội là một công ty buôn bán lớn nhất của người Việt đầu thế kỷ XX.

CHÚ THÍCH

(1). André Dumarest: *La formation de classes sociales en Pays Annamites*, Lyon, 1935, bản đánh máy tr. 30.

(2), (6). Charles Robequain: *L'Évolution économique de l'Indochine française*, Paris, 1939, tr. 189, 342.

(3), (4), (5), (8). *Résumé Statistique relatif aux années 1913-1940*.

(7). Nguyễn Khánh Toàn. *Lịch sử Việt Nam* tập II 1858-1945, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội, 2004, tr. 120.

(9). Dương Kinh Quốc: *Việt Nam những sự kiện lịch sử 1858-1918*, Nxb. Giáo dục, Hà Nội, 1999, tr. 267-268.

(10), (11), (13), (14), (15), (16), (17), (18), (19), (20), (21), (22), (23), (24), (25), (26), (27). Paul Beau: *La*

Công ty Quảng Hợp Ích thành lập năm 1907 ở Hà Nội cũng đi lên cùng kiểu với *Quảng Hưng Long* chuyên buôn the, lụa, sa, xuyên, vóc, nhiễu.

Công ty Liên Thành (29) được một số thân sĩ trong phong trào *Đông Kinh nghĩa thực* lập ra năm 1907, đứng đầu là bác sĩ Hồ Tá Bang, với sự hỗ trợ của một số kỳ hào (anh em họ Huỳnh là Ba Đẩu và Mười Ngô) cùng với sự hỗ trợ của một số thương gia giàu có người Hoa (Trần Gia Hòa hay Ba Xi) có trụ sở tại Sài Gòn và Phan Thiết chuyên buôn bán và sản xuất nước mắm.

Tóm lại, trong khuôn khổ của cuộc khai thác thuộc địa lần thứ nhất của thực dân Pháp, thương mại của Đông Dương nói chung, của Việt Nam nói riêng đã có những bước phát triển nhất định, được biểu hiện ở cả ngoại thương và nội thương cũng như ở sự xuất hiện của những nhân tố của một nền thương mại hiện đại. Tuy nhiên, một nền thương mại nằm trong tay người Pháp chỉ là hình thức tước đoạt nguồn tài nguyên và sản phẩm thuộc địa để làm lợi cho các nhà tư bản, các công ty tư bản hoạt động trong lĩnh vực thương mại Pháp mà thôi.

situation de l'Indochine de 1902 à 1907, Sài Gòn 1908, tr. 462, 462, 463, 463, 464, 467, 467, 467, 467, 467, 469, 470, 470, 471, 249, 249, 257.

(12). Pierre Richard Feray: *Le Việt Nam au XX^e siècle*, Paris, 1979, tr. 44.

(28). Nguyễn Công Bình: *Tìm hiểu giai cấp tư sản Việt Nam thời Pháp thuộc*, Nxb. Văn - Sử - Địa, Hà Nội, 1959, tr. 42-43.

(29). Tham khảo bài viết của Trịnh Văn Thảo: "Liên Thành (1906-1975) và sự thay đổi của một doanh nghiệp tân tiến" (Liên Thành 1906-1975 et transfiguration d'une entreprise moderniste. Essai de sociologie historique), trong *Việt Nam: Le moment moderniste*, Université de Provence, 2009, tr. 149-169.