

TÌM HIỂU NĂNG LỰC LÀM CHỦ CỦA CHỦ DOANH NGHIỆP KINH TẾ TƯ NHÂN HIỆN NAY

(Tiếp theo và hết)

Văn Thị Kim Cúc

Viện Tâm lý học.

Tiếp theo các bài viết ở Tạp chí Tâm lý học số 8 và số 9, trong bài viết này, chúng tôi trình bày những năng lực và phẩm chất còn lại của chủ doanh nghiệp (DN) khu vực kinh tế tư nhân (KTTN) mà chúng tôi đã nghiên cứu.

1. Khả năng làm chủ cảm xúc và thiết lập mối quan hệ với người khác

Khả năng làm chủ cảm xúc là năng lực chế ngự các cảm xúc, tình cảm trong các hoàn cảnh sống và hoạt động, đặc biệt trong các tình huống nảy sinh vấn đề.

Khả năng thiết lập mối quan hệ với người khác là năng lực tiếp xúc, lắng nghe, thuyết phục và tạo lập mối quan hệ xã hội qua lại với người khác.

Để nghiên cứu các yếu tố này, chúng tôi sử dụng một thang đo gồm 32 mệnh đề, mỗi mệnh đề có ba phương án trả lời (1 điểm = Không bao giờ; 2 điểm = Đôi khi; 3 điểm = Thường xuyên) với độ tin cậy α cronbach = 0.67. Điểm trung bình của các yếu tố được chúng tôi trình bày trong bảng 1:

Bảng 1: Các khả năng làm chủ cảm xúc và thiết lập
quan hệ xã hội của chủ DN

Các khả năng	N	ĐTB	Độ lệch chuẩn
Thuyết phục	145	1.88	0.19
Làm chủ cảm xúc	145	1.77	0.32

Lắng nghe	144	1.71	0.21
Tiếp xúc, thiết lập quan hệ với người khác	146	1.61	0.25

Quan sát bảng 1, chúng ta thấy tất cả các điểm trung bình đều đạt ở dưới mức trung tính (2 điểm). Như vậy, tất cả các yếu tố trên đều nghiêng về phía không có năng lực hơn là có năng lực. Điều này cho thấy, năng lực của chủ DN KTTN trong các lĩnh vực trên còn yếu, trong đó khả năng tiếp xúc, thiết lập quan hệ với người khác và khả năng lắng nghe người khác tỏ ra là yếu hơn cả.

Điều đáng ngạc nhiên là nữ giới có khả năng làm chủ cảm xúc tốt hơn nam giới, tuy sự khác biệt này không lớn lắm ($t = -1.93$, $p = 0.09$).

Theo *qui mô DN*, có sự khác biệt ở năng lực tiếp xúc, thiết lập quan hệ giữa DN có qui mô lớn và nhỏ ($F = 3.66$, $p = 0.28$). Chủ DN có qui mô lớn có năng lực tiếp xúc và thiết lập quan hệ tốt hơn là chủ DN có qui mô nhỏ. Có thể nói, thông qua nhiều hoạt động và các hoạt động cũng đa dạng hơn ở các DN có qui mô lớn mà chủ DN có kinh nghiệm tiếp xúc và thiết lập quan hệ hơn, nhưng cũng không thể không nói đến vai trò cá nhân: có thể nhờ có khả năng tiếp xúc và thiết lập quan hệ tốt mà cá nhân mới có thể trở thành người làm chủ của DN có qui mô lớn.

Theo *số năm kinh doanh*, các chủ DN có số năm kinh doanh trên 10 năm, có khả năng tiếp xúc, thiết lập quan hệ tốt hơn so với các chủ DN có số năm kinh doanh dưới 5 năm ($F = 3.36$, $p = 0.03$). Như vậy, kinh nghiệm kinh doanh, đặc biệt việc tiếp xúc với khách hàng, hợp tác với bạn hàng, làm việc với nhân viên sẽ tạo nên các kinh nghiệm để từ đó các chủ DN phát triển tốt hơn khả năng tiếp xúc và thiết lập quan hệ với người khác.

Theo *loại hình DN*, giữa giám đốc công ty TNHH và chủ DNTN, sự khác biệt có ý nghĩa ở hai năng lực: Năng lực lắng nghe ($t = -2.91$, $p = 0.00$) và năng lực làm chủ cảm xúc ($t = -1.9$, $p = 0.05$). Ở cả hai năng lực này, giám đốc công ty TNHH đều tỏ ra khá hơn so với chủ DNTN, có nghĩa là giám đốc công ty TNHH biết lắng nghe hơn và biết làm chủ tốt hơn cảm xúc của mình.

Ngoài ra, chúng tôi không tìm thấy khác biệt nào khác.

2. Năng lực động viên, khuyến khích người lao động

Một trong những điều kiện quyết định sự thành bại của một DN chính là người lao động. Tinh thần của người lao động không những bảo đảm cho việc sản xuất và kinh doanh có hiệu quả cao mà còn là điều kiện tiên quyết bảo đảm

sự ổn định của DN và như vậy là tạo sự yên tâm cho người chủ DN. Muốn vậy, người chủ DN phải biết động viên, khuyến khích người lao động. Chúng ta thử phân tích xem năng lực này thể hiện như thế nào ở chủ DN KTTN.

Bảng 2: Năng lực động viên, khuyến khích người lao động của chủ DN

	N	ĐTB	ĐLC
Thực hiện nghiêm túc chế độ thưởng phạt đối với người lao động.	150	2,63	0,49
Tôi cố gắng đến mức tối đa đặt người lao động vào vị trí phù hợp với năng lực và nguyện vọng của họ.	150	2,50	0,51
Chia sẻ với người lao động trong những dịp lễ, tết, sinh nhật, cưới xin, ma chay.	149	2,49	0,55
Nếu quá bức mình vì công việc không theo ý muốn, tôi có thể quát tháo, mắng mỏ*.	150	1,79	0,53
Năng lực kích thích người lao động	149	2,45	0,33

Ghi chú: Khi tính ĐTB của năng lực này, chúng tôi đã mã lại giá trị của câu đánh dấu “*”.

Quan sát bảng 2, ta có thể thấy năng lực động viên, khuyến khích người lao động ở chủ DN KTTN mới ở mức độ trung bình khá (ĐTB = 2.45), nằm giữa trả lời “đôi khi” và “thường xuyên”, nhưng nghiêng về “đôi khi”. Năng lực này thể hiện cụ thể như sau: thực hiện chế độ thưởng phạt nghiêm túc với người lao động (ĐTB = 2.63), đặt họ vào vị trí phù hợp với năng lực và nguyện vọng của họ (ĐTB = 2.50), chia sẻ với người lao động trong các dịp lễ, tết, ma chay, cưới xin (ĐTB = 2.49) ở chủ DN KTTN ở mức độ khá hơn so với việc đối xử nhẹ nhàng với họ (ĐTB = 2.20).

Xét theo giới, có sự khác biệt về đối xử với người lao động giữa chủ DN nữ và nam. Chủ DN nữ tỏ ra nhẹ nhàng với nhân viên hơn là chủ DN nam ($t = -2.00$, $p = 0.049$).

Xét theo loại hình DN (bảng 3), chúng tôi nhận thấy giám đốc công ty TNHH cố gắng hơn so với chủ DNTN trong việc đặt người lao động vào vị trí phù hợp với năng lực và nguyện vọng của họ ($t = -2.25$, $p = 0.026$).

Bảng 3: Khác biệt về sự cố gắng đặt người đúng vị trí của hai loại chủ DN

	Loại DN	N	ĐTB	ĐLC	t	p
Tôi cố gắng đến mức tối đa đặt người lao động vào vị trí phù hợp với năng lực và nguyện vọng của họ	DN tư nhân	84	2,42	,496	- 2.25	0.026
	Công ty TNHH	66	2,61	,523		

Số liệu bảng 4 dưới đây cho chúng ta thấy, 62.1% giám đốc công ty TNHH thường xuyên cố gắng đến mức tối đa đặt người lao động vào vị trí phù hợp với năng lực và nguyện vọng của họ, trong khi tỉ lệ này ở chủ DNTN chỉ có 41.7%. Kết quả này cho thấy, tuy các giám đốc công ty TNHH có quan tâm hơn đến năng lực và nguyện vọng của người lao động, chúng ta vẫn có thể thấy ở cả hai giới, sự quan tâm này chưa thật sự được ưu tiên.

Bảng 4: Khác biệt về sự cố gắng dùng người đúng vị trí của hai loại chủ DN

	Loại DN	Không bao giờ (%)	Đôi khi (%)	Thường xuyên (%)
Tôi cố gắng đến mức tối đa đặt người lao động vào vị trí phù hợp với năng lực và nguyện vọng của họ.	DN tư nhân	0	58.3	41.7
	Công ty TNHH	1.5	36.8	62.1

Bảng 5: “Năng lực kích thích người lao động” xét theo “tuổi” của chủ DN

	df	F	Sig.
Thực hiện nghiêm túc chế độ thưởng phạt đối với người lao động.	2	3,47	0,03
Chia sẻ với người lao động trong những dịp lễ, tết, sinh nhật, cưới xin, ma chay.	2	3,66	0,02
Tôi cố gắng đến mức tối đa đặt người lao động vào vị trí phù hợp với năng lực và nguyện vọng của họ.	2	4,11	0,01
Năng lực động viên, khuyến khích người lao động.	2	3,71	0,02

Quan sát bảng 5, chúng ta thấy năng lực động viên, khuyến khích người lao động của chủ DN cũng bị tác động bởi tuổi tác của họ. Chủ DN càng lớn tuổi, càng có ý thức thực hiện nghiêm túc chế độ thưởng phạt đối với người lao động. Có thể do càng lớn tuổi, người ta càng có ý thức về tầm quan trọng của sự đánh giá khách quan, công bằng. Nhưng không có nghĩa tuổi càng lớn, mọi việc làm càng tốt hơn, đơn cử là trong việc cố gắng đến mức tối đa đặt người lao động vào vị trí phù hợp vào năng lực và nguyện vọng của họ thì các chủ DN trẻ tuổi hơn lại tỏ ra linh hoạt hơn so với các chủ DN lớn tuổi hơn.

3. Thái độ ứng xử của chủ doanh nghiệp đối với người lao động

Làm chủ DN KTTN không những phải có tinh thần dám nghĩ, dám làm, dám chịu trách nhiệm mà còn phải biết đối nhân, xử thế, bởi trong tay của chủ DN khu vực kinh tế tư nhân là những người làm công ăn lương, những người tạo ra sản phẩm, những người điều hành, giao dịch hay bán hàng. Vậy thái độ đối với người lao động của chủ DN khu vực kinh tế tư nhân cũng là một khía cạnh tâm lý vô cùng quan trọng.

Kết quả nghiên cứu của chúng tôi cho thấy, về điểm này, chủ DN KTTN cũng bộc lộ những vấn đề bất cập. Quả thật, chỉ có 69.4% số họ có thể có thái độ cư xử tốt với người lao động. Thái độ cư xử tốt vô điều kiện của các nhà lãnh đạo, quản lý, trong đó là các chủ DN khu vực kinh tế tư nhân đối với người lao động, theo chúng tôi, là con đường thu phục nhân tâm, là rất cần thiết. Thế nhưng, vẫn còn tồn tại tới 30.6% chủ DN KTTN chưa làm được điều này. Số liệu này thể hiện sự tồn tại một số chủ DN KTTN còn gặp khó khăn hoặc chưa trang bị cho mình kỹ năng, thái độ ứng xử tốt với mọi người, đặc biệt là với nhân viên và khách hàng.

Về điểm này, không có sự khác biệt giữa giám đốc công ty TNHH và chủ DNTN.

4. Năng lực đánh giá

Làm chủ một DN, người chủ phải có năng lực đánh giá khách quan đối với mọi người, kể cả sự đánh giá về bản thân, bởi sự đánh giá khách quan là căn cân để giữ hoà khí trong một DN. Kết quả nghiên cứu của chúng tôi về yếu tố này được trình bày trong bảng 6:

Bảng 6: Năng lực đánh giá khách quan của chủ DN

	N	ĐTB	ĐLC
Tôi luôn luôn đòi hỏi nghiêm túc với bản thân và với	146	2,47	0,51

người khác.			
Với tôi, việc cất nhắc người lao động lên vị trí cán bộ chủ chốt, xét lên lương hay thưởng đều dựa vào tiêu chí đánh giá khách quan, công bằng về năng lực và phẩm chất của họ.	149	2,60	0,50
Tôi không bao giờ để cảm tình cá nhân tác động tới sự đánh giá công việc.	149	2,27	0,65
Năng lực đánh giá	146	2,44	0,43

Xét theo điểm trung bình trên tổng số chung, năng lực đánh giá khách quan của chủ DN kinh tế tư nhân cũng chỉ ở mức độ trung bình (nằm giữa mức “đôi khi” và “thường xuyên” nhưng nghiêng về “đôi khi” (ĐTB = 2.44). Đây chính là một hạn chế có thể nói vẫn còn tồn đọng ở chủ DN kinh tế tư nhân. Giữa các khâu của sự đánh giá và tự đánh giá, kết quả cho thấy việc đánh giá để cất nhắc người lao động lên vị trí chủ chốt, xét lên lương hay thưởng tỏ ra khách quan hơn cả.

Cụ thể hơn, các chủ DN thường tự đánh giá bản thân như thế nào? Theo số liệu được phân tích, 47.9% chủ DN “thường xuyên”, 51.4% “đôi khi” và 0.7% “không bao giờ” đòi hỏi nghiêm túc với bản thân và với người khác. Những lúc không đòi hỏi nghiêm túc với bản thân, chắc chắn họ bị chi phối bởi yếu tố nào đó. Quả thật, số liệu cũng cho thấy chỉ có 38.3% và 50.3% chủ DN lần lượt “thường xuyên” và “đôi khi” không để cảm tình cá nhân tác động tới sự đánh giá công việc. Như vậy, có thể nói tình cảm còn chi phối khá nhiều sự đánh giá công việc ở những người chủ DN và đây là điều tối kị đối với một nhà quản lý nói chung, đặc biệt với một nhà chủ DN, bởi nó sẽ gây bầu không khí nghi kỵ lẫn nhau giữa các nhân viên dưới quyền, mất ổn định, đoàn kết. Cũng vì sự đánh giá bản thân chưa thật sự nghiêm túc, mà chỉ có 61.8% chủ DN “thường xuyên” cất nhắc cán bộ hay xét lương thưởng của nhân viên trên cơ sở của sự đánh giá khách quan và đến 38.3% “đôi khi” mới làm điều này.

Không có sự khác biệt trong đánh giá xét theo giới, hoặc theo loại hình DN. Tuy nhiên, có sự khác biệt về năng lực này ở các chủ DN có lứa tuổi khác nhau. Càng lớn tuổi hơn, chủ DN càng có sự đánh giá người khác khách quan, công bằng hơn ($F = 4.30$, $p = 0.01$).

Xét theo qui mô, chủ DN ở DN có qui mô khác nhau có sự đánh giá khác nhau ($F = 5.75$, $p = 0.00$), chủ DN qui mô vừa đều có sự đánh giá khách quan hơn so với chủ DN có qui mô nhỏ và lớn (p lần lượt là 0.02 và 0.03).

Ngoài ra, chúng tôi không nhận thấy sự khác biệt quan trọng nào khác.

Qua sự phân tích trên đây, chúng ta thấy còn tồn tại một số yếu kém trong các hoạt động của mình, bất cứ một tập thể, một tổ chức nào cũng có những khó khăn. Các khó khăn này rất đa dạng, có thể liên quan đến những vấn đề nghiệp vụ, nhưng cũng có thể liên quan đến con người, đến tổ chức bộ máy... Liệu trước những khó khăn này, các chủ DN KTTN có sử dụng dịch vụ tư vấn hay không?

Phân tích số liệu chúng tôi có được kết quả như sau: 67 chủ DN (chiếm 44,4%) có tư vấn và 84 chủ DN (chiếm 55.6%) không tư vấn. Như vậy, số lượng chủ DN không tư vấn chiếm nhiều hơn chủ DN có tư vấn, điều này cho thấy trong hoạt động của các DN, các dịch vụ tư vấn chưa phát huy tác dụng của mình như nó vốn có.

Có hai sự khác biệt về việc sử dụng dịch vụ tư vấn xét theo các biến độc lập. Những sự khác biệt này liên quan đến trình độ ($p = 0.004$) và loại hình DN ($p = 0.01$). Cụ thể là những người trình độ càng cao, sử dụng dịch vụ tư vấn càng nhiều (34.4% so với 57.6%); Công ty TNHH sử dụng dịch vụ tư vấn cao hơn DNTN (55.2% so với 35.7%).

Nhìn tổng thể có 44.4% chủ DN KTTN nói chung sử dụng dịch vụ tư vấn. Những người được các chủ DN tìm đến là những ai?

Bảng 7: Chủ DN tìm đến ai để tư vấn?

	Nhà kinh tế	Nhà QL xã hội	Nhà tâm lý	Những người khác	Tổng các lựa chọn
N	35	15	2	25	77
%	45.5%	19.5%	2.9%	32.5%	100%

Quan sát bảng trên, chúng ta nhận thấy những người được tư vấn nhiều nhất là các nhà kinh tế và sau đó là các nhà quản lý xã hội, các nhà tâm lý hầu như chưa được tìm đến. Điều này cho thấy ở thời điểm hiện tại, đối với các chủ DN, các nhà kinh tế vẫn là quan trọng nhất.

Hiệu quả tư vấn như thế nào? Trong số những người sử dụng dịch vụ tư vấn, có 74.3% cho rằng sau khi tư vấn, vấn đề được giải quyết và 25.7% cho rằng tư vấn không giúp được việc gì cả. Qua đó, chúng ta cũng thấy rằng việc tư vấn mang lại hiệu quả khá cao. Tuy nhiên, vẫn còn khá nhiều chủ DN (25.7%) cho rằng tư vấn chưa giúp họ giải quyết vấn đề. Sở dĩ như vậy, theo họ có những nguyên nhân khác nhau: 16.8% chủ DN cho rằng do nhà tư vấn chưa thật sự am hiểu; 26.5% cho rằng do cách thức tư vấn chưa đạt và 8.8% cho rằng

do bản thân họ không tin vào việc tư vấn, số còn lại không cho là như vậy. Kết quả trên cho thấy, tư vấn là loại dịch vụ có thể nói là khả quan, tuy nhiên, chưa thật sự có đất dụng võ cho các nhà tư vấn. Vấn đề đặt ra cho người dân nói chung và cho các chủ DN là phải hình thành thói quen tìm đến các dịch vụ tư vấn khi họ gặp khó khăn, bên cạnh đó các nhà tư vấn cũng không ngừng nâng cao trình độ để đáp ứng các nhu cầu về tư vấn trong mọi lĩnh vực đời sống xã hội, đặc biệt vai trò của các nhà tư vấn tâm lý học kinh tế đối với sự phát triển kinh tế đất nước trong bối cảnh lịch sử xã hội Việt Nam hiện nay - giai đoạn mà việc đẩy mạnh sự phát triển kinh tế là một trong những nhiệm vụ quan trọng hàng đầu.