

VÀI NÉT VỀ HOẠT ĐỘNG CỦA DOANH NGHIỆP KINH TẾ TƯ NHÂN HIỆN NAY TỪ GÓC ĐỘ TÂM LÝ HỌC

Văn Thị Kim Cúc
Viện Tâm lý học.

Nghiên cứu mới đây của chúng tôi tiến hành năm 2005, trên 151 chủ doanh nghiệp kinh tế tư nhân⁽¹⁾ (DN KTTN) tại Hà Nội, chủ yếu ở các doanh nghiệp (DN) vừa và nhỏ, tập trung vào ba mảng chính là dịch vụ, xây dựng và buôn bán. Các chủ DN tham gia nghiên cứu có tuổi đời phân bố từ 24 tuổi cho đến 67 tuổi. Nam giới 102 người (chiếm 68,9%), nữ giới 46 người (chiếm 31,1%). 51,8% chủ DN có trình độ văn hoá đại học và sau đại học.

Trước hết, chúng tôi tìm hiểu sự ổn định trong hoạt động của các DN KTTN hiện nay như thế nào? Ổn định được hiểu là trong vòng một năm nay, DN không có những biến động bất thường đáng kể nào trong hoạt động. Theo sự đánh giá của các chủ DN KTTN, sự ổn định này được thể hiện trong bảng sau (bảng 1):

Bảng 1: Sự ổn định của hoạt động DN KTTN

Tính ổn định	Tần số	Tần suất %	Tần suất tích lũy %
Ổn định	46	31,3	31,3
Tương đối ổn định	96	65,3	96,6
Không ổn định	5	3,4	100,0
Tổng thể	147	100,0	

Quan sát bảng 1 ta thấy, đa số các DN hoạt động chỉ ở mức tương đối ổn định (65,3%) và chỉ có 31,3% tổng số DN hoạt động ổn định. Từ đó, ta cũng có thể hiểu đa số các DN hoạt động cầm chừng, chưa phát huy hết nội lực của mình, bởi vì tính ổn định là tính quan trọng nhất, đảm bảo cho người chủ sự

vươn tới, dám nghĩ, dám làm, đưa hết các tiềm năng của mình để phát triển DN. Tuy vậy, chỉ có số rất ít các DN KTTN hoạt động không ổn định (chỉ chiếm 3,4%).

Tim hiểu các yếu tố ảnh hưởng tới tính ổn định ta thấy: Các DN có qui mô vừa và lớn ổn định hơn các DN có qui mô nhỏ (49,2% so với 16,2%); DN có số năm kinh doanh càng nhiều thì càng ổn định hơn so với các DN có số năm dưới hoặc bằng 5 năm (58,6% so với 28,4%); Các DN thừa kế lần lượt ổn định hơn các DN kết hợp, tự lập ra, mua lại (50,0% so với 33,3%, 25,0%, 16,7%). Có thể nói, ở qui mô vừa và lớn, DN mới thật sự có sức bật do có vốn lớn hơn, đội ngũ công nhân viên hùng hậu hơn, tất nhiên ở đây không loại trừ yếu tố là người đứng đầu DN phải là người có năng lực tổ chức, quản lý, chỉ đạo. Chúng ta cũng nhận thấy công ty trách nhiệm hữu hạn (TNHH) hoạt động kém ổn định hơn so với DN tư nhân (DNTN), có thể nói ở đây ngoài các yếu tố chủ quan, yếu tố khách quan cũng tác động nhiều đến vấn đề này, chẳng hạn như những qui định của Luật Doanh nghiệp về trách nhiệm đối với DNTN và công ty TNHH còn có điểm khác nhau. Ngoài ra, kết quả trên cũng cho thấy kinh nghiệm kinh doanh (thời gian, được thừa kế hay do tự lập ra) cũng là yếu tố quan trọng đối với sự ổn định của DN.

Vấn đề đặt ra là hiệu quả hoạt động của các DN KTTN như thế nào? Dưới đây là sự tự đánh giá của các chủ DN KTTN:

Bảng 2: Sự tự đánh giá của chủ DN KTTN về hoạt động có lãi của DN

	Tần số	Tần suất %	Tần suất tích lũy %
Có lãi	68	50,7	50,7
Lãi không đáng kể	61	45,5	96,3
Không có lãi	5	3,7	100,0
Tổng	134	100,0	

Phân tích bảng trên, chúng ta có thể thấy chỉ có 50,7% chủ DN KTTN cho rằng hoạt động của họ có lãi và có đến 45,5% chủ DN KTTN cho rằng hoạt động của họ có lãi không đáng kể. Như vậy, số DN KTTN hoạt động có lãi không đáng kể còn chiếm tỉ lệ khá cao. Thực tế này quả thật không mấy đáng phấn khởi.

Phân tích sâu hơn, chúng tôi nhận thấy hoạt động của những DN có qui mô vừa tạo ra lãi suất hơn là các DN có qui mô nhỏ và đặc biệt là hơn rất nhiều so với DN có qui mô lớn. Thực tế đất nước chúng ta chuyển đổi sang nền kinh tế thị trường thực sự mới hơn 10 năm nay, từ đó có thể thấy trình độ hoạt

động kinh doanh của đội ngũ chủ DN chưa thể thật cao và kinh nghiệm về lĩnh vực này còn chưa nhiều, do vậy làm chủ một DN có qui mô vừa trong giai đoạn hiện nay có thể là phù hợp đối với họ và tạo được hiệu quả cao.

Để DN hoạt động thành công phải đồng thời kết hợp rất nhiều yếu tố: các yếu tố khách quan (môi trường pháp lý, bạn hàng, người tiêu dùng...), các yếu tố chủ quan (năng lực, động cơ...) của người chủ DN và việc làm trong thực tế của chủ DN (thực thi các khâu không thể bỏ qua, các nguyên tắc của hoạt động DN). Trong giai đoạn hiện nay, các chủ DN KTTN đã thực hiện các khâu cần thiết này như thế nào? Kết quả nghiên cứu của chúng tôi được trình bày trong bảng sau:

Bảng 3: Việc các chủ DN thực hiện các khâu cần thiết cho hoạt động của DN

STT	Các ý kiến	Đúng hoàn toàn (%)
1	Luôn luôn phát huy sáng kiến, cải tiến kỹ thuật	71,5
2	Quan tâm xây dựng bầu không khí tâm lý tập thể lao động đoàn kết, gắn bó	68,9
3	Tìm mọi cách nâng cao chất lượng sản phẩm ngày một tốt hơn	62,7
4	Đầu tư vào mặt hàng trọng điểm, không đầu tư bừa bãi	58,4
5	Cố gắng đánh giá đúng người, đúng việc	57,6
6	Luôn tìm cách nâng cao hình thức, mẫu mã sản phẩm	57,0
7	Tìm nhiều cách thức khuyến khích công nhân, nhân viên	56,3
8	Huy động mọi nguồn vốn có thể	52,3
9	Thiết lập các hợp tác, liên doanh, liên kết làm ăn	52,0
10	Luôn luôn quan tâm đến vấn đề nhân sự (năng lực, sở trường)	51,0
11	Nhấn mạnh ba yếu tố “thiên thời, địa lợi, nhân hoà”	49,7
12	Dùng nhiều biện pháp xây dựng và bảo vệ thương hiệu của DN	45,7
13	Tìm cách hợp tác làm ăn để tăng khả năng cạnh tranh	45,0
14	Cố gắng tối đa giảm giá thành sản phẩm	45,0
15	Tham gia các lớp đào tạo về lãnh đạo, quản lý	39,1
16	Thà bán lỗ chứ không để chết vốn	30,2
17	Xem tuổi, mệnh khi chọn người cùng hợp tác làm ăn	25,5
18	Tổ chức các lớp học thường xuyên cho nhân viên, công nhân	21,5

Phân tích số liệu bảng 3, cho phép chúng ta rút ra các nhận xét sau:

Nhiều chủ DN luôn phát huy sáng kiến, cải tiến kỹ thuật (71,5%); Quan tâm xây dựng bầu không khí tâm lý tập thể lao động đoàn kết, gắn bó (68,9%); Tìm mọi cách nâng cao chất lượng sản phẩm ngày một tốt hơn (62,7%); Đầu tư vào mặt hàng trọng điểm, không đầu tư bừa bãi (58,4%); Cố gắng đánh giá đúng người, đúng việc (57,6%); Luôn tìm cách nâng cao hình thức, mẫu mã sản phẩm (57%).

Tuy nhiên, nhiều khâu chỉ được dưới 40% các chủ DN thực hiện, trong đó chúng tôi đặc biệt quan tâm đến các khâu: Tổ chức lớp học thường xuyên cho nhân viên, công nhân (21,5%); Tham gia các lớp đào tạo về lãnh đạo, quản lý (39,1%). Khâu tổ chức lớp học thường xuyên cho nhân viên, công nhân có thể nói là khâu yếu nhất của chủ DN KTTN và như thế là không tạo điều kiện để nhân viên, công nhân lĩnh hội, nắm bắt các kiến thức, các thông tin, các kỹ năng, kỹ xảo cần phải cập nhật, phải sử dụng nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động. Ngoài ra, các chủ DN KTTN còn thể hiện sự hạn chế trong việc ít tham gia vào các lớp đào tạo lãnh đạo, quản lý. Điều nghịch lý là các chủ DN có trình độ ĐH và sau ĐH và/hoặc các chủ DN mà thời gian làm chủ còn tương đối thấp lại tham gia nhiều lớp học lãnh đạo, quản lý hơn so với các chủ DN có trình độ thấp. Chúng tôi cũng nhận thấy chủ DNTN ít tham gia các lớp học hơn so với giám đốc công ty TNHH. Các kết quả trên chúng tỏ đường như tư duy kinh nghiệm chủ nghĩa vẫn chiếm một vị trí quan trọng ở trong nếp làm, nếp nghĩ của các chủ DN, đặc biệt ở các chủ DN trình độ còn thấp và/hoặc đã có thời gian kinh doanh tương đối dài.

Về một số biện pháp khác liên quan đến hiệu quả hoạt động của DN, kết quả điều tra cho thấy, chỉ có gần hoặc hơn một nửa số chủ DN KTTN thực hiện. Đó là: Dùng nhiều biện pháp xây dựng và bảo vệ thương hiệu DN (45,7%); Luôn luôn quan tâm đến vấn đề nhân sự (51%); Thiết lập các hợp tác, liên doanh, liên kết làm ăn (52%); Tìm nhiều cách thức khuyến khích công nhân, nhân viên (56,3%). Theo chúng tôi, thương hiệu DN hay thương hiệu sản phẩm thể hiện uy tín của DN và là cơ sở cơ bản để DN đẩy mạnh sức cạnh tranh, tồn tại và phát triển; Nhân sự và việc khuyến khích nhân sự của DN là khâu trung tâm, quyết định sự sống còn của DN; và hợp tác, liên doanh là khâu quan trọng và cần thiết để tập hợp sức mạnh, vốn, thúc đẩy DN phát triển ở qui mô rộng lớn hơn. Thế nhưng, trong thực tế các chủ DN chưa thật sự làm được hoặc chưa chú trọng các khâu này. Đây có thể nói là điểm còn hạn chế ở chủ DN KTTN nước ta.

Bên cạnh đó, chúng tôi cũng tìm hiểu thêm một số khâu khác thuộc mạng lưới các hoạt động không thể thiếu của một DN. Sự đầu tư của các chủ DN vào các khâu này được thể hiện trong bảng dưới đây:

Bảng 4: Việc các chủ DN thực hiện một số khâu cần thiết khác cho hoạt động của DN

STT	Các ý kiến	Mức độ %		
		Chưa làm	Thỉnh thoảng	Thường xuyên
1	Chú ý đến hình thức, mẫu mã của sản phẩm	2,2	20,1	77,7
2	Có bộ phận nghiên cứu, theo dõi những biến đổi trên thị trường	6,6	47,4	46,0
3	Có bộ phận nghiên cứu thị hiếu người tiêu dùng	13,9	47,4	38,7
4	Nâng cao nghệ thuật bán hàng và có người, bộ phận được phân công giám sát chặt chẽ hoạt động này	7,2	57,2	35,5
5	Có bộ phận tiếp thị	16,9	49,3	33,8
6	Quảng cáo bằng hình thức này hay hình thức khác	4,4	68,4	27,2
7	Có bộ phận chuyên lo khâu quảng cáo sản phẩm	13	60,1	26,8
8	Có bộ phận phụ trách khâu dịch vụ sau bán hàng	9,5	64,2	26,3

Quan sát bảng 4, chúng ta có thể nhận thấy khâu yếu nhất của các DN chính là bộ phận chăm sóc khách hàng sau bán hàng, tức là bộ phận hậu mãi. Rõ ràng đây là một mắt xích vô cùng quan trọng trong việc tạo uy tín của DN cũng như thương hiệu của sản phẩm, nhưng thực tế chỉ có 26,3% các chủ DN thực hiện khâu này. Ngoài ra, chúng ta có thể thấy tất cả các khâu còn lại đều chưa được một nửa số chủ DN quan tâm đầu tư, đặc biệt khâu nghệ thuật bán hàng, nghiên cứu thị hiếu người tiêu dùng, những biến đổi thị trường.

Từ việc phân tích nói trên, chúng ta có thể thấy các chủ DN ta mới chỉ dừng lại ở các hoạt động *cứng*, tức là các hoạt động để DN vận hành. Đó là các điều kiện vật chất, kỹ thuật, vốn, không gian và thời gian. Còn các hoạt động khác, chúng tôi tạm gọi là hoạt động *mềm*, tức là các hoạt động liên quan trực tiếp đến mối quan hệ người - người, vốn đòi hỏi phải có lý có tình, có nghệ thuật, có kỹ năng, kỹ xảo, thì chủ DN KTTN còn bộc lộ rất nhiều hạn chế.

Những phân tích trên đây cho thấy dường như các chủ DN chưa thật sự phát huy hết tiềm năng của mình, chưa thật sự dám mạnh dạn, mạo hiểm trong kinh doanh. Trong cách thức làm ăn, có cảm giác như họ vẫn lấy kinh nghiệm

làm trọng, ít tham gia các khoá học lãnh đạo, quản lý, ý thức bồi dưỡng nghiệp vụ cho cán bộ, công nhân viên còn thấp. Đằng sau tất cả những hạn chế này, chắc chắn có những khó khăn chủ quan và khách quan của họ cần được nghiên cứu một cách kịp thời, từ đó đề xuất nhanh chóng các giải pháp đối với giới chủ DN nói chung nhằm giúp họ chuẩn bị tốt về mọi mặt để vượt qua các thách thức mà chắc chắn việc hội nhập WTO sẽ đặt ra.

Chú thích

1. Chúng tôi nhấn mạnh việc sử dụng thuật ngữ “chủ DN kinh tế tư nhân” để phân biệt với chủ DN tư nhân, là chủ của một loại hình DN trong các loại hình DN thuộc kinh tế tư nhân.