

# HỆ THỐNG ĐỘNG LỰC TÂM LÝ ẢNH HƯỞNG TỚI QUÁ TRÌNH CỔ PHẦN HOÁ DOANH NGHIỆP NHÀ NƯỚC

Nguyễn Quang Uẩn

*Trường Đại học Sư phạm Hà Nội.*

## 1. Đặt vấn đề

Đại hội lần thứ IX của Đảng chủ trương “*Tiếp tục đổi mới cơ chế, chính sách đối với doanh nghiệp Nhà nước, để tạo động lực phát triển và nâng cao hiệu quả*” [9].

Việc cổ phần hoá doanh nghiệp Nhà nước là sự cụ thể hoá quan điểm này. Cổ phần hoá nhằm huy động sự tham gia của các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước, trong và ngoài doanh nghiệp vào việc phát triển sản xuất kinh doanh, gắn trách nhiệm và quyền lợi của các thành viên tham gia quản lý doanh nghiệp, đổi mới và nâng cao năng lực, hiệu quả của bộ máy quản lý doanh nghiệp, từng bước cải thiện đời sống và nâng cao vị trí làm chủ thực sự của người lao động trong doanh nghiệp, góp phần đẩy lùi các hiện tượng tiêu cực trong lao động và quản lý doanh nghiệp.

Thực hiện cổ phần hoá doanh nghiệp Nhà nước chịu sự chế ước bởi nhiều yếu tố kinh tế, chính trị xã hội..., trong đó những yếu tố tâm lý ảnh hưởng không nhỏ đến quá trình này.

## 2. Những yếu tố tâm lý trong hệ thống động lực thúc đẩy hành vi của con người nói chung và hành vi tham gia cổ phần hoá doanh nghiệp nói riêng

Có nhiều yếu tố tâm lý quy định hệ thống động lực thúc đẩy hành vi con người. Các yếu tố đó là: hệ thống nhu cầu, lợi ích, định hướng giá trị, niềm tin... Chúng tạo nên tính tích cực hoạt động của con người.

### 2.1. Nhu cầu

- Các nhà tâm lý học như A.G.Covaliôv [1], A.N.Lêonchiev [4]... coi nhu cầu là những đòi hỏi khách quan của con người trong những điều kiện nhất định đảm bảo cho sự sống và phát triển của con người, coi đó là một “nguồn gốc bên trong của tính tích cực ở con người”. Một nhu cầu nào đó muốn trở thành động lực thúc đẩy tính tích cực, nó được con người phản ánh một cách có ý thức, trở thành trạng thái chủ quan, giữ vai trò điều chỉnh nhận thức, thái độ, hành vi của con người.

- Các nhà nghiên cứu khoa học quản lý như Harold Koontz, Cyril O'donnell, Heinz Weihrich khẳng định: “Những động cơ của con người đều dựa trên nhu cầu” [3].

- Nghiên cứu nhu cầu trong lĩnh vực hoạt động kinh doanh, nhà nghiên cứu Hoa Kỳ David Mc.Clelland đã nêu lên 3 loại nhu cầu có thể xem là những động cơ thúc đẩy các nhà doanh nghiệp. Đó là: nhu cầu về quyền lực, nhu cầu về sự liên kết, nhu cầu về sự thành công. Theo ông thì các nhà doanh nghiệp thể hiện nhu cầu rất cao về sự thành đạt và nhu cầu về quyền lực, còn nhu cầu về sự liên kết thì không nhiều [trích theo 3].

Quá trình cổ phần hoá chỉ có kết quả khi nó trở thành nhu cầu, động cơ, động lực của doanh nghiệp, các tổ chức và cá nhân tham gia cổ phần hoá.

**2.2. Lợi ích:** Nhu cầu là cơ sở của lợi ích, còn lợi ích xuất phát từ nhu cầu, là biểu hiện cụ thể của nhu cầu được đối tượng hoá trong một khách thể nhất định. Trong hoạt động, khi nhu cầu xuất hiện, con người hướng vào việc tìm kiếm cái thoả mãn nhu cầu (tức là lợi ích). Khi lợi ích chưa có thì hành động giành lấy lợi ích chưa xuất hiện ở con người. Khi lợi ích được con người nhận thức, ý thức thì nó sẽ trở thành đối tượng của hoạt động. Lúc này, lợi ích trở thành động cơ thúc đẩy con người hoạt động giành lấy lợi ích để thoả mãn.

Có nhiều loại lợi ích khác nhau: Lợi ích cá nhân và lợi ích cộng đồng; lợi ích kinh tế, lợi ích chính trị, lợi ích văn hoá xã hội; lợi ích trực tiếp và lợi ích gián tiếp, lợi ích trước mắt và lợi ích lâu dài... Trong đó lợi ích cá nhân là động lực trực tiếp, có tác dụng mạnh mẽ nhất thúc đẩy tính tích cực hoạt động của con người. Trong số các lợi ích cá nhân thì lợi ích kinh tế giữ vai trò cơ bản. Cần đảm bảo lợi ích cá nhân chân chính trong mối quan hệ tương tác phù hợp với lợi ích cộng đồng.

Tuy nhiên, trên thực tế, trong những năm qua, cùng với những biến đổi chung về kinh tế - xã hội, trong tư tưởng, tâm lý con người Việt Nam cũng có những biểu hiện lệch lạc về mối quan hệ giữa các loại lợi ích. Chẳng hạn: từ chỗ trước đây xem nhẹ lợi ích kinh tế chuyển sang thái cực quá đề cao lợi ích kinh tế, xem nhẹ vai trò của các loại lợi ích chính trị, tư tưởng và văn hoá... hoặc quá đề cao lợi ích cá nhân, tìm mọi cách đảm bảo lợi ích cá nhân, bất chấp luật pháp, đạo lý. Ở đây vấn đề cơ bản là một mặt phải tìm mọi cách kích

thích lợi ích, nhất là lợi ích cá nhân với tư cách là một động lực của hành động, mặt khác quan trọng hơn là trong khi thực hiện lợi ích cá nhân không làm tổn hại tới lợi ích tập thể, lợi ích chung của toàn xã hội. Trong việc thực hiện cổ phần hoá doanh nghiệp Nhà nước cần đặc biệt chú ý tới vấn đề đảm bảo lợi ích cá nhân, mà không làm tổn hại lợi ích chung của doanh nghiệp, cũng như lợi ích quốc gia.

Nhu cầu và lợi ích gắn liền với giá trị và định hướng giá trị.

### **2.3. Giá trị và định hướng giá trị**

\* *Giá trị*: Trong “*Lý thuyết động cơ thúc đẩy theo hy vọng*” [trích theo 6], nhà tâm lý học Mỹ Victor H. Vroom cho rằng: Động cơ thúc đẩy con người làm việc được quy định bởi giá trị mà họ đặt cố gắng của mình vào kết quả, vào việc đạt mục tiêu, hay nói khác đi “động cơ thúc đẩy là các giá trị mong đợi mà con người đặt vào mục tiêu và cơ hội đạt mục tiêu đó”.

Có nhiều cách định nghĩa khác nhau về khái niệm “giá trị”, chẳng hạn:

- *V.P.Tugarinôv* (Nhà xã hội học Liên Xô) cho rằng: “Giá trị là những cái cần thiết cho con người trong xã hội, hay một nhóm người, hoặc một cá nhân... với tư cách là những phương tiện thoả mãn nhu cầu và lợi ích của họ, đồng thời cũng là những tư tưởng, những ý định với tư cách là những chuẩn mực, mục đích, hay lý tưởng” [6: tr.11].

- *J.H.Fichter* nhà xã hội học Mỹ đã coi: “Tất cả cái gì có ích, đáng ham chuộng, đáng kính phục đối với một cá nhân hoặc xã hội đều có một giá trị” [2: tr.180].

- *M.Rokeach* và *S.Schwartz* quy các giá trị thành 2 nhóm lớn:

+ Nhóm giá trị mục đích.

+ Nhóm giá trị phương tiện đạt mục đích.

Từ đó một số nhà nghiên cứu đã quy các giá trị cá nhân vào 3 tổ hợp lớn:

1. Các giá trị thúc đẩy sự phát triển chung của cá nhân.
2. Các giá trị thúc đẩy sự tự khẳng định của cá nhân.
3. Các giá trị thể hiện kết quả hành động.

\* *Định hướng giá trị*:

Giá trị gắn liền với quá trình định hướng giá trị.

Năm 1995, nhà xã hội học Nga A.G.Kuznhezôv đã nêu lên một định nghĩa khái quát về định hướng giá trị: “*Đó là quá trình cá nhân hướng về các giá trị có khả năng thoả mãn các nhu cầu lợi ích của họ*”.

Raths, Harmin và Srmon [theo 7] cho rằng: quá trình định hướng giá trị bao gồm các quá trình cơ bản: *nhận thức* (lựa chọn các giá trị, dự đoán kết quả của khả năng lựa chọn); *cảm xúc* (cân nhắc, đánh giá) và *hành động* làm theo các giá trị đã lựa chọn.

#### **2.4. Niềm tin**

Niềm tin là một trong các động lực ảnh hưởng không nhỏ đến quá trình cổ phần hoá. Niềm tin biểu hiện sự hài hoà giữa nhận thức, tình cảm, nguyện vọng, ý chí trong tư tưởng con người. Người ta tin vào những gì có giá trị, có sức hấp dẫn, lôi cuốn, thôi thúc con người vươn tới điều mà con người cho là đúng... Niềm tin đúng đắn chỉ được hình thành và củng cố vững chắc qua hoạt động và hiệu quả thực tiễn của hoạt động.

*Tóm lại*, trong hệ thống động lực tâm lý ảnh hưởng đến quá trình cổ phần hoá doanh nghiệp Nhà nước có nhiều yếu tố như: Nhu cầu, lợi ích, giá trị, định hướng giá trị và niềm tin. Những yếu tố trên có thể tạo nên *động lực thúc đẩy* con người tham gia cổ phần hoá. Chúng có thể trở thành *phản động lực*, gây khó khăn, cản trở quá trình cổ phần hoá, nếu như nhu cầu, lợi ích định hướng giá trị... chỉ hướng vào những động cơ cá nhân hẹp hòi vị kỷ, sai lệch chuẩn mực đạo đức, chuẩn mực xã hội và pháp lý. Vì thế, nghiên cứu vấn đề cổ phần hoá doanh nghiệp Nhà nước không thể không đi sâu khai thác mặt tích cực và hạn chế, khắc phục mặt tiêu cực của những yếu tố tâm lý nói trên.

### **3. Kết quả khảo sát một số mặt biểu hiện của các yếu tố trong hệ thống động lực tâm lý ảnh hưởng tới quá trình cổ phần hoá doanh nghiệp Nhà nước**

Chúng tôi tiến hành điều tra khảo sát bằng phiếu hỏi 336 khách thể đã tham gia cổ phần hoá doanh nghiệp Nhà nước về 4 nội dung cơ bản sau:

- + Nhận thức về mức độ cần thiết và thực hiện đánh giá các mục tiêu cơ bản của việc cổ phần hoá doanh nghiệp Nhà nước.
- + Đánh giá về mức độ đạt được của cổ phần hoá doanh nghiệp Nhà nước.
- + Mức độ suy tính và sự hài lòng của các khách thể đã tham gia cổ phần hoá doanh nghiệp Nhà nước.
- + Những lý do ảnh hưởng tới việc tham gia tích cực vào cổ phần hoá doanh nghiệp Nhà nước.

#### **3.1. Nhận thức về các mục tiêu cơ bản của cổ phần hoá và đánh giá thực tế mức độ thực hiện các mục tiêu đó**

**Bảng 1:** Nhận thức về các mục tiêu cơ bản của cổ phần hoá doanh nghiệp Nhà nước và đánh giá thực tế thực hiện các mục tiêu đó

| TT | Các mục tiêu cơ bản                                            | Mức độ nhận thức<br>(số ý kiến) |     |              |                       |                   | Mức độ thực tế thực hiện<br>(số ý kiến) |     |     |                       |                   |
|----|----------------------------------------------------------------|---------------------------------|-----|--------------|-----------------------|-------------------|-----------------------------------------|-----|-----|-----------------------|-------------------|
|    |                                                                | Rất<br>cần                      | Cần | Không<br>cần | Điểm<br>trung<br>bình | Xếp<br>thứ<br>bậc | Tốt                                     | TB  | Kém | Điểm<br>trung<br>bình | Xếp<br>thứ<br>bậc |
| 1  | Tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh, cải tiến công nghệ          | 118                             | 98  | 70           | 2,29                  | 7                 | 35                                      | 51  | 210 | 1,24                  | 9                 |
| 2  | Giảm gánh nặng chi tiêu cho ngân sách                          | 184                             | 98  | 54           | 2,38                  | 4                 | 105                                     | 84  | 147 | 1,87                  | 1                 |
| 3  | Huy động vốn toàn xã hội đầu tư cho sản xuất kinh doanh        | 154                             | 112 | 70           | 2,28                  | 8                 | 35                                      | 49  | 252 | 1,35                  | 6                 |
| 4  | Cải tiến cách quản lý, giảm bớt cơ chế quan liêu               | 189                             | 105 | 42           | 2,43                  | 3                 | 42                                      | 119 | 175 | 1,60                  | 4                 |
| 5  | Tăng cường sự tham gia quản lý doanh nghiệp của người lao động | 140                             | 82  | 14           | 2,37                  | 5                 | 7                                       | 91  | 168 | 1,72                  | 2                 |
| 6  | Đem lại lợi ích cho xã hội, Nhà nước, người lao động           | 182                             | 126 | 28           | 2,45                  | 2                 | 77                                      | 70  | 189 | 1,66                  | 3                 |
| 7  | Phát triển thị trường                                          | 126                             | 189 | 21           | 2,31                  | 6                 | 28                                      | 56  | 252 | 1,33                  | 7                 |
| 8  | Cổ phần hoá phải làm từng bước thận trọng                      | 224                             | 105 | 7            | 2,64                  | 1                 | 0                                       | 98  | 238 | 1,29                  | 8                 |
| 9  | Phải tiến hành nhanh theo chỉ tiêu, kế hoạch                   | 35                              | 84  | 217          | 1,45                  | 9                 | 18                                      | 119 | 198 | 1,45                  | 5                 |
|    | <b>Điểm trung bình</b>                                         |                                 |     |              | <b>2,40</b>           |                   |                                         |     |     | <b>1,50</b>           |                   |

### *a) Nhận thức các mục tiêu cổ phần hoá doanh nghiệp Nhà nước*

So với các mục đích cơ bản của cổ phần hoá doanh nghiệp Nhà nước đã được nêu rõ trong Nghị định 44/1998 NĐ-CP về chuyển doanh nghiệp Nhà nước thành công ty cổ phần, số liệu ở bảng 1 cho thấy: Các khách thể được điều tra đã nhận thức được các mục tiêu cơ bản của việc cổ phần hoá doanh nghiệp Nhà nước với điểm trung bình ( $\bar{X}$ ) khá cao:  $\bar{X} = 2,40$  điểm ( $1 \leq \bar{X} \leq 3$ đ) điểm trung bình thể hiện mức độ nhận thức của các khách thể được điều tra về các mục tiêu cơ bản dao động từ 2,29 điểm đến 2,64 điểm. Tuy nhiên, các khách thể cũng nhấn mạnh: Việc cổ phần hoá cần làm từng bước thận trọng (với điểm trung bình cao nhất  $\bar{X} = 2,64$ ) và nên tiến hành theo chỉ tiêu kế hoạch (với điểm trung bình thấp nhất  $\bar{X} = 1,45$ ). Điều đó nói lên rằng các khách thể đã nhận thức được các mục tiêu của cổ phần hoá, nhưng trong nhận thức của họ vẫn còn những điều băn khoăn cần giải quyết.

### *b) Đánh giá thực tế mức độ đã thực hiện cổ phần hoá doanh nghiệp Nhà nước*

- Nhìn chung ý kiến đánh giá thực tế mức độ thực hiện cổ phần hoá doanh nghiệp Nhà nước có điểm trung bình thấp: dao động từ 1,24 điểm đến 1,45 điểm và điểm trung bình chung là  $\bar{X} = 1,5$  điểm ( $1 \leq \bar{X} \leq 3$  điểm). Như vậy, điểm trung bình đánh giá mức độ thực hiện thấp tương đối nhiều so với điểm trung bình về nhận thức: 1,5 điểm < 2,4 điểm (độ chênh lệch 0,9 điểm).

Hệ số tương quan thứ bậc Spearman R giữa mức độ thực hiện và mức độ nhận thức bằng 0,20 tức là mối tương quan thấp không chặt chẽ. Điều đó khẳng định: Các khách thể được điều tra có mức độ nhận thức cao về các mục tiêu cổ phần hoá, nhưng việc thực hiện cổ phần hoá trong thực tế còn thấp so với nhận thức ở họ.

Vì vậy, trong thực tế cần tiếp tục đẩy nhanh, mạnh hơn nữa việc cổ phần hoá doanh nghiệp Nhà nước.

### *3.2. Mức độ suy tính và mức độ hài lòng của khách thể đã tham gia cổ phần hoá*

**Bảng 2: Mức độ suy tính và mức độ hài lòng khi đánh giá cổ phần hoá**

| TT | Các mục tiêu cơ bản                             | Mức độ nhận thức<br>(số ý kiến) |     |              |                       |                   | Mức độ hài lòng<br>(số ý kiến) |     |     |                       |                   |
|----|-------------------------------------------------|---------------------------------|-----|--------------|-----------------------|-------------------|--------------------------------|-----|-----|-----------------------|-------------------|
|    |                                                 | Rất<br>cần                      | Cần | Không<br>cần | Điểm<br>trung<br>bình | Xếp<br>thứ<br>bậc | Tốt                            | TB  | Kém | Điểm<br>trung<br>bình | Xếp<br>thứ<br>bậc |
| 1  | Để thực hiện chính sách của Nhà nước            | 198                             | 89  | 58           | 2,39                  | 3                 | 161                            | 165 | 70  | 2,27                  | 1                 |
| 2  | Vì thấy doanh nghiệp có lãi, tin sẽ có lợi      | 84                              | 14  | 238          | 1,54                  | 8                 | 56                             | 77  | 203 | 1,56                  | 6                 |
| 3  | Có cơ hội lãi cao và nhiều lợi ích              | 217                             | 91  | 28           | 2,56                  | 1                 | 49                             | 70  | 217 | 1,50                  | 8                 |
| 4  | Để lại cho con cháu                             | 224                             | 77  | 35           | 2,55                  | 2                 | 126                            | 79  | 182 | 2,13                  | 4                 |
| 5  | Để doanh nghiệp tham gia quản lý doanh nghiệp   | 35                              | 42  | 259          | 1,33                  | 10                | 14                             | 161 | 161 | 1,55                  | 7                 |
| 6  | Để doanh nghiệp có thêm vốn sản xuất kinh doanh | 154                             | 84  | 98           | 2,16                  | 6                 | 161                            | 77  | 98  | 2,18                  | 2                 |
| 7  | Để giữ nơi làm việc                             | 140                             | 140 | 56           | 2,25                  | 5                 | 14                             | 98  | 224 | 1,37                  | 10                |
| 8  | Để duy trì vị trí của mình                      | 14                              | 119 | 203          | 1,43                  | 9                 | 0                              | 154 | 182 | 1,45                  | 9                 |
| 9  | Vì thấy lãnh đạo mua nên cũng mua               | 105                             | 84  | 147          | 1,87                  | 7                 | 45                             | 200 | 91  | 1,86                  | 5                 |
| 10 | Vì thấy bạn bè mua nên cũng mua theo            | 186                             | 92  | 58           | 2,38                  | 4                 | 55                             | 197 | 85  | 2,14                  | 3                 |
|    | <b>Điểm trung bình</b>                          |                                 |     |              | <b>2,04</b>           |                   |                                |     |     | <b>1,80</b>           |                   |

Số liệu bảng 2 cho thấy:

\* *Mức độ suy tính*

- Khi tham gia cổ phần hoá doanh nghiệp Nhà nước, các khách thể được điều tra có những mức độ suy tính khác nhau giữa quyền lợi cá nhân với quyền lợi chung, giữa lợi ích về việc làm và vị trí cá nhân với lợi ích chung của doanh nghiệp, giữa quan điểm tính toán cá nhân với sự làm theo người khác. Nhìn chung, họ suy tính về lợi ích cá nhân cao hơn, chẳng hạn: “thu lãi cao và có nhiều lợi ích”:  $\bar{X} = 2,56$  điểm; “để lại cho con cháu”:  $\bar{X} = 2,55$  điểm; “đem lại lãi cho doanh nghiệp”:  $\bar{X} = 1,54$  điểm, hoặc “mua cổ phần theo bạn bè”:  $\bar{X} = 2,38$  điểm.

Tuy nhiên, những suy tính trên đây không ảnh hưởng xấu đến việc tham gia cổ phần hoá.

\* *Mức độ hài lòng*: Điểm trung bình về mức độ hài lòng khi tham gia cổ phần hoá là:  $\bar{X} = 1,8$  điểm thấp hơn điểm trung bình về mức độ suy tính  $\bar{X} = 2,04$  điểm. Như vậy chứng tỏ người tham gia cổ phần hoá còn nhiều băn khoăn suy tính hơn là họ hài lòng.

### 3.3. Những lý do không muốn cổ phần hoá nhanh

**Bảng 3: Những lý do không muốn cổ phần hoá nhanh**

| TT | Các lý do                                          | Mức độ ảnh hưởng |             |              |                 |         |
|----|----------------------------------------------------|------------------|-------------|--------------|-----------------|---------|
|    |                                                    | Ảnh hưởng nhiều  | Bình thường | Ít ảnh hưởng | Điểm trung bình | Thứ bậc |
| 1  | Vì lo bị tư nhân hoá, mất XHCN                     | 21               | 35          | 280          | 1,22            | 17      |
| 2  | Lo mất việc làm                                    | 218              | 42          | 13           | 2,79            | 1       |
| 3  | Đảm bảo quyền lợi hơn                              | 224              | 63          | 49           | 2,52            | 4       |
| 4  | Mất quyền lợi do chức vụ đem lại                   | 56               | 42          | 278          | 1,57            | 13      |
| 5  | Trách nhiệm nặng nề, đối mặt với rủi ro            | 50               | 68          | 218          | 1,50            | 15      |
| 6  | Chưa tin vào chính sách cổ phần hoá                | 8                | 48          | 280          | 1,19            | 16      |
| 7  | Cách tính giá cổ phiếu không có lợi                | 98               | 87          | 151          | 1,84            | 10      |
| 8  | Vì thiếu luật bảo đảm quyền lợi cho người lao động | 196              | 87          | 53           | 2,42            | 8       |
| 9  | Vì doanh nghiệp đang làm ăn thua lỗ                | 184              | 120         | 32           | 2,45            | 6       |
| 10 | Vì các khoản nợ chưa được giải quyết               | 57               | 101         | 178          | 1,63            | 11      |
| 11 | Vì không hiểu rõ về cổ phần hoá                    | 52               | 86          | 198          | 1,56            | 14      |



|    |                                                              |     |     |      |      |    |
|----|--------------------------------------------------------------|-----|-----|------|------|----|
| 12 | Vì các đồng chí lãnh đạo doanh nghiệp không muốn cổ phần hoá | 96  | 114 | 1,76 | 1,61 | 12 |
| 13 | Vì sợ Chính phủ không trợ cấp, công ty cổ phần chịu rủi ro   | 122 | 56  | 158  | 1,98 | 9  |
| 14 | Ban lãnh đạo doanh nghiệp thiếu năng động                    | 208 | 64  | 86   | 2,49 | 5  |
| 15 | Gửi tiết kiệm cho chắc ăn hơn                                | 245 | 42  | 49   | 2,58 | 3  |
| 16 | Cảm thấy tài chính không rõ ràng                             | 212 | 54  | 70   | 2,43 | 7  |
| 17 | Vì không có tiền mua cổ phiếu                                | 275 | 48  | 13   | 2,77 | 2  |

Từ số liệu bảng 3 cho thấy có 3 nhóm lý do làm cho người lao động ngại tham gia cổ phần hoá đó là:

*Nhóm 1:* Những lý do liên quan tới quyền lợi, lợi ích cá nhân (không có tiền để mua, sợ rủi ro, sợ mất việc làm):  $\bar{X} = 2,71$  điểm.

*Nhóm 2:* Những lý do thuộc về quản lý (quản lý kém, làm ăn thua lỗ, tài chính không rõ ràng):  $\bar{X} = 2,45$  điểm.

*Nhóm 3:* Những lý do thuộc về cơ chế chính sách (chưa có Luật, Chính phủ không trợ giúp khi rủi ro, cách tính giá cổ phiếu, còn các khoản nợ chưa giải quyết):  $\bar{X} = 1,78$  điểm.

Như vậy, trong các lý do trên thì lý do thuộc về quyền lợi, lợi ích cá nhân đã ảnh hưởng nhiều hơn cả đến việc tham gia cổ phần hoá doanh nghiệp Nhà nước. Tuy nhiên, các lý do thuộc về quản lý, cơ chế chính sách cũng ảnh hưởng không nhỏ đến việc cổ phần hoá.

## 4. Kết luận và kiến nghị

### 4.1. Kết luận

Tham gia cổ phần hoá doanh nghiệp Nhà nước người tham gia cổ phần hoá thể hiện:

- Có nhận thức tương đối đúng về các mục tiêu cổ phần hoá.
- Đánh giá mức độ thực hiện cổ phần hoá chưa cao.
- Suy tính về lợi ích cá nhân nhiều hơn lợi ích chung của doanh nghiệp và xã hội... mức độ suy tính nhiều hơn là mức độ hài lòng.
- Trước hết những lý do có liên quan tới *quyền lợi, lợi ích cá nhân*, sau đó là yếu tố quản lý và cơ chế chính sách có ảnh hưởng đến việc tham gia cổ phần hoá.

### 4.2. Kiến nghị

- Cần đẩy mạnh tuyên truyền, cổ động, nâng cao nhận thức, thái độ, niềm tin và việc làm giúp người lao động tích cực tham gia cổ phần hoá.

- Tập trung chỉ đạo cải tiến tổ chức thực hiện cổ phần hoá với tốc độ nhanh hơn, có chất lượng và hiệu quả hơn.

- Hoàn thiện khung pháp lý và cơ chế chính sách có liên quan tới cổ phần hoá như một hệ thống công cụ đặc lực thúc đẩy cổ phần hoá.

- Trong chỉ đạo cần nắm vững và thực hiện phương châm: phát triển mạnh mẽ sản xuất kinh doanh, ổn định việc làm và thu nhập cao, tăng nguồn thu cho Nhà nước, góp phần ổn định và phát triển bền vững kinh tế chính trị xã hội.

### **Tài liệu tham khảo**

1. Covaliôv A.G. *Tâm lý học cá nhân*. NXB Giáo dục, Hà Nội, 1971.
2. Fichter J.H. *Xã hội học*. 1993.
3. Harold Koontz, Cyril O'donell; Heinz Weihrich. *Những vấn đề cốt yếu của quản lý*. NXB Khoa học kỹ thuật, Hà Nội, 1992.
4. Leonchiev, A.N. *Hoạt động - Ý thức - Nhân cách*. NXB Giáo dục, Hà Nội, 1989.
5. C.Mac Ph.Anghen. *Toàn tập*, tập 21. NXB Chính trị Quốc gia, Sự thật, Hà Nội, 1995.
6. Tugarinôv V.P. *Lý luận giá trị trong chủ nghĩa Mác*. NXB Leningrat, 1968.
7. *Values Education for the Philippinno*. 1992.
8. *Values and Teaching*. Ohio, 1966.
9. *Văn kiện Đại hội Đảng lần IX*. NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2001.
10. *Văn kiện Đại hội Đảng lần X*. NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2006.