

TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU VỀ CÁC NHÀ DOANH NGHIỆP Ở CÁC NƯỚC PHƯƠNG TÂY

Nguyễn Thị Lan - Mai Thị Việt Thắng

Viện Tâm lý học

Là một nhóm nghề nghiệp xã hội đặc biệt, do vậy từ rất lâu các nhà doanh nghiệp ở các nước phương Tây đã thu hút được sự quan tâm của nhiều ngành khoa học như kinh tế học, xã hội học, tâm lý học, v.v...

Người đầu tiên có ý tưởng nghiên cứu về các nhà doanh nghiệp dưới góc độ tâm lý học phải kể đến George Katona⁽¹⁾. Là một nhà tâm lý học và kinh tế học, Katona bắt đầu có những ý tưởng nghiên cứu về các nhà kinh doanh khi đưa ra lý thuyết phân tích tâm lý về những ứng xử kinh tế tại Trường đại học Goettingen (Mỹ) vào năm 1951. Ông cho rằng, không thể phân tích các ứng xử, các hành vi kinh tế nếu không tập trung vào đối tượng các nhà kinh doanh. Chỉ một thời gian ngắn sau khi những ý tưởng phân tích hành vi kinh tế của Katona ra đời, tại Trường đại học Kerala thuộc bang Indian, các nhà nghiên cứu mà đại diện là E. Georode đã cụ thể hoá lý thuyết phân tích hành vi kinh tế bằng việc nghiên cứu tính năng động của các chủ doanh nghiệp nhỏ. Như vậy, dưới con mắt của những nhà tâm lý học kinh tế, tính năng động đã trở thành một phẩm chất quan trọng và cần thiết đối với các nhà doanh nghiệp. Trong cùng thời gian này, Lauterbach cũng tiến hành nghiên cứu các doanh nghiệp ở Nam Mỹ về vấn đề tương tự.

Tại Pháp, Pierre - Lonis Reynaud⁽¹⁾ có thể được coi là người đã nghiên cứu về các nhà doanh nghiệp một cách sâu sắc và tập trung nhất. Ông đã nghiên cứu các nhà kinh doanh trên phương diện đo đạc và sử dụng các chỉ số về tính năng động của họ. Pierre - Lonis Reynaud cho rằng, những chỉ số đo về tính năng động của các nhà kinh doanh là đặc biệt thích hợp với đối tượng đo của tâm lý học kinh tế. Khi tiến hành đo đạc và nghiên cứu trên các nhà doanh nghiệp, tính năng động được phân tích theo các dạng như sau:

- Năng lực tiềm tàng. Đó là nghiên cứu về khả năng xét đoán và trí tuệ chung. Khi nghiên cứu về những năng lực tiềm tàng, Pierre - Lonis Reynaud cũng nhấn mạnh đến khái niệm giáo dục và vai trò của nó trong việc tạo lập những năng lực tiềm tàng cho những người tham gia vào hoạt động kinh doanh.

- Năng lực tinh thần có thể huy động. Theo Pierre - Lonis Reynaud, năng lực tinh thần có thể huy động là những tri thức mà con người ta (cụ thể ở đây là những nhà doanh nghiệp) có thể sử dụng nếu muốn để giải quyết những vấn đề cụ thể trong hoạt động kinh doanh của mình.

- Năng lực tinh thần đã được huy động. Đây là những khả năng của mỗi cá nhân đã được sử dụng trong thực tế hàng ngày.

Từ việc nghiên cứu những chỉ số đo về tính năng động ở nhà kinh doanh, Pierre - Lonis Reynaud đã lập ra một sơ đồ về tính năng động của nhà kinh doanh vào năm 1964. Ông đi đến khẳng định rằng, nhà doanh nghiệp có chỉ số tính năng động cao là người có khả năng phán xét tốt, có nhiều thông tin và khả năng xử lý thông tin cũng như có thiên hướng đầy đủ. Đồng thời tác giả cũng liệt kê một loạt những thái độ cho phép đánh giá người lãnh đạo doanh nghiệp nói chung, đó là: Thái độ tích cực đối với những tiến bộ khoa học, kỹ thuật; Thái độ đối với thời gian và thái độ có lợi đối với vấn đề tích lũy.

Nhìn lại trước đó một thời gian dài, đã có nhiều nhà nghiên cứu cùng đề cập đến một mảng vấn đề, đó là tìm hiểu khái niệm về nhà doanh nghiệp. Trong tác phẩm *"Hoạt động kinh doanh hoặc làm thế nào để tiến hành công việc riêng và đạt được kết quả"* của R. Khizrich và M. Pipers đã khái quát một số mốc cơ bản của sự phát triển này khái niệm này từ thời kỳ Trung đại cho đến giữa thế kỷ XX⁽²⁾. Có thể kể đến những nhà nghiên cứu tiêu biểu đã bàn luận về khái niệm nhà doanh nghiệp như sau: Năm 1730, Richard Cauliton đưa ra định nghĩa, nhà doanh nghiệp - đó là những kẻ chuyên mua các nguyên liệu để cải biến chúng, hiểu rất rõ về những trách nhiệm của mình nhưng lại không biết rõ về các khoản thu của mình; Năm 1795, Turgot lại đi sâu vào phân biệt chức năng lãnh đạo doanh nghiệp với chức năng của nhà tư bản vì theo ông giữa nhà lãnh đạo doanh nghiệp và nhà tư bản có những nét giống nhau nhất định nhưng cũng có nhiều nét khác nhau một cách cơ bản; Năm 1797, Beau Deau lại có ý kiến cho rằng, nhà doanh nghiệp là nhân vật nhận trách nhiệm vì công việc kinh doanh. Đó là người thành lập kế hoạch, kiểm tra, tổ chức và sở hữu công ty; Năm 1876, Francis Walker cho nhận xét rằng, nhà doanh nghiệp theo dõi sự khác nhau về việc ai đầu tư tư bản, nhận phần trăm đó và ai nhận lợi nhuận nhờ vào khả năng tổ chức của mình; Năm 1934, Joseph Schumpeter định nghĩa: nhà doanh nghiệp là con người đẩy năng động phát minh ra công nghệ mới; Năm 1964, Robert Hirich đi đến kết luận rằng, hoạt động kinh doanh là quá trình thành lập cái mới có giá trị. Còn nhà doanh nghiệp, đó là con người mà tiêu hao tất cả thời gian và sức lực cần thiết, giữ cho mình tất cả sự mạo hiểm về tài chính, tâm lý xã hội khi nhận tiền thưởng và thỏa mãn với những cái mà mình đạt được.

Rõ ràng là từ các định nghĩa trên đây cho thấy, các nhà nghiên cứu đã đồng nhất nhà doanh nghiệp với những người lãnh đạo công ty xí nghiệp, với nhà tư bản và nhà đầu tư, và họ tập trung chú ý cơ bản trên phương diện hoạt động kinh tế của nhà doanh nghiệp.

J. Keins, nhà kinh tế học người Anh đã đề cập đến một số phương pháp luận quan trọng trong lĩnh vực hoạt động kinh doanh. Trong các nghiên cứu của ông, khái

niệm "nhà doanh nghiệp" được giải thích như là kiểu loại tâm lý xã hội phong phú của người chủ kinh tế. Ông đã chia ra một số phẩm chất tâm lý cơ bản khi xác định mô típ tiêu dùng và tiết kiệm đối với nhà doanh nghiệp, đó là: tính cẩn thận, tính phòng xa, cố gắng tới sự độc lập, tính tháo vát, mong muốn để lại tài sản cho người kế thừa.

Joseph Schumpeter, nhà kinh tế học nổi tiếng, người sáng lập học thuyết nhà doanh nghiệp - người cách tân đã đưa ra nhận định rằng, nhà doanh nghiệp là người kết hợp những nhân tố sản xuất và đem lại thực hành những cách tân kỹ thuật. Ông khẳng định xí nghiệp và nhà doanh nghiệp là động cơ cơ bản của bộ máy sản xuất, trao đổi và phân phối trong điều kiện kinh tế thị trường. Nhà doanh nghiệp là một trong những nhân vật chính, đặc biệt của sự phát triển kinh tế và là động lực chính của sự phát triển đó. Hoạt động kinh doanh - đó là chủ thể kinh tế, chức năng của chủ thể này là sự thực hiện phương kế mới trong sản xuất, trao đổi và vận dụng những phương pháp mới khác nhau. Trên cơ sở mở rộng khái niệm hoạt động kinh doanh, Schumpeter đã chia các nhà doanh nghiệp thành 4 loại như sau:

- *Loại thứ nhất:* Đó là "chủ xưởng - người buôn bán" - người chủ của những phương tiện sản xuất. Họ thuộc về giai cấp xã hội nhất định. Ông cho rằng, kiểu loại nhà doanh nghiệp này có quan điểm chuyên chế về vai trò của mình đối với xí nghiệp.

- *Loại thứ 2:* Đó là những người chỉ huy của công nghiệp. Theo ông, những người này không nhất thiết là người sở hữu của xí nghiệp.

- *Loại thứ 3:* Gồm những giám đốc mà ông thỉnh thoảng gọi là Manager.

- *Loại thứ 4:* Ông gọi là "Người sáng lập". Những người này chuyên môn thiết kế dự án công nghiệp và thực hiện nó.

Từ việc phân loại các nhà doanh nghiệp, Schumpeter cho rằng, tất cả 4 loại trên đều có những nét chung, đó là tính sáng tạo.

Như vậy, cho đến những năm 1964, đã có rất nhiều nghiên cứu về nhà doanh nghiệp được tiến hành trên thế giới từ nhiều góc cạnh khác nhau. Tuy nhiên, cũng thấy rằng, nội dung của những nghiên cứu này chủ yếu tập trung vào việc tìm hiểu khái niệm, xác định những phẩm chất cần thiết của nhà doanh nghiệp trong hoạt động và phát triển nghề nghiệp. Nhìn chung, những nghiên cứu này mang đậm tính chất tâm lý học và phần nào đi sâu phân tích các góc cạnh của nhà doanh nghiệp dưới góc độ tâm lý học kinh tế.

Hiện nay, nhiều công trình nghiên cứu của Robert Papin ⁽³⁾, một học giả người Pháp, thường được sử dụng làm cơ sở cho nhiều nghiên cứu về giới lãnh đạo doanh nghiệp, chẳng hạn như: "Nghề giám đốc, nhà quản lý thế hệ mới", "Chiến lược tạo lập các doanh nghiệp", "Thế hệ các nhà kinh doanh" v.v... Vốn xuất thân từ người làm công tác giảng dạy tại Trường đại học thương mại Paris, đã từng làm chủ tịch tổ chức quốc tế các nhà kinh doanh, các công trình nghiên cứu của Robert Papin thường đề cập đến rất nhiều vấn đề, nhiều lĩnh vực khác nhau của nghề lãnh đạo, nghề giám đốc và nghề kinh doanh, chẳng hạn như từ những đặc điểm tâm lý cần thiết cho đến những chiến lược phát triển kinh doanh, môi trường kinh doanh mới và những khó khăn mà các nhà doanh nghiệp cần phải thích nghi cũng như những chiến lược ứng phó v.v...

Mặc dù những vấn đề nghiên cứu của Robert Papin được nhìn nhận từ nhiều góc độ khác nhau như kinh tế, lãnh đạo, quản lý, v.v... song ông cũng lại đi sâu phân tích về những kỹ năng của người làm kinh doanh, đặc biệt là các đặc điểm, các phẩm chất tâm lý của các nhà doanh nghiệp. Vì vậy, có thể coi những công trình nghiên cứu của Robert Papin, ở một mức độ nào đó, như là những nghiên cứu về đặc điểm tâm lý của nhà doanh nghiệp.

Một mảng rất lớn khác trong nghiên cứu các nhà doanh nghiệp ở các nước phương Tây là dạng viết tiểu sử hoặc những bài học kinh nghiệm của các nhà doanh nghiệp thành đạt. Loại sách này thường rất phổ biến ở hầu hết các quốc gia và được dịch ra nhiều thứ tiếng khác nhau. Tuy nhiên, có lẽ do truyền thống xã hội ở các nước phương Tây vốn rất coi trọng các nhà kinh doanh mà ta hiếm gặp những công trình nghiên cứu đề cập đến nhóm xã hội này từ góc độ quan niệm và cách nhìn nhận của xã hội, trái lại, có rất nhiều những nghiên cứu đề cập đến đặc điểm hoạt động, phẩm chất nhân cách của nhà doanh nghiệp, v.v... cũng như những đòi hỏi, những kỹ năng cần thiết để thực hiện thành công những hoạt động kinh doanh nhất định nào đó.

Tài liệu tham khảo

1. Paul Albou. *Tâm lý học kinh tế*. NXB Khoa học xã hội, Hà Nội, 1997.
2. Lê Tiêu La. *Trao đổi ý kiến về tầng lớp những nhà doanh nghiệp*. Tạp chí Xã hội học, Số 1 (57), 1997.
3. Robert Papin. *Nghề giám đốc, nhà quản lý thế hệ mới*. (Trần Tất Hợp dịch). NXB Thống kê, 1995.
4. Nguyễn Thị Lan. *Báo cáo tổng kết đề tài cấp Bộ "Tìm hiểu sự đánh giá của xã hội về vị thế và nhân cách lớp chủ doanh nghiệp tư nhân hiện nay ở Hà Nội"*. Trung tâm KHXH & NVQG, Hà Nội, 1/2004.