

TƯƠNG QUAN GIỮA MỘT SỐ ĐẶC ĐIỂM NHÂN CÁCH CỦA DOANH NHÂN VÀ ĐỘNG CƠ THÀNH ĐẠT CỦA HỌ

PGS.TS. Lê Thị Thanh Hương

Trưởng phòng Phòng Nghiên cứu cơ bản, Viện Tâm lý học.

TÓM TẮT

Nghiên cứu cho thấy, doanh nhân nước ta có niềm tin khá cao vào bản thân, hứng thú với nghề. Họ có trách nhiệm với việc phát triển vì lợi ích của doanh nghiệp, nhưng trách nhiệm xã hội còn hạn chế. Niềm tin vào công bằng của họ ở mức trung bình. Tất cả những phẩm chất nhân cách này đều có tương quan ở mức độ này hay mức độ khác với các biểu hiện khác nhau của động cơ thành đạt và có tác động đến những biểu hiện đó, song nổi bật hơn cả là sự tác động đến nỗ lực ý chí của họ trong công việc và tính chấp nhận mạo hiểm để có cơ hội thành công. Vì vậy, tạo môi trường để phát triển ở doanh nhân nước ta những phẩm chất nhân cách này cũng đồng nghĩa với việc tạo điều kiện thuận lợi để phát triển động cơ thành đạt ở họ.

Từ khoá: Doanh nhân; động cơ thành đạt; phẩm chất nhân cách của doanh nhân.

Ngày nhận bài: 2/7/2012; Ngày duyệt đăng bài: 20/9/2012.

1. Đặt vấn đề

Nhân cách con người là một thể thống nhất, trong đó, động cơ thành đạt là một trong nhiều phẩm chất của nhân cách. Vì vậy, những người có động cơ thành đạt khác nhau sẽ có những phẩm chất nhân cách khác nhau. Tuy nhiên, mối tương quan giữa những phẩm chất đó như thế nào? Việc giải quyết vấn đề này sẽ rất có ý nghĩa đối với công tác tuyển chọn nhân sự.

Trong vài thập kỷ qua, mối quan hệ giữa động cơ thành đạt và đặc điểm nhân cách của cá nhân đã được một số nhà tâm lý học quan tâm nghiên cứu. Kết quả của những nghiên cứu đó đã phác họa chân dung của những người có động cơ thành đạt cao với những đặc điểm nhân cách nổi bật như: Họ tin vào việc đạt thành tích, luôn đánh giá cao về năng lực bản thân; coi trọng trách nhiệm cá nhân trong các thành công của họ và sẵn sàng tiếp nhận trách nhiệm; họ kiên định để đạt mục đích, có thể trì hoãn sự hài lòng lâu hơn người khác, tức là chấp nhận sự hài lòng đến muộn hơn; họ chỉ nghỉ ngơi sau khi đã hoàn

thành công việc, đạt được thành công và làm việc chăm chỉ hơn khi họ thất bại... (3, 4, 5 và những nghiên cứu khác).

Bài viết này sẽ trình bày kết quả nghiên cứu về mối tương quan giữa động cơ thành đạt của nhóm khách thể là doanh nhân nước ta với một số đặc điểm nhân cách của họ như tính tự tin; hứng thú nghề nghiệp; tinh thần trách nhiệm; niềm tin vào công bằng xã hội.

2. Phương pháp và khách thể và nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu chủ yếu được sử dụng là bảng hỏi và phỏng vấn sâu. Động cơ thành đạt⁽¹⁾ và những phẩm chất nhân cách được khảo sát với công cụ là các thang đo. Độ tin cậy của các thang đo đặc điểm nhân cách được tính bằng hệ số alpha của Cronback.

- Thang đo tính tự tin gồm 6 items, độ tin cậy = 0,78.
- Thang đo hứng thú, say mê nghề gồm 7 items, độ tin cậy = 0,85.
- Thang đo tinh thần trách nhiệm gồm 6 items, độ tin cậy = 0,71.
- Thang đo niềm tin vào công bằng xã hội gồm 8 items, độ tin cậy = 0,80.

Mỗi item có 5 phương án trả lời, ứng với các mức điểm 1, 2, 3, 4, 5. Điểm càng lớn thì biểu hiện muốn đo được xem là càng thể hiện rõ nét. Nhìn chung, các thang đo có thể sử dụng được với độ tin cậy khá tốt.

Ngoài dữ liệu thu được từ các bảng hỏi, chúng tôi còn sử dụng các kết quả phỏng vấn sâu cũng như kết quả nghiên cứu của một số tác giả khác.

Khách thể của nghiên cứu này là 254 doanh nhân ở Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Biên Hoà với các độ tuổi, lĩnh vực kinh doanh, trình độ khác nhau. Khách thể tham gia phỏng vấn sâu gồm 30 doanh nhân không thuộc mẫu khách thể tham gia trả lời bảng hỏi. Khảo sát được thực hiện năm 2011. Các dữ liệu khảo sát được xử lý bằng phần mềm SPSS dùng cho nghiên cứu khoa học xã hội.

3. Kết quả nghiên cứu

Việc nghiên cứu động cơ thành đạt của doanh nhân đã cho thấy, một số biểu hiện nhân cách của doanh nhân nước ta hiện nay liên quan đến hiện tượng tâm lý này. Họ là những người có khát vọng thành đạt cao và họ đã rất nỗ lực làm việc để đạt được những giá trị mà họ mong muốn, nhiều người trong số họ sẵn sàng mạo hiểm để có cơ hội thành công, song tính ganh đua nhìn chung không mạnh. Họ coi trọng giá trị làm chủ bản thân, không lệ thuộc vào người khác, coi trọng giá trị đồng tiền như những phương tiện giúp họ nâng cao chất lượng cuộc sống gia đình và bản thân, đề cao những cơ hội để họ có thể khẳng định bản thân trong xã hội, được xã hội công nhận.

Cùng với những phẩm chất đó, những kết quả nghiên cứu định lượng và nghiên cứu định tính còn cho thấy, nhiều phẩm chất nhân cách khác của doanh nhân nước ta và những phẩm chất nhân cách này ở mức độ này hay mức độ khác, đều có tương quan với các khía cạnh biểu hiện động cơ thành đạt của họ.

Niềm tin vào bản thân

Theo tự đánh giá của doanh nhân trong mẫu nghiên cứu, họ là những người có niềm tin vào bản thân khá cao ($\bar{X} = 4,16$, $SD = 0,47$). Dù trong những năm gần đây, tình hình kinh tế trong nước và trên thế giới có những diễn biến gây rất nhiều khó khăn cho các doanh nhân nước ta như lạm phát gia tăng, mức tiêu dùng trong nước giảm, đơn đặt hàng của đối tác quốc tế giảm nhiều do suy thoái kinh tế, khả năng tiếp cận vốn ngày càng khó khăn..., song nhiều doanh nhân vẫn tin rằng, họ sẽ thích ứng được với những thay đổi của bối cảnh phát triển hiện nay và trong tương lai (93,9%), tin vào các quyết định của mình (94,4%), có đủ năng lực để làm tốt các công việc của mình (91,5%) và tin rằng, họ sẽ khẳng định được vai trò của họ trong lĩnh vực hoạt động nghề nghiệp (83,3%)... Phẩm chất tâm lý này hầu như không có khác biệt giữa các nhóm doanh nhân khác nhau theo lứa tuổi, thâm niên kinh doanh, địa bàn sinh sống, loại hình doanh nghiệp (nhà nước hay ngoài nhà nước) và quy mô doanh nghiệp, đã từng tham gia các lớp đào tạo kinh doanh hay chưa, song có khác biệt không nhiều giữa những doanh nhân có tình trạng kinh doanh khác nhau. Những người có tình trạng kinh doanh đang ổn định có niềm tin cao hơn những người mà hoạt động kinh doanh của họ hiện không ổn định (nhóm doanh nhân có hoạt động kinh doanh ổn định có $\bar{X} = 4,19$, trong khi tính tự tin của nhóm không ổn định có $\bar{X} = 3,97$, $p = 0,05$).

Động cơ thành đạt và niềm tin vào bản thân có tác động nhất định đến cách nhìn nhận của con người về những nguyên nhân dẫn đến thành công hay thất bại và sự đánh giá đó, đến lượt mình, lại là nhân tố có ảnh hưởng đến nỗ lực thành đạt của họ. Một số nghiên cứu của các nhà tâm lý học nước ngoài cho thấy rằng, những người có động cơ thành đạt cao tin rằng, họ là những người thành đạt, có phẩm chất tốt, có nhiều năng lực và mong muốn chứng tỏ điều đó với bản thân và những người khác. Những người có động cơ thành đạt yếu thường tin rằng, họ không đủ khả năng và thường né tránh những thử thách về năng lực. Những niềm tin đó đến từ đâu? Có thể khẳng định rằng, một phần là do mức độ thành công hay kinh nghiệm của họ trong cuộc sống. Những người thành công thích thử thách bản thân trong tương lai hơn những người thường hay thất bại. Nhưng mặt khác, cũng có thể giải thích niềm tin một phần do sự quy gán, tự tạo ra nguyên nhân của thành công hay thất bại. Những quy gán cho thành công hay thất bại rất có thể sẽ đưa đến những thành công hay thất bại trong tương lai. Con người có thể quy gán cho thành công hay thất bại theo những cách khác nhau. Ví dụ:

- *Vị trí nguyên nhân:*

+ Hướng nội (yếu tố chủ quan) - nguyên nhân từ đặc điểm bên trong con người: “hôm nay tôi không hoàn thành công việc vì tôi đau đầu”.

+ Hướng ngoại (yếu tố khách quan) - nguyên nhân từ các yếu tố bên ngoài con người: “Tôi đánh trượt quả bóng vì bãi cỏ mấp mô”.

- *Tính ổn định:*

+ Tính ổn định - nguyên nhân có tính ổn định tương đối: “Tôi đạt kết quả tốt vì nội dung công việc luôn luôn dễ dàng”.

+ Tính không ổn định - nguyên nhân liên quan đến tính hay thay đổi: “Tôi đạt kết quả tốt vì tôi không mệt mỏi như mọi ngày”.

- *Tính kiểm soát, khả năng kiểm soát:*

+ Tính kiểm soát - nguyên nhân nằm trong sự kiểm soát của con người: “Tôi bắt được nhiều cá vì tôi biết cách thả dây câu chính xác”.

+ Tính không kiểm soát - nguyên nhân nằm ngoài khả năng kiểm soát của con người: “Bữa ăn đơn giản vì lò nướng không hoạt động”.

Bảng 1: Lý giải của doanh nhân về nguyên nhân thành công hay thất bại của họ (% số người ghi nhận)

Các nguyên nhân dẫn đến thành công	%	Các nguyên nhân dẫn đến thất bại	%
1. Do tôi đã cố gắng, nỗ lực trong giải quyết vấn đề	72,3	1. Do tôi chưa thật sự cố gắng	49,1
2. Do vấn đề cần giải quyết không quá khó	4,5	2. Do có sự cố bất khả kháng (sức khỏe không đảm bảo, con ốm, có việc đột xuất cần dành phải thời gian để giải quyết...)	36,8
3. Do vận may	20,3	6. Do tôi không gặp may	22,2
4. Do những người xung quanh, đồng nghiệp ủng hộ tôi	49,2	7. Do những người xung quanh không ủng hộ, không đánh giá đúng về tôi	28,7
5. Do tôi có đủ năng lực, đủ thông minh để giải quyết vấn đề	28,8	5. Do tôi không đủ năng lực để giải quyết vấn đề	16,4
6. Do doanh nghiệp hoặc do bản thân tôi có đủ điều kiện vật chất cần thiết để giải quyết vấn đề	15,8	4. Do doanh nghiệp không tạo đủ điều kiện vật chất cần thiết	32,7
7. Do tôi có đủ kiến thức, thông tin,	54,8	3. Do vấn đề cần giải quyết không	50,3

đủ trình độ để giải quyết vấn đề		thuộc lĩnh vực am hiểu của tôi, tôi chưa đủ kiến thức, thông tin, trình độ kỹ năng để giải quyết tốt vấn đề	
8. Do có sự cố vũ, động viên, ủng hộ của người thân	10,2	8. Do người thân trong gia đình không ủng hộ	7,6
9. Do được làm việc với những người có kinh nghiệm	41,2	9. Do phải làm việc với những người chưa có kinh nghiệm	38,6

Với mô hình trên thì một người đạt thành tích rất có khả năng duy trì sự cố gắng, nếu người ấy cho rằng, trí thông minh và tinh thần làm việc chăm chỉ là nguyên nhân của kết quả đó. Trí thông minh là yếu tố bên trong, có tính ổn định, tinh thần làm việc chăm chỉ là yếu tố nằm trong sự kiểm soát của họ. Ngoài ra, người đó cũng sẽ không nản lòng nếu cho rằng (quy gán) thất bại là do nguyên nhân khách quan (yếu tố bên ngoài), không ổn định, sự mất kiểm soát.

Ngược lại, nếu con người quy gán cho sự thành công là do những yếu tố khách quan, không ổn định (ví dụ, sự may mắn) hoặc quy gán cho sự thất bại là do các đặc điểm chủ quan, ổn định thì họ có thể ngừng cố gắng thành đạt. Một số nhà nghiên cứu cho rằng, có thể huấn luyện, đào tạo con người thay đổi mô hình quy gán của họ để gia tăng tinh thần nỗ lực cố gắng thành đạt của họ.

Kết quả khảo sát trên doanh nhân nước ta cho thấy, phần lớn doanh nhân trong mẫu khảo sát nhìn nhận những nguyên nhân dẫn đến thành công của họ trước hết là do những yếu tố bên trong xuất phát từ bản thân họ mà họ có thể kiểm soát được, đó là sự cố gắng, nỗ lực của bản thân (72,3% số người ghi nhận); là trình độ và kiến thức của họ (54,8%). Tiếp đến là những nguyên nhân bên ngoài mà trong chừng mực nhất định, cũng có thể kiểm soát được, đó là sự ủng hộ của đồng nghiệp (49,2%) và kinh nghiệm làm việc của những người cùng cộng tác (41,2%). Nguyên nhân bên trong có tính ổn định (có đủ năng lực, đủ thông minh) cũng được khoảng 1/3 số người đề cập đến. Những nguyên nhân dẫn đến thất bại trước hết cũng là nhóm các yếu tố có cùng tính chất như vậy, nhưng về mặt nội dung có chiều hướng ngược lại, chẳng hạn, do vấn đề cần giải quyết không thuộc lĩnh vực am hiểu, do thiếu kiến thức, thông tin, kỹ năng... (50,3%), do chưa thật sự cố gắng (49,1%), do những người cùng làm việc thiếu kinh nghiệm (38,6%); hay đồng nghiệp không ủng hộ (28,7%). Nguyên nhân bên trong nhưng có tính không ổn định, như do có sự cố bất khả kháng (sức khỏe không đảm bảo, con ốm, có việc đột xuất cần dành phải thời gian để giải quyết...) cũng được 36,8% số người ghi nhận. Những nguyên nhân khách quan hoặc chủ quan, không kiểm soát được hoặc có tính ổn định có số lượng người ghi nhận ít hơn: 32,7% số người cho rằng, do không đủ điều kiện vật chất và chỉ có 16,4% số người cho rằng, do họ thiếu năng lực. Sự may mắn như một yếu tố dẫn đến thành công hoặc thất bại chỉ có khoảng 1/5 số người

ghi nhận. Những kết quả này cho thấy, nhiều doanh nhân khá tự tin, họ cho rằng, họ là người chịu trách nhiệm chính trong những thành công hay thất bại của mình. Cách lý giải nguyên nhân thành công hay thất bại của họ cho thấy, nhiều khả năng họ sẽ tiếp tục cố gắng để đạt được thành công trong những hoàn cảnh có tính kích thích hơn.

Các kết quả phân tích tương quan trên mẫu doanh nhân nước ta cho thấy, niềm tin vào bản thân là một phẩm chất nhân cách có tương quan khá chặt chẽ với những khía cạnh khác nhau thể hiện động cơ thành đạt của doanh nhân. Những doanh nhân càng tin vào bản thân thì mức nỗ lực ý chí để hướng tới thành công của họ càng lớn ($r = 0,592, p < 0,01$), khát vọng thành đạt càng mạnh ($r = 0,465, p < 0,01$), có những hành động mạo hiểm hơn trong kinh doanh ($r = 0,447, p < 0,01$) và cuối cùng là tính ganh đua cũng rõ ràng hơn ($r = 0,305, p < 0,01$). Sự tác động tương hỗ giữa những phẩm chất này sẽ tạo ra những tình huống, những hoàn cảnh để chúng có cơ hội ngày càng được củng cố hơn ở doanh nhân.

Tinh thần trách nhiệm với công việc

Những con người có tinh thần trách nhiệm cao thường là những người có động cơ thành đạt cao trong công việc của mình. Đây là nhận xét được rút ra từ những kết quả nghiên cứu trên những nhóm người lao động khác nhau ở nước ta (chẳng hạn, trí thức, thanh niên với những ngành nghề khác nhau... (1, 2)) và nhận xét này cũng đúng đối với doanh nhân. Kết quả khảo sát trên doanh nhân cho thấy, tinh thần trách nhiệm của họ có tương quan thuận chiều khá mạnh với những biểu hiện khác nhau của động cơ thành đạt trong công việc của họ, đặc biệt là với khía cạnh nỗ lực ý chí, khát vọng thành đạt và tính mạo hiểm trong kinh doanh (hệ số tương quan pearson r lần lượt bằng 0,67; 0,47 và 0,38; $p < 0,01$). Tinh thần trách nhiệm cũng có tương quan thuận chiều với tính ganh đua, song mối tương quan giữa hai biến này yếu hơn (hệ số tương quan $r = 0,21, p < 0,01$). Như vậy, có thể dự đoán rằng, tinh thần trách nhiệm của doanh nhân càng cao thì khát vọng thành đạt của họ thường càng cao và họ có nỗ lực ý chí mạnh mẽ nhằm hiện thực hoá những khát vọng thành đạt của mình. Trong kinh doanh, họ cũng sẵn sàng chấp nhận mạo hiểm hơn và ưa thích một môi trường làm việc có tính ganh đua.

Những doanh nhân trong mẫu khảo sát tự thấy, mình là những người như thế nào? Họ cho rằng, họ có tinh thần trách nhiệm cao với công việc ($\text{ĐTB} = 4,28, \text{ĐLC} = 0,48$). Họ là những người mong muốn được làm việc và cho rằng, công việc đem lại ý nghĩa cho cuộc sống (86,1%). Trong công việc, họ nghiêm khắc với bản thân (83,3%) và cho rằng, mỗi người cần phải làm tốt công việc của mình (95,5%), vì vậy, họ làm việc tận tâm (95,0%) và cố gắng thực hiện đúng những gì mình đã cam kết (94,5%).

Chắc chắn trong bối cảnh có tính cạnh tranh ngày càng cao và đặc biệt khi nền kinh tế trong nước cũng như trên thế giới đang có những biểu hiện không thuận lợi như hiện nay thì nếu doanh nhân không có trách nhiệm với công việc của mình và thể hiện điều đó trong tinh thần nỗ lực, kiên trì làm việc thì rất khó vượt qua những khó khăn. Doanh nhân hiểu rất rõ điều này. Trong quá trình lăn lộn để kinh doanh, để có được mỗi hàng, để có vốn và để có khách hàng, doanh nhân đã gặp bao khó khăn, khó khăn này nối tiếp khó khăn khác. Với không ít người, tính trách nhiệm là một yêu cầu vô điều kiện đối với công việc.

“Hơn 2 năm lăn lộn. Nhưng khi đã có mỗi hàng thì khó khăn lại là vốn. Khi định hướng được khách hàng rồi thì khó khăn lại là nguồn hàng. Khi đã có nguồn hàng thì khó khăn là vốn vì cao su giá trị rất cao. Hồi đầu thì 20 triệu tấn, nhưng giờ 100 triệu tấn. Như vậy là tăng gấp 5 lần mà vốn thì có tăng được đâu. Vì vậy, phải kiên trì. Khi anh đã xác định được định hướng rồi, đường đi nước bước rồi mà thiếu kiên trì, buông xuôi, nản này trông núi nọ là thất bại ngay. Lần đầu lấy được lô hàng 40 tấn mà lỗ 600 triệu. Nhưng giờ thì có kinh nghiệm, thành thạo rồi. Một hàng này có tính quy mô toàn cầu, lúc nào cũng ngồi trên mạng để biết thông tin. Nên nếu một người kinh doanh mà không có trách nhiệm, không kiên trì, không chịu khó chịu khổ, lúc nào cũng lo chuyển hướng thì cũng không được” (Doanh nhân nam, 48 tuổi, Giám đốc Công ty xuất nhập khẩu).

“Đầu tiên là nghĩ mình phấn đấu bằng hết khả năng của mình. Đương nhiên trong tâm của mình thì mình có thể vươn lên được bằng những người này người kia. Em nghĩ là phải có mục tiêu nhưng vấn đề là thực hiện bằng cách nỗ lực, năng lực của mình chứ không được bằng cách không đẹp. Lúc em vào thì tất cả mọi vị trí đã an bài rồi. Mình cũng phải phân tích được ưu nhược điểm của mình, nhưng sếp đã giao việc chưa biết đúng sai, có làm được hay không nhưng vẫn phải lên đường. Tức là, lúc nào cũng phải sẵn sàng, quyết tâm làm và có trách nhiệm với công việc” (nam, 32 tuổi, Phó Giám đốc Công ty cổ phần may).

Tuy nhiên, dường như trên thực tế tinh thần trách nhiệm của doanh nhân nước ta được thể hiện không phải như nhau đối với mọi khía cạnh liên quan đến công việc kinh doanh của họ. Có thể họ rất quan tâm đến những khía cạnh đảm bảo cho công việc sản xuất, tiêu thụ sản phẩm của họ được trôi chảy. Nói cách khác, họ rất quan tâm đến khía cạnh lợi ích phát triển riêng của doanh nghiệp. Song kinh doanh là một hoạt động đa diện, không bó hẹp ở những khía cạnh nêu trên. Kinh doanh là một dạng hoạt động xã hội và một trong những yêu cầu xã hội quan trọng đối với doanh nhân là họ phải có trách nhiệm xã hội.

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là vấn đề được bàn luận nhiều ở nước ta hiện nay. Theo Hội đồng Doanh nghiệp thế giới vì sự phát triển bền vững, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (Corporate Social Responsibility hay CSR) “là sự cam kết trong việc ứng xử hợp đạo lý và đóng góp vào sự phát triển kinh tế, đồng thời cải thiện chất lượng cuộc sống của lực lượng lao động và gia đình họ, cũng như của cộng đồng địa phương và của toàn xã hội nói chung”... Còn theo nhóm Phát triển kinh tế tư nhân của Ngân hàng Thế giới (WB) thì “CRS là sự cam kết của doanh nghiệp đóng góp cho việc phát triển kinh tế bền vững, thông qua những việc làm nâng cao chất lượng đời sống của người lao động và các thành viên trong gia đình họ; cho cộng đồng và toàn xã hội, theo cách có lợi cho cả doanh nghiệp cũng như phát triển chung của xã hội”... (dẫn theo 6). Như vậy, bên cạnh những hoạt động vì lợi ích phát triển riêng của từng doanh nghiệp phù hợp với pháp luật hiện hành thì hoạt động của các doanh nghiệp phải gắn kết với lợi ích của người lao động, lợi ích phát triển chung của cộng đồng xã hội và trong giai đoạn hiện nay thì trách nhiệm bảo vệ môi trường được đặc biệt coi trọng.

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là một vấn đề mới được quan tâm nhiều ở nước ta trong thập niên vừa qua và nhiều doanh nhân nước ta ngày càng đã có nhận thức sâu sắc rằng thực hiện trách nhiệm xã hội là yêu cầu tất yếu khách quan trong quá trình hội nhập. Tuy nhiên, việc thực hiện trách nhiệm này trong thực tế còn nhiều hạn chế. Chẳng hạn, nghiên cứu của Nguyễn Thị Lan (2004) cho thấy, khi đánh giá về đạo đức kinh doanh của doanh nghiệp tư nhân thể hiện trong thực hiện trách nhiệm và nghĩa vụ đối với xã hội, đối với bạn hàng và người tiêu dùng, đối với người lao động trong doanh nghiệp, phần lớn người dân cho rằng, nhìn chung, các doanh nghiệp tư nhân chưa thực hiện tốt những trách nhiệm này (7). Theo nghiên cứu của Ngân hàng Thế giới, hiện nay còn nhiều rào cản và thách thức cho việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp nước ta. Nhận thức của doanh nhân về khái niệm trách nhiệm xã hội còn hạn chế, có sự nhầm lẫn giữa việc thực hiện trách nhiệm xã hội và hoạt động tham gia giải quyết các vấn đề xã hội mang tính nhân đạo, từ thiện...; thiếu nguồn tài chính và kỹ thuật để thực hiện các chuẩn mực trách nhiệm xã hội (đặc biệt là đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ và liên quan đến vấn đề bảo vệ môi trường); trình độ sản xuất, kinh doanh, trình độ quản lý còn thấp, nên khi phải thực hiện đồng thời nhiều bộ quy tắc ứng xử thì năng suất bị ảnh hưởng v.v... Vì vậy, trong toàn bộ hoạt động kinh doanh của mình, không ít doanh nhân có thể đã quan tâm đến đời sống người lao động và gia đình họ, song việc thực hiện trách nhiệm xã hội ở phạm vi rộng hơn (như góp phần phát triển bền vững, vì lợi ích của cộng đồng và toàn bộ xã hội...) đã chưa được thật sự chú trọng. Bên cạnh đó, những đặc điểm tâm lý của con người Việt Nam cũng tạo nên rào cản trong thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nhân nước ta.

“Đánh giá về doanh nhân Việt Nam thì hơi khó. Tính đến cái ổn định và lâu dài không nhiều vì đặt mục tiêu lợi nhuận kinh tế lên hàng đầu. Tại sao hàng hoá Việt Nam chất lượng thấp? Tôi gặp rất nhiều trường hợp: Thay vì chú trọng nhiều đến chất lượng, thương hiệu đã có, họ chú tâm đến lợi nhuận. Có những hàng hoá được bảo hành 2, 3 năm nếu do lỗi kỹ thuật sản xuất. Nhưng khi mình đem đến bảo hành, họ tìm mọi cách để thoái thác trách nhiệm, không nhận lỗi về mình. Cách đây 5 năm, tôi làm đại lý cấp 1 cho hãng Mitsubishi, nhiều trường hợp mình cũng bức xúc. Nhiều khi mình mua đồ về bán, nhà sản xuất đổ lỗi cho người tiêu dùng... Một số cái làm rất tốt như thăm hỏi, gọi điện thoại, nhưng trách nhiệm đối với sản phẩm của mình thì chưa đạt. Cái này có hai mặt. Về kinh tế, khi bán một sản phẩm... người Việt Nam thích oai, muốn đổ lỗi về khách hàng, không muốn tự nhận là kém, là sai” (nam, 40 tuổi, Giám đốc Công ty TNHH).

Những sai lệch trong nhìn nhận về trách nhiệm xã hội tất cũng sẽ dẫn đến những sai lệch trong định hướng khát vọng thành đạt và những nỗ lực ý chí trong công việc.

Hứng thú với nghề kinh doanh, yêu nghề

Dấn thân vào nghề kinh doanh, doanh nhân nước ta có hứng thú với nghề này hay đơn thuần với họ, đó chỉ là nghề kiếm sống?

Khảo sát doanh nhân cho thấy, họ đến với nghề kinh doanh do nhiều nguyên nhân. Một số người ngay từ đầu đã hứng thú với nghề kinh doanh như một hoạt động mà họ muốn dấn thân vào để khám phá, thử sức và khẳng định bản thân... Tuy nhiên, số người như vậy không nhiều. Phần lớn doanh nhân bắt đầu nghiệp kinh doanh do nhu cầu rất thực tế như:

- Sau khi tốt nghiệp đại học, chưa có việc làm, nhận thấy có thị trường nên mở cơ sở sản xuất rồi phát triển lên dần;

- Do cơ quan, Nhà nước phân công hoặc do anh, chị, em (trong quan hệ họ hàng) yêu cầu đảm nhận giúp một vị trí nào đó trong quy trình kinh doanh, sau đó họ tự phát triển lên;

- Do đi làm thuê cho chủ khác, sau đó nhận thấy có nhiều bất công, được trả công chưa xứng đáng, từ đó quyết định tự kinh doanh...

Dù với những lý do khác nhau, song khi đã dấn thân vào con đường kinh doanh, rất nhiều doanh nhân đã trở nên hứng thú và yêu nghề của mình (ĐTB = 4,06, ĐLC = 0,60). Chắc chắn không phải nhiều doanh nhân có được tình cảm này là do ngay từ đầu, bản thân nội dung công việc đã cuốn hút họ. Không ít người đã xác định rõ và có ý thức nuôi dưỡng tình cảm của mình xuất phát từ trách nhiệm với công việc (hệ số tương quan pearson giữa hứng thú và

trách nhiệm với công việc khá mạnh, $r = 0,583$, $p < 0,01$) và đây là một trong những cách ứng phó tích cực của họ nhằm vượt qua được áp lực công việc, tránh những bất ổn về mặt tâm lý, đồng thời hoạt hoá được các quá trình tâm lý để có được những sáng tạo.

“May thì phức tạp vì có nhiều chi tiết cụ thể, nếu không yêu nghề thì khả năng thành công rất khó. Đầu tiên là về vấn đề thời gian, đi thi từ 6h30 sáng, ở văn phòng thi 7h, 7h30 tới mới hoàn thành công việc, nếu xuống xí nghiệp thì 8h, 8h30 tới mới về. Cố gắng thu xếp, giải quyết hết công việc thì về... Làm cái gì thì làm, nếu mình không yêu nghề thì không làm tốt được. Lúc em mới làm ở công ty thì chỉ có 1,2 triệu, bây giờ thì tăng lên rất nhiều rồi, so với bạn bè thì mình cũng chưa nhiều, nhưng mình lại có cái khác, ra ngoài mọi người cũng trọng vọng mình. Quan trọng là mình yêu nghề, say mê với nghề, nếu không, gặp khó khăn thì mình bó hết (nam, 32 tuổi, Phó Giám đốc Công ty cổ phần may).

“Cái “máu” kinh doanh của mình bắt đầu từ thời trẻ, nếu làm kinh doanh mà không có “máu” kinh doanh thì khó lắm, anh sẽ bị ù lì” (nam, 51 tuổi, Giám đốc phụ trách kinh doanh Công ty cổ phần).

Hứng thú, say mê với nghề không phải là một biến có tương quan với tính ganh đua của doanh nhân (hệ số tương quan không có nghĩa về mặt thống kê), nó cũng có tương quan không mạnh lắm với khát vọng thành đạt của họ (hệ số tương quan $r = 0,30$, $p < 0,01$), song nó lại thúc đẩy những quyết định mạo hiểm (hệ số tương quan $r = 0,39$, $p < 0,01$, hệ số hồi quy $r^2 = 0,15$, $p < 0,001$: sự biến thiên của hứng thú, say mê công việc giải thích được khoảng 15% sự biến thiên của tính mạo hiểm trong công việc) và đặc biệt tác động khá mạnh đến những nỗ lực ý chí của doanh nhân nhằm đạt được những mục tiêu đặt ra (hệ số tương quan $r = 0,42$, $p < 0,01$, hệ số hồi quy $r^2 = 0,18$, $p < 0,001$: sự biến thiên của hứng thú, say mê công việc giải thích được khoảng 18% sự biến thiên của tinh thần nỗ lực ý chí trong công việc).

Niềm tin vào công bằng xã hội

Kinh doanh vốn được cho là một hoạt động có nhiều rủi ro. Những rủi ro đó không chỉ bắt nguồn từ năng lực phán đoán của doanh nhân, mà chúng phụ thuộc nhiều vào những hiện tượng xã hội như biến động nhu cầu xã hội, các quan hệ xã hội, các cơ chế phân phối các nguồn lực, các lợi ích... Vì vậy, niềm tin của doanh nhân vào công bằng xã hội với nghĩa rộng với hàm ý “có nỗ lực thì sẽ có thành công” hay với nghĩa hẹp hơn thể hiện việc thực thi công bằng đang diễn ra trong xã hội được giả thuyết là một biến có tác động đến những biểu hiện động cơ thành đạt của doanh nhân.

Khác với biểu hiện của các phẩm chất nhân cách nêu trên, doanh nhân trong mẫu khảo sát có niềm tin vào công bằng xã hội ở mức trung bình,

ngiên không nhiều về hướng tích cực ($\text{ĐTB} = 3,69$, độ lệch chuẩn $= 0,59$). Về cơ bản, doanh nhân có niềm tin vào công bằng xã hội theo nghĩa rộng nêu trên hơn là theo nghĩa hẹp. Có lẽ, nhiều hiện tượng thiếu công bằng đang diễn ra trong hiện thực cuộc sống xã hội hiện nay đã tác động đến niềm tin của họ. Chẳng hạn như, hiện nay vẫn tồn tại những chính sách thể hiện sự thiếu công bằng đối với các loại hình doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp tư nhân và thực trạng này được nhiều doanh nhân ghi nhận hoặc tình trạng thiếu minh bạch trong các hoạt động đầu thầu, trong thực thi nhiều chính sách liên quan đến hoạt động của các doanh nghiệp vẫn còn khá phổ biến (8)...

Những đặc điểm nêu trên trong niềm tin vào công bằng xã hội ở doanh nhân cũng có thể quan sát thấy ở một số nhóm xã hội khác ở nước ta hiện nay.

Niềm tin vào công bằng xã hội là một biến có tương quan thuận chiều và có tác động đến cả bốn khía cạnh biểu hiện động cơ thành đạt của doanh nhân trong nghiên cứu này. Mức tác động mạnh nhất thể hiện trong quan hệ với nỗ lực ý chí (hệ số tương quan $r = 0,48$, $p < 0,01$, hệ số hồi quy bậc nhất $r^2 = 0,23$, $p < 0,001$), tính mạo hiểm trong kinh doanh (hệ số tương quan $r = 0,36$, $p < 0,01$, $r^2 = 0,13$, $p < 0,001$) và khát vọng thành đạt (hệ số tương quan $r = 0,33$, $p < 0,01$, $r^2 = 0,11$, $p < 0,001$) và tác động yếu hơn đến tính ganh đua (hệ số tương quan $r = 0,28$, $p < 0,01$, $r^2 = 0,08$, $p < 0,001$).

Tóm lại, doanh nhân nước ta có niềm tin khá cao vào bản thân, hứng thú với nghề. Họ có trách nhiệm với việc phát triển vì lợi ích của doanh nghiệp, nhưng trách nhiệm xã hội còn hạn chế. Niềm tin vào công bằng của họ ở mức trung bình. Tất cả những phẩm chất nhân cách này đều có tương quan ở mức độ này hay mức độ khác với các biểu hiện khác nhau của động cơ thành đạt và có tác động đến những biểu hiện đó, song nổi bật hơn cả là sự tác động đến nỗ lực ý chí của họ trong công việc và tính chấp nhận mạo hiểm để có cơ hội thành công. Vì vậy, tạo môi trường để phát triển ở doanh nhân nước ta những phẩm chất nhân cách này cũng đồng nghĩa với việc tạo điều kiện thuận lợi để phát triển động cơ thành đạt ở họ.

Chú thích

1. Xem thêm bài “*Những biểu hiện động cơ thành đạt của doanh nhân nước ta hiện nay*”, Tạp chí Tâm lý học, số 9/2012, tác giả: Lê Thị Thanh Hương.

Tài liệu tham khảo

1. Lê Thị Thanh Hương (chủ biên), *Nhân cách văn hoá trí thức Việt Nam trong tiến trình mở cửa và hội nhập quốc tế*, NXB KHXH, 2010.
2. *Động cơ thành đạt của thanh niên hiện nay*, Báo cáo tổng kết đề tài nghiên cứu do Trung tâm Hỗ trợ nghiên cứu Châu Á tài trợ, chủ nhiệm đề tài: Lê Thị Thanh Hương, 2008.

3. Elliot A. J. and Sheldon K. M., *Avoidance Achievement Motivation: A Personal Goals Analysis*, Journal of Personality and Social Psychology (Volume 73, Issue 1), 1997.
4. Elliot A. J. and Harackiewicz J. M., *Approach and Avoidance Achievement Goals and Intrinsic Motivation: A Meditational Analysis*, Journal of Personality and Social Psychology (Volume 70, Issue 3), 1996.
5. Durik A. M. and Harackiewicz J. M., *Achievement goals and intrinsic motivation: Coherence, concordance, and achievement orientation*, Journal of Experimental Social Psychology (Volume 39, Issue 4), 2003.
6. *Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp*, <http://www.vietnamforumcsr.net/default.aspx?portalid=1&tabid=336&itemid=4666>, ngày 17/04/2009.
7. *Tìm hiểu đánh giá của xã hội về vị thế và nhân cách của lớp chủ doanh nghiệp tư nhân hiện nay ở Hà Nội*, Báo cáo tổng kết đề tài cấp Trung tâm Khoa học xã hội và Nhân văn quốc gia, Nguyễn Thị Lan làm chủ nhiệm, 2004.
8. *Nghiên cứu một số đặc điểm tâm lý xã hội cơ bản của tầng lớp doanh nhân nước ta*, Báo cáo tổng kết đề tài cấp Viện KHXHVN, Nguyễn Thị Lan, Đỗ Ngọc Khanh đồng chủ nhiệm, 2010.