

NGHIÊN CỨU - TRAO ĐỔI

ĐÁNH GIÁ CỦA NGƯỜI DÂN HÀ NỘI VỀ VỊ THẾ XÃ HỘI CỦA CÁC CHỦ DOANH NGHIỆP TƯ NHÂN HIỆN NAY

NGUYỄN THỊ LAN*

1. Đặt vấn đề

Cùng với quá trình đổi mới kinh tế xã hội của đất nước, khu vực kinh tế tư nhân góp phần không nhỏ vào việc tăng nguồn thu cho ngân sách Nhà nước, tạo việc làm, thu nhập cho hàng triệu người lao động, ổn định xã hội, thúc đẩy quá trình công nghiệp hoá và hiện đại hoá đất nước theo con đường hội nhập với khu vực và thế giới. Nếu xem khu vực kinh tế tư nhân như một cấu phần quan trọng tạo nên sức mạnh kinh tế của một xã hội, một quốc gia, thì các chủ doanh nghiệp tư nhân (DNTN) chính là những hạt nhân ưu tú xây đắp nền móng cho sức mạnh đó. Bởi vậy, việc xã hội nhìn nhận và đánh giá các chủ DNTN như thế nào lại là một điều kiện, một yếu tố quan trọng có ảnh hưởng nhất định (thúc đẩy hay cản trở) đến tiến trình phát triển đội ngũ doanh nhân và khu vực kinh doanh tư nhân nói riêng cũng như nền kinh tế nước nhà nói chung. Từ cách tiếp cận như vậy, trong năm 2003, chúng tôi đã thực hiện một nghiên cứu nhỏ nhằm tìm hiểu cảm nhận của người dân Hà Nội về vị thế xã hội và nhân cách (năng lực kinh doanh và đạo đức kinh doanh) các chủ DNTN. Bài viết này của chúng tôi là một phần kết quả được rút ra từ

nghiên cứu nói trên.

2. Phương pháp và mẫu nghiên cứu

Bảng hỏi: Trong nghiên cứu này, bảng hỏi về vị thế xã hội của các chủ DNTN được xây dựng dựa trên cơ sở khái niệm vị thế xã hội nói chung của nhiều nhà nghiên cứu trong và ngoài nước (Linton, Weber, Parsons, v.v...)⁽¹⁾. Từ đây, các chiều cạnh khác nhau của vị thế xã hội được hiểu như là giá trị, uy tín, ảnh hưởng cũng như công lao đóng góp của cá nhân đối với nhóm và cộng đồng được xã hội thừa nhận. Bảng hỏi của chúng tôi là thang điểm đánh giá mức độ cảm nhận của người dân về vị thế xã hội của các chủ DNTN theo các mệnh đề cho sẵn từ “Hoàn toàn không đúng” đến “Hoàn toàn đúng” tương ứng với thang điểm từ 1 đến 5.

Trong phần tìm hiểu vị thế xã hội của các chủ DNTN, chúng tôi đã đưa vào bảng hỏi một thang đánh giá bao gồm 35 mệnh đề. Các mệnh đề này được phân chia thành 4 nhóm dựa trên cơ sở nội dung của chúng - phản ánh những khía cạnh khác nhau xoay quanh

*Th.s, Viện Tâm lý học.

vị thế xã hội của các chủ DNTN. Nhóm thứ nhất bao gồm 11 mệnh đề nói lên vai trò và công lao đóng góp của các chủ DNTN trong phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Nhóm 2 gồm có 12 mệnh đề biểu hiện cho uy tín hay sự kính trọng của xã hội đối với các chủ DNTN. Nhóm 3 gồm 5 mệnh đề phản ánh hiện trạng tài sản và thu nhập của các chủ DNTN. Nhóm 4 gồm có 7 mệnh đề liên quan đến vấn đề ảnh hưởng (hay quyền lực) của các chủ DNTN đối với xã hội.

Số liệu điều tra của nghiên cứu được xử lý bởi chương trình SPSS for Window phiên bản 7.5. Để tiện cho việc so sánh, đối chiếu các kết quả khảo sát về những vấn đề cần tìm hiểu, chúng tôi đã tiến hành đổi ngược điểm một số mệnh đề hỏi từ hình thức phủ định sang hình thức khẳng định

cho đồng thuận giá trị với nhau trong các nhóm mệnh đề. Ngoài ra, trong quá trình xử lý số liệu, các mệnh đề đánh giá được phân ra thành các mức điểm khác nhau: Mức điểm cao (từ 4 đến 5 điểm), mức điểm thấp (từ 1 đến 2 điểm) và mức điểm trung bình ($2 < \text{điểm trung bình} < 4$). Đối với mức điểm trung bình lại được phân chia tiếp thành 3 tiểu mức: trung bình khá ($3,3 < \text{trung bình khá} < 4$), trung bình ($2,8 \leq \text{trung bình} \leq 3,3$) và trung bình yếu ($2 < \text{trung bình yếu} < 2,8$).

Mẫu nghiên cứu: Với 350 khách thể là người dân các quận nội thành Hà Nội tham gia vào đợt khảo sát diện rộng và hình thành cơ cấu đặc điểm nhân khẩu một cách ngẫu nhiên như trình bày trong bảng 1 dưới đây.

Bảng 1: Đặc điểm nhân khẩu của khách thể tham gia nghiên cứu

Tiêu chí		Số lượng	Tỷ lệ %	Tiêu chí		Số lượng	Tỷ lệ %
Tổng mẫu		350	100,0				
Giới tính	Nam	195	55,7	Tuổi	Dưới 30	152	43,4
	Nữ	155	44,3		30 - 44	110	31,4
					45 trở lên	88	25,1
Học vấn	Phổ thông	35	10,0	Mức sống	Sung túc	7	2,0
	Trung cấp, Cao đẳng	67	19,1		Khá	66	18,9
	Đại học trở lên	240	68,6		Bình thường	257	73,4
Nghề Nghiệp	Công chức, viên chức	100	28,6	Nơi làm việc	Khó khăn	19	5,4
	Công nhân	78	22,3		Tư nhân	94	26,9
	Học sinh, sinh viên	44	12,6		Nhà nước	166	47,4
	Kinh doanh	83	23,7	Tập thể	26	7,4	
	Lực lượng vũ trang	35	10,0	Liên doanh	11	3,1	
	Nghề khác	7	2,0	Nơi khác	52	14,9	
Thu nhập hàng tháng	Dưới 500.000 đồng	77	22,0	Địa bàn sinh sống	Đống Đa, Thanh Xuân	128	36,6
	500.000 - 1 triệu đồng	64	18,3		Ba Đình, Cầu Giấy	91	26,6
	1 - 2 triệu đồng	137	39,1		H.B Trung, H. Kiếm	91	26,6
	2 triệu đồng trở lên	72	20,6		Địa bàn khác	40	11,4

3. Kết quả nghiên cứu thực tiễn

3.1. Những đánh giá chung về vị thế xã hội của các chủ DNTN

Số liệu ở bảng 2 (trang 14) chỉ ra rằng, điểm trung bình (ĐTB) của các nhóm mệnh đề biểu hiện những khía cạnh khác nhau về vị thế xã hội của các chủ DNTN như vai trò và công lao đóng góp cho phát triển kinh tế - xã hội, uy tín và sự kính trọng, tài sản và thu nhập, ảnh hưởng xã hội lần lượt là: 3,70; 3,81; 3,24 và 2,81. ĐTB của các nhóm vai trò và công lao đóng góp cho phát triển kinh tế - xã hội, uy tín và sự kính trọng đạt mức trung bình khá, nhưng cũng còn cách khá xa với ngưỡng dưới của mức cao. ĐTB của các nhóm tài sản và thu nhập, ảnh hưởng xã hội thuộc mức trung bình, trong đó ĐTB của nhóm ảnh hưởng xã hội chỉ đạt được sát với ngưỡng trên của mức trung bình yếu. Kết quả nghiên cứu của chúng tôi về vấn đề này còn được thể hiện rõ trong sự phân bố khách thể theo mức điểm trung bình mà họ đạt được khi đánh giá các khía cạnh khác nhau biểu hiện vị thế xã hội của các chủ DNTN (xem biểu đồ 1 trang 15). Qua kết quả phân bố khách thể theo mức điểm trung bình mà họ đạt được, chúng tôi nhận thấy, các khách thể tham gia nghiên cứu nhìn nhận tương đối khác nhau đối với các khía cạnh khác nhau của vị thế xã hội của các chủ DNTN. Cụ thể là: Đối với khía cạnh vai trò và công lao đóng góp cho phát triển kinh tế - xã hội của

đất nước, uy tín và sự kính trọng, hầu hết những người tham gia nghiên cứu đều đánh giá ở mức trung bình và mức cao, chỉ có một số lượng rất nhỏ khách thể đánh giá ở mức thấp. Trong khi đối với khía cạnh tài sản và thu nhập, ảnh hưởng xã hội thì tỷ lệ khách thể đánh giá ở mức cao có xu hướng giảm mạnh và bù vào đó là những đánh giá ở mức trung bình và mức thấp lại tăng lên rất nhiều.

Các số liệu khảo sát tổng thể của chúng tôi biểu hiện qua kết quả ĐTB và phân bố khách thể theo điểm trung bình mà họ đạt được cho thấy, vị thế của các chủ DNTN hiện nay chưa được xã hội đánh giá cao, mới chỉ ở mức trung bình. Tuy nhiên, nếu ngược dòng lịch sử và so sánh kết quả đánh giá này với đánh giá về vị thế của tầng lớp thương nhân nước ta trong xã hội Việt Nam truyền thống và thời kỳ trước "đổi mới", chúng ta mới thấy hết được giá trị của cái kết quả "trung bình" này.

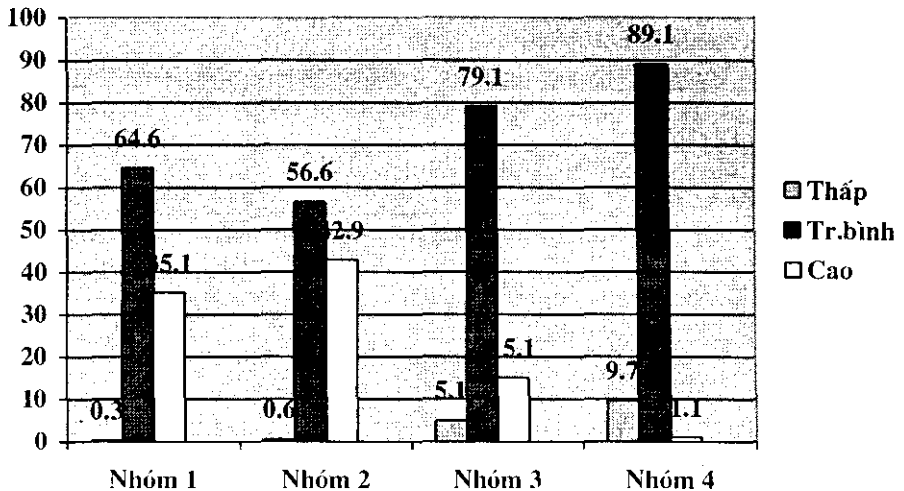
Số liệu khảo sát trình bày trong bảng 2 còn chỉ ra rằng, khi so sánh ĐTB của các mệnh đề khác nhau có thể thấy một số biểu hiện về vị thế xã hội của các chủ DNTN được đánh giá khác nhau ở các khách thể tham gia nghiên cứu. Trước hết, có thể thấy rằng, các khách thể tham gia nghiên cứu tương đối thống nhất với nhau trong việc nhìn nhận các chủ DNTN là những người tạo ra nhiều việc làm cho xã hội (ĐTB = 4,25), tham gia vào

Bảng 2: Đánh giá của người dân về vị thế xã hội của các chủ DNTN

	NỘI DUNG CÁC MỆNH ĐỀ	ĐTB
	Nhóm 1: Vai trò và công lao đóng góp cho phát triển KT - XH	3.70
1	Các chủ DNTN là lực lượng tích cực tham gia vào công cuộc phát triển nền kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta	3.97
2	Bằng sản phẩm, các chủ DNTN giới thiệu văn hoá Việt Nam ra nước ngoài	3.95
3	Những người đi tiên phong trong sự nghiệp đổi mới công nghệ sản xuất hiện nay ở nước ta chính là các chủ DNTN	3.34
4	Các chủ DNTN góp phần quan trọng vào quá trình nâng cao trình độ ứng dụng khoa học - công nghệ ở nước ta	3.73
5	Các chủ DNTN có nhiều đóng góp thiết thực vào việc cải tiến các phương pháp quản lý con người trong kinh doanh	3.75
6	Các chủ DNTN là những người góp phần gánh vác sứ mệnh kinh tế của đất nước trong giai đoạn công nghiệp hoá và hiện đại hoá	3.59
7	Các chủ DNTN góp phần đáng kể tăng nguồn thu cho ngân sách Nhà nước	3.93
8	Hiện nay các chủ DNTN đang đứng ở vị trí "đầu tàu" của cộng đồng doanh nghiệp và nền kinh tế đất nước trên bước đường hội nhập kinh tế khu vực và thế giới	3.15
9	Các chủ DNTN tạo ra nhiều việc làm cho xã hội	4.25
10	Các chủ DNTN ủng hộ tích cực cho sự nghiệp phát triển nhân tài của đất nước	3.73
11	Các chủ DNTN giúp đỡ tích cực cho các hoạt động nhân đạo trong xã hội	3.32
	Nhóm 2: Uy tín và sự kính trọng	3.81
1	Các chủ DNTN là đại diện tiêu biểu cho một thành phần quan trọng của nền kinh tế	4.12
2	Những người tài giỏi thực sự mới có thể đứng ra làm chủ DNTN được	3.77
3	Các chủ DNTN thường là những người biết đối nhân xử thế	3.49
4	Phải thừa nhận rằng, chủ DNTN là những người thức thời trong xã hội	4.13
5	Các chủ DNTN là những người quảng giao	3.67
6	Ngày nay, các chủ DNTN không phải là những người có địa vị xã hội thấp	3.82
7	Các chủ DNTN là những công dân chấp hành tốt pháp luật Nhà nước	2.99
8	Các chủ DNTN là lực lượng cần được ưu đãi, khuyến khích phát triển	4.30
9	Các chủ DNTN là những người lao động chân chính	3.34
10	Các chủ DNTN hiện nay xứng đáng được tôn trọng như các giám đốc DNNN	4.21
11	Các chủ DNTN hiện nay đang là hình ảnh mơ ước của thế hệ trẻ	3.74
12	Với tính tích cực của mình các chủ DNTN xứng đáng được đánh giá cao	4.14
	Nhóm 3: Tài sản và thu nhập	3.24
1	Hiện nay, các chủ DNTN đang nắm giữ một phần lớn tài sản của xã hội	3.01
2	Những người tạo ra nhiều của cải cho xã hội chính là các chủ DNTN	3.14
3	Những người giàu có trong xã hội thường là chủ DNTN	3.25
4	Những người hưởng thụ các điều kiện vật chất tốt thường là các chủ DNTN	3.07
5	Các chủ DNTN là những người có thu nhập cao	3.75
	Nhóm 4: Ảnh hưởng xã hội	2.81
1	Các chủ DNTN có ảnh hưởng lớn đến vị thế của đất nước trên trường quốc tế	3.61
2	Các chủ DNTN có khả năng chi phối việc hoạch định đường lối, chính sách kinh tế	2.61
3	Các chủ DNTN có khả năng chi phối việc thực hiện các chính sách kinh tế - xã hội	2.66
4	Các chủ DNTN hoàn toàn có khả năng chi phối thị trường tiêu dùng trong nước	3.05
5*	Hiện nay, các chủ DNTN chưa có khả năng nắm giữ những lĩnh vực kinh tế quan trọng	2.89
6*	Các chủ DNTN còn chưa được trọng dụng ở những cương vị xã hội quan trọng	2.21
7*	Giống nhiều nhóm xã hội khác, các chủ DNTN chưa có nhiều ảnh hưởng	2.64

Ghi chú: Những mệnh đề có dấu * là những mệnh đề khi xử lý phải đảo ngược điểm

Biểu đồ 1: Phân bố khách thể theo điểm trung bình trong đánh giá về các khía cạnh vị thế xã hội của chủ DNTN



công cuộc phát triển kinh tế - xã hội (ĐTB = 3,97), bằng sản phẩm của mình góp phần giới thiệu văn hoá Việt Nam ra nước ngoài (ĐTB = 3,95) và góp phần đáng kể tăng nguồn thu cho ngân sách Nhà nước (ĐTB = 3,93) (thuộc nhóm vai trò và công lao đóng góp cho phát triển kinh tế - xã hội). Hoặc các chủ DNTN cần phải được ưu đãi, khuyến khích phát triển (ĐTB = 4,30), xứng đáng được tôn trọng như các giám đốc doanh nghiệp Nhà nước (ĐTB = 4,21), là đại diện tiêu biểu cho một thành phần quan trọng của nền kinh tế nước ta (ĐTB = 4,12) (thuộc nhóm uy tín và sự kính trọng của xã hội). Bên cạnh đó, chúng tôi cũng nhận thấy, hầu hết các mệnh đề biểu hiện cho vị thế xã hội trên phương diện quyền lực (hay ảnh hưởng xã hội) của các chủ DNTN đều được các khách thể nghiên cứu đánh giá ở mức trung bình yếu hoặc gần sát với mức thấp. Chẳng hạn, những đánh giá

về việc trọng dụng các chủ DNTN ở những cương vị xã hội quan trọng, khả năng chi phối của họ đến việc hoạch định đường lối - chính sách, đến việc thực hiện các chính sách kinh tế - xã hội, khả năng nắm giữ những lĩnh vực kinh tế quan trọng, có ảnh hưởng trong xã hội lần lượt tương ứng với các ĐTB là 2,21; 2,61; 2,66; 2,89; 2,64.

Nhìn chung, xem xét chi tiết các mệnh đề biểu hiện cho vị thế xã hội chúng tôi nhận thấy rằng, những mệnh đề - biểu hiện cho các khía cạnh vị thế xã hội được các khách thể đánh giá cao chủ yếu thuộc hai nhóm uy tín và sự kính trọng, vai trò và công lao đóng góp của các chủ DNTN đối với xã hội. Điều này cho thấy, cùng với những đóng góp cho xã hội, đặc biệt trong lĩnh vực phát triển kinh tế, các chủ DNTN đã dành được sự kính trọng nhất định của xã hội đối với họ.

3.2. Những khác biệt trong đánh giá

Điều đáng lưu ý ở đây là khi so sánh những kết quả đánh giá về các nhóm mệnh đề - biểu hiện các chiều cạnh khác nhau của vị thế xã hội của các chủ DNTN theo tiêu chí nhân khẩu (xem bảng 3), chúng tôi nhận thấy có một số khác biệt có ý nghĩa về mặt thống kê trong đánh giá giữa các nhóm khách thể nam và nữ, giữa những người ở các độ tuổi khác nhau, giữa những người làm các nghề khác nhau và giữa những khách thể làm việc ở các khu vực kinh tế khác nhau. Chẳng hạn, khi phân tích T - test chúng tôi phát hiện thấy nhóm khách thể nam giới đánh giá cao hơn nhóm nữ giới về uy tín và sự kính trọng của xã hội đối với các chủ DNTN với ĐTB tương ứng là 3,83 và 3,78 ($p < 0,05$, $t = 0,92$). Một đánh giá dương tính về vị thế xã hội các chủ DNTN từ góc

độ quyền lực và ảnh hưởng xã hội được tìm thấy thuộc về nhóm tuổi trẻ nhất. So với các nhóm tuổi khác, đặc biệt là nhóm tuổi trên 45, nhóm tuổi dưới 30 đánh giá cao hơn mức độ quyền lực và ảnh hưởng xã hội của các chủ DNTN đối với các lĩnh vực đời sống kinh tế xã hội. Cụ thể là nhóm dưới 30 tuổi đánh giá khía cạnh này của các chủ DNTN ở mức trung bình (ĐTB = 2,89), trong khi các nhóm ở độ tuổi lớn hơn chỉ đánh giá biểu hiện này ở mức trung bình yếu (2,78 ở độ tuổi từ 30 đến 44 và 2,69 ở độ tuổi trên 45 với $p < 0,05$, $F = 3,60$). Nhóm khách thể là công chức, viên chức đánh giá cao hơn những người làm các nghề khác, đặc biệt so với nhóm học sinh, sinh viên về hiện trạng tài sản và thu nhập của các chủ DNTN. Sự khác biệt giữa hai nhóm công chức và sinh viên thể hiện qua ĐTB mà họ đạt được tương ứng là 3,36 và 2,99 ($p < 0,05$, $F = 2,50$).

Bảng 3: Những khác biệt trong đánh giá của người dân về vị thế xã hội của các chủ DNTN theo các tiêu chí nhân khẩu

Các tiêu chí	Giới (T - test)	Học vấn	Tuổi (F - test)	Thu nhập	Nghề (F - test)	Nơi làm (F - test)
Các biểu hiện vị thế xã hội						
1. Đóng góp cho phát triển KT - XH						4.07**
2. Uy tín - sự kính trọng	.92*					3.86**
3. Tài sản - thu nhập					2.50*	3.46**
4. Ảnh hưởng xã hội			3.60*			

Ghi chú: Trên bảng chỉ hiển thị những giá trị khác biệt có ý nghĩa

*: $p < 0,05$; **: $p < 0,01$

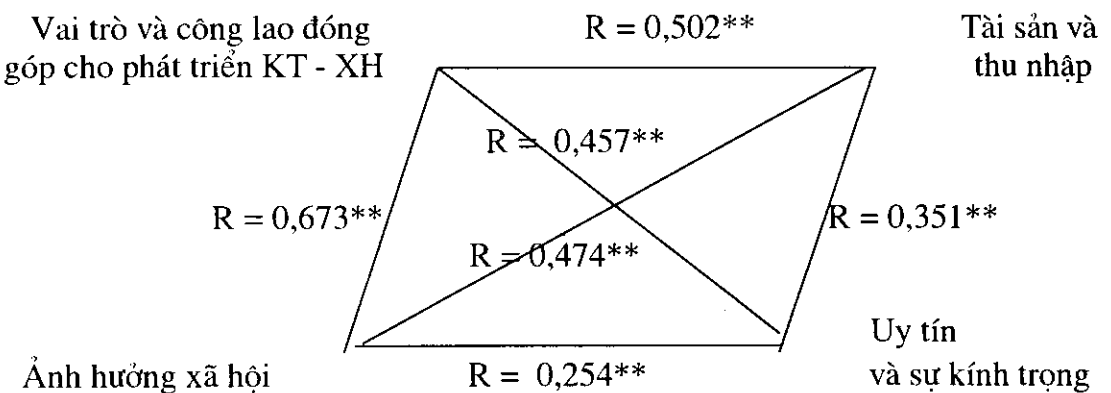
Khi phân tích F - test chúng tôi cũng tìm thấy có sự khác biệt trong đánh giá về một số khía cạnh biểu hiện cho vị thế xã hội của các chủ DNTN ở những khách thể làm việc trong các khu vực kinh tế khác nhau. Chẳng hạn, những người làm việc trong khu vực kinh tế tư nhân có cách nhìn tích cực hơn những người làm

việc ở các nơi khác, đặc biệt là những người làm việc trong khu vực kinh tế tập thể về vị thế xã hội của chủ DNTN. Họ là những người cho đánh giá cao nhất về các khía cạnh biểu hiện vị thế xã hội như vai trò và công lao đóng góp đối với phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, uy tín và sự kính trọng, hiện trạng tài sản và thu nhập với các ĐTB tương ứng lần lượt là 3,88 so với 3,50 ($p < 0,05$, $F = 4,07$); 3,94 so với 3,63 ($p < 0,05$, $F = 3,86$); 3,33 so với 2,92 ($p < 0,01$, $F = 3,46$). Sự khác biệt này theo chúng tôi có lẽ bắt nguồn từ sự gần gũi về không gian, do có điều kiện tiếp xúc trực tiếp nhiều hơn, hiểu rõ hơn những việc làm của các chủ DNTN mà những người làm việc trong khu vực tư nhân này có những cảm xúc tích cực và thiện cảm hơn, dẫn đến việc họ đánh giá cao hơn những người làm việc ở các nơi khác về một số biểu hiện vị thế xã hội của các chủ DNTN.

3.3. Môi tương quan giữa các đánh giá

Kết quả phân tích tương quan trình bày trong sơ đồ 1 chỉ ra rằng, các biểu hiện vị thế xã hội của chủ DNTN thể hiện trong tất cả 4 nhóm mệnh đề có mối liên hệ thuận với nhau ở mức độ có ý nghĩa về mặt thống kê. Chẳng hạn, vai trò và công lao đóng góp cho xã hội có mối liên hệ thuận khá chặt chẽ với uy tín và sự kính trọng ($R = 0,673$, $p < 0,001$), với ảnh hưởng xã hội ($R = 0,457$, $p < 0,01$), với tài sản và thu nhập ($R = 0,502$, $p < 0,01$). Điều này có nghĩa là, những khách thể tham gia nghiên cứu đánh giá cao biểu hiện vị thế xã hội trên bình diện vai trò và công lao đóng góp cho phát triển kinh tế - xã hội thì cũng đồng thời là những người đánh giá cao uy tín và sự kính trọng, quyền lực và ảnh hưởng xã hội, cũng như tài sản và thu nhập của các chủ DNTN. Và ngược lại, những người đánh giá thấp biểu hiện vị thế xã hội này của các chủ DNTN thì cũng đồng thời đánh giá thấp tất cả các biểu hiện khác về vị thế xã hội của họ.

Sơ đồ 1: Tương quan giữa các biểu hiện vị thế xã hội của các chủ DNTN



Ghi chú: **: $p < 0,01$

Tóm lại, qua các số liệu khảo sát thực tiễn trình bày ở trên có thể thấy rằng, vị thế xã hội của các chủ DNTN nhìn chung chưa được người dân Hà Nội đánh giá cao, mới chỉ ở mức trung bình. Những khía cạnh biểu hiện vị thế xã hội được đánh giá tích cực hơn là uy tín và sự kính trọng, vai trò và công lao đóng góp cho phát triển kinh tế - xã hội. Các khía cạnh khác biểu hiện cho vị thế xã hội như hiện trạng tài sản và thu nhập, ảnh hưởng xã hội được nhìn nhận ở mức thấp hơn rất nhiều. Điều này cho thấy, những đóng góp thiết thực của các chủ DNTN cho xã hội đã và đang được ghi nhận và cùng với nó là sự kính trọng nhất định của xã hội dành cho họ. Theo kết quả khảo sát của chúng tôi, tuy đánh giá của người dân về một số khía cạnh biểu hiện cho vị thế xã hội của các chủ DNTN chưa cao như mong muốn, song cũng đã phần nào phản ánh được những thay đổi lớn lao trong nhận thức của người dân theo chiều hướng tích cực về các chủ DNTN. Mặt khác, còn thể hiện sự công nhận những đóng góp to lớn của khu vực kinh tế tư nhân đối với xã hội mà các chủ DNTN là những đại diện tiêu biểu. Chúng ta cũng biết rằng, ở nước ta có thời kỳ đã từng tồn tại tư tưởng kỳ thị kinh doanh tư nhân. Nghề kinh doanh đã từng bị xếp vào bậc chót trong thang bậc giá trị xã hội: "Sĩ, Nông, Công, Thương". Ngày nay, cùng với tiến trình "đổi mới" kinh tế - xã hội của đất nước, cơ cấu nghề nghiệp đã phát triển phong phú, đa dạng lên rất nhiều và kéo theo những thay đổi lớn lao trong nhận thức của người dân về thang bậc tôn vinh nghề nghiệp của xã hội. (Ví dụ, trong nghiên cứu "*Nhìn nhận của xã hội với thị trường và kinh*

doanh", vị trí của thương nhân đã được nâng lên thứ nhất ⁽²⁾ và đứng trên sĩ, nông, công). Tuy vậy, quan niệm về giá trị nghề nghiệp như trên đây không phải đã bị gạt bỏ hoàn toàn trong nhận thức cũng như trong ứng xử của người dân. Cho đến nay trong xã hội vẫn còn đang tồn tại một thực trạng: một bộ phận không nhỏ dân cư có nhận thức chung rằng, những người làm việc trong các DNTN có địa vị xã hội thấp hơn các cán bộ Nhà nước; các sinh viên có năng lực thường xin vào làm việc cho các doanh nghiệp Nhà nước hoặc các chi nhánh công ty nước ngoài; làm việc trong khu vực kinh tế tư nhân thường là sự lựa chọn cuối cùng của đại bộ phận người lao động. Hơn nữa, người ta cũng cho rằng một phần của kết quả kinh doanh tư nhân có nguồn gốc từ các hoạt động bất hợp pháp. Thậm chí những cách suy nghĩ như trên còn tồn tại ở một bộ phận không nhỏ cán bộ của các cơ quan công quyền, và theo chúng tôi, đây chính là những nguyên nhân chủ yếu tạo ra khoảng cách giữa quan điểm, chính sách của Đảng, Nhà nước về kinh doanh tư nhân với việc thực thi các chính sách đó trong thực tiễn. Và cũng có thể coi đây là một lời giải thích cho những hành vi thích "hành doanh nghiệp" của không ít các cơ quan quản lý Nhà nước. Trong phỏng vấn sâu của chúng tôi, hầu hết những cán bộ làm việc ở các cơ quan (trực tiếp hoặc gián tiếp) quản lý hoạt động kinh doanh tư nhân đều thừa nhận rằng, trong suy nghĩ cũng như trong ứng xử của họ vẫn còn chỗ khá rộng cho phân biệt đối xử với khu vực DNTN. Có lẽ do vẫn còn tồn tại những cách nhận

(Xem tiếp trang 35)

trung biến rất kêu “Viện TLH châu Âu”, sau 2 năm học được cấp bằng “quốc tế”? Các trung tâm tư vấn tâm lý thì mọc lên như nấm. Có người mới học hàm thụ TLH năm thứ nhất đã mở phòng chẩn trị tâm lý! Có hiệu massage ế hàng liền chuyển thành “Trung tâm thư giãn và tư vấn tâm lý”, thế là đắt hàng! Có người nói thẳng rằng, một số người khi đã nổi tiếng thường làm việc tùy tiện, chẳng theo quy định nào, một mình một vương quốc riêng, tạo ra quanh mình một thế giới bí ẩn, dường như không ai có quyền đụng đến... Chính đó là mầm mống của tai họa!

Dư luận chung đòi hỏi các nhà TLH phải làm trong sạch đội ngũ của mình, phải lấy lại lòng tin của xã hội chứ không phải tranh cãi triền miên và đổ lỗi cho nhau. Nhiều ý kiến đề xuất:

- Phải xây dựng các quy định, chuẩn mực và thành luật về hoạt động của các loại phòng chẩn trị, trung tâm tư vấn tâm sinh lý, tâm thân...

- Phải rà soát lại, đánh giá tất cả các trung tâm, phòng khám hiện có;

- Các phòng khám, các trung tâm... phải treo giấy phép, bằng tốt nghiệp của người hành nghề; phải làm việc theo nhóm, ghi rõ cơ quan quản lý cấp trên...

- Hội đồng chuyên môn của Hội TLH cần tước bằng hành nghề của S. Andrzej. Chỉ những người được Hội đồng chuyên môn xét, cấp bằng mới được hành nghề; bằng hành nghề chỉ nên có giá trị 5 năm lại phải kiểm tra cấp lại...

- Phải xây dựng quy chế kiểm sát, đánh giá để bảo vệ những người

hành nghề chân chính và ngăn chặn, loại bỏ những kẻ làm bậy...

- Trước mắt Hội TLH cần mở ngay một văn phòng giúp đỡ các nạn nhân của vụ S. Andrzej. Các nạn nhân cần được tư vấn miễn phí, tiếp xúc trực tiếp hoặc gián tiếp với văn phòng này để giải tỏa những ẩn ức, mặc cảm bấy lâu nay. Kể cả cô con gái của S. Andrzej cũng cần được quan tâm giúp đỡ.

Hội TLH Ba Lan đang cố gắng tập hợp các lực lượng tích cực, làm trong sạch đội ngũ của mình để lấy lại lòng tin của nhân dân. Hơn ai hết các nhà TLH hiểu rằng xây dựng lại lòng tin đã bị đổ vỡ sẽ khó khăn như thế nào!

Có lẽ chẳng cần phải nói gì thêm. Những thông tin trên đủ cảnh báo cho chúng ta nhiều điều. ♣

Warszawa tháng 8 - 2004.

ĐÁNH GIÁ CỦA NGƯỜI DÂN...

(Tiếp theo trang 17)

thức như trên ở người dân mà vị thế xã hội của các chủ DNTN ở nước ta chưa được đánh giá cao như đồng nghiệp của họ ở các nước khác trong khu vực và trên thế giới. ♣

Chú thích

1. 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”. Hà Nội, 1/2004, trang 31 - 33.

2. Đào Xuân Sâm. *Nhìn nhận của xã hội với thị trường và kinh doanh*. NXB Thống kê, Hà Nội, 2000, trang 15.