

# NHÌN NHẬN CỦA NGƯỜI DÂN VỀ ĐẠO ĐỨC KINH DOANH CỦA CÁC CHỦ DOANH NGHIỆP TƯ NHÂN

Nguyễn Thị Lan  
Viện Tâm lý học.

## 1. Đặt vấn đề

Cùng với quá trình đổi mới kinh tế - xã hội của đất nước, các chủ doanh nghiệp tư nhân (DNTN) 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, góp phần ổn định xã hội, thúc đẩy quá trình công nghiệp hoá và hiện đại hoá đất nước. Với ý nghĩa như vậy, vấn đề đạo đức kinh doanh (ĐĐKD) của các chủ DNTN không chỉ có tầm quan trọng đối với riêng cá nhân họ, mà còn liên quan trực tiếp đến lợi ích của cộng đồng, đến thành quả phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Vấn đề ĐĐKD của các chủ DNTN ở nước ta cũng đã được bàn đến trong những năm gần đây, nhưng nội hàm của khái niệm này vẫn chưa có sự thống nhất trong giới học thuật cũng như trong các cơ quan quản lý xã hội. Từ góc độ tâm lý học, các nhà nghiên cứu cho rằng, ĐĐKD là những phẩm chất tâm lý, là nội dung quan trọng (bên cạnh năng lực kinh doanh) cấu thành nhân cách của những người làm nghề kinh doanh. Vì vậy, để nối tiếp bài “Đánh giá của người dân về năng lực kinh doanh của các chủ doanh nghiệp tư nhân” đăng trên tạp chí Tâm lý học số 6/20005, trong bài viết này, chúng tôi giới thiệu tiếp những kết quả khảo sát thực tiễn liên quan đến cảm nhận của người dân Hà Nội về ĐĐKD của các chủ DNTN<sup>(1)</sup>.

## 2. Kết quả nghiên cứu

Chúng tôi đã xây dựng thang đo đánh giá của người dân Hà Nội về ĐĐKD của các chủ DNTN trong giai đoạn phát triển kinh tế hiện nay ở nước ta: Thang đo này gồm 34 mệnh đề hướng vào việc tìm hiểu 4 khía cạnh khác nhau của ĐĐKD (xem bảng 1). Đó là nghĩa vụ và trách nhiệm của các chủ DNTN: a) Đối với xã hội; b) Đối với bạn hàng và người tiêu dùng; c) Đối với

người lao động trong doanh nghiệp, cuối cùng là những biểu hiện ĐĐKD của các chủ DNTN trong quan hệ với bản thân. Dưới đây là kết quả thu được từ khảo sát thực tiễn:

**Bảng 1: Đánh giá của người dân về đạo đức kinh doanh của các chủ DNTN**

	<b>Các nhận định</b>	<b>ĐTB</b>	<b>ĐLC</b>
	<b>Nhóm 1. Trách nhiệm và nghĩa vụ đối với xã hội</b>	2,73	0,55
1	Phần lớn chủ DNTN hiểu rõ trách nhiệm và nghĩa vụ của mình đối với xã hội.	3,16	0,94
2	Phần lớn chủ DNTN tuân thủ chính sách, quy định về hoạt động kinh doanh.	3,01	0,85
3	Phần lớn chủ DNTN có ý thức và tinh thần cộng đồng.	3,03	0,87
4	Phần lớn chủ DNTN biết kết hợp hài hoà lợi ích của doanh nghiệp và lợi ích riêng trong tổng thể lợi ích của toàn xã hội.	2,95	0,95
5	Phần lớn chủ DNTN tự giác nộp đầy đủ các loại thuế theo quy định.	2,70	1,02
6*	Lợi dụng kẽ hở chính sách để kinh doanh là thói quen của phần lớn chủ DNTN.	2,42	1,07
7*	Phần lớn chủ DNTN đăng ký kinh doanh một đằng, làm một nẻo.	3,09	0,96
8*	Phần lớn chủ DNTN luôn tìm mọi kẽ hở của chính sách để gian lận thuế.	2,58	1,06
9*	Phần lớn chủ DNTN luôn tìm mọi cách để giảm đóng thuế theo quy định.	2,22	0,94
10*	Phần lớn chủ DNTN luôn tìm cách để giảm các khoản đóng góp cho xã hội.	2,56	0,99
11*	Phần lớn chủ DNTN chưa quan tâm đến vấn đề bảo vệ môi trường.	2,38	1,02
12*	Chỉ quan tâm đến lợi nhuận nên phần lớn chủ DNTN luôn tìm cách trốn tránh trách nhiệm với cộng đồng xã hội nếu có cơ hội.	2,67	1,01
	<b>Nhóm 2. Trách nhiệm và nghĩa vụ đối với bạn hàng và người tiêu dùng</b>	3,24	0,58
1	Phần lớn chủ DNTN giữ "chữ tín" trong quan hệ với bạn hàng, người tiêu dùng.	3,49	0,94
2	Nâng cao chất lượng và giảm giá thành sản phẩm luôn là mục tiêu phấn đấu của phần lớn chủ DNTN.	3,70	0,96
3	Phần lớn chủ DNTN định giá sản phẩm đúng với chất lượng.	3,10	0,99
4	Phần lớn chủ DNTN quảng cáo sản phẩm đúng với chất lượng.	2,83	0,93
5	Phần lớn chủ DNTN có tinh thần hợp tác và tương trợ lẫn nhau giữa	2,79	0,90

	những người cùng ngành nghề.		
6	Phần lớn chủ DNTN có ý thức trách nhiệm với các hợp đồng kinh doanh.	3,53	0,92
	<b>Nhóm 3. Trách nhiệm đối với người lao động trong doanh nghiệp</b>	2,92	0,59
1	Phần lớn chủ DNTN chấp hành tốt luật lao động trong doanh nghiệp.	2,82	0,95
2	Phần lớn chủ DNTN quan tâm giáo dục người lao động trong doanh nghiệp hiểu rõ quyền lợi và nghĩa vụ của mình.	2,99	1,05
3	Phần lớn chủ DNTN có tinh thần tương thân, tương ái trong quan hệ "chủ - thợ".	2,99	0,89
4	Phần lớn chủ DNTN quan tâm, chăm sóc đời sống vật chất và tinh thần cho người lao động trong doanh nghiệp.	2,93	0,96
5	Phần lớn chủ DNTN trả lương người lao động tương xứng công sức họ bỏ ra.	3,03	1,00
6	Phần lớn chủ DNTN tôn trọng và tin tưởng ở cộng sự và người lao động.	3,30	0,89
7	Phần lớn chủ DNTN quan tâm đến vấn đề bảo hộ lao động cho công nhân.	2,73	0,91
8	Phần lớn chủ DNTN quan tâm đến chế độ bảo hiểm xã hội cho người lao động.	2,73	0,95
9	Người lao động trong DNTN được tạo điều kiện phát triển tối đa năng lực chuyên môn.	3,29	0,95
10*	Người lao động trong nhiều DNTN còn bị lạm dụng trí tuệ và sức lao động.	2,43	0,94
	<b>Nhóm 4. Trách nhiệm đối với bản thân</b>	3,62	0,62
1	Phần lớn chủ DNTN là người cần cù, siêng năng, chăm chỉ lao động.	3,68	0,90
2	Phần lớn chủ DNTN có tâm huyết với nghề.	3,75	0,87
3	Phần lớn chủ DNTN biết tiết kiệm, không lãng phí, xa hoa.	3,67	0,98
4	Phần lớn chủ DNTN biết tôn trọng bản thân mình.	3,79	0,88
5	Phần lớn chủ DNTN có ý thức về đạo đức nghề nghiệp.	3,16	0,86
6	Phần lớn chủ DNTN có ý thức học hỏi, nâng cao trình độ nghề nghiệp.	3,72	0,87

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

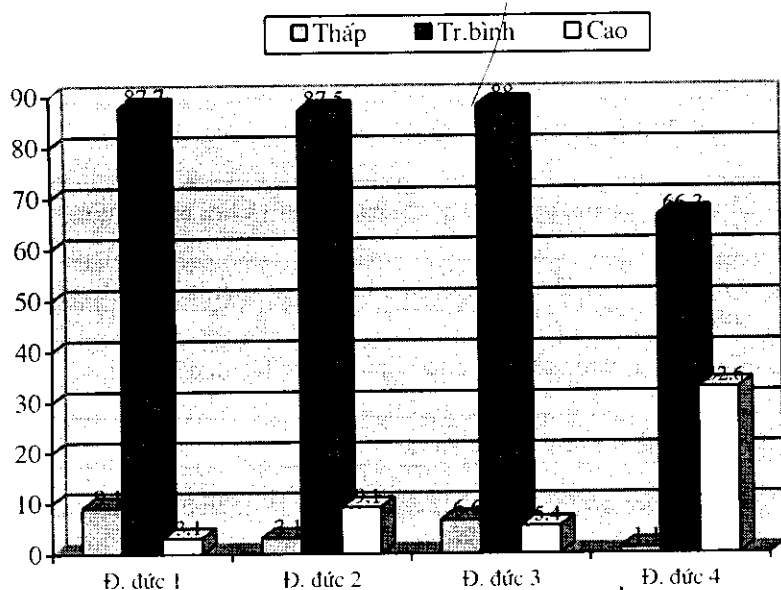
#### **a) Những đánh giá chung**

Các số liệu trình bày ở bảng 1 cho thấy, điểm trung bình (ĐTB) trong các đánh giá về ĐĐKD của các chủ DNTN thể hiện các khía cạnh nêu trên lần

lượt là: 2,73; 3,24; 2,92 và 3,62. ĐTB của nhóm 1 thuộc mức trung bình yếu, ĐTB của các nhóm 2 và 3 đạt mức trung bình, duy nhất có ĐTB của nhóm 4 đạt mức trung bình khá, nhưng cũng còn cách khá xa ngưỡng dưới của mức cao<sup>(2)</sup>. Kết quả đánh giá này còn được thể hiện rõ ở sự phân bố khách thể theo mức điểm trung bình mà họ đạt được trong đánh giá các khía cạnh khác nhau về ĐĐKD của các chủ DNTN (biểu đồ 1).

Các số liệu này nói lên rằng, ĐĐKD của các chủ DNTN chưa được xã hội đánh giá cao. Đây thực sự là một hồi chuông cảnh báo về vấn đề vi phạm đạo đức kinh doanh trong giai đoạn phát triển kinh tế - xã hội hiện nay ở nước ta.

**Biểu đồ 1:** Tỷ lệ % số khách thể đánh giá đạo đức kinh doanh của chủ doanh nghiệp tư nhân theo các mức độ khác nhau



*Chú thích:*

- Đ. đức 1: Trách nhiệm và nghĩa vụ đối với xã hội.
- Đ. đức 2: Trách nhiệm và nghĩa vụ đối với bạn.
- Đ. đức 3: Trách nhiệm đối với người lao động trong doanh nghiệp.
- Đ. đức 4: Trách nhiệm đối với bản thân.

Quan sát *bảng 1* một cách chi tiết hơn có thể thấy rằng, những biểu hiện ĐĐKD được những người tham gia nghiên cứu đánh giá tích cực hơn cả đều gắn bó chặt chẽ với những phẩm chất đạo đức thuộc phạm vi cá nhân các chủ

DNTN. Nhìn chung, người dân tương đối thống nhất nhìn nhận giới chủ DNTN là những người biết tôn trọng bản thân mình (ĐTB = 3,79), có tâm huyết với nghề (ĐTB = 3,75), có ý thức học hỏi nâng cao trình độ nghề nghiệp (ĐTB = 3,72), cần cù, siêng năng, chăm chỉ lao động (ĐTB = 3,68), biết tiết kiệm, không lãng phí xa hoa (ĐTB = 3,67). Những đánh giá cụ thể này cho thấy rằng, hầu hết những phẩm chất cá nhân tốt đẹp nhất của người lao động nói chung cần phải có để tồn tại và phát triển trong một xã hội văn minh, hiện đại đều được người dân đánh giá cao và quy gán cho người chủ DNTN. Bên cạnh đó, hầu hết những biểu hiện ĐĐKD của các chủ DNTN liên quan đến việc nộp thuế cho Nhà nước, đóng góp cho xã hội, bảo vệ môi trường (thuộc khía cạnh trách nhiệm và nghĩa vụ đối với xã hội), chấp hành luật lao động, an toàn lao động, chế độ bảo hiểm xã hội, sử dụng trí tuệ và sức lực của người lao động (thuộc khía cạnh trách nhiệm đối với người lao động trong doanh nghiệp) chỉ được nhìn nhận ở mức thấp hơn rất nhiều. Các số liệu thu được đồng thời cũng cho thấy ý thức trách nhiệm của nhiều chủ DNTN đối với xã hội còn khá thấp. Điều này cho thấy rằng, tuy các chủ DNTN có nhiều đóng góp trong giai đoạn phát triển kinh tế - xã hội hiện nay, đặc biệt trong việc góp phần tạo nguồn thu cho ngân sách nhà nước và tạo việc làm cho xã hội, nhưng không phải vì thế mà người dân xoá nhoà, san bằng tất cả cái tích cực và tiêu cực, cái tốt và cái xấu trong hoạt động kinh doanh của các chủ DNTN. Trái lại, càng kỳ vọng bao nhiêu ở sự đóng góp của các chủ DNTN đối với cộng đồng, với xã hội, người dân càng có xu hướng nhìn nhận khắt khe hơn, yêu cầu cao hơn đối với họ. Đây là những điều cần chú ý khi tìm kiếm những giải pháp giáo dục và xây dựng chế tài nhằm nâng cao ĐĐKD trong giai đoạn hiện nay.

### *b) Những khác biệt trong đánh giá*

Chúng ta biết rằng, việc đánh giá con người bị ảnh hưởng trước hết bởi những đặc điểm của đối tượng được đánh giá. Tuy nhiên, người đánh giá cũng mang theo cả tính chủ quan của mình vào những nhận xét, đánh giá đó. Các số liệu trình bày trong bảng 2 cho thấy, không có sự khác biệt trong đánh giá ĐĐKD của chủ DNTN giữa các khách thể ở các độ tuổi khác nhau, có mức thu nhập khác nhau, giữa nam giới và nữ giới, nhưng có sự khác biệt có ý nghĩa về mặt thống kê (với  $p < 0,05$ ) giữa những người có trình độ học vấn khác nhau, làm ở những nơi khác nhau và những nghề khác nhau. Chẳng hạn, so với những người có trình độ học vấn cao hơn, những khách thể có trình độ học vấn phổ thông có đánh giá thấp nhất về khía cạnh ĐĐKD trong quan hệ với bản thân của các chủ DNTN (ĐTB là 3,50 so với 3,86,  $p < 0,01$ ,  $F = 6,70$ ). Có thể do những người có trình độ học vấn thấp ít để ý đến biểu hiện đạo đức này của các chủ DNTN, hoặc do họ có cái nhìn khác hơn đối với những biểu hiện đạo đức này mà dẫn đến việc đánh giá khắt khe hơn so với các nhóm khách thể khác.

Sự khác biệt trong đánh giá còn được thể hiện ở người đánh giá thuộc các nhóm nghề khác nhau. Chẳng hạn, nhóm khách thể làm nghề kinh doanh cho đánh giá cao hơn những người làm các ngành nghề khác, đặc biệt so với nhóm công chức về một số khía cạnh biểu hiện ĐĐKD của các chủ DNTN. Sự khác biệt giữa hai nhóm nghề nghiệp này thể hiện qua ĐTB mà họ đạt được như sau: 3,13 so với 2,85 ( $p < 0,01$ ,  $F = 3,30$ ) ở khía cạnh trách nhiệm đối với người lao động trong doanh nghiệp; 3,81 so với 3,45 ( $p < 0,001$ ,  $F = 5,31$ ) ở khía cạnh trách nhiệm với bản thân. Phải chăng, những người làm nghề kinh doanh bày tỏ sự cảm thông và sẻ chia sâu sắc hơn đối với những người có nghề nghiệp gần tương đồng với mình và cũng có thể do họ coi các biểu hiện ĐĐKD này là điều tất yếu cần phải có để thực hiện thành công hoạt động nghề nghiệp. Do vậy, họ đánh giá những biểu hiện đạo đức này tích cực hơn so với những người làm các nghề khác.

**Bảng 2:** Những khác biệt trong đánh giá ĐĐKD theo các tiêu chí nhân khẩu

Các tiêu chí	Giới	Học vấn (F - test)	Tuổi	Thu nhập	Nghề (F -test)	Nơi làm (F - test)
1. Trách nhiệm đối với xã hội						3,12*
2. Trách nhiệm với bạn hàng và người tiêu dùng						2,37*
3. Trách nhiệm với người lao động trong DN					3,30**	5,14***
4. Trách nhiệm với bản thân		6,70**			5,31***	3,79**

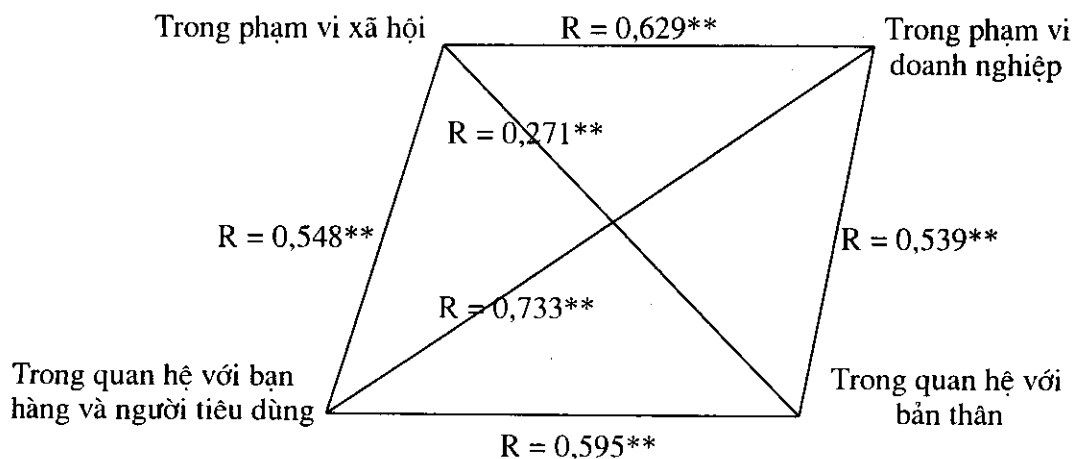
*Ghi chú:* \*:  $p < 0,05$  ; \*\*:  $p < 0,01$  ; \*\*\*:  $p < 0,001$

Những người làm việc ở những khu vực kinh tế khác nhau cũng có khác biệt trong đánh giá. Qua phân tích F - test chúng tôi phát hiện thấy nhóm khách thể làm việc ở khu vực kinh tế tư nhân cho những đánh giá dương tính hơn so với những nhóm khách thể làm việc ở các khu vực khác, đặc biệt là so với những người làm việc trong khu vực nhà nước về tất cả các khía cạnh biểu hiện ĐĐKD của các chủ DNTN. Sự khác biệt này giữa hai nhóm tư nhân và nhà nước thể hiện qua ĐTB mà họ đạt được như sau: 2,88 so với 2,65 ( $p < 0,05$ ,  $F = 3,12$ ) ở khía cạnh trách nhiệm và nghĩa vụ đối với xã hội; 3,39 so với 3,17 ( $p < 0,05$ ,  $F = 2,37$ ) ở khía cạnh trách nhiệm đối với bạn hàng và người tiêu dùng; 3,14 so với 2,81 ( $p < 0,001$ ,  $F = 5,14$ ) ở khía cạnh trách nhiệm đối với người lao động trong doanh nghiệp; 3,82 so với 3,54 ( $p < 0,01$ ,  $F = 3,79$ ) ở khía cạnh trách nhiệm đối với bản thân. Điều này có thể lý giải là do những người làm việc trong khu vực kinh tế tư nhân thường có điều kiện tiếp xúc trực tiếp nhiều hơn, hiểu biết rõ hơn về nhân thân cũng như hoạt động kinh doanh của các chủ DNTN, vì vậy họ đánh giá tích cực hơn về ĐĐKD của các chủ DNTN là điều tất yếu và hoàn toàn hợp logic.

### c) Tương quan giữa các đánh giá

Phân tích tương quan giữa các đánh giá về biểu hiện ĐĐKD của các chủ DNTN cho thấy rằng, giữa các đánh giá về ĐĐKD có mối liên hệ chặt chẽ với nhau theo quy luật tỷ lệ thuận. Điều này có nghĩa là những người đánh giá cao về ĐĐKD của các chủ DNTN trên phạm vi xã hội cũng luôn là những người đánh giá cao các biểu hiện ĐĐKD khác và ngược lại.

Sơ đồ 1: Tương quan giữa các đánh giá về ĐĐKD của các chủ DNTN



Ghi chú: \*\*:  $p < 0,01$

### 3. Kết luận

Từ các đánh giá của người dân về ĐĐKD của các chủ DNTN, có thể đưa ra câu hỏi: tại sao người dân lại nhìn nhận những biểu hiện ĐĐKD của các chủ DNTN trên bình diện cá nhân khá tích cực, trong khi những biểu hiện liên quan đến xã hội lại có xu hướng tiêu cực hơn rất nhiều? Phải chăng là trong hoạt động kinh doanh tư nhân hiện nay có tồn tại vấn đề mâu thuẫn giữa lợi ích cá nhân của các chủ DNTN và lợi ích của xã hội? Để giải đáp cho câu hỏi này, cần phải có những công trình nghiên cứu toàn diện hơn. Song cũng có thể coi đánh giá của người dân như một hồi chuông cảnh báo về vấn đề vi phạm ĐĐKD của các chủ DNTN trong giai đoạn phát triển kinh tế - xã hội hiện nay ở nước ta. Bên cạnh đó, chúng ta cũng phải nhận thấy rằng, trong những quy định, chế tài của Nhà nước còn quá nhiều kẽ hở, nhiều điểm chưa phù hợp, dẫn đến nhiều chủ doanh nghiệp có thể lách luật, lợi dụng kẽ hở của luật pháp để tiến hành hoạt động kinh doanh phi pháp. Chính vì vậy, cho dù chúng ta có cố gắng biện minh rằng, những hành vi vi phạm pháp luật chỉ tồn tại trong một số

rất ít các chủ DNTN thì điều này cũng gây ảnh hưởng tiêu cực không chỉ đến hình ảnh chung của giới chủ DNTN trong con mắt của người dân mà còn gây thiệt hại không nhỏ cho nền kinh tế chung của đất nước.

### **Chú thích**

(1) Số liệu trong bài viết này được rút ra từ đề tài cấp bộ: “Đánh giá của người dân về vị thế và nhân cách lớp chủ DNTN hiện nay ở Hà nội” do Ths. Nguyễn Thị Lan làm chủ nhiệm, Viện Tâm lý học chủ trì, Hà nội, 1/2004

(2) Về phương pháp và mẫu điều tra của nghiên cứu này chúng tôi đã mô tả trong bài “Đánh giá của người dân Hà Nội về vị thế xã hội của các chủ doanh nghiệp tư nhân”, đăng trên tạp chí Tâm lý học số 1/2005, vì vậy bài viết này chỉ là phần giới thiệu tiếp tục những kết quả nghiên cứu thực tiễn về chủ đề nói trên.