

Trao đổi ý kiến về tầng lớp những nhà doanh nghiệp

LÊ TIÊU LA

Từ sau Đại hội Đảng VI, sự thể nghiệm tiến hành cải cách kinh tế thị trường theo hướng xã hội chủ nghĩa, sự hình thành và phát triển hình thức kinh tế mới ở nước ta đã mang đến sự thay đổi đáng kể trong cơ cấu xã hội và sự hình thành những giai tầng mới. Một trong những yếu tố quan trọng của cơ cấu xã hội được hình thành là tầng lớp doanh nghiệp. Tất cả những hiện tượng mới này cần được phân tích một cách khoa học về mọi mặt và trước hết là khía cạnh Xã hội học.

Trong thời kỳ quá độ tới kinh tế thị trường theo định hướng Xã hội chủ nghĩa, những nhà doanh nghiệp là một trong những nhân vật then chốt của quá trình đổi mới. Họ là những người tích cực nắm chắc môi trường truyền thống và môi trường mới của sự hoạt động, là những người chủ đối với hình thức sở hữu mới, và những người cách tân theo phương pháp hoạt động. Trong cuốn *"Hoạt động kinh doanh hoặc làm thế nào tiến hành công việc riêng và đạt được kết quả"* R.Xazrich, M.Piters đã khẳng định : Vai trò của hoạt động kinh doanh trong sự phát triển kinh tế đất nước không chỉ biểu hiện ở sự tăng cường thu nhập sản phẩm mà còn biểu hiện ở chỗ hoạt động kinh doanh như là một bộ máy đa dạng ngày đêm khởi động, như là người điều tiết sự thay đổi cơ cấu trong kinh tế xã hội. Sự thay đổi đó như là chất xúc tác của sự phát triển kinh tế khi nó tạo điều kiện phát triển toàn bộ sản xuất. Hoạt động kinh doanh và kinh tế thị trường có quan hệ phụ thuộc lẫn nhau. Nếu kinh tế thị trường là kinh tế của hoạt động kinh doanh tự do, là môi trường kinh doanh tốt nhất, thuận lợi nhất, thì hoạt động kinh doanh - là nét đặc trưng nhất, bản chất của quan hệ thị trường. Như thế quá độ tới kinh tế thị trường không thể đạt được nếu thiếu sự phát triển của hoạt động kinh doanh trong những hình thức loại thể phong phú của nó.

Khi thành lập những liên hiệp, hội đoàn và sau này những liên kết chính trị, những nhà doanh nghiệp ở các nước nằm trong các nước Xã hội chủ nghĩa trước đây, đã trở thành nhân tố quan trọng của sự hình thành xã hội công nhân, của sự ổn định kinh tế chính trị. Cho nên, nghiên cứu sự hình thành hoạt động kinh doanh như là thiết chế xã hội và những nhà doanh nghiệp như là nhóm xã hội mới trong cơ cấu xã hội hiện đại là nhiệm vụ cực kỳ quan trọng theo quan điểm lý luận cũng như thực tiễn.

Thực tiễn đã chứng minh rằng, hoạt động kinh doanh trong nhân tố quan trọng của hiệu quả kinh tế của các công ty xí nghiệp và của cả đất nước. Bởi vậy, không có sự thành lập của các công ty xí nghiệp mới, không có sự đầu tư bảo đảm, không có dòng thác của sự đổi mới thì không có khả năng bùng nổ xã hội công nghệ cũng như kinh doanh.

Rất dễ dàng theo dõi mối liên hệ có tính nguyên tắc của hoạt động kinh doanh với tất cả những điều kiện của sự thành đạt. Sự tăng cường tính cách tân là nét chung đối với đất nước công nghiệp cho khuynh hướng tiến hóa của trình độ sản xuất. Điều đó nâng cao vai trò giá trị kinh doanh của hành vi xã hội và kinh tế. Hơn nữa, sự tiếp nhận cái mới của sự phát triển, hoàn toàn không có khả năng trong những điều kiện kìm hãm sự sáng tạo kinh tế tự do và cạnh tranh kinh tế tự do.

Khó tìm thấy một môi trường phong phú, phức tạp của sự hoạt động như là kinh doanh. Trong kinh tế thị trường, hoạt động kinh doanh được hiện thực hóa trên đường giao nhau của kinh tế, chính trị, kỹ thuật, tâm lý, đạo đức, luật học. Cho nên, khi nghiên cứu về lĩnh vực này cần thiết xem xét những nguyên nhân lịch sử, những quan niệm được thay đổi theo thời gian đối với nhà doanh nghiệp và đối với tính chất hoạt động của kinh tế thị trường theo sự tương phản với kinh tế tập trung, bao cấp.

Tầng lớp doanh nghiệp về số lượng là thiếu số so với các tầng lớp xã hội khác. Song ảnh hưởng kinh tế xã hội của tầng lớp xã hội này cao hơn rất nhiều so với con số danh nghĩa của nó. Tính quy luật này được đặc biệt thể hiện rõ trong giai đoạn đẩy mạnh sự phát triển kinh tế trong giai đoạn của sự thay đổi cơ cấu trong hệ thống cơ sở kinh tế chính trị xã hội của xã hội.

Qui luật này được thể hiện cụ thể như sau :

- Mặc dù nhóm kinh doanh là nhóm thiếu số trong cơ cấu xã hội của bất cứ xã hội nào nhưng là một trong những nhóm đảm bảo tiến bộ hiện thực của xã hội hơn so với nhóm xã hội khác trong sức mạnh của tính tích cực, tiếp nhận cái mới và tính sáng tạo hướng tới hiện thực hóa công việc của mình.

Nhà doanh nghiệp - là một trong những người hoạt động năng nổ trong xã hội. Họ bao gồm "yếu tố tích cực có tính xã hội của xã hội" như nhà Xã hội học nổi tiếng của Nga Prigozin gọi. Nhà doanh nghiệp theo chúng tôi là những người có khả năng không chỉ tiếp nhận tư tưởng mới mà còn thể hiện tư tưởng này trong hoạt động thực tiễn cá nhân.

Sự cách tân - đó là một trong những đặc điểm của những nhà doanh nghiệp. Chúng tôi hoàn toàn đồng ý với nhà Xã hội học Mỹ N.Truchi xác định nhà doanh nghiệp như là người cầm đầu xây dựng : Tìm tòi khả năng mới, định hướng tới sự cách tân. Cụ thể đặc điểm này trước hết phân biệt tầng lớp kinh doanh với đại diện của tầng lớp xã hội khác của xã hội hiện đại.

Một trong những nét quan trọng của sự phát triển tầng lớp doanh nghiệp theo hướng tác động toàn diện của Nhà nước là tạo ra bầu không khí xã hội đặc biệt thuận lợi cho hoạt động kinh doanh.

Khi không tính đến những nét đặc thù của mỗi nước có thể đưa ra một số những nét chung của nó như sau :

- Sự ổn định chính sách kinh tế xã hội của Nhà nước ủng hộ hoạt động kinh doanh.
- Dư luận xã hội tích cực đồng tình với hoạt động của tầng lớp doanh nghiệp.
- Chế độ thuế ưu đãi đảm bảo sự kích thích việc thành lập công ty mới hoặc củng cố mở rộng công ty đã tồn tại.

- Tồn tại cơ cấu hình thành tổ chức phát triển hỗ trợ tầng lớp doanh nghiệp (Trung tâm ứng dụng cải tiến, Trung tâm trao đổi những vấn đề quốc tế, thị trường, quảng cáo, những lớp đào tạo tầng lớp kinh doanh).

- Tồn tại hệ thống có chất lượng bảo vệ sở hữu cá thể. Hoạt động của hệ thống này được mở rộng không chỉ trên sự phát minh mà còn trên tất cả sản phẩm, những quan niệm tư tưởng và phương pháp mới của tính tích cực làm việc.

- Chống quan liêu bao cấp thể chế điều hành hoạt động kinh tế theo hướng của tổ chức Nhà nước (giảm hình thức tổng kết, đảm bảo quyền đăng ký thành lập công ty)..

Những nhân tố giống nhau sẽ là cơ sở để thành lập điều kiện thuận lợi cần thiết tạo sự phát triển mạnh mẽ toàn diện của tính tích cực kinh doanh.

Bản thân sự xác định khái niệm "*hoạt động doanh nghiệp*" và "*nhà doanh nghiệp*" là một trong những lĩnh vực phương pháp luận quan trọng của sự nghiên cứu về vấn đề này. Những khái niệm này ít được xem xét trong khoa học Xã hội học ở các nước trong hệ thống Xã hội chủ nghĩa trước đây. Nhưng trong tư tưởng xã hội thế giới, những khái niệm này được phát triển cơ bản, và được tiếp tục cho đến ngày nay.

Khi sử dụng tác phẩm "*Hoạt động kinh doanh hoặc làm thế nào để tiến hành công việc riêng và đạt được kết quả*" của R.Khizrich của M.Piters, chúng tôi thử nghiên cứu những mấu chốt của sự phát triển khái niệm "*Nhà doanh nghiệp*"

Thời kỳ Trung đại :

- Nhà doanh nghiệp - đó là nhân vật nhận trách nhiệm đồ án xây dựng rộng lớn hoặc sản xuất lớn.

Năm 1725 : Richard Cantillon cho rằng : Nhà doanh nghiệp là người hoạt động trong điều kiện mạo hiểm. Chức năng đầu tư tư bản khác với hoạt động kinh doanh.

Năm 1797 : Beau Deau lại có ý kiến : 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 : Fransis Walker nhận xét : 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 đầy năng động phát minh ra công nghệ mới.

Năm 1964 : Robert Hisrich kết luận : 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, các định nghĩa nêu trên từ thời Trung đại đến đầu thế kỷ XX, người ta đã đồng nhất nhà doanh nghiệp với những người lãnh đạo công ty xí nghiệp, với nhà tư bản và đầu tư, và họ tập trung chú ý cơ bản trên phương diện hoạt động kinh tế của nhà doanh nghiệp. Các nhà kinh tế người Anh Adam Xmit - Davit Ricardo đã nhiều lần chú ý về vấn đề này và cho rằng quá trình kinh tế như bộ máy tuần hoàn đa dạng và tính chất của quá trình

kinh tế được hướng tới bởi bàn tay vô hình. Nói chung họ đánh giá tiêu cực vai trò của nhà doanh nghiệp - Chủ thể của hoạt động kinh tế. Chừng nào theo quan điểm của họ, quá trình kinh tế tự bản thân nó hoạt động. Theo sơ đồ này, nhà doanh nghiệp chỉ là nhà đầu tư có nghĩa là nhà tư bản.

Chỉ vào giữa thế kỷ XX, nhà doanh nghiệp mới được xem như là người cách tân, và hoạt động kinh doanh như là loại đặc biệt của hoạt động xã hội.

Những nhà Xã hội học và Kinh tế học Max Weber, J.Keins, I.Schumpeter, F. Khaiek đã công hiến những lý luận to lớn trong việc nghiên cứu nhóm xã hội doanh nghiệp và hoạt động kinh doanh.

Ở phương Tây, người ta gọi Max Weber là Các Mác của giai cấp tư sản, còn gọi phương pháp luận của ông là tình thế lựa chọn đối với chủ nghĩa Mac. Phần lớn điều đó gắn liền với sự nghiên cứu lĩnh vực hoạt động kinh doanh của Max Weber mà trong hoạt động đó, ông thể hiện hợp lý. "*Kiểu tư tưởng*" của hoạt động kinh doanh nằm trong quan niệm cơ bản của Max Weber về hoạt động kinh doanh. Khi giải thích bản chất của nó, ông nói về "*cấu trúc của hành vi hoàn toàn hợp lý*". Tính hợp lý đối với ông được hiểu rộng như : hiệu suất hoạt động, sự tiếp nhận lợi ích tối đa từ việc sử dụng phương tiện đầu tư để đạt được nguyện vọng một cách thỏa đáng hơn.

Nhà kinh tế học người Anh J.Keins đã mang đến không ít phương pháp luận quan trọng trong lĩnh vực hoạt động kinh doanh. Trong những tác phẩm 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. Đối với người chủ kinh tế - cái quan trọng là sự tính toán hợp lý của Max Weber thì ít mà sự tuyển chọn phẩm chất tâm lý nhất định thì nhiều. Thí dụ : Khi xác định mô típ tiêu dùng và tiết kiệm vốn có đối với nhà doanh nghiệp, J.Keins chia ra một vài loại cơ bản của nó :

1 . Tính cẩn thận : Sự mong muốn tạo nên nguồn dự trữ trong trường hợp ngẫu nhiên của hoàn cảnh không biết trước.

2- Tính phòng xa : Phẩm chất này đặc biệt quan trọng, một phần trong những trường hợp nào đó khi biết trước mối quan hệ tương lai giữa chi và thu khác nhau.

3- Cố gắng tới sự độc lập : Sự cố gắng đó xác định đối với con người nào thường xuyên muốn củng cố tính tự lập.

4- Tính tháo vát, khi được hiểu như là sự đảm bảo tự do đối với mỗi chuyến kinh doanh hoặc như J.Keins viết, sự mong muốn đảm bảo nguồn dự trữ đối với việc thực hiện sự đầu tư tư bản tiếp tục.

5- Mong muốn để lại tài sản cho người thừa kế. J.Keins cho rằng, sự khó khăn người kinh doanh có thể vượt qua chỉ khi bảo vệ chủ nghĩa lạc quan, tin vào bản thân mình.

Nhà kinh tế học nổi tiếng Schumpeter là người sáng lập học thuyết nhà doanh nghiệp - người cách tân. 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.

Schumpeter cho rằng, 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.

Dưới khái niệm "thực hiện phương thức mới, hình thức và nội dung của sự phát triển kinh tế được đề ra cụ thể - sản xuất những sản phẩm tốt hoặc cấu tạo chất lượng sản phẩm cao cho những người tiêu dùng hay vận dụng công nghệ mới, nắm vững thị trường tiêu thụ và cung ứng nguyên liệu, thậm chí tiến hành sự thay đổi tổ chức hình thức kinh tế. Nếu trong quá trình sản xuất không thực hiện một phương kế mới nào thì nói về hoạt động kinh doanh không có một cơ sở nào cả". Ông không xem tất cả những nhà doanh nghiệp là một giai cấp thống nhất, và hoạt động doanh nghiệp là một nghề. Sự giải thích mở rộng khái niệm của hoạt động kinh doanh này xác định tính cần thiết phân loại nó. Ông chia làm 4 loại nhà doanh nghiệp.

+ **Loại thứ nhất** : Ông gọi là "**chủ xưởng - người buôn bán**" - người chủ của 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 với vai trò của mình đối với xí nghiệp.

+ **Loại 2** : Ông gọi những nhà doanh nghiệp là những người chỉ huy của công nghiệp. Những người này không nhất thiết là người sở hữu của xí nghiệp.

+ **Loại 3** : Gồm những Giám đốc mà ông thỉnh thoảng gọi là Manager.

+ **Loại 4** : Ông gọi là "**Người sáng lập**". Những con người này chuyên môn thiết kế dự án công nghiệp và thực hiện nó. Tất cả 4 loại trên đều có những nét chung : đó là tính sáng tạo.

Schumpeter cho rằng, hoạt động kinh doanh là chức năng kinh tế chung tổng hợp của bất cứ hình thái kinh tế xã hội nào. Ông khẳng định, quy chế của chủ sở hữu không phải là thuộc tính nhất định và bắt buộc của nhà doanh nghiệp. Và ông chưa nhất trí với Các Mác khi Mác hoàn toàn đồng nhất nhà doanh nghiệp với nhà tư bản và chỉ thấy nhà doanh nghiệp là người đầu tư của quá trình sản xuất và bóc lột vô sản.

Những tác phẩm của Khaiek - người được giải nô ben, một trong những nhà tư tưởng nổi tiếng của thế kỷ XX, có không ít những giá trị tư tưởng phương pháp luận. Mặc dù bản thân không chuyên nghiên cứu lý luận của hoạt động kinh doanh, nhưng ông đã đưa ra những tư tưởng và quan điểm cạnh tranh tiến hóa của văn hóa xã hội và nhiều tư tưởng khác trở thành cơ sở phương pháp luận cho việc nghiên cứu những lĩnh vực hoạt động kinh doanh . Tất cả sự sáng tạo khoa học của Khaiek đưa ra là bảo vệ kinh tế thị trường "**bình thường**" và phê phán sự điều khiển "**nghệ thuật**" đối với hoạt động kinh tế theo hướng cơ cấu tập trung bao cấp.

Theo ông, thị trường tạo nên sự trùng hợp ở mức độ cao với thực tế không phải ở tất cả mọi người, mà chỉ ở những ai biết kìm hãm cạnh tranh. Không biết ai là người chiến thắng nhưng người chiến thắng là người mạnh hơn tất cả và thị trường sẽ đảm bảo. Điều đó có ý nghĩa rằng, xã hội nói chung nằm trong cuộc đua, và như thế : *Bất cứ sản phẩm xã hội nào cũng được tạo ra bởi con người và con người biết làm cái gì đó với những chi phí thấp hơn đến mức cuối cùng, giá cả của bất cứ hàng hóa nào cũng sẽ thấp hơn mà theo đó nó có thể được bán. Nhưng điều này không phải ai cũng làm được.*

Nhà doanh nghiệp luôn cố gắng tạo ra khả năng thu nhập. Đó là động lực của quá trình tìm kiếm cái mới. Theo ý kiến của Khaiek hoạt động kinh doanh và nhà doanh nghiệp được xác định không phải bởi một loại công việc mà là bởi hành vi của chủ thể kinh tế.

Khaiek thường dùng từ của Xmit về bàn tay vô hình của thị trường kích thích sử dụng hợp lý hơn nhân tố sản xuất. Vì vậy, ông nhấn mạnh về sự tự do không hạn chế của hoạt động kinh doanh. Tuy nhiên theo quan điểm của ông, những hạn chế cần thiết không thể được tạo nên một cách nghệ thuật bởi Nhà nước, mà còn được xác định bởi nội quy chung của hành vi được hình thành trong quá trình phát triển của lịch sử xã hội.

Hai quy tắc Khaiek cho rằng quan trọng đối với việc ủng hộ trật tự thị trường là từ chối việc nắm giữ những sở hữu xa lạ, thực hiện nghĩa vụ tự nguyện hợp đồng bắt buộc đối với bản thân. Hoạt động của nhà doanh nghiệp cũng như của tất cả thành viên khác của xã hội cần phải cạnh tranh trung thực và theo pháp luật.

Chúng ta đã làm quen với những tư tưởng của Max Weber, Keins, Schumpeter, Khaiek về sự nghiên cứu những lĩnh vực hoạt động kinh doanh. Khi theo dõi tính logic về mặt tư tưởng của các nhà nghiên cứu lớn về những lĩnh vực khác nhau của hoạt động kinh doanh, có thể chia thành bản chất cần thiết và bản chất khả năng của hoạt động kinh doanh.

Về bản tính cần thiết của hoạt động kinh doanh : Thiếu bản tính này bản thân sự tồn tại của hoạt động kinh doanh trở thành bản tính không có khả năng. Cần mang lại tính cách tân tổ chức kinh tế và tự do kinh tế của chủ thể sản xuất. Tất cả cái gì động chạm đến hàng loạt những điều kiện khác nhau (sở hữu nguyên liệu, tiếp nhận quyết định, đưa đến mạo hiểm, lãnh đạo...) thì những dấu hiệu này hoặc là phát sinh từ tính cần thiết hoặc là bổ sung khám phá bản chất của nó, hoặc là hoàn toàn không bắt buộc đối với nhà doanh nghiệp và hoạt động kinh doanh.

Thực tế tất cả các nhà nghiên cứu hoạt động kinh doanh đều nói đến tính chất sáng tạo cách tân của nhà doanh nghiệp đó là người cách mạng trong kinh tế, kẻ chơi trội điển hình mà mất đi lòng chung thủy đối với truyền thống, họ bao gồm sự giải phóng tinh thần, sự dự trữ sức lực và năng lượng lớn, khả năng lôi cuốn người khác theo mình. Đó là những nét nổi bật của lớp người này. Về thông tin và thời gian trong công việc của họ không đầy đủ được thay thế bởi linh cảm và trực giác, đặc biệt những linh cảm và trực giác này cho phép giải quyết công việc nhanh chóng.

Truyền thống và cách tân. Những nét đặc biệt khác nhau của mô hình truyền thống là ở chỗ nhà doanh nghiệp cố gắng tổ chức hoạt động của mình với sự tính toán hiệu suất tối đa từ nguồn dự trữ đã có trong sự phân bố của nó. Loại hướng dự trữ của hành vi kinh doanh đồng thời quan hệ tới nhiệm vụ được giải quyết với sự dự trữ đã có và đưa ra những phương pháp thích đáng để đạt được mục đích tốt hơn, để đảm bảo hiệu suất lớn hơn khi sử dụng nguồn nguyên liệu.

Mô hình thứ hai của hoạt động kinh doanh không phải hướng tới nguồn nguyên liệu mà hướng tới khả năng. Nhà doanh nghiệp có thể không có đầy đủ nguồn dự trữ riêng phù hợp với mục đích được đưa ra nên họ có thể sử dụng bất cứ khả năng nào đối với sự phát triển của sản xuất. Tìm kiếm lựa chọn nguồn nguyên liệu môi trường bên ngoài được họ nghiên cứu. Mô hình này của hoạt động kinh doanh được dựa trên tính cách tân. Khi thu hút nguồn nguyên liệu riêng và nguồn nguyên liệu bên ngoài nhà doanh nghiệp thích phương án lợi nhuận của sự phát triển sản xuất hơn. Có nghĩa là ở chủ thể kinh tế thường tồn tại những tổng hòa nhất định của luật pháp mà đảm bảo tiếp nhận những quyết định tự quyết độc lập đối với việc tìm kiếm và lựa chọn những hình thức, những dạng và môi trường của tích cực

sản xuất, phương pháp thực hiện nó, sử dụng những sản phẩm và thu nhập do hoạt động này.

Chỉ có nội quy chung của cuộc chơi mới có thể hạn chế được điều đó : Việc thực hiện nghĩa vụ hợp đồng với bản thân và tự nguyện không xâm phạm tới sở hữu khác và tuân theo pháp luật của Nhà nước. Tính chủ quyền của nhà doanh nghiệp hình thành hành vi này. Nó bảo đảm tính hiện thực của cơ chế thị trường bởi vì nhà doanh nghiệp được tự do trong sự tiếp nhận quyết định và chuẩn mực pháp lý tồn tại không ngăn cấm bất cứ ai có nguyện vọng và có đồng tiền đều được quyền tổ chức sản xuất riêng mà sản xuất này dựa vào hình thức nhất định của sở hữu. Sản xuất cái gì, bao nhiêu, mua ở ai, bán giá nào....nhà doanh nghiệp quyết định độc lập xuất phát từ lợi ích kinh tế và cơ cấu thị trường.

Như vậy khái niệm về nhà doanh nghiệp và hoạt động kinh doanh như chúng tôi đã chứng minh ở trên có tính biến thể rất lớn trong cách giải thích nó của các nhà nghiên cứu khác nhau trong quá khứ cũng như trong giai đoạn hiện nay. Tuy nhiên những định nghĩa khác nhau về nhà doanh nghiệp và hoạt động kinh doanh có nhiều điều chung - tất cả các nhà nghiên cứu đều khẳng định về sự chuẩn bị của nhà doanh nghiệp đến mạo hiểm, tính cách tân, tính độc lập và mối quan tâm của họ để đạt được hiệu quả. Tất cả những nét này được giữ lại trong phẩm chất đặc thù của nhà doanh nghiệp và hoạt động của họ.

Khi dựa trên những định nghĩa trên đây, chúng tôi thử đưa ra cách giải thích riêng những định nghĩa này để làm rõ nội dung chính xác của việc sử dụng khái niệm đó trong vấn đề nghiên cứu hình thành tầng lớp doanh nghiệp. Trước hết chúng tôi xác định mối liên hệ qua lại logic biện chứng của hai khái niệm này. Theo chúng tôi, một trong hai khái niệm không chỉ gắn liền chặt chẽ với nhau mà còn xuất phát điểm của nhau. Cần phải xem xét một cách đúng đắn có tính chất phương pháp luận của hai khái niệm này trong sự thống nhất không thể tách rời của nó, chừng nào hoạt động kinh doanh - đó là môi trường tương tác xã hội của nhà doanh nghiệp thì nhà doanh nghiệp đó là chủ thể xã hội mà hoạt động trong lĩnh vực của môi trường đó. Thuật ngữ "*hoạt động kinh doanh*" được chúng tôi giải thích như hoạt động sáng tạo của nhà doanh nghiệp gắn liền với mạo hiểm mà thực hiện phương kế với mục đích hiện thực hóa tư tưởng của mình để đạt được hiệu suất kinh tế tối thiểu trong môi trường hợp cụ thể. Đó chính là đặc tính của hoạt động kinh doanh trong hệ thống xã hội khác nhau. Còn phần khái niệm "*nhà doanh nghiệp*" có thể khẳng định ngắn gọn - đó là người đại diện của tầng lớp xã hội, hoạt động nghề nghiệp của nó gắn liền với hoạt động kinh doanh. Cần phải thấy rõ hoạt động kinh doanh không chỉ là hoạt động kinh tế thuần túy mà còn là hành vi nghề nghiệp cá thể mang tính tích cực xã hội.

Trên cơ sở phân tích những khái niệm cơ bản của vấn đề này, chúng tôi thử đưa ra chân dung xã hội phong phú của người kinh doanh :

- Tìm kiếm những khả năng và tính sáng tạo (người kinh doanh sử dụng những khả năng công việc mới và những khả năng công việc độc đáo, bất thường).
- Kiên trì và bền bỉ (chuẩn bị sức mạnh thường xuyên để vượt qua trở ngại thường xuyên cụ thể hóa chiến lược để đạt tới mục đích).
- Sự sẵn sàng chấp nhận mạo hiểm (thích tình thế thử thách hoặc mạo hiểm đồng thời quan tâm tới việc hạn chế sự mạo hiểm và kiểm tra kết quả).

- Hướng tới hiệu quả và chất lượng (tìm tòi những con đường như làm ra hàng hóa tốt hơn, nhanh và rẻ hơn, hiệu quả hơn).

- Lôi cuốn những đối tác vào công việc (nhận trách nhiệm bản thân để thường xuyên cụ thể hóa nhiệm vụ trước mắt).

Tiếp nhận thông tin (thu thập thông tin riêng về đồng nghiệp , về người đối tác sử dụng những đối tác riêng và đối tác công việc trong mục đích của mình).

- Kế hoạch hóa có tính hệ thống và theo dõi kiểm tra (làm kế hoạch khi thực hiện nhiệm vụ lớn, theo dõi chứng từ, tài chính và định hướng nó đối với việc tiếp nhận quyết định, tiến hành hoặc vận dụng thể thức theo dõi thực hiện công việc).

- Có khả năng thuyết phục và tạo lập mối quan hệ (sử dụng phương pháp thuyết phục như là phương pháp ảnh hưởng tác động đến con người, sử dụng những đối tác riêng và chung như là phương pháp để đạt được hiệu quả mục đích của mình).

Tính độc lập và tự tin vươn tới sự độc lập khỏi sự quản lý kiểm tra theo hướng của những người khác ; chỉ tin vào bản thân mình trước những mâu thuẫn hoặc trong tình huống chưa đạt được hiệu quả ; tin vào khả năng của mình thực hiện nhiệm vụ khó khăn.

Trong những điều kiện kinh tế văn hóa xã hội khác nhau, chân dung xã hội của nhà doanh nghiệp, đặc điểm xã hội cơ bản của nó sẽ thay đổi trong phạm vi nhất định. Những thang bậc quan trọng của đặc điểm này hay đặc điểm khác sẽ khác nhau. Tuy nhiên, theo quan điểm của chúng tôi, tính sáng tạo và tính độc lập là 2 trong những đặc điểm cơ bản của chân dung xã hội nhà doanh nghiệp của các nước nằm trong hệ thống Xã hội chủ nghĩa trước đây.

Ngoài những quan niệm lý luận của các nhà Xã hội học cổ điển cũng như hiện đại về hoạt động kinh doanh và nhà doanh nghiệp là cơ sở phương pháp luận của sự nghiên cứu này, nhà Xã hội học còn phải vận dụng tổng hợp của tất cả các phương pháp nghiên cứu Xã hội học như trưng cầu ý kiến, phỏng vấn quan sát, mô hình hóa quá trình xã hội, " *nghiên cứu trường hợp*"