

TRƯỜNG ĐẠI HỌC HẢI PHÒNG
KHOA KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH
LỚP QTK4 – CHÍNH QUY VĂN BẰNG HAI



MÔN HỌC

TÂM LÝ HỌC QUẢN LÝ KINH TẾ

Hải phòng, 2009

Chương I

TỔNG QUAN VỀ TÂM LÝ HỌC

VÀ TÂM LÝ HỌC QUẢN LÝ KINH TẾ

I- Đối tượng nghiên cứu

1- Tâm lý là gì ?

Là toàn bộ những ý nghĩ, những tư tưởng, tình cảm làm thành đời sống nội tâm, thế giới bên trong của con người (rất phức tạp)

2- Đối tượng nghiên cứu

Tâm lý học là môn khoa học nghiên cứu các hiện tượng tâm lý của con người nó gồm nhiều bộ phận như:

- Tâm lý học quân sự
- Tâm lý học y học
- Nghiên cứu tâm lý qua các hành vi được bộc lộ
- Nghiên cứu con người trong hoạt động kinh tế

Đối tượng nghiên cứu của tâm lý học quản lý kinh tế là một chuyên ngành của TLH nghiên cứu các hiện tượng tâm lý của con người khi tham gia vào hoạt động kinh tế trong đời sống xã hội.

Những hoạt động nào được gọi là hoạt động kinh tế trong đời sống xã hội?

- Là những hoạt động sản xuất ra sản phẩm nhằm phục vụ cho các nhu cầu của con người
- Hoạt động trao đổi, mua bán các sản phẩm
- Các hoạt động phân phối các sản phẩm
- Hoạt động quản lý những con người sản xuất ra các sản phẩm.

3- ý nghĩa của TLH quản lý kinh tế

Quản lý là gì?

Là hoạt động có mục đích, có ý thức, có kế hoạch của nhà quản lý nhằm hướng dẫn, chỉ huy, điều hành các đối tượng quản lý hướng tới mục tiêu mà nhà quản lý mong muốn với chi phí thấp nhất và hiệu quả cao nhất.

Ba vấn đề cơ bản của quản lý:

- Nhà quản lý: là người có ý thức đầy đủ về công việc
- Đối tượng quản lý: bao gồm cơ sở vật chất và con người (QL con người là khó nhất)
- Mục tiêu quản lý.

Con người sẽ sử dụng cơ sở vật chất để đạt mục tiêu mong muốn. Để có thể chỉ huy, điều hành và hướng dẫn con người thì nhà quản lý phải hiểu được được đặc điểm tâm lý của con người để phát huy hết tiềm năng của họ trong hoạt động quản lý.

II- Sự phân loại các hiện tượng tâm lý ở con người

Có nhiều cách phân loại các hiện tượng tâm lý ở con người nhưng cách phân loại được các nhà TLH quản lý kinh tế sử dụng là phân chia đời sống tâm lý của con người thành 3 loại.

1- Quá trình tâm lý

Bao gồm các hiện tượng có mở đầu, diễn biến, kết thúc tại một thời điểm nhất định.

Ví dụ: Quá trình nhận thức, quá trình cảm xúc, quá trình ý chí.

2- Trạng thái tâm lý

Gồm những hiện tượng tâm lý mà sự mở đầu, diễn biến, kết thúc không rõ ràng tại những thời điểm nhất định.

Ví dụ: sự chú ý, tâm trạng (buồn)

3- Thuộc tính tâm lý

Gồm những hiện tượng tâm lý đã được hình thành trong cuộc sống của cá nhân đã trở nên ổn định, khó thay đổi, đặc trưng cho cá nhân đó.

Ví dụ: Tính cách (khiêm tốn, sỹ diện), tính khí (nóng nảy, hiền lành), năng lực.

Chuẩn mực đạo đức

Cấu trúc thần kinh

III- Quá trình tâm lý và ứng dụng trong QLKT

1- Quá trình nhận thức

1.1- Nhận thức cảm tính (cấp thấp)

* Cảm giác: Khi tiếp xúc trực tiếp với sự vật hiện tượng bằng các giác quan là quá trình nhận thức, phản ánh riêng lẻ của SVHT khi nó tác động trực tiếp vào các giác quan của con người, là mức độ nhận thức đầu tiên, đơn giản nhất những cũng là mở đầu cho toàn bộ quá trình nhận thức sau này.

- Trong quản lý kinh tế, các nhà quản lý chú ý đến mẫu mã, bao bì và quảng cáo để tác động đến trực tiếp giác quan người tiêu dùng.

- Khi gặp đối tác lần đầu phải thể hiện tốt ở tác phong, cách ăn mặc...

* Tri giác: Là quá trình nhận thức trọn vẹn về SVHT trên cơ sở kết hợp những cảm giác và những kinh nghiệm cũ.

- Các nhà quản lý phải giữ chữ “tín” điều chỉnh các sản phẩm để đảm bảo cho việc xây dựng một thương hiệu.

1.2- Nhận thức lý tính

* Tư duy: Quá trình nhận thức phản ánh những thuộc tính bản chất, những quan hệ mang tính quy luật mà trước đó con người chưa biết.

- Tư duy để tìm ra mối quan hệ kinh tế tất yếu, huy động những kinh nghiệm kết hợp những thông tin để có những phán đoán chính xác.

* Tưởng tượng: Là quá trình phản ánh những cái mới, cái chưa từng có trong kinh nghiệm bằng việc xây dựng hình ảnh mới trên cơ sở những hình ảnh cũ, biểu tượng đã có.

2- Quá trình cảm xúc

Là thái độ của con người được biểu hiện qua các rung cảm với các SVHT có liên quan để thoả mãn hay không thoả mãn với những nhu cầu của con người.

IV- Một số phương pháp nghiên cứu tâm lý con người

1- Phương pháp quan sát (dùng thị giác)

Nhà nghiên cứu sử dụng các giác quan cùng với phương tiện kỹ thuật hiện đại để thu thập những biểu hiện sinh động của con người phục vụ cho nhiệm vụ nghiên cứu của mình.

2- Phương pháp điều tra bằng bảng hỏi (phương pháp Anket)

Thông qua bảng câu hỏi đã in sẵn, nhà nghiên cứu gửi tới cho người được nghiên cứu trả lời, qua đó thu thập những tư liệu tổng kết và rút ra kết luận.

3- Phương pháp trò chuyện

Thông qua việc trao đổi ý kiến giữa nhà nghiên cứu và người được nghiên cứu, nhà nghiên cứu sẽ thu thập những thông tin cần thiết phục vụ cho việc nghiên cứu.

4- Phương pháp thực nghiệm

Nhà nghiên cứu chủ động tạo ra những hoạt động trong điều kiện đã được khống chế nhằm xác định mối liên hệ nhân quả giữa người nhận tác động và kết quả của sự tác động.

5- Phương pháp trắc nghiệm

Nhà nghiên cứu đưa người cần được nghiên cứu vào tình huống phải giải quyết một loạt các yêu cầu, các bài tập trong một thời gian ngắn, qua đó bộc lộ những đặc điểm tâm lý cần nghiên cứu (kiến thức, chức năng, trí tuệ)

6- Phương pháp nghiên cứu sản phẩm hoạt động: Thông qua sản phẩm do cá nhân tìm ra, nhà nghiên cứu có thể đoán biết được những biểu hiện tâm lý của cá nhân tạo ra sản phẩm đó.

Chương II

CON NGƯỜI TRONG QUẢN LÝ KINH TẾ DƯỚI GIÁC ĐỘ TÂM LÝ

I- Khái niệm về con người

1- Định nghĩa: Con người là một thực thể tự nhiên, xã hội, tâm lý, kinh tế, có khả năng tư duy, chịu trách nhiệm với người khác.

* Về mặt sinh học: Con người tuân theo các quy luật sinh học, con người chỉ có thể tồn tại và phát triển khi được thoả mãn những nhu cầu sinh học nhất định.

* Con người là một thực thể xã hội: con người không tồn tại một cách đơn độc mà phải tồn tại trong mối quan hệ với những người khác, phát triển trong cộng đồng (từng người có trách nhiệm với cộng đồng và cộng đồng cũng có trách nhiệm với từng người)

* Con người là một thực thể tâm lý: con người ngoài cuộc sống vật chất, ngoài những nhu cầu sinh học còn có nhu cầu về đời sống tâm lý, tinh thần, muốn được cảm thông, chia sẻ, muốn được người khác thừa nhận giá trị của mình trong cuộc sống.

* Con người là một thực thể kinh tế: Con người phải tạo ra được các giá trị kinh tế để đảm bảo sự tồn tại của bản thân và của xã hội.

* Con người phải có khả năng tư duy: con người phải nhận thức để cải tạo và thích nghi. Vì vậy, con người phải nhận thức được bản chất, quy luật của các SVHT, thích nghi với môi trường sống, đồng thời con người phải biết tự nhận thức về bản thân, phát huy các mặt mạnh, hạn chế các điểm yếu và luôn có trách nhiệm với người khác.

2- Quyền con người (nhân quyền)

2.1- Lịch sử tư tưởng nhân quyền

- Tư tưởng về nhân quyền xuất hiện lần đầu ở Anh vào khoảng thế kỷ 17 sau đó được phát triển và cụ thể hoá trong tuyên ngôn của Mỹ vào thế kỷ 18.

- Những tiêu chí về nhân quyền được làm rõ và phản ánh trong tuyên ngôn nhân quyền quốc tế 1948, trong hiến chương Liên hợp quốc 1954, trong công ước về quyền dân sự chính trị, kinh tế xã hội 1976.

2.2- Những tiêu chí về nhân quyền

- Con người có quyền được sống, được tự do mưu cầu hạnh phúc.

- Con người có quyền được học tập, được làm việc, được đào tạo để phát triển mọi khả năng khiếu, mọi tài năng, có quyền được đóng góp cho xã hội.

- Con người có quyền được tự do dân chủ, tự do thân thể, tự do đi lại, tự do sáng tạo, cư trú và hoạt động kinh tế.

- Con người có quyền được đảm bảo an ninh, bảo vệ cuộc sống riêng tư, cá nhân.

- Con người có quyền được tham gia quản lý xã hội, hoạt động chính trị, tự do tư tưởng, tôn giáo.

- Con người có quyền được tự bảo vệ, giao tiếp và hợp nhập.

2.3- Những tư tưởng khác nhau về thực hiện nhân quyền

* Quan điểm 1: Con người có quyền được làm tất cả những gì mà mình mong muốn để thực hiện nhân quyền. Vậy, quyền con người là quyền xuyên quốc gia, tất cả các nước đều thực hiện nhân quyền như nhau.

* Quan điểm 2: Con người có quyền được làm tất cả những gì mà mình muốn nhưng không được làm tổn hại vô lý đến người khác, quyền con người gắn liền với điều kiện hoàn cảnh cụ thể của mỗi quốc gia, tùy theo điều kiện hoàn cảnh mỗi người sinh ra, lớn lên, tồn tại ở thời điểm lịch sử hoặc ở quốc gia nào thì việc thực hiện quyền con người phải gắn liền với quyền công dân ở quốc gia đó.

Qua hai quan điểm trên thì quan điểm 2 thể hiện tính khoa học biểu hiện quan hệ giữa con người với xã hội.

II- Phân loại con người

1- *Phân loại theo tính chất* (tính khí- do cấu tạo của bộ óc)

1.1- Nóng nảy

Là người có quá trình thần kinh “hưng phấn” và “ức chế” trên bộ não không cân đối, “hưng phấn” mạnh hơn “ức chế” và rất khó chuyển hoá cho nhau.

* Ưu điểm: nhiệt tình, thẳng thắn, mạnh bạo, có sức mạnh cơ bắp.

* Nhược điểm: Liều lĩnh, thô lỗ, cáu bẳn, sử dụng sức mạnh cơ bắp nhiều hơn trí tuệ.

Tính khí này chủ yếu ở nam giới

1.2- Linh hoạt (phù hợp với kinh doanh)

Hai quá trình “hưng phấn” và “ức chế” đều mạnh, cân bằng và dễ chuyển hoá cho nhau.

* Ưu điểm: nhanh nhẹn, hoạt bát, tự tin, vui vẻ, có nhiều sáng kiến, dễ thích nghi với môi trường sống mới.

* Nhược điểm: Thiếu kiên trì, nhiều mưu mẹo, đặc biệt có thể trở thành những phần tử cơ hội nếu thiếu giáo dục.

1.3- Điềm tĩnh

Hai quá trình “hưng phấn” và “ức chế” đều mạnh, cân bằng nhưng không linh hoạt, khó chuyển hoá cho nhau.

* Ưu điểm: Kiên trì, bình tĩnh.

* Nhược điểm: chậm chạp, bảo thủ, ngại giao lưu, khó thích nghi với môi trường mới.

1.4- Ưu tư

Hai quá trình thần kinh “hưng phấn” và “ức chế” đều yếu

* Ưu điểm: nhẹ nhàng, kín đáo, tế nhị, thiên về đời sống tình cảm.

* Nhược điểm: Đa sầu, đa cảm, lệ thuộc vào người khác, nếu thất bại họ hay rơi vào tuyệt vọng.

Tính khí này chủ yếu ở nữ giới.

2- *Phân loại con người theo năng lực*

2.1- Thiên tài

Hoàn thành công việc có 1 không 2 trong lịch sử.

2.2- Tài năng

Hoàn thành công việc một cách sáng tạo hơn so với người khác trong cùng một điều kiện.

2.3- Người có năng lực

Có khả năng hoàn thành công việc so với người khác trong cùng một điều kiện.

2.4- Người kém năng lực

Chỉ có thể hoàn thành một số công việc dễ dàng nào đó, còn những việc khó khăn, phức tạp thì không thể hoàn thành được.

2.5- Người không có năng lực

Người không hoàn thành các công việc được giao

- Do cấu tạo thần kinh (bệnh lý)

- Do không chịu luyện tập, không học tập... (từ chối sự giáo dục)

3- *Phân loại người theo nhu cầu*

Nhu cầu: là sự đòi hỏi cá nhân thấy cần phải được thoả mãn để tồn tại và phát triển. Tùy theo nhu cầu được phân ra làm một số loại sau:

3.1- Có nhu cầu cao nhưng hoà nhập với xã hội

3.2- Có nhu cầu cao nhưng không hoà nhập với xã hội

3.3- Người có nhu cầu thấp: nặng về nhu cầu vật chất, sinh học.

4- *Phân loại người theo tính cách* (mang khía cạnh đạo đức và là bản chất của con người)

* Tính cách: là thái độ của con người và những phương thức tương ứng biểu hiện thái độ khi con người tuân theo các chuẩn mực đạo đức và pháp luật trong xã hội, sự tuân theo chuẩn mực này đã trở thành ổn định, đặc trưng cho cá nhân trong cuộc sống.

4.1- Người rất tốt

Tuân theo mọi chuẩn mực, không vi phạm.

4.2- Người tốt

Có những vi phạm nhất định

4.3- Người bình thường

4.4- Người xấu tính

4.5- Người ác tâm.

5- Phân loại theo mức độ hấp thụ văn hoá

* Văn hoá: gồm tất cả những gì là vật chất, phi vật chất do con người sáng tạo ra.

5.1- Người có văn hoá

Tiếp thu được giá trị văn hoá của nhân loại, dân tộc và thể hiện nó theo nếp sống của mình

5.2- Người vô văn hoá

Người không tuân theo các chuẩn mực văn hoá của nhân loại, dân tộc, thậm trí đi ngược lại.

6- Phân loại người theo ý chí

* ý chí được biểu hiện:

- Tính mục đích: là khả năng con người xác định được mục đích trong hành động của mình và biết lựa chọn cách thức để đạt được mục đích đó.

- Tính độc lập: Là khả năng tiến hành công việc không lệ thuộc vào người khác.

- Tính quyết đoán: trong những giờ phút gay cấn, có khả năng phân tích tình huống để đưa ra những quyết định sáng suốt.

- Tính bền bỉ: Là khả năng khắc phục khó khăn trong một thời gian dài để thực hiện mục đích đã định.

- Tính kiên cường: khả năng khắc phục những khó khăn bất ngờ xuất hiện.

- Tính kiềm chế

6.1- Người có ý chí cao:

Có đầy đủ tất cả các phẩm chất trên và được biểu hiện thường xuyên.

6.2- Người có ý chí

6.3- Người kém ý chí

6.4- Người không có ý chí.

Kết luận: có 6 cách phân loại con người.

Chương III

ĐẶC ĐIỂM TÂM LÝ CON NGƯỜI TRONG QUẢN LÝ KINH TẾ

I- Đặc điểm tâm lý và động cơ làm việc của người lao động chân tay

1- Đặc điểm

- Người lao động chân tay là người trực tiếp tạo ra sản phẩm bằng sức mạnh cơ bắp và một phần trí não. Vì vậy, tư duy của họ đơn giản, mơ ước cũng đơn giản.
- Thời gian lao động nhiều nhưng thu nhập lại thấp nên họ khó có khả năng tiếp cận nguồn thông tin phong phú nên họ rất hạn chế về hiểu biết.
- Họ phải làm việc theo dây truyền trong nền sản xuất hiện đại nên hình thành tính tổ chức, kỷ luật cao.
- Trong xã hội hiện đại do có sự thay đổi công nghệ trong sản xuất nên người lao động chân tay dễ dàng đứng trước nguy cơ thất nghiệp bởi máy móc sẽ thay thế con người trong lao động làm cho số lượng nhân lực giảm, mặt khác người công nhân lại thiếu hiểu biết nên không làm chủ được công nghệ.
- Họ có lối sống tiết kiệm, giản dị, lành mạnh và có tính người do họ chỉ có thu nhập chính đáng bằng sức lao động.
- Người lao động chân tay sẽ chống đối, thậm chí là liều lĩnh chống đối lại người lãnh đạo khi họ bị chèn ép, bóc lột quá nặng nề.

2- Động cơ làm việc của người lao động chân tay.

- Động cơ kinh tế: người lao động chân tay ra sức làm việc vì mong muốn có một cuộc sống vật chất no đủ.
- Động cơ sợ: người lao động chân tay luôn cố gắng hết sức mình vì họ sợ bị sa thải, sợ bị chuyển sang những công việc khác không thuận lợi.
- Động cơ cạnh tranh: người lao động chân tay cạnh tranh với chính đồng nghiệp của mình bằng sức lực của bản thân, vì vậy, sự cạnh tranh của họ mang tính lành mạnh.
- Động cơ trách nhiệm: người lao động chân tay làm việc với trách nhiệm vì sản phẩm, với gia đình và họ sẵn sàng giúp đỡ người khác khi cần thiết.
- Một bộ phận nhỏ người lao động chân tay có động cơ thay đổi vươn lên, đó là những người muốn cải tiến vị trí làm việc của mình, họ tích cực tham gia vào các hoạt động đoàn thể và công tác xã hội.
- Một bộ phận lớn người lao động chân tay làm việc theo động cơ quán tính, những người này cho rằng mọi trật tự đã an bài, hợp lý không cần thay đổi.

II- Đặc điểm tâm lý và động cơ làm việc của người lao động trí óc

1- Đặc điểm

- Lao động bằng trí tuệ (trí thức và khả năng tư duy) do vậy có suy nghĩ phức tạp, cuộc sống tinh thần phong phú.
- Lao động bằng thông tin nghề nên dễ dàng tiếp nhận những cái mới liên quan đến nghề nghiệp của họ.
- Làm việc độc lập, tìm tòi nghiên cứu đơn lẻ do vậy họ dễ bị tách khỏi cộng đồng.
- Mong muốn làm việc ở những nơi có thiết bị phù hợp với năng lực của họ có như vậy mới phát huy được hết năng lực.
- Thường khó chấp nhận ý kiến của người khác, thậm chí hay chê bai người khác vì cho rằng mình đúng, giỏi hơn (tự đánh giá cao bản thân)
- Một bộ phận lao động trí óc thích tìm dịp để trở thành lãnh đạo, muốn trở thành chính khách, có quyền chức trong xã hội để làm giàu cho cá nhân, một bộ phận khác lại mong muốn có quyền chức để đóng góp tài năng của mình cho cộng đồng, cho xã hội. Còn lại một bộ phận khi không

thành danh lại kiêu căng, coi thường tổ chức, thích nói lý hơn nói tình, công phá, kìm hãm người khác, gây rối nơi làm việc.

2- Động cơ làm việc

- Động cơ kinh tế: mong muốn có cuộc sống vật chất với tiện nghi tốt, vì vậy, họ ra sức làm việc để có thu nhập cao.

- Động cơ danh tiếng: mong muốn thành công trong nghề nghiệp, trong con mắt của bạn bè, xã hội, cộng đồng xung quanh.

- Động cơ lý tưởng nghề: mong muốn làm việc đúng chuyên môn, nhiệt tình, say mê và sáng tạo trong chuyên môn của họ.

- Một số người làm việc với động cơ đố kỵ: không muốn người khác hơn mình nên phải cố gắng làm việc.

- Một số người lao động trí óc làm việc với động cơ quán tính: theo đuôi, a dua với những người khác.

- Một bộ phận lao động vì sự tiến bộ của xã hội, vì hạnh phúc của mọi người.

III- Đặc điểm tâm lý của cộng đồng người lao động Việt Nam

1- Ưu điểm:

- Cần cù, chịu khó, nhẫn nại, yêu lao động.

- Sống giản dị, lành mạnh, có lòng tự trọng, tự tôn dân tộc, có tính cộng đồng, nhân đạo, trọng tình nghĩa, bao dung và biết hy sinh.

- Ham, hiếu học.

2- Nhược điểm:

- ý chí vươn lên thấp, an phận và cam chịu.

- Tư tưởng làm ăn nhỏ, manh mún, bình quân chủ nghĩa.

- Một bộ phận người lao động nhân cách kém sinh ra nhiều tật xấu, mắc các tệ nạn xã hội, tàn phá môi trường làm việc, bạo hành trong cuộc sống gia đình.

IV- Đặc điểm tâm lý của người lãnh đạo và động cơ làm việc.

1- Tổng quan về người lãnh đạo

* Vị trí: là người đứng đầu trong một hệ thống, là người quyết định hiệu quả của hệ thống mà họ phụ trách.

* Nhiệm vụ:

- Xây dựng và phát triển hệ thống

- Tổ chức bộ máy, sắp xếp nhân sự, xác định mục tiêu cụ thể cho các bộ phận của hệ thống.

- Điều hành cả hệ thống chuyển động một cách tích cực, hướng tới mục tiêu mà người lãnh đạo mong muốn.

- Người lãnh đạo là trung tâm của đoàn kết nội bộ.

2- Đặc điểm

- Là người lao động trí óc

- Linh hoạt nhạy bén, có khả năng phán đoán chính xác cao để chớp lấy thời cơ, tránh rủi ro.

- Người lãnh đạo có vai trò quan trọng trong lộ trình phát triển của các thành viên trong hệ thống. Nếu họ công tâm, có trách nhiệm với hệ thống thì việc cất nhắc, sử dụng người sẽ đảm bảo cho hệ thống vận hành theo chiều hướng tốt, nếu tính toán vụng về, sử dụng người thiếu thận trọng sẽ gây tai họa cho hệ thống.

- Được hưởng các tiện nghi đắt tiền của hệ thống, bởi vậy, họ có thể nhầm lẫn giữa cái chung và cái riêng điều đó có thể mắc những sai lầm đáng tiếc.

- Người lãnh đạo do nghe cấp dưới xiểm nịnh, nên cất nhắc nhân sự bừa bãi gây nguy hiểm cho hệ thống và chính người lãnh đạo.

3- Một số phẩm chất cần thiết của người lãnh đạo

Phẩm chất nào quan trọng nhất của người lãnh đạo sau đây?

- ❶ Năng lực về kỹ thuật và đổi mới sản phẩm
 - ❷ Năng lực tính toán về giá cả, đầu vào, đầu ra
 - ❸ Năng lực tổ chức quản lý xí nghiệp sao cho khoa học, hợp lý, biết động viên mọi người làm việc, tạo sự đồng thuận cao, làm tăng năng suất lao động, giảm giá thành.
 - ❹ Có khả năng khuếch trương sản phẩm.
 - ❺ Có đầu óc sáng tạo, mạo hiểm, biết cải tiến những sản phẩm cũ, sáng tạo ra những sản phẩm mới, tiếp thu được những công nghệ tiên tiến, thích ứng với thời đại.
 - ❻ Có ý thức kỷ luật cao, gương mẫu đồng thời cũng có đòi hỏi cao với những người dưới quyền.
 - ❼ Có cuộc sống chan hoà, gần gũi với tất cả mọi người.
 - ❽ Có mối quan hệ rộng để mở rộng kinh doanh.
- Trong đó phẩm chất thứ ❸ là quan trọng nhất.

* Những phẩm chất cần thiết:

- Năng lực tổ chức, quản lý hệ thống
- Có khả năng tư duy sáng tạo, nghị lực làm giàu nhưng không tự mãn, tự kiêu.
- Cần khiêm tốn, kín đáo học hỏi, tận dụng chất xám từ môi trường bên ngoài, không để đối thủ cạnh tranh biết được đường lối chiến lược và tiềm lực thật của mình.
- Có bản lĩnh và sẵn sàng chấp nhận cả nghịch lý.
- Biết tìm hiểu cái mới để cải tiến công nghệ, tiếp cận với các thông tin thị trường
- Biết rút kinh nghiệm từ những sai lầm trong công tác quản lý của các hệ thống khác và của chính bản thân mình.
- Biết bình tĩnh giải quyết hậu quả, khắc phục những rủi ro đối với hệ thống.
- Gương mẫu, tu dưỡng để tạo nên uy tín thật từ cuộc đời của chính mình.

* Những tật xấu của người lãnh đạo cần tránh

- Tham lam, vor vét, biến cái chung thành cái riêng
- Tàn ác
- Hưởng lạc
- Cắt nhắc người tùy tiện
- Nhu nhược (sợ cấp trên)
- Tham vọng quá mức
- Hứa hẹn suông.

Chương IV

TÂM LÝ KHÁCH HÀNG

TÂM LÝ CẠNH TRANH TRONG QUẢN LÝ KINH TẾ

I- Tâm lý khách hàng

1- Khách hàng: là người có nhu cầu và khả năng mua sản phẩm nhưng chưa được đáp ứng và mong muốn được thoả mãn (người chưa mua sản phẩm)

* Điều kiện để một người trở thành khách hàng:

- Có nhu cầu về sản phẩm
- Có khả năng mua sản phẩm
- Có sản phẩm trên thị trường.

2- Thị trường: là nơi hai bên bán và mua, cung và cầu tự do trao đổi sản phẩm và tiền tệ để thoả mãn nhu cầu mỗi phía, thái độ của các thành viên trên thị trường là hướng vào tìm kiếm lợi ích của mình theo sự dẫn dắt của giá cả thị trường hay gọi là “bàn tay vô hình”

3- Tâm lý khách hàng

3.1- Tâm lý khách hàng trong việc xử lý nhu cầu

Nhu cầu con người rất đa dạng, từ vật chất đến tinh thần, từ cấp thấp đến cấp cao, từ thiết yếu đến xa xỉ. Khách hàng thường xử lý nhu cầu tùy theo khả năng tài chính của mình, thông thường xử lý theo hướng tuân tự từ thấp đến cao.

3.2- Tâm lý khách hàng khi tham gia thị trường

Việc xử lý nhu cầu khi tham gia thị trường bao giờ khách hàng cũng tính đến giá cả và chất lượng.

3.3- Tâm lý khách hàng khi mua sản phẩm

Với những sản phẩm thông thường, đơn giản, người mua chọn địa điểm gần và thuận lợi, những sản phẩm đắt tiền người mua thường lựa chọn những nơi có thương hiệu, những cửa hàng lớn.

3.4- Tâm lý khách hàng sau khi mua sản phẩm

Với những sản phẩm lớn, đắt tiền khách hàng mong muốn có dịch vụ vận chuyển, hướng dẫn sử dụng và bảo hành.

3.5- Tâm lý khách hàng sau khi dùng sản phẩm

Khách hàng sử dụng và cảm nhận về chất lượng sản phẩm, nếu chất lượng tốt cũng như cam kết của nhà phân phối thì khách hàng sẽ quay trở lại với những sản phẩm của hãng khi có nhu cầu, đồng thời họ cũng quảng bá sản phẩm để những người khác cùng tham gia mua sản phẩm.

4- Chiếm lĩnh và mở rộng thị trường trong kinh doanh

4.1- Chiếm lĩnh và mở rộng thị trường trong kinh doanh

Là củng cố lòng tin của khách hàng với các sản phẩm mà doanh nghiệp cung ứng trên thị trường.

4.2- Sản phẩm chiếm được lòng tin của khách hàng khi thoả mãn 7 điều kiện sau:

- Mẫu mã đẹp
- Giá cả hợp lý
- Độ bền thích hợp
- Nơi mua thuận lợi
- Cách thanh toán văn minh
- Bảo hành hợp lý
- Có các dịch vụ khách kèm theo: chở đến tận nhà, lắp đặt miễn phí...

4.3- Các biện pháp mở rộng thị trường

* Theo chiều rộng: tăng số lượng khách hàng đối với các sản phẩm của hãng trên cơ sở các dịch vụ quản cáo, tuyên truyền.

* Theo chiều sâu: trên cơ sở những khách hàng đã quen biết, mở rộng khả năng tiêu thụ sản phẩm của họ đối với các sản phẩm khác của hãng.

* Theo chiến dịch: Thông qua các biện pháp như giảm giá thành, quảng cáo chiến dịch... để bán một lượng sản phẩm lớn trong một thời gian ngắn.

II- Cạnh tranh trong hoạt động kinh tế

Ví dụ: chỉ có một lợi ích M nào đó trên thị trường mà có nhiều chủ thể muốn chiếm lĩnh nó.

1- Khái niệm: Cạnh tranh là những giải pháp, thủ đoạn của các chủ thể quản lý trong hoạt động kinh tế sử dụng để khống chế các chủ thể quản lý khác nhằm dành lợi ích cao nhất cho mình trong khả năng có thể.

2- Các cấp độ cạnh tranh

2.1- Cạnh tranh không đối kháng

Khi nào có cạnh tranh không đối kháng?

Khi các chủ thể tham gia cạnh tranh cùng sản xuất một loại sản phẩm nhưng cùng tồn tại.

Chỉ xuất hiện khi thị trường rộng lớn, nhu cầu khách hàng nhiều nhưng sản phẩm chưa đáp ứng đủ (Ví dụ: ngành sản xuất xi măng ở Việt Nam)

2.2- Cạnh tranh đối kháng

Các chủ thể tham gia cạnh tranh sẽ cạnh tranh một cách khốc liệt dẫn đến việc loại bỏ lẫn nhau.

Xuất hiện khi sản phẩm cung ứng trên một thị trường bị thu hẹp.

☞ Trong nền kinh tế thị trường, cạnh tranh là tất yếu.

* Khi xuất hiện cạnh tranh đối kháng thì người quản lý phải làm gì?

- Xem xét khả năng của mình có thể loại được đối thủ không

- Phải tính toán phán đoán tình hình, nếu không đủ sức phải chuyển sang sản xuất loại sản phẩm khác.

3- Tâm lý cạnh tranh

- Trong cạnh tranh nếu xuất hiện cạnh tranh đối kháng thì các chủ thể quản lý phải sáng suốt, phân tích tình hình, khi nhận thấy sức mình không đủ thì phải rút lui khỏi cạnh tranh để chuyển sang sản xuất một loại hình khác.

- Trước khi rút lui nếu có thể bàn bạc với đối thủ cạnh tranh để phân chia thị trường sau khi đã chuyển sang sản xuất sản phẩm khác.

- Trong cạnh tranh không được chủ quan, lơ là, không được bằng lòng với những gì hiện có.

- Trong cạnh tranh các chủ thể phải tìm kiếm giải pháp, hạn chế những thủ đoạn đặc biệt là thủ đoạn phi đạo đức.

4- Các giải pháp

- Chọn nguyên liệu đầu vào với giá thành hạ để đảm bảo sản xuất có lãi.

- Cải tiến quy trình công nghệ

- Cải tiến mẫu mã

- Mở rộng thị trường theo các hướng: chiều rộng, chiều sâu, chiến dịch.

- Kinh doanh đa dạng.

Chương V

GIAO TIẾP VÀ RỦI RO

TRONG QUẢN LÝ KINH TẾ

I- Giao tiếp trong quản lý kinh tế

1- Định nghĩa: Là sự tiếp xúc về mặt tâm lý giữa chủ thể quản lý với những đối tượng có liên quan trong hoạt động kinh tế nhằm đạt được mục tiêu quản lý đã được xác định.

2- Các loại giao tiếp

2.1- Giao tiếp xã giao

- Mục tiêu: Tạo ra thiện cảm đối với đối tượng được giao tiếp hoặc để tìm hiểu một số thông tin nào đó về đối tượng, thường được sử dụng trong buổi đầu gặp gỡ với các đối tượng giao tiếp.

2.2- Giao tiếp có mục tiêu kinh tế

- Nhằm thực hiện một mục đích đã được nhà quản lý xác định khi gặp gỡ đối tượng

+ Đối với người trong hệ thống: thường để giao nhiệm vụ, xử lý các xung đột hoạt giải thích các biện pháp để tiến hành các hoạt động kinh doanh.

+ Đối với người ngoài hệ thống: để ký hợp đồng, đàm phán, tranh luận.

3- Một số điểm cần lưu ý khi giao tiếp

- Khi gặp gỡ lần đầu không nên nói quá nhiều

- Kiên trì: nếu lần đầu chưa thành công thì tiếp tục giao tiếp trong các lần sau

- Cố gắng thuyết phục để đối tượng tán đồng với ý kiến của mình

- Giảm thiểu sự hiểu lầm về nhau

- Kiểm chế cảm xúc khi tức giận

- Thể hiện thái độ lắng nghe khi đối tượng giao tiếp trình bày nguyện vọng và mong muốn của họ.

4- Một số phong cách giao tiếp của nhà quản lý

4.1- Phong cách dân chủ

Sẽ đưa ra các kết luận trên cơ sở có bàn bạc và tham khảo ý kiến của cấp dưới.

4.2- Phong cách độc đoán

Nhà quản lý đưa ra quyết định dưới dạng mệnh lệnh, buộc cấp dưới phải thi hành.

4.3- Phong cách tự do

Nhà quản lý có thể thay đổi quyết định của mình một cách dễ dàng theo đề nghị của cấp dưới.

Như vậy, phong cách dân chủ là đúng đắn nhất. Phong cách độc đoán dễ gây ức chế dẫn đến kết quả không tốt.

II – Rủi ro trong hoạt động kinh tế

1- Rủi ro:

Là những tác hại bất thường trong quản lý kinh tế, các nhà quản lý không lường hết được nhưng phải chấp nhận và xử lý

2- Các nguyên nhân của rủi ro:

- Khách quan: Nằm ngoài hệ thống mà nhà quản lý xử lý: Động đất, hoả hoạn, bão lũ, chiến tranh
- Chủ quan: do con người trong hệ thống xảy ra: Người đứng đầu đường lối sai lầm, những người trong hệ thống xung đột nhau...

3- Các mức độ rủi ro:

3.1- Xung đột hệ thống:

- Các thành viên đứng đầu trong hệ thống là bộ phận trong hệ thống đã không đồng nhất với nhau về quan điểm, khác biệt về tâm lý: Các nghĩ, tính cách, lợi ích, sự khác nhau này làm cho các thành viên trong hệ thống tìm cách cản trở nhau, làm mất tự lực của nhau, tiêu diệt nhau
- Cách xử lý xung đột:

- + Tìm hiểu nguyên nhân và đưa ra những lời khuyên cần thiết
- + Xác định tính chất của các phe, loại bỏ phe không chính nghĩa
- + Đẩy cho xung đột đến đỉnh điểm để phân thắng bại
- + Chuyển cả 2 bên đến nơi khác để không có dịp gặp nhau trong trường hợp cả 2 bên đến có đúng, sai nhất định, chỉ nguồn nhân lực mới thay thế vào vị trí sau khi đã thuyên chuyển đi

3.2 . Đổ vỡ hệ thống:

- Hệ thống rơi vào trạng thái không thể hoạt động được, không thể mang lại lợi ích cho cách thành viên.

Có hai dạng đổ vỡ hệ thống

- Đổ vỡ chủ động: khi hệ thống đã xong nhiệm vụ, cần được giải thể
- Đổ vỡ thụ động: do con người gây nên, do lãnh đạo sai lầm trong đường lối hoặc do các thành viên của hệ thống mâu thuẫn và tiêu diệt lẫn nhau

Để tránh đổ vỡ thụ động cần phải:

- Thận trọng trong việc xem xét chủ trương, đường lối, chiến lược.
- Kịp thời xử lý các mâu thuẫn, xung đột.

BÀI KIỂM TRA TƯ CÁCH

- 1- *Bạn đang, đã hoặc sẽ là nhà quản lý trong tương lai. Bạn rút ra kết luận gì cần thiết cho bản thân mình từ sự hiểu biết về đặc điểm của người lao động chân tay, trí óc và người lãnh đạo trong hoạt động kinh tế?*
- 2- *Hãy cho một ví dụ về rủi ro trong hoạt động kinh tế, phân tích nguyên nhân và đề ra giải pháp khắc phục ?*