

# XÃ HỘI HÓA CÁC DỊCH VỤ GIA ĐÌNH Ở VIỆT NAM

## SOCIALIZATION OF FAMILY SERVICES IN VIETNAM

Nguyễn Thị Lan<sup>1\*</sup>

### TÓM TẮT

Thông qua phương pháp nghiên cứu định tính, tổng quan các tài liệu, dữ liệu thứ cấp, nghiên cứu này phân tích thực trạng về xã hội hóa các loại hình dịch vụ gia đình ở Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy, dịch vụ gia đình đã trở nên phổ biến ở khu vực kinh tế phát triển, tuy nhiên còn hạn chế ở những vùng điều kiện kinh tế thấp hơn; xã hội hóa các dịch vụ gia đình thể hiện sự phát triển của xã hội, tạo ra môi trường cạnh tranh, thúc đẩy sự phát triển, đem lại lợi ích cho gia đình nói riêng, toàn xã hội nói chung.

**Từ khóa:** loại hình dịch vụ gia đình; xã hội hóa

### ABSTRACT

Applying qualitative research methodology, a review of secondary literature and data, this study analyzes the current status of socialization of family services in Viet Nam. The results show that family services have become more prevalent in developed economies, but less popular in poorer areas. Socialization of family services demonstrates the development of society, creates a competitive environment, promotes development and brings benefit to family as well as the whole society.

**Keywords:** types of family service; socialization

<sup>1</sup>Khoa Lý luận Chính trị - Pháp luật, Đại học Công nghiệp Hà Nội

\*E-mail: lanlinhlinh@gmail.com

Ngày nhận bài: 02/04/2018

Ngày nhận bài sửa sau phản biện: 27/04/2018

Ngày chấp nhận đăng: 15/06/2018

### 1. GIỚI THIỆU

Trong cấu trúc cơ bản của xã hội (cá nhân - gia đình - xã hội), gia đình có vai trò và vị trí đặc biệt, quan trọng, vừa chuẩn bị hành trang cho mỗi cá nhân bước vào xã hội, vừa đón nhận từ xã hội những trọng trách to lớn trong việc duy trì sự ổn định và phát triển chung về mọi phương diện, nhất là giữ gìn và chuyển giao các giá trị văn hóa dân tộc từ thế hệ này sang thế hệ khác. Xã hội hóa việc cung cấp các dịch vụ gia đình là hoạt động vừa mang tính kinh tế vừa mang ý nghĩa xã hội. Khi được hỗ trợ những hoạt động gia đình, các thành viên lao động chính trong gia đình sẽ tập trung cho sản xuất, góp phần tăng trưởng kinh tế, đồng thời, việc chăm sóc người già, trẻ em vẫn được bảo đảm. Ngọn lửa ấm thật sự của hạnh phúc gia đình sẽ là chỗ dựa tinh thần cho mỗi cá nhân, là nền tảng cho sự bình ổn, tiến bộ của xã hội. Gia đình là một thiết chế xã hội đặc biệt, đảm nhận những chức năng xã hội đặc thù: chức năng sinh sản - tái sản xuất ra con người, duy trì nòi giống, cung cấp nguồn nhân lực mới cho xã hội; chức năng nuôi dưỡng, giáo dục; chức năng kinh tế - tổ chức đời sống gia đình, bảo đảm các nhu cầu sống cơ bản của các thành viên; chức năng đáp ứng nhu cầu tâm, sinh lý, tình cảm, chia sẻ, chăm sóc, yêu thương đặc biệt giữa các thành viên gia đình. Chính vì vậy,

sự tồn tại và phát triển của gia đình không chỉ liên quan đến cuộc sống của từng cá nhân mà còn liên quan đến sự ổn định và phát triển của xã hội. Đánh giá được ý nghĩa quan trọng đó của gia đình, Văn kiện Đại hội Đảng lần thứ XII đã nêu, "Đúc kết và xây dựng hệ giá trị văn hóa và hệ giá trị chuẩn mực của con người Việt Nam thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế. Làm cho giá trị văn hóa thấm sâu vào mọi lĩnh vực, mọi mặt hoạt động, mọi quan hệ xã hội, thành sức mạnh nội sinh quan trọng của phát triển bền vững. Xây dựng môi trường văn hóa lành mạnh, tạo điều kiện để xây dựng con người Việt Nam đẹp về nhân cách, đạo đức, tâm hồn; cao về trí tuệ, năng lực, kỹ năng sáng tạo; khỏe về thể chất; nâng cao trách nhiệm xã hội, nghĩa vụ công dân, ý thức tôn trọng, tuân thủ pháp luật; phát huy tốt vai trò chủ thể sáng tạo trong sự nghiệp xây dựng, bảo vệ Tổ quốc" (Đảng Cộng sản Việt Nam, 2016).

Vấn đề xã hội hóa việc cung cấp các dịch vụ gia đình hay còn gọi là hệ thống dịch vụ hỗ trợ gia đình là nhóm hoạt động vừa mang tính kinh tế vừa mang ý nghĩa xã hội rộng khắp; tạo điều kiện thuận lợi cho người dân có thời gian, kiến thức để phát triển gia đình và các thành viên gia đình có nhiều thời gian quan tâm đến nhau hơn. Hoạt động này sẽ phát triển hơn ở khu vực điều kiện kinh tế cao nhưng vẫn cần thiết được thực hiện ngay cả những khu vực mà điều kiện kinh tế còn hạn chế. Khi được hỗ trợ những hoạt động gia đình, các thành viên lao động chính sẽ tập trung cho đầu tư sản xuất, tăng trưởng kinh tế; việc chăm sóc người già, trẻ em được đảm bảo. Hiện nay, việc chuyên môn hóa giữa các ngành, lĩnh vực ngày càng sâu sắc, những loại hình dịch vụ nói chung, dịch vụ gia đình nói riêng ngày càng phát triển đa dạng về hình thức và nội dung. Xã hội hóa mạnh mẽ việc cung ứng các dịch vụ gia đình thể hiện sự phát triển của xã hội. Quá trình này cũng tạo ra môi trường cạnh tranh, thúc đẩy xã hội phát triển, đem lại sự thuận lợi cho các gia đình trong việc thụ hưởng các dịch vụ của xã hội.

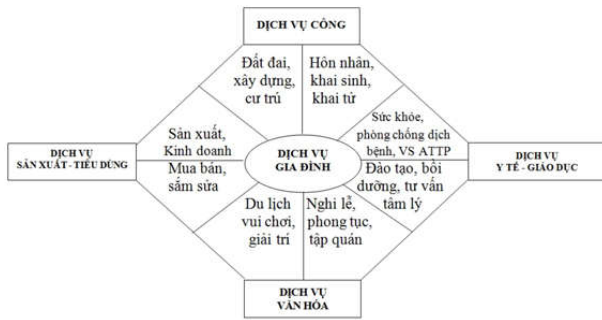
### 2. DỮ LIỆU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Áp dụng phương pháp nghiên cứu định tính, thu thập các dữ liệu thứ cấp liên quan đến vấn đề nghiên cứu, tác giả đã tổng hợp, phân tích thực trạng về xã hội hóa các loại hình dịch vụ gia đình ở Việt Nam, những vấn đề đặt ra cho hoạt động này trong giai đoạn hiện nay.

### 3. KẾT QUẢ VÀ BÌNH LUẬN

#### Các loại hình dịch vụ gia đình ở Việt Nam hiện nay

Với trình độ phát triển của nước ta hiện nay, dịch vụ gia đình được chia thành một số loại hình cơ bản, như sau: dịch vụ công, dịch vụ sản xuất - tiêu dùng, dịch vụ y tế - giáo dục và dịch vụ văn hóa (hình 1).



(Nguồn: Phạm Ngọc Trung, 2016)

Hình 1. Các loại hình dịch vụ gia đình ở Việt Nam hiện nay

**(i) Xã hội hóa dịch vụ công** là những dịch vụ thuộc lĩnh vực đất đai (cung cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất, quyền sở hữu tài sản trên đất...); xây dựng (giấy phép xây dựng, mua bán, sang tên đổi chủ bất động sản...); đăng ký quyền cư trú, tạm trú, tạm vắng, hộ khẩu, làm chứng minh nhân dân, khai sinh, khai tử, lập di chúc, nhập học vào các trường lớp trong hệ thống giáo dục quốc gia, đăng ký kết hôn và hoạt động liên quan đến tố tụng thuộc hệ thống pháp lý (xử án dân sự, hình sự, hôn nhân gia đình...). Quan điểm về xã hội hoá dịch vụ công được hình thành từ Nghị quyết Hội nghị BCH Trung ương Đảng lần thứ 4 (khoá VII) và được chính thức đưa vào trong văn kiện Đại hội Đảng VIII, "Các vấn đề chính sách xã hội đều giải quyết theo tinh thần xã hội hoá. Nhà nước giữ vai trò nòng cốt đồng thời động viên mỗi người dân, các doanh nghiệp, các tổ chức trong xã hội, các cá nhân và tổ chức nước ngoài cùng tham gia giải quyết các vấn đề xã hội". Nghị quyết Đại hội Đảng IX tiếp tục khẳng định, "Các chính sách xã hội được tiến hành theo tinh thần xã hội hoá, để cao trách nhiệm của chính quyền các cấp, huy động các nguồn lực trong nhân dân và sự tham gia của các đoàn thể nhân dân, các tổ chức xã hội". Như vậy, xã hội hoá chính là huy động nguồn lực từ khu vực tư nhân và sự tham gia của mọi thành phần kinh tế vào việc giải quyết các vấn đề thuộc chính sách xã hội của Nhà nước, nhưng không làm giảm vai trò, trách nhiệm của Nhà nước trong việc đảm bảo các dịch vụ công cơ bản cho người dân. Về cơ bản, có thể hiểu dịch vụ công gồm nhiều loại hình dịch vụ, từ dịch vụ vui chơi, giải trí, y tế, giáo dục, cơ sở hạ tầng, xóa đói giảm nghèo cho đến phúc lợi xã hội... Khi kinh tế và đời sống xã hội phát triển thì ngày càng có thêm nhiều loại hình mới về dịch vụ công với những phương thức cung cấp mới. Cùng với sự mở rộng của nền kinh tế thị trường, mức sống và lối sống của người dân ngày càng được nâng cao, phát sinh nhiều nhu cầu xã hội mới, nhất là sự khác biệt về nhu cầu giữa các đối tượng, thành phần và khu vực khác nhau (thành thị, nông thôn). Sự thay đổi như vậy luôn tạo ra áp lực cho chính quyền (tổ chức bộ máy, đội ngũ cán bộ, ngân sách...), vượt quá khả năng cung ứng và quản lý của Nhà nước. Do đó, xã hội hóa dịch vụ công là xu hướng tất yếu mà các thành phố đều hướng đến trong quá trình xây dựng và phát triển đô thị.

Xã hội hóa dịch vụ công trong lĩnh vực gia đình và dịch vụ công cho toàn xã hội là những căn cứ chủ yếu để đánh giá, tìm hiểu chỉ số PAPI (chỉ số hài lòng của dân chúng đối

với bộ máy công quyền). Chỉ số này thể hiện trình độ và đạo đức của bộ máy công chức, viên chức, thể hiện sự văn minh, tiến bộ xã hội. Do đó, vấn đề xã hội hóa dịch vụ công trong lĩnh vực gia đình giúp các vấn đề nêu trên được giải quyết nhanh chóng, góp phần tiết kiệm thời gian, lao động, tạo ra nhiều của cải, nâng cao chất lượng cuộc sống của mỗi gia đình - tế bào của xã hội.

**(ii) Xã hội hóa dịch vụ y tế - giáo dục** đã trở nên phổ biến trong xã hội hiện đại. Trong dịch vụ y tế, khám chữa bệnh, chăm sóc sức khỏe, sắc đẹp (thẩm mỹ), tâm sinh lý, sinh đẻ có kế hoạch, phòng chống dịch bệnh và vệ sinh an toàn thực phẩm, tham gia dịch vụ trong lĩnh vực này là những bác sĩ, nhà khoa học ở các bệnh viện (công và tư), trung tâm y tế dự phòng, viện khoa học chuyên ngành. Đặc biệt, hệ thống bác sĩ gia đình (chiếm 20% tổng dân số) là lực lượng quan trọng trực tiếp tham gia vào quá trình chăm sóc sức khỏe cho các thành viên trong gia đình, tư vấn thường xuyên, kịp thời để phát hiện, ngăn ngừa, xử lý các bệnh hiểm nghèo đúng lúc, có hiệu quả. Bác sĩ gia đình là loại hình dịch vụ gia đình tiến bộ, góp phần bảo vệ sức khỏe nhân dân và giảm bớt chi phí, thời gian, sự quá tải ở các bệnh viện. Theo thống kê của Tổ chức Y tế thế giới, chi cho sức khỏe hàng năm ở các quốc gia chiếm một tỷ lệ không nhỏ trong tổng sản phẩm thu nhập kinh tế quốc dân. Việt Nam là quốc gia đứng hàng đầu trong khu vực Đông Nam Á về chi phí cho sức khỏe hàng năm với 6,6% (Singapore là 4,2%, Thái Lan là 3,9%); ở nước Anh, chi 9% GDP, mỗi người dân chi khoảng 1.350 bảng/năm (tương đương 150,6 tỷ bảng/năm); nước Mỹ chi 16,9% GDP, mỗi người dân bình quân chi 8.000 USD/năm (tương đương 250 tỷ USD/năm). Đây được coi là một dịch vụ tiện ích, quan trọng trong cuộc sống hiện đại. Hiện, nhiều quốc gia trên thế giới xem Hàn Quốc, Thái Lan là thiên đường thẩm mỹ. Hàng năm, hơn 4.000 trung tâm dịch vụ thẩm mỹ trên khắp đất nước Hàn Quốc phục vụ khoảng 650.000 người với chi phí trên 50 tỷ USD, riêng thủ đô Seoul phục vụ 60.000 người/năm. Dịch vụ này đã và đang có xu thế phát triển mạnh ở nước ta. Mỗi cá nhân, tổ chức đều biết đến các dịch vụ làm đẹp, tư vấn và trực tiếp tham gia các dịch vụ mà mình lựa chọn phù hợp với thẩm mỹ, túi tiền mọi lúc, mọi nơi. Bên cạnh đó, nhu cầu được học tập một cách bài bản, hệ thống, theo tiêu chuẩn quốc gia và quốc tế ở Việt Nam cũng phát triển mạnh trong những năm gần đây. Dân số Việt Nam hiện có trên 92 triệu người, với hơn 21,5 triệu người đang trong độ tuổi đi học, đây là một thị trường lớn, thu hút các quốc gia hàng đầu thế giới về lĩnh vực giáo dục, đào tạo quan tâm, đầu tư; với hơn 110.000 học sinh, sinh viên đang theo học ở 40 quốc gia trên thế giới, các gia đình phải chi trên 3 tỷ USD/năm cho con em học tập ở nước ngoài. Đó là một khoản chi tiêu lớn, tương đương với lượng ngoại tệ thu về hàng năm từ xuất khẩu lúa, gạo. Nếu dịch vụ xã hội hóa giáo dục gia đình trong nước được củng cố, phát triển kịp thời, nâng cao chất lượng giáo dục, từng bước hỗ trợ cho hệ thống giáo dục quốc gia, từ đó, chẳng những phục vụ cho người Việt Nam, mà còn thu hút các du học sinh quốc tế đến học tập, góp phần làm giảm lượng ngoại tệ chi cho giáo dục ra nước ngoài. Do đó, dịch vụ xã

hội hóa giáo dục gia đình cần được hình thành một cách có kế hoạch, chiến lược cụ thể, ngăn chặn các tình trạng còn tồn đọng, đồng thời nâng cao uy tín của giáo viên. Trong năm 2015, 2016, các quốc gia tiên tiến như Mỹ, Pháp, Nhật... đã quyết định mở một số trường ở Việt Nam hoặc liên kết với các trường trong nước tham gia vào quá trình cung cấp dịch vụ giáo dục. Đây là một chủ trương cần được quán triệt, thực hiện để đáp ứng yêu cầu nguồn nhân lực chất lượng cao cho sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Trong môi trường kinh tế thị trường đang phát triển mạnh mẽ ở nước ta hiện nay, vị trí của hơn 20 triệu gia đình ở Việt Nam là một thị trường rộng lớn, mỗi gia đình (hoặc một nhóm gia đình) ngày càng khẳng định là một đơn vị kinh tế tương đối độc lập với nhu cầu lớn và đa dạng về dịch vụ kinh tế, tiêu dùng. Những gia đình chuyên sản xuất, kinh doanh ở lĩnh vực nông - lâm - ngư nghiệp rất cần xã hội hóa dịch vụ về giống cây trồng, vật nuôi, nguồn thức ăn cho gia súc, thuốc trừ sâu, bảo quản chế biến sau thu hoạch, xuất nhập khẩu nông sản, thực phẩm với các thị trường khu vực và quốc tế. Những gia đình hoạt động trong lĩnh vực công, thương nghiệp cần xã hội hóa dịch vụ về thị trường, nguyên-nhiên-vật liệu, kỹ thuật công nghệ để không ngừng cải tiến nâng cao năng suất lao động, chất lượng, hiệu quả sản xuất. Các công ty gia đình (hoặc một số gia đình có điều kiện) luôn quan tâm đến những loại hình dịch vụ bảo hiểm (bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, bảo hiểm tài sản, bảo hiểm con người...). Trong lĩnh vực y tế, xã hội hóa dịch vụ này sẽ góp phần nâng cao chất lượng trình độ chuyên môn cho bác sĩ, dịch vụ chăm sóc sức khỏe con người có tính cạnh tranh sẽ mang đến cho người bệnh những lựa chọn phù hợp.

Những dịch vụ nguồn nhân lực lao động, việc làm, xuất khẩu lao động, cùng dịch vụ tài chính, tiền tệ, ngân hàng cũng là một thị trường lớn giúp cho nhiều công ty có thể hoạt động có hiệu quả. Do áp lực của công việc chuyên môn và tốc độ phát triển kinh tế đô thị hiện nay, nhu cầu nguồn nhân lực giúp việc gia đình ngày càng lớn. Nhiều gia đình muốn chăm sóc cho trẻ em và người cao tuổi một cách tốt nhất. Hiện nay, thị trường nhân lực giúp việc ở nước ta đang bỏ ngõ cho các gia đình tự giao dịch, tìm kiếm. Cũng có một số công ty môi giới việc làm tham gia vào lĩnh vực này nhưng chưa chuyên nghiệp, thậm chí có tư tưởng làm ăn chộp giật. Chính vì vậy, thị trường này chưa phát huy hết hiệu quả, góp phần ổn định gia đình, mà còn tiềm ẩn nhiều rủi ro về an ninh, an toàn cho cả hai bên. Có nhiều trường hợp người giúp việc gia đình bị thiệt thòi về kinh tế, thậm chí bị hành hung, bạo lực.

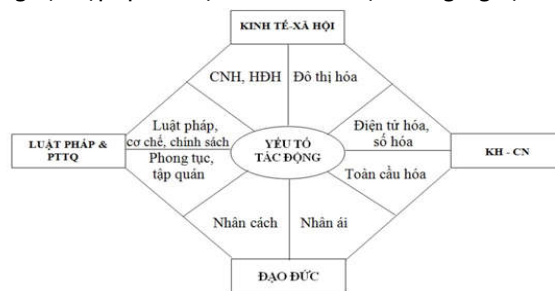
Dịch vụ gia đình trong lĩnh vực tiêu dùng, mua bán vật tư xây dựng, đồ nội thất, trang phục, thực phẩm cũng rất sôi động. Nhờ sự phát triển của khoa học kỹ thuật, công nghệ và đặc biệt là Internet, ngày nay mọi gia đình có thể mua bán các mặt hàng qua mạng ở mọi lúc, mọi nơi. Họ cũng có thể lắp đặt hệ thống camera an ninh để theo dõi các hoạt động của nhân viên trong khuôn viên sản xuất và sinh hoạt của người thân trong gia đình. Chủ hộ gia đình có

thể tham khảo giá cả, chất lượng và lựa chọn được những dịch vụ hoàn hảo, như ý.

(iii) **Xã hội hóa dịch vụ gia đình về văn hóa** là một trong những loại hình dịch vụ gia đình phát triển nhất hiện nay, như: dịch vụ du lịch, vui chơi, giải trí phát triển mạnh mẽ ở mọi vùng, miền trên đất nước. Nhờ xã hội hóa dịch vụ này, việc kết nối qua mạng ngày càng trở nên phổ biến và tiện lợi mà các công ty du lịch có thể trực tiếp hướng dẫn, tư vấn về những tour đa dạng, đáp ứng nhu cầu của mọi gia đình trong xã hội. Nhiều gia đình, kể cả ở miền núi hoặc hải đảo cũng có thể tham gia vào chuỗi dịch vụ du lịch trực tiếp với các gia đình khác trên mọi miền. Tuy nhiên, dịch vụ tổ chức hiếu, hỷ ở đô thị hiện nay đang bị biến thể, thực hiện theo cách hoàn toàn khác. Đám cưới ở các đô thị thường tổ chức ở khách sạn, nhà hàng, hoặc thuê người đến nhà nấu nướng, phục vụ. Đám hiếu thì thường được tổ chức ở nhà tang lễ của các bệnh viện hoặc của thành phố. Điều này đã dẫn đến việc mối quan hệ huyết thống trong gia đình hoặc quan hệ với xóm làng bị mờ nhạt, mỗi gia đình tự lo liệu tùy theo hoàn cảnh của mình. Dịch vụ gia đình trong nghi lễ vòng đời của một con người từ khi sinh ra cho đến khi trưởng thành, cưới xin, lên lão, đến ma chay, cầu cúng... đều có các công ty dịch vụ đảm nhận. Cách tổ chức này đã làm cho cảm xúc của con người thay đổi, cảm thấy buồn vì sự hiện diện của họ hàng, người thân, xóm làng không được đông đủ như xưa và nghi lễ cũng không còn sự trang nghiêm, trọng thể. Tuy nhiên, đây cũng có thể là con đường để tiến lên xã hội văn minh, tiến bộ. Tình yêu, hạnh phúc, đạo đức, sự hiếu thảo vẫn được thể hiện, chỉ có điều nó được thể hiện bằng cách thức đơn giản hơn, không cầu kỳ và tốn kém như xưa. Dịch vụ gia đình ở các đô thị về mặt nghi lễ, phong tục, tập quán là một nét đặc trưng, là loại nhu cầu đặc biệt không thể thiếu.

**Yếu tố tác động đến xã hội hóa các dịch vụ gia đình**

Xã hội hóa các dịch vụ gia đình dù ở loại hình nào đều là những hợp đồng kinh tế, vì vậy, luôn chịu sự tác động của những yếu tố: sự phát triển kinh tế, xã hội; luật pháp; phong tục tập quán; đạo đức; khoa học, công nghệ (hình 2).



(Nguồn: Phạm Ngọc Trung, 2016)

Hình 2. Yếu tố tác động đến xã hội hóa các dịch vụ gia đình

**Yếu tố kinh tế-xã hội:** các loại hình dịch vụ gia đình ở nước ta hiện nay đang phát triển dần từ trình độ tự phát, mang đậm yếu tố tình cảm sang trình độ có tổ chức nhất định, mang đậm yếu tố kinh tế. Về bản chất, đây chính là mối quan hệ tương tác hai chiều (hoặc đa chiều) giữa một bên có nhu cầu dịch vụ và một bên có khả năng đáp ứng dịch vụ.

**Yếu tố công nghiệp hóa, hiện đại hóa và yếu tố đô thị hóa:** quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa và đô thị hóa đã góp phần thúc đẩy kinh tế đất nước phát triển, từng bước phá vỡ cấu trúc của gia đình tiểu nông truyền thống, dần dần hình thành tầng lớp thị dân với mô hình gia đình hạt nhân hai thế hệ là chủ yếu. Song song với sự phát triển kinh tế ngày càng cao, sự phát triển xã hội cũng đạt đến trình độ nhất định, làm cho thế hệ trẻ ngày nay thay đổi nhận thức. Họ nhận thức được rằng gia đình là tế bào của xã hội, cần phải tương tác, trao đổi thì tế bào gia đình mới có thể phát triển được.

**Yếu tố luật pháp, cơ chế, chính sách:** để những dịch vụ gia đình đi vào cuộc sống, ngày càng trở nên rõ ràng, bảo đảm quyền lợi, nghĩa vụ của mỗi bên đều được thực hiện tốt thì hệ thống luật pháp, cơ chế chính sách cho những dịch vụ đó phải được xây dựng và ngày càng hoàn thiện. Hơn nữa, hệ thống cơ chế chính sách pháp luật cũng cần phải được cụ thể và minh bạch để có thể đi vào cuộc sống. Việt Nam với nền văn hóa phương Đông, trọng nghĩa hay nể nang, tâm lý nông dân còn đậm nét, đồng thời những yếu tố về tâm linh, tín ngưỡng, tôn giáo, dân tộc cũng chi phối, đã tác động đến các loại hình dịch vụ gia đình, vì vậy, những dịch vụ này cũng thiên về tình cảm hơn là về pháp lý, có thể xảy ra tranh chấp và thiệt thòi thường về phía người lao động.

**Yếu tố đạo đức** biểu hiện rõ nét nhất qua nhân cách con người, cũng tác động không nhỏ đến các loại hình dịch vụ gia đình. Vì dịch vụ là thỏa thuận, hợp đồng giữa hai bên, cho nên mỗi bên đều phải có trách nhiệm hoàn thành những điều đã cam kết. Những cam kết đó chỉ được thực hiện tốt khi mọi người đều phải có đạo đức, lòng trung thực, tôn trọng đối tác và phẩm giá của mình. Có lòng tự trọng, coi đối tác như chính người thân của mình, đồng thời coi sự thành đạt của đối tác là một phần quan trọng trong công việc của mình thì mâu thuẫn, tranh chấp mới không xảy ra.

**Yếu tố toàn cầu hóa** và sự phát triển của khoa học, công nghệ ngày càng tác động sâu sắc đến các loại hình dịch vụ gia đình. Từ khi tham gia vào toàn cầu hóa, nhận thức của đa số các bạn trẻ về vấn đề gia đình và dịch vụ gia đình đã thay đổi. Họ có thêm hiểu biết, thông tin và mô hình để tham khảo, nghiên cứu học tập, thực hiện. Tuy nhiên, khoa học công nghệ đã vô tình làm các thành viên trong gia đình giảm sự gắn kết, chia sẻ bằng lời nói, hành động trực tiếp. Công nghệ đã chiếm gần như toàn bộ thời gian của các thành viên trong gia đình nhất là đối với thế hệ trẻ. Hơn nữa, sự phát triển của khoa học, công nghệ, đặc biệt là truyền thông trong môi trường Internet đã thu hẹp khoảng cách giữa các cá thể trong xã hội, từ bữa ăn, giấc ngủ, phương tiện sinh hoạt trong gia đình cho đến nhu cầu tinh thần, vui chơi giải trí, học tập, tư vấn, chia sẻ tình cảm... đều có thể được phục vụ chu đáo, ranh giới giữa các gia đình với hệ thống dịch vụ gia đình trên quy mô quốc gia và quốc tế dường như đang bị xóa nhòa. Xã hội hóa dịch vụ gia đình vượt qua các rào cản, xuyên quốc gia, có thể kết nối với từng gia đình, trên các lĩnh vực làm cho mọi

nhu cầu đều được đáp ứng bất kỳ lúc nào. Đó là một bước tiến lớn lao của xã hội, dựa trên nền tảng của khoa học, công nghệ hiện đại nhưng chính điều này lại dẫn gia tăng khoảng cách giữa các thành viên trong gia đình.

#### **Vấn đề đặt ra từ xã hội hóa dịch vụ gia đình**

Bên cạnh việc xã hội hóa các dịch vụ gia đình mang lại lợi ích thiết thực, góp phần thúc đẩy xã hội phát triển thì vấn đề xã hội hóa dịch vụ gia đình cũng cho thấy còn nhiều vấn đề nảy sinh:

**Xã hội hóa dịch vụ công gia đình:** dịch vụ thuộc lĩnh vực đất đai (cung cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất, quyền sở hữu tài sản trên đất...) xây dựng (giấy phép xây dựng, mua bán, sang tên đổi chủ bất động sản...); đăng ký quyền cư trú, tạm trú, tạm vắng, hộ khẩu, làm chứng minh nhân dân, khai sinh, khai tử, lập di chúc, nhập học vào các trường lớp trong hệ thống giáo dục quốc gia, đăng ký kết hôn và hoạt động liên quan đến tố tụng thuộc hệ thống pháp lý (xử án dân sự, hình sự, hôn nhân gia đình...). Tuy nhiên, trong quá trình thực hiện các dịch vụ trên đã hình thành một đội ngũ không nhỏ làm việc trung gian (cò đất, cò làm các loại giấy tờ) nhằm kiếm lợi hoặc gây khó khăn cho các bên tham gia.

**Xã hội hóa dịch vụ y tế - giáo dục:** khi thực hiện xã hội hóa ở góc độ nào đó đã làm bộ phận không nhỏ cán bộ, giáo viên, bác sĩ bị tha hóa về phẩm chất. Lợi dụng xã hội hóa các dịch vụ gia đình một số các bác sĩ, cán bộ, giáo viên đã tư lợi cá nhân, lợi dụng ép làm thêm, học thêm tràn lan gây tổn kém về vật chất và ảnh hưởng đến sức khỏe của các thành viên trong gia đình. Trong y tế cũng như trong giáo dục bắt đầu hình thành tư tưởng của một bộ phận không nhỏ những người có tiền có thái độ không tôn trọng đức nghề nghiệp, truyền thống tôn sư trọng đạo của nghề. Bên cạnh đó, xã hội hóa dịch vụ gia đình y tế, giáo dục đã ảnh hưởng đến vấn đề công bằng người đến trước không có tiền vẫn phải chờ đợi, người có tiền được quan tâm chăm sóc, ưu tiên hơn.

**Xã hội hóa dịch vụ văn hóa:** các gia đình có thể tự do lựa chọn các tour du lịch, nhà hàng, khách sạn theo ý thích nhưng một số kẻ đã lợi dụng các thông tin trên mạng để lừa đảo như: book vé máy bay chuyển tiền trước nhưng đến sân bay không có vé, đặt nhà hàng, khách sạn nhưng ăn uống, ở, đi lại không đúng như trong quảng cáo, hợp đồng. Trong các đám cưới ở thành phố, đa số mời những người có tiền, có địa vị ở các nhà hàng sang trọng như để thể hiện đẳng cấp chứ không còn là niềm vui hỷ của cả dòng họ. Việc tang gia bối rối đã dần mất đi chữ nghĩa và tình: thuê người khóc mướn, không tổ chức tang lễ tại nhà, nhanh chóng đưa tang, thậm chí còn "check in" tươi cười trong đám ma... (thuê trọn gói).

#### **4. KẾT LUẬN**

Nghiên cứu này đã chỉ ra thực trạng về mảng ghép loại hình dịch vụ gia đình trong bức tranh tổng thể về các loại hình dịch vụ trong nền kinh tế Việt Nam. Dịch vụ gia đình đã và đang phát triển mạnh mẽ về quy mô và thể loại, đây cũng là tất yếu khách quan trong bối cảnh Việt Nam đang

hội nhập quốc tế ngày càng sâu, rộng. Các loại hình dịch vụ gia đình đã và đang giúp cho sinh hoạt gia đình ngày càng trở nên thuận tiện, hiệu quả. Trong xu thế toàn cầu hóa, Việt Nam đã gia nhập WTO, FTA... vì vậy, thị trường dịch vụ gia đình có nhiều cơ hội để phát triển, tuy nhiên yếu tố cạnh tranh cũng ngày càng gay gắt. Chính vì vậy, để hội nhập trong khu vực và thế giới, các loại hình dịch vụ gia đình cần được sự quan tâm từ cấp Trung ương đến địa phương và sự chung tay hành động của toàn xã hội. Bên cạnh đó, cần tiếp tục duy trì, thực hành các nguyên tắc đạo đức đối với thể hệ trẻ trong quá trình này. Có như vậy, các loại hình dịch vụ gia đình mới phát huy tối đa hiệu quả, không ngừng nâng cao chất lượng sống cho gia đình Việt Nam. Tuy nhiên, nghiên cứu này còn hạn chế, chỉ áp dụng các phương pháp nghiên cứu định tính mà chưa có nghiên cứu định lượng để đo lường sự tác động của các yếu tố đến xã hội hóa các dịch vụ gia đình, đây cũng chính là hướng nghiên cứu tiếp theo của tác giả trong tương lai./.

---

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**

[1]. Đảng Cộng sản Việt Nam, (2016). Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII. NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội, tr. 29.

[2]. Nguyễn Văn Quang, (2010). Hoàn thiện pháp luật về xã hội hóa cung ứng dịch vụ công ở Việt Nam. Đề tài khoa học cấp trường, Đại học Luật Hà Nội, LH-08-06-ĐHLHN.

[3]. Phạm Ngọc Trung, (2016). Loại hình dịch vụ gia đình ở Việt Nam dưới góc nhìn văn hóa. Tạp chí điện tử Văn hiến Việt Nam, <http://vanhien.vn/news/loai-hinh-dich-vu-gia-dinh-o-viet-nam-duoi-goc-nhin-van-hoa-47032>