

ĐỊNH HƯỚNG GIÁ TRỊ CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG TRONG MỘT SỐ DOANH NGHIỆP TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI

PGS.TS. Nguyễn Hữu Thu

Khoa Tâm lý học, Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn.

TÓM TẮT

Nghiên cứu tìm hiểu thực trạng biểu hiện và mức độ định hướng giá trị của người lao động tại doanh nghiệp Dệt 1915 và Canon Việt Nam. Nghiên cứu đi sâu vào ba mặt biểu hiện định hướng giá trị cơ bản của người lao động là: định hướng giá trị trong quan hệ với gia đình, cộng đồng và những người khác; định hướng giá trị đối với công việc, nghề nghiệp và định hướng giá trị đối với cá nhân, cái "tôi" lý tưởng; đồng thời chỉ ra khuynh hướng phát triển định hướng giá trị, các yếu tố ảnh hưởng tới định hướng giá trị của người lao động và đề xuất một số biện pháp tâm lý - xã hội nhằm giáo dục định hướng giá trị phù hợp với yêu cầu của sự phát triển xã hội và các chuẩn mực văn hóa, pháp luật của Việt Nam thời kỳ mở cửa, hội nhập quốc tế.

Từ khóa: *Định hướng, định hướng giá trị, định hướng giá trị của người lao động.*

1. Đặt vấn đề

Các nhà khoa học đã khẳng định con người là yếu tố quyết định cho sự phát triển xã hội, nghiên cứu con người, tiềm năng của con người là một trong những nhiệm vụ hết sức quan trọng cho mỗi quốc gia, dân tộc. Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XI của Đảng đã nhấn mạnh "Mọi chủ trương chính sách đúng đắn cần phải xuất phát từ con người và do con người; con người vừa là mục tiêu, vừa là động lực phát triển kinh tế - xã hội". Theo số liệu thống kê của Bộ Kế hoạch và Đầu tư cho thấy: tỉ trọng công nghiệp trong nền kinh tế quốc dân ngày càng gia tăng, nguồn vốn đầu tư đổ vào Việt Nam ngày càng nhiều, các khu công nghiệp mọc lên với một tốc độ nhanh và qui mô lớn chưa từng có. Những thay đổi trên đã ảnh hưởng rất lớn tới sự phân công lao động trong xã hội. Số người lao động công nghiệp ngày càng tăng trong tỉ trọng phân

công lao động của nền kinh tế quốc dân. Vì vậy, nghiên cứu người lao động đặc biệt là định hướng giá trị của họ là việc làm hết sức cần thiết. Định hướng giá trị là cốt lõi của nhân cách, qui định thái độ, mục đích, động cơ và xu hướng phát triển của con người. Nghiên cứu định hướng giá trị sẽ phục vụ trực tiếp cho mục tiêu phát triển toàn diện nhân cách, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cho sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá nước nhà. Mặc dù trong những năm gần đây đã có một số công trình nghiên cứu về giá trị, định hướng giá trị của thanh niên, học sinh, nhưng vẫn chưa có các công trình nghiên cứu về giá trị, định hướng giá trị của người lao động trong các doanh nghiệp. Chính vì thế, trong bài viết này, chúng tôi sẽ làm rõ thực trạng định hướng giá trị của người lao động trong các doanh nghiệp, các yếu tố ảnh hưởng tới định hướng giá trị và đưa ra một số biện pháp góp phần giáo dục định hướng giá trị cho người lao động hiện nay.

2. Phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu dựa trên cách tiếp cận hoạt động - giá trị - nhân cách với ba nguyên tắc phương pháp luận cơ bản là: tiếp cận cá nhân; nguyên tắc phát triển và hệ thống và nguyên tắc nhân cách - hoạt động. Các phương pháp nghiên cứu được sử dụng bao gồm: phân tích tài liệu, văn bản; quan sát; điều tra bằng bảng hỏi; phỏng vấn sâu; phân tích chân dung tâm lý và xử lý kết quả nghiên cứu bằng phần mềm thống kê toán học phiên bản 13.0.

Nghiên cứu được tiến hành trong hai năm 2009 - 2011 tại hai doanh nghiệp (doanh nghiệp cổ phần hóa và doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài) là doanh nghiệp Dệt 19/5 và doanh nghiệp Canon Bắc Thăng Long Việt Nam. Khách thể nghiên cứu là 530 người lao động (mỗi doanh nghiệp 215 người), 20 cán bộ quản lý (02 giám đốc, 06 phân xưởng trưởng và 12 tổ trưởng sản xuất). Mẫu nghiên cứu được lựa chọn một cách ngẫu nhiên theo danh sách do phòng nhân sự cung cấp. Trong số 530 phiếu khảo sát thu về, 21 phiếu không hợp lệ đã bị loại và 509 phiếu được đưa vào quá trình phân tích. Đặc điểm mẫu khách thể nghiên cứu được trình bày cụ thể tại bảng 1.

Bảng 1: Đặc điểm khách thể nghiên cứu

TT	Tuổi				Trình độ học vấn			
	18 - 25	26 - 35	36 - 45	> 45	PTTH	Trung cấp	ĐH	> ĐH
19/5	20,4%	24,2%	5,7%	2,1%	12,9%	4,6%	15,7%	1,2%
Canon	29,8%	13,8%	3,9%	1,1%	13,6%	31,9%	18,7%	1,4%
Tổng	50,2%	37,0%	9,6%	2,2%	26,5%	36,5%	34,4%	2,6%

3. Kết quả nghiên cứu

Giá trị và định hướng giá trị của nhân cách là một trong những vấn đề được nhiều nhà khoa học trong và ngoài nước quan tâm nghiên cứu, họ là những chuyên gia xã hội học, giáo dục học, triết học, tâm lý học... Cho đến nay, nội hàm khái niệm định hướng giá trị vẫn chưa được thống nhất. Nghiên cứu này tiếp cận định hướng giá trị dưới góc độ tâm lý học. Chúng tôi quan niệm: định hướng giá trị là thái độ, sự lựa chọn các giá trị (vật chất hoặc tinh thần) nào đó, được cá nhân, nhóm nhận thức, đánh giá, định hướng giá trị qui định chiều hướng phát triển của nhân cách và được thể hiện trong hoạt động của con người.

Khi nói tới định hướng giá trị là nói tới thái độ đặc biệt của con người đối với cái gì đó (vật chất, tinh thần), cái được họ nhận thức về ý nghĩa, tầm quan trọng đối cá nhân, xã hội qui định sự lựa chọn xu hướng hành động phù hợp với mục tiêu đặt ra. Định hướng giá trị của cá nhân được hình thành trong hoạt động và chịu sự ảnh hưởng của rất nhiều yếu tố. Quan hệ giữa định hướng giá trị và hoạt động luôn thống nhất, qui định, ảnh hưởng và tác động qua lại với nhau. Trong lao động con người luôn thể hiện một thái độ đối với công việc, đối với bản thân và những người xung quanh. Định hướng giá trị của người lao động trong doanh nghiệp rất đa dạng và mức độ biểu hiện cũng rất khác nhau. Kết quả một số công trình nghiên cứu cho thấy, nếu người lãnh đạo quan tâm tới đời sống, công việc, điều kiện làm việc, tiền lương và các chính sách cho người lao động thì họ sẽ có định hướng giá trị tích cực. Ngược lại, nếu người lãnh đạo không quan tâm tới người lao động thì định hướng giá trị của họ ít tích cực, không lao động hết mình cho doanh nghiệp. Trong bài viết này, chúng tôi quan niệm: *Định hướng giá trị của người lao động là thái độ, sự lựa chọn các giá trị của người lao động trong quan hệ đối với gia đình, cộng đồng và những người khác; trong hoạt động nghề nghiệp và quan hệ đối với bản thân, cái "tôi" lý tưởng định hướng hành vi, hoạt động và chiều hướng phát triển nhân cách của họ.*

Bài viết đi sâu phân tích định hướng giá trị của người lao động trong các doanh nghiệp trên ba mặt: định hướng giá trị trong quan hệ với gia đình, cộng đồng và những người khác; định hướng giá trị trong công việc, hoạt động nghề nghiệp và định hướng giá trị đối với bản thân, cái "tôi" lý tưởng.

3.1. Định hướng giá trị thể hiện trong quan hệ với gia đình, cộng đồng và những người khác của người lao động

Định hướng giá trị của người lao động trong quan hệ với gia đình, cộng đồng và những người khác là cơ sở hết sức quan trọng để đánh giá nội dung nhân cách của họ, là cơ sở để tạo nên tình cảm gia đình, sự tôn trọng và hiểu biết lẫn nhau, sự hợp tác, phối hợp với nhau để lao động có hiệu quả nhất.

**Bảng 2: Định hướng giá trị của người lao động
trong quan hệ với gia đình, các nhóm xã hội**

Nhóm	Tổng mẫu (%)			Dệt 19/5 (%)			Canon (%)			ĐTB	Thứ bậc
	Rất quan trọng	Quan trọng	Tổng	Rất quan trọng	Quan trọng	Tổng	Rất quan trọng	Quan trọng	Tổng		
Gia đình	88,4	11,0	99,4	89,0	10,6	99,6	87,8	11,4	99,2	1,15	1
Bạn bè	15,0	75,8	90,8	9,4	79,3	88,7	20,9	72,1	93,0	1,84	3
Thời gian dỗi	8,5	42,2	50,7	4,5	42,8	47,3	12,6	41,6	54,2	2,74	6
Nhóm chính trị	17,4	39,8	57,2	18,5	36,5	55,0	16,3	43,1	59,4	1,98	5
Nhóm công việc	52,8	43,6	96,4	43,1	53,7	96,8	62,8	33,2	96,0	1,69	2
Tôn giáo	6,9	19,2	26,1	3,2	24,2	27,4	10,8	13,8	64,6	1,92	4

Ghi chú: ĐTB được tính theo thang 5 điểm; (trong đó: Rất quan trọng = 1 điểm; Không quan trọng = 5 điểm).

Kết quả bảng 2 cho thấy:

Định hướng giá trị của người lao động hiện nay cao nhất đối với nhóm gia đình (ĐTB = 1,15); thứ hai là nhóm cùng làm việc (ĐTB = 1,69); thứ ba là nhóm bạn bè (ĐTB = 1,84); thứ tư là nhóm tôn giáo (ĐTB = 1,92); thứ năm là nhóm chính trị (ĐTB = 1,98) và thứ sáu là nhóm sử dụng thời gian rỗi (ĐTB = 2,74). Như vậy, giá trị gia đình và giá trị nhóm công việc được người lao động định hướng cao nhất, điều này phù hợp với các giá trị văn hóa truyền thống lâu đời của người Việt Nam.

Kết quả so sánh định hướng giá trị của người lao động ở doanh nghiệp Dệt 19/5 và Canon cho thấy, có sự tương đối đồng nhất về định hướng giá trị gia đình (99,6% và 96,2%) và định hướng giá trị nhóm công việc (96,8% và 96,0%), nhưng có sự khác biệt về định hướng giá trị đối với nhóm bạn bè, người lao động tại doanh nghiệp Canon đánh giá cao hơn người lao động tại doanh nghiệp Dệt 19/5 (93,0% và 88,7%). Theo chúng tôi, có sự chênh lệch này là do tại doanh nghiệp Canon (doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài) chỉ có tổ chức công đoàn hoạt động, vì thế nhu cầu liên kết với các nhóm bạn bè của

người lao động thể hiện cao hơn. Trong khi đó, tại doanh nghiệp Dệt 19/5 có rất nhiều tổ chức xã hội hoạt động (như tổ chức đảng, công đoàn, đoàn thanh niên, hội phụ nữ...), vì thế, nhu cầu liên kết với các nhóm bạn bè của người lao động được thỏa mãn tốt hơn.

Định hướng giá trị trong quan hệ với cộng đồng và những người khác của người lao động còn được thể hiện ở lòng tự hào là công dân của nước Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy, phần lớn người lao động trong các doanh nghiệp hiện nay đều tự hào mình được làm công dân của Việt Nam (90,8%). Như vậy, người lao động thể hiện tình yêu mạnh mẽ, thái độ tích cực đối với Tổ quốc, đồng bào. Họ cảm thấy vinh dự được làm công dân của nước Việt Nam. Từ đó, họ ý thức rõ trách nhiệm và bổn phận của mình đối với Tổ quốc. Kết quả so sánh cho thấy, lòng tự hào dân tộc của người lao động doanh nghiệp Dệt 19/5 và Canon là ngang bằng nhau (91,3% và 91,4%), so sánh theo lứa tuổi thì người lao động trên 45 tuổi có mức độ tự hào cao nhất (100%), sau đó là lứa tuổi từ 36 - 45 (91,4%).

Định hướng giá trị đối với cộng đồng và những người khác của người lao động còn được thể hiện sự quan tâm và đánh giá đối với tình hình chính trị, xã hội của đất nước. Kết quả nghiên cứu cho thấy, 45,8% số người lao động theo dõi tin tức một vài lần trong tuần; 32,2% số người lao động theo dõi tin tức hàng ngày, 14,9% theo dõi tin tức một vài lần trong tháng và 2,8% không theo dõi. Như vậy, số người lao động hàng ngày quan tâm, theo dõi tình hình chính trị, xã hội của đất nước là khá khiêm tốn 32,2%. Theo chúng tôi, nguyên nhân của hiện tượng trên là do người lao động trong các doanh nghiệp hiện nay phải lao động với một cường độ tương đối cao, thời gian đi đến chỗ làm mất nhiều, vì vậy ít có thời gian để theo dõi tình hình chính trị, xã hội của đất nước.

3.2. Định hướng giá trị thể hiện trong công việc và hoạt động nghề nghiệp của người lao động

Định hướng giá trị trong công việc của người lao động được thể hiện trong việc lựa chọn các giá trị, lợi ích việc làm. Kết quả nghiên cứu được thể hiện ở bảng 3.

Kết quả bảng 3 cho thấy, người lao động trong hai doanh nghiệp có định hướng giá trị công việc như sau: vị trí thứ nhất là công việc thu nhập cao (ĐTB = 1,55); vị trí thứ hai là công việc chắc chắn không có nguy cơ bị thất nghiệp (ĐTB = 1,74); vị trí thứ ba là được làm công việc yêu thích đem lại cảm giác thành công (ĐTB = 1,75); vị trí thứ 4 được làm việc với những người yêu thích (ĐTB = 2,22). Như vậy, người lao động có định hướng cao đối với các giá trị kinh tế, vật chất và xem nhẹ hơn các giá trị xã hội, giá trị tinh thần.

Nhận thức vai trò của lao động là một trong những yếu tố quan trọng thể hiện định hướng giá trị trong việc làm của người lao động. Kết quả nghiên

cứu cho thấy: ở vị trí thứ nhất, để phát triển đầy đủ tài năng cần có việc làm (ĐTB = 1,73); ở vị trí thứ hai, làm việc là trách nhiệm đối với xã hội (ĐTB = 2,07); ở vị trí thứ ba, nhận tiền mà không làm việc là điều xấu hổ (ĐTB = 2,22). Có thể nói, người lao động trong các doanh nghiệp hiện nay đã nhận thức rõ vai trò của lao động là phương thức tồn tại và phát triển cơ bản nhất của con người trong xã hội. Như vậy, người lao động trong các doanh nghiệp ở Hà Nội hiện đã định hướng được những giá trị cốt lõi, nhân văn của lao động, việc làm.

Bảng 3: Định hướng giá trị của người lao động khi lựa chọn công việc

TT	Các mệnh đề	Mức độ đồng ý (%)					ĐTB	Độ lệch chuẩn	Thứ bậc
		Hoàn toàn đồng ý	Đồng ý	Đồng ý nhiều hơn	Không đồng ý nhiều hơn	Hoàn toàn không đồng ý			
1	Công việc thu nhập cao	56,6	38,3	3,3	0,4	1,5	1,55	0,72	1
2	Công việc chắc chắn không có nguy cơ bị đóng cửa thất nghiệp	49,1	38,5	7,0	1,8	3,7	1,74	0,84	2
3	Được làm việc với những người yêu thích	24,9	46,1	20,4	4,8	3,7	2,22	0,93	4
4	Được làm công việc yêu thích, đem lại cảm giác thành công	51,6	35,6	10,5	1,5	0,7	1,75	0,78	3

Ghi chú: ĐTB được tính theo thang 5 điểm; (trong đó: Hoàn toàn đồng ý = 1 điểm; Hoàn toàn không đồng ý = 5 điểm).

Định hướng giá trị của người lao động đối với công việc được thể hiện qua thái độ đối với trả lương. Kết quả nghiên cứu cho thấy: ở vị trí thứ nhất, cần có sự khác biệt trong trả lương, mức lương phụ thuộc vào hiệu quả, chất lượng công việc của người lao động (ĐTB = 1,62); ở vị trí thứ hai, tiền lương cho người lao động không chỉ dựa trên hiệu quả, chất lượng công việc, mà còn dựa vào ý thức và thái độ lao động (ĐTB = 1,69); ở vị trí thứ ba, tiền lương của người lao động cần theo một thang chuẩn nhưng có tiền thưởng thêm cho những người tích cực (ĐTB = 1,72); ở vị trí thứ tư, tiền lương của người lao động cần được xây dựng theo một thang thống nhất (ĐTB = 2,32). Như vậy, người lao động đã chấp nhận sự khác biệt trong trả lương, mức lương phụ thuộc vào sự đóng góp cho doanh nghiệp, hiệu quả, chất lượng hoàn thành công việc của chính họ. Theo chúng tôi, đây là giá trị chuyển tiếp được hình thành trong nền kinh tế thị trường. Giá trị này đã trở thành yếu tố quan trọng thúc đẩy

người lao động có ý thức trách nhiệm hơn đối với doanh nghiệp và công việc được giao.

Định hướng giá trị đối với công việc còn thể hiện ở sự yên tâm của người lao động đối với công việc đang làm. Kết quả nghiên cứu cho thấy: ở vị trí thứ nhất, nếu có cơ hội tìm kiếm việc làm mới sẽ thảo luận với gia đình, người thân để quyết định (ĐTB = 1,96); ở vị trí thứ hai, không muốn chuyển công ty vì đã ở đây lâu (ĐTB = 2,40); ở vị trí thứ ba, nếu có cơ hội tìm được việc khác sẽ xin chuyển ngay (ĐTB = 2,84). So sánh theo giới thì nữ giới có khuynh hướng muốn chuyển công tác cao hơn nam giới (81,6% và 74,3%), so sánh theo lứa tuổi thì người lao động từ 36 - 45 tuổi có xu hướng muốn chuyển công việc cao hơn lứa tuổi 18 - 35 (85,6% và 81,3%). So sánh mức độ an tâm của người lao động đối với công việc trong hai doanh nghiệp là tương đương nhau (81,7% và 82,4%). Như vậy, có thể nói phần lớn người lao động doanh nghiệp hiện nay chưa yên tâm với công việc đang làm.

Kết quả nghiên cứu định hướng giá trị đối với nghề nghiệp cho thấy: vị trí thứ nhất là nghề có thu nhập cao (ĐTB = 1,64); vị trí thứ hai là nghề phù hợp với sức khỏe và trình độ cá nhân (ĐTB = 1,69); vị trí thứ ba là nghề có điều kiện chăm lo gia đình (ĐTB = 1,76). So sánh theo tiêu chí giới cho thấy, nam và nữ có định hướng giá trị đối với nghề có thu nhập cao tương đương nhau (94,0% và 92,3%). Nếu so sánh hai doanh nghiệp Dệt 19/5 và Canon thì định hướng giá trị nghề có thu nhập cao là ngang bằng nhau (cùng là 93,0%).

3.3. Định hướng giá trị của người lao động đối với cá nhân, cái "tôi" lý tưởng

Định hướng giá trị lao động đối với cá nhân, cái "tôi" lý tưởng được thể hiện qua sự lựa chọn của họ về các phẩm chất nhân cách. Kết quả nghiên cứu cho thấy: vị trí thứ nhất là lòng khoan dung và tôn trọng (ĐTB = 1,12); vị trí thứ hai là sự chăm chỉ (ĐTB = 1,22); vị trí thứ ba là tinh thần trách nhiệm (ĐTB = 1,27); vị trí thứ tư là lòng quyết tâm và kiên trì (ĐTB = 1,27); vị trí thứ năm là tính độc lập (ĐTB = 1,41).

Như vậy, có thể nói người lao động trong các doanh nghiệp có định hướng giá trị khá cao đối với các phẩm chất nhân cách mang tính nhân văn sâu sắc, phù hợp với truyền thống văn hóa của dân tộc đó là: lòng khoan dung, sự tôn trọng... Bên cạnh đó, họ đánh giá cao các phẩm chất nhân cách cần thiết cho con người trong nền kinh tế thị trường như: chăm chỉ, có trách nhiệm, quyết tâm và kiên trì và tính độc lập.

Định hướng giá trị đối với cái "tôi" lý tưởng của người lao động còn thể hiện qua mong muốn, ước mơ của họ. Kết quả cho thấy, người lao động có định hướng cao với các giá trị sau: vị trí thứ nhất, thành đạt trong nghề nghiệp (ĐTB = 1,69); vị trí thứ hai, làm việc tận tụy (ĐTB = 1,73); vị trí thứ ba, dám

nghe, dám làm, dám chịu trách nhiệm (ĐTB = 1,75); vị trí thứ tư, có khả năng tự lập và thích ứng cao (ĐTB = 1,81); vị trí thứ năm, sống có mục đích, hoài bão (ĐTB = 1,85). Nếu so sánh theo giới tính thì nam giới có định hướng giá trị đối với thành đạt trong nghề nghiệp cao hơn nữ giới (98,5% và 96,6%), so sánh hai doanh nghiệp nghiên cứu thì người lao động doanh nghiệp Dệt 19/5 có định hướng giá trị đối với thành đạt nghề nghiệp cao hơn người lao động tại doanh nghiệp Canon (97,3% và 96,6%).

Định hướng của người lao động đối với bản thân còn thể hiện qua các quan điểm sống của họ. Kết quả nghiên cứu cho thấy, người lao động trong các doanh nghiệp hiện nay có định hướng giá trị cao đối với các giá trị sau: ở vị trí thứ nhất, thương yêu và tôn trọng những người xung quanh (ĐTB = 1,77); vị trí thứ hai, năng động và thích ứng nhanh là phẩm chất quan trọng của người lao động mới (ĐTB = 1,78); vị trí thứ ba, sẵn sàng đấu tranh với những quan điểm không đúng (ĐTB = 1,88); vị trí thứ tư, luôn đặt lợi ích của gia đình, tập thể lên trên lợi ích của cá nhân (ĐTB = 2,35). Nếu so sánh hai doanh nghiệp nghiên cứu thì người lao động tại doanh nghiệp Canon có định hướng đối với giá trị thương yêu và tôn trọng những người xung quanh cao hơn người lao động doanh nghiệp Dệt 19/5 (93,8% và 88,3%), so sánh theo giới tính thì nữ có định hướng này cao hơn nam (92,1% và 90,3%).

Kết quả nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng tới định hướng giá trị của người lao động trong các doanh nghiệp cho thấy: các yếu tố chủ quan ảnh hưởng rất lớn tới định hướng giá trị của người lao động. Ở vị trí thứ nhất, ý thức trách nhiệm đối với bản thân và doanh nghiệp (84,6%); vị trí thứ hai, nhu cầu được cống hiến cho sự nghiệp xây dựng đất nước (81,6%); vị trí thứ ba, động cơ muốn khẳng định bản thân, được mọi người thừa nhận (77,9%); vị trí thứ tư là, thái độ đối với công việc, doanh nghiệp và mọi người xung quanh (76,1%). Trong số các yếu tố khách quan thì các yếu tố sau đây được người lao động đánh giá cao: vị trí thứ nhất là chế độ và điều kiện làm việc của doanh nghiệp (81,6%) (tiền lương, trợ cấp, bảo hiểm y tế, sức khỏe cho người lao động, chính sách bồi dưỡng, qui hoạch cán bộ...), vị trí thứ hai là, chính sách của Đảng và Nhà nước đối với doanh nghiệp và người lao động (75,6%); yếu tố thứ ba, hoạt động tuyên truyền, giáo dục (71,8%).

Sử dụng toán sắc xuất thống kê để xử lý, tính tương quan các kết quả nhận được theo các nhóm giá trị nghiên cứu là: định hướng giá trị trong quan hệ với gia đình, cộng đồng và người khác; định hướng giá trị trong công việc và nghề nghiệp và định hướng giá trị cá nhân, cái "tôi" lý tưởng, kết quả được thể hiện trong bảng 4.

Kết quả bảng 4 cho thấy, người lao động trong hai doanh nghiệp nghiên cứu có định hướng giá trị cao trong công việc, hoạt động nghề nghiệp (vị trí thứ nhất, ĐTB = 1,21); có định hướng giá trị khá cao đối với các giá trị cá nhân, cái

“tôi” lý tưởng (vị trí thứ hai, ĐTB = 1,87) và định hướng giá trị khá cao trong quan hệ với gia đình, cộng đồng và người khác (vị trí thứ ba, ĐTB = 2,50).

Bảng 4: Tương quan giữa các nhóm định hướng giá trị của người lao động

TT	Các nhóm giá trị	ĐTB	Độ lệch chuẩn	Thứ bậc
1	Định hướng giá trị trong quan hệ đối với người khác, đối với gia đình và cộng đồng	2,5	0,34	3
2	Định hướng giá trị trong công việc và nghề nghiệp	1,21	0,37	1
3	Định hướng giá trị đối với cá nhân, cái “tôi” lý tưởng	1,87	0,37	2

Kết quả nghiên cứu cho thấy, phần lớn người lao động (83,6%) đã khẳng định có sự khác biệt trong định hướng giá trị của người lao động hiện nay so với định hướng giá trị của người lao động trước đổi mới (1986). Kết quả phỏng vấn sâu cho thấy, nguyên nhân sự khác biệt định hướng giá trị này là do người lao động hiện nay có thu nhập cao hơn trước đây. Họ đã sử dụng thành tựu khoa học, công nghệ tốt hơn trong sản xuất; quản lý tốt hơn trước; người lao động có nhiều quyền lợi hơn; môi trường làm việc tốt hơn; xu thế mở cửa hội nhập với khu vực, quốc tế.

Người lao động đã chấp nhận có sự khác biệt trong việc trả lương. Theo họ cần có sự khác biệt trong việc trả lương, mức lương phụ thuộc vào hiệu quả và chất lượng công việc thực hiện. Kết quả nghiên cứu này cao hơn rất nhiều so với kết quả nghiên cứu của Phạm Minh Hạc, Phạm Thành Nghị năm 2003 (91,6% và 65,5%). Điều này cho thấy, giá trị chuyển tiếp này được hình thành một cách từ từ, phù hợp với những thay đổi diễn ra trong xã hội. Định hướng giá trị mới này đã trở thành một trong những định hướng giá trị quan trọng của người lao động trong nền kinh tế thị trường. Có thể nói, định hướng giá trị của người lao động hiện nay thiên về các giá trị cá nhân, giá trị vật chất hơn các giá trị xã hội, tinh thần. Người lao động hướng tới các công việc có thu nhập cao mà ít chú trọng tới các công việc có giá trị xã hội, giá trị tinh thần như trước đây.

Định hướng giá trị của người lao động đối với cá nhân, cái “tôi” lý tưởng cũng đã có sự khác biệt đáng kể như: người lao động hướng tới các giá trị nhân cách đặc trưng, thiết yếu trong nền kinh tế thị trường đó là: thành đạt trong nghề nghiệp; làm việc tận tụy; dám nghĩ, dám làm, dám chịu trách nhiệm; có khả năng thích ứng tốt và tính kỉ luật cao.

4. Kết luận và kiến nghị

4.1. Kết luận

- Định hướng giá trị của người lao động hiện nay có xu hướng thiên về các giá trị cá nhân, giá trị vật chất hơn các giá trị xã hội, tinh thần.

- Định hướng giá trị của người lao động có sự thay đổi phù hợp với những thay đổi diễn ra trong xã hội, vì thế một số giá trị chuyển tiếp được hình thành và dần được họ tiếp nhận.

- Định hướng giá trị của người lao động tuy có thay đổi, nhưng vẫn còn giữ được các giá trị văn hóa, đạo đức truyền thống của người Việt Nam (định hướng giá trị đối với gia đình; định hướng giá trị đạo đức trong giao tiếp, ứng xử).

Trong ba nhóm giá trị được nghiên cứu nêu trên, thì người lao động thể hiện định hướng giá trị cao nhất trong công việc, hoạt động nghề nghiệp; định hướng giá trị cao thứ hai đối với cá nhân, cái "tôi" lý tưởng và định hướng giá trị ở mức trung bình đối với gia đình và cộng đồng và người khác.

4.2. Kiến nghị

Từ kết quả nghiên cứu nhận được, chúng tôi đưa ra một số kiến nghị sau đây:

- Tăng cường vai trò của các kênh truyền thông đại chúng trong việc giáo dục chính trị, đạo đức, pháp luật cho người lao động bằng cách tuyên truyền các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước tới người lao động. Đặc biệt cần ưu tiên cho các chuyên đề về lối sống, giao tiếp, ứng xử của người lao động cho phù hợp các chuẩn mực văn hóa cộng đồng, pháp luật Việt Nam.

- Nâng cao vai trò của các tổ chức chính trị như: tổ chức Đảng, Đoàn thanh niên, tổ chức công đoàn, Hội Phụ nữ, Hội Cựu chiến binh trong công tác giáo dục giá trị và định hướng giá trị cho người lao động.

- Tăng cường giáo dục giá trị, định hướng giá trị đối với người lao động thông qua các hoạt động du lịch, vui chơi, thăm quan, hướng về nguồn - các địa danh lịch sử, cách mạng nhằm khơi dậy lòng tự hào dân tộc, truyền thống anh hùng, bất khuất của dân tộc.

- Cần kết hợp nhiều lực lượng trong hoạt động giáo dục giá trị, định hướng cho người lao động như: gia đình, lãnh đạo doanh nghiệp, chính quyền địa phương các tổ chức chính trị, xã hội và các tổ chức đoàn thể quần chúng khác, đồng thời đảm bảo tính đồng bộ, thống nhất mục tiêu, kế hoạch giáo dục.

- Trong giáo dục giá trị và định hướng giá trị cho người lao động cần coi trọng các giá trị chuyển tiếp, các giá trị hiện đại kết kết hợp với các giá trị truyền thống thì sẽ có hiệu quả hơn.

Tài liệu tham khảo

1. Phạm Minh Hạc, *Tâm lý học nghiên cứu con người trong thời đổi mới*, NXB Giáo dục, 2006.
2. Phạm Minh Hạc, *Nghiên cứu vấn đề con người trong công cuộc đổi mới*, NXB Hà Nội, 1994.
3. Phạm Thành Nghị (chủ biên), *Nâng cao hiệu quả quản lý nguồn nhân lực trong quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước*, NXB Khoa học xã hội, 2006.
4. Phạm Minh Hạc và Lê Đức Phúc (chủ biên), *Một số vấn đề nghiên cứu nhân cách*, NXB Chính trị Quốc gia, 2004.
5. Thái Duy Tuyên, *Tìm hiểu định hướng giá trị của thanh niên trong điều kiện kinh tế thị trường*, NXB Hà Nội, 1993.
6. Ronald Inglehart, *Human Values and Social Change Finding from the Values Surveys*, Brill Leiden-Boston, 2003.
7. Inglehart Roland, *Hiện đại hoá và hậu hiện đại hoá*, NXB Chính trị Quốc gia, 2008.