

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM TP. HỒ CHÍ MINH**

---

**Tôn Hoàng Hồ**

**NHẬN THỨC CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG Ở  
MỘT SỐ DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ TẠI  
KIÊN GIANG VỀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ TÂM LÝ HỌC**

**Thành phố Hồ Chí Minh – 2014**

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM TP. HỒ CHÍ MINH**

---

**Tôn Hoàng Hồ**

**NHẬN THỨC CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG Ở  
MỘT SỐ DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ TẠI  
KIÊN GIANG VỀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP**

Chuyên ngành : Tâm lí học

Mã số : 60 31 04 01

**LUẬN VĂN THẠC SĨ TÂM LÝ HỌC**

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:  
TS. ĐINH PHƯƠNG DUY

**Thành phố Hồ Chí Minh - 2014**

## **LỜI CAM ĐOAN**

Tôi xin cam đoan rằng đề tài “Nhận thức của người lao động ở một số doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Kiên Giang về văn hóa doanh nghiệp” là công trình nghiên cứu của riêng tôi.

Các thông tin, dữ liệu được sử dụng trong luận văn tuân theo quy định về trình bày luận văn thạc sĩ của trường đại học Sư Phạm Tp.Hồ Chí Minh và các kết quả nghiên cứu được trình bày trong luận văn này chưa được công bố tại bất kỳ công trình nghiên cứu nào khác.

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 09 năm 2014

Người cam đoan

Tôn Hoàng Hồ

## LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình hoàn thành luận văn tốt nghiệp này, tôi đã nhận được sự hướng dẫn, giúp đỡ rất tận tình của các Thầy Cô, bạn bè, quý doanh nghiệp và gia đình. Tôi xin được bày tỏ lời cảm ơn chân thành và sâu sắc tới:

TS.Đinh Phương Duy, dù rất bận rộn nhưng vẫn dành thời gian giảng dạy, giúp đỡ và động viên tôi trong suốt quá trình thực hiện và hoàn thành luận văn.

Các Thầy Cô giảng dạy lớp cao học khóa 23, ngành Tâm lý học trường Đại học Sư phạm Tp.Hồ Chí Minh đã giảng dạy cho tôi nhiều kiến thức bổ ích, không chỉ để phục vụ cho việc hoàn thành đề tài này, mà còn là hành trang theo tôi đi vào cuộc sống.

Các anh chị, bạn bè lớp Cao học trường Đại học Sư phạm Tp.Hồ Chí Minh luôn động viên và hỗ trợ tôi trong quá trình thực hiện luận văn tốt nghiệp.

Toàn thể lãnh đạo và nhân viên DNTN KH. Công ty TNHH KH, công ty TNHH TT, Công ty TNHH TPD, Công ty TNHH KL, Công ty TNHH CP đã rất nhiệt tình giúp tôi có được những số liệu phục vụ cho việc nghiên cứu.

Cuối cùng, xin cảm ơn gia đình đã luôn quan tâm, động viên, giúp đỡ tạo điều kiện cho con trong suốt quá trình học tập và thực hiện luận văn. Nếu không có những sự trợ giúp đó, con đã không thể hoàn thành luận văn này.

Tôn Hoàng Hồ

## DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

STT	Viết tắt	Viết đầy đủ
1	VHDN	Văn hóa doanh nghiệp
2	NLĐ	Người lao động
3	DNVVN	Doanh nghiệp vừa và nhỏ
4	ĐTB	Điểm trung bình

# MỤC LỤC

Trang phụ bìa

Lời cam đoan

Lời cảm ơn

Danh mục các chữ viết tắt

Mục lục

Danh mục các bảng

**MỞ ĐẦU** ..... 1

**Chương 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU** ..... 6

1.1. Tổng quan về lịch sử nghiên cứu vấn đề.....6

1.1.1. Ngoài nước.....6

1.1.2. Trong nước.....8

1.2. Cơ sở lý luận của đề tài.....9

1.2.1. Nhận thức.....9

1.2.2. Văn hóa doanh nghiệp (VHDN) .....16

1.2.3. Người lao động (NLĐ) .....26

1.2.4. Nhận thức của NLĐ về VHDN.....27

1.2.5. Doanh nghiệp vừa và nhỏ (DNVVN) .....32

**Tiểu kết chương 1**..... 35

**Chương 2. THỰC TRẠNG NHẬN THỨC CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG Ở MỘT SỐ DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ TẠI KIÊN GIANG VỀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP**..... 36

2.1. Tổ chức nghiên cứu thực trạng .....36

2.2. Mô tả mẫu nghiên cứu.....43

2.3. Kết quả nghiên cứu .....43

2.3.1. Thực trạng mức độ nhận biết của NLĐ về VHDN.....43

2.3.2. Thực trạng mức độ hiểu của NLĐ về VHDN.....55

2.3.3. Thực trạng mức độ vận dụng của NLĐ về VHDN.....77

2.3.4. Một số nguyên nhân gây ảnh hưởng đến nhận thức của NLĐ về VHDN .....94

2.3.5. Một số biện pháp nhằm nâng cao nhận thức của NLD ở một số	
DNVVN Tại Kiên Giang về VHDN .....	95
Tiểu kết chương 2.....	100
KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ.....	101
TÀI LIỆU THAM KHẢO .....	105
<b>PHỤ LỤC</b>	

## DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 2.1.	Mô tả thành phần trong mẫu nghiên cứu .....	43
Bảng 2.2.	Nhận biết của NLĐ về khái niệm VHDN.....	44
Bảng 2.3.	Nhận thức của NLĐ về mức độ cần thiết của các nhân tố cấu thành nên VHDN .....	46
Bảng 2.4.	Sự khác biệt trong mức độ nhận biết của NLĐ về VHDN thông qua việc đánh giá mức độ cần thiết của các nhân tố cấu thành VHDN theo phương diện bộ phận công tác .....	51
Bảng 2.5.	Sự khác biệt trong mức độ nhận biết của NLĐ về VHDN thông qua việc đánh giá mức độ cần thiết của các nhân tố cấu thành VHDN theo phương diện thời gian làm việc tại doanh nghiệp.....	53
Bảng 2.6.	Nhận thức của NLĐ về lợi ích của VHDN.....	55
Bảng 2.7.	Sự khác biệt trong mức độ hiểu của NLĐ thông qua việc đánh giá về lợi ích của VHDN theo phương diện bộ phận công tác.....	58
Bảng 2.8.	Sự khác biệt trong mức độ hiểu của NLĐ thông qua việc đánh giá về lợi ích của VHDN theo phương diện thời gian làm việc tại doanh nghiệp.....	59
Bảng 2.9.	Đánh giá của NLĐ về các hành vi tích cực tại doanh nghiệp.....	61
Bảng 2.10.	Đánh giá của NLĐ về các hành vi tiêu cực tại doanh nghiệp.....	63
Bảng 2.11.	Sự khác biệt trong đánh giá các hành vi của NLĐ theo phương diện bộ phận công tác .....	68
Bảng 2.12.	Sự khác biệt trong đánh giá của NLĐ về một số hành vi biểu hiện VHDN theo phương diện thời gian làm việc.....	72
Bảng 2.13.	Mức độ vận dụng của NLĐ về yếu tố hữu hình đặc trưng của doanh nghiệp.....	77
Bảng 2.14.	Mức độ vận dụng của NLĐ về việc tham gia lễ tất niên tại doanh nghiệp.....	79
Bảng 2.15.	Mức độ vận dụng của NLĐ về VHDN qua việc đánh giá hoạt động trong buổi lễ tất niên .....	80



Bảng 2.16. Mức độ vận dụng của NLĐ về VHDN qua hành vi ứng xử khi đồng nghiệp đùa quá trớn .....	81
Bảng 2.17. Mức độ vận dụng của NLĐ về VHDN qua hành vi ứng xử với thành viên mới .....	83
Bảng 2.18. Mức độ vận dụng của NLĐ về VHDN qua hành vi ứng xử với thành viên mới .....	84
Bảng 2.19. Mức độ vận dụng của NLĐ về VHDN qua hành vi ứng xử trong nội bộ nhóm .....	85
Bảng 2.20. Mức độ vận dụng của NLĐ về VHDN qua hành vi ứng xử trong nội bộ nhóm .....	86
Bảng 2.21. Mức độ vận dụng của NLĐ về VHDN qua hành vi ứng xử trong tình huống khách hàng nhờ trợ giúp .....	87
Bảng 2.22. Mức độ vận dụng của NLĐ về VHDN qua hành vi ứng xử trong tình huống khách hàng góp ý không đúng .....	88
Bảng 2.23. Mức độ vận dụng của NLĐ về VHDN qua hành vi ứng xử trong tình huống khách hàng góp ý không đúng .....	89
Bảng 2.24. Mức độ vận dụng của NLĐ về VHDN qua hành vi ứng xử trong tình huống khách hàng phản hồi về đồng nghiệp. ....	90
Bảng 2.25. Mức độ vận dụng các giá trị VHDN của NLĐ thông qua việc đề xuất các biện pháp nâng cao VHDN.....	92

## MỞ ĐẦU

### 1. Lí do chọn đề tài

Nền kinh tế nước ta vào những năm cuối thập kỷ 70, đầu thập kỷ 80 lâm vào khủng hoảng trầm trọng, đến cuối thập kỷ 80, cùng với thành công của đại hội Đảng lần IV (tháng 12 năm 1986) đất nước đã từng bước vượt qua khủng hoảng và phát triển ngày càng mạnh mẽ. Tiếp nối những thành công đó, cùng với việc kiểm điểm sâu sắc những hạn chế còn tồn tại trong quá trình phát triển kinh tế xã hội, đại hội Đảng lần thứ XI đã xác định phương hướng phát triển kinh tế trong giai đoạn sắp tới là huy động mọi nguồn lực để phát triển kinh tế một cách hiệu quả và bền vững, phù hợp với đặc điểm kinh tế xã hội của nước ta. Xây dựng một nền kinh tế mang đậm bản sắc, và giá trị Việt.

Vậy trong thời đại hiện nay, khi mà đất nước ngày càng hội nhập sâu rộng, trong điều kiện ngày càng có nhiều tập đoàn đa quốc gia tham gia vào nền kinh tế nước ta. Các doanh nghiệp của chúng ta, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, khó có thể cạnh tranh với họ về nguồn vốn, khoa học kỹ thuật, đồng thời yêu cầu của thực tiễn đòi hỏi các doanh nghiệp của chúng ta không thể chỉ là các doanh nghiệp gia công, là sân sau của các nước phát triển, mà phải vận dụng được những lợi thế riêng, phải xây dựng nên những thương hiệu riêng, tạo nên một nền kinh tế mang bản sắc Việt. Từ những yêu cầu đó, đòi hỏi mỗi doanh nghiệp của chúng ta cần phải xây dựng cho mình những kế hoạch mang tính chiến lược và khả thi, để có thể huy động tối đa mọi nguồn lực của mình trong “cuộc chơi” này. Vậy yếu tố gì sẽ tạo nên các thế mạnh, tạo nên giá trị riêng, huy động được sức mạnh của tất cả các thành viên của doanh nghiệp, nếu đó không phải là văn hóa doanh nghiệp.

Văn hóa của doanh nghiệp là tập hợp các giá trị tinh túy nhất từ tất cả các thành viên trong doanh nghiệp. Nó chi phối cách ứng xử, hành vi của các thành viên trong doanh nghiệp, thúc đẩy sản xuất kinh doanh phát triển và lan tỏa ra môi trường xung quanh. Nó là tài sản rất quý báu của doanh nghiệp, tạo dựng nền tảng cho doanh nghiệp bền vững và phát triển. Văn hóa doanh nghiệp không chỉ đơn