

CẤU TRÚC GIÁ TRỊ CÁ NHÂN TẠI MIỀN TRUNG VÀ TÂY NGUYÊN

PERSONAL VALUE SYSTEM IN CENTRAL AND HIGHLANDS OF VIETNAM

TS. Nguyễn Quốc Tuấn

TÓM TẮT

Bài viết trình bày kết quả nghiên cứu đặc điểm giá trị cá nhân tại Miền Trung và Tây Nguyên. Mục tiêu của nghiên cứu là nhận diện cấu trúc giá trị cá nhân, xác định những giá trị cá nhân quan trọng nhất và xác định mức độ quan trọng của nó tại các khu vực thuộc Miền Trung và Tây Nguyên. Dữ liệu khảo sát được thu thập từ người dân sống hoặc chịu ảnh hưởng chính tại các khu vực thuộc Miền Trung và Tây Nguyên, gồm các khu vực Bắc Trung bộ, Duyên hải Nam Trung bộ và Tây Nguyên. Dữ liệu thu thập được phân tích bằng các kỹ thuật thống kê, từ đó xác định danh mục và mức độ ưu tiên trong cấu trúc giá trị cá nhân và nhận diện sự tương đồng và khác biệt về các mức độ ưu tiên giá trị cá nhân giữa các khu vực thuộc Miền Trung và Tây Nguyên. Kết quả nghiên cứu là cơ sở để các nhà quản trị doanh nghiệp thiết kế các chính sách và thực hiện tốt công tác quản trị kinh doanh tại địa bàn này.

Từ khóa: giá trị; giá trị mục đích; giá trị phương tiện; giá trị cá nhân; cấu trúc giá trị.

ABSTRACT

The article presents results of research of characteristics of individual values in the Central and Central Highlands. The goal of the study is to identify the personal value structure, identify the most important personal values and determine the level of it's importance in areas in Central and Highlands. The survey data are collected from people living or being affected in areas in Central and Highlands, including areas of North Central, South Central Coast and Highland. The collected data was analyzed by statistical techniques, from which determine the category and priority of individual value structure and identify similarities and differences in the level of personal values priorities between areas in the Central and Highlands. The research results are the basis for business managers to design and implement appropriate policies in their business and management.

Keywords: values; terminal values; instrument values; personal values; value system.

1. Đặt vấn đề

Các doanh nghiệp Miền Trung và Tây Nguyên (MT-TN) đang đứng trước những cơ hội và thách thức của hội nhập kinh tế quốc tế. Hiệp định hợp tác kinh tế với các nước ASEAN với sự ra đời Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC) đã có hiệu lực và đang tác động mạnh mẽ đến các lĩnh vực hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp. Việt Nam cũng đã ký nhiều hiệp định hợp tác thương mại tự do khác như với Liên minh kinh tế Á Âu và hiện nay là đang trong quá trình thực hiện các thủ tục để đi đến việc tham gia chính thức vào hội nhập kinh tế với các nước trong Hiệp định hợp tác xuyên Thái Bình Dương (TPP). Trước tình hình đó, các doanh

nh nghiệp tại MT-TN thực sự đã và đang bước vào cuộc cạnh tranh với các doanh nghiệp trong và ngoài nước trong bối cảnh toàn cầu hoá.

Sự hiểu biết đặc điểm giá trị cá nhân, xác định được các giá trị cá nhân nào là chính yếu và tương quan về mức độ quan trọng của nó, có nghĩa cấu trúc giá trị cá nhân của một địa phương sẽ giúp cho các doanh nghiệp thêm cơ sở quan trọng trong thiết kế chính sách và thực hành công tác quản trị kinh doanh tại đây.

Đã có các nghiên cứu trên thế giới về hệ giá trị và sự tác động của nó đến nơi làm

TS. Nguyễn Quốc Tuấn, Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng

việc và hoạt động kinh doanh và quản trị trong tổ chức. Rokeach (1973) đã xác lập danh mục 18 giá trị mục đích và 18 giá trị phương tiện (Biểu 1). Whetten và Cameron (2011) đã chỉ ra, sự khác biệt cá nhân là một trong các nguồn gốc gây ra xung đột. Nghiên cứu đặc điểm cá nhân, trong đó tập trung về tính cách, giá trị là chủ đề của khoa học hành vi tổ chức. Robbins và Judge (2013) khẳng định giá trị là nhân tố chính tác động đến hành vi và thái độ. Giá trị của người nhân viên tại nơi làm việc là cơ sở nền tảng để đánh giá sự thành công của một phong cách lãnh đạo, đó là phong cách lãnh đạo bằng giá trị. Như Manning và Curtis (2003) đã xác định 6 giá trị của một phong cách lãnh đạo theo giá trị thành công, đó là: chính trực, quan tâm, trách nhiệm, kiên định, hoàn hảo và cam kết.

Tại Việt Nam, đặc điểm giá trị của người Việt Nam đã nhận được quan tâm của các học giả. Trên các diễn đàn trao đổi, trong các bài viết của các học giả và kể cả trong lời ca tiếng hát, giá trị của người Việt Nam đã được ca ngợi như yêu nước, yêu hoà bình, cần cù lao động. Lê Quang Bình (2015) trong bài tham luận "Đâu là giá trị của người Việt Nam" đã cho rằng các giá trị nổi bật nhất của người Việt Nam đó tinh thần yêu nước, ý chí tự cường, truyền thống đoàn kết vì đại nghĩa dân tộc, cần cù, sáng tạo, thích nghi. Học giả Lê Quang Bình cũng như nhiều học giả khác đã đề cập, xác định những đặc điểm giá trị và tính cách của người Việt Nam, cũng như những khác biệt ở các vùng miền nhưng thực sự chưa thấy có những dữ liệu có tính khách quan để minh chứng cho các đặc điểm giá trị và tính cách được đề cập đến. Tác giả cũng chưa nhận thấy có các nghiên cứu công bố đặc điểm giá trị cá nhân tại Miền Trung và Tây Nguyên với dữ liệu phân tích khách quan và chỉ rõ được các giá trị cá nhân nào đang được ưu tiên tại khu vực này.

Trong nghiên cứu này tác giả đã xác định cấu trúc 10 giá trị cá nhân trong số các giá trị cá nhân của Rokeach tại MT-TN và các khu vực của nó. Nghiên cứu còn xác định và phân tích sự mức độ khác biệt giữa các giá trị cá nhân trong cấu trúc giá trị của các khu vực. Bên cạnh đó, nghiên cứu đã đưa ra các bình luận và định hướng ứng dụng kết quả nghiên cứu làm cơ sở thiết kế các chính sách và thực hiện tốt công tác quản trị kinh doanh tại đây.

2. Cơ sở lý luận

Giá trị là khái niệm để chỉ đến những gì mà mỗi người cho là quan trọng, là cốt yếu và là kim chỉ nam cho hành động của họ. Con người sở hữu những giá trị mà sự hình thành của nó chịu ảnh hưởng của quốc gia mà họ được sinh trưởng, gây ra sự khác biệt với những con người từ các quốc gia khác gọi là giá trị văn hoá. Từ khía cạnh khác, có những giá trị hình thành ổn định đối với mỗi cá nhân, có đặc trưng khác biệt của sự ưu tiên đến nó đối với mọi người khác, đó là giá trị cá nhân.

Có hai loại giá trị cá nhân là giá trị mục đích và giá trị phương tiện. Giá trị phương tiện mô tả những tiêu chuẩn mong muốn về tư chất đạo đức hoặc phương pháp để đạt được mục đích. Giá trị mục đích mô tả mục đích hoặc mục tiêu mong muốn cuối cùng của cá nhân. Rokeach (1973) đã xác lập danh mục 18 giá trị mục đích và 18 giá trị phương tiện, như ở Biểu 1 sau.

Biểu 1. Những giá trị cá nhân

Giá trị mục đích	Giá trị phương tiện
1. Một cuộc sống tiện nghi	1. Tham vọng
2. Một cuộc sống thú vị	2. Cao thượng
3. Một ý thức về sự hoàn thành nhiệm vụ	3. Khả năng
4. Một thế giới hoà bình	4. Đấu tranh

5. Một thế giới xinh đẹp	5. Sạch sẽ
6. Công bằng	6. Can đảm
7. Một gia đình an toàn	7. Khoan dung
8. Tự do	8. Giúp đỡ
9. Hạnh phúc	9. Trung thực
10. Cân đối bên trong	10. Giàu trí tưởng tượng
11. Một tình yêu thật sự	11. Độc lập
12. An ninh quốc gia	12. Trí tuệ
13. Ước mơ	13. Hợp lý
14. Sự cứu tế	14. Đăm dắm
15. Tự trọng	15. Biết vâng lời
16. Sự thừa nhận của xã hội	16. Lịch sự
17. Tình bạn chân thành	17. Trách nhiệm
18. Sự thông thái	18. Tự kiểm soát

Nguồn: Trích từ biểu "Table 2 – Terminal and Instrumental Values, trang 65 (Whetten, Cameron, 2004).

Mỗi cá nhân sở hữu nhiều giá trị khác nhau nhưng khác nhau bởi hai khía cạnh, đó là tầm quan trọng hay còn gọi là nội dung của giá trị và thứ hai là mức độ quan trọng của giá trị này trong mối tương quan với các giá trị khác và từ đó hình thành nên cấu trúc giá trị cá nhân.

Sự khác biệt giá trị cá nhân không chỉ ở mỗi cá nhân với nhau mà ở giữa các khu vực, nhóm nghề nghiệp, nhóm đối tượng với đặc trưng nào đó với nhau, từ đó hình thành nên cách thức ưu tiên và ứng xử khác nhau giữa các nhóm này. Frederick và Weber (1990) đã xác định được sự khác biệt cấu trúc giá trị theo các nhóm ngành nghề, theo đó có sự khác biệt giá trị của các nhóm các nhà quản trị, nhân viên công đoàn và các nhà hoạt động xã hội. Năm giá trị mục đích ưu tiên của các nhà quản trị theo thứ tự đó là tự trọng, gia đình bình yên, tự do, cảm giác thành công, hạnh phúc; trong khi đó đối với các nhà hoạt động công đoàn đó là gia đình bình yên, tự do, hạnh phúc, tự trọng, tình yêu và với các nhà hoạt động xã hội thì là bình đẳng, thế giới hoà bình, gia đình bình yên, tự

trọng, tự do. Giá trị phương tiện quan trọng nhất của các nhà quản trị và hoạt động xã hội là trung thực, trong khi đó đối với nhân viên công đoàn là trách nhiệm.

Sự khác biệt giá trị thể hiện ở thế hệ, như ở xã hội Mỹ (Robbins S., Judge T., 2013), có thể ghi nhận những khác biệt giá trị nơi làm việc giữa các thế hệ kỳ cựu (lứa tuổi trên 60), thế hệ "bùng nổ" (lứa tuổi 40 đến 60) thế hệ X (lứa tuổi 20 – 40) và thế hệ Y (20 tuổi trở lại). Đối với thế hệ "bùng nổ", giá trị của họ là sự thành công, tham vọng, trung thành nghề nghiệp, không ưa thích quyền lực; trong khi đó giá trị của thế hệ X là cân bằng công việc – cuộc sống, định hướng nhóm, không thích luật lệ, trung thành các mối quan hệ; và đối với thế hệ Y đó là tự tin, thành công tài chính, tự lực nhưng vẫn định hướng nhóm, trung thành với bản thân và các mối quan hệ.

3. Phương pháp nghiên cứu

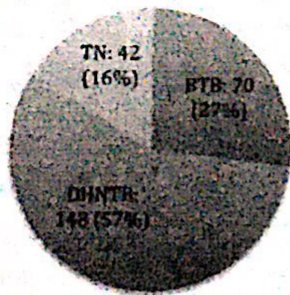
Tác giả đã thực hiện khảo sát thông qua bản câu hỏi. Người trả lời được đề nghị cho biết mức độ tầm quan trọng mỗi giá trị trong danh mục giá trị được liệt kê sẵn, được lập từ biểu danh mục giá trị của Rokeach. Trong bản câu hỏi được thiết kế, ngoài các thông tin chung để nhận diện đặc điểm mẫu khảo sát, tác giả sử dụng các thang đo là các giá trị cá nhân của Rokeach, gồm 18 thang đo giá trị mục đích và 18 thang đo giá trị phương tiện như được nêu ở biểu 1. Đối với các thang đo giá trị mục đích, câu hỏi đề dẫn để đáp viên trả lời theo các mức độ của thang đo Likert, đó là "Hãy cho biết mức độ anh / chị muốn đạt được các mục đích sau trong mối tương quan với các mục đích (1 – không quan trọng đến 5 – rất quan trọng)". Đối với các thang đo giá trị phương tiện, tác giả đặt vấn đề dẫn nhập đối với đáp viên là "Hãy cho biết tầm quan trọng các giá trị sau trong mối tương quan với các giá trị khác (1 – không quan trọng đến 5 – rất quan trọng)". Khảo sát

được thiết kế trên Drive của Google (2016). Người sinh trường hoặc có thời gian trường thành đáng kể tại khu vực nghiên cứu sẽ được đưa vào dữ liệu khảo sát.

Dữ liệu thu thập được phân tích bằng các kỹ thuật thống kê, từ đó xác định mức độ ưu tiên thông qua giá trị trung bình và nhận diện sự tương đồng và khác biệt về các mức độ ưu tiên giá trị cá nhân giữa các khu vực đối với các giá trị thuộc cấu trúc giá trị cá nhân.

Đề tài nghiên cứu quan tâm đến đặc điểm giá trị cá nhân của những người trưởng thành và chịu ảnh hưởng lớn tại các khu vực thuộc MT-TN, chưa đề cập đến yếu tố giới tính, ngành nghề và các yếu tố cá nhân khác.

Tổng số bản câu hỏi được trả lời từ các đáp viên của MT-TN đến ngày 26/08/2016 là 260 với số lượng và tỷ lệ khảo sát từ các khu vực lần lượt là Bắc Trung bộ (BTB) 70(27%); Duyên hải nam Trung bộ (DHNTB) 148(57%); Tây Nguyên (TN) 42(16%). Đặc điểm mẫu được mô tả ở Hình 1 sau.



Hình 1. Mẫu khảo sát

4. Kết quả và đánh giá

4.1. Đặc điểm chung về cấu trúc giá trị cá nhân

Điều có ý nghĩa mà chúng ta cần quan tâm không phải toàn bộ các giá trị mà là cấu trúc giá trị. Dữ liệu thu thập được cho phép xác định được cấu trúc 10 giá trị cốt yếu của mỗi khu vực và cả MT-TN và được thể hiện

như ở Biểu 2 dưới đây (Số trong ngoặc của mỗi giá trị là bình quân mức độ quan trọng của giá trị từ khảo sát). Các giá trị chiếm vị trí thấp hơn sẽ không được xem xét trong phân tích và nhận diện dưới đây.

Biểu 2. Cấu trúc giá trị cá nhân

TT	MT-TN	BTB	DHNTB	TN
1	Gia đình an toàn (4,81)	Gia đình an toàn (4,81)	Gia đình an toàn (4,82)	Gia đình an toàn (4,79)
2	Hạnh phúc (4,72)	Hạnh phúc (4,74)	Hạnh phúc (4,71)	Hạnh phúc (4,67)
3	Trách nhiệm (4,62)	Trách nhiệm (4,67)	Trách nhiệm (4,63)	Tự do (4,58)
4	Tự do (4,54)	Thế giới hòa bình (4,61)	Thế giới hòa bình (4,52)	Trách nhiệm (4,49)
5	An ninh quốc gia (4,52)	An ninh quốc gia (4,61)	Tự do (4,52)	Tình bạn chân thành (4,4)
6	Thế giới hòa bình (4,5)	Trung thực (4,57)	An ninh quốc gia (4,52)	Tự trọng (4,37)
7	Trung thực (4,4)	Công bằng (4,56)	Ý thức hoàn thành nhiệm vụ (4,45)	An ninh quốc gia (4,35)
8	Ý thức hoàn thành nhiệm vụ (4,4)	Tự do (4,56)	Tình bạn chân thành (4,38)	Trung thực (4,35)
9	Tình bạn chân thành (4,39)	Giúp đỡ (4,43)	Tự kiểm soát (4,35)	Ý thức hoàn thành nhiệm vụ (4,3)
10	Tự kiểm soát (4,36)	Tự kiểm soát (4,41)	Trung thực (4,34)	Tự kiểm soát (4,3)

Từ dữ liệu cấu trúc giá trị cá nhân đã được xác định, có thể có một số nhận xét sau:

- Có 7 giá trị đều thuộc cấu trúc giá trị cá nhân của các khu vực BTB, DHNTB, TN và cũng là các giá trị trong cấu trúc giá trị của MT-TN đó là “gia đình an toàn”, “hạnh phúc”, “trách nhiệm”, “tự do”, “an ninh quốc gia”, “trung thực” và “tự kiểm soát”.

- Có những giá trị cá nhân thuộc cấu trúc giá trị tại một hay vài khu vực và cả MT-TN nhưng lại không thuộc cấu trúc giá trị cá nhân của một khu vực nào đó thuộc MT-TN. Chẳng hạn, “Thế giới hoà bình” thuộc cấu trúc giá trị cá nhân ở hai khu vực BTB, DHNTB và cũng thuộc cấu trúc giá trị cá nhân của cả MT-TN, nhưng lại không thuộc cấu trúc giá trị cá nhân của khu vực TN.

- Có 3 giá trị cá nhân không nằm trong nhóm 10 giá trị thuộc cấu trúc giá trị cá nhân chung cho cả MT-TN nhưng nó xuất hiện trong cấu trúc giá trị cá nhân của ít nhất một trong các khu vực nên nó cũng sẽ được xem xét trong phân tích của chúng ta. Ba giá trị đó là “công bằng”, “giúp đỡ” và “tự trọng”.

4.2. Phân tích và đánh giá

Tác giả đã thực hiện kiểm định bằng phân tích ANOVA đối với giá trị “gia đình an toàn”. Kết quả của phân tích ANOVA bằng SPSS 20 đã cho như sau:

Biểu 3. Kết quả phân tích ANOVA giá trị “gia đình an toàn” ANOVA (gdat_md)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.023	2	.011	.043	.958
Within Groups	67.743	257	.264		
Total	67.765	259			

Biểu 4: Kết quả so sánh giữa các nhóm đối với giá trị “gia đình an toàn”

Multiple Comparisons (Dependent Variable: gdat_md)

(I) khu_vuc	(J) khu_vuc	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	-.002	.075	1.000	-.18	.18
	3	.024	.099	1.000	-.22	.26
2	1	.002	.075	1.000	-.18	.18
	3	.026	.089	1.000	-.19	.24
3	1	-.024	.099	1.000	-.26	.22
	2	-.026	.089	1.000	-.24	.19

Theo kết quả ở Biểu 3, giá trị $F = 0.043$ và $p(F) = 0.985 > 0.05$ nên không đủ cơ sở bác bỏ giả thuyết, có nghĩa chấp nhận rằng không có sự khác biệt về mức độ quan trọng của giá trị “gia đình an toàn” giữa các khu vực thuộc MT-TN. Biểu 4 về kết quả so sánh giữa các nhóm với các sig. đều lớn hơn 0.05 cũng khẳng định về việc không có sự khác biệt về mức độ quan trọng của giá trị “gia đình an toàn” khi so sánh từng cặp khu vực với nhau.

Tương tự, lần lượt thực hiện phân tích ANOVA với tất cả các giá trị còn lại, cho kết quả như sau:

- Thứ nhất, không có sự khác biệt mức độ quan trọng của các giá trị trong cấu trúc giá trị cá nhân giữa các khu vực thuộc MT-TN đối với các giá trị: “gia đình an toàn”, “hạnh phúc”, “trách nhiệm”, “tự do”, “an ninh quốc gia”, “thế giới hoà bình”, “trung thực”, “ý thức hoàn thành nhiệm vụ”, “tình bạn chân thành”, “kiểm soát”, “tự trọng”.

- Thứ hai, có sự khác biệt mức độ quan trọng của các giá trị “công bằng” và “giúp đỡ” giữa các khu vực.

Phân tích ANOVA đối với giá trị “công bằng” cho kết quả ở Biểu 5.6.

Biểu 5. Kết quả phân tích ANOVA giá trị "công bằng"

ANOVA (cb_md)					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	13.807	2	6.903	9.186	.000
Within Groups	193.132	257	.751		
Total	206.938	259			

Biểu 6. Kết quả so sánh giữa các nhóm đối với giá trị "công bằng"

Multiple Comparisons (Dependent Variable: cb_md)						
I) khu_vuc	J) khu_vuc	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	.271	.126	.096	-.03	.57
	3	.720*	.168	.000	.32	1.12
2	1	-.271	.126	.096	-.57	.03
	3	.449*	.150	.009	.09	.81
3	1	-.720*	.168	.000	-1.12	-.32
	2	-.449*	.150	.009	-.81	-.09

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Theo Biểu 5, với $F = 9.186$ và $p(F) = 0.000 < 0.05$ nên đủ cơ sở bác bỏ giả thuyết, chấp nhận đối thuyết hay có mức độ quan trọng khác nhau của giá trị "công bằng" giữa các khu vực thuộc MT-TN.

Theo Biểu 6, với các sig. < 0.05 tại các vị trí đánh dấu (*) cho phép khẳng định có sự khác biệt giá trị "công bằng" giữa khu vực TN với các khu vực BTB và DHNTB.

Phân tích ANOVA với giá trị "giúp đỡ" cho kết quả như ở Biểu 7,8

Biểu 7. Kết quả phân tích ANOVA giá trị "giúp đỡ"

ANOVA (gd_pt)					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	4.535	2	2.267	4.868	.008
Within Groups	119.711	257	.466		
Total	124.246	259			

Theo Biểu 7, với $F = 4.868$ và $p(F) = 0.008 < 0.05$ nên đủ cơ sở bác bỏ giả thuyết, chấp nhận đối thuyết hay có mức độ quan trọng khác nhau của giá trị "giúp đỡ" giữa các khu vực thuộc MT-TN.

Biểu 8. Kết quả so sánh giữa các nhóm đối với giá trị "giúp đỡ"

Multiple Comparisons (Dependent Variable: gd_pt)						
I) khu_vuc	J) khu_vuc	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	.204	.099	.121	.03	.44
	3	.405*	.132	.007	.09	.72
2	1	-.204	.099	.121	-.44	.03
	3	.201	.118	.271	.08	.49
3	1	-.405*	.132	.007	-.72	-.09
	2	-.201	.118	.271	-.49	.08

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Theo Biểu 8, với các sig. < 0.05 tại các vị trí đánh dấu (*) cho phép khẳng định có sự khác biệt ở giá trị "giúp đỡ" giữa khu vực BTB với TN.

5. Kết luận và đề nghị các hướng nghiên cứu tiếp theo

5.1. Thảo luận

Kết quả nghiên cứu giúp cho các nhà quản lý trong các doanh nghiệp thêm được thông tin để thấu hiểu nhân viên, thấu hiểu khách hàng tại các khu vực thuộc MT-TN.

Trong thiết kế các chính sách nguồn nhân lực và công tác quản trị nói chung, cần xem xét nội dung của nó đảm bảo đang ủng hộ hay duy trì các giá trị hiện tại bởi điều đó giúp gia tăng sự thành công của công tác quản trị nguồn nhân lực. Chẳng hạn như, một chính sách tôn tạo 7 giá trị ưu tiên và chung cho MT-TN, nhất là các giá trị “gia đình an toàn”, “hạnh phúc”, “trách nhiệm” nếu như đã áp dụng thành công tại một khu vực thì có thể áp dụng thành công cho khu vực khác của MT-TN. Hai giá trị “gia đình an toàn” và “hạnh phúc” chiếm vị trí ưu tiên hàng đầu tại tất cả các khu vực thuộc MT-TN cho chúng ta nhận thức được tầm quan trọng của hoạt động công đoàn trong các tổ chức, doanh nghiệp tại vùng miền này. Công tác quản trị và quan tâm của doanh nghiệp không thể hiệu quả nếu thiếu đi sự quan tâm cho các hoạt động công đoàn của nó. Người lao động tại MT-TN như vậy có mức độ hưởng ứng cao đối các hoạt động công đoàn và quan tâm nhiều đến sự tham gia và thụ hưởng từ các chính sách, sự ưu đãi, sự quan tâm của doanh nghiệp, nhất là trong các dịp nghỉ lễ, tết, ngày phụ nữ quốc tế, phụ nữ Việt Nam, ngày thiếu nhi, và kể cả các ngày giỗ, lễ hội, cưới hỏi, những ngày người lao động có nhu cầu cho các công việc truyền thống gia đình.

Sự khác biệt trong cấu trúc giá trị cá nhân cũng là điều cần ghi nhận và xem xét đến. Giá trị “công bằng” là giá trị quan trọng nói chung trong công tác quản trị nguồn nhân lực, nhất là trong đánh giá thành tích, thù lao, thăng tiến, tuy nhiên dữ liệu phân tích cho thấy rằng nó thật sự quan trọng đối với khu vực BTB (chiếm vị trí thứ 7 trong cấu trúc 10

giá trị quan trọng nhất) hơn các khu vực khác của MT-TN (không nằm trong cấu trúc 10 giá trị). Điều đó có nghĩa việc thiếu hụt trong đáp ứng giá trị này chưa hẳn là gây ra xung đột đối với DHNTB và TN, nhưng sẽ là nguồn gốc gây xung đột đối với BTB.

Nhận thức được cấu trúc giá trị cá nhân, sự tương đồng và khác biệt mức độ ưu tiên tại các khu vực của MT-TN cũng như cho cả MT-TN không chỉ hữu ích cho việc xây dựng các chính sách, cho công tác thực hành quản trị mà cho cả các hoạt động quản trị và kinh doanh hướng đến khách hàng, trong mối quan hệ với cộng đồng và kể các với các đối tác tại MT-TN. Chẳng hạn như khách hàng MT-TN khi sử dụng một sản phẩm gia dụng như sử dụng ga trong gia đình, hay lắp đặt một hệ thống thiết bị điện, họ sẽ quan tâm đến, ngoài các tiêu chí như tiện lợi, chi phí, hiệu quả, chắc chắn rằng vấn đề an toàn cho người sử dụng, cho trẻ em, cho người già sẽ là tiêu chí quan trọng được tính đến trong quyết định mua.

5.2. Kết luận

Đề tài nghiên cứu đã xác định cấu trúc 10 giá trị cá nhân quan trọng nhất của MT-TN và của mỗi khu vực của nó, đó là BTB, DHNTB, TN. Đã xác định 7 giá trị có mức ưu tiên cao và chung đối với các khu vực. Đã xác định các giá trị ưu tiên cho khu vực này nhưng không phải cho khu vực khác. Đã thực hiện các phân tích xác định sự tương đồng và khác biệt mức độ ưu tiên các giá trị cá nhân tại các khu vực. Bên cạnh đó đề tài đã định hướng cho các doanh nghiệp về ứng dụng hiểu biết cấu trúc giá trị cá nhân của các khu vực thuộc MT-TN trong công tác quản trị và kinh doanh, trong quan hệ với nhân viên, trong các chính sách đối với khách hàng.

5.3. Đề nghị các hướng nghiên cứu tiếp theo

Để thấu hiểu đặc điểm của con người, có thể tiến hành các nghiên cứu không chỉ về giá trị cá nhân như đề tài nghiên cứu đã thực

hiện, mà có thể nghiên cứu sự khác biệt hay tương đồng về văn hoá, chẳng hạn như theo cách tiếp cận đa văn hoá của Hofstede (1980), Trompenaars (1997). Kết quả nghiên cứu khía cạnh đa văn hoá, kết hợp với cấu trúc giá trị cá nhân như đã được đề cập trong bài viết này, sẽ cung cấp cho các nhà quản trị doanh nghiệp có cái nhìn tổng quan, toàn diện, sâu sắc hơn về đặc điểm của con người MT-TN và các khu vực của nó.

Trong đề tài này, sự khác biệt trong các ảnh hưởng giữa hai nhóm giá trị mục đích và phương tiện chưa được chú trọng phân tích. Trong các nghiên cứu tiếp theo cần

làm rõ sự ảnh hưởng của các loại giá trị này cũng như cần xác định không chỉ là cấu trúc giá trị cá nhân mà là cấu trúc giá trị cá nhân theo nhóm giá trị mục đích và nhóm giá trị phương tiện. Ngoài ra chúng ta có thể thực hiện các nghiên cứu về sự ảnh hưởng của cấu trúc giá trị lên phong cách lãnh đạo, lên hiệu quả kinh doanh, lên các chỉ tiêu của hoạt động quản trị và kinh doanh để đưa ra các biện pháp đạt được những kết quả tốt nhất cho tổ chức.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Lê Quang Bình (2015), *Đâu là giá trị của người Việt Nam*. (<http://www.nhavantphcm.com.vn/doc-duong-van-hoc/dau-la-gia-tri-cua-nguoi-viet-nam.html>).
- [2] Hofstede, G. (1980), *Culture's Consequences: International culture differences in work-related values*, London: Sage.
- [3] Manning G., Curtis K. (2003), *The Art of Leadership*, McGraw-Hill, US.
- [4] Frederick W.C., Weber J., *The Values of Corporate Managers and Their Critics: An Empirical Description and Normative Implications*, Business Ethics: Research Issues and Empirical Studies (Greenwich, CT: JAI Press, 1990), pp. 123-144.
- [5] Robbins S., Judge T. (2013), *Organizational Behavior*, 15ed, England, Pearson.
- [6] Rokeach M. (1973), *The nature of human values*, New York, Free Press.
- [7] Trompenaars F., Hamden-Turner C. (1997), *Riding the Waves of Culture*, McGraw-Hill, US.
- [8] Whetten D., Cameron (2004), *Developing management skills*, 5ed, Prentice Hall.
- [9] Whetten D., Cameron (2011), *Developing management skills*, 8ed, Prentice Hall.