

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA
HỒ CHÍ MINH**

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

MẠC QUỐC ANH

**GIÁO DỤC VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP CHO NGƯỜI LAO ĐỘNG
TRONG CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA
Ở THÀNH PHỐ HÀ NỘI HIỆN NAY**

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ CHÍNH TRỊ HỌC

HÀ NỘI, NĂM 2024

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA
HỒ CHÍ MINH

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

MẠC QUỐC ANH

GIÁO DỤC VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP CHO NGƯỜI LAO ĐỘNG
TRONG CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA
Ở THÀNH PHỐ HÀ NỘI HIỆN NAY

Chuyên ngành: Công tác tư tưởng

Mã số: 9 31 02 01

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ CHÍNH TRỊ HỌC

Người hướng dẫn khoa học:

PGS,TS. PHẠM HUY KỶ

PGS,TS. TRẦN THANH GIANG

HÀ NỘI, NĂM 2024

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Văn hóa doanh nghiệp có vai trò quan trọng, quyết định phần lớn đến sự phát triển bền vững của một doanh nghiệp. Đây là những giá trị, niềm tin và tiêu chuẩn mà mọi người trong doanh nghiệp thừa nhận, suy nghĩ và hành động như một thói quen.

Văn hóa doanh nghiệp không đến một cách tự nhiên. Nó là kết quả của một quá trình tuyên truyền, giáo dục, hình thành và phát triển. Vì vậy, giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong doanh nghiệp được coi là nhiệm vụ chính trị của mỗi doanh nghiệp trong quá trình toàn cầu hóa, hội nhập và phát triển. Trong bối cảnh hội nhập khu vực và quốc tế sâu rộng như ở Việt Nam hiện nay, văn hóa doanh nghiệp quyết định sự trường tồn của doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Nhờ chú trọng giáo dục văn hóa doanh nghiệp, các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố Hà Nội thời gian qua đã có những bước phát triển nhất định, thích ứng với những thay đổi lớn của tình hình trong và ngoài nước. Nhờ đẩy mạnh giáo dục văn hóa doanh nghiệp, các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố Hà Nội đã xây dựng được đội ngũ nhân viên có kỹ năng xuất sắc và tính kỷ luật cao, người lao động sáng tạo, tác phong linh hoạt, cơ bản phù hợp với yêu cầu của thời đại 4.0.

Tuy nhiên, chúng ta phải thẳng thắn thừa nhận rằng, với những thay đổi nhanh chóng của thời đại mới, đặc biệt là đại dịch Covid-19 đang bao trùm toàn cầu, đã có rất nhiều vấn đề nảy sinh đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại thành phố Hà Nội, đòi hỏi phải tăng cường hơn nữa công tác giáo dục văn hóa doanh nghiệp.

Những vấn đề trên cho thấy, văn hóa doanh nghiệp và giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động đã, đang và sẽ là yếu tố quan trọng, đồng hành cùng sự phát triển bền vững của doanh nghiệp, đặc biệt khi thế giới ngày càng trở nên phức tạp, thậm chí còn có những thay đổi lớn hơn và nhanh hơn. Các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố Hà Nội cần tìm giải

pháp xây dựng và từng bước chuyển hóa văn hóa doanh nghiệp thành bản sắc riêng của mình. Xuất phát từ thực trạng này, có thể thấy, việc nghiên cứu giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố Hà Nội hiện nay là cần thiết và cấp bách. Vì vậy, tác giả chọn đề tài: ***Giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội hiện nay*** làm luận án tiến sĩ Chính trị, chuyên ngành công tác tư tưởng

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu của luận án

2.1. Mục đích nghiên cứu

Nghiên cứu làm rõ cơ sở lý luận của việc giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa, trên cơ sở đó khảo sát thực trạng, đề xuất một số phương hướng và giải pháp chủ yếu nhằm tăng cường giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội trong thời gian tới.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để thực hiện được mục đích nêu trên, luận án tập trung giải quyết các nhiệm vụ sau:

- Trình bày tổng quan tình hình nghiên cứu có liên quan tới đề tài luận án, từ đó xác định các kết quả đã được kế thừa, phát triển đồng thời chỉ ra những vấn đề luận án cần tiếp tục nghiên cứu.
- Phân tích làm rõ một số vấn đề lý luận về giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa.
- Khảo sát đúng thực trạng giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội, chỉ rõ ưu điểm, hạn chế và nguyên nhân, những vấn đề đặt ra của việc giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Hà Nội hiện nay.
- Đề xuất phương hướng và giải pháp chủ yếu nhằm tăng cường giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội thời gian tới.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

Luận án nghiên cứu về giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội. Theo thống kê của Sở Kế hoạch Đầu tư thành phố Hà Nội, tổng số doanh nghiệp đăng ký hoạt động trên địa bàn thành phố Hà Nội tính đến ngày 31-12-2023 là 378.476 đơn vị, trong đó doanh nghiệp nhỏ và vừa chiếm 98%.

Luận án tiến hành khảo sát thực trạng giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động ở 105 doanh nghiệp đại diện cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội.

Luận án nghiên cứu giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội trong thời gian từ năm 2016 đến nay (Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 1846/QĐ-TTg về việc lấy ngày 10/11 hàng năm là ngày Văn hóa Doanh nghiệp Việt Nam). Đây là giai đoạn các doanh nghiệp nhỏ và vừa Hà Nội phát triển nhanh chóng cả về số lượng và chất lượng. Đồng thời đây cũng là giai đoạn tình hình trong nước và quốc tế có nhiều biến động lớn, thời cơ và thách thức đặt ra đan xen, văn hoá doanh nghiệp có sự giao thoa với quốc tế.

4. Câu hỏi và giả thuyết nghiên cứu

4.1. Câu hỏi nghiên cứu

- Cơ sở lý luận cho việc giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa là gì?

- Thực trạng giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội đang diễn ra như thế nào?

- Cần có phương hướng và giải pháp tăng cường giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội để mang lại hiệu quả như thế nào?

4.2. Giả thuyết nghiên cứu

Một là, giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam nói chung, ở Hà Nội nói riêng về cơ bản đã có cơ sở lý luận, tuy nhiên, cần bổ sung, hoàn thiện cho phù hợp với sự phát triển của thực tiễn.

Hai là, giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội trong thời gian qua đã có những ưu điểm lớn nhưng vẫn còn những hạn chế và bất cập cần phải khắc phục trong thời gian tới.

Ba là, giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội trong thời gian tới cần có đề xuất các phương hướng và giải pháp phù hợp mới đem lại hiệu quả cao.

5. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

5.1. Cơ sở lý luận

Luận án được nghiên cứu trên cơ sở các nguyên lý, lý luận của chủ nghĩa Mác- Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, các quan điểm của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước về công tác tư tưởng, công tác tuyên truyền, đồng thời tiếp thu, kế thừa có chọn lọc phát triển các kết quả nghiên cứu của các công trình khoa học trong và ngoài nước có liên quan.

5.2. Phương pháp nghiên cứu

Luận án dựa trên các quan điểm phương pháp luận duy vật biện chứng và duy vật lịch sử của chủ nghĩa Mác Lênin.

Bên cạnh đó, luận án sử dụng phương pháp phân tích tổng hợp, phương pháp logic và lịch sử, phương pháp thống kê, so sánh, quan sát, phương pháp tổng kết thực tiễn và nghiên cứu lý luận, phương pháp phỏng vấn chuyên gia.

Phương pháp điều tra xã hội học: thu thập số lượng khoảng 1500 phiếu hỏi qua khảo sát 100 doanh nghiệp, người lao động trên địa bàn.

6. Đóng góp của luận án

Luận án có những đóng góp sau:

- Luận án góp phần hệ thống, luận giải, làm sáng tỏ các vấn đề lý luận về giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở nước ta

hiện nay.

- Luận án góp phần làm rõ thực trạng giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội.

- Luận án đề xuất một số phương hướng và giải pháp chủ yếu dưới góc độ khoa học công tác tư tưởng nhằm tăng cường giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội hiện nay.

7. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của luận văn

- Dưới góc độ khoa học chính trị, kết quả nghiên cứu của luận án góp phần cung cấp thêm tư liệu khoa học phong phú, đáng tin cậy phục vụ giảng dạy, học tập, nghiên cứu, lãnh đạo, quản lý phát triển văn hoá doanh nghiệp, giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam nói chung, Hà Nội nói riêng.

- Kết quả nghiên cứu của luận án góp phần xây dựng một số giải pháp chủ yếu nhằm tăng cường giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội hiện nay.

8. Kết cấu của luận án

Ngoài phần Mở đầu, Kết luận, Danh mục Tài liệu tham khảo, Phụ lục, luận văn bao gồm 4 chương, 11 tiết.

Chương 1

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN

1.1 Các công trình nghiên cứu về công tác tư tưởng và giáo dục tư tưởng

1.1.1. Các công trình nghiên cứu của nước ngoài

AA Episep (1980), *Công tác tư tưởng trong lực lượng vũ trang Liên Xô*; XI Xuronitrenco (chủ biên) (1982), *Hoạt động tư tưởng của Đảng Cộng sản Liên Xô*; Chương Tư Nghị (chủ biên) (1987) *Giáo trình công tác chính trị của Quân đội Giải phóng Nhân dân Trung Quốc* (dùng trong các học viện; trường học thời kỳ mới), Tôn Kế Lương (2002), *Nâng cao hiệu quả giáo dục chính trị, tư tưởng ở cơ sở*; Xắcxavát Xuânthêpphimmason (2003), *Công tác tư tưởng của Đảng Nhân dân Cách mạng Lào ngày nay*; Trần Khang, Lê Cư Lộc dịch (2003), *Nguyên tắc tuyên truyền tư tưởng trong thời kỳ đổi mới*; BunĐuông CayXôn (2008), *Chất lượng công tác tư tưởng của Đảng bộ các tỉnh đồng bằng miền Trung, CHDCND Lào trong giai đoạn hiện nay*; Chu Xianxin, Feng Lingzhi (2008), *Tăng cường sức hấp dẫn và sức mạnh tập hợp của hệ tư tưởng xã hội chủ nghĩa*; OnKhom PhomMaKon (2008), *Đổi mới, kiện toàn hệ thống tổ chức đảng, hệ thống chính trị trong quá trình phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Lào*; SomPhon ButDi (2012), *Tăng cường giáo dục chính trị, tư tưởng cho cán bộ; chiến sĩ Bộ An ninh nhân dân Lào*; Bành Lập Bình (2013), *Tăng cường xây dựng tác phong cán bộ thiết thực thực hiện vì dân; thực tế; thanh liêm*. Nguru Tiều Hiệp (2017), *Xây dựng diễn đàn giáo dục chính trị và tư tưởng hiệu quả và thiết thực*; Trần Đình và Tào Tổ Minh (2017), *Đánh giá hiệu quả công tác giáo dục công tác tư tưởng*.

1.1.2. Các công trình nghiên cứu trong nước

Tác giả Hà Học Hợi và Ngô Văn Thạo (chủ biên) (2002), *Đổi mới, nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác tư tưởng*; Triệu Quang Tiến (2003),

Nâng cao hiệu quả công tác tư tưởng của Đảng bộ các xã miền núi phía Bắc hiện nay; Tác giả Lương Khắc Hiếu (2005), Những giải pháp hữu hiệu nhằm ngăn chặn và đẩy lùi sự suy thoái tư tưởng chính trị của cán bộ, đảng viên ở nước ta hiện nay; Tác giả Hoàng Quốc Bảo (chủ biên) (2006), Học tập phương pháp tuyên truyền cách mạng Hồ Chí Minh, Giáo trình lưu hành nội bộ Học viện Báo chí Tuyên truyền; Đỗ Ngọc Ninh (Chủ tịch) (2009), Xử lý tình huống trong CTMT, dân vận của Đảng; Tác giả Phạm Huy Kỳ (2009), Các loại hình tuyên truyền và tiêu chuẩn đánh giá các loại hình tuyên truyền; Tác giả Trần Thị Anh Đào (2010), Công tác tư tưởng và vấn đề đào tạo cán bộ làm công tác tư tưởng; Tác giả Phạm Huy Kỳ (2010), Công tác tư tưởng ở nước ta trước yêu cầu mới; Phạm Huy Kỳ (2010), Lý luận và phương pháp nghiên cứu, giáo dục lý luận chính trị; Nguyễn Đức Hà (2010), Một số vấn đề trong xây dựng tổ chức cơ sở Đảng hiện nay; Nguyễn Danh Tiên (2010), Đảng Cộng sản Việt Nam lãnh đạo công tác tư tưởng trong thời kỳ mới; Nguyễn Tất Thắng (chủ biên) (2010), Đổi mới công tác tư tưởng, lý luận phục vụ sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc; Tạ Ngọc Tấn (2010), Đổi mới CTMT, lý luận phục vụ sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc; Đào Duy Quát (chủ biên) (2010), Công tác tư tưởng; Ngô Huy Tiếp (2011), Những vấn đề lý luận về công tác tư tưởng của Đảng hiện nay; Nguyễn Việt Phương (chủ nhiệm đề tài) (2011), Năng lực lãnh đạo và sức chiến đấu của các tổ chức đảng cơ sở cấp xã ở các tỉnh miền núi Tây Bắc nước ta - Thực trạng và giải pháp; Ngô Văn Thạo (2012), Giải pháp, điều kiện thực hiện phòng, chống suy thoái tư tưởng chính trị, đạo đức, lối sống trong cán bộ, đảng viên; Tô Huy Rứa (2012), Một số vấn đề về công tác lý luận, tư tưởng, tổ chức của Đảng trong thời kỳ mới; Phạm Văn Linh (2012), Nâng cao tính thuyết phục của công tác tư tưởng đáp ứng yêu cầu mới của sự nghiệp cách mạng ở nước ta; Nguyễn Văn Dữ (2012), Đổi mới, nâng cao hiệu quả công tác tư tưởng ở Tiền Giang; Tác giả Hoàng Quốc Bảo, Một số yêu cầu cơ bản quy định tính thuyết phục trong công tác tư tưởng của Đảng;

1.2 Các công trình nghiên cứu về văn hoá, văn hoá doanh nghiệp và

giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động các doanh nghiệp nhỏ và vừa

1.2.1. Các công trình nghiên cứu nước ngoài

Edgar H.Schein (1992), *Văn hóa tổ chức và cấu trúc của văn hóa tổ chức* (Organizational Culture); G. Hofstede (1994), *Văn hóa doanh nghiệp*; Verne E. Hederson (1996), *Đạo đức kinh doanh*; David H. Maister (2005), *Bản sắc văn hóa doanh nghiệp*; Geert Hofstede (2010), *Văn hóa và tổ chức - phần mềm tư duy*; Johnson và Sholes (2005), *Khám phá chiến lược doanh nghiệp*

Ginevicius và Vaitkunaite (2006), *Tác động của các khía cạnh văn hóa doanh nghiệp đến hiệu quả tổ chức*; Edwinah Amah (2009), *Văn hóa doanh nghiệp và hiệu quả tổ chức: Nghiên cứu ngành ngân hàng Nigeria*; Robert (2015), *Nghiên cứu về Giám đốc điều hành ngân hàng, văn hóa doanh nghiệp và rủi ro*; Cameron và Quinn (2011), *Chẩn đoán và thay đổi văn hóa tổ chức: Dựa trên khung giá trị cạnh tranh*; Denison và Mishra (1990), *Hướng tới một lý thuyết về văn hóa tổ chức và hiệu quả, khoa học tổ chức*.

1.2.2. Các công trình nghiên cứu trong nước

Theo tác giả Nguyễn Mạnh Quân (2011), *Đạo đức kinh doanh và Văn hóa công ty*; Trịnh Quốc Trị (2009), *Công cụ đo lường văn hóa doanh nghiệp*; Đỗ Thị Phi Hoài (2017), *Giáo trình Văn hóa doanh nghiệp*; Nguyễn Thị Hồng Thắm (2014), *Tác động của văn hóa tổ chức đến chính sách khen thưởng; khuyến khích ở doanh nghiệp Việt Nam*; Đỗ Minh Cường (2001), *Văn hóa kinh doanh và triết lý kinh doanh*; Tác giả Phùng Xuân Nhạ (2010) đề tài cấp Nhà nước *Nhân cách doanh nhân và văn hóa kinh doanh ở Việt Nam trong tiến trình đổi mới và hội nhập quốc tế*; Dương Thị Liễu (chủ biên) (2012), *Văn hóa doanh nghiệp*; Nguyễn Mạnh Quân (2012), *Đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp*; Phan Quốc Việt và Nguyễn Huy Hoàng (2012), *Xây dựng văn hóa doanh nghiệp - Yếu tố quyết định sự trường tồn của doanh nghiệp*; Diễn đàn Doanh nghiệp (2006), *Văn hóa doanh nghiệp; yếu tố vàng của thành công*; Phạm Thị Tuyết (2011), *Văn hóa doanh nghiệp*

trong kinh doanh ngân hàng; Lê Thị Kim Nga (2015), Xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp tại các ngân hàng thương mại Việt Nam.

1.3. Khái quát về kết quả đã được nghiên cứu và những vấn đề luận án cần tiếp tục nghiên cứu

1.3.1. Khái quát những kết quả đã được nghiên cứu

Thứ nhất, các nghiên cứu về công tác tư tưởng; giáo dục tư tưởng mới chỉ đề cập tới những vấn đề lý luận chung và những vấn đề thực tiễn tại các cơ quan; ban ngành; đoàn thể trong hệ thống chính trị từ Trung ương tới địa phương ở trong và ngoài nước.

Thứ hai, các nghiên cứu đã làm rõ cấu trúc của văn hóa doanh nghiệp và tìm hiểu các thành phần cấu thành nên văn hóa doanh nghiệp.

Thứ ba, các nghiên cứu xây dựng mô hình để đo lường hoặc xác định văn hóa doanh nghiệp.

Thứ tư, nghiên cứu thực tiễn; tức là nghiên cứu văn hóa doanh nghiệp dưới góc độ một yếu tố tác động đến doanh nghiệp; hay so sánh doanh nghiệp với các nền văn hóa doanh nghiệp khác nhau.

Thứ năm, các công trình nghiên cứu về văn hóa doanh nghiệp tại các doanh nghiệp du lịch; các doanh nghiệp trong lĩnh vực tài chính- ngân hàng... là cơ sở thực tiễn có giá trị tham khảo giúp tác giả luận án xây dựng các nội dung giáo dục và đưa ra giải pháp tăng cường giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội trong thời gian tới.

1.3.2. Những vấn đề luận án cần tiếp tục nghiên cứu

Một là, tuy đã có nhiều công trình nghiên cứu về công tác tư tưởng; công tác giáo dục tư tưởng, cụ thể là giáo dục kinh tế; giáo dục chính trị- tư tưởng, giáo dục đạo đức...nhưng riêng về giáo dục văn hóa doanh nghiệp- một nội dung của giáo dục kinh tế trong giáo dục tư tưởng của Đảng ta vẫn chưa được nghiên cứu riêng đối với trường hợp doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Hai là, dù cơ sở lý luận của hoạt động giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho các doanh nghiệp đã được làm sáng tỏ ở những mức độ nhất định. Rất ít

ngiên cứu trình bày các xu hướng hoặc loại hình văn hóa doanh nghiệp được nhân viên học hỏi và áp dụng. Các thành viên doanh nghiệp nhỏ và vừa mong đợi sự phát triển trong tương lai có thể xây dựng các giải pháp để thay đổi hoặc định hình lại văn hóa doanh nghiệp.

Ba là, luận án sẽ đi theo hướng làm rõ khái niệm văn hóa doanh nghiệp của doanh nghiệp nhỏ và vừa; vận dụng các mô hình nghiên cứu phù hợp để đánh giá và nhận diện các loại hình văn hóa doanh nghiệp của doanh nghiệp nhỏ và vừa trong tương lai, đặc biệt là xây dựng khung lý luận về giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho doanh nghiệp nhỏ và vừa dưới góc độ nghiên cứu khoa học công tác tư tưởng.

Bốn là, từ cơ sở lý luận, thực tiễn và những hạn chế; bất cập đang đặt ra cần nghiên cứu để đề xuất phương hướng và giải pháp phù hợp, hữu hiệu để tăng cường giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội thời gian tới.

Tiểu kết chương 1

Như vậy, ở chương 1, tác giả đã làm rõ tổng quan các nghiên cứu liên quan đến luận án. Trong quá trình xem xét tình hình nghiên cứu, tác giả nhận thấy hầu hết các cách tiếp cận trước đây đều là trường hợp cụ thể của một doanh nghiệp hoặc một nhóm doanh nghiệp có đặc điểm kinh doanh chung. Phương pháp nghiên cứu này còn thiếu nội dung về cách xây dựng văn hóa doanh nghiệp phù hợp với từng loại hình doanh nghiệp cụ thể. Qua tổng hợp các nghiên cứu trước đây, tác giả nhận thấy những bất cập nêu trên đã tạo ra khoảng trống trong các nghiên cứu liên quan đến giáo dục văn hóa doanh nghiệp, đặc biệt là ở các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Chương 2

GIÁO DỤC VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP CHO NGƯỜI LAO ĐỘNG TRONG CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA - MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN

2.1. Văn hóa doanh nghiệp và giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa

2.1.1. Một số khái niệm

- Giáo dục

Giáo dục là một quá trình được tổ chức có ý thức nhằm truyền đạt, lĩnh hội những kiến thức, kinh nghiệm được tích lũy trong quá trình lịch sử - xã hội của các thế hệ loài người, nhờ có giáo dục mà trình độ nhận thức và cải tạo thế giới của con người ngày càng được nâng cao và không ngừng phát triển.

- Giáo dục tư tưởng

Giáo dục tư tưởng là một nhiệm vụ quan trọng, thường xuyên của công tác tư tưởng nhằm trang bị tri thức về chính trị, kinh tế, văn hoá, xã hội, ... cho các đối tượng giáo dục, từ đó định hướng giá trị, hình thành niềm tin, cổ vũ hành động cho đối tượng theo mục đích của chủ thể giáo dục đặt ra.

- Văn hoá

Văn hóa là toàn bộ những giá trị vật chất và tinh thần của con người trong mối quan hệ với môi trường tự nhiên và môi trường xã hội, được bảo tồn, lưu truyền, kế thừa từ thế hệ này sang thế hệ khác, nhằm duy trì và phát triển đời sống cộng đồng - tổ chức, hướng tới những điều đúng, điều tốt, đẹp. Những giá trị văn hóa này được lắng đọng và kết tinh từ đời sống thực tiễn của con người trong mối tương tác với môi trường tự nhiên và xã hội

- Doanh nghiệp

Doanh nghiệp là tổ chức có tên riêng, có tài sản, có trụ sở giao dịch,

được thành lập hoặc đăng ký thành lập theo quy định của pháp luật nhằm mục đích kinh doanh...

- Doanh nghiệp nhỏ và vừa

Doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa hay còn gọi là doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs), là những doanh nghiệp có quy mô nhỏ về vốn, lao động hoặc doanh thu.

- Người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa

Người lao động là người làm việc cho người sử dụng lao động theo thỏa thuận, được trả lương và chịu sự quản lý, điều hành, giám sát của người sử dụng lao động. Lao động trong doanh nghiệp nhỏ và vừa hiện nay bao gồm hai nhóm chính: lao động chuyên môn và lao động quản lý.

- Văn hóa doanh nghiệp

Văn hóa doanh nghiệp là toàn bộ các giá trị hữu hình và vô hình được doanh nghiệp lựa chọn, sáng tạo và sử dụng thể hiện trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp, tạo nên nét đặc trưng riêng của doanh nghiệp đó.

- Giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong doanh nghiệp nhỏ và vừa

Giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong doanh nghiệp nhỏ và vừa là sự tác động có kế hoạch và có chủ ý của đơn vị giáo dục đối với người lao động cả về chuyên môn lẫn quản lý nhằm xây dựng, giữ gìn và phát triển văn hóa doanh nghiệp.

2.1.2. Biểu hiện văn hóa doanh nghiệp của người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa

- Có hiểu biết nhất định về chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội
- Quán triệt sâu sắc đường lối, quan điểm của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, nhất là trên lĩnh vực kinh tế, hoạt động sản xuất, kinh doanh trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.
- Hiểu và nắm vững các giá trị cơ bản của văn hóa doanh nghiệp
- Niềm tin tuyệt đối vào sự lãnh đạo của Đảng, sự quản lý của Nhà nước và các giá trị văn hóa doanh nghiệp đối với sự phát triển kinh tế của

đất nước và Doanh nghiệp.

- Tích cực, gương mẫu chấp hành nghiêm đường lối, chính sách, pháp luật của Đảng, Nhà nước và thực hiện các hành vi giữ gìn, phát huy bản sắc văn hóa, uy tín, thương hiệu của doanh nghiệp trong công việc của mình ở doanh nghiệp.

2.1.3. Vai trò của giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong doanh nghiệp nhỏ và vừa

2.1.3.1. Giáo dục văn hoá doanh nghiệp góp phần nâng cao nhận thức, hình thành thái độ, thúc đẩy hành vi xây dựng doanh nghiệp phát triển bền vững giúp doanh nghiệp tạo ra lợi thế cạnh tranh

2.1.3.2. Văn hoá doanh nghiệp góp phần giúp doanh nghiệp thích ứng với những biến đổi của bối cảnh xã hội

2.1.3.3. Văn hoá doanh nghiệp góp phần giúp doanh nghiệp tạo ra bản sắc, xây dựng giá trị cốt lõi, phát triển bền vững

2.2. Các yếu tố cấu thành hoạt động giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa

2.2.1. Chủ thể và đối tượng giáo dục

2.2.1.1. Chủ thể giáo dục

- Các chủ thể lãnh đạo, quản lý

Thứ nhất, cấp uỷ, chính quyền và đoàn thể các cấp

Thứ hai, các tổ chức Hội, Hiệp hội

- Chủ thể hoạt động giáo dục

Thứ nhất, lãnh đạo các cơ quan, ban, ngành từ trung ương đến địa phương

Thứ hai, lãnh đạo các tổ chức, hiệp hội, đơn vị trực thuộc được giao nhiệm vụ giáo dục, đào tạo.

Thứ ba, đội ngũ lãnh đạo, quản lý tại doanh nghiệp

- Chủ thể tham gia hoạt động giáo dục

Thứ nhất, các cơ quan truyền thông đại chúng.

Thứ hai, các cơ sở đào tạo, bồi dưỡng

2.2.1.2. Đối tượng giáo dục

- Đội ngũ lãnh đạo và quản lý doanh nghiệp
- Người lao động trong doanh nghiệp

2.2.2. Nội dung giáo dục

Một là, giáo dục cho người lao động kiến thức chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội để nâng cao trình độ, mở rộng hiểu biết.

Hai là, giáo dục các giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp trong lao động sản xuất của Việt Nam và thế giới cho người lao động để gìn giữ, phát huy.

Ba là, giáo dục các giá trị văn hóa tốt đẹp của thế giới và trong nước trong lao động sản xuất cho người lao động để kế thừa và phát triển.

Bốn là, giáo dục hệ giá trị văn hóa mới được hình thành từ nền kinh tế thị trường định hướng XHCN trong thời kỳ đổi mới cho người lao động.

Năm là, giáo dục các quy chế, quy định, chuẩn mực về giao tiếp, ứng xử trong quá trình sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp

2.2.3. Phương thức giáo dục

Trong luận án này, tác giả quan niệm phương thức là những cách thức, biện pháp, phương tiện giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động. Ở đây, phương thức giáo dục được hiểu là hình thức, phương pháp, phương tiện giáo dục.

- Hình thức giáo dục:

Các hình thức cơ bản hiện nay là: thông qua các diễn đàn, hội nghị, hội thảo, lớp học, thông qua các hoạt động chính trị, thông qua các phương tiện thông tin đại chúng, thông qua các hoạt động vui chơi, giải trí, thông qua các hoạt động tại khu dân cư, nhà trọ, ký túc xá công nhân, các phong trào văn hóa nghệ thuật...

- Phương pháp giáo dục:

Nếu căn cứ vào phạm vi tác động đối tượng thì có phương pháp giáo dục nhóm, cá nhân hay đại chúng. Nếu căn cứ vào cách sử dụng phương tiện giáo dục để gây ảnh hưởng thì có phương pháp sử dụng lời nói, phương pháp

trực quan, phương pháp thực tiễn. Nếu căn cứ vào tính chất các biện pháp tác động có các phương pháp thuyết phục, nêu gương... Trên thực tế, tùy theo mục đích, điều kiện, hoàn cảnh cụ thể mà có thể sử dụng một phương pháp hay nhiều phương pháp. Sử dụng kết hợp, linh hoạt các phương pháp để đạt hiệu quả cao nhất.

- Phương tiện giáo dục:

Đối với người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa, có các nhóm phương tiện thực hiện hoạt động giáo dục, đó là: Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, các học viện khu vực, các trường chính trị tỉnh, thành phố, báo cáo viên tham gia hoạt động tuyên truyền truyền miệng, phương tiện thông tin đại chúng, cơ sở văn hóa, nghệ thuật, tổ chức xã hội, các tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức xã hội - nghề nghiệp, câu lạc bộ... Các phương tiện truyền thông đại chúng chủ yếu được sử dụng hiện nay là: Sách, báo chí (bao gồm báo in, báo điện tử và báo phát thanh, truyền hình), phim ảnh, internet, mạng xã hội...

2.2.4. Kết quả giáo dục và các điều kiện đảm bảo cho hoạt động giáo dục hiệu quả

2.2.4.1. Kết quả giáo dục

- Nhận thức về văn hóa doanh nghiệp của người lao động.
- Niềm tin của người lao động vào doanh nghiệp.
- Tính tích cực của người lao động trong việc giữ gìn và xây dựng hệ giá trị tốt đẹp của doanh nghiệp

2.2.4.2. Điều kiện đảm bảo giáo dục văn hóa doanh nghiệp hiệu quả cho người lao động

Điều kiện đảm bảo giáo dục văn hóa doanh nghiệp hiệu quả cho người lao động được thể hiện ở nguồn lực đầu tư và xây dựng môi trường trong sạch, lành mạnh cho hoạt động giáo dục.

2.3. Cơ sở chính trị, pháp lý và những yếu tố tác động đến giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa hiện nay

2.3.1 Cơ sở chính trị, pháp lý cho việc giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam hiện nay

2.3.1.1. Các văn bản của Đảng

Trong Đề cương văn hóa Việt Nam năm 1943, Đảng ta khẳng định: Văn hóa là một trong ba mặt trận (kinh tế, chính trị, văn hóa) mà người cộng sản phải hoạt động

Trong thời kỳ đổi mới, quan điểm của Đảng về xây dựng văn hóa trong nền kinh tế ngày càng được bổ sung, phát triển và hoàn thiện.

Nghị quyết 09-NQ/TW ngày 09/12/2011 của Bộ Chính trị khóa XI về Xây dựng và phát huy vai trò của doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập kinh tế quốc tế xác định rõ mục tiêu: Xây dựng đội ngũ doanh nhân vững mạnh, có tinh thần dân tộc, giác ngộ chính trị, văn hóa kinh doanh, trách nhiệm xã hội cao, có đủ năng lực và trình độ lãnh đạo, quản lý doanh nghiệp hoạt động có chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh cao.

Đại hội Đảng lần thứ XII xác định: Xây dựng văn hóa doanh nghiệp với tinh thần tôn trọng, tuân thủ pháp luật, giữ chữ tín, cạnh tranh lành mạnh để phát triển bền vững.

Tại Đại hội XIII, Đảng ta một lần nữa nhấn mạnh nhiệm vụ xây dựng văn hóa doanh nghiệp, tinh thần doanh nghiệp và tinh thần kinh doanh

2.3.1.2. Các văn bản của Nhà nước

Ngày 7/11/2016, tại Hà Nội, nguyên Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc đã tham dự lễ công bố Ngày Văn hóa Doanh nghiệp Việt Nam - 10/11 và phát động chiến dịch Xây dựng Văn hóa Doanh nghiệp Việt Nam.

Ngày 12 tháng 6 năm 2017, tại kỳ họp thứ 3, Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam khóa XIV đã thông qua Luật 04/2017/QH14 về hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Ngày 11/7/2021, Bộ Tiêu chuẩn Văn hóa Kinh doanh Việt Nam được công bố.

Năm 2022, VCCI đã công bố và phát động thực hiện 6 quy tắc đạo đức

doanh nhân Việt Nam: tạo ra giá trị kinh tế cho xã hội, tuân thủ pháp luật, minh bạch, công bằng, liêm chính, sáng tạo, hợp tác, cùng phát triển, tôn trọng thiên nhiên, bảo vệ môi trường, yêu nước, có trách nhiệm với xã hội và gia đình.

2.3.2 Những yếu tố tác động đến giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động các doanh nghiệp nhỏ và vừa

2.3.2.1. Những yếu tố khách quan

Một là, tác động của quá trình hội nhập kinh tế với thế giới đến giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động

Hai là, tác động của Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đến giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động

Ba là, tác động của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa đến việc giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động

2.3.2.2. Những yếu tố chủ quan

Một là, những thói quen lạc hậu trong sản xuất, kinh doanh được hình thành trong lịch sử tác động đến giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động

Hai là, trình độ của người lao động không đồng đều tác động đến giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động

Ba là, môi trường làm việc, điều kiện vật chất và tinh thần trong doanh nghiệp tác động đến việc giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động.

Tiểu kết chương 2

Như vậy, ở chương 2, tác giả đã làm rõ những vấn đề lý luận về giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong doanh nghiệp nhỏ và vừa. Bằng việc phân tích các khái niệm liên quan, tác giả trình bày khái niệm tổng quát nhất về giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Tiếp theo, tác giả tập trung làm rõ những biểu hiện văn hóa doanh nghiệp của người lao động trong doanh nghiệp nhỏ và vừa. Tác giả phân tích làm rõ các yếu tố cấu thành hoạt động giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong doanh nghiệp nhỏ và vừa như:

Chủ thể, đối tượng, nội dung, phương pháp và kết quả giáo dục, hiệu quả giáo dục và điều kiện bảo đảm cho hoạt động giáo dục có hiệu quả. Cuối cùng, tác giả làm rõ cơ sở chính trị - pháp lý và các yếu tố ảnh hưởng đến việc giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa hiện nay.

Chương 3

GIÁO DỤC VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP CHO NGƯỜI LAO ĐỘNG TRONG CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA Ở THÀNH PHỐ HÀ NỘI - THỰC TRẠNG VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA

3.1. Khái quát chung về tình hình, đặc điểm doanh nghiệp và xây dựng văn hoá doanh nghiệp của các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội hiện nay

3.1.1. Khái quát chung về các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội

Hà Nội có khoảng 378.000 doanh nghiệp, bình quân Thủ đô có 37 người/doanh nghiệp, cao gấp 3,8 lần mức bình quân cả nước. Số lượng doanh nghiệp nhỏ và vừa chiếm trên 97,2% số doanh nghiệp trên địa bàn, không ngừng phát triển, đổi mới, đóng góp hơn 45% GDP cho Hà Nội, giải quyết việc làm cho hơn 50% lao động.

Các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Hà Nội tập trung chủ yếu vào một số ngành nghề như: Bán buôn và bán lẻ (25%), công nghiệp (17%), tổ chức sự kiện và truyền thông (16%), xây dựng (15%)...

3.1.2. Đặc điểm doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố Hà Nội

Thứ nhất, các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố Hà Nội đang ngày càng phát triển về số lượng và đóng góp ngày càng cao cho GDP của thành phố.

Thứ hai, trong quá trình hình thành và phát triển, các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố Hà Nội luôn nhận được sự quan tâm, đồng hành của cấp ủy, chính quyền thành phố.

Thứ ba, các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố Hà Nội đang tận dụng tối đa lợi thế cơ chế để thúc đẩy đổi mới, sáng tạo.

Thứ tư, các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố Hà Nội còn gặp nhiều khó khăn, rào cản trong quá trình sản xuất, kinh doanh.

Thứ năm, các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố Hà Nội

đã và đang đi đầu trong xây dựng và phát triển văn hóa kinh doanh mẫu mực của cơ chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

3.1.3. Tình hình xây dựng văn hóa doanh nghiệp của doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố Hà Nội

Hà Nội là thủ đô có lịch sử lâu đời hàng nghìn năm văn hiến, là nơi hội tụ những truyền thống văn hóa tốt đẹp nhất của dân tộc Việt Nam. Nghị quyết số 15-NQ/TW ngày 05/5/2022 của Bộ Chính trị về phương hướng, nhiệm vụ phát triển Thủ đô Hà Nội đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 đã xác định: Phát triển Thủ đô Hà Nội Văn hiến - Văn minh - Hiện đại là nhiệm vụ đặc biệt quan trọng. Nhiệm vụ chính trị trong chiến lược xây dựng và bảo vệ Tổ quốc với tinh thần Cả nước vì Hà Nội, Hà Nội vì cả nước là trách nhiệm, nghĩa vụ của toàn Đảng, toàn dân, toàn quân, toàn thể nhân dân, hệ thống chính trị là nhiệm vụ hàng đầu của Đảng bộ, Chính phủ và nhân dân Thủ đô Hà Nội.

Có thể thấy một số đặc trưng cơ bản trong việc xây dựng văn hoá doanh nghiệp của các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội như: Thứ nhất, các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố Hà Nội đã từng bước nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của văn hoá doanh nghiệp đối với sự phát triển của doanh nghiệp. Thứ hai, số lượng các doanh nghiệp tham gia vào các mô hình, lớp học có liên quan tới giáo dục văn hoá doanh nghiệp ngày càng tăng lên. Thứ ba, hầu hết các doanh nghiệp đều đang từng bước xác định và khẳng định những giá trị cốt lõi liên quan tới văn hoá doanh nghiệp của mình.

3.2. Thực trạng giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội hiện nay

3.2.1. Ưu điểm

3.2.1.1. Về chủ thể giáo dục

Thứ nhất, nhận thức về tầm quan trọng của giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa của các chủ thể giáo dục ngày càng đầy đủ, toàn diện hơn.

Thứ hai, tinh thần trách nhiệm của các chủ thể ngày càng được nâng cao thông qua vai trò lãnh đạo, chỉ đạo và tổ chức các hoạt động giáo dục văn hóa cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Thứ ba, trình độ, năng lực của các chủ thể giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ngày càng được nâng lên rõ rệt.

Thứ tư, công tác kiểm tra, giám sát, sơ kết, tổng kết hoạt động giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ngày càng được coi trọng.

3.2.1.2. Về nội dung giáo dục

Thứ nhất, nội dung giáo dục ngày càng thiết thực trong bối cảnh phát triển mới của đất nước.

Thứ hai, nội dung giáo dục có tính thiết thực, chuyên sâu, chuyên biệt hoá dành cho các nhóm đối tượng khác nhau trên địa bàn thành phố Hà Nội

Thứ ba, nội dung giáo dục văn hóa doanh nghiệp được kế thừa và phát triển giữa truyền thống và hiện đại

Thứ tư, nội dung giáo dục cập nhật kịp thời những giá trị văn hóa, đạo đức mới của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

Thứ năm, nội dung giáo dục đã cập nhật các quy chế về văn hoá doanh

nghiệp nói chung và mỗi doanh nghiệp cụ thể nói riêng

3.2.1.3. Về phương thức giáo dục

Thứ nhất, hình thức giáo dục văn hoá doanh nghiệp có sự đa dạng, sinh động, trực quan

Thứ hai, nhiều phương pháp giáo dục văn hoá doanh nghiệp phong phú, khoa học, hiện đại đã được ứng dụng trong thời gian qua

Thứ ba, các phương tiện giáo dục ngày càng phát huy tốt hiệu quả giáo dục trong bối cảnh mới.

3.2.1.4. Về điều kiện bảo đảm hoạt động giáo dục có hiệu quả

Một là, cơ chế, chính sách quan tâm, tạo điều kiện, hỗ trợ của các cơ

quan, ban ngành, đoàn thể, doanh nghiệp ngày càng thiết thực, hiệu quả.

Thứ hai, nguồn nhân lực giáo dục ngày càng được nâng cao cả về chất lượng và số lượng.

Thứ ba, nguồn lực tài chính ngày càng được quan tâm, đầu tư nhiều hơn, góp phần tạo nhiều điều kiện thuận lợi cho các hoạt động giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động.

Thứ tư, môi trường sản xuất, kinh doanh, sinh hoạt của các doanh nghiệp ngày càng được cải thiện.

3.2.1.5. Về kết quả giáo dục

Thứ nhất, việc giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội đã góp phần xây dựng giá trị cho cộng đồng doanh nghiệp nhỏ và vừa nói chung, từng doanh nghiệp trên địa bàn nói riêng.

Thứ hai, việc giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội đã góp phần xây dựng tình cảm, niềm tin cho người lao động, từ đó dần tạo bản sắc riêng, ảnh hưởng tích cực tới kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp.

Thứ ba, việc giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội đã thúc đẩy hành vi có văn hoá của người lao động góp phần xây dựng văn hoá thủ đô văn minh, lành mạnh, đóng góp vào sự phát triển kinh tế- xã hội nói chung và sự phát triển của doanh nghiệp nói riêng.

3.2.2. Hạn chế

3.2.2.1. Về chủ thể giáo dục

Thứ nhất, vai trò lãnh đạo, chỉ đạo của một số cấp uỷ, chính quyền, đoàn thể đối với giáo dục văn hoá doanh nghiệp còn mờ nhạt, chưa thường xuyên, liên tục, hiệu quả.

Thứ hai, chưa hình thành đội ngũ riêng biệt dành cho giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội.

Thứ ba, trình độ, năng lực của các chủ thể giáo dục chưa đồng đều.

3.2.2.2. Về nội dung giáo dục

Thứ nhất, một số nội dung giáo dục chưa được cập nhật thường xuyên cả về chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước và thực tiễn bối cảnh sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp.

Thứ hai, một số nội dung giáo dục văn hoá cho người lao động chưa thực sự phù hợp với điều kiện, bối cảnh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Thứ ba, một số nội dung giáo dục còn giáo điều, không thiết thực, khó khả thi đối với người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Thứ tư, một số doanh nghiệp chưa chú trọng cụ thể hoá nội dung các quy chế, quy định của Đảng, Nhà nước thành các tiêu chuẩn, tiêu chí cụ thể để giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động

Qua khảo sát cho thấy, đa phần các doanh nghiệp thường mời các chuyên gia hoặc cử người tham gia các lớp đào tạo bồi dưỡng từ các cấp, các ngành, các hiệp hội, hội gửi tới. Chưa có nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố chủ động các chương trình đào tạo, giáo dục văn hoá doanh nghiệp từ các chủ trương của Đảng, Nhà nước. Điều này dẫn tới kết quả giáo dục văn hoá doanh nghiệp thường không sát với đặc trưng văn hoá và mục tiêu, xu hướng kinh doanh của các doanh nghiệp.

3.2.2.3. Về phương thức giáo dục

Thứ nhất, các hình thức giáo dục trực quan, sinh động chưa được áp dụng triệt để, phổ biến nhằm đem lại hiệu quả cao.

Thứ hai, một số phương pháp giáo dục mới, tạo hứng thú cho sự tham gia của người lao động còn gặp phải một số rào cản nên khó thực hiện.

Thứ ba, một số đơn vị, chủ thể giáo dục còn chưa quan tâm nhiều đến đổi mới phương thức giáo dục nên chưa tạo động lực thúc đẩy hiệu quả giáo dục.

Thứ tư, một số doanh nghiệp chưa chú trọng chuyển đổi những ứng dụng công nghệ hiện đại dẫn đến chưa phát huy được vai trò của Internet và các phương tiện truyền thông đại chúng mới.

3.2.2.4. Về kết quả giáo dục

Thứ nhất, chưa mang lại nhận thức đồng đều, triệt để về văn hoá doanh nghiệp cho người lao động.

Thứ hai, chưa tạo hiệu ứng rõ nét về thái độ, tình cảm, niềm tin của người lao động đối với doanh nghiệp trong sản xuất, kinh doanh.

Thứ ba, chưa hình thành tính tích cực trong hành động của người lao động trong xây dựng, phát triển văn hoá doanh nghiệp một cách bền vững.

3.2.2.5. Về các điều kiện đảm bảo cho hoạt động giáo dục hiệu quả

Bốn đợt dịch Covid-19 tại Việt Nam đã tác động nặng nề, gây áp lực lên mọi mặt đời sống, kinh tế, xã hội. Trong đó, cộng đồng doanh nghiệp phải đối mặt với nhiều thách thức. Vì vậy, chưa có đủ nguồn lực để thực hiện hiệu quả các chương trình, kế hoạch giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố Hà Nội. Công tác xây dựng môi trường giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động chưa được quan tâm đúng mức.

3.3. Nguyên nhân của thực trạng và những vấn đề đặt ra trong giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội hiện nay

3.3.1. Nguyên nhân của thực trạng

3.3.1.1. Nguyên nhân của ưu điểm

Thứ nhất, sự quan tâm, tạo điều kiện của cấp ủy, chính quyền, đoàn thể các cấp.

Thứ hai, sự phát triển mạnh mẽ cả về số lượng và chất lượng của các tổ chức Đảng, Hiệp hội, Hội trong hoạt động của doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn.

Thứ ba, sự quan tâm và đầu tư nguồn lực ngày càng tăng của bản thân doanh nghiệp vào việc phát triển văn hóa doanh nghiệp cũng như giáo dục văn hóa doanh nghiệp.

3.3.1.2. Nguyên nhân hạn chế

Thứ nhất, một số đơn vị chưa thực sự coi trọng xây dựng văn hóa doanh nghiệp trong phát triển doanh nghiệp.

Thứ hai, dù có sự quan tâm, đầu tư nhiều hơn về nguồn lực nhưng chưa đủ để tạo động lực mạnh mẽ thúc đẩy hoạt động giáo dục hiệu quả.

Thứ ba, các chủ thể giáo dục còn bị hạn chế về năng lực, trình độ trong giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động.

3.3.2. Những vấn đề đặt ra

3.3.2.1. Nhận thức của các chủ thể về tầm quan trọng của giáo dục văn hóa cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa chưa đáp ứng được yêu cầu cấp thiết của việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp trong tình hình mới.

3.3.2.2. Nội dung giáo dục văn hóa cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa còn nhiều vấn đề bất cập so với nhu cầu, trình độ, điều kiện làm việc của đối tượng giáo dục là người lao động.

3.3.2.3. Phương thức giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa còn thiếu tính linh hoạt, tính hiện đại, tính đa dạng, chưa phù hợp với môi trường làm việc của đối tượng dẫn đến hạn chế về tính hiệu quả giáo dục

3.3.2.4. Mức độ quan tâm đến môi trường và các điều kiện đảm bảo cho hoạt động giáo dục hiệu quả chưa tương xứng với yêu cầu giáo dục văn hóa cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa trong bối cảnh mới

3.3.2.5. Kết quả giáo dục chưa cao, không đồng đều dẫn đến việc hình thành văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa thiếu tính bền vững

Tiểu kết chương 3

Như vậy trong chương 3, tác giả đã làm rõ thực trạng, nguyên nhân và những vấn đề đặt ra đối với giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội. Qua khảo sát thực hiện cho thấy, các chỉ số đều thể hiện trình độ nhận thức, sự am hiểu của các chủ thể giáo dục tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa đối với văn hoá doanh nghiệp đã được nâng lên rõ rệt. Tuy nhiên, xét một cách tổng thể thì vai trò của các chủ thể này còn khá mờ nhạt, chưa tạo thành các cơ chế thúc đẩy hoạt động giáo

dục được triển khai liên tục, thường xuyên. Thực trạng trên cho thấy, còn nhiều vấn đề đặt ra như: Nhận thức của các chủ thể về tầm quan trọng của giáo dục văn hóa cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa chưa đáp ứng được yêu cầu cấp thiết của việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp trong tình hình mới, Nội dung giáo dục văn hóa cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa còn nhiều vấn đề bất cập so với nhu cầu, trình độ, điều kiện làm việc của đối tượng giáo dục là người lao động.

Chương 4

PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG GIÁO DỤC VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP CHO NGƯỜI LAO ĐỘNG TRONG CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA Ở THÀNH PHỐ HÀ NỘI THỜI GIAN TỚI

4.1. Phương hướng tăng cường giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội

4.1.1. Giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội cần phải phát huy hơn nữa vai trò lãnh đạo, chỉ đạo của các cấp ủy đảng, chính quyền, đoàn thể các cấp

Cần tiếp tục làm tốt công tác tuyên truyền, vận động, đánh giá, khảo sát, đặc biệt, tuyên truyền để các DNNNN hiểu lợi ích nếu thành lập tổ chức Đảng, đoàn thể chính trị - xã hội trong doanh nghiệp của mình, từ đó tăng cường nội dung giáo dục văn hoá doanh nghiệp thông qua các cấp uỷ đảng. Để làm được điều này, đòi hỏi phải bền bỉ, kiên trì, quyết tâm cao với cách làm phù hợp với thực tiễn, theo hướng ngày càng thực tế, hiệu quả, không hình thức mà vẫn phải giữ vững nguyên tắc, điều lệ của Đảng

4.1.2. Giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa phải được tiến hành thường xuyên, liên tục cùng với sự phối hợp đa dạng, hiệu quả giữa các chủ thể doanh nghiệp, hội, hiệp hội doanh nghiệp

Hơn hai thập kỷ qua, môi trường kinh doanh ở Việt Nam được cải thiện, cộng đồng doanh nghiệp ngày càng phát triển, hình thành những thương hiệu nổi tiếng không chỉ trong nước mà còn vươn xa ra khu vực và thế giới.. Việc giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong doanh nghiệp nhỏ và vừa phải được tiến hành thường xuyên, liên tục với sự phối hợp đa dạng, hiệu quả giữa các đơn vị kinh doanh, hiệp hội, tổ chức trên địa bàn.

4.1.3. Giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa phải kết hợp chặt chẽ với giáo dục chính trị tư tưởng, giáo dục pháp luật, đạo đức trong sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

Trong các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp lớn, họ thường quy tụ nhiều thành viên có trình độ, mối quan hệ xã hội, năng lực, tính cách... khác nhau tạo nên một môi trường làm việc đa dạng và phức tạp.. Để tồn tại và phát triển bền vững, doanh nghiệp cần là nơi tập hợp và phát huy mọi nguồn nhân lực, xây dựng và duy trì môi trường văn hóa trong đó các thành viên có những giá trị chung để chia sẻ và đồng thuận, cùng hướng tới mục tiêu chung.

4.1.4. Giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa phải gắn với giáo dục tinh thần trách nhiệm đối mới sáng tạo của mỗi thành viên doanh nghiệp trong bối cảnh mới

Bản thân doanh nghiệp trước tiên phải nhận thức đầy đủ và sâu sắc về vai trò, tầm quan trọng của văn hóa doanh nghiệp đối với sự phát triển bền vững. Doanh nghiệp phải thực sự đầu tư xây dựng văn hóa doanh nghiệp, từng bước hiện thực hóa nó trong thực tế hoạt động, Đồng thời, tích cực, chủ động học hỏi các doanh nghiệp khác, tham khảo kinh nghiệm, mô hình, phương pháp quản lý, kinh doanh tiên tiến của thế giới để vận dụng linh hoạt, sáng tạo vào thực tiễn, kịp thời. thời điểm điều chỉnh, bổ sung trong quá trình xây dựng văn hóa doanh nghiệp.

4.2. Giải pháp tăng cường giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội

4.2.1. Nâng cao nhận thức của các chủ thể về tầm quan trọng của giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa

Các cấp ủy ở Thủ đô cần có nhận thức đúng đắn về tầm quan trọng của việc nâng cao hiệu quả công tác giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động nói chung và người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Trong phạm vi thẩm quyền của mình, cấp ủy Đảng các cấp cần ban hành quy định

và định kỳ kiểm tra việc thực hiện giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động nói chung và người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa nói riêng, Lãnh đạo, bí thư, thủ trưởng cơ quan, đơn vị hàng năm phải xây dựng chương trình, kế hoạch, xác định mục tiêu cụ thể...

4.2.2. Tăng cường sự lãnh đạo, chỉ đạo của các chủ thể lãnh đạo, quản lý đối với hoạt động giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa

Các cơ quan nhà nước trên địa bàn cần cụ thể hóa quan điểm, chính sách của Đảng về các chương trình thông tin để áp dụng, triển khai phù hợp với từng địa phương, đơn vị.

4.2.3. Xây dựng lực lượng giáo dục đa dạng, đồng bộ, có đủ phẩm chất và năng lực tham gia hoạt động giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa

Trước sự tăng nhanh về số lượng lao động và yêu cầu của tình hình hiện nay, trong bối cảnh bùng nổ thông tin, việc tổ chức, bộ máy, đội ngũ làm công tác giáo dục văn hóa nhận được sự quan tâm đặc biệt. Cấp ủy các cấp phải coi đây là lực lượng nòng cốt để bảo vệ vững chắc nền tảng tư tưởng chính trị của Đảng và thông tin trong người lao động các doanh nghiệp nhỏ và vừa hiện nay trên địa bàn. Cần tập trung hoàn thiện công tác tổ chức huy động thông tin, giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động ở các đơn vị công đoàn thành phố, quận, huyện và đặc biệt là công đoàn các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

4.2.4. Chú trọng xây dựng, hoàn thiện các nội dung giáo dục phù hợp với trình độ, nhu cầu và điều kiện thực tế của người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa

Để xây dựng văn hóa doanh nghiệp thành công, doanh nghiệp Việt Nam phải lấy con người làm gốc rễ cho mọi hoạt động sản xuất kinh doanh. Đề cao việc bồi dưỡng tinh thần trách nhiệm, khơi dậy niềm đam mê, tính chủ động, sáng tạo của nhân viên. Có cơ chế quản lý khoa học, chế độ khen thưởng, kỷ luật hợp lý, ghi nhận, tôn vinh những đóng góp của người lao

động cho doanh nghiệp, để họ thực sự coi doanh nghiệp là ngôi nhà của mình.

4.2.5. Phối kết hợp có hiệu quả các lực lượng và phương thức giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa

Để tăng cường giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa, các lực lượng và phương pháp giáo dục cần phải phối hợp một cách hiệu quả nhất. Trước hết, cần nâng cao vai trò của ban tuyên giáo các cấp.

Để nâng cao hiệu quả công tác giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động, các đơn vị ở địa phương cần tiếp tục phát huy hiệu quả ưu điểm của từng loại hình tuyên truyền như: Tuyên truyền miệng, tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng, hội nghị, sách, ấn phẩm, nói chuyện thời sự, trao đổi - đối thoại, Các hoạt động văn hóa nghệ thuật... Sử dụng linh hoạt đài nội bộ, báo tường, phát tờ rơi tuyên truyền trực tiếp tại các dây chuyền sản xuất, nhà trọ...

4.2.6. Tăng cường đầu tư các nguồn lực cho hoạt động giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa

Trước hết, các đối tượng, đặc biệt là cấp ủy và chính quyền các địa phương trên địa bàn thành phố Hà Nội cần quan tâm, chú ý tăng cường đầu tư cho công tác tư tưởng để hiện đại hóa trang thiết bị, cơ sở vật chất, trang thiết bị. Cần ứng dụng công tác tư tưởng vào giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động. Quan tâm chăm lo đời sống tinh thần cho người lao động các doanh nghiệp trên địa bàn:

4.2.7. Tạo lập môi trường và điều kiện sinh hoạt, làm việc thuận lợi để nâng cao hiệu quả giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa

Để tạo môi trường sống, làm việc thuận lợi và điều kiện giáo dục cho người lao động về văn hóa doanh nghiệp, người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa cần phát huy vai trò to lớn của chủ doanh nghiệp.

Nếu thực hiện được, chủ doanh nghiệp có thể thay đổi nhận thức, tạo điều kiện thuận lợi cho việc thành lập và hoạt động của các tổ chức Đảng, đoàn thể trong doanh nghiệp và tạo điều kiện thuận lợi cho giáo viên, giáo

dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong doanh nghiệp.

Tiểu kết chương 4

Như vậy, ở chương 4, tác giả đã làm rõ những phương hướng, giải pháp tăng cường giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố Hà Nội trong thời gian tới.

Trước hết, tác giả phân tích một số hướng chính như: Giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong doanh nghiệp nhỏ và vừa gắn với việc giáo dục mỗi thành viên trong doanh nghiệp ý thức trách nhiệm đối mới, Giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong doanh nghiệp nhỏ và vừa phải kết hợp chặt chẽ với giáo dục chính trị, tư tưởng, pháp luật, đạo đức trong sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp. Tiếp theo, tác giả làm rõ một số giải pháp tăng cường giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố Hà Nội như: Nâng cao nhận thức của các đối tượng về tầm quan trọng của giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

KẾT LUẬN

Như vậy, qua 4 chương triển khai, tác giả đã lần lượt giải quyết các nhiệm vụ luận án đặt ra, qua đó có thể rút ra một số kết luận khoa học sau:

Trong chương 1, tác giả đã làm rõ tổng quan nghiên cứu có liên quan tới luận án. Trước hết, tác giả làm rõ các công trình nghiên cứu về văn hoá doanh nghiệp và văn hoá doanh nghiệp trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Tiếp theo, tác giả làm rõ các công trình nghiên cứu về công tác tư tưởng, giáo dục tư tưởng và giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam và thành phố Hà Nội. Qua tổng hợp các nghiên cứu trước đây, tác giả nhận thấy những bất cập nêu trên đã tạo ra khoảng trống trong các nghiên cứu liên quan đến giáo dục văn hóa doanh nghiệp, đặc biệt là ở các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Trong chương 2, tác giả đã làm rõ các vấn đề lý luận về giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Bằng việc phân tích các khái niệm liên quan, tác giả đưa ra quan niệm chung nhất về giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Tiếp đó, tác giả tập trung làm rõ biểu hiện của văn hóa doanh nghiệp của người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Tác giả phân tích làm rõ các yếu tố cấu thành hoạt động giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Cuối cùng, tác giả làm rõ cơ sở chính trị - pháp lý và những yếu tố tác động đến giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa hiện nay

Trong chương 3, tác giả đã làm rõ thực trạng, nguyên nhân và những vấn đề đặt ra đối với giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội. Qua khảo sát thực hiện cho thấy, các chỉ số đều thể hiện trình độ nhận thức, sự am hiểu của các chủ thể giáo dục tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa đối với văn hoá doanh nghiệp đã được nâng lên rõ rệt. Tuy nhiên, xét một cách tổng thể thì vai trò của các chủ thể này còn khá mờ nhạt, chưa tạo thành các cơ chế thúc đẩy hoạt động giáo dục được triển khai liên tục, thường xuyên. Một số nội dung giáo dục chưa

được cập nhật thường xuyên cả về chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước và thực tiễn bối cảnh sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp. Một số doanh nghiệp chưa chú trọng cụ thể hoá nội dung các quy chế, quy định của Đảng, Nhà nước thành các tiêu chuẩn, tiêu chí cụ thể để giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động

Trong chương 4, tác giả đã làm rõ phương hướng và giải pháp tăng cường giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Hà Nội trong thời gian tới. Hệ thống giải pháp này xuất phát từ những cơ sở lý luận, kinh nghiệm trong quá trình thực hiện giáo dục và những vấn đề đặt ra trong thời gian tới.

**HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA
HỒ CHÍ MINH
HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN
TRUYỀN**

**DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC
ĐÃ CÔNG BỐ LIÊN QUAN TỚI ĐỀ TÀI LUẬN ÁN**

S T T	Tên công trình	Tác giả/dồng tác giả	Tên tạp chí	Năm công bố
1	Một số giải pháp giáo dục đạo đức kinh doanh trong doanh nghiệp nhỏ và vừa thành phố Hà Nội	Mạc Quốc Anh	Tạp chí Khoa học- Đại học Quốc gia Hà Nội	2019
2	Tác động của Văn hoá Doanh nghiệp đối với quan hệ lao động tại Doanh nghiệp	Mạc Quốc Anh- Nguyễn Xuân Thống	Tạp chí Công thương	2022
3	Văn hoá doanh nghiệp- Một số vấn đề lý luận và thực tiễn	Mạc Quốc Anh	Tạp chí Công thương	2022
4	Một số giải pháp góp phần xây dựng văn hoá doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu, rộng	Mạc Quốc Anh	Tạp chí Lý luận Chính trị và Truyền thông	2022
5	Một số giải pháp góp phần xây dựng văn hoá doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu, rộng	Mạc Quốc Anh	Tạp chí Khoa học- Đại học Quốc gia Hà Nội	2023
6	Giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố Hà Nội	Mạc Quốc Anh	Tạp chí Lý luận chính trị	2024

7	Giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa- một số vấn đề lý luận	Mạc Quốc Anh	Tạp chí Lý luận chính trị và Truyền thông	2024
8	Một số giải pháp tăng cường giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố Hà Nội hiện nay	Mạc Quốc Anh	Tạp chí nghiên cứu con người	2024
9	Vai trò của giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa	Mạc Quốc Anh	Tạp chí Công thương	2024
10	Một số phương hướng tăng cường giáo dục văn hoá doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Thành phố Hà Nội	Mạc Quốc Anh	Tạp chí Thiết bị giáo dục	2024
11	Giáo dục văn hóa doanh nghiệp cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố Hà Nội	Mạc Quốc Anh	Tạp chí Mặt trận	2024