

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG**

LUẬN ÁN TIẾN SĨ

**XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN VĂN HÓA DOANH NGHIỆP
CỦA CÁC CÔNG TY DU LỊCH VIỆT NAM**

Ngành: Quản trị Kinh doanh

HOÀNG ANH DUY

Hà Nội - 2020

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG**

LUẬN ÁN TIẾN SĨ

**XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN VĂN HÓA DOANH NGHIỆP
CỦA CÁC CÔNG TY DU LỊCH VIỆT NAM**

Ngành: Quản trị Kinh doanh

Mã số: 9340101

Nghiên cứu sinh: Hoàng Anh Duy

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC: PGS. TS. BÙI ANH TUẤN

Hà Nội - 2020

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu khoa học của tôi. Các số liệu, kết quả nghiên cứu trong luận án này là trung thực và chưa được ai khác công bố trong bất cứ công trình nào khác.

Tác giả

Hoàng Anh Duy

LỜI CẢM ƠN

Trước tiên, tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới thầy hướng dẫn PGS.TS Bùi Anh Tuấn, người đã giúp tôi tháo gỡ được những khó khăn trong quá trình nghiên cứu. Thầy luôn động viên, nhắc nhở kịp thời và tận tình giúp đỡ tôi để hoàn thành nghiên cứu này.

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn chân thành tới các thầy cô giáo PGS. TS. Lê Thị Thu Thủy, PGS. TS. Tăng Văn Nghĩa, PGS. TS. Lê Thái Phong đã luôn khuyến khích động viên và hướng dẫn tôi trong suốt quá trình thực hiện luận án.

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn tới Ban lãnh đạo nhà trường, quý Thầy Cô giáo và các đồng nghiệp ở Khoa Quản trị Kinh doanh, Khoa Sau đại học và các đơn vị tại trường Đại học Ngoại thương nơi tôi đang công tác, học tập và nghiên cứu, đã chỉ dạy, giúp đỡ và tạo điều kiện thuận lợi cho tôi trong suốt khóa học.

Tôi xin chân thành cảm ơn ban lãnh đạo và cán bộ nhân viên của các công ty du lịch Việt Nam đã hỗ trợ, giúp đỡ và cung cấp thông tin cho tôi trong suốt quá trình tìm hiểu và nghiên cứu thực tế.

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới những người thân trong gia đình đã luôn ủng hộ, động viên kịp thời, tạo điều kiện thuận lợi cho tôi và bạn bè, đồng nghiệp và những người bạn thân, các em sinh viên đã luôn khích lệ, hỗ trợ tôi trong suốt quá trình học tập và nghiên cứu.

Tác giả

Hoàng Anh Duy

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN

LỜI CẢM ƠN

MỤC LỤC

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

DANH MỤC BẢNG

DANH MỤC HÌNH

LỜI MỞ ĐẦU1

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN VĂN HÓA DOANH NGHIỆP14

1.1. Những nội dung cơ bản về văn hóa doanh nghiệp14

1.1.1. Khái niệm văn hóa doanh nghiệp..... 14

1.1.2. Vai trò của văn hóa doanh nghiệp..... 15

1.1.3. Các yếu tố cấu thành văn hóa doanh nghiệp19

1.1.3.1. Các biểu trưng trực quan 19

1.1.3.2. Các biểu trưng phi trực quan 22

1.1.4. Một số mô hình về văn hóa doanh nghiệp26

1.1.4.1. Mô hình văn hóa doanh nghiệp của Edgar Schein.....26

1.1.4.2. Mô hình văn hóa doanh nghiệp của Geert Hofstede27

1.1.4.3. Mô hình về văn hóa doanh nghiệp của Daniel Denison28

1.1.5. Phân loại văn hóa doanh nghiệp31

1.1.5.1. Văn hóa gia đình.....32

1.1.5.2. Văn hóa tháp Eiffel33

1.1.5.3. Văn hóa tên lửa dẫn đường34

1.1.5.4. Văn hóa lò áp trng35

1.2. Những nội dung cơ bản về xây dựng và phát triển văn hoá doanh nghiệp ...35

1.2.1. Khái niệm xây dựng và phát triển văn hoá doanh nghiệp.....35

1.2.2. Vai trò của công tác xây dựng và phát triển văn hoá doanh nghiệp36

1.2.3. Nội dung và quy trình xây dựng và phát triển văn hoá doanh nghiệp39

1.2.3.1. Nội dung xây dựng và phát triển văn hoá doanh nghiệp39

1.2.3.2. Quy trình xây dựng và phát triển văn hoá doanh nghiệp.....40

1.2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến công tác xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp.....	42
1.2.4.1. Những yếu tố chủ quan.....	43
1.2.4.2. Những yếu tố khách quan.....	45
KẾT LUẬN CHƯƠNG 1.....	49
CHƯƠNG 2: GIẢ THUYẾT NGHIÊN CỨU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU.....	50
2.1. Quy trình thực hiện nghiên cứu.....	50
2.2. Giả thuyết nghiên cứu.....	51
2.2.1. Văn hóa dân tộc có ảnh hưởng tích cực đến công tác xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp.....	51
2.2.2. Văn hóa du nhập có ảnh hưởng tích cực đến công tác xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp.....	53
2.2.3. Đặc điểm của ngành du lịch có ảnh hưởng tích cực đến công tác xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp.....	54
2.2.4. Nhà sáng lập có ảnh hưởng tích cực đến công tác xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp.....	55
2.2.5. Nhà lãnh đạo có ảnh hưởng tích cực đến công tác xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp.....	56
2.2.6. Sự truyền đạt nội bộ có ảnh hưởng tích cực đến công tác xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp.....	58
2.2.7. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) có ảnh hưởng tích cực đến công tác xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp.....	59
2.3. Mô hình nghiên cứu.....	60
2.4. Phương pháp nghiên cứu.....	62
2.4.1. Phương pháp nghiên cứu định tính.....	62
2.4.1.1. Mô tả phương pháp nghiên cứu.....	62
2.4.1.2. Đối tượng khảo sát.....	63
2.4.1.3. Thiết kế bảng khảo sát.....	64
2.4.2. Phương pháp nghiên cứu định lượng.....	64
2.4.2.1. Thiết kế nghiên cứu.....	67

2.4.2.2. Quy trình xây dựng bảng khảo sát.....	70
2.4.2.3. Phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu	70
KẾT LUẬN CHƯƠNG 2.....	75
CHƯƠNG 3: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VỀ CÔNG TÁC XÂY DỰNG VÀ	
PHÁT TRIỂN VĂN HÓA DOANH NGHIỆP CỦA CÁC CÔNG TY DU LỊCH	
VIỆT NAM	76
3.1. Thực trạng công tác xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp của	
các công ty du lịch Việt Nam	76
3.1.1. Tổng quan về ngành du lịch Việt Nam và các công ty du lịch Việt Nam	76
3.1.1.1. Tổng quan về ngành du lịch Việt Nam	76
3.1.1.2. Tổng quan về các công ty du lịch Việt Nam	79
3.1.1.3. Các công ty du lịch Việt Nam tham gia khảo sát	85
3.1.1.4. Mô tả đối tượng khảo sát.....	86
3.1.2. Phân tích kết quả khảo sát về thực trạng xây dựng văn hoá doanh nghiệp	
của các công ty du lịch Việt Nam	88
3.1.2.1. Mức độ hiểu biết về xây dựng và phát triển văn hoá doanh nghiệp và	
tầm quan trọng của công tác này	88
3.1.2.2. Thời điểm và ngân sách cho xây dựng và phát triển văn hoá doanh	
nghiệp	90
3.1.2.3. Mức độ đổi mới, bổ sung các giá trị trong quá trình xây dựng và phát	
triển văn hoá doanh nghiệp	91
3.1.2.4. Kết quả xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp.....	92
3.1.2.5. Các hoạt động xây dựng và phát triển văn hoá doanh nghiệp của các	
công ty du lịch Việt Nam.....	96
3.1.2.6. Các thuận lợi và khó khăn trong quá trình xây dựng và phát triển văn	
hoá doanh nghiệp của các công ty du lịch Việt Nam	98
3.1.3. Nhận xét về công tác xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp của	
các công ty du lịch Việt Nam.....	101
3.1.3.1. Ưu điểm.....	101
3.1.3.2. Hạn chế và nguyên nhân	102
3.2. Thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến công tác xây dựng và phát triển	

văn hóa doanh nghiệp của các công ty du lịch Việt Nam	104
3.2.1. Mô tả mẫu nghiên cứu.....	104
3.2.2. Kết quả khảo sát văn hóa doanh nghiệp của các công ty du lịch Việt Nam ...	105
3.2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến công tác xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp của các công ty du lịch Việt Nam	107
3.2.3.1. <i>Thống kê mô tả cho các biến quan sát.....</i>	<i>107</i>
3.2.3.2. <i>Kiểm định độ tin cậy.....</i>	<i>108</i>
3.2.3.3. <i>Phân tích nhân tố khám phá (EFA)</i>	<i>110</i>
3.2.3.4. <i>Phân tích tương quan</i>	<i>113</i>
3.2.3.5. <i>Phân tích hồi quy đa biến</i>	<i>114</i>
3.2.4. Thảo luận kết quả nghiên cứu	117
3.2.4.1. <i>Nhân tố “Văn hoá dân tộc”</i>	<i>118</i>
3.2.4.2. <i>Nhân tố “Văn hoá du nhập”</i>	<i>119</i>
3.2.4.3. <i>Nhân tố “Đặc điểm của ngành du lịch”</i>	<i>120</i>
3.2.4.4. <i>Nhân tố “Nhà sáng lập”</i>	<i>121</i>
3.2.4.5. <i>Nhân tố “Nhà lãnh đạo”</i>	<i>122</i>
3.2.4.6. <i>Nhân tố “Sự truyền đạt nội bộ”</i>	<i>124</i>
3.2.4.7. <i>Nhân tố “Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp”</i>	<i>124</i>
KẾT LUẬN CHƯƠNG 3.....	126
CHƯƠNG 4: GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ NHẪM HOÀN THIỆN CÔNG TÁC XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN VĂN HÓA DOANH NGHIỆP CỦA CÁC CÔNG TY DU LỊCH VIỆT NAM.....	127
4.1. Phương hướng phát triển ngành du lịch Việt Nam trong thời gian tới.	127
4.2. Đề xuất giải pháp hoàn thiện công tác xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp của các công ty du lịch tại Việt Nam.....	127
4.2.1. Chủ động nâng cao nhận thức và hiểu biết về xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp	128
4.2.1.1. <i>Mục tiêu của giải pháp</i>	<i>128</i>
4.2.1.2. <i>Nội dung và cách thức thực hiện giải pháp.....</i>	<i>128</i>
4.2.2. Phát huy sức mạnh của vai trò lãnh đạo.....	130
4.2.2.1. <i>Mục tiêu của giải pháp</i>	<i>130</i>

4.2.2.2. <i>Nội dung và cách thức thực hiện giải pháp</i>	130
4.2.3. Cần lập kế hoạch cụ thể, dài hơi cho công tác xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp	132
4.2.3.1. <i>Mục tiêu của giải pháp</i>	132
4.2.3.2. <i>Nội dung và cách thức thực hiện giải pháp</i>	133
4.2.4. Thúc đẩy trách nhiệm xã hội trong công ty	135
4.2.4.1. <i>Mục tiêu của giải pháp</i>	135
4.2.4.2. <i>Nội dung và cách thức thực hiện giải pháp</i>	135
4.2.5. Tận dụng các đặc điểm của ngành du lịch trong xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp.....	137
4.2.5.1. <i>Mục tiêu của giải pháp</i>	137
4.2.5.2. <i>Nội dung và cách thức thực hiện giải pháp</i>	137
4.2.6. Tạo điều kiện phát huy điểm mạnh của văn hoá dân tộc	139
4.2.6.1. <i>Mục tiêu của giải pháp</i>	139
4.2.6.2. <i>Nội dung và cách thức thực hiện giải pháp</i>	139
4.2.7. Kết hợp truyền thống và hiện đại trong xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp	141
4.2.7.1. <i>Mục tiêu của giải pháp</i>	141
4.2.7.2. <i>Nội dung và cách thức thực hiện giải pháp</i>	141
4.2.8. Chủ động tiếp thu các giá trị mới và phù hợp từ văn hoá du nhập	142
4.2.8.1. <i>Mục tiêu của giải pháp</i>	142
4.2.8.2. <i>Nội dung và cách thức thực hiện giải pháp</i>	142
4.3. Một số kiến nghị đối với Nhà nước để hỗ trợ công tác xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp của các công ty du lịch Việt Nam	143
4.3.1. Tạo môi trường pháp lý thuận lợi hơn nữa cho các công ty du lịch	144
4.3.2. Hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao nhận thức về văn hóa doanh nghiệp cũng như xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp	146
4.3.3. Xây dựng các trung tâm tư vấn quản lý, xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp	147
KẾT LUẬN CHƯƠNG 4	148
KẾT LUẬN	149

DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN.....	151
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	152
PHỤ LỤC.....	165
Phụ lục 1: Bảng hỏi phiếu khảo sát thực trạng xây dựng và phát triển văn hoá doanh nghiệp tại các công ty du lịch Việt Nam	165
Phụ lục 2: Phiếu khảo sát thực trạng văn hóa doanh nghiệp và các yếu tố ảnh hưởng đến xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp của các công ty du lịch Việt Nam.....	171
Phụ lục 3: Mô tả mẫu nghiên cứu.....	177
Phụ lục 4: Kết quả kiểm định độ tin cậy của các yếu tố văn hóa doanh nghiệp theo mô hình Denison.....	178
Phụ lục 5: Ma trận xoay nhân tố	179