

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN



HỆ THỐNG TIÊU CHÍ NHẬN DIỆN VĂN HÓA
DOANH NGHIỆP - VẬN DỤNG CHO DOANH NGHIỆP
VIỆT NAM

CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

MÃ SỐ: 62340102

LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH DOANH VÀ QUẢN LÝ

Người hướng dẫn khoa học:

PGS.TS. NGUYỄN MẠNH QUÂN

HÀ NỘI, NĂM 2014

LỜI CẢM ƠN

Trước tiên, tôi xin chân thành gửi lời cảm ơn đến Quý thầy cô trong Khoa Quản trị kinh doanh, Đại học Kinh tế Quốc dân đã tạo điều kiện thuận lợi để tôi hoàn thành luận án.

Tôi xin chân thành gửi lời cảm ơn đến PGS.TS Nguyễn Mạnh Quân, người hướng dẫn khoa học của luận án, đã giúp tôi những quy chuẩn về nội dung, kiến thức và phương pháp nghiên cứu để hoàn thành luận án này.

Cuối cùng, tôi xin chân thành cảm ơn đến gia đình, bạn bè, những đồng nghiệp đã tận tình hỗ trợ, giúp đỡ tôi trong suốt thời gian học tập và nghiên cứu.

Tác giả

Đỗ Hữu Hải

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận án này là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các kết quả trong luận án này là trung thực và chưa từng được công bố trong bất kỳ công trình nào khác.

Tác giả

Đỗ Hữu Hải

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	i
LỜI CAM ĐOAN	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT	vi
DANH MỤC BẢNG	vii
DANH MỤC CÁC HÌNH, BIỂU ĐỒ	viii
MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VỀ TIÊU CHÍ NHẬN DIỆN VĂN HÓA DOANH NGHIỆP	9
1.1. Khái niệm về văn hóa doanh nghiệp.....	9
1.1.1. Khái niệm văn hóa	9
1.1.2. Khái niệm về văn hóa kinh doanh	11
1.1.3. Khái niệm về văn hóa doanh nghiệp	12
1.2. Cách tiếp cận về văn hóa doanh nghiệp	16
1.3. Các mô hình nghiên cứu điển hình về văn hóa doanh nghiệp.....	19
1.3.1. Mô hình ba lớp văn hóa doanh nghiệp của Schein	19
1.3.2. Mô hình văn hóa đa chiều của Hofstede.....	20
1.3.3. Công trình nghiên cứu văn hóa của Trompenaars	23
1.3.4. Mô hình nghiên cứu của Cameron và Quinn.....	26
1.3.5. Mô hình DOCS của Denison (Denison Organisational Culture Survey)	30
1.3.6. Một số mô hình nghiên cứu khác trên thế giới	36
1.3.7. Các nghiên cứu về tiêu chí nhận diện văn hóa doanh nghiệp ở Việt Nam.....	40
KẾT LUẬN CHƯƠNG 1.....	47
CHƯƠNG 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU VĂN HÓA DOANH NGHIỆP THÔNG QUA CÁC TIÊU CHÍ	48
2.1. Định hướng nghiên cứu của luận án.....	48

2.2. Phát triển câu hỏi nghiên cứu.....	66
2.3. Mô hình nghiên cứu và giả thiết nghiên cứu.....	64
2.4. Thiết kế nghiên cứu	66
2.5. Các nguồn dữ liệu và phương pháp thu thập dữ liệu	70
2.6. Thiết kế bảng hỏi	72
2.6.1. Xác định các thông tin cần tìm và cách thức sử dụng chúng	73
2.6.2. Nội dung thang đo lường hệ thống nhận diện VHDN.....	74
2.7. Thiết kế mẫu	85
2.8. Phương pháp xử lý dữ liệu.....	86
KẾT LUẬN CHƯƠNG 2.....	89
CHƯƠNG 3: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU CÁC TIÊU CHÍ TRONG NHẬN	
DIỆN VĂN HÓA DOANH NGHIỆP CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM ...	90
3.1. Giới thiệu	90
3.2. Mô tả mẫu	90
3.3. Phân tích đánh giá công cụ đo lường.....	94
3.3.1. Hệ số tin cậy Cronbach alpha	95
3.3.2. Phân tích nhân tố	97
3.3.3. Phân tích hồi quy	115
3.3.4. Kiểm định sự khác biệt về giá trị trung bình mẫu nghiên cứu của các yếu tố cấu thành hệ thống tiêu chí nhận diện VHDN theo loại hình doanh nghiệp.....	120
3.4. Hệ thống tiêu chí nhận diện VHDN và thực trạng VHDN ở Việt Nam	122
3.4.1. Hệ thống tiêu chí nhận diện VHDN	122
3.3.2. Thực trạng VHDN ở Việt Nam	129
KẾT LUẬN CHƯƠNG 3.....	137
CHƯƠNG 4: ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN VĂN HÓA DOANH	
NGHIỆP Ở VIỆT NAM.....	138
4.1. Khuyến nghị khi ứng dụng hệ thống tiêu chí nhận diện VHDN ở	
Việt Nam.....	138
4.2. Giải pháp phát triển VHDN với yếu tố Tổ chức.....	139

4.3. Giải pháp phát triển VHDN với yếu tố Quản lý	143
4.4. Giải pháp phát triển VHDN với yếu tố Lãnh đạo	145
4.5. Tạo lập và thay đổi văn hóa trong các loại hình doanh nghiệp Việt Nam.....	149
KẾT LUẬN CHƯƠNG 4.....	156
KẾT LUẬN	157
DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC CỦA TÁC GIẢ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN.....	160
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	161
PHỤ LỤC	165

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

ASEAN	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
AFTA	Khu vực mậu dịch tự do ASEAN
DN	Doanh nghiệp
EU	Liên minh châu Âu
ILO	Tổ chức lao động quốc tế
NAFTA	Hiệp định thương mại tự do Bắc Mỹ
VNPT	Tập đoàn bưu chính viễn thông Việt Nam
VINACONEX	Tổng công ty cổ phần xuất nhập khẩu và xây dựng Việt Nam
VHDN	Văn hóa doanh nghiệp
WTO	Tổ chức thương mại thế giới
UNESCO	Tổ chức khoa học, giáo dục và văn hóa Liên hợp quốc

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1.1: Bảy phương diện chính của văn hóa	23
Bảng 1.2: Cách thức thể hiện 4 mô hình văn hóa doanh nghiệp của Cameron và Quinn ...	27
Bảng 1.3: Bốn phương diện chính của văn hóa doanh nghiệp.....	32
Bảng 1.4: Cách thức thể hiện của 4 phương diện chính của văn hóa doanh nghiệp	33
Bảng 2.1: Bảng thống kê các tiêu chí của một số tác giả.....	50
Bảng 2.2: Hệ thống khía cạnh văn hóa dự kiến nghiên cứu	63
Bảng 2.3: Bảng mô tả thang của nhóm tiêu chí tổ chức	75
Bảng 2.4: Bảng mô tả khía cạnh văn hóa của nhóm tiêu chí Quản lý	79
Bảng 2.5: Bảng mô tả khía cạnh văn hóa của nhóm tiêu chí Lãnh đạo	81
Bảng 3.1: Loại hình doanh nghiệp	91
Bảng 3.2: Các thông tin nhân khẩu của đối tượng hồi đáp	92
Bảng 3.3: Kiểm định KMO và Bartlett - thang đo yếu tố Tổ chức	98
Bảng 3.4: Phân tích chỉ số Eigenvalues của 37 biến quan sát trong bộ thang đo yếu tố Tổ chức.....	99
Bảng 3.5: Rotated Component Matrix – Yếu tố Tổ chức	101
Bảng 3.6: Kiểm định KMO và Bartlett cho yếu tố Quản lý	105
Bảng 3.7: Phân tích chỉ số Eigenvalues của 23 biến quan sát trong bộ thang đo yếu tố Quản lý.....	106
Bảng 3.8: Rotated Component Matrix – Yếu tố Quản lý.....	107
Bảng 3.9: Kiểm định KMO và Bartlett cho yếu tố Lãnh đạo	109
Bảng 3.10: Phân tích chỉ số Eigenvalues của 42 biến quan sát trong bộ thang đo yếu tố Lãnh đạo.....	110
Bảng 3.11: Rotated Component Matrix– Yếu tố Lãnh đạo	112
Bảng 3.12: Hệ số tương quan giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc trong bộ thang đo	116
Bảng 3.13: Tổng hợp chỉ số phân tích hồi quy bội bộ thang đo	118
Bảng 3.14: Tổng hợp kết quả kiểm định giả thuyết.....	120

Bảng 3.15: Giá trị trung bình mẫu nghiên cứu của các yếu tố cấu thành hệ thống tiêu chí nhận diện VHDN theo loại hình doanh nghiệp.....	121
Bảng 3.16: Kiểm định sự khác biệt về giá trị trung bình mẫu nghiên cứu của các yếu tố cấu thành hệ thống tiêu chí nhận diện VHDN theo loại hình doanh nghiệp.	122
Bảng 3.17: Tổng hợp hệ thống các tiêu chí nhận diện VHDN	123

DANH MỤC CÁC HÌNH, BIỂU ĐỒ

Hình 01: Quy trình thực hiện nghiên cứu	6
Hình 1.1: Mô hình tổng thể đánh giá văn hoá doanh nghiệp của Denison	31
Hình 1.2: Các thành tố, hệ thống của VHDN và vai trò của chúng.....	46
Hình 2.1: Mô hình nghiên cứu hệ thống nhận diện VHDN.....	64
Biểu đồ 3.1: Phân loại theo loại hình doanh nghiệp	91
Biểu đồ 3.2: Các thông tin nhân khẩu của đối tượng hồi đáp.....	93
Biểu đồ 3.3: Sự phân bổ các tiêu chí vào 3 yếu tố Tổ chức, Quản lý, Lãnh đạo....	114

MỞ ĐẦU

1. Giới thiệu tóm tắt về nghiên cứu

Sự hội nhập kinh tế toàn cầu trong những năm gần đây đã mang lại cho các doanh nghiệp trong nước nhiều cơ hội và thách thức. Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng khốc liệt, các doanh nghiệp Việt Nam cần xây dựng cho mình một chiến lược tạo sự khác biệt để phát triển bền vững thông qua xây dựng giá trị riêng mà ưu thế là giá trị bắt nguồn từ con người, từ văn hóa mang đậm đà bản sắc dân tộc. Thực tế đã cho thấy văn hoá doanh nghiệp đang ngày càng có vai trò quan trọng trong việc nâng cao vị thế và thương hiệu của doanh nghiệp. Văn hoá doanh nghiệp đã và đang ngày càng có vai trò quan trọng trong việc nâng cao vị thế và thương hiệu của doanh nghiệp trên thương trường. Nghiên cứu này tập trung phân tích sự ảnh hưởng của các nhân tố Tổ chức, Quản lý, Lãnh đạo đối với việc tạo lập và thay đổi văn hoá của các doanh nghiệp Việt Nam, từ đó xây dựng bộ tiêu chí nhận diện văn hoá doanh nghiệp giúp các nhà quản lý xác định dấu hiệu đặc trưng về văn hoá của doanh nghiệp. Các phương pháp phân tích được sử dụng trong nghiên cứu này là: phương pháp hệ thống hoá dụng để tổng kết các lý thuyết về tiêu chí nhận diện văn hoá doanh nghiệp; phương pháp nghiên cứu định tính để khám phá, điều chỉnh và bổ sung các khía cạnh của từng yếu tố cấu thành hệ thống tiêu chí nhận diện VHDN; phương pháp nghiên cứu định lượng để đánh giá độ tin cậy và mức độ phù hợp của các thang đo các yếu tố tổ chức, quản lý, lãnh đạo đồng thời kiểm định mô hình nghiên cứu và các giả thuyết nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu đã xây dựng được bộ tiêu chí nhận diện văn hoá doanh nghiệp gồm 79 biến quan sát thuộc ba nhóm nhân tố Tổ chức, Quản lý, Lãnh đạo; trong đó, nhân tố Tổ chức gồm 36 biến quan sát, nhân tố Quản lý 17 gồm biến quan sát, nhân tố Lãnh đạo gồm 26 biến quan sát. Kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra yếu tố Tổ chức là yếu tố nổi bật nhất trong văn hoá của các doanh nghiệp Việt Nam, bên cạnh đó, yếu tố Lãnh đạo và Quản lý trong văn hoá doanh nghiệp còn yếu và chưa thực sự được chú trọng. Cuối cùng nghiên cứu đã đề xuất một số giải pháp phát triển văn hoá trong các loại hình doanh nghiệp ở Việt Nam.