



TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

**KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH**

Đồng chủ biên: PGS.TS. Lê Công Hoa  
TS. Nguyễn Thành Hiếu

Giáo trình

# 3 NGHIÊN CỨU KINH DOANH

(Tái bản lần thứ 2)



NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN  
2014



**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN**  
**KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH**  
**ĐỒNG CHỦ BIÊN: PGS.TS LÊ CÔNG HOA & TS. NGUYỄN THÀNH HIẾU**  
**\*\*\*\*\*000\*\*\*\*\***

**GIÁO TRÌNH**  
**NGHIÊN CỨU KINH DOANH**  
**(Business Research)**

*(Tái bản lần thứ 2)*

**NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN**  
**2014**



## LỜI MỞ ĐẦU

Nghiên cứu kinh doanh ra đời từ lâu, nhưng mãi cho đến những năm 70 - 80 của thế kỷ XX, môn học này mới được các tác giả biên soạn có tính hệ thống và tính khoa học. Nghiên cứu kinh doanh là một môn học quan trọng của ngành quản trị kinh doanh, nhằm trang bị cho sinh viên bậc đại học và sau đại học những kiến thức lý luận cơ bản, hiện đại, những phương pháp, công cụ, nghiệp vụ, kỹ năng cũng như những kiến thức thực tiễn về nghiên cứu kinh doanh. Những kiến thức của môn học còn là cơ sở khoa học quan trọng giúp sinh viên trong thực tập, kiến tập, khảo sát, nghiên cứu các vấn đề về quản trị kinh doanh. Nghiên cứu kinh doanh có quan hệ chặt chẽ và có tác động tương hỗ các môn học khác như: Quản trị chiến lược, Quản trị tác nghiệp, Quản trị hậu cần, Quản trị marketing, Quản trị nhân sự, Quản trị tài chính, Quản trị công nghệ, Quản trị chất lượng... Đồng thời, nghiên cứu kinh doanh kết hợp với các môn học này tạo thành một hệ thống kiến thức nền tảng cơ bản cho sinh viên thuộc ngành Quản trị kinh doanh.

Nội dung cơ bản của môn học đề cập đến các vấn đề về phương pháp, công cụ, nghiệp vụ và kỹ năng nghiên cứu như: quá trình nghiên cứu kinh doanh, đạo đức trong nghiên cứu kinh doanh, đề xuất nghiên cứu, thiết kế nghiên cứu, thu thập dữ liệu thứ cấp, thu thập dữ liệu sơ cấp, phân tích định tính và định lượng, kiểm định giả thiết, viết báo cáo và trình bày kết quả nghiên cứu.

Nghiên cứu kinh doanh có nhiệm vụ tạo ra những thông tin chính xác cho việc ra quyết định kinh doanh. Trọng tâm của nghiên cứu kinh doanh là chuyển việc ra quyết định vốn dựa vào những thông tin mang tính trực giác, chủ quan đến việc ra quyết định dựa vào những thông tin có được từ việc điều tra, nghiên cứu mang tính khách quan, khoa học và có tính hệ thống cao. Điều đó có nghĩa nghiên cứu kinh doanh như là một quá trình khách quan và có tính hệ thống của việc tập hợp và phân tích dữ liệu phục vụ cho việc ra quyết định kinh doanh.

Với việc vận dụng kiến thức của một số môn học có liên quan (Toán, Tin học, Kinh tế lượng, Thống kê, Điều tra xã hội học, các môn học chuyên ngành quản trị kinh doanh) cũng như việc trang bị những kiến thức phương pháp luận và cách thức thực hiện các phương pháp cụ thể, nghiên cứu kinh

doanh giúp cho các nhà quản trị có thể thu thập, xử lý dữ liệu cần thiết và tạo ra những thông tin hữu ích cho việc ra quyết định kinh doanh.

Xuất phát từ vai trò thực tế của nghiên cứu kinh doanh và yêu cầu nhanh chóng tiếp cận với kiến thức Quản trị kinh doanh hiện đại của các nhà quản trị, Bộ môn Quản trị doanh nghiệp, Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế quốc dân xin giới thiệu cuốn sách này với bạn đọc.

Nhóm tác giả biên soạn gồm:

- PGS.TS Lê Công Hoa - Chủ biên, biên soạn phần giới thiệu môn học và Chương 1.

- TS. Nguyễn Thành Hiếu - Đồng chủ biên, biên soạn Chương 4 & 6, đồng thời tham gia biên soạn Chương 3.

- TS. Đào Thanh Tùng - biên soạn Chương 3.

- TS. Trần Quang Huy - biên soạn Chương 2.

- ThS. NCS Hoàng Thanh Hương - biên soạn Chương 5.

- TS. Đỗ Thị Đông - biên soạn Chương 8.

- ThS. NCS Vũ Hoàng Nam - biên soạn Chương 7.

- TS. Hà Sơn Tùng - tham gia biên soạn Chương 4.

Trong quá trình biên soạn, các tác giả đã nhận được nhiều ý kiến đóng góp quý báu của tập thể Bộ môn Quản trị doanh nghiệp, Hội đồng khoa học và đào tạo Khoa Quản trị kinh doanh, Hội đồng thẩm định giáo trình của Trường cũng như các nhà khoa học trong và ngoài Trường, đặc biệt là PGS.TS Ngô Kim Thanh - Trưởng Bộ môn Quản trị doanh nghiệp - Đại học Kinh tế quốc dân, PGS.TS Nguyễn Văn Phúc - Giảng viên Khoa Quản trị kinh doanh - Đại học Kinh tế quốc dân, TS. Trần Kim Hào - Tổng biên tập Tạp chí Quản lý kinh tế - Bộ Kế hoạch và Đầu tư. Chúng tôi đã trân trọng cảm ơn và nghiêm túc tiếp thu các ý kiến đóng góp để hoàn thiện giáo trình.

Cuốn sách tái bản lần này chủ yếu được tham khảo từ các tài liệu nước ngoài. Mặc dù đã rất cố gắng trong việc biên soạn nội dung song cuốn sách không thể tránh khỏi những thiếu sót. Chúng tôi rất mong nhận được sự góp ý chân thành của quý bạn đọc. Mọi ý kiến đóng góp xin gửi về địa chỉ [nhihoa@yahoo.com](mailto:nhihoa@yahoo.com), điện thoại 0913379988 hoặc địa chỉ [nguenthanhhieu2002@yahoo.com](mailto:nguenthanhhieu2002@yahoo.com), điện thoại 0983828468. Chúng tôi xin trân trọng cảm ơn.

**KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH - CÁC TÁC GIẢ**

## *Chương 1*

# **QUÁ TRÌNH NGHIÊN CỨU KINH DOANH**

Với vai trò là chương mở đầu của giáo trình, chương này sẽ đề cập đến những nội dung tổng quát có tính nhập môn nhằm giúp người đọc hiểu được bản chất, vai trò và phạm vi của môn học nghiên cứu kinh doanh. Tiếp theo đó, chương 1 sẽ đề cập đến những nội dung chính của quá trình nghiên cứu trong kinh doanh. Đạo đức trong nghiên cứu cũng sẽ được đề cập như một phần cơ bản của nghiên cứu kinh doanh.

Kết cấu của chương 1 bao gồm các nội dung chủ yếu sau đây:

- Bản chất và những nội dung cơ bản của nghiên cứu kinh doanh
- Nội dung chính của quá trình nghiên cứu kinh doanh
- Vấn đề thường gặp trong nghiên cứu kinh doanh
- Đạo đức trong nghiên cứu kinh doanh

### **1.1. NGHIÊN CỨU KINH DOANH**

#### **1.1.1. Phạm vi nghiên cứu kinh doanh**

Theo nhà nghiên cứu kinh doanh nổi tiếng William G.Zikmund, phạm vi nghiên cứu kinh doanh được giới hạn bởi định nghĩa về kinh doanh của từng tác giả. Trên góc độ khái niệm hẹp, nghiên cứu kinh doanh là những nghiên cứu trong lĩnh vực sản xuất, tài chính, marketing hoặc trong lĩnh vực quản lý của các tổ chức hoạt động vì lợi nhuận. Tuy nhiên, nếu mở rộng khái niệm này ra, nghiên cứu kinh doanh có thể được thực hiện cả trong những tổ chức phi lợi nhuận bởi vì loại tổ chức này tồn tại cũng với mục đích là thoả mãn nhu cầu xã hội và đều có nhu cầu hiểu biết về kỹ năng kinh doanh để tạo ra và phân phối đến người tiêu dùng những hàng hoá và dịch vụ mà khách hàng cần.

Nghiên cứu kinh doanh có phạm vi khá rộng. Đối với các nhà quản lý, mục đích nghiên cứu là thoả mãn nhu cầu hiểu biết hơn về tổ chức, về thị

trường, về nền kinh tế hoặc các lĩnh vực khác liên quan. Để tăng sự hiểu biết, nhiều câu hỏi luôn được đặt ra đối với các nhà quản lý. Chẳng hạn với nhà quản lý tài chính có thể hỏi, môi trường tài chính sẽ tốt hơn trong dài hạn?. Hay dưới góc độ nhà quản lý nhân sự, câu hỏi có thể này sinh là: Loại đào tạo nào cần thiết đối với công nhân sản xuất? Trong khi đó nhà quản lý marketing có thể đặt ra câu hỏi: Làm thế nào để quản lý tốt các hoạt động bán lẻ của công ty? Những câu hỏi trên đều yêu cầu các thông tin liên quan đến cách mà môi trường, công nhân, khách hàng hoặc nền kinh tế sẽ phản ứng đối với các quyết định của các nhà quản lý. Nghiên cứu kinh doanh là một trong những công cụ cơ bản đối với việc trả lời những câu hỏi thực tế này.

Trước khi nghiên cứu kinh doanh trở thành công cụ phổ biến, các nhà quản lý thường ra quyết định dựa trên kinh nghiệm có được. Không ít quyết định như thế vẫn đưa đến những thành công nhất định. Tuy nhiên, trong bối cảnh nền kinh tế ngày càng phát triển và thay đổi lớn, sự cạnh tranh cũng gay gắt hơn thì việc ra quyết định dựa trên kinh nghiệm đã trở nên mạo hiểm lớn đối với các nhà quản lý. Do vậy nhu cầu nghiên cứu kinh doanh ngày càng phát triển và được chú trọng. Với những phương pháp nghiên cứu thành công, các nhà quản lý có thể giảm rủi ro trong việc ra quyết định bằng cách chuyển hình thức ra quyết định dựa trên kinh nghiệm sang quyết định dựa vào những thông tin có hệ thống được thu thập khoa học.

### **1.1.2. Khái niệm nghiên cứu kinh doanh**

Có nhiều khái niệm về phương pháp nghiên cứu kinh doanh do nhiều tác giả đưa ra. Dưới đây là một số khái niệm cơ bản của các tác giả nổi tiếng về lĩnh vực này:

Theo **William G. Zikmund**, nghiên cứu kinh doanh là một quá trình thu thập, tập hợp và phân tích dữ liệu với mục đích cung cấp những thông tin khách quan và có hệ thống nhằm hỗ trợ cho việc ra quyết định.

Định nghĩa này cho rằng:

Thứ nhất, thông tin thu thập được từ nghiên cứu không đồng nghĩa với việc tập hợp do ngẫu nhiên hay do trực giác. Nghiên cứu kinh doanh là những nghiên cứu công phu và điều tra khoa học. Các nhà nghiên cứu luôn



xem xét các dữ liệu một cách cẩn thận để khám phá tất cả những điều có thể biết về đối tượng nghiên cứu.

Thứ hai, để có những thông tin hay dữ liệu chính xác, nhà nghiên cứu kinh doanh phải thực hiện công việc của họ một cách khách quan. Do đó, vai trò của nhà nghiên cứu phải chỉ công vô tư. Nếu quá trình nghiên cứu không thoả mãn điều này thì kết quả nghiên cứu sẽ không có những thông tin chính xác và khách quan.

Thứ ba, nghiên cứu kinh doanh được áp dụng trong mọi lĩnh vực của quản lý như: sản xuất, marketing, nhân sự, tài chính và các lĩnh vực khác. Nghiên cứu kinh doanh là một công cụ cần thiết, nó tạo ra và cung cấp những thông tin có chất lượng đối với quản lý trong việc giải quyết vấn đề và ra quyết định. Thông qua việc giảm được sự không chắc chắn của các quyết định, nghiên cứu kinh doanh sẽ hạn chế việc ra quyết định sai. Tuy nhiên, nghiên cứu chỉ nên là một công cụ hỗ trợ quan trọng đối với quản lý, chứ không thể thay thế quản lý. Việc áp dụng nghiên cứu kinh doanh vẫn là một nghệ thuật của quản lý.

Theo **Dolnald R. Cooper và Pamela S. Schindler**, nghiên cứu kinh doanh là một cuộc điều tra có tính hệ thống nhằm cung cấp những thông tin cơ bản giúp cho nhà quản lý có cơ sở để ra quyết định kinh doanh.

Theo **Jill Hussey và Roger Hussey**, nghiên cứu kinh doanh được định nghĩa dựa trên ba khía cạnh như sau:

- Nghiên cứu kinh doanh là một quá trình điều tra và thu thập số liệu
- Có hệ thống và có phương pháp luận
- Mục đích là nhằm làm tăng sự hiểu biết về đối tượng nghiên cứu

Ngoài những điểm khác biệt, hầu hết các khái niệm về nghiên cứu kinh doanh đều có những điểm chung cơ bản như sau:

- Nghiên cứu kinh doanh là một cuộc điều tra có tính hệ thống và phương pháp luận
- Mục tiêu của nghiên cứu này nhằm thu thập dữ liệu hỗ trợ cho việc ra quyết định quản lý

- Nghiên cứu kinh doanh giúp chuyên quyết định dựa vào kinh nghiệm sang quyết định có cơ sở thông tin thu thập được.

Bởi vậy, có thể hiểu nghiên cứu kinh doanh là một quá trình thu thập dữ liệu có hệ thống và phương pháp luận, nghiệp vụ xử lý những dữ liệu đó nhằm đưa ra những thông tin cần thiết hỗ trợ cho nhà quản trị trong việc ra quyết định.

### **1.1.3. Những chủ đề cơ bản của nghiên cứu kinh doanh**

Chủ đề nghiên cứu kinh doanh có phạm vi rộng, bao quát tất cả các lĩnh vực kinh doanh và quản trị doanh nghiệp. Dưới đây là một số lĩnh vực chính yếu:

#### **1.1.3.1. Nghiên cứu về kinh doanh chung của doanh nghiệp**

- Nghiên cứu về xu hướng thay đổi của môi trường toàn cầu và nền kinh tế của các quốc gia (giá cả và lạm phát...)

- Nghiên cứu về xu hướng và dự báo sự phát triển của ngành

- Nghiên cứu các vấn đề kinh doanh cơ bản của doanh nghiệp (định vị nhà máy và kho hàng, thôn tính và sáp nhập, quản lý chất lượng toàn diện, quản lý đổi mới công nghệ...)

#### **1.1.3.2. Nghiên cứu về tài chính**

- Xu hướng thay đổi tỷ lệ lãi suất tài chính

- Xu hướng thay đổi về cổ phiếu, trái phiếu và giá trị hàng hoá

- Tổ hợp của các nguồn vốn khác nhau

- Quan hệ đánh đổi giữa lợi nhuận và rủi ro

- Ảnh hưởng của thuế

- Phân tích các giờ đầu tư

- Tỷ lệ lợi nhuận mong đợi

- Các mô hình định giá tài sản

- Rủi ro tín dụng

- Phân tích chi phí

#### **1.1.3.3. Nghiên cứu về hành vi tổ chức và quản trị nhân sự**

- Mức độ trung thành và thoả mãn công việc