

LỜI NÓI ĐẦU

Cuốn sách này hướng đến độc giả là các nhà nghiên cứu; các giảng viên đại học và cao đẳng; sinh viên; học viên cao học; nghiên cứu sinh và các đối tượng khác có quan tâm đến văn hoá doanh nghiệp và phương pháp nghiên cứu định lượng (Sử dụng SPSS và Amos). Đặc biệt, cuốn sách sẽ được dùng làm một trong những tài liệu tham khảo hữu ích cho những người làm nghiên cứu, các nhà lãnh đạo, quản lý doanh nghiệp để tạo lập, xây dựng văn hoá trong tổ chức và hình thành tư duy trong nghiên cứu khoa học.

Tác giả xin đánh giá cao sự giúp đỡ nhiệt tình của Nhà xuất bản Giao thông vận tải để cuốn sách kịp thời ra mắt bạn đọc. Tác giả xin ghi nhận sự giúp đỡ của quý thầy cô trong Khoa Quản trị kinh doanh - Đại học Kinh tế Quốc dân; PGS.TS Nguyễn Mạnh Quân; gia đình, bạn bè, đồng nghiệp trong suốt quá trình chuẩn bị cho cuốn sách.

Cuốn sách gồm 4 phần được sắp xếp theo lô - gíc của quá trình nghiên cứu về hệ thống tiêu chí nhận diện văn hoá doanh nghiệp từ hệ thống hoá cơ sở lý luận liên quan đến tiêu chí nhận diện văn hóa doanh nghiệp đến xây dựng và cuối cùng là kiểm chứng hệ thống tiêu chí nhận diện văn hóa doanh nghiệp tại các doanh nghiệp Việt Nam, từ đó đưa ra bộ tiêu chí nhận diện văn hóa doanh nghiệp: **Phần 1** - Tổng quan nghiên cứu về tiêu chí nhận diện văn hóa doanh nghiệp; **Phần 2** - Phương pháp nghiên cứu về văn hóa doanh nghiệp thông qua các tiêu chí; **Phần 3** - Kết quả nghiên

MỤC LỤC

Phần 1: TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VỀ TIÊU CHÍ NHẬN DIỆN VĂN HÓA DOANH NGHIỆP	13
Chương 1: Văn hoá doanh nghiệp và các cách tiếp cận	13
1.1. Khái niệm về văn hóa doanh nghiệp	13
1.1.1. Khái niệm văn hóa	13
1.1.2. Khái niệm về văn hóa kinh doanh	16
1.1.3. Khái niệm về văn hóa doanh nghiệp	18
1.2. Cách tiếp cận về văn hóa doanh nghiệp	23
Chương 2: Các mô hình nghiên cứu về văn hoá doanh nghiệp và hệ thống tiêu chí nhận diện văn hoá doanh nghiệp	29
2.1. Mô hình ba lớp văn hóa doanh nghiệp của Schein	29
2.2. Mô hình văn hóa đa chiều của Hofstede	30
2.3. Công trình nghiên cứu văn hóa của Trompenaars	33
2.4. Mô hình nghiên cứu của Cameron và Quinn	40
2.5. Mô hình DOCS của Denison (Denison Organisational Culture Survey)	46
2.6. Một số mô hình nghiên cứu khác trên thế giới	55
2.7. Các nghiên cứu về tiêu chí nhận diện văn hóa doanh nghiệp ở Việt Nam	61
Kết luận phần I	70
Văn hóa doanh nghiệp - Đỉnh cao của trí tuệ	9

**Phần 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU VĂN HÓA
DOANH NGHIỆP THÔNG QUA CÁC TIÊU CHÍ 71**

**Chương 3: Phương pháp nghiên cứu văn hoá doanh nghiệp
thông qua các tiêu chí..... 71**

3.1. Định hướng nghiên cứu..... 71

3.2. Phát triển câu hỏi nghiên cứu..... 93

3.3. Mô hình nghiên cứu và giả thiết nghiên cứu..... 94

3.4. Thiết kế nghiên cứu..... 99

3.5. Các nguồn dữ liệu và phương pháp thu thập dữ liệu 102

3.6. Thiết kế bảng hỏi..... 106

3.6.1. Xác định các thông tin cần tìm và cách thức sử
dụng chúng..... 107

3.6.2. Nội dung thang đo lường hệ thống nhận diện
VHDN..... 108

3.7. Thiết kế mẫu..... 122

3.8. Phương pháp xử lý dữ liệu..... 124

Kết luận phần 2 129

**Phần 3: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU CÁC TIÊU CHÍ TRONG
NHẬN DIỆN VĂN HÓA DOANH NGHIỆP CỦA
DOANH NGHIỆP VIỆT NAM 132**

Chương 4: Mô tả mẫu của nghiên cứu..... 132

Chương 5: Phân tích đánh giá công cụ đo lường..... 137

5.1. Hệ số tin cậy Cronbach alpha 138

5.2. Phân tích nhân tố..... 142

5.3. Phân tích hồi quy.....	168
5.4. 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.....	175
Chương 6: Hệ thống tiêu chí nhận diện VHDN và thực trạng VHDN ở Việt Nam.....	184
6.1. Hệ thống tiêu chí nhận diện VHDN.....	184
6.2. Thực trạng VHDN ở Việt Nam.....	193
Kết luận phần 3	204
Phần 4: ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN VĂN HÓA DOANH NGHIỆP Ở VIỆT NAM	206
Chương 7: Giải pháp phát triển văn hoá doanh nghiệp ở Việt Nam	206
7.1. Khuyến nghị khi ứng dụng hệ thống tiêu chí nhận diện VHDN ở Việt Nam	207
7.2. Giải pháp phát triển VHDN với yếu tố Tổ chức.....	208
7.3. Giải pháp phát triển VHDN với yếu tố Quản lý	213
7.4. Giải pháp phát triển VHDN với yếu tố Lãnh đạo	217
7.5. Tạo lập và thay đổi văn hóa trong các loại hình doanh nghiệp Việt Nam.....	222
Kết luận phần 4	232
Kết luận	234