

QNUJS-A2424_Thanh Nhat

By qnujs

Impact of corporate culture on business performance of company listed on Hochiminh Stock Exchange

ABSTRACT

The purpose of this article is to identify the characteristics of corporate culture according to Schein's model and examine the impact of these factors on the business performance of enterprises listed on the Ho Chi Minh City Stock Exchange. The author uses a combination of qualitative and quantitative research methods to evaluate this impact. The results from the SEM linear structural model show that the factors named Team orientation culture and Innovative culture have positive impact, while Control Culture has negative impact on business performance of the enterprises studied. The research finding from the article will contribute to the stream of research related to corporate culture, thereby providing a basis for making management decision in order to improve the business performance of enterprises in Vietnam.

Keywords: *Corporate culture, Team orientation culture, Control culture, Innovative culture, Business performance*

Tác động của văn hoá doanh nghiệp đến hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp niêm yết trên Sở Giao dịch chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh

TÓM TẮT

Mục đích của bài viết này nhằm nhận diện các đặc điểm của văn hoá doanh nghiệp theo mô hình của Schein và xem xét sự tác động của các yếu tố này đến hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp niêm yết trên Sở Giao dịch chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh. Tác giả sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và phương pháp nghiên cứu định lượng để đánh giá sự tác động này. Kết quả từ mô hình cấu trúc tuyến tính cho thấy yếu tố Văn hoá tập thể và Văn hoá đổi mới, sáng tạo có tác động tích cực, Văn hoá kiểm soát có tác động ngược chiều đến hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp trong nghiên cứu. Kết quả từ bài báo sẽ bổ sung vào dòng các nghiên cứu liên quan đến văn hoá doanh nghiệp, từ đó, là cơ sở để đưa ra các gợi ý quản trị phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp tại Việt Nam.

Từ khóa: Văn hoá doanh nghiệp, Văn hoá tập thể, Văn hoá kiểm soát, Văn hoá đổi mới sáng tạo, Hiệu quả kinh doanh.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Văn hóa doanh nghiệp là hệ thống những tư tưởng, ý niệm và giá trị chung được nắm giữ bởi các thành viên trong tổ chức, là giá trị tinh thần có thể phân biệt giữa tổ chức này và tổ chức khác. Văn hoá doanh nghiệp là thành phần quan trọng thuộc lĩnh vực hành vi tổ chức. Vì vậy, hiểu được con người, môi trường doanh nghiệp (DN), văn hoá DN sẽ góp phần tạo nên sự thành công của DN đó. Nếu một DN được điều hành bởi nhà lãnh đạo có chuyên môn giỏi và đạo đức kinh doanh tốt, luôn hướng đến lợi ích chung của nhân viên, môi trường, cộng đồng và các bên liên quan; thì điều này sẽ tạo ra thành quả kinh doanh tốt^{1,2}. Văn hoá DN được xây dựng bởi nhà lãnh đạo, và những đặc trưng của nhà lãnh đạo. Đây có thể xem là tài sản vô giá của DN. Khi các DN có cùng nền tảng, nhưng được quản lý và phát triển bởi các nhà lãnh đạo với các đặc điểm văn hoá, đạo đức và phong cách làm việc khác nhau, sẽ tạo ra nét văn hoá DN hoàn toàn riêng biệt, từ đó sẽ tạo ra các thành quả khác nhau của DN.

Một số nghiên cứu trước đây đã đề cập đến vai trò của nhà lãnh đạo đối với hiệu quả kinh doanh hoặc vai trò của nhà lãnh đạo đối với việc gia tăng giá trị DN^{3,4}, tuy nhiên, các nghiên cứu này chưa xem xét

tiếp về tác động của các giá trị văn hóa DN. Ngoài ra, một số nghiên cứu đề cập đến nét văn hóa gắn bó tập thể sẽ giúp DN nâng cao lòng trung thành của nhân viên và gia tăng hiệu suất lao động^{5,6}. Tuy nhiên, nghiên cứu về văn hóa DN cần mở rộng hơn thế. Đặc biệt, văn hoá đổi mới, sáng tạo là biến đổi đưa vào sau này trong các nghiên cứu về văn hoá DN. Điều này phù hợp trong bối cảnh nền kinh tế có những thay đổi không ngừng, đòi hỏi sự năng động, sáng tạo của DN để thích ứng với thời kỳ mới, thì hầu như chưa được đề cập ở những nghiên cứu trước đây. Vì vậy, bài phát từ tầm quan trọng của yếu tố con người, và các giá trị tinh thần của văn hóa DN lại cho thành quả của DN, tác giả thực hiện nghiên cứu “Tác động của văn hoá DN đến hiệu quả kinh doanh của các DN niêm yết trên Sở Giao dịch chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh”.

Nghiên cứu được thực hiện với mong muốn nghiên cứu văn hoá DN theo chiều sâu trong mối quan hệ với hiệu quả kinh doanh. Từ đó, tác giả có thể đưa ra các gợi ý quản trị phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của DN.

2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

6 Văn hoá DN đóng vai trò quan trọng trong việc định hướng thái độ, hành vi của người lao động trong tổ chức. 63 Văn hoá DN đã được nhiều tác giả khẳng định có tác động tích cực đến sự thành công của DN, bao gồm cả hoạt động tài chính và phi tài chính^{6,7}. Các nghiên cứu đánh giá sự ảnh hưởng của văn hoá DN đến các chỉ tiêu phi tài chính được thực hiện khá 27 lần trước đây, bao gồm: văn hoá DN làm tăng lòng trung thành của nhân viên, sự hài lòng của khách hàng hay tăng hiệu suất lao động^{2,6}. Xem xét sự ảnh hưởng của văn hoá DN đến các chỉ tiêu tài chính, cụ thể là hiệu quả kinh doanh, một số tác giả đã có những kết luận quan trọng.

1 Yilmaz và cộng sự khi nghiên cứu về vai trò của các đặc điểm văn hóa DN tại 55 công ty niêm yết ở Thổ Nhĩ Kỳ đã chỉ ra rằng, doanh số bán hàng, lợi nhuận trên tổng tài sản (ROA) và thị phần tăng rõ rệt ở những DN có văn hoá đoàn kết tập thể vững mạnh. Ngoài ra, qua khảo sát thực trạng tại quốc gia này, tác giả cũng gợi ý việc kết hợp hiệu quả văn hóa tập thể, văn hóa kiểm soát và sự sáng tạo sẽ tăng cường sự linh hoạt, giúp DN hoạt động hiệu quả hơn so với việc chỉ áp dụng một đặc điểm văn hóa DN⁸.

4 Nghiên cứu của Saeed ở các DN nhỏ và vừa tại Anh cho thấy yếu tố văn hoá tổ chức ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh thông qua 44 lần làm tăng chất lượng quy trình hoạt động, từ đó gia tăng doanh số 17 cải thiện hiệu quả kinh doanh của DN. Trong nghiên cứu này, tác giả đã tiến hành kiểm định ảnh hưởng của văn hóa DN theo bốn khía cạnh (văn hóa tập thể, văn hóa sáng tạo, văn hóa kiểm soát, văn hóa định hướng mục tiêu) đến hiệu quả hoạt động phi tài chính và tài chính của DN. Kết quả nghiên cứu cho thấy yếu tố văn hóa tập thể và văn hóa kiểm soát giúp làm tăng hiệu quả kinh doanh của DN. Tác giả cũng giải thích kỹ hơn rằng, sự kiểm soát ở một DN, cụ thể là việc tập trung quyền lực ở các cấp lãnh đạo, sẽ giúp DN gia tăng chất lượng của quy trình hoạt động, từ đó hướng DN đến đúng tiêu tăng trưởng như đã cam kết. Tuy nhiên, văn hóa đổi mới sáng tạo lại chưa có ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của DN trong nghiên cứu này⁵.

Các nghiên cứu về động cơ của văn hoá DN đến hiệu quả kinh doanh có ý nghĩa đặc biệt quan trọng với mọi DN, nhất là đối với những nhà quản lý bởi họ sẽ nhận diện được các đặc điểm văn hoá có ảnh hưởng, từ đó đề ra các chính sách phù hợp để phát huy thành quả và tăng trưởng tốt. Khi nghiên cứu về văn hoá DN, tác giả Denison đã nhấn mạnh đến yếu tố sự tham gia của tập thể trong các cam kết

27 hoàn thành sứ mệnh của một tổ chức. Kết quả từ nghiên cứu này cũng cho thấy rằng yếu tố văn hoá tập thể có tác động đến hai chỉ tiêu bao gồm lợi nhuận trên tổng tài sản (ROA) và lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE)^{7,9}. Tác giả Huang nghiên cứu về văn hoá DN tương tự với hướng tiếp cận của Denis¹⁴. Ngoài ra, ông cũng bổ sung thêm đặc điểm về khả năng thích ứng, sự đổi mới, sáng tạo để đo lường yếu tố văn hoá DN. Ở nghiên cứu này, tác giả đã xem xét tác động của văn hoá DN đến các chỉ tiêu bao gồm: tăng trưởng doanh thu và khả năng mở rộng thị trường, ROA, ROE, sự hài lòng của nhân viên, kết quả hoạt động nói chung của DN. Kết quả nghiên cứu cho thấy các đặc điểm của văn hoá DN bao gồm sự gắn kết tập thể, cam kết hoàn thành sứ mệnh và khả năng thích ứng, sự đổi mới đều có quan hệ thuận chiều đến hiệu quả tài chính của các DN tại Mỹ và Đài Loan. Đồng thời các giả thuyết cũng nhấn mạnh đến các điểm giống nhau và khác nhau giữa văn hoá của các DN tại hai quốc gia này, và vì vậy, mức độ ảnh hưởng đến kết quả hoạt động của các DN tại các quốc gia cũng khác nhau¹⁰.

Tác giả Calori và Samin tiếp cận văn hoá DN ở khía cạnh khác. Theo các tác giả này, văn hoá DN bao gồm 12 giá trị liên quan đến công việc và 17 nhân tố liên quan đến kỹ năng quản trị của nhà lãnh đạo DN. Khi nghiên cứu về tác động của văn hoá DN, tác giả cũng kết luận rằng nhiều giá trị và nhân tố có quan hệ chặt chẽ với tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu và sự tăng trưởng của DN¹¹.

Như vậy, có thể thấy rằng các nghiên cứu về ảnh hưởng của các đặc điểm văn hoá DN đến hiệu quả kinh doanh còn khá hạn chế, kết quả chưa cập nhật và cũng khác biệt giữa các quốc gia. Ngoài ra, do tính chất khác nhau về đặc điểm văn hoá tại mỗi quốc gia nên sẽ dẫn đến những điểm khác biệt trong văn hoá ở các quốc gia đó. Hơn nữa, yếu tố văn hoá DN trong các nghiên cứu được nhắc đến và tiếp cận theo nhiều hướng khác nhau. Vì vậy dẫn đến việc cần thiết phải thực hiện các nghiên cứu tại Việt Nam bằng việc xem xét yếu tố văn hoá DN theo cách tiếp cận phổ biến nhất, và phân tích sự ảnh hưởng của yếu tố này đến hiệu quả kinh doanh của các DN niêm yết trên Sở giao dịch chứng khoán Tp. Hồ Chí Minh.

3. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

3.1 Các khái niệm liên quan

1 Có rất nhiều khái niệm khác nhau về văn hóa DN. Theo tác giả Lewis “Văn hóa DN là một hệ thống các ý nghĩa, giá trị, niềm tin chủ đạo, nhận thức và

phương pháp tư duy được mọi thành viên của một tổ chức cùng đồng thuận và có tác động ở phạm vi rộng đến cách thức hành động của từng thành viên”¹². Theo Dương Thị Liễu “Văn hóa DN là toàn bộ giá trị tinh thần mang đặc trưng riêng biệt của DN có tác động tới tình cảm, lý trí và hành vi của tất cả thành viên trong tổ chức”¹³.

Schein đã đưa ra định nghĩa rộng hơn về văn hóa DN gồm “Sự tích hợp của các yếu tố hành vi con người bao gồm lời nói, hành động, sự tương tác lẫn nhau và phụ thuộc vào năng lực học hỏi và truyền tải kiến thức của từng người để tạo nên sự thành công”¹⁴. Khái niệm này bao gồm hầu hết các khía cạnh của hành vi như: Chia sẻ các giá trị, niềm tin và các cách để thực hiện. Khái niệm này có thể áp dụng ở mọi cấp độ như: văn hóa quốc gia, văn hóa khu vực, văn hóa công ty...

Như vậy, dựa trên các nghiên cứu về văn hoá DN, có thể liệt kê một số đặc điểm chính sau đây của văn hoá DN:

- Các nhà lãnh đạo là những người tạo ra văn hoá trong tổ chức, vì vậy, xét trong các DN khác nhau thì tuy khác nhau vào quan điểm, đạo đức của nhà lãnh đạo sẽ có những nét khác biệt riêng. Văn hoá DN cần được kết nối với các phong cách lãnh đạo khác nhau để tạo ra những giá trị riêng biệt cho tổ chức.

- Nét đặc trưng của văn hoá DN phụ thuộc vào văn hoá quốc gia, văn hoá khu vực, và thay đổi theo thời gian.

Như vậy, có thể thấy rằng, mặc dù có nhiều quan điểm khác nhau về văn hóa DN nhưng tựu trung lại đều thấy rõ yếu tố này là nhân giá trị vô hình, “phần tinh thần cốt lõi của mỗi DN, góp phần tạo nên sức mạnh của DN. Các nghiên cứu về văn hóa DN khá nhiều, nhưng phần lớn đều dựa trên kết quả nghiên cứu của Schein để định hình các bước nghiên cứu về tác động của văn hóa DN đến các yếu tố khác. Vì vậy, nghiên cứu này cũng sẽ dựa trên cơ sở của Schein về các đặc trưng văn hóa DN². Hơn nữa, khái niệm văn hoá theo Schein có thể được áp dụng khi nghiên cứu văn hoá DN, văn hóa tổ chức, văn hoá quốc gia và được sử dụng trong các nghiên cứu trước đây tại Việt Nam^{14,15}. Hầu hết các nhà nghiên cứu đều đồng thuận với quan điểm về các đặc trưng của văn hóa được đề xuất bởi Schein trong mối quan hệ giữa yếu tố này với sự thành công của tổ chức^{2,6,7}. Các đặc trưng phổ biến của văn hóa DN gồm:

1 Văn hóa tập thể (Team Orientation Culture): Các tổ chức với đặc điểm văn hóa này luôn coi trọng việc gắn kết sức mạnh của từng cá nhân thành sức mạnh của tập thể, luôn thể hiện sự công bằng trong đánh giá công việc, tôn trọng sự hợp tác lẫn nhau để hoàn thành mục tiêu của tổ chức. Trong nền văn hóa tập thể, nhà quản lý có xu hướng kết nối đến nhân viên của mình nhiều hơn, khoảng cách quyền lực cũng được rút ngắn.

- Văn hóa kiểm soát (Control Culture): Các DN với đặc điểm văn hóa này thường có nhiều quy trình, tài liệu để yêu cầu nhân viên thực hiện nhiệm vụ được giao với việc tuân thủ đúng các quy định đưa ra. Văn hóa kiểm soát thường được các nhà lãnh đạo thiết lập ra để kiểm soát và đánh giá quá trình thực hiện nhiệm vụ của nhân viên cấp dưới. Văn hóa kiểm soát sẽ giúp công việc được thiết lập theo đúng quy trình cụ thể, hạn chế sai sót, rủi ro.

- Văn hóa đổi mới, sáng tạo (Innovative Culture): Các DN với đặc điểm văn hóa này phản ánh sự cởi mở trong việc tiếp nhận những xu hướng mới, sẵn sàng chấp nhận rủi ro để thử nghiệm những phương án kinh doanh mới, linh hoạt, phù hợp để bắt kịp xu hướng phát triển của kinh tế.

Để đo lường ba khía cạnh của văn hóa DN, tác giả đã sử dụng các thang đo để đo lường được tham khảo từ Bảng khảo sát văn hóa tổ chức của Denison (OCS)¹⁶ và Các chỉ số văn hóa tổ chức (OCI)¹⁷. Các thang đo này đã được kiểm định giá trị và độ tin cậy với các nghiên cứu trước đây và được sử dụng trong nghiên cứu ở nhiều quốc gia khác nhau bao gồm: Thổ Nhĩ Kỳ, Malaysia, Bắc Mỹ, Úc, Ấn Độ, Trung Quốc và Đài Loan^{8,17,18,19}.

Hiệu quả kinh doanh là mức độ đạt được mục tiêu kinh doanh mà một DN đã đề ra, thể hiện qua mối quan hệ giữa kết quả đạt được và chi phí bỏ ra. Khi đo lường yếu tố hiệu quả kinh doanh, các nhà kinh tế thường sử dụng kết quả đầu ra của quá trình kinh doanh để so sánh với các yếu tố đầu vào của quá trình sản xuất nhằm đánh giá tính hiệu quả của việc sử dụng tài sản và nguồn vốn của DN. Dựa trên các nghiên cứu trước đây về việc đo lường hiệu quả kinh doanh^{3,20,21,22} nghiên cứu này sử dụng các chỉ số bao gồm lợi nhuận trên doanh thu thuần (ROS), lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE) và lợi nhuận trên tổng tài sản (ROA) để tiến hành đo lường hiệu quả kinh doanh.

Hiệu quả kinh doanh là một trong những chỉ số quan trọng dùng để đánh giá sự tăng trưởng, khả năng cạnh tranh và khả năng phát triển bền vững của DN trong nền kinh tế. Việc nhận diện các yếu

37
tổ tác động và nâng cao hiệu quả kinh doanh đóng
62 vai trò quan trọng không chỉ đối với DN và
người lao động 54 còn góp phần khẳng định vị thế
của DN, thu hút nhà đầu tư và ổn định nền kinh tế
của đất nước.

3.2 Lý thuyết nền tảng

6 có thể thấy rằng, nhà lãnh đạo là người tiên phong
xây dựng và duy trì nét văn hóa của mỗi DN. Văn
hoá của mỗi DN được xây dựng bởi nhà lãnh đạo,
và mang đặc trưng của từng phong cách của nhà
lãnh 11. Hiện nay, có những phong cách lãnh đạo
đang được sử dụng phổ 36 n trong quản lý và điều
hành của DN, cũng như được n 5 ều nhà nghiên cứu
về văn hoá DN quan tâm gồm (1) lãnh đạo dân chủ,
(2) lãnh đạo độc đoán và (3) lãnh đạo theo tình
huống^{24,25}. Sự khác nhau của 74 đặc điểm lãnh đạo
này sẽ đem đến những giá trị văn hoá DN khác nhau
và ảnh hưởng khác nhau đến thành quả của DN. Vì
vậy, lý thuyết lãnh đạo (Theories of 5 adership) là
cơ sở để tác giả hiểu rõ từng phong cách lãnh đạo
tác động như thế nào đến văn hoá DN và kết quả
đầu ra của DN 17

Học thuyết X trong phong cách lãnh đ 2 đề cao vai
trò của nhà quản lý trong việc chỉ huy, dẫn dắt hành
vi của các nhân viên trong tổ chức. Nhà lãnh đạo
theo học thuyết này có xu hướng độc đoán, tập
trung quyền 22 ực trong tay, họ quản lý nhân viên
bằng cách kiểm soát, yêu cầu nhân viên thực hiện
đúng các chỉ thị. Học 67 uyết X gắn liền với văn hoá
kiểm soát. Khi nhà quản lý điều hành công việc
thông qua các công cụ kiểm soát chặt chẽ, điều này
sẽ hướng DN thực hiện đúng các mục tiêu cam kết
đề ra²⁴.

Học thuyết Y yêu cầu nhà lãnh đạo cần xây dựng
môi trường theo hướng tập trung vào sự gắn kết con
người, gắn kết sự thành công của mỗi nhân viên vào
thành 33 ả hoạt động chung của DN, gắn kết thành
công của mỗi cá nhân vào thành quả chung của tập
thể. H 9 uyết Y là nền tảng giúp tác giả hình
thành mối quan hệ giữa văn hoá tập thể và thành
quả nói chung của một DN²⁴ 25

Học thuyết Z chú trọng đến việc gia tăng lòng trung
thành của nh 38 viên bằng cách khích lệ sự sáng tạo
ở họ, từ đó nâng cao chất lượng trong công v 52.
Học thuyết này cũng đề xuất việc nhà lãnh đạo cần
tạo điều kiện để nhân viên được tham gia vào 6 ệc
xây dựng các chính sách, khuyến khích nhân viên
phát huy tính tích cực, sáng tạo, chứ không phải chỉ
cần thực hiện đúng các chỉ thị. Học thuyết Z ủng hộ
phong cách điều hành linh 4 at, khích lệ sự đổi
mới, sáng tạo, bởi vì điều này sẽ ảnh hưởng tích cực
đến thành quả hoạt động của DN²⁶.

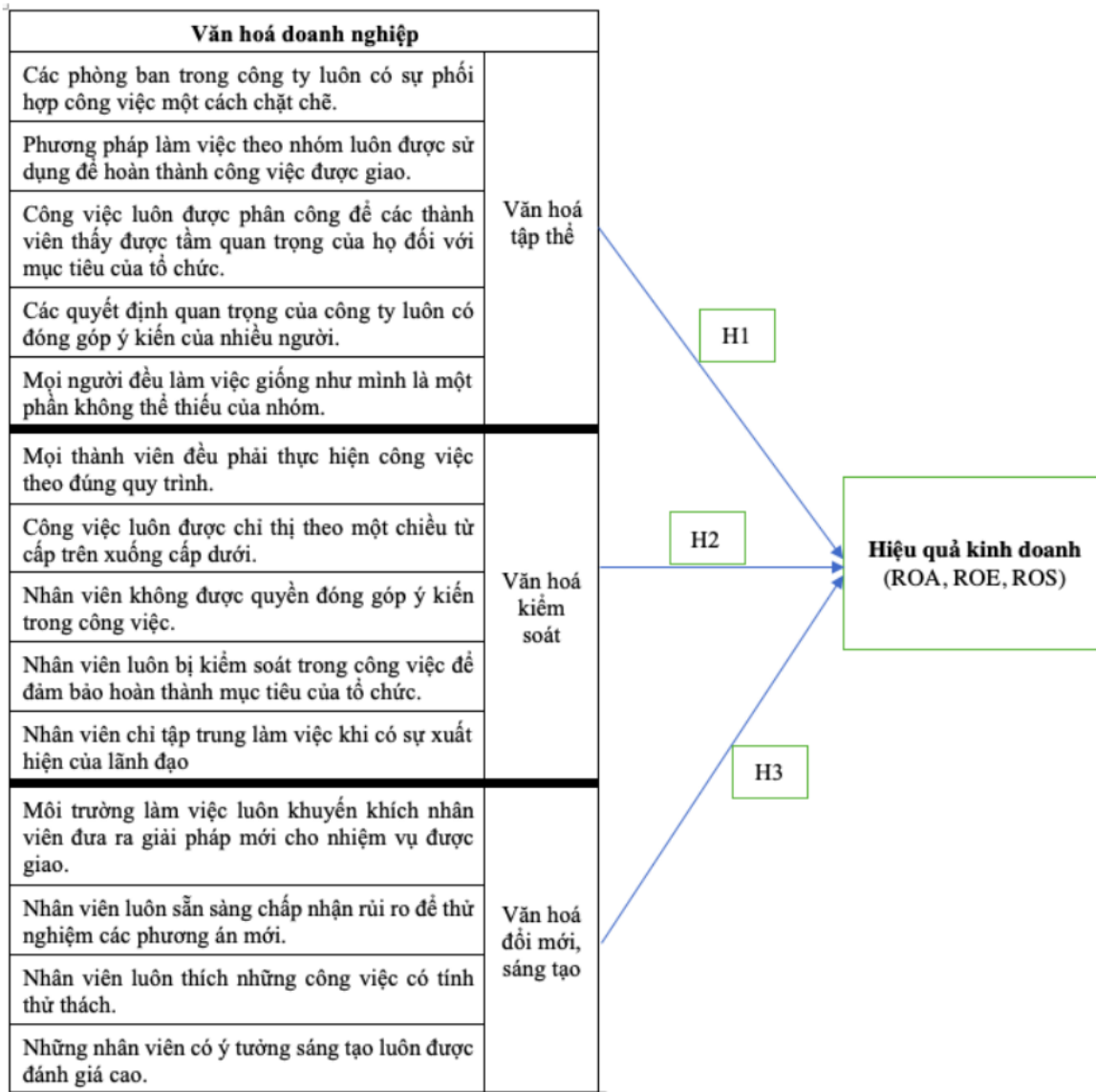
3.3 Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

23
Từ việc tổng quan nghiên cứu, xem 2 ết các khái
niệm và lý thuyết nền, tác giả đặt ra các giả thuyết
nghiên cứu như sau:

16: Nhân tố Văn hoá tập thể tác động tích cực đến
Hiệu quả kinh doanh của các DN niêm yết trên Sở
Giao dịch chứng khoán Tp. Hồ Chí Minh

H2: 16 ần tố Văn hoá kiểm soát tác động tích cực
đến Hiệu quả kinh doanh của các DN niêm yết trên
Sở Giao dịch chứng khoán Tp. Hồ Chí Minh 83

H3: 2 ần tố Văn hoá đổi mới sáng tạo tác động tích
cực đến Hiệu quả kinh doanh của các DN niêm yết
trên Sở Giao dịch chứng khoán Tp. Hồ Chí Minh



Hình 1: Mô hình và giả thuyết nghiên cứu (tác giả đề xuất)

4. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Quy trình nghiên cứu bao gồm 2 giai đoạn:

Nghiên cứu định tính bao gồm việc xác định mục tiêu nghiên cứu, tìm hiểu khái niệm về văn hoá DN, và sự tác động của văn hoá DN đến hiệu quả kinh doanh. [82] giả cũng tiến hành kiểm tra sự phù hợp của các thang đo nghiên cứu bằng cách phỏng vấn chuyên gia. Sau khi phỏng vấn, tác giả tiến hành hiệu chỉnh thang đo cho phù hợp với đặc điểm văn hoá và điều kiện kinh tế của các DN tại Việt Nam.

Nghiên cứu định lượng bao gồm việc tiến hành khảo sát để thu thập dữ liệu từ các đối tượng, mục đích nhằm kiểm định thang đo và các giả thuyết nghiên cứu. Tác giả sử dụng kỹ thuật phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích nhân tố khẳng định (CFA) để đánh giá độ tin cậy, sự phù hợp của biến độc lập và biến phụ thuộc. Tác giả sử dụng mô hình phương trình cấu trúc tuyến tính (SEM) để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu.

Chọn mẫu

Việc quyết định kích thước mẫu ³ các mẫu được chọn rất quan trọng khi sử dụng mô hình phương trình cấu trúc vì kỹ thuật này thường yêu cầu kích thước mẫu đủ lớn để đạt được sự ổn định. Với số lượng mẫu trên 200 được cho rằng ⁷³ sẽ cung cấp nền tảng tốt cho các ước lượng ³⁵ ^{27,28}. Vì vậy, tác giả đã tiến hành khảo sát 250 DN niêm yết trên Sở giao dịch chứng khoán Tp. Hồ Chí Minh, và lựa chọn mẫu ⁷² hình thức thuận tiện đảm bảo đều có mẫu thuộc các lĩnh vực kinh doanh khác nhau. Sau khi gửi phiếu khảo sát cho 250 DN, tác giả nhận về 210 phiếu hợp lệ, đảm bảo yêu cầu kích thước mẫu để phân tích.

5. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Kết quả phân tích nhân tố khám phá được tác giả tổng hợp rút gọn ở bảng bên dưới. Từ kết quả KMO và tổng phương sai trích cho thấy ²⁹ g 4 thang đo (bao gồm 3 đặc điểm văn hóa DN ⁴ và hiệu quả kinh doanh) đưa vào nghiên cứu để ¹⁸ đảm bảo yêu cầu. Như vậy, các thang đo của ba biến văn hóa DN đã được sử dụng trong nghiên cứu trước đây tại các nước khác nhau ⁵ thì khi áp dụng vào nghiên cứu tại Việt Nam vẫn đảm bảo độ tin cậy.

Bảng 1: Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

⁸	KMO	Tổng phương sai trích
Văn hóa tập thể	0,812	51,49%
Văn hóa đổi mới, sáng tạo	0,896	55,23%
Văn hóa kiểm soát	0,915	61,69%
Hiệu quả kinh doanh	0,799	82,19%

Kết quả phân tích nhân tố khẳng định được sử dụng để ¹¹ kiểm tra mức độ phù hợp của mô hình nghiên cứu. Bảng 2 thể hiện kết quả rút gọn của kiểm ¹⁰ định CFA của thang đo văn hóa DN. Từ kết quả này có thể thấy rằng, thang đo dùng để đo lường biến văn hóa DN trong mô hình này là đủ tin cậy, đơn hướng và hội tụ.

Bảng 2: Kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA

Đặc điểm	Độ tin cậy tổng hợp (CR)	Tổng phương sai rút trích (AVE)
⁸ Văn hóa tập thể	0,895	0,712

Văn hóa đổi mới, sáng tạo	0,870	0,756
Văn hóa kiểm soát	0,905	0,729

³ Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) về tác động của văn hóa DN ² đến hiệu quả kinh doanh của các DN niêm yết trên Sở Giao dịch chứng khoán Tp. Hồ Chí Minh ⁴ các chỉ số bao gồm GFI = 0,852; AGFI = 0,859; TLI = 0,911; CFI = 0,901 và RMSEA = 0,047 cho thấy mô hình ² phù hợp với dữ liệu nghiên cứu. Sau khi xem xét sự phù hợp của mô hình, tác giả thực ¹⁵ kiểm định mô hình SEM và nhận được kết quả ước lượng cuối cùng. Kết quả bảng 3 cho thấy các mối quan hệ đều đạt ý nghĩa thống kê (ý nghĩa ở mức 0,005).

Bàn luận về các kết quả nghiên cứu

Kết quả kiểm định cho thấy cả ba giả thuyết nghiên cứu đưa ra đều được chấp nhận.

¹ Yếu tố văn hóa tập thể có tác động tích cực đến hiệu quả kinh doanh của các DN niêm yết trên Sở G ²¹ dịch chứng khoán Tp. Hồ Chí Minh, đồng thời kết quả trên cũng cho ¹ thấy yếu tố này tác động mạnh nhất. Những DN với đặc điểm văn hóa tập thể luôn coi trọng việc gắn kết sức mạnh của cá nhân thành sức mạnh tổng hợp ¹ của tập thể, mọi người luôn tôn trọng và sẵn sàng ² hợp tác với nhau để hoàn thành các mục tiêu của tổ chức. Điều này cũng phù hợp với kết quả nghiên cứu trước đây ^{7,8,9}

¹ ²³ Văn hóa kiểm soát có tác động ¹ ngược chiều đến hiệu quả kinh doanh của DN. Văn hóa kiểm soát thường được các nhà lãnh đạo thiết lập để kiểm soát hoạt động và ⁹¹ đánh giá quá trình thực hiện của nhân viên trong DN. Một số nghiên cứu cho rằng việc kiểm soát giúp DN bám sát và thực hiện ⁴³ g các quy trình, mục tiêu đã đề ra. Kiểm soát tốt giúp hạn chế các sai sót, rủi ro có thể xảy ra ảnh hưởng ¹⁹ g DN có thể không thực hiện tốt các mục tiêu. Tuy nhiên, kết ² quả nghiên cứu trong trường hợp này lại cho thấy ⁹ n hóa kiểm soát có tác động tiêu cực, làm giảm hiệu quả kinh doanh của các DN niêm yết ²⁸ g Sở Giao dịch chứng khoán Tp. Hồ Chí Minh. Kết quả này cũng ¹ phù hợp với học thuyết X của lý thuyết lãnh đạo, bởi việc áp đặt các quy trình, thủ tục của văn hóa kiểm soát sẽ làm mất đi sự sáng tạo, linh hoạt trong DN, từ đó dẫn đến năng suất làm việc thấp hơn. Ngoài ra, việc kiểm soát quá nhiều sẽ tạo khoảng cách quyền lực khiến cho cấp dưới

không chủ động công hiến, dẫn [89]n không đạt được sự tăng trưởng, phát triển tốt và gia tăng hiệu quả kinh doanh của DN²⁴.

Kết quả kiểm định cũng cho thấy rằng [14]n hóa đổi mới, sáng tạo có tác động tích cực đến hiệu quả kinh doanh. Văn hoá đổi mới, sáng tạo sẽ làm cho các

DN [51]n phong, đón đầu áp dụng các xu hướng mới và [46] sự khác biệt so với đối thủ cạnh tranh, nhất là trong điều kiện nền kinh tế khó k [36] như hiện nay. Vì vậy, sự đổi mới sáng tạo sẽ tác động tích cực đến hiệu quả kinh doanh, điều này cũng phù hợp với kết luận nghiên cứu của Huang và học thuyết Z thuộc lý thuyết lãnh đạo^{10,26}.

[39]

Bảng 3: Kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết	Tác động	Std Beta	Std Error	[t-value]	P Values	
H1	Văn hóa tập thể có tác động tích cực đến hiệu quả kinh doanh	0,257	0,052	4,067***	0,000	Chấp nhận
H2	Văn hóa kiểm soát có tác động ngược chiều đến hiệu quả kinh doanh	-0,163	0,047	2,785***	0,002	Từ chối
H3	Văn hóa đổi mới, sáng tạo có tác động tích cực đến hiệu quả kinh doanh	0,129	0,058	1,489***	0,003	Chấp nhận

6. KẾT LUẬN

Trên cơ sở kế thừa [8]ô hình nghiên cứu về Văn hóa DN của Schein, và các thang đo văn hóa, tác giả đã tiến hành xem xét biến văn hóa [7]N theo chiều sâu và tác động của văn hóa DN đến hiệu quả kinh doanh của các DN niêm yết trên [2]Sở giao dịch chứng khoán Tp. Hồ Chí Minh. Bằng phương pháp nghiên cứu kết hợp giữa nghiên cứu định tính [3] và nghiên cứu định lượng, đồng thời sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích [3]ân tố khẳng định (CFA) để đảm bảo [3]ộ tin cậy. Kết quả cho thấy thang đo văn hóa DN đáng tin cậy và thỏa mãn được các tiêu c [1] đánh giá với ba đặc điểm của văn hóa DN bao gồm: văn hóa tập thể, văn hóa [40]n soát và văn hóa đổi mới, sáng tạo. Dựa vào kết quả phân tích mô hì [8] cấu trúc tuyến tính (SEM), tác giả kết luận được rằng [11] văn hóa tập thể và văn hóa đổi mới sáng tạo có tác động cùng chiều đến hiệu quả kinh doanh, còn hướng tác động bởi văn hóa kiểm soát là ngược chiều. Trong đó,

[2] hiệu quả kinh doanh của các DN niêm yết trên Sở giao [3] dịch chứng khoán Tp. Hồ Chí Minh chịu sự chi phối mạnh nhất của đặc điểm văn hóa DN – Văn hóa tập thể.

Kết quả của bài báo này cung cấp thêm [14]m ý cho các nghiên cứu sau này về tác động [6] của văn hóa DN trong lĩnh vực kinh tế, đồng thời giúp các nhà quản lý DN có cái [60]n khách quan về mối quan hệ của văn hóa DN [87]à hiệu quả kinh doanh. Từ đó, nhà quản lý sẽ xây dựng các chính sách về văn hóa nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh cho DN

59%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	amp.tapchicongthuong.vn Internet	610 words — 11%
2	tailieu.vn Internet	353 words — 7%
3	jos.hueuni.edu.vn Internet	259 words — 5%
4	text.123docz.net Internet	233 words — 4%
5	ueh.edu.vn Internet	106 words — 2%
6	www.slideshare.net Internet	97 words — 2%
7	ufm.edu.vn Internet	82 words — 2%
8	ktpt.neu.edu.vn Internet	65 words — 1%
9	hfs1.duytan.edu.vn Internet	61 words — 1%
10	tmu.edu.vn Internet	

61 words — 1%

11 hvtc.edu.vn
Internet

51 words — 1%

12 luanvan.co
Internet

46 words — 1%

13 tapchicongthuong.vn
Internet

44 words — 1%

14 Ho Chi Minh National Academy of Politics
Publications

43 words — 1%

15 hueuni.edu.vn
Internet

38 words — 1%

16 neu.edu.vn
Internet

38 words — 1%

17 en.ueh.edu.vn
Internet

32 words — 1%

18 text.xemtailieu.net
Internet

30 words — 1%

19 vjol.info.vn
Internet

30 words — 1%

20 saudaihoc1.tmu.edu.vn
Internet

29 words — 1%

21 nckh.fba.iuh.edu.vn
Internet

28 words — 1%

22 ciem.org.vn

23 Ton Duc Thang University
Publications

20 words — < 1%

24 doan.edu.vn
Internet

19 words — < 1%

25 novaspro.vn
Internet

19 words — < 1%

26 toc.123docz.net
Internet

19 words — < 1%

27 portal.ptit.edu.vn
Internet

18 words — < 1%

28 sareb-journal.org
Internet

18 words — < 1%

29 www.researchgate.net
Internet

18 words — < 1%

30 www.zun.vn
Internet

18 words — < 1%

31 journalofscience.ou.edu.vn
Internet

17 words — < 1%

32 kinhtekinhdoanhquocite.tmu.edu.vn
Internet

17 words — < 1%

33 www.zbook.vn
Internet

17 words — < 1%

34 elb.lic.neu.edu.vn

16 words — < 1%

35 vidifi.vn

Internet

15 words — < 1%

36 www.tailieudaihoc.com

Internet

14 words — < 1%

37 123doc.vn

Internet

13 words — < 1%

38 Phenikaa University

Publications

13 words — < 1%

39 tai-lieu.com

Internet

13 words — < 1%

40 thuvienso.bvu.edu.vn

Internet

13 words — < 1%

41 www.hoiketoanhcm.org.vn

Internet

13 words — < 1%

42 cglhub.com

Internet

12 words — < 1%

43 thuvien.due.udn.vn:8080

Internet

12 words — < 1%

44 vnuni.vn

Internet

12 words — < 1%

45 www.ensani.ir

Internet

12 words — < 1%

46 www.ptc.org.vn

12 words — < 1%

47 www.tailieuhoc.edu.vn
Internet

12 words — < 1%

48 hotelcareers.vn
Internet

11 words — < 1%

49 nhansu1.blogspot.com
Internet

11 words — < 1%

50 tailieuso.humg.edu.vn
Internet

11 words — < 1%

51 www.brandsvietnam.com
Internet

11 words — < 1%

52 www.domi.org.vn
Internet

11 words — < 1%

53 www.tapchicongthuong.vn
Internet

11 words — < 1%

54 www.thongtinthuongmai.vn
Internet

11 words — < 1%

55 123docz.net
Internet

10 words — < 1%

56 baohiem.info
Internet

10 words — < 1%

57 dspace.hcmus.edu.vn
Internet

10 words — < 1%

58 luanvan.net.vn

Internet

10 words — < 1%

59 masangroup-cms-production.s3-ap-southeast-1.amazonaws.com

Internet

10 words — < 1%

60 pt.slideshare.net

Internet

10 words — < 1%

61 tailieu.tv

Internet

10 words — < 1%

62 text.123doc.org

Internet

10 words — < 1%

63 www.thuvientailieu.vn

Internet

10 words — < 1%

64 (3-22-15)

[http://125.214.0.61/QLKH_Documents/122\(08\)2014_TNKT.pdf](http://125.214.0.61/QLKH_Documents/122(08)2014_TNKT.pdf)

Internet

9 words — < 1%

65 downloadsach.com

Internet

9 words — < 1%

66 dulieu.tailieuhocvap.vn

Internet

9 words — < 1%

67 hotrodoanhnghiepqn.gov.vn

Internet

9 words — < 1%

68 iluanvan.com

Internet

9 words — < 1%

69 issuu.com

Internet

9 words — < 1%

70	masanhightechmaterials.com Internet	9 words — < 1%
71	moha.gov.vn Internet	9 words — < 1%
72	samholdings.com.vn Internet	9 words — < 1%
73	sdh.hueuni.edu.vn Internet	9 words — < 1%
74	tailieumienphi.vn Internet	9 words — < 1%
75	tckhtm.tmu.edu.vn Internet	9 words — < 1%
76	tiasang.com.vn Internet	9 words — < 1%
77	www.duancanhomasteri.com Internet	9 words — < 1%
78	www.kienthuckinhhte.com Internet	9 words — < 1%
79	www.vaa.net.vn Internet	9 words — < 1%
80	xemtailieu.net Internet	9 words — < 1%
81	123doc.net Internet	8 words — < 1%

82	doc.edu.vn Internet	8 words — < 1%
83	khoahocvacongnghevietnam.com.vn Internet	8 words — < 1%
84	ngocviendong.edu.vn Internet	8 words — < 1%
85	tintucngaymoi.com.vn Internet	8 words — < 1%
86	www.duongpho.vn Internet	8 words — < 1%
87	www.hocvientaichinh.biz Internet	8 words — < 1%
88	www.tmu.edu.vn Internet	8 words — < 1%
89	xaydungdang.org.vn Internet	8 words — < 1%
90	Banking Academy Publications	7 words — < 1%
91	Hanoi University of Public Health Publications	6 words — < 1%
92	Sunderlin W.D., Huynh Thu Ba. "Giam ngheo va ru'ng o Viet Nam", Center for International Forestry Research (CIFOR) and World Agroforestry Centre (ICRAF), 2005 Crossref	6 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES OFF
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY OFF

EXCLUDE SOURCES OFF
EXCLUDE MATCHES OFF