



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

NGHIÊN CỨU KINH DOANH

(Tái bản lần thứ 2)



(Business Research)

NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN
2014

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

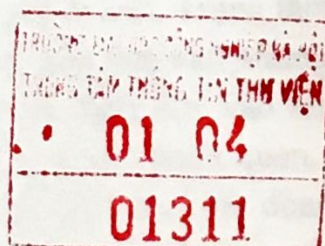
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH

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, điện thoại 0913379988 hoặc địa chỉ nguyenthanhhieus2002@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

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tham khảo tiếng Việt

1. PGS.TS Lê Công Hoa (2005), Bài giảng *Phương pháp nghiên cứu kinh doanh*, Đại học Kinh tế quốc dân.
2. PTS.TS Nguyễn Viết Lâm (1999) *Nghiên cứu Marketing*, Nhà xuất bản Giáo dục.
3. Nhiều trang web chứa thông tin hữu ích hoặc đường dẫn đến các nguồn thông tin hữu ích có thể sử dụng làm dữ liệu thứ cấp trong một số nghiên cứu thích hợp. Ví dụ, trang web của Tổng cục Thống kê: <http://www.gso.gov.vn/>, trang web của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam: <http://www.vcci.com.vn/>. Truy cập trang web của Đại học Kinh tế Quốc dân: <http://www.neu.edu.vn/> bạn có thể tìm thấy đường dẫn đến trang thông tin kinh tế - xã hội và cơ sở dữ liệu điện tử, đây là những nguồn dữ liệu tổng hợp rất tốt và có thể hữu ích đối với nghiên cứu của bạn

Tài liệu tham khảo tiếng Anh

1. Bordens, K.S., Abbott (2002) *Research Design and Methods* (5th edn), United States, McGraw-Hill.
2. Byrne, B.M (2001) *Structural Equation Modeling with Amos: Basic Concept, Applixations and Programming*, United States, Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
3. Cooper, D., Schindler, P (2005) *Business Research Methods*. United States, McGraw-Hill.
4. Cooper, D & Schindler, P (2001) *Business Research Methods* (7th edn), Irwin/McGraw-Hill.
5. Field, A (2005) *Discovering Statistics Using SPSS*, United Kingdom, Sage.
6. Fox, D.J (1996) *Research process in Education*, New York: Holt, Rinechart & Winsston.

7. Gillham, B (2007) *Developing a Questionnaire* (2nd edn), United Kingdom, Antony Rowe Ltd.
8. Kerlinger, F.N (1986) *Foundations of Behavioral Research* (3rd edn), New York: Holt, Rinehart & Winston.
9. Kline, R.B (2005) *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*, New York, Guilford.
10. Matthew, R (1970), *The Social Scientists in American Industry*, New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
11. McDaniel, C.J & Gates, R (2005) *Marketing Research Essentials*, John Wiley & Sons, 5th edition, 2005.
12. Rubin, A., Babbie, E (1997) *Research Methods for Social Work* (3rd edn), United States, International Thomson.
13. Scheaffer, R.L., Mendenhall, W., Ott, L (1986) *Elementary Survey Sampling* 3rd edn), United States, PWS-Kent, Wadsworth, Inc.
14. Saunder, M., Lewis, L., Thornhill, A (2007) *Research Methods for Business Student*, England, Pitman.
15. Zikmund, W.K (2000) *Business Research Methods*, United States, Harcourt College.

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	3
CHƯƠNG 1: QUÁ TRÌNH NGHIÊN CỨU KINH DOANH	5
1.1. NGHIÊN CỨU KINH DOANH	5
1.1.1. Phạm vi nghiên cứu kinh doanh	5
1.1.2. Khái niệm nghiên cứu kinh doanh	6
1.1.3. Những chủ đề cơ bản của nghiên cứu kinh doanh	8
1.1.4. Thời điểm cần sử dụng nghiên cứu kinh doanh	10
1.1.5. Nghiên cứu kinh doanh là một hoạt động toàn cầu	11
1.2. QUÁ TRÌNH NGHIÊN CỨU	11
1.2.1. Hệ thống câu hỏi nghiên cứu kinh doanh	12
1.2.2. Đề xuất nghiên cứu	20
1.2.3. Thiết kế nghiên cứu	20
1.2.4. Thiết kế mẫu	21
1.2.5. Phân bố nguồn lực	21
1.2.6. Kiểm định thử	22
1.2.7. Thu thập thông tin	22
1.2.8. Phân tích và giải thích	22
1.2.9. Báo cáo kết quả	23
1.3. CÁC VẤN ĐỀ VÀ ĐIỀU KIỆN CỦA NGHIÊN CỨU KINH DOANH	24
1.3.1. Vấn đề của nghiên cứu kinh doanh	24
1.3.2. Những điều kiện đảm bảo nghiên cứu kinh doanh thực hiện tốt	25
1.4. ĐẠO ĐỨC NGHIÊN CỨU KINH DOANH	26
1.4.1. Khái niệm	26
1.4.2. Đối tượng và đạo đức nghiên cứu kinh doanh	27
1.4.3. Chủ thể và đạo đức nghiên cứu kinh doanh	29
1.4.4. Nhà nghiên cứu và đạo đức nghiên cứu kinh doanh	30

CHƯƠNG 2: ĐỀ XUẤT NGHIÊN CỨU KINH DOANH 33

2.1. KHÁI NIỆM VÀ PHÂN LOẠI ĐỀ XUẤT NGHIÊN CỨU KINH DOANH 33

- 2.1.1. Khái niệm đề xuất nghiên cứu kinh doanh 33
- 2.1.2. Mục đích của đề xuất nghiên cứu 34
- 2.1.3. Khía cạnh tổ chức của nghiên cứu kinh doanh 37
- 2.1.4. Đề xuất “bên trong” và đề xuất “bên ngoài” 38
- 2.1.5. Lợi ích của đề xuất nghiên cứu 40

2.2. KẾT CẤU NỘI DUNG ĐỀ XUẤT NGHIÊN CỨU 42

- 2.2.1. Tóm tắt nội dung đề xuất 42
- 2.2.2. Phát biểu vấn đề quản trị cần được nghiên cứu 44
- 2.2.3. Mục tiêu nghiên cứu 44
- 2.2.4. Tổng quan về các kết quả nghiên cứu đã được thực hiện 45
- 2.2.5. Ý nghĩa và lợi ích của việc nghiên cứu 47
- 2.2.6. Thiết kế nghiên cứu 48
- 2.2.7. Các phương pháp phân tích dữ liệu 48
- 2.2.8. Kết quả nghiên cứu 49
- 2.2.9. Năng lực của nghiên cứu viên 49
- 2.2.10. Ngân sách nghiên cứu 50
- 2.2.11. Kế hoạch thực hiện nghiên cứu 52
- 2.2.12. Cơ sở vật chất và các nguồn lực đặc thù phục vụ nghiên cứu 53
- 2.2.13. Quản lý dự án nghiên cứu 54
- 2.2.14. Danh mục tài liệu tham khảo 55
- 2.2.15. Các phụ lục 55

2.3. ĐÁNH GIÁ ĐỀ XUẤT NGHIÊN CỨU 55

CHƯƠNG 3: THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU KINH DOANH 61

3.1. THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU 61

3.2. PHÂN LOẠI NGHIÊN CỨU 62

- 3.2.1. Mức độ thăm dò của nghiên cứu 63

3.2.2. Phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp	63
3.2.3. Khả năng kiểm soát biến nghiên cứu	64
3.2.4. Mục đích nghiên cứu	64
3.2.5. Độ dài thời gian nghiên cứu	65
3.2.6. Phạm vi chủ đề nghiên cứu	65
3.2.7. Môi trường nghiên cứu	65
3.2.8. Nhận thức của đối tượng nghiên cứu	66
3.3. MỤC ĐÍCH NGHIÊN CỨU	66
3.3.1. Nghiên cứu khám phá	66
3.3.2. Nghiên cứu mô tả	68
3.3.3. Nghiên cứu nhân quả	69
3.4. CHIẾN LƯỢC NGHIÊN CỨU	73
3.4.1. Nghiên cứu thí nghiệm	73
3.4.2. Nghiên cứu điều tra	74
3.4.3. Nghiên cứu tình huống	75
3.4.4. Nghiên cứu hành động	76
3.4.5. Nghiên cứu “Phát triển lý thuyết”	78
3.4.6. Nghiên cứu “dân tộc học”	79
3.5. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	79
3.6. THỜI GIAN NGHIÊN CỨU	81
CHƯƠNG 4: THIẾT KẾ MẪU NGHIÊN CỨU	87
4.1. BẢN CHẤT CỦA CHỌN MẪU	87
4.1.1. Lý do chọn mẫu	88
4.1.2. Mẫu đại diện	89
4.1.3. Các loại thiết kế mẫu	90
4.2. CHỌN MẪU XÁC SUẤT	91
4.2.1. Quy trình thiết kế chọn mẫu	91
4.2.2. Các phương pháp chọn mẫu xác suất khác	97
4.3. CHỌN MẪU PHI XÁC SUẤT	103

4.3.1. Phương pháp chọn mẫu theo chỉ tiêu	104
4.3.2. Phương pháp chọn mẫu theo mục đích	106
4.3.3. Phương pháp chọn mẫu kiểu “quả bóng tuyết”	107
4.3.4. Phương pháp chọn mẫu kiểu “tự chọn”	108
4.3.5. Phương pháp chọn mẫu thuận tiện	109
CHƯƠNG 5: THU THẬP DỮ LIỆU THỨ CẤP	113
5.1. DỮ LIỆU SƠ CẤP VÀ THỨ CẤP	113
5.1.1. Cơ sở dữ liệu và nguồn dữ liệu	113
5.1.2. Dữ liệu sơ cấp	114
5.1.3. Dữ liệu thứ cấp	115
5.2. PHÂN LOẠI DỮ LIỆU THỨ CẤP	120
5.2.1. Theo nguồn dữ liệu	120
5.2.2. Theo tính chất dữ liệu	122
5.2.3. Theo phương tiện lưu trữ	123
5.2.4. Theo thể thức cơ sở dữ liệu	123
5.3. THU THẬP DỮ LIỆU THỨ CẤP	124
5.3.1. Quy trình tìm kiếm dữ liệu thứ cấp	124
5.3.2. Quy trình tuân tự	124
5.3.3. Sử dụng công cụ tìm kiếm (search engines)	125
5.3.4. Theo sát nghiên cứu của mình	128
CHƯƠNG 6: THU THẬP DỮ LIỆU SƠ CẤP	131
6.1. BẢN CHẤT ĐIỀU TRA BẰNG BẢNG HỎI	131
6.1.1. Bản chất	131
6.1.2. Phân loại điều tra bằng bảng hỏi	132
6.2. QUÁ TRÌNH THIẾT KẾ PHIẾU ĐIỀU TRA	132
6.2.1. Phát triển hệ thống câu hỏi nghiên cứu	133
6.2.2. Tổng quan lý thuyết	134
6.2.3. Phát triển phiếu điều tra	135

6.3. CÁC PHƯƠNG PHÁP THU THẬP DỮ LIỆU BẰNG PHIẾU ĐIỀU TRA.....	146
6.3.1. Các phương pháp điều tra phỏng vấn.....	146
6.3.2. Đối tượng nghiên cứu tự hoàn thành phiếu điều tra.....	150
CHƯƠNG 7: PHÂN TÍCH DỮ LIỆU.....	157
7.1. HIỆU CHỈNH DỮ LIỆU	157
7.1.1. Mục đích của hiệu chỉnh dữ liệu	157
7.1.2. Thời điểm hiệu chỉnh.....	158
7.1.3. Thực hiện hiệu chỉnh.....	159
7.2. MÃ HÓA DỮ LIỆU	160
7.2.1. Mã hóa dữ liệu định lượng không phân nhóm	161
7.2.2. Mã hóa dữ liệu có thể được phân nhóm	161
7.2.3. Mã hóa dữ liệu định tính	164
7.3. PHÂN TÍCH DỮ LIỆU	165
7.3.1. Phân tích mô tả.....	165
7.3.2. Phân tích một biến.....	170
7.3.3. Phân tích hai biến: Kiểm định sự khác biệt và đo lường tương quan	176
7.4. GIỚI THIỆU MỘT SỐ PHẦN MỀM XỬ LÝ DỮ LIỆU	181
CHƯƠNG 8: BÁO CÁO KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU.....	185
8.1. QUÁ TRÌNH VIẾT BÁO CÁO NGHIÊN CỨU.....	186
8.1.1. Lên kế hoạch viết báo cáo nghiên cứu	186
8.1.2. Thiết kế báo cáo	188
8.1.3. Cơ cấu bài viết.....	190
8.1.4. Lựa chọn phong cách viết.....	193
8.1.5. Lên thời gian biểu viết báo cáo	194
8.2. NỘI DUNG CỦA BÁO CÁO NGHIÊN CỨU.....	196
8.2.1. Các trang đầu của báo cáo	196
8.2.2. Lời giới thiệu.....	197

8.2.3. Những vấn đề chung có liên quan đến vấn đề nghiên cứu.....	199
8.2.4. Phương pháp nghiên cứu.....	200
8.2.5. Kết quả nghiên cứu.....	200
8.2.6. Kết luận	202
8.2.7. Tài liệu tham khảo và phụ lục	203
8.3. TRÌNH BÀY BÁO CÁO NGHIÊN CỨU	204
8.3.1. Trình bày các dữ liệu định tính	204
8.3.2. Trình bày dữ liệu định lượng.....	205
8.4. TRÌNH BÀY KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU.....	212
8.4.1. Phân tích môi trường	212
8.4.2. Xem xét các lựa chọn	213
8.4.3. Xây dựng bài trình bày	213
8.4.4. Truyền đạt thông điệp.....	214
8.4.5. Đánh giá sự phản hồi.....	214
PHẦN HỖ TRỢ THỰC HÀNH NGHIÊN CỨU.....	217
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	311