

MỤC LỤC

TỔNG BIÊN TẬP

PGS.TS. Bùi Quang Tuấn

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

Chủ tịch hội đồng

PGS.TS. Bùi Quang Tuấn

Cố vấn hội đồng

PGS.TSKH. Võ Đại Lược

Ủy viên hội đồng

PGS.TS. Nguyễn Duy Dũng

TS. Nguyễn Cao Đức

TS. Đặng Hoàng Hà

PGS.TS. Vũ Văn Hà

TS. Nghiêm Tuấn Hùng

Ông Đào Việt Hưng

TS. Nguyễn Ngọc Mạnh

TS. Nguyễn Thị Mơ

TS. Lê Bá Tâm

TS. Nguyễn Văn Tâm

TS. Võ Hải Thanh

PGS.TS. Trương Thị Nam Thắng

PGS.TS. Nguyễn Trọng Xuân

Thư ký toà soạn

TS. Nghiêm Tuấn Hùng

ĐỊA CHỈ LIÊN LẠC

Tầng 5, trụ sở 176 Thái Hà,

Phường Đống Đa, Hà Nội

Hotline: 0916348792

Email: tapchicatbd@gmail.com

Website: tapchikcatbd.vn

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

11545BC-GPXB;175/

GP-BVHTT;

11/GP-SĐBS-GPHĐBC;

274/GP-BTTTT

In tại Công ty TNHH & DV

Hoàng Hưng 69

Giá: 50.000 VND

Kinh tế thế giới và quan hệ quốc tế

Kinh tế thế giới 6 tháng đầu năm 2025 3

Nghiêm Tuấn Hùng, Nguyễn Thị Thái An

Các cơ chế tập hợp lực lượng đa phương của Mỹ tại khu vực Ấn Độ Dương – Thái Bình Dương giai đoạn 2021-2024 9

Nguyễn Thị Như Quỳnh

Phát triển hệ thống hưu trí đa trụ cột của Trung Quốc và hàm ý cho Việt Nam 15

Nguyễn Thị Hồng Nga, Nguyễn Thị Hồng Nhung

Việt Nam: Đổi mới và Phát triển

Cấu trúc vốn mục tiêu cho doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo: Kinh nghiệm quốc tế và hàm ý chính sách cho Việt Nam 21

Phan Anh, Đặng Thanh Mai

Các yếu tố ảnh hưởng đến thu hút Đầu tư trực tiếp nước ngoài vào các địa phương tại Việt Nam và hàm ý chính sách 27

Đinh Xuân Chung

Chính sách thu hút đầu tư vào các khu công nghiệp trên địa bàn tỉnh Hà Nam 33

Trương Ngọc Hải, Vũ Hoàng Ngân

Thực trạng giao dịch không dùng tiền mặt qua hệ thống Kho bạc Nhà nước và giải pháp thúc đẩy 39

Lê Hùng Sơn, Phạm Tiến Thành

Tác động của đầu tư Fintech đến tỷ suất lợi nhuận của các ngân hàng thương mại Việt Nam 44

Nguyễn Văn Tường

Chiến lược cải cách thể chế đầu tư nhằm thu hút vốn chất lượng cao 50

Lê Thảo Quỳnh, Phan Thu Nga

Giải pháp ứng dụng chatbot trí tuệ nhân tạo trong hoạt động tại các cơ sở giáo dục đại học 54

Lê Bảo Khanh, Nguyễn Quang Hưng

Đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao phục vụ phát triển du lịch Miền Trung Tây Nguyên 59

Nguyễn Thị Ngọc Thảo, Nguyễn Thị Thu Hiệp, Hồ Thị Quỳnh Như

Một số thay đổi trong hoạt động xây dựng văn hoá doanh nghiệp của các doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh mới 54

Đỗ Đức Ánh

Vai trò của môi trường làm việc đa dạng, công bằng và hòa nhập trong các doanh nghiệp 69

Ngô Văn Nam, Bùi Quốc Anh

MỤC LỤC (Tiếp)

Nghiên cứu thực nghiệm

Tác động độ mở thương mại đến tăng trưởng kinh tế vùng Duyên hải Nam Trung bộ: Bằng chứng từ phương pháp hồi quy Bayesian
Nguyễn Tiến Quang 74

Khuyến mãi chớp nhoáng trong mua sắm ngẫu hứng: Nghiên cứu theo mô hình SOR.
Lê Ngọc Như, Nguyễn Duy Thanh 80

Tiếp cận lý thuyết về hành vi tài chính số của sinh viên: Mô hình tích hợp giữa UTAUT và lý thuyết hiểu biết tài chính
Phùng Thanh Loan, Phan Hoàng Hà 85

Phân tích tác động của các hoạt động Marketing xanh tới hành vi tiêu dùng thời trang bền vững của Gen Z tại thành phố Đà Nẵng
Nguyễn Thị Bích Trâm 91

Các nhân tố ảnh hưởng đến tuyển dụng nhân lực Gen Z của các doanh nghiệp trên địa bàn Hà Nội
Nguyễn Thanh Vân 97

Tiêu dùng xanh trong thực tiễn: Tìm hiểu ý định mua ống hút giấy của Gen Z tại đô thị lớn Việt Nam
Nguyễn Đức Đạt 103

Thói quen mua sắm nhóm hàng chăm sóc sức khỏe trên sàn thương mại điện tử của phụ nữ ở Hà Nội
Nguyễn Thanh Thảo, Đoàn Anh Dũng, Nguyễn Thị Như Quỳnh 109

Ảnh hưởng của trí tuệ nhân tạo đến ngành Thiết kế đồ họa: Cơ hội và thách thức
Phạm Thu Thủy 115

Yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường của sinh viên ngành kinh tế trường Đại học Tân Trào
Phạm Trung Nghĩa, Nguyễn Thuý Hằng 120

Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua sữa bột trẻ em: Nghiên cứu tại Công ty Cổ phần Xuất nhập khẩu Dinh dưỡng Dược Loha
Nguyễn Trần Quốc Anh, Lê Quốc Đình 126

Giảm thiểu rủi ro khi phụ thuộc khách hàng lớn trong ngành sản xuất linh kiện lens quang học cho các sản phẩm công nghệ: Kinh nghiệm từ Công ty TNHH Nanofab
Nguyễn Duy Quý, Bùi Duy Phú 131

Thách thức trong việc phát triển bền vững làng nghề trong bối cảnh đô thị hoá: Nghiên cứu trường hợp làng nghề sen tại một số tỉnh của Việt Nam
Trần Văn Hiệp, Bùi Quỳnh Chi 136

Giải pháp nâng cao hiệu quả của hợp tác xã nông nghiệp trên địa bàn huyện Hà Quảng, tỉnh Cao Bằng
Bùi Thị Thanh Tâm, Lý Văn Anh 140

Một số thay đổi trong hoạt động xây dựng văn hoá doanh nghiệp của các doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh mới

Đỗ Đức Ánh

Khoa Kinh tế - QTKD, Trường Đại học Mở - Địa chất.

Ngày nhận bài 26/6/2025 | Ngày gửi phản biện 30/6/2025 | Ngày duyệt đăng 10/7/2025

Tóm tắt: Hoạt động xây dựng văn hoá doanh nghiệp (VHDN) được mọi doanh nghiệp đặc biệt quan tâm, vì những lợi ích của nó mang lại như nâng cao giá trị thương hiệu, sử dụng các nguồn lực của doanh nghiệp có hiệu quả... Trong bối cảnh mới, các doanh nghiệp Việt Nam đang phải đối diện với nhiều vấn đề mới trong hoạt động xây dựng VHDN như: Môi trường kinh doanh nhiều biến động, rủi ro từ môi trường công nghệ số, nguồn nhân lực có nhiều biến động, từ đó làm cho các doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn. Bài viết cũng đưa ra một số khuyến nghị giúp các doanh nghiệp thực hiện hoạt động xây dựng VHDN có hiệu quả cao hơn.

Từ khóa: Văn hoá doanh nghiệp, bối cảnh mới, Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt, văn hóa doanh nghiệp (VHDN) không còn là yếu tố “có thì tốt” mà trở thành lợi thế cạnh tranh cốt lõi. Một cấu trúc VHDN mạnh mẽ, tích cực sẽ giúp doanh nghiệp thu hút và giữ chân nhân tài, nâng cao hiệu suất làm việc, và tạo ra sự khác biệt trên thị trường... (Gorton et al., 2022). Theo đó, VHDN được coi là tài sản tinh thần, là “phần hồn” giúp tạo dựng thương hiệu, bản sắc, nâng cao sức cạnh tranh, thúc đẩy tăng trưởng doanh nghiệp vì mục tiêu phát triển bền vững.

Cùng với xu hướng của thời đại, khi khoa học công nghệ - công nghệ số được áp dụng rộng khắp trong các khía cạnh hoạt động của doanh nghiệp. Trong bối cảnh mới đó, cũng mở ra nhiều cơ hội để doanh nghiệp tái định hình mô hình VHDN, xây dựng một mô hình linh hoạt, thích ứng, và lấy con người làm trung tâm, từ đó tạo ra những giá trị bền vững hơn. Hơn thế nữa, việc ứng dụng công nghệ số vào hoạt động, cũng giúp cho người lao động cải thiện hiệu suất làm việc, nâng cao năng suất lao động dễ dàng hơn, đồng thời giúp doanh nghiệp có thể tăng trưởng nhanh hơn so với thời gian trước đó (Muhammad Asif et al., 2024).

Tại Việt Nam, hoạt động xây dựng VHDN đã được hầu hết các doanh nghiệp coi trọng, vì những lợi ích nó mang lại. Tính đến cuối năm 2023, Việt Nam có gần 921.400 doanh nghiệp đang hoạt động trên toàn quốc, và trong năm tháng đầu năm 2025 có khoảng 111.800 doanh nghiệp được thành lập mới hoặc tái hoạt động. Bên cạnh những cơ hội của cuộc cách mạng 4.0 mang lại cho các doanh nghiệp, có những khó khăn mới xuất hiện ảnh hưởng đáng kể đến hoạt động xây dựng VHDN. Vì vậy, việc nhận diện những thay đổi trong hoạt động xây dựng VHDN là vô cùng cần thiết. Đây là căn cứ để các doanh nghiệp lựa chọn mô hình VHDN phù hợp, bền vững hơn.

2. Tổng quan nghiên cứu

Việc nghiên cứu về những thay đổi trong hoạt động xây dựng VHDN được rất nhiều nhà nghiên cứu quan tâm như:

Nghiên cứu của Wahyudi (2025) đã chỉ ra VHDN là yếu tố then chốt giúp các công ty đạt được lợi thế cạnh tranh và phát triển bền vững tại Trung Quốc. Tuy nhiên, cùng với sự thay đổi nhanh chóng của khoa học kỹ thuật, hoạt động xây dựng VHDN đang đối diện với khó khăn: Người lao động chưa hiểu rõ tầm quan trọng của hoạt động này, thiếu hụt nhân sự chất lượng cao, thiếu cơ chế khen thưởng phù hợp.

Aksoy (2024) cũng đã chỉ ra những lợi ích mà doanh nghiệp có thể được hưởng trong không gian số như có thể tạo được lợi thế cạnh tranh tốt hơn và phát triển bền vững hơn, giúp người lao động có hiệu suất làm việc cao hơn, giữ chân khách hàng tốt hơn, nhưng cùng với đó là rủi ro mất dữ liệu khách hàng, người lao động không đáp ứng được yêu cầu, khó thích nghi với những mô hình VHDN mới.

Tại Indonesia, nghiên cứu của Hadi et al. (2024) đã kết luận rằng, nền tảng số vừa mang lại tích cực và cả mang lại tác động tiêu cực đến hoạt động của các tổ chức nhà nước. Bài viết chỉ ra rằng, kỷ luật lao động, VHDN có ảnh hưởng đáng kể đến sự hài lòng của công chức. Đồng thời, nền tảng số, và xu hướng VHDN mới ảnh hưởng đáng kể đến hiệu suất làm việc thông qua sự hài lòng của nhân viên, và có rủi ro về mất dữ liệu khách hàng.

Costa and Opore (2025) đã khẳng định môi trường số mang lại các tác động tích cực và tiêu cực đến hoạt động xây dựng VHDN. Sự thay đổi về khoa học kỹ thuật có ảnh hưởng mạnh mẽ đến các giá trị cốt lõi, niềm tin và hành vi của nhân viên. Đồng thời bài viết cũng khẳng định, trong môi trường kinh doanh có sự cạnh tranh lớn như hiện tại, nếu doanh nghiệp không đầu tư và thực hiện hiệu quả hoạt động xây dựng VHDN thì khó có thể tồn tại và phát triển được. Một số nhận định tương tự được đưa ra trong nghiên cứu (Hasan et al., 2024; Muhammad Asif et al., 2024; Wang et al., 2021)

Tại Việt Nam, Loan (2022) đã nêu rõ việc xây dựng VHDN tại Việt Nam không chỉ có vai trò quan trọng đối với các doanh nghiệp, mà nó còn ảnh hưởng đến quá trình xây dựng và phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa tại Việt Nam. Bài viết chỉ ra rằng VHDN quyết định đến sự thành bại của doanh nghiệp. Đồng thời nó chi phối tình cảm, nếp suy nghĩ và hành vi của mọi thành viên doanh nghiệp. Nghiên cứu cũng chỉ ra những điểm yếu của việc xây dựng VHDN tại Việt Nam như chiến lược, mục tiêu kinh doanh chưa rõ ràng, thiếu tầm nhìn dài hạn; quản lý nhân sự còn yếu, chất lượng nguồn nhân lực chưa cao. Không ít doanh nghiệp thiếu tinh thần trách nhiệm đối với xã hội, vì mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận mà bất chấp lợi ích cộng đồng, xâm hại môi trường thiên nhiên; kỹ năng quản trị, khả năng xử lý rủi ro, vượt qua khủng hoảng còn hạn chế. Một số tác giả như Lê (2022) và Phan (2024) cũng cùng quan điểm trên.

Bài viết của Ly (2023) cũng chỉ ra, trong bối cảnh chuyển đổi số tại Việt Nam, và toàn cầu, thì việc hoàn thiện mô hình VHDN sẽ giúp các doanh nghiệp gia nhập môi trường kinh doanh toàn cầu dễ dàng hơn, và thích ứng với môi trường cạnh tranh toàn cầu tốt hơn. Hiện nay, các doanh nghiệp tại Việt Nam cũng tồn tại những điểm yếu trong hoạt động xây dựng VHDN đó là chiến lược, mục tiêu kinh doanh chưa rõ ràng, thiếu tầm nhìn dài hạn; quản lý nhân sự còn yếu, chất lượng nguồn nhân lực chưa cao, khoảng cách giữa đội ngũ lãnh đạo và nhân viên là rất lớn, các tác phong làm việc chưa chuyên nghiệp... Nhiều doanh nghiệp chưa chú trọng và đầu tư vào quá trình xây dựng VHDN. Đồng quan điểm trên là nghiên cứu của Hương (2025) và Loan (2022).

Từ những nội dung trên có thể thấy, ở mỗi nghiên cứu khác nhau, lại tìm được những nhận xét khác nhau về những thay đổi và nội dung trong hoạt động xây dựng VHDN tại các doanh nghiệp trong và ngoài nước.

3. Nhận diện một số thay đổi trong hoạt động xây dựng văn hoá doanh nghiệp của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay

Dựa vào các tài liệu nghiên cứu, và thực tiễn cho thấy, hoạt động xây dựng VHDN tại Việt Nam đang đối diện với những thay đổi như sau:

Một là, môi trường kinh doanh có nhiều biến động do ảnh hưởng từ suy thoái nền kinh tế toàn cầu, chiến tranh, thiên tai, biến đổi khí hậu, Mỹ áp dụng thuế suất cao với hàng hoá nhập khẩu... từ đó ảnh hưởng rất lớn trong việc xây dựng VHDN với những nội dung xác định chiến lược kinh doanh, xây dựng hệ thống giá trị cốt lõi và tầm nhìn của các doanh nghiệp. Vì vậy, ngày nay các mô hình VHDN thường xuyên phải thay đổi để thích nghi.

Hai là, trong bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ, các doanh nghiệp ứng dụng công nghệ số vào hoạt động sản xuất kinh doanh, từ đó mô hình VHDN cũng chuyển đổi trên không gian số, coi khách hàng là trung tâm, định hướng phát triển dựa trên dữ liệu. Tuy nhiên, rất nhiều doanh nghiệp vẫn đang loay hoay và gặp nhiều khó khăn trong việc thích nghi với những xu hướng kinh doanh mới.

Ba là, các doanh nghiệp đang phải đối diện với việc thời gian lao động gắn bó với một doanh nghiệp càng ngày càng ngắn lại, đặc biệt là lao động trẻ. Thêm vào đó, vì thói quen sinh hoạt không khoa học, và bị cảm tính chi phối nhiều, nên hiệu suất làm việc của lao động trẻ cũng không cao, tuy nhiên họ lại thường xuyên đòi hỏi những lợi ích cá nhân thay vì chú trọng vào lợi ích của tổ chức. Ngoài ra, nhiều lao động có tư duy theo lối mòn, nên ngại thay đổi, và gây cản trở cho sự thay đổi của tập thể.

Bốn là, phương thức làm việc ở nhiều doanh nghiệp có cơ chế thông thoáng hơn. Nhân viên có thể làm việc trực tiếp hoặc gián tiếp tùy theo đặc thù công việc. Bên cạnh những lợi ích, thì cơ chế mở này cũng mang đến không ít hệ lụy cho doanh nghiệp trong việc nâng cao hiệu suất làm việc của nhân viên, sự đoàn kết và hợp tác trong doanh nghiệp bị ảnh hưởng đáng kể.

Năm là, trong hoạt động đo lường và đánh giá hiệu quả mô hình VHDN còn gặp nhiều khó khăn, vì chưa có phương thức đo lường cụ thể, chi tiết, mà thường vẫn đánh giá mang tính định tính là chủ yếu.

4. Xây dựng văn hoá doanh nghiệp tại Việt Nam trong bối cảnh mới

Từ lý thuyết và thực tế cho thấy, hiện nay hoạt động xây dựng VHDN tại Việt Nam chịu sự ảnh hưởng từ các yếu tố đó là: *Thứ nhất* là người lãnh đạo của doanh nghiệp, đây là người định hình, dẫn dắt, và quyết định trực tiếp đến sự thành bại của hoạt động xây dựng VHDN. *Thứ hai* là mục tiêu của doanh nghiệp, nó sẽ quyết định đến mọi hoạt động của doanh nghiệp. *Thứ ba* là sức mạnh của các nguồn lực của doanh nghiệp, nó là căn cứ để đưa ra các quyết định liên quan đến hoạt động xây dựng VHDN. *Thứ tư*, là sự đa dạng của văn hoá dân tộc Việt Nam ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động xây dựng VHDN thông qua các hành vi, ứng xử, giao tiếp.... *Thứ năm*, là các yếu tố thuộc về môi trường bên ngoài như nền kinh tế tăng trưởng không ổn định, chiến tranh đang diễn ra ở một số khu vực trên thế giới, thuế suất cao từ Mỹ... đã làm cho các doanh nghiệp buộc phải thay đổi mô hình VHDN trước đó để thích nghi với môi trường hoạt động đầy biến động như hiện tại. *Cuối cùng*, đó là sự phát triển nhanh chóng của khoa học công nghệ tại Việt Nam nói riêng, và thế giới nói chung đã ảnh hưởng đến toàn bộ hoạt động của tổ chức.

Từ những nhận định trên, có thể thấy trong bối cảnh hiện nay, để có thể xây dựng VHDN tại Việt Nam được thuận lợi và đạt kết quả cao hơn thì các doanh nghiệp cần phải thực hiện một số giải pháp sau:

+ Lãnh đạo của doanh nghiệp phải thường xuyên đổi mới, học hỏi, liên tục cập nhật thông tin, để có căn cứ đưa ra các điều chỉnh, bổ sung, quyết định, giúp doanh nghiệp có thể thích ứng tốt hơn với môi trường hoạt động có sức cạnh tranh cao.

+ Các doanh nghiệp cần phải thường xuyên quan tâm đến việc chăm sóc sức khỏe tinh thần và phúc lợi toàn diện cho nhân viên, thông qua các chương trình tư vấn tâm lý, workshop nâng cao sức khỏe tinh thần, bảo hiểm sức khỏe và kỳ nghỉ dưỡng, nhằm giảm căng thẳng và tăng cường sự gắn kết cho người lao động và tập thể của người lao động trong doanh nghiệp.

+ Ngày nay, hầu hết các nhân viên, đặc biệt là nhân viên trẻ đều mong muốn được phát triển bản thân và sự nghiệp một cách linh hoạt, không bị giới hạn bởi lộ trình thăng tiến truyền thống. Do đó, doanh nghiệp cần tạo điều kiện để nhân viên tự định hướng phát triển dựa trên sở thích và kỹ năng cá nhân.

+ Một trong những xu hướng nổi bật là sự cởi mở, chia sẻ tri thức trong doanh nghiệp, vì nó không chỉ giúp cải thiện hiệu suất làm việc, mà còn tạo ra môi trường làm việc tích cực, nơi mọi người đều có cơ hội đóng góp và phát triển VHDN.

+ Ngày nay, các doanh nghiệp ưu tiên xây dựng văn hóa khuyến khích sự sáng tạo, thử nghiệm và học hỏi từ thất bại. Điều này giúp nhân viên cảm thấy được trao quyền và có động lực để đóng góp hết mình.

+ Gắn kết VHDN với quy trình và hoạt động hàng ngày, vì văn hóa không chỉ dừng lại ở các tuyên bố mà cần được tích hợp vào các quy trình tuyển dụng, hội nhập, đánh giá hiệu suất, khen thưởng và các quyết định chiến lược.

+ Cùng với sự phát triển chung của các doanh nghiệp trên thế giới, các doanh nghiệp Việt Nam ngày càng quan tâm đến việc xây dựng VHDN dựa trên đạo đức kinh doanh, giữ chữ tín với khách hàng và đối tác, kinh doanh trung thực, và thể hiện tính nhân văn thông qua các hoạt động bảo vệ môi trường, đóng góp cho cộng đồng.

6. Kết luận

Trong bối cảnh mới, môi trường kinh doanh, công nghệ, xã hội và nhân sự của doanh nghiệp luôn biến đổi. Do đó, trong hoạt động xây dựng VHDN, nếu doanh nghiệp không xác định được những thay đổi, và xu hướng thay đổi của các yếu tố có liên quan sẽ làm cho doanh nghiệp không theo kịp những thay đổi này, và biến mình sẽ trở nên lỗi thời, không còn phù hợp với mục tiêu kinh doanh và không thể phát huy tác dụng. Thêm vào đó, nếu doanh nghiệp không hiểu rõ những thay đổi, doanh nghiệp có thể đầu tư nguồn lực (tài chính, thời gian, con người) vào những hoạt động xây dựng VHDN không còn phù hợp, không mang lại giá trị thực chất. Do đó, việc theo dõi, nhận diện những thay đổi trong hoạt động xây dựng VHDN, và điều chỉnh liên tục sẽ giúp doanh nghiệp có khả năng thích nghi tốt hơn trong môi trường hoạt động mới – môi trường số. Tác giả tin rằng, với những nội dung trong bài viết đã trình bày, các giải pháp đã được đề xuất, thì đây sẽ trở thành tài liệu tham khảo quan trọng cho các độc giả và cộng đồng doanh nghiệp tại Việt Nam có những quyết định có tính thực tiễn cao hơn, và mang lại nhiều kết quả tốt hơn cho doanh nghiệp.

Tài liệu tham khảo

1. Hương N.T., 2025. Văn hóa doanh nghiệp là gì? Tầm quan trọng và cách xây dựng. Base Blog. URL <https://base.vn/blog/van-hoa-doanh-nghiep/> (accessed 4.26.25).
2. Lê, T.B.T. (2022). *Thực trạng và giải pháp xây dựng, phát triển văn hóa doanh nghiệp ở Việt Nam hiện nay*.
3. Loan, T.T. (2022). *Văn hoá doanh nghiệp với sự phát triển bền vững của đất nước*. *Tạp Chí Cộng Sản*.
4. Ly N. (2023). *Tăng cường tính tiên phong, gương mẫu của cán bộ, đảng viên trong xây dựng và thực hiện văn hóa doanh nghiệp*.
5. Phan Y.L. (2024). *Các mô hình văn hóa doanh nghiệp và bài học từ các doanh nghiệp thuộc lĩnh vực công nghệ tại Việt Nam trong việc lựa chọn mô hình văn hóa*.
6. Aksoy, C. (2024). *Building a cybersecurity culture for resilient organizations against cyberattacks*. *İşletme Ekon. Ve Önetim Araştırmaları Derg.* 7, 96–110. <https://doi.org/10.33416/baybem.1374001>
7. Arduini, S., Manzo, M., Beck, T. (2023). *Corporate reputation and culture: the link between knowledge management and sustainability*. *J. Knowl. Manag.* 28, 1020–1041. <https://doi.org/10.1108/JKM-02-2023-0139>
8. Camerer, C., Vepsäläinen, A. (1988). *The economic efficiency of corporate culture*. *Strateg. Manag. J.* 9, 115–126. <https://doi.org/10.1002/smj.4250090712>
9. Costa, M.D., Opare, S. (2025). *Impact of Corporate Culture on Environmental Performance*. *J. Bus. Ethics* 196, 61–92. <https://doi.org/10.1007/s10551-024-05674-3>
10. Gorton, G.B., Grennan, J., Zentefis, A.K. (2022). *Corporate Culture*. *Annu. Rev. Financ. Econ.* 14, 535–561. <https://doi.org/10.1146/annurev-financial-092321-124541>
11. Graham, J.R., Grennan, J., Harvey, C.R., Rajgopal, S. (2022). *Corporate culture: Evidence from the field*. *J. Financ. Econ.* 146, 552–593. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2022.07.008>
12. Hadi, S., Hakim, S., Setyawati, K., Wahdiniawati, S.A., Syafri, M. (2024). *Analysis of The Influence of Job Satisfaction, Work Discipline and Organizational Culture on Performance of State Civil Apparatus in Ministry Offices*. *JEMSI J. Ekon. Manaj. Dan Akunt.* 10, 599–605. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.2104>
13. Hasan, T., John, K., Teng, H., Wu, Q. (2024). *Creative corporate culture and corporate tax avoidance*. *Br. Account. Rev.* 56, 101217. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2023.101217>
14. Muhammad Asif, Liu Yang, Muhammad Hashim, 2024. *The Role of Digital Transformation, Corporate Culture, and Leadership in Enhancing Corporate Sustainable Performance in the Manufacturing Sector of China*
15. Wahyudi, W. (2025). *Exploring Alignment: Accounting Undergraduate Students' Self-Perception of Fit within Gojek's Corporate Culture*. *J. Pendidik. Progresif* 15, 403–416. <https://doi.org/10.23960/jpp.v15i1.pp403-416>
16. Wang, Y., Farag, H., Ahmad, W. (2021). *Corporate Culture and Innovation: A Tale from an Emerging Market*. *Br. J. Manag.* 32, 1121–1140. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12478>