

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI
KHOA QUẢN LÝ VĂN HÓA – NGHỆ THUẬT**

**VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP
TẬP ĐOÀN FPT**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
CHUYÊN NGÀNH: QUẢN LÝ VĂN HÓA**

Giảng viên hướng dẫn : PGS.TS. Phan Văn Tú
Sinh viên thực hiện : Nguyễn Thùy Minh
Lớp : QLVH 7C
Niên khóa : 2006 - 2010

HÀ NỘI - 2010

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	3
1.Lý do chọn đề tài.	
2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.	4
3. Mục đích nghiên cứu của đề tài.....	5
4. Phương pháp nghiên cứu:.....	5
5. Đóng góp của đề tài:	5
6. Cấu trúc đề tài	5

CHƯƠNG 1 : TỔNG QUAN VỀ VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP

- 1.1. Một số khái niệm.
- 1.2. Các thành tố của văn hóa doanh nghiệp
- 1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hình thành văn hóa doanh nghiệp
- 1.4. Các giai đoạn hình thành và phát triển văn hoá doanh nghiệp
- 1.5. Tác động của văn hóa doanh nghiệp đối với sự phát triển của doanh nghiệp:

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG VĂN HÓA DOANH NGHIỆP TẬP ĐOÀN FPT

- 2.1. Khái quát đặc điểm tập đoàn FPT.
- 2.2.Văn hóa Doanh nghiệp Tập đoàn FPT
- 2.3. Các hoạt động văn hóa của Tập đoàn FPT

CHƯƠNG 3 : PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP XÂY DỰNG VĂN HÓA DOANH NGHIỆP TRONG TẬP ĐOÀN FPT

- 3.1. Định hướng và các quan điểm của Đảng về xây dựng văn hóa doanh nghiệp.
- 3.2 Phương hướng phát triển Văn hóa doanh nghiệp trong Tập đoàn FPT
- 3.3. Giải pháp cơ bản cho việc xây dựng Văn hóa doanh nghiệp

KẾT LUẬN

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

MỞ ĐẦU

nước ta luôn quan tâm tới sự phát triển của văn hoá. Trong quá trình thực hiện nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, chúng ta ngày càng thấy vai trò quan trọng của văn hoá, coi phát triển kinh tế hài hoà với phát triển văn hoá- xã hội, bảo vệ tự nhiên và phát triển bền vững. Có thể nói văn hoá không đứng tách riêng với các lĩnh vực khác mà phải “thấm sâu” vào toàn bộ đời sống và hoạt động xã hội, vào từng cá nhân, từng gia đình, từng tập thể và cộng đồng, từng vùng, miền, vào mọi lĩnh vực sinh hoạt và quan hệ con người, tạo ra trên đất nước ta đời sống tinh thần cao đẹp, trình độ dân trí cao, khoa học phát triển, phục vụ đắc lực sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá, vì mục tiêu “dân giàu nước mạnh, xã hội công bằng văn minh” như Nghị quyết TW5 khoá VIII đã chỉ rõ.

Trải qua thời gian, kinh nghiệm của nước ta và thế giới đều thấy: Kinh tế không thể phát triển lành mạnh và lâu bền nếu không dựa trên nền tảng văn hoá. Và ngược lại, văn hoá không phải là sản phẩm thụ động của kinh tế, chạy theo kinh tế mà thực tế nó có sức mạnh tinh thần lớn lao, chủ động tác động và thúc đẩy kinh tế phát triển.

Doanh nhân và doanh nghiệp ngày càng có vị trí cao và đặc biệt trong xã hội, đóng góp quan trọng cho sự phát triển kinh tế. Do đó, bàn đến văn hoá doanh nghiệp là giúp chúng ta hiểu rõ vai trò và tầm quan trọng của vấn đề, từ đó có những tác động góp phần vào sự phát triển của kinh tế, xã hội.

Từ khi đất nước chuyển từ cơ chế tập trung, quan liêu, bao cấp sang nền kinh tế thị trường có sự quản lý của nhà nước; đặc biệt trong thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước như hiện nay thì hệ thống doanh nghiệp Việt Nam cũng có những biến đổi căn bản cả về số lượng và chất

lượng, góp phần quyết định đến sức mạnh của nền kinh tế nước ta. Một số doanh nghiệp đã sớm xây dựng cho mình một bản sắc văn hoá riêng, tạo nên những thương hiệu nổi tiếng, thu hút sự chú ý, lòng ngưỡng mộ, sự kỳ vọng của khách hàng, trở thành nội lực cho doanh nghiệp phát triển bền vững và ổn định. Bên cạnh đó vẫn còn không ít doanh nghiệp coi trọng lợi nhuận, đẩy người lao động đối mặt với nhiều vấn đề như: bóc lột lao động, ô nhiễm môi trường, tệ nạn xã hội, phẩm giá con người bị coi rẻ, nhân cách con người bị xúc phạm... Từ đó dẫn đến nhiều doanh nghiệp sản xuất kém hiệu quả, chất lượng sản phẩm thấp, trình độ kỹ thuật hạn chế, kéo theo nhiều hệ lụy: quản lý quan liêu, công nhân bất bình, đình công, số người bỏ việc tăng lên... Tất cả các hiện tượng trên đều cho thấy các doanh nghiệp đang thiếu chức năng của văn hoá là định hướng, điều tiết và vai trò của văn hoá là động lực thúc đẩy mạnh mẽ. Chưa hiểu và chưa chú trọng đến “văn hoá doanh nghiệp” là một thực tế đòi hỏi các doanh nghiệp cần ý thức được vai trò của văn hoá trong sản xuất, kinh doanh và cần thiết phải xây dựng cho riêng mình một bản sắc văn hoá doanh nghiệp.

Văn hoá doanh nghiệp không còn là mối quan tâm của riêng ai, mà đó đã thành niềm trăn trở của toàn xã hội. Tôi chọn đề tài này với mong muốn tìm hiểu sâu hơn về vấn đề mang tính thời sự: Văn hoá doanh nghiệp nói chung và Văn hoá doanh nghiệp Tập đoàn FPT nói riêng.

2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.

- Đối tượng nghiên cứu

Văn hoá doanh nghiệp

- Phạm vi nghiên cứu

Văn hoá doanh nghiệp trong Tập Đoàn FPT hiện nay.

3. Mục đích nghiên cứu của đề tài.

- Tìm hiểu tổng quan về văn hoá doanh nghiệp.
- Khảo sát thực trạng văn hoá doanh nghiệp Tập đoàn FPT.
- Phát huy vai trò văn hoá doanh nghiệp Tập đoàn FPT.

4. Phương pháp nghiên cứu:

- Nghiên cứu tài liệu
- Khảo sát thực tế.
- Phỏng vấn.
- Quan sát.

5. Đóng góp của đề tài:

Tôi chọn đề tài “ Văn hoá doanh nghiệp trong Tập đoàn FPT” với mong muốn được chia sẻ những hiểu biết và suy nghĩ của mình- một nhà quản lý văn hoá tương lai về cách nhìn nhận văn hoá trong các doanh nghiệp, làm tư liệu nghiên cứu cho những ai quan tâm tới vấn đề này, đồng thời Tôi hy vọng những ý kiến đóng góp mà mình mạnh dạn đưa ra sẽ giúp cho Tập đoàn FPT có những thay đổi phù hợp và hoàn thiện hơn.

6. CẤU TRÚC ĐỀ TÀI

Ngoài phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo và phụ lục, đề tài có cấu trúc gồm 3 chương:

Chương 1: Tổng quan về văn hoá doanh nghiệp.

Chương 2: Khảo sát thực trạng văn hoá doanh nghiệp Tập đoàn FPT.

Chương 3: Một số ý kiến nhằm củng cố và phát huy vai trò Văn hoá doanh nghiệp Tập đoàn FPT.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đào Duy Anh (2002), Việt Nam văn hóa sử cương, NXB Văn hóa Thông tin, Hà Nội
2. Đỗ Minh Cương (2001), Văn hóa kinh doanh và Triết lý kinh doanh, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
3. Doanh nghiệp (2001), Văn hóa kinh doanh, NXB Lao động, Hà Nội.
4. David H. Maister (2004), Bản sắc văn hóa doanh nghiệp, NXB Thống kê.
5. Hoàng Minh Châu Trưởng ban biên tập (2006), Đồng Đội, Nhà in Khoa học và Công nghệ.
6. Ngô Đình Giao chủ biên (1997), Môi trường kinh doanh và Đạo đức kinh doanh, NXB Giáo dục Hà Nội.
7. Nguyễn Thường Lạng (2002), Văn hóa doanh nghiệp, Kinh tế và phát triển.
8. Ngọc Minh (2003), Xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp như thế nào. Báo diễn đàn doanh nghiệp (số 43)
9. PGS.TS Dương Thị Liễu (2008), Bài giảng về văn hóa doanh nghiệp, NXB Giáo dục Hà Nội.
10. www.dddn.com.vn
11. www.laodong.com
12. www.doanhnhan360.com
13. www.chungta.com
14. www.chungta.vn
15. www.fpt.com.vn
16. www.fpt20.com