

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI

KHOA XUẤT BẢN – PHÁT HÀNH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI:

**VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP TRONG DOANH NGHIỆP
KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM TẠI HÀ NỘI**

Sinh viên thực hiện : **VŨ THỊ QUÝ**

Hà Nội - 2014

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	4
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP	
1.1 Một số vấn đề lý luận cơ bản về văn hóa doanh nghiệp	7
1.1.1 Các khái niệm về văn hóa doanh nghiệp.....	7
<i>1.1.1.1 Khái niệm văn hóa</i>	7
<i>1.1.1.2 Khái niệm văn hóa kinh doanh</i>	8
<i>1.1.1.3 Khái niệm văn hóa doanh nghiệp</i>	10
1.1.2 Đặc điểm của văn hóa doanh nghiệp.....	12
1.1.3 Các yếu tố cấu thành văn hóa doanh nghiệp.....	13
<i>1.1.3.1 Triết lý quản lý và kinh doanh</i>	13
<i>1.1.3.2 Động lực của cá nhân và tổ chức</i>	13
<i>1.1.3.3 Quy trình qui định</i>	14
<i>1.1.3.4 Hệ thống trao đổi thông tin</i>	14
<i>1.1.3.5 Phong trào, nghi lễ, nghi thức</i>	14
1.2 Nội dung của văn hóa doanh nghiệp	15
1.2.1 VHDN trong mục tiêu, chiến lược.....	15
1.2.2 VHDN thể hiện trong hàng hóa và qua quá trình lưu thông.....	16
1.2.3 VHDN trong giao tiếp, ứng xử.....	18
1.2.4 VHDN trong quản trị.....	19
1.2.5 VHDN thể hiện ở người lãnh đạo.....	20
1.3 Ý nghĩa của văn hóa doanh nghiệp đối với doanh nghiệp và xã hội	21
1.3.1 Góc độ kinh tế- xã hội.....	21
1.3.2 Góc độ doanh nghiệp.....	22

CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG VĂN HÓA DOANH NGHIỆP CỦA MỘT SỐ DOANH NGHIỆP KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM TẠI HÀ NỘI.

2.1 Các nhân tố ảnh hưởng đến văn hóa doanh nghiệp.....	27
2.1.1 Nhân tố văn hóa xã hội.....	27
2.1.2 Nhân tố con người.....	30
2.1.2.1 Người lãnh đạo doanh nghiệp.....	31
2.1.2.2 Các cán bộ nhân viên trong doanh nghiệp.....	32
2.1.3 Nhân tố thuộc về môi trường kinh doanh.....	33
2.1.4 Các nhân tố khác.....	35
2.2 Thực trạng văn hóa doanh nghiệp của một số doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm tại Hà Nội.....	37
2.2.1 Văn hóa doanh nghiệp trong mục tiêu chiến lược.....	44
2.2.2 Văn hóa doanh nghiệp trong hàng hoá và quá trình lưu thông.....	48
2.2.3 Văn hóa doanh nghiệp trong giao tiếp và ứng xử.....	58
2.2.4 Văn hóa doanh nghiệp trong quản trị doanh nghiệp.....	62
2.2.5 Văn hóa doanh nghiệp thể hiện ở người lãnh đạo.....	65
2.3 Đánh giá chung	
2.3.1 Ưu điểm.....	66
2.3.2 Hạn chế và nguyên nhân.....	67

CHƯƠNG 3. MỘT SỐ BIỆN PHÁP NHẪM NÂNG CAO VĂN HÓA DOANH NGHIỆP Ở MỘT SỐ DOANH NGHIỆP KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM TẠI HÀ NỘI.

3.1 Định hướng xây dựng văn hóa doanh nghiệp cho các doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm.....	70
3.2 Một số đề xuất nhằm nâng cao văn hóa doanh nghiệp cho các doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm.....	82
3.2.1 Các giải pháp vi mô.....	82
<i>3.2.1.1 Chứng chỉ chất lượng quốc gia và quốc tế.....</i>	<i>82</i>
<i>3.2.1.2 Tham gia các chương trình bình chọn thương hiệu mạnh trong nước và quốc tế.....</i>	<i>83</i>
<i>3.2.1.3 Quan điểm, định hướng hoàn thiện hệ thống VHDN tại mỗi doanh nghiệp... </i>	<i>84</i>
<i>3.2.1.4 Hoàn thiện mô hình VHDN theo định hướng, tầm nhìn chiến lược của các doanh nghiệp.....</i>	<i>85</i>
<i>3.2.1.5 Đẩy mạnh phát triển cơ sở hạ tầng.....</i>	<i>85</i>
<i>3.2.1.6 Tối ưu hóa công tác tuyển dụng và đào tạo nghiệp vụ nhân viên.....</i>	<i>86</i>
<i>3.2.1.7 Hoàn thiện tốt công tác khen thưởng, kỷ luật.....</i>	<i>86</i>
<i>3.2.1.8 Không ngừng học hỏi kinh nghiệm về VHDN của các doanh nghiệp trên thế giới.....</i>	<i>87</i>
<i>3.2.1.9 Hoàn thiện công tác đối ngoại.....</i>	<i>87</i>
3.2.2 Các giải pháp vĩ mô.....	88
KẾT LUẬN.....	97
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	98

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Nền kinh tế đất nước từ sau đổi mới đã phát triển rất nhanh cùng với sự gia tăng mạnh mẽ của các doanh nghiệp trong nước, đặc biệt là các doanh nghiệp khu vực ngoài quốc doanh. Tuy nhiên sự phát triển mang tính nhỏ lẻ, thiếu ổn định và bền vững, các doanh nghiệp đa số chưa định hình được bản sắc kinh doanh riêng.

Đất nước ta đang tiến bước mạnh mẽ vào hội nhập kinh tế quốc tế, mà mốc son quan trọng là việc chính thức được kết nạp thành viên WTO vào ngày 07/11/2006. Hội nhập kinh tế đem lại nhiều cơ hội nhưng cũng lắm thách thức trong môi trường cạnh tranh gay gắt, khốc liệt hơn. Chúng ta phải làm gì, bắt đầu hành trình WTO như thế nào để hội nhập một cách vững chãi để không bị hòa tan.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, bên cạnh sự giao thoa các nguồn lực còn có sự giao lưu giữa các dòng văn hóa đa dạng, ảnh hưởng tới phong cách, thái độ làm việc của doanh nghiệp. Nhu cầu của con người cũng chuyển sang chú trọng tới mặt giá trị văn hóa. Cạnh tranh bằng công nghệ kỹ thuật trong thời đại thế giới phẳng không còn chiếm địa vị lâu dài do tính chất khuếch tán nhanh của công nghệ kỹ thuật.

Thay vào đó là vai trò then chốt của văn hóa doanh nghiệp trong cạnh tranh bởi lẽ khác với công nghệ kỹ thuật, văn hóa doanh nghiệp rất khó hoặc không thể bắt chước được toàn bộ, nó sẽ tạo nên những nét riêng, sức hấp dẫn cho doanh nghiệp.

Xã hội ta cũng bắt đầu đề cập đến vấn đề văn hóa doanh nghiệp, tôn vinh văn hóa doanh nhân với việc lấy ngày 13 tháng 10 hàng năm làm ngày Doanh nhân Việt Nam, ngày càng xuất hiện những khóa đào tạo về văn hóa doanh nghiệp. Tuy nhiên, tất cả những hoạt động vẫn còn mang tính hình thức cao, chưa được quan tâm đúng mức, đại đa số doanh nghiệp vẫn chưa nhận thấy vai trò quan trọng của việc xây dựng bản sắc văn hóa doanh nghiệp, chưa nhìn nhận văn hóa doanh nghiệp như nền tảng, động lực phát triển của doanh nghiệp.

Trên đây là tất cả những lý do để em lựa chọn đề tài “Văn hóa doanh nghiệp trong doanh nghiệp kinh doanh XBP tại Hà Nội” làm khóa luận tốt nghiệp của mình. Khóa luận hướng tới trả lời những vấn đề như: Văn hóa doanh nghiệp là gì? Nội dung và ý nghĩa của văn hóa doanh nghiệp đối với các doanh nghiệp kinh doanh XBP hiện nay. Thực trạng văn hóa doanh nghiệp của các doanh nghiệp kinh doanh XBP hiện nay. Biện pháp xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp cho các doanh nghiệp kinh doanh XBP hiện nay.

2. Mục đích nghiên cứu

Tìm hiểu thực trạng văn hóa doanh nghiệp của các doanh nghiệp PHXBP hiện nay. Đưa ra một số giải pháp, đề xuất nhằm hoàn thiện việc xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp trong thời kì hội nhập.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu: Đề tài nghiên cứu văn hóa doanh nghiệp trong các doanh nghiệp PHXBP trên địa bàn Hà Nội hiện nay.
- Phạm vi nghiên cứu: + Tổng công ty Sách Việt Nam (SAVINA)
 - + Công ty cổ phần Sách và TBGD Trí Tuệ
 - + Nhà xuất bản Thế Giới

4. Phương pháp nghiên cứu

Khóa luận vận dụng cách tiếp cận theo duy vật biện chứng, duy vật lịch sử, nghiên cứu mô tả, tiếp cận một cách có hệ thống để phân tích làm rõ thực trạng, đồng thời nghiên cứu ứng dụng để giải quyết vấn đề.

Khóa luận chủ yếu phân tích định tính, dựa trên những thông tin, nguồn số liệu liên quan đến vấn đề nghiên cứu bằng phương pháp khảo sát, phương pháp phân tích, phương pháp thống kê.

5. Đóng góp của đề tài

Về lý thuyết, khóa luận chú trọng vào nghiên cứu, phân tích những vấn đề liên quan đến văn hóa doanh nghiệp nói chung và văn hóa doanh nghiệp trong các doanh nghiệp PHXBP nói riêng.

Về thực tiễn, khóa luận đưa ra một số giải pháp cho các doanh nghiệp PHXBP trong việc xây dựng, giữ gìn và phát huy văn hóa doanh nghiệp trong quá trình hội nhập và phát triển.

6. Bố cục của khóa luận

Khóa luận gồm 3 phần:

Chương 1: Cơ sở lý luận về văn hóa doanh nghiệp.

Chương 2: Thực trạng văn hóa doanh nghiệp của một số doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm.

Chương 3: Một số biện pháp nhằm nâng cao văn hóa doanh nghiệp của một số doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm.

DANH MỤC CÁC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. GS. Trần Quốc Vượng (2010), Cơ sở văn hóa Việt Nam, NXB Giáo Dục.
2. Thời báo kinh tế Việt Nam
3. Website Nhà sách Trí Tuệ: <http://www.nhasachtritue.com>
4. Website Tổng công ty sách Việt Nam: savina.com.vn
5. TS Đỗ Thị Phi Hoài (2009), Văn hóa doanh nghiệp, NXB Tài chính.
6. Dương Thị Liễu : Bài Giảng văn hóa kinh doanh, ĐH Kinh tế quốc dân
7. Bài giảng môn nghiên cứu nhu cầu XBP- Th.s Đặng Thị Toan
8. Bài giảng môn Văn hóa doanh nghiệp- Th.s Phùng Quốc Hiếu
9. Tổ chức tiêu thụ XBP- TS Đỗ Thị Quyên.
10. Website: google.com