

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH

PHẠM NGỌC HẠNH

**HOÀN THIỆN VĂN HÓA DOANH NGHIỆP
TẠI CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN
MỘT THÀNH VIÊN XI MĂNG QUANG SƠN**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ
CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

THÁI NGUYÊN - 2015

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH

PHẠM NGỌC HẠNH

**HOÀN THIỆN VĂN HÓA DOANH NGHIỆP
TẠI CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN
MỘT THÀNH VIÊN XI MĂNG QUANG SƠN**

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

Mã số: 60.34.01.02

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học: TS. TRẦN ĐỨC LỢI

THÁI NGUYÊN - 2015

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan bản luận văn là công trình nghiên cứu độc lập của bản thân với sự giúp đỡ của Thầy hướng dẫn. Những thông tin, số liệu và kết quả nghiên cứu trong luận văn được thực hiện nghiêm túc, mọi số liệu được trích dẫn có nguồn gốc rõ ràng, trung thực và khách quan.

Tác giả luận văn

Phạm Ngọc Hạnh

LỜI CẢM ƠN

Tôi xin chân thành cảm ơn:

Ban Giám hiệu, Phòng Quản lý đào tạo Trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh Thái Nguyên, tới tất cả các thầy, cô giáo đã tạo điều kiện thuận lợi giúp đỡ tôi trong quá trình học tập, nghiên cứu để hoàn thành luận văn.

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đối với Thầy giáo **TS. Trần Đức Lợi** đã tận tình chỉ dẫn, giúp đỡ tôi trong suốt thời gian nghiên cứu đề tài thạc sỹ.

Tôi xin chân thành cảm ơn tới Ban Giám đốc và cán bộ công nhân viên Công ty TNHH MTV Xi măng Quang Sơn đã giúp đỡ tận tình trong thời gian điều tra, khảo sát, nắm bắt tư liệu để nghiên cứu luận văn.

Tôi xin chân thành cảm ơn tới các đồng chí, bạn bè, đồng nghiệp và gia đình đã tạo mọi điều kiện giúp đỡ, động viên khích lệ để tôi hoàn thành luận văn.

Tác giả luận văn

Phạm Ngọc Hạnh

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	vi
DANH MỤC BẢNG	vii
DANH MỤC BIỂU ĐỒ, HÌNH, SƠ ĐỒ	viii
MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề tài	1
2. Mục tiêu nghiên cứu	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	2
4. Ý nghĩa khoa học và những đóng góp mới của đề tài	3
5. Kết cấu của luận văn	3
Chương 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP 4	
1.1. Cơ sở lý luận về văn hóa doanh nghiệp	4
1.1.1. Một số khái niệm về văn hóa doanh nghiệp	4
1.1.2. Vai trò của văn hóa doanh nghiệp	8
1.1.3. Đặc điểm của văn hóa doanh nghiệp	11
1.1.4. Cấu trúc nội dung văn hóa doanh nghiệp	12
1.1.5. Các nhân tố ảnh hưởng tới văn hóa doanh nghiệp	19
1.1.6. Một số mô hình văn hóa doanh nghiệp	25
1.1.7. Mô hình khảo sát nhận dạng văn hóa doanh nghiệp tại Công ty TNHH MTVXM Quang Sơn	28
1.2. Cơ sở thực tiễn về văn hóa doanh nghiệp	31
1.2.1. Kinh nghiệm về văn hóa doanh nghiệp của Công ty Khóa Minh Khai	31
1.2.2. Kinh nghiệm về văn hóa doanh nghiệp của Công ty TNHH MTV Đầu tư phát triển Thủy Lợi Hà Nội	33
1.2.3. Bài học kinh nghiệm rút ra cho Công ty TNHH MTVXM Quang Sơn	35
Chương 2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	36

2.1. Câu hỏi đặt ra mà đề tài cần giải quyết	36
2.2. Phương pháp nghiên cứu.....	36
2.2.1. Phương pháp thu thập thông tin	36
2.2.2. Phương pháp phân tích thông tin	37
2.3. Hệ thống các chỉ tiêu nghiên cứu.....	38
Chương 3. THỰC TRẠNG VĂN HÓA DOANH NGHIỆP TẠI CÔNG TY TNHH MTV XI MĂNG QUANG SƠN	40
3.1. Khái quát về Công ty TNHH MTVXM Quang Sơn	40
3.1.1. Lịch sử hình thành.....	40
3.1.2. Cơ cấu tổ chức của Công ty	41
3.1.3. Chức năng nhiệm vụ	42
3.1.4. Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty	45
3.1.5. Tình hình nguồn nhân lực và một số thành tựu đạt được	49
3.2. Thực trạng cấp độ nội dung văn hóa doanh nghiệp của công ty TNHH MTV Xi măng Quang Sơn.....	52
3.2.1. Cấu trúc hữu hình văn hóa doanh nghiệp của Công ty	52
3.2.2. Những giá trị được tuyên bố và những quan niệm chung.....	57
3.3. Kết quả khảo sát về nội dung văn hóa doanh nghiệp của Công ty	62
3.3.1. Đánh giá của nhân viên về nội dung văn hóa doanh nghiệp.....	62
3.3.2. Đánh giá của lãnh đạo cấp trung về nội dung văn hóa doanh nghiệp.....	63
3.3.3. Đánh giá của lãnh đạo cấp cao về nội dung văn hóa doanh nghiệp.....	65
3.3.4. Đánh giá chung của các đối tượng khảo sát trong Công ty về nội dung văn hóa doanh nghiệp	67
3.3.5. Đánh giá của khách hàng về nội dung văn hóa doanh nghiệp.....	71
3.4. Kết quả khảo sát nhận diện mô hình văn hóa doanh nghiệp hiện tại và định hướng trong tương lai của Công ty	72
3.4.1. Đánh giá của nhân viên về mô hình văn hóa doanh nghiệp.....	72
3.4.2. Đánh giá của lãnh đạo cấp trung về mô hình văn hóa doanh nghiệp.....	75
3.4.3. Đánh giá của lãnh đạo cấp cao về mô hình văn hóa doanh nghiệp	77
3.4.4. Đánh giá chung của các đối tượng khảo sát về mô hình văn hóa doanh nghiệp .	79

3.5. Đánh giá chung về thực trạng văn hóa doanh nghiệp của Công ty TNHH MTVXM Quang Sơn	83
3.5.1. Thành tựu	83
3.5.2. Hạn chế.....	84
Chương 4. GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN VĂN HÓA DOANH NGHIỆP TẠI CÔNG TY TNHH MTV XI MĂNG QUANG SƠN.....	86
4.1. Định hướng, mục tiêu phát triển của Công ty từ năm 2015 - 2020	86
4.1.1. Định hướng phát triển	86
4.1.2. Mục tiêu phát triển	87
4.2. Yêu cầu trong việc xây dựng, hoàn thiện và phát triển văn hóa doanh nghiệp phục vụ nhiệm vụ phát triển của Công ty	87
4.3. Giải pháp hoàn thiện văn hóa doanh nghiệp tại Công ty	88
4.3.1. Giải pháp hoàn thiện nội dung giá trị hữu hình	89
4.3.2. Giải pháp hoàn thiện nội dung giá trị tuyên bố và quan niệm chung	90
4.3.3. Hoàn thiện mô hình văn hóa doanh nghiệp của Công ty	91
4.4. Kiến nghị.....	98
4.4.1. Kiến nghị với Tổng Công ty CP xây dựng Công Nghiệp Việt Nam	98
4.4.2. Kiến nghị với tỉnh Thái Nguyên	98
KẾT LUẬN	100
TÀI LIỆU THAM KHẢO	102
PHỤ LỤC.....	104

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

BH	: Bán hàng
CBCNV	: Cán bộ Công nhân viên
CP	: Cổ phần
DV	: Dịch vụ
GDP	: Tổng sản phẩm quốc nội
GNP	: Tổng sản phẩm quốc gia
GTGT	: Giá trị gia tăng
NLĐ	: Người lao động
TNHHMTV	: Trách nhiệm hữu hạn một thành viên
UBND	: Ủy ban nhân dân
VHDN	: Văn hóa doanh nghiệp
XM	: Xi măng

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1. Số lượng và phân nhóm mẫu khảo sát.....	37
Bảng 3.1. Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty	46
Bảng 3.2. Cơ cấu lao động của công ty TNHH MTVXM Quang Sơn năm 2014 ..	49
Bảng 3.3. Tổng hợp thành tích của Công ty từ năm 2012 - 2014.....	51
Bảng 3.4. Kết quả đánh giá của nhân viên về nội dung văn hóa doanh nghiệp.....	62
Bảng 3.5. Kết quả đánh giá của lãnh đạo cấp trung về nội dung văn hóa doanh nghiệp..	63
Bảng 3.6. Kết quả đánh giá của lãnh đạo cấp cao nội dung văn hóa doanh nghiệp	66
Bảng 3.7. Kết quả đánh giá chung của các đối tượng khảo sát trong Công ty về nội dung văn hóa doanh nghiệp	67
Bảng 3.8. Kết quả đánh giá của khách hàng nội dung văn hóa doanh nghiệp.....	71
Bảng 3.9. Kết quả khảo sát nhận diện mô hình văn hóa doanh nghiệp hiện tại và định hướng trong tương lai - Đối tượng Nhân viên.....	73
Bảng 3.10. Kết quả khảo sát nhận diện mô hình văn hóa doanh nghiệp hiện tại và định hướng trong tương lai - Đối tượng Lãnh đạo cấp trung	75
Bảng 3.11. Kết quả khảo sát nhận diện mô hình văn hóa doanh nghiệp hiện tại và định hướng trong tương lai - Đối tượng Lãnh đạo cấp cao	77
Bảng 3.12. Kết quả khảo sát nhận diện mô hình văn hóa doanh nghiệp hiện tại và định hướng trong tương lai - Tất cả đối tượng khảo sát.....	80
Bảng 3.13. Tổng hợp các đặc điểm phù hợp với văn hóa của Công ty	81
Bảng 4.1. Các mục tiêu cơ bản đến năm 2020.....	87

DANH MỤC BIỂU ĐỒ, HÌNH, SƠ ĐỒ

BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 3.1. Đánh giá của nhân viên về mô hình văn hóa doanh nghiệp	75
Biểu đồ 3.2. Đánh giá của lãnh đạo cấp trung về mô hình văn hóa doanh nghiệp	77
Biểu đồ 3.3. Đánh giá của lãnh đạo cấp cao về mô hình văn hóa doanh nghiệp....	79
Biểu đồ 3.4. Đánh giá chung của các đối tượng khảo sát về mô hình văn hóa doanh nghiệp.....	81
Biểu đồ 3.5. Đánh giá chung về cơ cấu hiện tại với kỳ vọng	81

HÌNH

Hình 1.1. Sơ đồ các cấp độ văn hoá doanh nghiệp	14
Hình 1.2. Mô hình tảng băng văn hóa doanh nghiệp	15
Hình 1.3. Sơ đồ cấu trúc văn hoá doanh nghiệp	18
Hình 1.4. Mô hình VH được đo lường bằng công cụ OCAI.....	26
Hình 3.1. Cơ cấu tổ chức Công ty TNHH MTV Xi măng Quang Sơn.....	41
Hình 3.2. Logo của Công ty	52

SƠ ĐỒ

Sơ đồ 4.1. Đề nghị về mô hình cơ cấu tổ chức của Công ty TNHH MTV XM Quang Sơn	96
--	----