

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



KHÓA LUẬN CỬ NHÂN QUẢN LÝ VĂN HÓA
Chuyên ngành: Quản lý văn hóa- nghệ thuật

ĐỀ TÀI:

**TÌM HIỂU VĂN HÓA KINH DOANH Ở CÔNG TY
CỔ PHẦN XUẤT NHẬP KHẨU THỦY SẢN NAM HÀ TỈNH**

Giảng viên hướng dẫn:	TS. PHAN VĂN TÁ
Sinh viên thực hiện:	PHẠM THỊ PHƯƠNG
Lớp:	QLVH12
Khóa học:	2011- 2015

HÀ NỘI - 2015

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành khóa luận của mình, tôi xin chân thành bày tỏ lòng biết ơn đối với sự giúp đỡ nhiệt tình và những ý kiến đóng góp quý báu của các thầy cô giáo trong khoa Quản lý Văn hóa và các thầy cô giáo trong trường Đại Học Văn Hóa Hà Nội. Đặc biệt tôi xin trân trọng gửi lời cảm ơn tới thầy TS. Phan Thanh Tá, người đã trực tiếp giúp đỡ tôi hoàn thành khóa luận này.

Tôi xin chân thành cảm ơn Ban quản lý, Phòng hành chính tổng hợp Công ty Cổ phần Xuất nhập khẩu Thủy sản Nam Hà Tĩnh, và các cán bộ, công nhân công ty đã tạo điều kiện giúp đỡ tôi hoàn thành khóa luận. Tôi xin trân trọng gửi lời cảm ơn tới chú Trần Đình Nam – Giám Đốc Công ty Cổ phần Xuất nhập khẩu Thủy sản Nam Hà Tĩnh, người đã trực tiếp tạo điều kiện, cung cấp tài liệu cho tôi hoàn thành khóa luận.

Tôi xin chân thành cảm ơn tất cả bạn bè và người thân đã tạo điều kiện giúp đỡ tôi trong suốt quá trình làm khóa luận.

Mặc dù đã có rất nhiều cố gắng nhưng do còn hạn chế về kiến thức và thời gian nên khóa luận không thể tránh khỏi những thiếu sót, rất mong được sự góp ý của quý thầy cô cùng các bạn để khóa luận hoàn thiện hơn nữa.

Tôi xin chân thành cảm ơn !

Hà Nội, tháng 5 năm 2015

Tác giả khóa luận

Phạm Thị Phụng

MỤC LỤC

Trang

LỜI CAM ĐOAN

MỤC LỤC

DANH MỤC HÌNH VẼ

MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1 : NHỮNG TIỀN ĐỀ LÝ THUYẾT VỀ VĂN HÓA KINH DOANH Ở NƯỚC TA HIỆN NAY.....	4
1.1. Văn hóa và văn hóa kinh doanh.....	4
1.1.1. Văn hóa và đặc trưng của văn hóa.....	4
1.1.2. Văn hóa kinh tế.....	6
1.1.3. Văn hóa kinh doanh.....	8
1.2. Những nhân tố trong văn hóa kinh doanh.....	11
1.2.1. Văn hóa và đạo đức của nhà kinh doanh.....	11
1.2.2. Văn hóa trong quản trị doanh nghiệp.....	14
1.2.3. Văn hóa trong sản xuất và dịch vụ.....	17
1.3. Vai trò của văn hóa kinh doanh ở nước ta hiện nay.....	19
1.3.1. Nền kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa.....	19
1.3.2. Văn hóa kinh doanh – một nguồn lực và phương thức phát triển sản xuất kinh doanh bền vững.....	22
CHƯƠNG 2 : THỰC TRẠNG VĂN HÓA KINH DOANH Ở CÔNG TY CỔ PHẦN XUẤT NHẬP KHẨU THỦY SẢN NAM HÀ TĨNH.....	26
2.1. Tổng quan về công ty cổ phần xuất nhập khẩu thủy sản Nam Hà Tĩnh.....	26
2.1.1. Cơ cấu tổ chức và môi trường sản xuất kinh doanh của công ty.....	26

2.1.3. Các loại sản phẩm hàng hóa sản xuất kinh doanh của công ty.	34
2.2. Thực trạng văn hóa kinh doanh ở công ty cổ phần xuất nhập khẩu thủy sản Nam Hà Tĩnh.	36
2.2.1. Đời sống vật chất và tinh thần của người lao động.	36
2.2.2. Chất lượng sản phẩm và vấn đề đảm bảo lợi ích người tiêu dùng.	38
2.2.3. Phương thức sản xuất kinh doanh và thị trường tiêu thụ.	43
2.3. Những kết quả đạt được của công ty Shatico.	45
2.3.1. Những thành tích.	45
2.3.2. Những khó khăn và hạn chế.	48
CHƯƠNG 3: NÂNG CAO HIỆU QUẢ XÂY DỰNG VĂN HÓA KINH DOANH Ở CÔNG TY CỔ PHẦN XUẤT NHẬP KHẨU THỦY SẢN NAM HÀ TĨNH.	51
3.1. Những vấn đề đặt ra trong quá trình xây dựng văn hóa kinh doanh.	51
3.1.1. Xây dựng tinh thần hợp tác tương trợ trong cộng đồng doanh nhân – doanh nghiệp.	51
3.1.2. Xây dựng triết lý kinh doanh và chiến lược kinh doanh.	52
3.1.3. Bảo vệ môi trường tự nhiên và xây dựng chữ tín trong kinh doanh.	54
3.1.4. Xây dựng văn hóa giao tiếp trong kinh doanh và khách hàng.	56
3.2. Những giải pháp xây dựng văn hóa kinh doanh ở công ty cổ phần xuất nhập khẩu thủy sản Nam Hà Tĩnh.	61
3.2.1. Hoàn thiện cơ sở hạ tầng, đầu tư thiết bị công nghệ sản xuất hiện đại.	61
3.2.2. Nâng cao chất lượng sản phẩm, đảm bảo lợi ích người tiêu dùng.	63
3.2.3. Xây dựng môi trường văn hóa trong sản xuất và kinh doanh.	65
3.2.4. Cải thiện nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của người lao động.	67

3.2.5 Mở rộng quy mô sản xuất phát triển thị trường tiêu thụ.....	69
KẾT LUẬN.....	71
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	72
PHỤ LỤC ẢNH	

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài.

Trong quá trình tái sản xuất xã hội bao gồm bốn khâu: sản xuất, lưu thông, phân phối, bảo quản và tiêu dùng. Trong đó tiêu dùng là một mắt xích quan trọng, giữ vai trò thúc đẩy quá trình sản xuất. Hơn nữa, sản xuất không tự thân, sản xuất luôn có mục đích là để tiêu dùng. Trong nền sản xuất hàng hóa vấn đề quan trọng nhất là sản xuất hàng hóa đó phải tìm được người mua, tìm được thị trường tiêu thụ thì hàng hóa đó mới thực hiện được giá trị và giá trị sử dụng.

Theo dòng lịch sử, công cuộc đổi mới đất nước của Đảng Nhà Nước ta đã gần 30 năm cùng với sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế nhiều thành phần vận hành trong cơ chế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa. Sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đổi mới và đô thị hóa trong xu thế giao lưu và hội nhập quốc tế đã và đang mang lại những thành tựu thắng lợi rực rỡ trong các lĩnh vực của đời sống kinh tế văn hóa xã hội làm thay đổi diện mạo của từng ngõ hẻm, đường phố đô thị của từng mái nhà lổ xóm, thôn quê. Các phong trào xóa đói giảm nghèo, toàn dân đoàn kết xây dựng đời sống văn hóa nở rộ. Đời sống vật chất và tinh thần của người dân không ngừng được nâng cao. Song để tăng trưởng và phát triển bền vững không thể không quan tâm đến mối quan hệ biện chứng giữa lĩnh vực kinh tế và văn hóa. Đó là văn hóa sản xuất, văn hóa kinh doanh, văn hóa tiêu dùng. Sản xuất kinh doanh có văn hóa là thể hiện đặc điểm, nhân cách và năng lực của các nhà sản xuất kinh doanh là tiêu chuẩn của các doanh nhân, hành động luôn hướng tới vì lợi ích cộng đồng, vì bảo vệ môi trường sinh thái tự nhiên, vì đảm bảo lợi ích người tiêu dùng. Đó là nhân cách văn hóa bởi “văn hóa là nền tảng tinh thần, là động lực thúc đẩy sự phát triển kinh tế xã hội”.

Công ty cổ phần xuất nhập khẩu thủy sản Nam Hà Tĩnh đóng trên địa bàn Huyện Kỳ Anh – Tỉnh Hà Tĩnh với địa hình một bên là biển, một bên là núi. Là một trong những doanh nghiệp sản xuất kinh doanh lớn của Huyện Kỳ Anh, chiến lược phát triển của công ty là chăn nuôi chế biến thủy sản như : tôm, cá, mực với thị

trường trong nước và xuất khẩu nước ngoài. Thừa hưởng tiềm năng sẵn có của tự nhiên và nguồn nhân lực dồi dào của huyện nhà, trong quá trình xây dựng phát triển, hàng năm công ty đã đóng góp nguồn ngân sách cho nhà nước đáng kể và thu hút tạo công ăn việc làm cho hàng ngàn người dân trong huyện. Sản phẩm hàng hóa thủy sản của công ty trong những năm gần đây đã phân nào chiếm lĩnh được thị trường trong và ngoài nước. Song để tồn tại và phát triển bền vững, để vươn cao bay xa hơn nữa, thiết nghĩ, công ty phải có chiến lược sản xuất kinh doanh nâng cao chất lượng sản phẩm, xây dựng thương hiệu đảm bảo uy tín đối với người tiêu dùng và cạnh tranh lành mạnh trên thương trường. Đó chính là những tiêu chí để xây dựng mô hình văn hóa kinh doanh. Sẽ góp phần làm giàu cho người dân sống trên mảnh đất quê hương em. Cũng từ ý tưởng và mong ước nhỏ bé của mình. Khóa luận tốt nghiệp Đại Học chuyên ngành quản lý văn hóa - nghệ thuật em xin chọn đề tài : *Tìm hiểu văn hóa kinh doanh ở công ty cổ phần xuất nhập khẩu thủy sản Nam Hà Tĩnh, Huyện Kỳ Anh, Hà Tĩnh.*

2. Mục đích nghiên cứu.

- Tìm hiểu vai trò và tầm quan trọng của nhân tố văn hóa trong nền sản xuất kinh doanh hàng hóa ở nước ta hiện nay.
- Khảo sát thực trạng sản xuất kinh doanh sản phẩm hàng hóa ở công ty cổ phần xuất nhập khẩu thủy sản Nam Hà Tĩnh, từ đó đề xuất ý kiến nhằm xây dựng mô hình văn hóa kinh doanh để phát triển bền vững, góp phần thúc đẩy sự tăng trưởng kinh tế làm giàu cho quê hương em.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.

Đề tài tập trung nghiên cứu quá trình sản xuất và kinh doanh các sản phẩm hàng hóa thủy sản như: tôm, cá, mực ở công ty cổ phần xuất nhập khẩu thủy sản Nam Hà Tĩnh huyện Kỳ Anh – Hà Tĩnh.

4. Phương pháp nghiên cứu.

Căn cứ vào đường lối chính sách và pháp luật của Đảng Nhà Nước về xây dựng và phát triển nền kinh tế thị trường. Dựa trên cơ sở lý luận của các khoa học liên ngành và chuyên ngành về các lĩnh vực triết học, kinh tế học, văn hóa học ... Kết hợp với các phương pháp:

- Khảo sát điền dã thực địa.
- Suu tầm tổng hợp và phân tích nguồn tư liệu.

5. Đóng góp của đề tài.

- Làm sáng tỏ hệ thống lý thuyết về mối quan hệ giữa kinh tế và văn hóa, trong cơ cấu tái sản xuất xã hội.
- Nhận diện thực trạng tổ chức quản lý và vận hành sản xuất kinh doanh thủy sản ở công ty cổ phần xuất nhập khẩu thủy sản Nam Hà Tĩnh
- Phân tích và đề xuất những ý kiến xây dựng mô hình văn hóa kinh doanh phát triển bền vững, đảm bảo lợi ích người tiêu dùng và môi trường thiên nhiên, thúc đẩy sự tăng trưởng kinh tế ở Tỉnh Hà Tĩnh hiện nay.

6. Bố cục đề tài.

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo. Khóa luận được kết cấu 3 chương:

Chương 1: Những tiền đề lý thuyết về văn hóa kinh doanh ở nước ta hiện nay.

Chương 2: Thực trạng văn hóa kinh doanh ở công ty cổ phần xuất nhập khẩu thủy sản Nam Hà Tĩnh.

Chương 3: Nâng cao hiệu quả xây dựng văn hóa kinh doanh ở công ty cổ phần xuất nhập khẩu thủy sản Nam Hà Tĩnh.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Các Mác và Ph Ăng Ghen (1997) toàn tập – T7, Nxb Chính trị Quốc Gia Hà Nội.
2. Đỗ Minh Cương (1996), *Các học thuyết quản lý*, Nxb Chính trị Quốc Gia Hà Nội.
3. Đỗ Minh Cương – Phương Kỳ Sơn (1995), *Vai trò của con người trong quản lý doanh nghiệp*, Nxb Chính trị Quốc Gia Hà Nội.
4. Đỗ Minh Cương (2001), *Văn hóa kinh doanh và triết lý kinh doanh*, Nxb chính trị quốc gia Hà Nội.
5. Nguyễn Thị Doan – Đỗ Minh Cương (1997), *Triết lý kinh doanh với quản lý doanh nghiệp*, Nxb Chính trị Quốc Gia Hà Nội.
6. Phạm Văn Đồng (1996), *Văn hóa và đổi mới*, Nxb Chính trị Quốc Gia Hà Nội.
7. Nguyễn Văn Đáng – Vũ Xuân Hưng (1996), *Văn hóa nguyên lý quản trị*, Nxb Thống Kê Hà Nội.
8. Ngô Đình Giao (1997), *Môi trường kinh doanh và đặc điểm kinh doanh*, Nxb Giáo Dục Hà Nội.
9. Phạm Minh Hạc (1996), *Phát triển giáo dục, Phát triển con người phục vụ phát triển kinh tế*, Nxb Khoa học xã hội Hà Nội.
10. MatSushitaConoXuke (1989), *Bản lĩnh trong kinh doanh và cuộc sống*, Nxb Chính trị Quốc Gia Hà Nội.
11. MatSushiConoXuke (1999), *Nhân sự chìa khóa của sự thành công*, Nxb Giao Thông Hà Nội.
12. Dương Thị Liễu (2011), *Giáo trình văn hóa kinh doanh*, Nxb Đại Học Kinh Tế Quốc Dân Hà Nội.

13. Hồ Chí Minh (1995) toàn tập T3, Nxb Chính trị Quốc Gia Hà Nội.
14. Phạm Xuân Nam (1996), *Văn hóa và phát triển*, Nxb Chính trị Quốc Gia.
15. Phạm Ngọc (1998), *Bản sắc văn hóa Việt Nam*, Nxb Văn Hóa Thông Tin Hà Nội.
16. Phạm Văn Nghiên (2001), *Văn hóa và kinh doanh*, Nxb Lao Động Hà Nội.
17. Truyền thống và lịch sử huyện Kỳ Anh – Tỉnh Hà Tĩnh (2005) tài liệu lưu hành nội bộ.
18. Văn kiện Đại Hội Đảng toàn quốc các khóa 8, 9, 10, 11 của Đảng Cộng Sản Việt Nam (2012), Nxb Chính trị Quốc Gia.
19. Văn bản báo cáo tổng kết các năm (2012, 2013, 2014) của Phòng Công Thương huyện Kỳ Anh, tài liệu lưu hành nội bộ.
20. Văn bản báo cáo tổng kết các năm (2012, 2013, 2014) của công ty cổ phần xuất nhập khẩu thủy sản Nam Hà Tĩnh, tài liệu lưu hành nội bộ.