



Dream MILK - tiểu luận giữa kì

Văn hóa doanh nghiệp (Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh)



Scan to open on Studocu

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP TP. HỒ CHÍ MINH
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH

---□□---

**VĂN HÓA
NGHIỆP**



DOANH

TIỂU LUẬN

***Đề tài: Xây dựng văn hóa doanh nghiệp cho Công ty
TNHH The Dream Milk***

Lớp học phần : DHQTLOG18ETT

Giảng viên hướng dẫn : ThS. Phan Thị Thảo

Nhóm : DREAM

| STT | Họ và Tên | MSSV | Mức độ đóng góp |
|-----|-----------------------|----------|-----------------|
| 1 | Võ Nguyễn Huy | 22731131 | 100% |
| 2 | Phạm Thị Ngọc Huyền | 22633901 | 95% |
| 3 | Nguyễn Thị Chương Đài | 21128151 | 95% |
| 4 | Nguyễn Lê Thanh Thảo | 21112241 | 100% |
| 5 | Nguyễn Công Hội | 20027461 | 100% |

Thành phố Hồ Chí Minh, tháng 3 năm 2023

BỘ CÔNG THƯƠNG

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP TP. HỒ CHÍ MINH
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH

---□□□---

VĂN HÓA
NGHIỆP



DOANH

TIỂU LUẬN

*Đề tài: Xây dựng văn hóa doanh nghiệp cho Công ty
TNHH The Dream Milk*

Lớp học phần : DHQTLOG18ETT

Giảng viên hướng dẫn : ThS. Phan Thị Thảo

Nhóm : DREAM

| STT | Họ và Tên | MSSV | Chữ ký |
|-----|-----------------------|----------|--------|
| 1 | Võ Nguyễn Huy | 22731131 | |
| 2 | Phạm Thị Ngọc Huyền | 22633901 | |
| 3 | Nguyễn Thị Chương Đài | 21128151 | |
| 4 | Nguyễn Lê Thanh Thảo | 21112241 | |
| 5 | Nguyễn Công Hợp | 20027101 | |

Thành phố Hồ Chí Minh, tháng 3 năm 2023

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

BIÊN BẢN LÀM VIỆC NHÓM LẦN 1

I. Thời gian – Địa điểm

Thời gian: 12 giờ 00 phút, ngày 18 tháng 1 năm 2024

Địa điểm: Online google meet – ID: qup-jyqg-qeq

II. Thành phần tham dự

1. Võ Nguyễn Huy (NT) – 22731131
2. Phạm Thị Ngọc Huyền – 22633901
3. Nguyễn Thị Chương Đài – 21128151
4. Nguyễn Lê Thanh Thảo – 21112241
5. Nguyễn Công Hội – 20027461

III. Nội dung thảo luận:

- Chọn lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp, đặt tên.
- Thiết kế các biểu trưng vật chất (cấp độ 1). Bao gồm: giới thiệu, lễ nghi, slogan, logo, ý nghĩa logo, văn bản thành lập, cơ cấu – tổ chức.

IV. Kết quả cuộc họp

1. Lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp: sản xuất và kinh doanh sản phẩm sữa.
2. Tên công ty: CÔNG TY TNHH THE DREAM MILK
3. Giới thiệu:

The Dream Milk là một công ty sữa mới được thành lập vào 12/01/2024 tại huyện Mộc Châu tỉnh Sơn La. Đây là công ty chuyên cung cấp sữa và các loại sản phẩm từ sữa từ trang trại nuôi bò sữa ở Mộc Châu.

Sản phẩm chính của công ty là các loại sữa sản xuất từ trang trại Mộc Châu với nhiều hương vị khác nhau như là sữa nguyên chất, sữa tươi có và không đường, sữa đậu, sữa socola,... Bên cạnh sản phẩm chính là sữa, chúng tôi còn mang đến cho các bạn các loại sản phẩm khác như là bánh, kẹo, kem, sữa chua và phô mai được làm từ sữa.

Nguyên liệu chính là 100% sữa bò nguyên chất được lấy từ trang trại sữa ở Mộc Châu, được vắt và sản xuất trong ngày. Bò sữa ở đây là giống bò sữa Holstein Friesian (HF) còn được gọi với cái tên khác là bò Hà Lan. Giống bò này có nguồn gốc từ Hà Lan thích nghi tốt với điều kiện khí hậu ôn hòa, mát mẻ của nước ta, cho sản lượng sữa cao. Chính vì thế, công ty đã chọn loại giống bò này để chăn nuôi nhằm đem đến chất lượng và sản lượng sữa tốt nhất đến khách hàng.

Bên cạnh đó, công ty còn đầu tư hàng trăm tỉ đồng để xây dựng nhà máy sản xuất, trung tâm giống, nhà máy sản xuất thức ăn chăn nuôi TMR hiện đại đầu tiên ở Việt Nam... nhằm đảm bảo nguồn cung cấp nguyên liệu có chất lượng cao. Nguồn sữa tươi nguyên liệu sau đó được sản xuất trên dây chuyền tự động hiện đại theo tiêu chuẩn Châu Âu của Tetra Pak (Thụy Điển), đáp ứng những tiêu chuẩn chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm khắt khe nhất như: Tiêu chuẩn về hệ thống quản lý ATVSTP ISO

22000, Hệ thống quản lý môi trường 14001-2015... Nhờ vậy, các sản phẩm luôn đảm bảo chất lượng, giữ trọn dinh dưỡng và hương vị thơm ngon thuần khiết của sữa tươi nguyên chất.

4. Các ngày lễ hội, kỷ niệm quan trọng:

- Kỷ niệm thành lập công ty
- Kỷ niệm ngày thành lập trang trại sữa
- Kỷ niệm ngày thành lập xưởng sản xuất
- Ngày lễ khai chương các cửa hàng

5. Slogan: “The Dream Milk – Nguồn cảm hứng từ giấc mơ”

6. Logo sản phẩm công ty



7. Ý nghĩa logo

Logo The Dream Milk là sự kết hợp giữa hình mặt con bò sữa và vòng cung tên thương hiệu với tông màu chủ đạo là trắng và xanh dương. Màu xanh dương tượng trưng cho niềm hy vọng, sự tin tưởng, tính bảo đảm về chất lượng. Thì màu trắng tượng trưng cho màu của sữa, màu của dưỡng chất. Màu sắc thể hiện rõ nét đặc trưng của một thương hiệu chuyên sữa, vừa thể hiện thông điệp về cam kết chất lượng sản phẩm. Bên cạnh đó, vòng hình chữ bảo vệ cho hình mặt con bò cho ta thấy sự chăm sóc, bảo vệ những dòng sữa thuần khiết nhất dành cho khách hàng.

8. Văn bản thành lập công ty

**CÔNG TY TNHH
THE DREAM MILK**

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

Số: 83/QĐ-01

TP. Hồ Chí Minh, ngày 15 tháng 1 năm 2024

QUYẾT ĐỊNH

(V/v: Góp vốn thành lập Công ty trách nhiệm hữu hạn The Dream Milk)

HỘI ĐỒNG THÀNH VIÊN CÔNG TY TNHH THE DREAM MILK

Căn cứ Luật Doanh nghiệp 59/2020/QH14;

Căn cứ Nghị định 78/2015/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung Nghị định 108/2018/NĐ-CP về đăng ký kinh doanh;

Căn cứ vào Điều lệ của công ty

Căn cứ vào biên bản họp số (ngày, tháng, năm)

QUYẾT ĐỊNH

Điều 1: Góp vốn thành lập công ty TNHH sữa The Dream Milk với các nội dung sau:

1. Thành lập công ty TNHH sữa The Dream Milk

Địa chỉ trụ sở chính: lầu 15, tòa nhà Sailing Tower số 11A Pasteur, P. Bến Nghé, Quận 1, Tp. Hồ Chí Minh

Ngành nghề hoạt động: Kinh doanh thực phẩm sữa và các chế phẩm liên quan đến sữa

Mã ngành: 46326

2. Vốn: 30.000.000.000

Vốn điều lệ: 30.000.000.000

Nội dung vốn góp: do tổng công ty sữa số 1 Việt Nam sở hữu 100% vốn điều lệ

Điều 2: Cơ cấu tổ chức:

1. Ông/bà Nguyễn Văn Tình

Chức vụ: chủ tịch công ty

2. Ông/bà Phạm Thị Thúy

Chức vụ: tổng giám đốc

Danh sách người đại diện theo ủy quyền:

Họ và tên: Nguyễn Văn Tình

Giới tính: Nam

Chức danh: chủ tịch công ty

Sinh ngày: 19/5/1985

Dân tộc: Kinh

Quốc tịch: Việt Nam

Căn cước công dân: 054204009836

Nơi đăng ký hộ khẩu thường trú: 89 khu phố 3, phường Phú Thạnh, TP. Tuy Hòa, Phú Yên.

Chỗ ở hiện tại: 126 Nguyễn Thái Sơn, phường 3, quận Gò Vấp, TP. Hồ Chí Minh.

Điều 3: Điều lệ Công ty.

Điều 4: Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký.

Điều 5: Các phòng ban, chủ thể liên quan có nghĩa vụ thực hiện quyết định này.

Nơi nhận:

-

- Lưu VP,

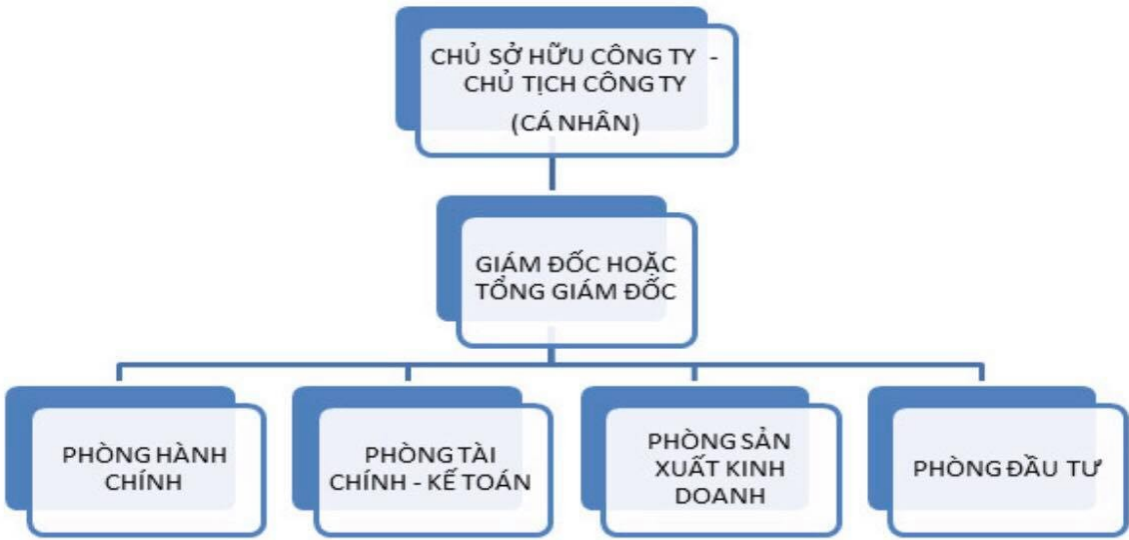
TM. HỘI ĐỒNG THÀNH VIÊN

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG THÀNH VIÊN

(ký, đóng dấu, ghi rõ họ tên)

Nguyễn Văn Tình

9. Cơ cấu tổ chức



Cuộc họp kết thúc vào lúc 14 giờ, ngày 18 tháng 1 năm 2024

Nhóm trưởng

Thư ký

Võ Nguyễn Huy

Phạm Thị Ngọc Huyền

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

BIÊN BẢN LÀM VIỆC NHÓM LẦN 2

I. Thời gian – Địa điểm

Thời gian: 12 giờ 00 phút, ngày 25 tháng 1 năm 2024

Địa điểm: Online google meet – ID: eey-smjb-pib

II. Thành phần tham dự

1. Võ Nguyễn Huy (NT) – 22731131
2. Phạm Thị Ngọc Huyền – 22633901
3. Nguyễn Thị Chương Đài – 21128151
4. Nguyễn Lê Thanh Thảo – 21112241
5. Nguyễn Công Hội – 20027461

III. Nội dung thảo luận:

Thiết kế các biểu trưng vật chất (cấp độ 2). Bao gồm:

- Tầm nhìn sứ mệnh
- Mục tiêu chiến lược, triết lý kinh doanh
- Chuẩn mực hành vi, quy tắc ứng xử

IV. Kết quả cuộc họp

1. Tầm nhìn sứ mệnh

Tạo và cung cấp những sản phẩm sữa chất lượng cao và an toàn cho người tiêu dùng. Đảm bảo rằng các sản phẩm sữa của doanh nghiệp đáp ứng được các tiêu chuẩn về chất lượng, dinh dưỡng và an toàn.

Nâng cao sức khỏe và chất lượng cuộc sống của người tiêu dùng. Sữa là một nguồn dinh dưỡng quan trọng cho sự phát triển và tăng cường sức khỏe của cơ thể. Bằng việc cung cấp những sản phẩm sữa chất lượng cao, doanh nghiệp mong muốn đóng góp vào việc nâng cao sức khỏe và chất lượng cuộc sống của người tiêu dùng.

Khám phá và áp dụng công nghệ tiên tiến. Doanh nghiệp cam kết đầu tư và áp dụng các công nghệ tiên tiến trong quy trình sản xuất sữa để đảm bảo chất lượng và hiệu quả cao nhất.

Thực hiện trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường. Doanh nghiệp đề cao việc thực hiện trách nhiệm xã hội bằng cách đảm bảo quyền lợi công bằng cho người lao động và đóng góp vào phát triển cộng đồng. Đồng thời, cũng cam kết bảo vệ môi trường và sử dụng các phương pháp sản xuất thân thiện với môi trường.

2. Mục tiêu chiến lược, triết lý kinh doanh

- Mục tiêu chiến lược cho doanh nghiệp:

Tăng trưởng doanh số: Một trong những mục tiêu quan trọng của doanh nghiệp là tăng trưởng doanh số. Điều này có thể được đạt được bằng cách mở rộng thị trường, đẩy mạnh hoạt động tiếp thị và quảng cáo, phát triển dòng sản phẩm mới và tìm kiếm đối tác phân phối.

Nâng cao chất lượng sản phẩm: Để cạnh tranh được trên thị trường, doanh nghiệp cần đảm bảo sản phẩm của mình có chất lượng cao. Điều này yêu cầu quy trình sản xuất chất lượng, quản lý chất lượng chặt chẽ, và đầu tư vào nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới.

Xây dựng thương hiệu: Thương hiệu mạnh có thể tạo sự tin tưởng và lòng trung thành từ khách hàng. Doanh nghiệp cần xây dựng một thương hiệu tốt bằng cách tạo ra một hình ảnh đồng nhất và gửi đi thông điệp phù hợp đến khách hàng.

Phát triển kênh phân phối: Để tiếp cận được nhiều khách hàng hơn, doanh nghiệp cần phát triển các kênh phân phối hiệu quả và mở rộng mạng lưới đối tác phân phối. Điều này giúp đưa sản phẩm của doanh nghiệp đến gần khách hàng hơn.

- Triết lý kinh doanh cho doanh nghiệp:

Chất lượng là ưu tiên hàng đầu: Doanh nghiệp luôn đặt chất lượng sản phẩm lên hàng đầu. Chỉ sản xuất và phân phối những sản phẩm sữa chất lượng cao, đảm bảo an toàn và dinh dưỡng cho người tiêu dùng.

Đề cao sự sáng tạo và nghiên cứu: Doanh nghiệp không ngừng tìm kiếm sự sáng tạo và nghiên cứu để cải tiến sản phẩm và quy trình sản xuất. Điều này giúp cung cấp sản phẩm tốt hơn và nắm bắt được xu hướng mới trên thị trường.

Trách nhiệm xã hội và bền vững: Doanh nghiệp cam kết thực hiện trách nhiệm xã hội và tạo ra giá trị bền vững. Điều này có thể đạt được bằng cách tối ưu hóa quy trình sản xuất, hỗ trợ nông dân sữa tăng cường phát triển bền vững và thúc đẩy các hoạt động xã hội có ích.

Tạo dựng niềm tin và lòng trung thành: Đồng hành và tạo niềm tin là một trong những triết lý quan trọng của doanh nghiệp. Doanh nghiệp cần tạo dựng một môi trường làm việc tốt, đảm bảo sự công bằng và tạo sự tận tâm đến khách hàng để tạo nên lòng trung thành từ họ.

3. Chuẩn mực hành vi, quy tắc ứng xử

Tôn trọng và chăm sóc khách hàng: Tất cả các nhân viên trong doanh nghiệp cần luôn đặt khách hàng lên hàng đầu. Họ phải tôn trọng và thể hiện sự quan tâm tới nhu cầu, yêu cầu và phản hồi của khách hàng. Sự tận tâm phục vụ và đáp ứng nhanh chóng các câu hỏi và khiếu nại của khách hàng cũng là yếu tố quan trọng.

Chất lượng sản phẩm: Doanh nghiệp cần cam kết cung cấp các sản phẩm sữa chất lượng cao, an toàn và đáp ứng các tiêu chuẩn và quy định về sữa. Đảm bảo sữa được sản xuất và kiểm soát chất lượng một cách nghiêm ngặt, từ quy trình sản xuất đến bao bì và vận chuyển.

Trung thực và minh bạch: Công ty cần đảm bảo rằng thông tin về sản phẩm, giá cả, thành phần và nguồn gốc của sữa đều được cung cấp một cách trung thực và minh bạch tới khách hàng. Thông tin sai lệch hoặc lừa dối không được chấp nhận.

Bảo vệ môi trường: Doanh nghiệp cần cam kết thúc đẩy các hoạt động sản xuất có trách nhiệm với môi trường. Điều này bao gồm việc sử dụng công nghệ và quy trình sản xuất thân thiện với môi trường, quản lý tài nguyên và chất thải một cách bền vững.

Đạo đức kinh doanh: Các thành viên trong doanh nghiệp cần đảm bảo họ tuân thủ đạo đức kinh doanh cao. Họ không được tham gia vào hoạt động gian lận, gian dối, hoặc vi phạm quyền lợi của người khác. Tôn trọng công bằng và chính trực trong mọi giao dịch kinh doanh là một điều cần thiết.

Sự phát triển và đổi mới: Doanh nghiệp nên khuyến khích sự phát triển và đổi mới liên tục. Tạo điều kiện để nhân viên có thể học tập, phát triển kỹ năng và nâng cao hiệu suất công việc. Đồng thời, doanh nghiệp cần đầu tư vào nghiên cứu và phát triển để cung cấp những sản phẩm sữa tiên phong và cạnh tranh trên thị trường.

Tuân thủ pháp luật và quy định: Doanh nghiệp cần tuân thủ đầy đủ pháp luật và quy định liên quan đến ngành công nghiệp sữa. Ngoài ra, họ nên tham gia các hoạt động cộng đồng và đóng góp tích cực vào xã hội.

Cuộc họp kết thúc vào 14 giờ ngày 20/3/2024

Nhóm trưởng

Thư ký

Võ Nguyễn Huy

Phạm Thị Ngọc Huyền

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

BIÊN BẢN LÀM VIỆC NHÓM LẦN 3

I. Thời gian – Địa điểm

Thời gian: 14 giờ 00 phút, ngày 23 tháng 3 năm 2024

Địa điểm: B2.07 trường Đại học Công Nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh

II. Thành phần tham dự

1. Võ Nguyễn Huy (NT) – 22731131
2. Nguyễn Lê Thanh Thảo – 21112241
3. Nguyễn Công Hội – 20027461

III. Nội dung thảo luận:

1. Xây dựng hệ thống tổ chức và chính sách quản lý văn hoá doanh nghiệp:
 - Khuôn mẫu hành vi điển hình
 - Các chuẩn mực hành vi
 - Lời hứa – cam kết – giao ước
2. Tổ chức các chương trình hoạt động có thể triển khai

IV. Kết quả cuộc họp

1. Xây dựng hệ thống tổ chức và chính sách quản lý văn hoá doanh nghiệp:
 - Khuôn mẫu hành vi điển hình

Trách nhiệm: Tự nhận trách nhiệm với mọi vấn đề và sự việc xảy ra, không đổ lỗi cho người khác.

Hướng kết quả: Giao tiếp, thỏa thuận bằng cách phương pháp tập trung vào kết quả.

Sáng tạo và chủ động: Tìm kiếm ít nhất 2 biện pháp thay vì chỉ nói “không” trong các tình huống khó khăn.

Hợp tác: Xây dựng môi trường làm việc hợp tác, dựa trên nguyên tắc bình đẳng, không chỉ có sự giám sát từ người lãnh đạo.

Chính trực: Đối xử trung thực, đúng đắn, không thay đổi ý kiến hoặc lời nói theo tình hình.

Xuất sắc: Đạt được sự xuất sắc bằng việc học hỏi sâu rộng, trở thành chuyên gia có kiến thức chuyên môn cao.

- Các chuẩn mực hành vi

Quan tâm và động viên đúng lúc

Tạo môi trường tốt và kết nối tốt cả bên trong và bên ngoài

Vừa người là lãnh đạo vừa là người hỗ trợ mọi người trong công việc

Là người lớn trong mọi hành xử

Cần biết hướng dẫn và không làm thay

Quan tâm năng lực và đào tạo ngày

Làm việc có KPI kết hoạch và báo cáo

- Lời hứa – cam kết – giao ước

Lời hứa:

Hứa là làm Tại The Dream Milk, sự minh bạch không chỉ là một lời hứa sáo rỗng trên nhãn mác. Chúng tôi không ngừng tìm kiếm các đối tác phù hợp trên toàn thế giới để mang về các nguyên liệu và phương pháp sản xuất tiên tiến nhất. Đó là lời cam kết về sự tôn trọng và công bằng đối với nhân viên, khách hàng và nhà cung cấp. Thật lòng không lòng vòng.

Toàn bộ nội dung truyền thông của chúng tôi đều chân thật và trực diện. Chúng tôi tự hào về chất lượng nguyên liệu của mình nên sẽ luôn “khoe” hết với bạn. Cầm sản phẩm trên tay, bạn đọc đến đâu hiểu đến đó, biết rõ 100% những thành phần bên trong. Cầu tiến không ngừng Một sản phẩm, nếu chưa đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn của chúng tôi thì đừng mong được “ra lò”! TỐT chưa bao giờ là đủ tốt. Chúng tôi luôn chủ động thử thách chính mình. Ngày mai sẽ là cơ hội để hoàn thiện và hoàn thiện hơn nữa. Bất kì sản phẩm The Dream Milk nào bạn thấy trên kệ đều đang ở mức chất lượng cao nhất mà chúng tôi đạt được.

Cam kết:

Luật pháp: Chúng ta luôn tuân thủ Luật pháp của Nhà nước và luật pháp của bất kỳ nơi nào mà chúng ta hoạt động.

Khách hàng, Người tiêu dùng: Chúng ta sẽ cung cấp những sản phẩm và dịch vụ đa dạng với chất lượng đạt tiêu chuẩn cao nhất, giá cả cạnh tranh và trung thực trong mọi giao dịch.

Cổ đông: Chúng ta sẽ nỗ lực để mang lại lợi ích vượt trội cho các cổ đông trên cơ sở sử dụng hiệu quả và bảo vệ nguồn tài nguyên của THE DREAM MILK trong sự tuân thủ Tiêu chuẩn cao nhất về ứng xử đạo đức và pháp luật trong kinh doanh.

Nhân viên: Chúng ta sẽ đối xử tôn trọng và công bằng với mọi nhân viên. Chúng ta tạo dựng những cơ hội phát triển bình đẳng, xây dựng và duy trì môi trường làm việc an toàn, thân thiện và cởi mở

Nhà cung cấp, Đối tác: Chúng ta sẽ tôn trọng và giao dịch bình đẳng với các nhà cung cấp và đối tác. Chúng ta luôn trân trọng mối quan hệ hợp tác lâu dài trên cơ sở trung thực, minh bạch và hài hòa lợi ích.

Giao ước:

The Dream Milk ký kết các giao ước liên quan đến kinh doanh sữa và sản phẩm liên quan. Điều này bao gồm các thỏa thuận về sản xuất, phân phối, tiếp thị, và hợp tác đối tác với các công ty khác trong và ngoài nước. The Dream Milk cũng cam kết vào các

chính sách và các hoạt động xã hội, bao gồm việc bảo vệ môi trường, quản lý nguồn nhân lực và đóng góp vào cộng đồng.

2. Các chương trình hoạt động

- Tạo các lớp học giúp nhân viên nhận thức về phong thái làm việc
- Tổ chức các hoạt động giáo lưu trong nội bộ
- Quan tâm đến các đại lý bán lẻ

Cuộc họp kết thúc vào lúc 15 giờ, ngày 23 tháng 3 năm 2024

Nhóm trưởng

Thư ký

Võ Nguyễn Huy

Nguyễn Lê Thanh Thảo

BẢNG PHÂN CÔNG CÔNG VIỆC

| MSSV | Họ và Tên | Nội dung công việc | Mức độ hoàn thành |
|----------|-----------------------|----------------------------------------------|-------------------|
| 22731131 | Võ Nguyễn Huy (NT) | Nội dung chương 2, chỉnh sửa word | 100% |
| 22633901 | Phạm Thị Ngọc Huyền | Nội dung chương 1, tổng hợp word | 100% |
| 21128151 | Nguyễn Thị Chương Đài | Nội dung chương 2 | 100% |
| 21112241 | Nguyễn Lê Thanh Thảo | Nội dung chương 2 (2.3) và chương 3 | 100% |
| 20027461 | Nguyễn Công Hội | Thiết kế logo, đồng phục công ty, powerpoint | 100% |

MỤC LỤC

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| LỜI CẢM ƠN..... | 1 |
| CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU VỀ THE DREAM MILK..... | 2 |
| 1.1. GIỚI THIỆU CHUNG..... | 2 |
| 1.2. CƠ CẤU TỔ CHỨC..... | 3 |
| 1.2.1. Cơ cấu tổ chức..... | 3 |
| 1.2.2. Văn bản thành lập công ty..... | 3 |
| CHƯƠNG 2: CÁC GIÁ TRỊ VĂN HÓA..... | 5 |
| 2.1. NHỮNG QUÁ TRÌNH VÀ CẤU TRÚC HỮU HÌNH CỦA CÔNG TY..... | 5 |
| 2.1.1. Kiến trúc đặc trưng..... | 5 |
| 2.1.2. Slogan..... | 5 |
| 2.1.3. Biểu tượng Logo..... | 5 |
| 2.1.4. Đồng phục..... | 6 |
| 2.1.5. Ngôn ngữ, lời chào..... | 7 |
| 2.1.6. Giai thoại..... | 9 |
| 2.2. NHỮNG GIÁ TRỊ ĐƯỢC CHẤP NHẬN, CÔNG BỐ VÀ CHIA SẺ..... | 10 |
| 2.2.1. Tầm nhìn..... | 10 |
| 2.2.2. Sứ mệnh..... | 10 |
| 2.2.3. Triết lý kinh doanh..... | 10 |
| 2.2.4. Mục tiêu chiến lược..... | 11 |
| 2.2.5. Các chuẩn mực hành vi..... | 13 |
| 2.2.6. Quy tắc ứng xử..... | 14 |
| 2.2.7. Nội quy, quy tắc của The Dream Milk..... | 15 |
| 2.3. NHỮNG GIÁ TRỊ NỀN TẢNG..... | 15 |
| 2.3.1. Giá trị cốt lõi..... | 15 |
| CHƯƠNG 3: CÁC HOẠT ĐỘNG Củng Cố VĂN HÓA DOANH NGHIỆP CỦA THE DREAM MILK..... | 17 |
| 3.1. BÊN TRONG DOANH NGHIỆP..... | 17 |
| 3.2. BÊN NGOÀI DOANH NGHIỆP..... | 17 |
| KẾT LUẬN..... | 18 |
| TÀI LIỆU THAM KHẢO..... | 19 |

LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên, chúng em xin trân trọng cảm ơn giảng viên cô Phan Thị Thảo - người đã trực tiếp chỉ bảo, hướng dẫn chúng em trong quá trình hoàn thành bài tiểu luận này.

Chúng em cũng xin được gửi lời cảm ơn đến quý thầy, cô giáo trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh, đặc biệt là các thầy, cô khoa Quản trị kinh doanh - những người đã truyền lửa và giảng dạy kiến thức cho chúng em suốt thời gian qua.

Mặc dù đã có những đầu tư nhất định trong quá trình làm bài song cũng khó có thể tránh khỏi những sai sót, chúng em kính mong nhận được ý kiến đóng góp của quý thầy cô để bài tiểu luận được hoàn thiện hơn.

Chúng em xin chân thành cảm ơn!

CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU VỀ THE DREAM MILK

1.1. GIỚI THIỆU CHUNG

Lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp: sản xuất và kinh doanh sản phẩm sữa.

Tên công ty: CÔNG TY TNHH THE DREAM MILK

Giới thiệu:

The Dream Milk là một công ty sữa mới được thành lập vào 12/01/2024 tại huyện Mộc Châu tỉnh Sơn La. Đây là công ty chuyên cung cấp sữa và các loại sản phẩm từ sữa từ trang trại nuôi bò sữa ở Mộc Châu.

Sản phẩm chính của công ty là các loại sữa sản xuất từ trang trại Mộc Châu với nhiều hương vị khác nhau như là sữa nguyên chất, sữa tươi có và không đường, sữa dâu, sữa socola,... Bên cạnh sản phẩm chính là sữa, chúng tôi còn mang đến cho các bạn các loại sản phẩm khác như là bánh, kẹo, kem, sữa chua và phô mai được làm từ sữa.

Nguyên liệu chính là 100% sữa bò nguyên chất được lấy từ trang trại sữa ở Mộc Châu, được vắt và sản xuất trong ngày. Bò sữa ở đây là giống bò sữa Holstein Friesian (HF) còn được gọi với cái tên khác là bò Hà Lan. Giống bò này có nguồn gốc từ Hà Lan thích nghi tốt với điều kiện khí hậu ôn hòa, mát mẻ của nước ta, cho sản lượng sữa cao. Chính vì thế, công ty đã chọn loại giống bò này để chăn nuôi nhằm đem đến chất lượng và sản lượng sữa tốt nhất đến khách hàng.

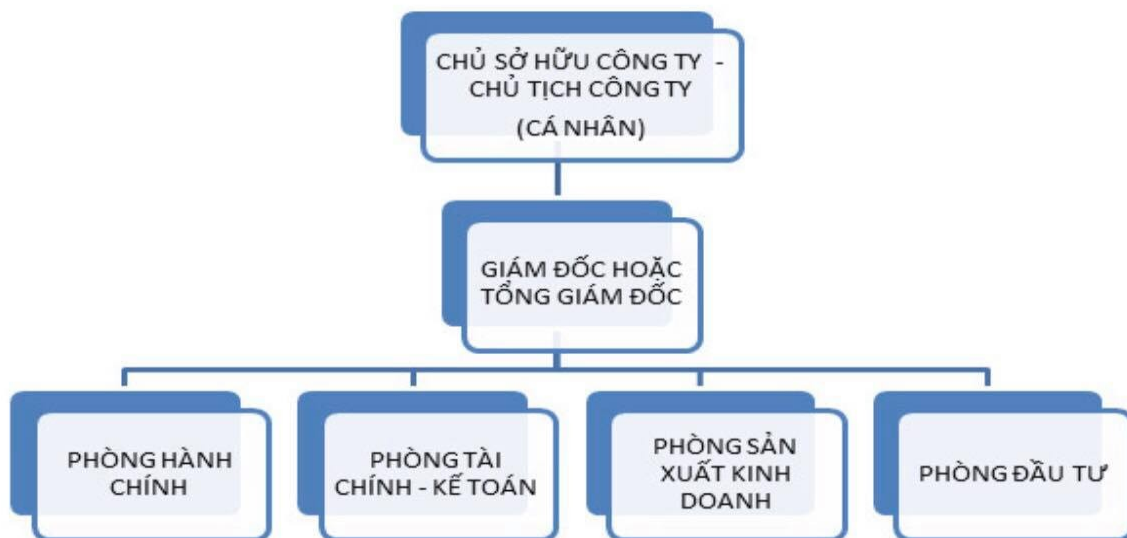
Bên cạnh đó, công ty còn đầu tư hàng trăm tỉ đồng để xây dựng nhà máy sản xuất, trung tâm giống, nhà máy sản xuất thức ăn chăn nuôi TMR hiện đại đầu tiên ở Việt Nam... nhằm đảm bảo nguồn cung cấp nguyên liệu có chất lượng cao. Nguồn sữa tươi nguyên liệu sau đó được sản xuất trên dây chuyền tự động hiện đại theo tiêu chuẩn Châu Âu của Tetra Pak (Thụy Điển), đáp ứng những tiêu chuẩn chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm khắt khe nhất như: Tiêu chuẩn về hệ thống quản lý ATVSTP ISO 22000, Hệ thống quản lý môi trường 14001-2015... Nhờ vậy, các sản phẩm luôn đảm bảo chất lượng, giữ trọn dinh dưỡng và hương vị thơm ngon thuần khiết của sữa tươi nguyên chất.

Các ngày lễ hội, kỷ niệm quan trọng:

- Kỷ niệm thành lập công ty
- Kỷ niệm ngày thành lập trang trại sữa
- Kỷ niệm ngày thành lập xưởng sản xuất
- Ngày lễ khai chương các cửa hàng

1.2. CƠ CẤU TỔ CHỨC

1.2.1. Cơ cấu tổ chức



Cơ cấu tổ chức của công ty The Dream Milk

1.2.2. Văn bản thành lập công ty

**CÔNG TY TNHH
THE DREAM MILK**

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

Số: 83/QĐ-01

TP. Hồ Chí Minh, ngày 15 tháng 1 năm 2024

QUYẾT ĐỊNH

(V/v: Góp vốn thành lập Công ty trách nhiệm hữu hạn The Dream Milk)

HỘI ĐỒNG THÀNH VIÊN CÔNG TY TNHH THE DREAM MILK

Căn cứ Luật Doanh nghiệp 59/2020/QH14;

Căn cứ Nghị định 78/2015/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung Nghị định 108/2018/NĐ-CP về đăng ký kinh doanh;

Căn cứ vào Điều lệ của công ty

Căn cứ vào biên bản họp số (ngày, tháng, năm)

QUYẾT ĐỊNH

Điều 1: Góp vốn thành lập công ty TNHH sữa The Dream Milk với các nội dung sau:

1. Thành lập công ty TNHH sữa The Dream Milk

Địa chỉ trụ sở chính: lầu 15, tòa nhà Sailing Tower số 11A Pasteur, P. Bến Nghé,

Quận 1, Tp. Hồ Chí Minh

Ngành nghề hoạt động: Kinh doanh thực phẩm sữa và các chế phẩm liên quan đến sữa

Mã ngành: 46326

2. Vốn: 30.000.000.000

Vốn điều lệ: 30.000.000.000

Nội dung vốn góp: do tổng công ty sữa số 1 Việt Nam sở hữu 100% vốn điều lệ

Điều 2: Cơ cấu tổ chức:

1. Ông/bà Nguyễn Văn Tình

Chức vụ: chủ tịch công ty

2. Ông/bà Phạm Thị Thúy

Chức vụ: tổng giám đốc

Danh sách người đại diện theo ủy quyền:

Họ và tên: Nguyễn Văn Tình

Giới tính: Nam

Chức danh: chủ tịch công ty

Sinh ngày: 19/5/1985

Dân tộc: Kinh

Quốc tịch: Việt Nam

Căn cước công dân: 054204009836

Nơi đăng ký hộ khẩu thường trú: 89 khu phố 3, phường Phú Thạnh, TP. Tuy Hòa, Phú Yên.

Chỗ ở hiện tại: 126 Nguyễn Thái Sơn, phường 3, quận Gò Vấp, TP. Hồ Chí Minh.

Điều 3: Điều lệ Công ty.

Điều 4: Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký.

Điều 5: Các phòng ban, chủ thể liên quan có nghĩa vụ thực hiện quyết định này.

Nơi nhận:

-

- Lưu VP,

TM. HỘI ĐỒNG THÀNH VIÊN
CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG THÀNH VIÊN

(ký, đóng dấu, ghi rõ họ tên)

Nguyễn Văn Tình

CHƯƠNG 2: CÁC GIÁ TRỊ VĂN HÓA

2.1. NHỮNG QUÁ TRÌNH VÀ CẤU TRÚC HỮU HÌNH CỦA CÔNG TY

2.1.1. Kiến trúc đặc trưng

Trụ sở của công ty The Dream Milk, là công ty mới được thành lập tại Việt Nam vào đầu tháng, năm 2024. Được trang trí bằng hai tông màu chủ đạo là màu xanh và trắng giống theo logo của sản phẩm thương hiệu của công ty The Dream Milk.

Phong cách thiết kế:

- Hiện đại và tối giản: Sử dụng các đường nét phẳng phiu, kết hợp tông màu trắng và xanh dương tạo cảm giác trẻ trung, năng động, đồng thời thể hiện sự tinh khiết và an toàn của sản phẩm sữa.
- Thân thiện và gần gũi: Sử dụng các hình ảnh, họa tiết liên quan đến thiên nhiên, gia đình, trẻ em với màu xanh dương dịu nhẹ để tạo cảm giác an toàn, ấm áp.
- Hệ thống cầu thang điện có thể giúp nhân viên cũng như khách tham quan nhận thấy ngay sự thống nhất và sự sống động trong toàn công ty.

Bố cục không gian:

- Khu vực trưng bày sản phẩm: Nên bố trí ở vị trí trung tâm, dễ nhìn thấy, thuận tiện cho khách hàng lựa chọn. Sử dụng kệ trưng bày màu trắng kết hợp viền xanh dương để tạo điểm nhấn.
- Khu vực trải nghiệm sản phẩm: Bố trí sản phẩm đẹp mắt, nơi khách hàng có thể thử sản phẩm trước khi mua, được thiết kế dạng hộp đèn led để thu hút sự chú ý của khách hàng.

2.1.2. Slogan

“The Dream Milk – Nguồn cảm hứng từ giấc mơ”

2.1.3. Biểu tượng Logo



Biểu tượng logo của công ty TNHH The Dream Milk

Ý nghĩa: Logo The Dream Milk là sự kết hợp giữa hình mặt con bò sữa và vòng cung tên thương hiệu với tông màu chủ đạo là trắng và xanh dương. Màu xanh dương tượng trưng cho niềm hy vọng, sự tin tưởng, tính bảo đảm về chất lượng. Thì màu trắng tượng trưng cho màu của sữa, màu của dưỡng chất. Màu sắc thể hiện rõ nét đặc trưng của một thương hiệu chuyên sữa, vừa thể hiện thông điệp về cam kết chất lượng sản phẩm. Bên cạnh đó, vòng hình chữ bảo vệ cho hình mặt con bò cho ta thấy sự chăm sóc, bảo vệ những dòng sữa thuần khiết nhất dành cho khách hàng.

2.1.4. Đồng phục





Đồng phục công ty The Dream Milk

Kiểu dáng:

Áo thun:

- Áo thun polo cổ trụ màu xanh dương, phối viền trắng ở cổ và tay áo.
- Áo thun trơn màu trắng, in logo công ty màu xanh dương.

Quần:

- Quần tây màu xanh dương.
- Quần kaki màu trắng.

Chất liệu:

- Sử dụng chất liệu cotton, kate hoặc linen để tạo cảm giác thoải mái, thoáng mát cho người mặc.
- Chất liệu cần co giãn tốt, thấm hút mồ hôi và dễ dàng giặt ủi.

Logo và slogan:

- In logo công ty màu xanh dương trên ngực trái áo hoặc váy.
- In slogan công ty màu trắng trên lưng áo hoặc váy.

Với hai tông màu chủ đạo là màu xanh dương và màu trắng, đồng phục công ty sữa sẽ tạo cảm giác sạch sẽ, tinh tế và chuyên nghiệp. Đồng phục cũng thể hiện sự năng động, trẻ trung và phù hợp với thương hiệu slogan của công ty.

2.1.5. Ngôn ngữ, lời chào

Ngôn ngữ: “Liên tục phát triển”

"Liên tục phát triển" không chỉ là một khẩu hiệu mà còn là một phần không thể thiếu trong văn hóa doanh nghiệp của The Dream Milk. Chúng tôi tin rằng việc không ngừng học hỏi, cải tiến và phát triển là chìa khóa để duy trì và nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ của mình.

Ở The Dream Milk, "liên tục phát triển" không chỉ đề cập đến việc nâng cao chất lượng sản phẩm, mà còn là sự cam kết với việc phát triển bản thân của mỗi cá nhân trong tổ chức. Chúng tôi khuyến khích sự sáng tạo, cùng với việc hỗ trợ nhân viên trong việc phát triển kỹ năng và nâng cao năng lực cá nhân.

Sự liên tục phát triển cũng được thể hiện qua việc chúng tôi không ngừng tìm kiếm cách cải thiện quy trình sản xuất và quản lý, từ việc tối ưu hóa các phương pháp nuôi trồng đến việc tối ưu hóa chuỗi cung ứng và phân phối. Chúng tôi luôn lắng nghe ý kiến phản hồi từ khách hàng và áp dụng các biện pháp cải thiện dựa trên những thông tin đó.

Ở The Dream Milk, sự liên tục phát triển không chỉ là một mục tiêu, mà là một tinh thần sống, là một phần không thể thiếu trong mỗi hành động và quyết định. Chúng tôi cam kết không ngừng học hỏi, cải thiện và phát triển, để mang lại sản phẩm và dịch vụ tốt nhất cho khách hàng và cộng đồng.

Lời Chào:

Cách chào hỏi:

Đứng với tư thế đứng đặc, hướng mắt nhìn người đối diện thể hiện sự tôn trọng.

Giữ tư thế lưng thẳng, cúi đầu chào.

Mỉm cười thể hiện sự thiện chí sau khi chào hỏi.

Khi người được chào đang bận giao tiếp với người khác, có thể chỉ cần cười hoặc cúi đầu thể hiện sự chào hỏi đối tượng.

Đối tượng, cách chào hỏi và thời điểm chào:

Đối với các đối tác: đứng nghiêm cúi đầu kèm theo lời chào (chào bằng ngoại ngữ nếu là người nước ngoài). Khi khách hàng đến: “ Xin chào Ông/ Bà/ Anh/ Chị”

Cúi đầu, cười và chào khi khách hàng về (chào bằng ngoại ngữ nếu là người nước ngoài).

Đối với cấp trên: “Chào Anh/Chị”

Khi gặp lãnh đạo, nhân viên phải chào trước, thể hiện sự kính trọng, lễ phép.

Lãnh đạo cũng đáp lại bằng cử chỉ chào hỏi thân thiện, có thể gật đầu mỉm cười đáp lại.

Đối với đồng nghiệp: “Chào Anh/Chị”

- Chào hỏi đồng nghiệp đầu giờ làm việc buổi sáng.
- Người ít tuổi chào người lớn tuổi trước.
- Các cán bộ nhân viên khi gặp nhau phải chào hỏi lịch sự, đúng mực.
- Quan tâm thăm hỏi với đồng nghiệp lúc ốm đau, hoạn nạn, chia sẻ niềm vui, nỗi buồn trong cuộc sống.

Thứ tự ưu tiên chào: Nhân viên chào cấp trên trước, cấp trên chào lại khi được chào.

Đồng nghiệp cùng cấp: người ít tuổi chào người nhiều tuổi trước

Cách bắt tay.

Dùng một tay và chủ yếu dùng tay phải để bắt.

Khi bắt tay mắt nhìn thẳng vào mắt của người đối diện (tránh nhìn thẳng vào mắt người đối diện nếu người đó là những nhà lãnh đạo cấp cao như Chủ tịch nước hay người đứng đầu cộng đồng tôn giáo,v.v).

Bắt tay với tư thế bình đẳng, đứng thẳng người, hữu nghị và tôn trọng lẫn nhau. Chỉ nên siết nhẹ biểu hiện sự nồng ấm, thân thiết.

Bắt tay lần lượt từng người theo thứ tự đến trước, đến sau, người cao tuổi hơn, người có chức vụ cao hơn. Khi ở vị trí xã hội thấp, cần chờ đối tác chủ động bắt tay trước.

Không cúi lưng hay cầm lấy cả hai tay của người đối diện khi bắt tay.

Không tỏ thái độ khúm núm, cong gập người quá độ dù đối tượng quan trọng tới mức nào.

Không bắt tay quá lâu, lắc mạnh, lắc nhiều lần kèm theo tiếng cười nói to tiếng hay là giờ cả hai tay.

2.1.6. Giai thoại

Trong một thị trấn nhỏ nằm sâu trong thung lũng xanh mướt, có một câu chuyện được kể từ đời này sang đời khác về một công ty mới mẻ, tươi sáng như một giấc mơ - The Dream Milk. Trong lòng thị trấn, tên của công ty này trở thành một điều gì đó huyền bí, như một lời nguyện được thổi vào bởi những cơn gió mát của núi rừng xanh biếc.

Có một huyền thoại về người sáng lập của The Dream Milk, một nhà nghiên cứu tài năng với đam mê sâu sắc về sữa và sức khỏe. Theo truyền thuyết, ông ta đã rời xa thành phố ồn ào và xô bồ để tìm kiếm một nơi yên bình, nơi mà ông ta có thể nuôi dưỡng ước mơ của mình. Một ngày nọ, khi bước chân vào thị trấn nhỏ này, ông ta đã tìm thấy một nguồn cảm hứng mới - sự tươi mới và sự trong trắng của sữa tươi từ những con bò được nuôi dưỡng trên những cánh đồng xanh biếc.

Những người dân trong thị trấn luôn nhớ câu nói của ông: "Mỗi giọt sữa từ The Dream Milk đều chứa đựng một phần của giấc mơ." Điều này đã trở thành một phần của văn hóa công ty và cũng là nguồn động viên cho những người làm việc tại đó.

Những câu chuyện về The Dream Milk được truyền bá từ miệng này đến miệng khác, như một bản tình ca về sự tinh tế và tốt lành. Mọi người đều kể về vẻ đẹp của những chai sữa, được làm thủ công và kết hợp với những thiết kế tinh tế, tạo nên một sự đẳng cấp và độc đáo.

Những giấc mơ tưởng chừng như xa vời giờ đã trở thành hiện thực, mang lại niềm hạnh phúc và sức khỏe cho mỗi người. Và từ The Dream Milk, mỗi giọt sữa mang trong mình không chỉ sự hòa quyện của sự ngọt ngào và tinh tế, mà còn là những ước mơ về một cuộc sống tốt đẹp hơn.

Như thế, truyền thuyết về The Dream Milk vẫn tiếp tục sống mãi trong lòng của thị trấn nhỏ, là một biểu tượng cho sự đẹp đẽ và sức khỏe, đồng thời là một lời nhắc nhở về việc theo đuổi những ước mơ và niềm tin của chính mình.

Và câu chuyện về The Dream Milk vẫn tiếp tục được kể đi kể lại, làm đẹp thêm cho mỗi bữa ăn và đem lại niềm vui cho mỗi ly sữa uống.

2.2. NHỮNG GIÁ TRỊ ĐƯỢC CHẤP NHẬN, CÔNG BỐ VÀ CHIA SẺ

2.2.1. Tầm nhìn

“Trở thành một một tượng đài vững chắc của Việt Nam về sản phẩm dinh dưỡng và sức khỏe đối với mọi người dân”

Tạo và cung cấp những sản phẩm sữa chất lượng cao và an toàn cho người tiêu dùng. Đảm bảo rằng các sản phẩm sữa của doanh nghiệp đáp ứng được các tiêu chuẩn về chất lượng, dinh dưỡng và an toàn.

Nâng cao sức khỏe và chất lượng cuộc sống của người tiêu dùng. Sữa là một nguồn dinh dưỡng quan trọng cho sự phát triển và tăng cường sức khỏe của cơ thể. Bằng việc cung cấp những sản phẩm sữa chất lượng cao, doanh nghiệp mong muốn đóng góp vào việc nâng cao sức khỏe và chất lượng cuộc sống của người tiêu dùng.

Khám phá và áp dụng công nghệ tiên tiến. Doanh nghiệp cam kết đầu tư và áp dụng các công nghệ tiên tiến trong quy trình sản xuất sữa để đảm bảo chất lượng và hiệu quả cao nhất.

2.2.2. Sứ mệnh

“The Dream Milk cam kết mang lại sự tươi mới và sức khỏe cho mỗi gia đình, mỗi người dùng sản phẩm của chúng tôi, thông qua việc cung cấp những sản phẩm sữa tươi chất lượng cao, giàu dinh dưỡng và an toàn”

Sứ mệnh này phản ánh cam kết của chúng tôi đối với việc cung cấp sản phẩm chất lượng và an toàn cho khách hàng, đồng thời cũng nhấn mạnh vai trò của chúng tôi trong việc đảm bảo sức khỏe và hạnh phúc của mỗi gia đình.

Thực hiện trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường. Doanh nghiệp đề cao việc thực hiện trách nhiệm xã hội bằng cách đảm bảo quyền lợi công bằng cho người lao động và đóng góp vào phát triển cộng đồng. Đồng thời, cũng cam kết bảo vệ môi trường và sử dụng các phương pháp sản xuất thân thiện với môi trường.

2.2.3. Triết lý kinh doanh

Doanh nghiệp theo đuổi triết lý kinh doanh tập trung vào cộng đồng và xây dựng mối quan hệ với khách hàng, luôn nỗ lực tạo ra chương trình khuyến mãi, khuyến khích tất cả mọi người có thể tiếp cận và biết đến sản phẩm của doanh nghiệp.

Thể hiện được tầm nhìn của doanh nghiệp trong việc cung cấp sản phẩm và dịch vụ, được người tiêu dùng, khách hàng đánh giá cao và yêu thích. Ngoài ra doanh nghiệp còn phải đảm bảo và cam kết chất lượng của sản phẩm, dịch vụ mà doanh nghiệp mang đến, điều này thể hiện sự cam kết và đảm bảo về thương hiệu.

Doanh nghiệp luôn đặt chất lượng sản phẩm lên hàng đầu. Chỉ sản xuất và phân phối những sản phẩm sữa chất lượng cao, đảm bảo an toàn và dinh dưỡng cho người tiêu dùng, không ngừng tìm kiếm sự sáng tạo và nghiên cứu để cải tiến sản phẩm và quy trình sản xuất. Điều này giúp cung cấp sản phẩm tốt hơn và nắm bắt được xu hướng mới trên thị trường.

Doanh nghiệp cam kết thực hiện trách nhiệm xã hội và tạo ra giá trị bền vững. Điều này có thể đạt được bằng cách tối ưu hóa quy trình sản xuất, hỗ trợ nông dân sữa tăng cường phát triển bền vững và thúc đẩy các hoạt động xã hội có ích.

Doanh nghiệp theo đuổi triết lý kinh doanh tập trung vào cộng đồng, tạo dựng một môi trường làm việc tốt và xây dựng mối quan hệ với khách hàng đảm bảo sự công bằng và tạo sự tận tâm đến khách hàng để tạo nên lòng trung thành từ họ.

2.2.4. Mục tiêu chiến lược

Mục tiêu chiến lược của The Dream Milk là tăng cường vị thế trên thị trường trong và ngoài nước, mở rộng sản phẩm và dịch vụ, tối ưu hóa quy trình sản xuất và phân phối để tăng cường hiệu suất và lợi nhuận.

Hội đồng Quản trị The Dream Milk xác định tầm nhìn chiến lược dài hạn để định hướng các hoạt động sản xuất kinh doanh đó là: “Cố gắng đạt được vị trí số 1 tại thị trường Việt Nam và tiến tới mục tiêu trở thành 1 trong Top 30 Công ty Sữa lớn nhất Đông Nam Á về doanh thu”. Trong đó, thương hiệu định hướng chiến lược phát triển với 3 trụ cột chính được thực thi, bao gồm:

- Đi đầu trong việc đổi mới sáng tạo, mang tính ứng dụng cao
- Củng cố vị thế dẫn đầu ngành sữa Việt Nam
- Trở thành công ty sữa tạo ra nhiều giá trị nhất Đông Nam Á

Chiến lược tập trung vào chất lượng sản phẩm

The Dream Milk luôn đặt yếu tố phát triển sản phẩm lên hàng đầu với mục tiêu đem lại những sản phẩm tốt nhất cho người dùng. Từ khâu sản xuất đến phát triển hệ thống phân phối, công ty luôn đảm bảo sự chuyên nghiệp và chắt chiu. Nói về chất lượng, The Dream Milk hợp tác với Viện dinh dưỡng Quốc gia để đảm bảo chất lượng sản phẩm tốt nhất, giúp người tiêu dùng Việt an tâm bổ sung sữa The Dream Milk mỗi ngày.

The Dream Milk luôn hoạt động theo phương châm: “Chú trọng làm ra sản phẩm tốt, chất lượng cao, trải qua các giám định, kiểm nghiệm khoa học lần thực tế thì mới có thể thuyết phục được khách hàng tiềm năng”. Các sản phẩm của The Dream Milk đều được kiểm chứng an toàn, có các chứng nhận chuẩn quốc tế tiêu biểu như:

Chứng nhận hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế ISO 9001: 2008.

Nhận giấy chứng nhận hệ thống quản lý chất lượng & an toàn thực phẩm theo tiêu chuẩn Anh BRC.

Ngoài ra The Dream Milk còn đạt các chứng nhận ISO 50001: 2011, FSSC 22000: 2005, ISO 14001: 2004...

Chiến lược chi phí thấp

Các sản phẩm của The Dream Milk đều đạt tiêu chuẩn quốc tế nhưng giá thành lại rẻ hơn rất nhiều so với các sản phẩm nhập khẩu quốc tế. Dòng sữa bột cho trẻ em chỉ có giá bằng $\frac{1}{3}$ sản phẩm của thương hiệu khác. Bởi mục tiêu của The Dream Milk là tăng phân khúc khách hàng và mở rộng tệp khách hàng tiêu dùng.

The Dream Milk rất cân trọng việc tăng giá sản phẩm lên bởi điều này có ảnh hưởng không tốt đến thị phần doanh nghiệp. Đối với giá các sản phẩm, The Dream Milk đều có sự nghiên cứu kỹ lưỡng về khả năng chi trả của người tiêu dùng, mức thu nhập chung của người dân Việt Nam.

The Dream Milk đã cơ cấu lại nhãn hàng, kiểm soát rất tốt các điểm bán lẻ, không phụ thuộc vào điểm bán sỉ. Chính vì thế, công ty đã giảm được rất nhiều chi phí trong khâu sản xuất và phân phối. Chiến lược chi phí thấp này vừa giúp tăng hiệu quả hoạt động vừa giúp bình ổn giá cả, đem lại giá trị thiết thực cho người tiêu dùng, bám sát theo mục tiêu “trở thành công ty sữa tạo ra nhiều giá trị nhất Đông Nam Á”.

Chiến lược tập trung vào sự khác biệt

Chiến lược kinh doanh của The Dream Milk tập trung vào sự khác biệt nhằm đạt được lợi thế cạnh tranh qua việc tạo ra sản phẩm độc đáo duy nhất. Từ đó thỏa mãn được những nhu cầu của khách hàng và vượt mặt đối thủ cạnh tranh, giành thị phần cao nhất trong ngành sữa Việt Nam.

Mục tiêu của The Dream Milk là phát triển, đáp ứng nhu cầu của 1 “đoạn thị trường nhất định” thông qua yếu tố về địa lý, đối tượng khách hàng. Mặc dù chỉ vừa được thành lập nhưng The Dream Milk hoàn toàn có thể nhận diện và nắm rõ được xu hướng cũng như thị hiếu của người dùng.

Công ty đã luôn chú trọng đến việc thiết kế mẫu mã, bao bì mới, phù hợp cho việc truyền thông và quảng bá thương hiệu. Đồng thời The Dream Milk luôn nâng cao chất lượng sản phẩm, đa dạng hoá các chủng loại sản phẩm và nghiên cứu tập trung vào dòng sản phẩm có thể đáp ứng được nhu cầu người dùng theo từng giai đoạn, thời kỳ.

Chiến lược đề cao đào tạo nhân sự

The Dream Milk rất chú trọng đến việc đào tạo nhân sự bài bản và liên tục. Bởi sự thành công của doanh nghiệp đều nhờ con người thực hiện. The Dream Milk đã hợp tác với nhiều trường đại học nhằm chiêu mộ những ứng viên tài năng. The Dream Milk còn có chính sách đưa con em các nhân viên có nguyện vọng sang nước ngoài du

học để tạo ra 1 nguồn nhân tài chất lượng. The Dream Milk luôn “lấy con người làm trọng tâm, lấy nhân sự làm nòng cốt.”

Bên cạnh đó, The Dream Milk cũng rất chú trọng đến việc lắng nghe, tôn trọng các ý kiến từ nhân viên. Doanh nghiệp hướng tới giữ vững nguồn lực nhân viên lâu dài và đã trở thành “Nơi làm việc tốt nhất của ngành tiêu dùng” và lọt top 50 nhà tuyển dụng hấp dẫn nhất. Phương châm xây dựng nhân sự và môi trường làm việc của The Dream Milk hướng tới là:

- Mức lương và đãi ngộ xứng đáng cho nhân viên: Làm việc tại The Dream Milk, nhân viên luôn nhận được mức lương tương xứng với năng lực và cạnh tranh cao so với thị trường.
- Văn hoá truyền cảm hứng làm việc và sáng tạo: The Dream Milk luôn tạo ra môi trường làm việc chuyên nghiệp, thân thiện, cởi mở giúp các cá nhân có thể tự do phát huy hết khả năng sáng tạo và tiềm năng của mình.

Chiến lược nâng cao tiếp thị và bán hàng

Một yếu tố quan trọng khi xây dựng chiến lược kinh doanh của Dream Milk là tập trung bài tiếp thị. Chiến lược của The Dream Milk hướng tới là tích cực tiếp thị và quảng bá sản phẩm bằng nhiều hình thức đa dạng: báo đài truyền hình, băng rôn, quảng cáo ngoài trời, mạng xã hội...

Nội dung quảng cáo của The Dream Milk luôn hướng đến tập trung vào đối tượng trẻ em. Đây cũng là điểm khác biệt mà The Dream Milk đi đầu so với đối thủ. Các nội dung quảng cáo cũng đảm bảo đem lại những giá trị tư tưởng, mang tính nhân văn cao cả.

Chiến lược kinh doanh toàn cầu của The Dream Milk

Chiến lược kinh doanh quốc tế của The Dream Milk đã đạt được những thành tựu lớn đáng kể. Các sản phẩm của The Dream Milk đã thành công thâm nhập vào 7 quốc gia khác như: Nhật, Trung, Hàn... và nhận được sự ưu ái của khách hàng rất nhiều. Với sự kiên trì và bền bỉ, The Dream Milk cũng đã chứng minh được chất lượng và thương hiệu Việt Nam trên 10 quốc gia.

Chiến lược kinh doanh của The Dream Milk luôn đi theo mục tiêu, sứ mệnh hướng tới khách hàng, đề cao chất lượng sản phẩm, mở rộng thị trường. Tầm nhìn và sứ mệnh chính là điều làm nên được sự thành công và phát triển bền vững của doanh nghiệp.

2.2.5. Các chuẩn mực hành vi

Chuẩn mực hành vi là những hướng dẫn, qui định tiêu chí về hành vi cần thiết của một tổ chức cần được các thành viên tôn trọng và vận dụng trong các hành vi tác

nghiệp, các hoạt động chuyên môn và trong việc xây dựng mối quan hệ với các đối tượng hữu quan.

Đạo đức kinh doanh của Dream Milk qua quan điểm về kinh tế xã hội:

Tinh thần tập thể: Tất cả các tương tác giữa đồng nghiệp, giữa cấp trên với cấp dưới đều được thực hiện trên tinh thần hợp tác, hỗ trợ, giao tiếp chân thành, cởi mở, thẳng thắn.

Tự giác, sáng tạo: Điều này được tuyên bố trong những quan niệm chung của Dream Milk về cam kết lấy chất lượng làm đầu. Cụ thể tất cả các nhân viên luôn tâm niệm rằng việc cung cấp các sản phẩm chất lượng đến người tiêu dùng là trách nhiệm của bản thân. Do đó, mọi nhân viên cần phải tích cực, hăng say làm việc, đam mê nghiên cứu để đáp ứng yêu cầu của khách hàng tốt nhất.

Chủ nghĩa nhân đạo: Sống và làm việc vì cộng đồng và có trách nhiệm xã hội là phương châm Dream Milk muốn hướng đến.

Yêu nước kết hợp với tinh thần quốc tế: Công ty định vị thương hiệu của mình như một niềm tự hào của người Việt ở phía Bắc nói riêng và cả nước nói chung. Luôn khẳng định là một công ty luôn đồng hành cùng nông dân, thu mua sữa của người dân với giá cao và bán sản phẩm ra thị trường với giá tốt.

2.2.6. Quy tắc ứng xử

Quy tắc ứng xử là các chuẩn mực xử sự của cán bộ, công chức, viên chức... trong thi hành nhiệm vụ và trong quan hệ xã hội do cơ quan nhà nước có thẩm quyền ban hành, phù hợp với đặc thù công việc trong từng lĩnh vực hoạt động và được công khai để nhân dân giám sát việc chấp hành.

Chúng tôi đề cao sự chính trực, tôn trọng, công bằng, dân chủ và coi trọng đạo đức. Những giá trị và cam kết trong bộ quy tắc ứng xử là sự kết tinh của sự tài năng, tính chuyên nghiệp, nhằm tạo nên sự khác biệt của Dream Milk trong nhận thức của khách hàng, đối tác, nhân viên và cộng đồng.

Đạo đức kinh doanh của Dream Milk thông qua bộ quy tắc ứng xử thể hiện được sự chuẩn mực của công ty, đây cũng là kim chỉ nam cho các hoạt động hàng ngày của Dream Milk. Bộ quy tắc ứng xử còn giúp công ty định hướng và tìm ra cách thức đúng nhất trong hoạt động hàng ngày, ngay cả khi gặp phải tình huống khó khăn có thể gây tổn hại đến giá trị đạo đức.

Có thể nói, Dream Milk có một quy tắc ứng xử đạo đức kinh doanh mạnh mẽ, đảm bảo đem lại lợi ích cho cả công ty và cộng đồng, cụ thể:

Cam kết sản phẩm chất lượng cao: Công ty cam kết sản xuất và cung cấp các sản phẩm chất lượng cao đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Dream Milk luôn ưu tiên hàng đầu trong mọi khâu công việc của công ty.

Trung thực và minh bạch: Đây là hai yếu tố được Dream Milk đặt lên hàng đầu trên cả lợi ích.

Tôn trọng khách hàng và đối tác: Đề cao việc tôn trọng khách hàng và đối tác, giúp công ty xây dựng mối quan hệ lâu dài và bền vững.

Có trách nhiệm với xã hội: Dream Milk luôn đóng góp và thực hiện trách nhiệm với xã hội để góp phần vào sự phát triển, cải thiện đời sống cộng đồng. Điều này được thể hiện thông qua các hoạt động từ thiện, bảo vệ môi trường và hỗ trợ những người có hoàn cảnh khó khăn.

2.2.7. Nội quy, quy tắc của The Dream Milk

Tôn Trọng và Trung Thực:

- Mọi thành viên của The Dream Milk cần tuân thủ nguyên tắc tôn trọng và trung thực trong mọi giao tiếp và hành động.
- Khuyến khích sự mở cửa, trung thực và minh bạch trong mọi tương tác với đồng nghiệp, khách hàng và đối tác.

Chất Lượng và An Toàn:

- Chúng tôi cam kết cung cấp sản phẩm và dịch vụ với chất lượng cao nhất, tuân thủ các tiêu chuẩn an toàn và vệ sinh.
- Mọi nhân viên phải tuân thủ quy trình sản xuất và quy định an toàn để đảm bảo sản phẩm đạt được chất lượng tốt nhất.

Sáng Tạo và Phát Triển:

- Khuyến khích sự sáng tạo và đóng góp ý kiến mới từ tất cả các thành viên.
- Tạo điều kiện và hỗ trợ cho việc phát triển kỹ năng và năng lực cá nhân của mỗi nhân viên.

Đoàn Kết và Hợp Tác:

- Khuyến khích tinh thần đoàn kết và sự hợp tác giữa các bộ phận và nhóm làm việc.
- Trân trọng sự đa dạng và tôn trọng ý kiến của mỗi thành viên trong quá trình làm việc nhóm.

Bảo Vệ Môi Trường:

- Chúng tôi cam kết bảo vệ môi trường và giảm thiểu tác động tiêu cực đến tự nhiên.
- Khuyến khích sử dụng nguyên liệu và quy trình sản xuất thân thiện với môi trường.

Trách Nhiệm Xã Hội:

- Chúng tôi cam kết tham gia vào các hoạt động và chương trình cộng đồng để đóng góp vào sự phát triển xã hội và cải thiện chất lượng cuộc sống.
- Khuyến khích các hoạt động từ thiện và quyên góp cho những người có hoàn cảnh khó khăn.

Tuân Thủ Luật Pháp:

- Mọi hoạt động của The Dream Milk phải tuân thủ tất cả các quy định pháp luật và quy định liên quan đến ngành công nghiệp và doanh nghiệp.
- Không chấp nhận bất kỳ hành vi vi phạm pháp luật nào, bao gồm cả gian lận, tham nhũng và lạm dụng quyền lực.

2.3. NHỮNG GIÁ TRỊ NỀN TẢNG

2.3.1. Giá trị cốt lõi

Chất lượng sản phẩm: The Dream Milk luôn đặt chất lượng sản phẩm lên hàng đầu. Với việc áp dụng công nghệ tiên tiến và quản lý chất lượng nghiêm ngặt, The Dream Milk không chỉ đảm bảo sự an toàn và dinh dưỡng của sản phẩm mà còn xây dựng niềm tin vững chắc từ phía khách hàng.

Trách nhiệm xã hội: The Dream Milk không chỉ là một doanh nghiệp thương mại mà còn là một phần của cộng đồng. Họ cam kết thực hiện các hoạt động trách nhiệm xã hội như hỗ trợ giáo dục, y tế và phát triển cộng đồng, đồng thời quan tâm và bảo vệ môi trường.

Tính sáng tạo và đổi mới: The Dream Milk không ngừng nghiên cứu và áp dụng công nghệ mới vào quy trình sản xuất để tạo ra các sản phẩm sữa đa dạng và phong phú. Họ liên tục đổi mới để đáp ứng nhu cầu thị trường và nâng cao giá trị cho khách hàng.

Tôn trọng và phát triển nhân viên: The Dream Milk coi trọng vai trò của nhân viên và cam kết phát triển họ thông qua đào tạo, khuyến khích sự sáng tạo và tạo điều kiện làm việc tích cực. Sự hài lòng và cam kết của nhân viên đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra sự thành công của doanh nghiệp.

Tự tin và uy tín: The Dream Milk tự tin trong việc cung cấp các sản phẩm chất lượng cao và luôn giữ vững uy tín của mình trên thị trường. Sự minh bạch và trung thực trong mọi hoạt động kinh doanh giúp Dream Milk xây dựng một hình ảnh mạnh mẽ và đáng tin cậy trong lòng người tiêu dùng.

CHƯƠNG 3: CÁC HOẠT ĐỘNG CÙNG CỐ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP CỦA THE DREAM MILK

3.1. BÊN TRONG DOANH NGHIỆP

Chú trọng đến việc nghiên cứu và phát triển các sản phẩm sữa mới, đa dạng và sáng tạo để nâng cao sức cạnh tranh và đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường.

Đào tạo và tạo điều kiện thuận lợi để nhân viên phát triển bản thân

Cần quan tâm và đầu tư vào việc phát triển nguồn nhân lực, giúp nhân viên cảm thấy động viên, đồng hành và trân trọng.

Xây dựng một môi trường làm việc tích cực, tạo điều kiện thuận lợi cho nhân viên thể hiện khả năng và đóng góp sức mạnh của mình.

Thiết lập các chính sách hấp dẫn để giữ chân nhân tài và thường xuyên tổ chức các đợt liên hoan, tuyên dương các cá nhân xuất sắc để khích lệ và động viên sự nỗ lực của nhân viên.

3.2. BÊN NGOÀI DOANH NGHIỆP

Đối với khách hàng, người tiêu dùng

Đặt chất lượng sản phẩm lên hàng đầu trong chiến lược kinh doanh của mình.

Cải tiến và đảm bảo chất lượng sản phẩm, từ đó tạo niềm tin và lòng tin cậy từ phía khách hàng.

The Dream Milk luôn quan tâm đến nhu cầu của khách hàng và tạo mối quan hệ bền vững với khách hàng.

Đối với nhà cung cấp và các đối tác đầu tư

Xây dựng mối quan hệ tin cậy, lâu dài để phát triển bền vững và thành công.

Hợp tác cùng phát triển, cung cấp đầy đủ sản phẩm.

Chăm sóc, hỗ trợ các đại lý về trang thiết bị và cơ sở vật chất để mang đến môi trường mua sắm thoải mái và tiện lợi cho khách hàng.

KẾT LUẬN

Việc thực hiện đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội là một công việc không thể bỏ qua trên con đường hội nhập của các doanh nghiệp Việt Nam, bởi nó vừa mang lại lợi ích cho doanh nghiệp, vừa mang lại lợi ích cho xã hội, đặc biệt là nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp, của quốc gia. Để thực hiện đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội một cách hiệu quả, về dài hạn trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp nên được đưa vào chiến lược phát triển của doanh nghiệp chứ không chỉ dừng lại ở những việc làm từ thiện.

Là một trong những công ty mới thành lập tại Việt Nam, The Dream Milk đã và đang thực hiện tốt trách nhiệm xã hội trong các lĩnh vực như kinh tế, pháp lý, nhân văn. Chính điều này sẽ đem lại niềm tin cho người tiêu dùng cũng như sự thành công của The Dream Milk trong tương lai. Với thông điệp “The Dream Milk cam kết mang lại sự tươi mới và sức khỏe cho mỗi gia đình, mỗi người dùng sản phẩm của chúng tôi, thông qua việc cung cấp những sản phẩm sữa tươi chất lượng cao, giàu dinh dưỡng và an toàn” sẽ là chân lý xuyên suốt trong quá trình xây dựng và phát triển của The Dream Milk.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

<https://fastdo.vn/van-hoa-doanh-nghiep-vinamilk/#ftoc-heading-3>

<https://businesswiki.codx.vn/van-hoa-doanh-nghiep-cua-vinamilk/>

<https://acheckin.vn/quan-tri-nhan-su/van-hoa/van-hoa-doanh-nghiep-cua-vinamilk-co-nhung-diem-gi-dac-biet/>

<https://api.business.gov.vn/medias/CmsPost/8703ddb0-3caf-4ab4-8bb1-99565bb11009.pdf>

<https://luattanhoang.com/noi-quy-cong-ty.html>

<https://loffice.vn/chien-luoc-kinh-doanh-cua-vinamilk>

<https://www.vinamilk.com.vn/vi/chien-luoc-phat-trien>