



**TẬP ĐOÀN DẦU KHÍ QUỐC GIA VIỆT NAM**

**THAM LUẬN HỘI NGHỊ**  
**CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP**  
**LẦN THỨ II – 2022**



*Hà Nội, tháng 9 năm 2022*



**TẬP ĐOÀN DẦU KHÍ QUỐC GIA VIỆT NAM**

**THAM LUẬN HỘI NGHỊ**  
**CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP**  
**LẦN THỨ II – 2022**

*Hà Nội, tháng 9 năm 2022*

# MỤC LỤC

## THAM LUẬN HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP LẦN THỨ II - 2022

| TT  | NỘI DUNG   | TRANG |
|-----|--|-------|
| II  | THAM LUẬN CỦA ĐƠN VỊ<br> |       |
| 1.  | Tổng công ty Cổ phần Vận tải Dầu khí   | 4     |
| 2.  | Công ty Cổ phần Lọc hóa dầu Bình Sơn   | 8     |
| 3.  | Tổng công ty Khí Việt Nam  | 17    |
| 4.  | Liên doanh Việt - Nga Vietsovetro  | 23    |
| 5.  | Tổng công ty Cổ phần Khoan và Dịch vụ khoan Dầu khí  | 33    |
| 6.  | Tổng công ty Thăm dò Khai thác Dầu khí   | 51    |
| 7.  | Công ty Cổ phần Phân bón Dầu khí Cà Mau  | 66    |
| 8.  | Công ty Điều hành Dầu khí Biển Đông  | 76    |
| 9.  | Tổng công ty Phân bón và Hóa chất Dầu khí  | 79    |
| 10. | Tổng công ty Dầu Việt Nam  | 91    |
| 11. | Viện Dầu khí Việt Nam  | 98    |
| 12. | Tổng công ty Cổ phần Dịch vụ Kỹ thuật Dầu khí Việt Nam   | 103   |
| 13. | Tổng công ty Điện lực Dầu khí Việt Nam   | 108   |
| 14. | Trường Đại học Dầu khí Việt Nam  | 114   |

|     |  |     |
|-----|--|-----|
| 15. | Tổng công ty Cổ phần Hóa chất và Dịch vụ Dầu khí   | 119 |
| 16. | Tổng công ty Cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam      | 125 |
| 17. | Công ty Điều hành Dầu khí Phú Quốc                 | 132 |
| 18. | Tổng công ty Cổ phần Dịch vụ tổng hợp Dầu khí      | 135 |
| 19. | Trường Cao đẳng Dầu khí                            | 140 |
| 20. | Ngân hàng TMCP Đại Chúng Việt Nam                  | 144 |
| 21. | Tổng công ty Bảo dưỡng Sửa chữa Công trình Dầu khí | 153 |
| 22. | Công ty Điều hành Đường ống Tây Nam                | 159 |
| 23. | Công ty Công nghiệp Tàu thủy Dung Quất             | 162 |
| 24. | Ban QLDA Điện lực Dầu khí Long Phú 1               | 165 |
| 25. | Công ty Cổ phần Hóa dầu và Xơ sợi Việt Nam         | 171 |
| 26. | Công ty Cổ phần PVI                                | 175 |
| 27. | Tổng công ty Tư vấn Thiết kế Dầu khí               | 179 |
| 28. | Ban Quản lý Dự án Điện lực Dầu khí Thái Bình 2     | 185 |

# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Tổng Công ty cổ phần Vận tải Dầu khí)*

## **Chủ đề: Định hình các giá trị Văn hoá doanh nghiệp tại PVTrans**

Triển khai các nội dung Nghị quyết số 281-NQ/ĐU ngày 15/5/2019 của Đảng ủy Tập đoàn về công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp (TT&VHDN); Kế hoạch số 3623/KH-DKVN ngày 03/7/2022 của Tổng giám đốc Tập đoàn về việc triển khai thực hiện công tác TT&VHDN; Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 về việc triển khai tái tạo VHDN trong toàn Tập đoàn; Cùng với sự lãnh đạo, chỉ đạo sát sao của Tập đoàn, Tổng công ty PVTrans đã tổ chức thực hiện đầy đủ các nhiệm vụ theo các kế hoạch trên và đã được Tập đoàn ghi nhận tại các báo cáo tổng kết định kỳ.

Trong khuôn khổ buổi Hội nghị TT&VHDN 2022, PVTrans xin phép không báo cáo lại các hoạt động, kết quả thực hiện các nội dung trên mà xin được chia sẻ về một chủ đề cụ thể hơn, đó là quá trình tạo dựng, định hình các giá trị cốt lõi trên nền tảng Văn hoá Petrovietnam mang bản sắc Văn hoá PVTrans, để một lần nữa khẳng định tầm quan trọng của xây dựng VHDN gắn với hoạt động SXKD của doanh nghiệp:

***Tại PVTrans, xây dựng các giá trị VHDN được xuất phát từ yêu cầu cấp thiết của hoạt động sản xuất kinh doanh ở từng giai đoạn, điều kiện cụ thể và có tính lịch sử:***

Nhìn lại PVTrans những năm đầu thành lập, đặc biệt là giai đoạn năm 2011, PVTrans là một trong những đơn vị khó khăn nhất của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam: Nợ nần chồng chất, nhiều tàu vận chuyển hàng lỏng phải nằm bờ vì không cạnh tranh nổi với tàu nước ngoài; không ít CBCNV tìm đường rời "con tàu PVTrans sắp đắm". Giai đoạn 2010-2011, PVTrans có 11 đơn vị thì 7 thua lỗ hoặc sắp phá sản. Việc tuân thủ quy định, quy chế rất lỏng lẻo không những làm hiệu quả SXKD ảnh hưởng mà còn dễ dẫn đến thất thoát, sai phạm. Để giải quyết thực trạng đó cùng với mục tiêu lớn lao thời điểm ấy là phải vượt qua cơn sóng dữ, đưa con tàu PVTrans vươn ra biển lớn, Ban Lãnh đạo PVTrans đã xác định văn hoá "Kỷ cương" là giá trị nền tảng, then chốt CBCNV phải tuân thủ để vực dậy Tổng Công ty.

Cũng trong bối cảnh "tồn tại hay giải thể", nguồn lực hạn chế mọi mặt, đòi hỏi cách tư duy, cách chỉ đạo, cách làm từ Lãnh đạo đến CBCNV phải thực tế, chắc

chấn, có kết quả mới làm... Trong điều kiện đó, giá trị văn hoá “Thực tiễn - Hiệu quả” hình thành, là kim chỉ nam cho CBCNV thực hiện, triển khai công việc.

Khi PVTrans “thoát chết”, hồi sinh tìm đường vươn ra thị trường quốc tế. Từ mục tiêu chuyển đổi mô hình hoạt động nhằm quản lý an toàn, hiệu quả tài sản, vốn, phát triển đội ngũ cán bộ, quản lý chất lượng sản phẩm, dịch vụ, ... đáp ứng yêu cầu của thị trường, khách hàng thì cách thức quản trị cũng phải thay đổi, đổi mới phải bài bản, hệ thống. Chính vì vậy, giá trị văn hoá “Chuyên nghiệp” với đặc tính “Trách nhiệm – có tính chuẩn hoá hệ thống cao và minh bạch” được hình thành như là một yêu cầu tất yếu.

Trong khó khăn, gian khó thì khát vọng, kết hợp động lực vươn lên tự thân ở mỗi CBCNV và tinh thần nhân văn/nghĩa tình của Tổng công ty/ĐVTV là chất keo gắn kết quan trọng giúp Người lao động PVTrans yêu nghề, sống và gắn bó làm việc lâu dài với tổ chức. Ý thức được điều này, PVTrans đã xây dựng một môi trường làm việc đề cao giá trị công bằng, nhân văn/nghĩa tình, xử lý các xung đột, bất đồng trên tinh thần vì giá trị, lợi ích chung.

***Nhưng làm thế nào để các giá trị VHDN thực sự đi vào thực tiễn và nhiều người cùng thực hiện?***

Chúng tôi tin rằng, VHDN không thể là thứ đưa ra vận động, khuyến khích, động viên CBCNV vui vẻ thực hiện mà phải tổ chức, triển khai bằng rất nhiều giải pháp đồng bộ như:

1. Phải có hệ thống quy chế, quy định, quy trình cụ thể, rõ ràng để phân định rõ quyền hạn, trách nhiệm và định hướng cho CBCNV biết tuân thủ thực hiện.

2. Lãnh đạo là Người đứng đầu và cán bộ chủ chốt phải làm gương: Không phải ngay lập tức Tổng công ty có thể đưa tất cả CBCNV vào kỷ cương, việc này bắt đầu được thực thi từ Người đứng đầu, cán bộ chủ chốt và lan tỏa đến từng CBCNV. Lãnh đạo là người ban hành ra quy chế nhưng cũng phải là người làm gương tuân thủ quy chế đề ra. Dần dần mọi người sẽ nhìn vào đó, làm theo và đi vào khuôn phép.

3. Xây dựng quy định đánh giá kết quả công việc của tập thể, cá nhân phải có tiêu chí đo lường rõ. Xây dựng chính sách thưởng, phạt công minh, không cả nể, không có vùng cấm, trường hợp ngoại lệ.

4. Phát huy vai trò của các tổ chức đoàn thể: Tạo điều kiện để Công đoàn, Đoàn Thanh niên có vai trò chủ đạo trong việc đứng ra tổ chức các sự kiện, các chương trình hoạt động lan tỏa VHDN thường niên để gắn kết, chia sẻ, kết nối thông tin giữa CBCNV với doanh nghiệp như : Hội thảo, Teambuilding, Sự kiện Tân niên, Tất niên, Staff Party, Về nguồn, các chương trình thiện nguyện, đền ơn đáp nghĩa,...

## ***Phát triển, tái tạo, gìn giữ và lan tỏa các giá trị văn hóa doanh nghiệp PVTrans***

Như đã đề cập ở trên, các giá trị văn hóa doanh nghiệp được xuất phát từ bối cảnh thực tiễn và các mục tiêu cụ thể của PVTrans ở từng giai đoạn, do vậy việc triển khai rà soát, hoàn thiện các giá trị văn hóa doanh nghiệp PVTrans đã được Tổng công ty triển khai thực hiện nghiêm túc cùng với quá trình tái tạo văn hóa Petrovietnam.

Sau một chặng đường hình thành và phát triển, VHDN đã trở thành một trong những công cụ hiệu quả trong quản trị, quản lý tại BMDH và ĐVTV thuộc PVTrans.

Dịp kỷ niệm chào mừng 20 năm thành lập vừa qua, Tổng công ty PVTrans đã ban hành “Sổ tay Văn hóa PVTrans” với việc thực hiện rà soát, điều chỉnh, bổ sung các nội dung Tầm nhìn, Sứ mệnh, Khẩu hiệu, Giá trị cốt lõi, Phương châm hành động,... trên cơ sở văn hóa nền tảng của Petrovietnam đồng thời vẫn giữ bản sắc văn hóa riêng của PVTrans. Bên cạnh đó, để “Sổ tay Văn hóa PVTrans” được lan tỏa mạnh mẽ đến các Ban/Văn phòng và các đơn vị thành viên, giúp CBCNV thuận tiện trong việc tìm hiểu, cảm nhận và thực hiện VHDN PVTrans một cách nghiêm túc, trân trọng và tự hào, Tổng công ty PVTrans đã thiết kế và in ấn phát hành trong toàn Tổng công ty “Sổ tay Văn hóa PVTrans” theo hình thức quyển sổ.

### ***Một số bài học kinh nghiệm trong hành trình tạo dựng các giá trị văn hóa doanh nghiệp tại PVTrans***

Trong suốt quá trình xây dựng và phát triển, tái tạo văn hóa doanh nghiệp của mình, PVTrans nhận thấy các bài học để tạo dựng VHDN như sau:

1. Cần có sự lãnh đạo, chỉ đạo quyết liệt, đồng bộ, nhất quán bằng văn bản, quy chế, quy định từ trên xuống dưới.

2. Phải tập trung vào nhận thức. Bởi xây dựng và tái tạo văn hóa doanh nghiệp không phải là hô hào khẩu hiệu, hay chỉ do yêu cầu của cấp trên, do chỉ đạo, chỉ thị, mà văn hóa doanh nghiệp phải xuất phát từ nhu cầu thiết yếu của mỗi doanh nghiệp nhận thấy sự cần thiết phải thực hiện.

3. Xây dựng văn hóa doanh nghiệp là một quá trình rất dài và không chỉ là nhận thức của một cá nhân mà phải là của cả một cộng đồng. Đó không phải là một phong trào, ào lên trong vài ba tháng, một, hai năm, đó là cả một quá trình dài, thường xuyên.

4. Thực hiện văn hóa doanh nghiệp không nên quá ôm đồm, cần chọn những giá trị văn hóa mang tính chất đặc thù, cấp thiết làm trọng tâm và thực hiện thật tốt còn hơn làm nhiều điều nhưng không có cái nào tốt cả. Vì khi nói đến Văn hoá là nói đến bản sắc, sự đặc trưng, sự khác biệt.

5. Trong xây dựng văn hóa doanh nghiệp thì tính gương mẫu của những người đứng đầu rất quan trọng. Văn hóa doanh nghiệp là cả một tập thể nhưng vai trò của người đứng đầu rất quan trọng, bởi họ có quyền lực trong tay, tiếng nói có trọng lượng lớn, vai trò của họ trong tổ chức thực hiện cũng rất lớn. Do đó, lãnh đạo phải gương mẫu, để có tính chất lan tỏa đến số đông. Sự gương mẫu đó cho thấy nhận thức rất rõ tầm quan trọng của văn hóa doanh nghiệp của lãnh đạo. Nếu lãnh đạo, chỉ thực hiện vì bị cấp trên ép phải làm và làm một cách hình thức, thì cấp dưới cũng sẽ hình thức theo. Còn nếu lãnh đạo thấy cần thiết, chắc chắn sẽ tâm huyết và làm đến nơi, đẩy công việc đi nhanh hơn. Trong giai đoạn đầu, khi văn hóa còn ở giai đoạn sơ khai, vai trò người đứng đầu càng lớn.

***Tổ chức triển khai công tác truyền thông và xây dựng VHDN theo kết luận số 234-KL/ĐU ký ngày 18/08/2022 của Ban chấp hành Đảng ủy Tập đoàn***

Với những kết quả đã đạt được, các bài học kinh nghiệm đã có, Ban Thường vụ Đảng ủy, Hội đồng quản trị, Ban điều hành Tổng công ty PVTrans tiếp tục xây dựng kế hoạch triển khai các nhiệm vụ của Đảng ủy Tập đoàn đề ra Nghị quyết 281-NQ/ĐU và bổ sung tại kết luận 234-KL/ĐU, cũng như bám sát các chỉ đạo, hướng dẫn của Tập đoàn về công tác truyền thông và xây dựng VHDN.

Trên đây là một số ý kiến chia sẻ về quá trình tạo dựng các giá trị văn hóa doanh nghiệp và một số bài học kinh nghiệm mà PVTrans đã tổng kết được sau quá trình thực hiện thực tế.

Tập thể CBCNV PVTrans xin chân thành cảm ơn sự lãnh đạo, chỉ đạo, hỗ trợ kịp thời của cấp Đảng ủy, Hội đồng thành viên, Tổng giám đốc và các Ban chuyên môn, Công đoàn, Đoàn thanh niên Tập đoàn Dầu khí Việt Nam đã quan tâm giúp đỡ PVTrans trên mọi hoạt động từ SXKD đến xây dựng VHDN và các công tác khác.

Xin chân thành cảm ơn sự chú ý quan tâm của quý vị đại biểu!



# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Công ty cổ phần Lọc hóa dầu Bình Sơn)*

Trên hành trình đi tìm lửa để thỏa mơ ước của Bác Hồ về một ngành Dầu khí phát triển, BSR chúng tôi tự hào, vinh dự là lớp người thực hiện tầm nhìn của Bác Hồ, hoàn chỉnh nền công nghiệp Lọc - Hóa dầu, hoàn chỉnh từ khâu đầu đến khâu cuối. Niềm tin, ý chí và ước vọng của Bác đã luôn chảy trong huyết mạch của chúng tôi, tạo cho chúng tôi sức mạnh và khát khao để tiếp nối con đường mang lại sự giàu có và thịnh vượng bền vững cho đất nước Việt Nam nói chung và Tập đoàn Dầu khí Việt Nam nói riêng. Trên nền tảng các giá trị văn hóa bản sắc của Tập đoàn, BSR đã từng bước tạo dựng Hệ sinh thái hiệu quả trong Văn hóa bản sắc BSR, là nền tảng vững chắc cho sự ổn định, vượt qua khó khăn, hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ được giao và đã đạt được nhiều kết quả tích cực trong công tác công tác truyền thông, xây dựng phát triển Văn hóa doanh nghiệp và sẽ tiếp tục nỗ lực vì sự phát triển bền vững của Công ty Lọc hóa dầu Bình Sơn trên con đường cạnh tranh và hội nhập.

## **I. CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO:**

Thực hiện Nghị quyết số 281-NQ/ĐU ngày 15/5/2019 của Đảng ủy Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam về công tác Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp; Công văn số 319-CV/ĐU ngày 09/08/2021 và Công văn số 4371/DKVN-TT&VHDN ngày 02/08/2021 của Đảng ủy Tập đoàn về việc triển khai thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả”, Đảng ủy Công ty Lọc hóa dầu Bình Sơn đã ban hành Kế hoạch số 675-KH/ĐU ngày 29/5/2019 và Hướng dẫn số 222-KH/ĐU về việc triển khai xây dựng các nội dung sinh hoạt chuyên đề theo phương châm hành động của Tập đoàn gắn liền với các giá trị văn hoá bản sắc, hệ giá trị cốt lõi của PVN/BSR và 7 thói quen hiệu quả đến các Chi/Đảng bộ trực thuộc, toàn thể cán bộ, Đảng viên, Người lao động BSR.

Công tác chỉ đạo xây dựng và phát triển Truyền thông và văn hóa doanh nghiệp BSR đã được triển khai nghiêm túc và đồng bộ trong toàn Công ty, Ban chỉ đạo và Tổ triển khai được thành lập theo Quyết định số 528/QĐ-BSR ngày 20/02/2020 và được kiện toàn tại Quyết định số 1222/QĐ-BSR ngày 15/04/2021, trong đó quy định rõ trách nhiệm, quyền hạn của Ban chỉ đạo và Tổ triển khai. Ban chỉ đạo đã phân công nhiệm vụ cho từng thành viên, duy trì họp định kỳ hàng tháng, hàng quý và có kết luận cụ thể đưa ra các giải pháp linh hoạt, kịp thời triển khai thực hiện nhiệm vụ phù hợp với điều kiện trong từng thời điểm.

## **II. PHƯƠNG PHÁP TRIỂN KHAI**

Đổi mới cả về nội dung và hình thức trong đó chú trọng tập trung vào sự tương tác và kết nối toàn thể CBCNV với mục đích cùng chung tầm nhìn, thống nhất mục tiêu, hành động, phối hợp, hỗ trợ tạo thành một khối thống nhất, đoàn kết và mạnh mẽ, cùng tham gia xây dựng hình ảnh, thương hiệu BSR, trong những năm qua, BSR đã triển khai rất nhiều giải pháp, cụ thể: Đào tạo và lan tỏa Sổ tay văn hóa, nguyên tắc ứng xử các Phòng ban, các giá trị cốt lõi, 7 thói quen hiệu quả đến toàn thể Người lao động; Ứng dụng 7 thói quen hiệu quả vào trong công việc hàng ngày để nâng cao chất lượng công việc, gắn kết đội ngũ và hoàn thiện cá nhân; Ban lãnh đạo Công ty/ Nhà máy, Lãnh đạo phòng Ban, Đội ngũ đại sứ văn hóa, Ban chấp hành Công đoàn, Đoàn thanh niên, Hội cựu chiến binh là những người tiên phong đi đầu làm gương và tự soi gương hàng ngày trong từng hành động cụ thể, tạo nên một khối thống nhất trong việc nêu gương đến toàn thể CBCNV trong Công ty, để mỗi thành viên BSR phải là một tấm gương sống với các giá trị sâu sắc này, không những vậy, còn sẵn sàng truyền lại cho những thế hệ người BSR kế cận, đồng thời lan tỏa ra bên ngoài để góp phần làm cho thị trường, khách hàng, đối tác, xã hội, cộng đồng cảm nhận được giá trị của BSR trong mọi hành xử và hành động của mình. Bên cạnh đó, công tác truyền thông là cánh tay đắc lực hỗ trợ một cách trung thực và rõ ràng nhất trong tuyên truyền, phổ biến giúp người lao động hiểu biết rõ hơn văn hóa bản sắc của BSR và các định hướng, chính sách, các hoạt động chung của BSR, phương châm hành động của Tập đoàn, giúp người lao động vững vàng tâm lý trong hoàn cảnh khó khăn, góp phần ổn định tư tưởng, yên tâm làm việc và gắn bó với Công ty.

## **III. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI**

### **1. Kết quả trong công tác truyền thông và quan hệ công chúng**

#### ***1.1. Truyền thông nội bộ***

Sự thống nhất nội bộ là yếu tố cốt lõi làm nên sức mạnh tập thể, tại BSR, công tác truyền thông nội bộ có vai trò rất quan trọng việc gắn kết tất cả các thành viên trong Công ty và lan tỏa văn hóa doanh nghiệp một cách hiệu quả nhất. Các hoạt động SXKD của Công ty/ PVN, văn hóa bản sắc của PVN/BSR, thông điệp của Lãnh đạo Công ty... được tuyên truyền chính xác, kịp thời và đa chiều trên Cổng thông tin điện tử BSR, các trang Fanpage “Công đoàn Công ty Lọc hóa dầu Bình Sơn”, “Đoàn Thanh niên Công ty Lọc hóa dầu Bình Sơn”, “BSR-7 habits”. Mạng xã hội Yammer BSR, các banner, poster của Công ty, Nhà máy, các màn hình tại thang máy, màn hình máy tính, trong các cuộc thi, hội thảo, hội thảo... giúp người lao động hiểu biết rõ hơn Công ty, mang niềm tự hào, thích thú và cảm giác được trân trọng tại BSR.

## ***1.2. Truyền thông công chúng***

- Xác định truyền thông có ảnh hưởng rất lớn đến mọi vấn đề của xã hội. Truyền thông tác động đến nhận thức của công chúng, từ nhận thức sẽ tác động đến hành động và ứng xử của công chúng, trong thời gian BSR đã duy trì mối quan hệ hợp tác hơn 30 cơ quan báo chí Trung ương và địa phương trên cả nước để chia sẻ thông tin chính xác và kịp thời các hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty, quảng bá thương hiệu, sản phẩm của Công ty đến với công chúng một cách rộng rãi. Trung bình hằng năm có khoảng 250 - 300 lượt tin, bài viết được truyền thông, đăng tải trên các cơ quan báo chí và trang tin điện tử Công ty. BSR đã Tổ chức các buổi gặp mặt báo chí và các chương trình thực tế để viết bài, ghi hình tuyên truyền, tạo mối quan hệ gắn kết với Tổ truyền thông BSR và các nhà báo, phóng viên các cơ quan báo chí thành viên trên cả nước để cùng chia sẻ kinh nghiệm cũng như cách tiếp cận các thông tin một cách chính xác nhất, nâng cao hình ảnh BSR và tạo nên mối quan hệ lâu dài với cộng đồng mà ở đó, BSR luôn được lắng nghe và tin tưởng.

## ***1.3. Hoạt động truyền thông quốc tế***

- Xác định truyền thông quốc tế là kênh thông tin hiệu quả tuyên truyền, quảng bá hình ảnh PVN nói chung và hình ảnh BSR nói riêng với các đối tác và bạn bè quốc tế, trong thời gian qua, BSR luôn tăng cường các kênh thông tin tuyên truyền, nâng cao chất lượng những chương trình thông tin đối ngoại nhằm đưa BSR ngày càng hội nhập sâu rộng với quốc tế, nhất là giai đoạn BSR cổ phần hóa, các hoạt động truyền thông luôn bám sát định hướng chỉ đạo của Đảng, của Nhà nước và Tập đoàn đồng thời bám sát chủ trương, chiến lược, kế hoạch phát triển kinh tế, văn hóa của BSR. Các thông tin tích cực về hoạt động sản xuất kinh doanh của BSR luôn được cho các cơ quan thông tấn báo chí quốc tế như Reuters, Bloomberg,.. quan tâm và đưa tin đã góp phần tạo nên thương hiệu BSR.

### ***Nhân sự, nguồn lực truyền thông, công cụ truyền thông, công tác quản trị thông tin***

- Phòng truyền thông BSR gồm 1 Phó trưởng phòng và 5 chuyên viên thực hiện các công việc liên quan đến hoạt động truyền thông, quan hệ công chúng, an sinh xã hội và tham mưu cho Ban lãnh đạo Công ty trong công tác đối ngoại, quan hệ - hợp tác ..., bên cạnh đó, BSR đã thành lập Tổ truyền thông với các thành viên từ các Ban chuyên môn, các thành viên có phân công nhiệm vụ và công việc cụ thể, định kỳ hàng Quý có báo cáo và rà soát các hoạt động đã thực hiện và kế hoạch triển khai tiếp theo.

Hệ thống quản trị thông tin truyền thông của BSR được phân loại theo nghiệp vụ và thực hiện theo vòng tròn khép kín cụ thể: “Thu thập– Xử lý - Lưu trữ - Phân phối” với mục đích thiết lập, duy trì truyền thông 2 chiều giữa khách hàng (nội bộ

và bên ngoài) về BSR và chuyển thông điệp của BSR đến khách hàng một cách hiệu quả. Một số hoạt động truyền thông cụ thể như: truyền thông nội bộ, truyền thông qua báo chí, truyền thông từ công tác tài trợ xã hội... đã được cụ thể hóa bằng các bài viết, văn thơ, phim thời sự ... và được tuyên truyền rộng rãi trên các kênh Internet, Báo chí, Truyền hình, Mạng xã hội...

## **2. Kết quả trong công tác xây dựng văn hóa doanh nghiệp**

Văn hoá BSR từng bước được hình thành và bồi đắp từ những yếu tố nhận diện bên ngoài như: Logo, khẩu hiệu, không gian làm việc, ấn phẩm, đồng phục...; đến các yếu tố then chốt như: Sứ mệnh, tầm nhìn, tổ chức, hệ thống các quy tắc ứng xử, nội quy để định hướng, hình thành suy nghĩ, hành động, cách thức ứng xử; và đặc biệt là Triết lý kinh doanh và Hệ giá trị cốt lõi là nền tảng quyết định niềm tin, động lực, sức mạnh và giá trị của Công ty. Mà trong đó con người luôn là yếu tố then chốt hình thành văn hóa doanh nghiệp, và Văn hóa doanh nghiệp (VHDN), được khẳng định là **chìa khóa của mọi sự thành công trên mỗi chặng đường phát triển của BSR.**

Nhận thức được tầm quan trọng đó, song hành cùng nhiệm vụ sản xuất kinh doanh, VHDN luôn được BSR đề cao và được xem là một giải pháp quan trọng trong chiến lược phát triển bền vững của BSR, đồng bộ với Đề án Tái tạo Văn hóa PetroVietnam của Tập đoàn, cụ thể như sau:

### ***2.1. Triển khai thực hiện 09 nội dung của Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 về việc triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam trong toàn Tập đoàn***

- Trên cơ sở kế hoạch triển khai Đề án Tái tạo văn hóa Petrovietnam và Phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả” của Tập đoàn, BSR đã hoàn thành Đề án văn hóa Giai đoạn 1 và giai đoạn 2 với các nội dung cụ thể: Đưa nội dung thực hiện văn hóa doanh nghiệp vào Thỏa ước lao động tập thể của Công ty, ban hành và ra mắt Sổ tay Văn hoá, Bộ nguyên tắc ứng xử các Phòng ban/đơn vị trực thuộc tại Hội nghị người lao động, thống nhất chọn 2 giá trị cốt lõi “Chuyên nghiệp” và “Sáng tạo” trong hệ giá trị cốt lõi “Chính trực - Chuyên nghiệp - Đoàn kết - Sáng tạo - Hiệu quả” để tập trung, ưu tiên triển khai cho các hoạt động trong năm 2022.

- BSR đang tiếp tục triển khai Đề án văn hóa Giai đoạn 3 với các hoạt động văn hóa bản sắc và văn hóa nền tảng được lồng ghép trong hoạt động teambuilding: Phương pháp tích hợp và làm sống văn hóa; tư duy thiết kế các hoạt động về văn hóa trong tổ chức; khả năng tự động viên và từ nhận thức về Văn hóa để trở thành những cam kết trong công việc; thiết kế bộ tài liệu chuyên sâu 05 giá trị cốt lõi BSR và tổ chức đào tạo chuyên sâu; Đào tạo chuyên sâu cho cấp quản lý: Lãnh đạo với Tốc độ của Niềm tin; 4 Vai trò Trọng yếu của Lãnh đạo; 6 Thực hành Thiết yếu để Quản trị Đội ngũ.

- Hệ thống quy chế, quy định của BSR được ban hành gồm 76 văn bản: 01 Điều lệ, 45 Quy chế, 04 Nội quy, 26 Quy định và văn bản khác. Các văn bản quản lý nội bộ của BSR được xây dựng, ban hành trên cơ sở tuân thủ quy định của pháp luật, của Tập đoàn và đáp ứng các yêu cầu sản xuất kinh doanh của Công ty. Hệ thống quy chế, quy định nêu trên là căn cứ để thực hiện, đảm bảo sự thống nhất và tuân thủ trong thực thi công việc, là văn hóa làm việc chuyên nghiệp và hiệu quả của BSR.

- BSR đã áp dụng công nghệ số vào trong công tác xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp, Sổ tay văn hóa BSR/Các hoạt động SXKD, phong trào, đoàn thể được tuyên truyền sâu rộng, lan tỏa hàng ngày trên Cổng thông tin điện tử BSR, các trang Fanpage “Công đoàn Công ty Lọc hóa dầu Bình Sơn”, “Đoàn Thanh niên Công ty Lọc hóa dầu Bình Sơn”, “BSR-7 habits”. Mạng xã hội Yammer BSR, các banner, poster của Công ty, Nhà máy, các màn hình tại thang máy, màn hình máy tính, trong các cuộc thi, hội thao, hội thảo... giúp người lao động hiểu biết rõ hơn về hoạt động SXKD của Công ty/ PVN, văn hóa bản sắc của BSR và văn hóa ngành Dầu khí...

- Hệ thống nhận diện thương hiệu BSR đang được cập nhật và hoàn thiện phù hợp với hệ thống nhận diện thương hiệu của Tập đoàn tại Quyết định số 6655/QĐ-DKVN ngày 18/11/2021. BSR đã ban hành nhãn hiệu (logo) mới của Công ty và đăng ký nhãn hiệu với Cục Sở hữu Trí tuệ. Hệ thống nhận diện thương hiệu BSR không chỉ tạo sự nhận biết, sự khác biệt, thể hiện cá tính đặc thù của BSR mà còn thể hiện tính chuyên nghiệp của BSR đối với khách hàng và công chúng.

- BSR đã hoàn thành công tác quy hoạch và tái cấu trúc nơi làm việc của CBCNV tại văn phòng, nhà máy một cách khoa học và hiện đại, đảm bảo an toàn, hiệu quả và xuyên suốt trong công việc. Hệ thống 5S của Công ty được xây dựng từ năm 2008 và được duy trì cải tiến liên tục, công tác đánh giá được tổ chức thực hiện định kỳ hàng quý và cụ thể hóa bằng các Phong trào thi đua: “Lao động giỏi, lao động sáng tạo, sáng kiến cải tiến, tối ưu hoá sản xuất”, “Trạm vận hành - Nơi làm việc Xanh, Sạch, Đẹp, đảm bảo ATVSLĐ”, “Không gian sáng tạo 5S-7H”. BSR đã được BSI (Viện tiêu chuẩn Anh Quốc) cấp chứng chỉ chứng nhận phù hợp tiêu chuẩn ISO 9001, 14001, 45001, 50001.

- Trong công tác đào tạo, BSR đã linh hoạt ứng dụng CNTT qua hệ thống E-Learning, E-test và các phần mềm liên quan để hỗ trợ kịp thời cho CBCNV tham gia đầy đủ các chương trình đào tạo, đảm bảo tuân thủ đầy đủ các yêu cầu của pháp luật, yêu cầu của vị trí chức danh. BSR đã kết nối, đồng bộ hệ thống quản lý đào tạo với hệ thống cơ sở vật chất, hệ thống tri thức bên trong và bên ngoài. BSR đã xây dựng và vận hành được các cấu phần của một tổ chức học tập ở cấp độ 3 và phần đầu đáp ứng đầy đủ các tiêu chí ở cấp độ 4 theo thông lệ quốc tế.

- Trước những thách thức trong bối cảnh, tình hình mới, các tổ chức đoàn thể của BSR không ngừng được củng cố, phối hợp cùng nhau và cùng với chính quyền đã và đang tích cực nỗ lực, chủ động, linh hoạt sáng tạo, đổi mới phương thức hoạt động, triển khai nhiều giải pháp nhằm đẩy mạnh tuyên truyền, động viên ổn định tư tưởng, chăm lo thiết thực đến đời sống người lao động để họ vững tâm, đoàn kết, chung sức đồng lòng tham gia các phong trào thi đua lao động giỏi, lao động sáng tạo, phát huy sáng kiến, cải tiến kỹ thuật, góp phần vào việc hoàn thành nhiệm vụ chung của BSR và PVN.

- Các hoạt động mang đậm bản sắc văn hóa BSR đã được triển khai hiệu quả và lan rộng trong năm 2022 (tháng 8/2022): Tổ chức trồng 1 triệu cây xanh giai đoạn 2021-2025 trên toàn tỉnh Quảng Ngãi và thực hiện cam kết của Việt Nam về giảm phát thải khí nhà kính, ứng phó với biến đổi khí hậu; tham gia giải chạy bộ online Xuân Dầu Khí 2022 do Công đoàn Dầu khí Việt Nam phát động; đào tạo lan tỏa Sổ tay văn hóa BSR, Bộ nguyên tắc ứng xử và 5 giá trị cốt lõi BSR gắn liền với phương châm hành động của Tập đoàn và 7 thói quen hiệu quả; tổ chức Hội thi Tay nghề BSR lần thứ VI năm 2022 và Hội thi tay nghề lần thứ 7 Tập đoàn; tham gia và lan tỏa Chương trình “1 triệu sáng kiến nỗ lực vượt khó, quyết tâm chiến thắng đại dịch” do Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam phát động. Sơ kết chương trình, BSR là đơn vị đóng góp tích cực cho Ngành với 383 Sáng kiến đăng ký thành công trên Cổng đăng ký của Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam; tổ chức Hội thi lan tỏa văn hóa doanh nghiệp và văn hóa an toàn BSR với sự tham gia tích cực và sôi nổi của Ban lãnh đạo Công ty, Ban Giám đốc Nhà máy, Ban chức năng và các Tổ chức Đoàn thể. Hội thi đã có 3.890 lượt CBCNV tham gia, có 10 tập thể và 111 cá nhân đã được tôn vinh khen thưởng; tổ chức Hội thao BSR mở rộng và tham gia Hội thao ngành Dầu khí năm 2022 khu vực phía Bắc với thành tích đạt 20 huy chương vàng và xếp hạng Nhất toàn đoàn với giải đặc biệt; tổ chức tôn vinh con CBCNV đạt thành tích cao trong năm học 2021-2022; tổ chức Giải chạy “Run for Safety” chào mừng Nhà máy đạt 35 triệu giờ công an toàn với hơn 500 VĐV từ các đơn vị trong Tập đoàn và CBCNV BSR tham dự. Các hoạt động đoàn thể của BSR chú trọng triển khai thực chất, có chất lượng và hiệu quả cùng sự phối hợp chặt chẽ với Đoàn Thanh niên, Hội CCB, Tổ Đại sứ BSR.

- Đổi mới công tác thi đua, khen thưởng theo hướng thiết thực, hiệu quả và thực chất, BSR đã khai thác và phát huy tối đa công nghệ số cho công tác tuyên dương nhằm tạo sự lan tỏa và nhân rộng các tấm gương điển hình xuất sắc, người lao động BSR tiêu biểu trong toàn Công ty với nhiều hình thức khác nhau như bằng văn bản, qua bản tin, trang tin tức trực tuyến (website), các ứng dụng mạng xã hội. BSR đã ban hành hướng dẫn đánh giá mức độ hoàn thành công việc gắn với việc thực hiện Phương châm hành động của Tập đoàn và 5 giá trị cốt lõi của BSR để kịp thời ghi nhận, tôn vinh cũng như phê bình, kiểm điểm kịp thời nhằm sử dụng hiệu quả nguồn nhân lực.

## ***2.2. Kết quả triển khai áp dụng thực hiện Công văn 4371/DKVN-TT&VHDN ngày 2/8/2021 của TGD Tập đoàn về thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả”.***

- Thực hiện Công văn số 4371/DKVN-TT&VHDN ngày 02/08/2021 và Công văn số 319-CV/ĐU ngày 09/08/2021 của Đảng ủy Tập đoàn về việc triển khai thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả” trong toàn Tập đoàn, Chỉ thị 228/CT-DKVN ngày 10/8/2021 của Tập đoàn về ý thức trách nhiệm của cán bộ, nhân viên và người lao động Dầu khí tham gia mạng xã hội, Đảng ủy Công ty Lọc hóa dầu Bình Sơn đã ban hành Hướng dẫn số 222-KH/ĐU ngày 06/09/2021 về việc triển khai xây dựng các nội dung sinh hoạt chuyên đề theo phương châm hành động của Tập đoàn gắn liền với Hệ giá trị cốt lõi của BSR và 7 thói quen hiệu quả đến các Chi/Đảng bộ trực thuộc và toàn thể cán bộ, đảng viên, người lao động BSR. 100% các chi/đảng bộ trực đã tổ chức thực hiện sinh hoạt định kỳ hàng tháng và có đại diện cấp uỷ cấp trên trực tiếp tham dự chỉ đạo để đánh giá, rút kinh nghiệm và nhân rộng trong toàn đơn vị.

- BSR đã thực hiện công tác đánh giá hoàn thành nhiệm vụ hàng tháng theo các quy định của Công ty và cập nhật, hoàn thiện các tiêu chí gắn liền với Phương châm hành động của Tập đoàn, 5 giá trị cốt lõi “Chính trực - Chuyên nghiệp - Đoàn kết - Sáng tạo - Hiệu quả” tại Quyết định số 4325/QĐ-BSR ngày 07/12/2021.

## ***2.3. Kế hoạch xây dựng thực hiện hệ thống nhận diện thương hiệu của đơn vị thống nhất theo nhãn hiệu mới của Petrovietnam***

Hệ thống nhận diện thương hiệu BSR đã và đang được cập nhật và hoàn thiện phù hợp với hệ thống nhận diện thương hiệu của Tập đoàn theo Quyết định số 6655/QĐ-DKVN ngày 18/11/2021 và Kế hoạch số 4094/KH-DKVN ngày 21/7/2022. BSR đã ban hành và ra mắt nhãn hiệu (logo) mới của Công ty tại Quyết định số 992/QĐ-BSR ngày 07/4/2022. Bộ nhận diện và nhãn hiệu mới sẽ góp phần tạo dựng hình ảnh BSR năng động, linh hoạt, thích ứng với các xu thế phát triển, thể hiện tâm thế sẵn sàng cho việc hiện thực hóa tầm nhìn, sứ mệnh và các giá trị cốt lõi của Công ty.

## **IV. ĐÁNH GIÁ CHUNG**

### **1. Điểm mới, sáng tạo trong triển khai**

- Sự quan tâm, chỉ đạo sát sao, kịp thời của Đảng ủy, Ban Lãnh đạo Công ty trong từng hoạt động cụ thể, luôn thể hiện tinh thần nêu gương, thực hành và hoàn thiện thiện mỗi ngày với phương châm “Sống với văn hóa BSR” là cách tốt nhất để tất cả các thành viên tạo nên giá trị của mình trong tổ chức.

- Sự tham gia đồng hành và tích cực của các tổ chức Đoàn thể cùng với chính quyền trong mọi hoạt động. Đổi mới phương thức triển khai, chủ động, linh hoạt sáng tạo nhiều giải pháp để phát huy hiệu quả công tác truyền thông và lan tỏa các

giá trị văn hóa bản sắc của BSR để mỗi người lao động BSR luôn ý thức bản thân mình không chỉ thụ hưởng mà còn kiến tạo nên văn hóa BSR.

Sự cam kết chủ động rèn luyện, không ngừng phấn đấu mỗi ngày của từng cá nhân để đưa các giá trị và thực hành văn hóa BSR vào thực tiễn công việc và áp dụng cho cuộc sống.

- Sự ứng dụng chuyển đổi số vào công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp đã đáp ứng yêu cầu về tính nhanh, tính kịp thời, đầy đủ, đa chiều và tính phản biện.

**2. Tồn tại, vướng mắc:** Công tác tuyên truyền, triển khai các hoạt động văn hóa tại một số đơn vị Phòng/Ban còn chưa được đều tay, chưa thực sự cân đối giữa áp lực công việc chuyên môn và hoạt động gắn kết, xây dựng văn hóa của Công ty.

**3. Nguyên nhân:** Kỹ năng quản trị công việc, nhận thức đầy đủ về mức độ quan trọng và cấp bách cần được nâng cao để đầu tư vào các công việc quan trọng như xây dựng văn hóa đơn vị và ý thức rõ bản thân chính là trung tâm tham gia xây dựng văn hóa BSR.

#### **4. Kinh nghiệm trong công tác triển khai**

- Sự quyết tâm, vào cuộc của cả hệ thống chính trị để nâng cao chất lượng công tác truyền thông doanh nghiệp và văn hóa doanh nghiệp BSR.

- Công tác giáo dục, nâng cao nhận thức vai trò quan trọng của truyền thông và văn hóa doanh nghiệp được chú trọng ngay từ đầu, xem đây là nhiệm vụ trọng tâm của BSR nhằm phát triển bền vững BSR trong bối cảnh cạnh tranh và hội nhập.

- Phát huy vai trò của người đứng đầu cấp ủy/đơn vị trong công tác lãnh đạo, chỉ đạo triển khai đồng bộ các nội dung về công tác Truyền thông và văn hóa doanh nghiệp tại đơn vị, xem đây là kết quả đánh giá năng lực công tác thực tiễn của cán bộ lãnh đạo quản lý hàng năm.

- Khai thác thế mạnh của từng tổ chức đoàn thể chính trị-xã hội, các cá nhân qua các phong trào đoàn thể để lan tỏa mạnh mẽ các giá trị văn hóa BSR, bản sắc văn hóa Người BSR đến với toàn Ngành và cộng đồng, xã hội; đồng thời, qua từng hoạt động góp phần quan trọng thực hiện nhiệm vụ Truyền thông công chúng, Truyền thông ra bên ngoài một cách hiệu quả và thể hiện rõ nét những hình ảnh đẹp của Người BSR đến với cộng đồng.

#### **V. KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT**

Để công tác TT&VHDN ngày một hiệu quả trong toàn Tập đoàn và lan tỏa đến từng đơn vị, BSR kính đề xuất Tập đoàn một số nội dung như sau:

- Tổ chức các cuộc thi tìm hiểu văn hoá Petrovietnam, văn hoá các đơn vị trực thuộc Tập đoàn để nâng cao sự hiểu biết của người lao động Dầu khí đối với Văn hoá doanh nghiệp và lan tỏa, lan rộng trong toàn Tập đoàn.



- Định kỳ tổ chức diễn đàn, hội nghị, hội thảo về các chủ đề cụ thể, chi tiết liên quan đến công tác xây dựng hoạt động TT&VHDN; các buổi chia sẻ từ những chuyên gia, các đơn vị đã đạt được kết quả tốt trong việc triển khai thực hiện Đề án cho đội ngũ cán bộ làm công tác TT&VHDN tại các đơn vị.

- Tập huấn, trang bị kiến thức, kinh nghiệm cho các nhân sự đầu mối triển khai công tác TT&VHDN tại các đơn vị.

Để khép lại báo cáo này, một lần nữa, **BSR xác định rõ vai trò quan trọng của Văn hóa doanh nghiệp và đẩy mạnh truyền thông doanh nghiệp trong kỷ nguyên chuyển đổi số và Đề án văn hóa BSR sẽ được triển khai tích cực song hành với Đề án chuyển đổi số tại BSR hiện nay để từ đó tạo lập vững chắc văn hóa nền tảng, văn hóa bản sắc, sẵn sàng thích ứng với thay đổi trong giai đoạn Vuca+ cho sự ổn định và phát triển bền vững của BSR.**

Trên đây là nội dung báo cáo Tham luận của BSR.

Xin trân trọng cảm ơn!

# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Tổng Công ty Khí Việt Nam)*

**Kính thưa quý vị đại biểu!**

**Thưa toàn thể Hội nghị!**

Thay mặt Tổng Công ty Khí Việt Nam, tôi rất hân hạnh được trình bày tham luận tại Hội nghị công tác TT&VHDN ngày hôm nay. Lời đầu tiên, xin kính chúc Đại hội thành công tốt đẹp, chúc những thông điệp Văn hóa Petrovietnam tiếp tục phát triển và đạt được những kết quả thiết thực trong đời sống lao động.

Sau đây là bài tham luận: “PV GAS với phong trào xây dựng và thực hiện VHDN”.

**Kính thưa hội nghị!**

VHDN là một hệ thống các giá trị, các chuẩn mực, các quan niệm và hành vi của doanh nghiệp, chi phối hoạt động của mọi thành viên và tạo nên bản sắc kinh doanh riêng của doanh nghiệp. Tác động to lớn của văn hoá doanh nghiệp tạo nên phong thái riêng, giúp phân biệt giữa doanh nghiệp này với doanh nghiệp khác; đồng thời nâng tầm vị thế của doanh nghiệp, tạo nên một tập thể đoàn kết – sáng tạo – năng động có sức mạnh hoàn thành nhiệm vụ và hấp dẫn lực lượng lao động tiên tiến, gắn bó lâu dài với doanh nghiệp.

Nghị quyết 281-NQ/ĐU của Đảng ủy Tập đoàn về công tác TT&VHDN, Kế hoạch 3623/KH-DKVN của Tập đoàn về triển khai thực hiện công tác TT&VHDN, Kết luận 234-KL/ĐU về việc tiếp tục đẩy mạnh thực hiện Nghị Quyết 281-NQ/ĐU; khởi điểm là Kế hoạch số 5799/KH-DKVN về việc triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam trong toàn Tập đoàn thực sự là kim chỉ nam đúng thời điểm, đúng định hướng, đi trước cả nhiều hướng nhận định trong xã hội tại Việt Nam về tính nhất thiết phải xây dựng VHDN.

Từ những chỉ đạo rất cụ thể, sát sao và mang tính thực tiễn này, quá trình định hình và phát triển VHDN của từng đơn vị trong Tập đoàn có biến chuyển tích cực, khơi dậy niềm tự hào về truyền thống, tạo nên bản sắc của Văn hóa Dầu khí, mà người lao động phải trân trọng, gìn giữ và phát triển với phương châm hành động “**Bản lĩnh – Đoàn kết – Đổi mới – Hành động**”. Chính bản sắc văn hóa trở thành sức mạnh, làm nên thương hiệu Petrovietnam “**Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo**”

- **Hiệu quả**”, khẳng định vị thế của một Tập đoàn kinh tế đầu tàu vững mạnh, tiên phong trong nền kinh tế quốc dân.

Tổng công ty Khí Việt Nam luôn xác định việc tuân thủ, triển khai và phát huy những định hướng sáng suốt từ Đảng ủy Tập đoàn, tại Hội nghị tổng kết kết quả thực hiện nhiệm vụ công tác Đảng năm 2019, Đảng ủy PV GAS đã tổ chức quán triệt Nghị quyết 281-NQ/ĐU của Tập đoàn; Đại hội đại biểu Đảng bộ PV GAS lần thứ X, nhiệm kỳ 2020-2025 đã ban hành Nghị quyết kêu gọi toàn thể cán bộ, đảng viên và người lao động tiếp tục phát huy truyền thống của “Người đi tìm lửa”, khơi dậy niềm tự hào, nêu cao tinh thần “Đoàn kết - Đổi mới - Chuyên nghiệp - Hành động”, tranh thủ thời cơ, vượt qua khó khăn, thách thức, chủ động, sáng tạo, đầy mạnh phong trào thi đua yêu nước, thi đua làm theo lời Bác, quyết tâm phấn đấu hoàn thành thắng lợi các mục tiêu, nhiệm vụ đề ra. Năm 2021, tại Hội nghị tổng kết kết quả thực hiện nhiệm vụ công tác Đảng, Đảng ủy PV GAS chỉ đạo tiếp tục triển khai sâu rộng VHDN, đạt nhiều thành tích trong tiết giảm chi phí, thực hành tiết kiệm, phát huy mọi nguồn lực, nhất là nội lực. Năm 2022, tại Nghị quyết số 98-NQ/ĐU về lãnh đạo thực hiện nhiệm vụ SXKD, Đảng ủy chỉ đạo đẩy mạnh tuyên truyền, thực hiện VHDN PV GAS mang tính chất bao trùm lấy người lao động, hoạt động sản xuất kinh doanh, thị trường, khách hàng, đối tác làm trung tâm trong quá trình phát triển.

Trong những năm qua, quá trình đề cao TT&VHDN tại PV GAS có khá nhiều nét tương đồng với các đơn vị trong ngành. Tôi xin được trình bày chủ đề: Những cách thức vận dụng các chỉ đạo của Tập đoàn vào thực tế lao động tại PV GAS.

## **I. CÁCH VẬN DỤNG ĐỂ XÂY DỰNG MỤC TIÊU TRIỂN KHAI VHDN TẠI PV GAS**

Trong quá trình phát triển doanh nghiệp, PV GAS đã có nhiều lần xây dựng, biến đổi, quảng bá nhận diện thương hiệu, tạo dựng và lan tỏa các nền tảng VHDN. Vào năm 2018, bộ nhận diện thương hiệu mới của PV GAS đã được giới thiệu, mang tinh thần của Tập đoàn và “Những người đi tìm lửa” nhưng vẫn giữ những nét riêng độc đáo của đơn vị. Quá trình triển khai VHDN tại PV GAS nhằm:

- Truyền tải đề CBCNV thấu hiểu được tầm nhìn, sứ mệnh và hoạt động SXKD của PV GAS.

- Gắn kết các thành viên trong “Mái nhà chung” PV GAS, thống nhất quan điểm và hành động.

- Tạo động lực làm việc trong nội bộ; tạo lợi thế cạnh tranh và sự khác biệt trên thị trường

- Tổ chức công tác truyền thông theo phương châm của Tập đoàn **“Truyền thông đi trước một bước”**, song hành với nhiệm vụ SXKD có định hướng chiến lược phát triển trở thành một trong những ngành công nghiệp đầu tàu trong nền

kinh tế, từng bước vươn ra thị trường quốc tế, xếp thứ hạng cao trong khu vực ASEAN và có tên trong các thương hiệu khí mạnh của Châu Á. PV GAS tự tin bước đến tương lai, với tư thế xứng đáng là người đại diện trẻ trung và đầy tiềm năng của ngành công nghiệp khí Việt Nam.

## **II. XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI VHDN TẠI PV GAS**

Ngay từ những ngày đầu, với sự chỉ đạo quyết liệt là sát sao của Đảng ủy PV GAS, Ban Lãnh đạo, Công đoàn và các tổ chức chính trị xã hội, các đơn vị trực thuộc và thành viên cùng toàn thể NLĐ PV GAS đồng tâm cam kết và thể hiện quyết tâm cao để triển khai thực hiện, cụ thể:

- Tập trung triển khai với việc áp dụng hiệu quả 4 nhóm giải pháp Nghị quyết 281-NQ/ĐU đề ra.

- Xây dựng kế hoạch triển khai, giám sát việc thực hiện VHDN tại PV GAS: phổ biến để CBCNV tuân thủ thực hiện; đào tạo, tuyên truyền và nâng cao nhận thức, hiểu biết cho toàn thể CBCNV về mục đích, ý nghĩa và tầm quan trọng của VHDN, tác động của VHDN; báo cáo tổng kết đánh giá.

- PV GAS đã đưa nội dung thực hiện VHDN vào thỏa ước lao động tập thể, các quy định có sự cam kết song phương giữa người sử dụng lao động và người lao động.

- Hoàn thiện, áp dụng thực hiện các quy chế, quy trình, quy định, giải thưởng trong PV GAS, làm căn cứ xây dựng văn hóa thực thi công việc, tính tuân thủ và hiệu quả.

- Xác định các giá trị văn hóa của đơn vị làm chuẩn mực để CBCNV, NLĐ thực hiện: thực hiện chương trình 5S, đổi mới hình ảnh, không gian làm việc, tạo nét riêng biệt của từng bộ phận tại đơn vị.

- Tiếp tục hoàn thiện Hệ thống nhận diện thương hiệu và sử dụng thống nhất, đúng quy định thông qua hệ thống cơ sở vật chất, ấn phẩm, sản phẩm... đáp ứng công việc, hoạt động đều mang dấu ấn văn hóa.

- Bố trí nguồn lực, nâng cao chất lượng đội ngũ TT&VHDN: tổ chức các khóa tập huấn, đào tạo cho cán bộ chuyên trách và toàn thể CBCNV theo mô hình phát triển năng lực: năng lực chuyên môn, năng lực văn hóa, năng lực lãnh đạo, các kỹ năng bổ trợ; thúc đẩy tinh thần tự học, tự đào tạo.

- Phát huy vai trò của các tổ chức đoàn thể thông qua: hoạt động teambuilding, ngày hội gia đình, chương trình đối thoại, tọa đàm giữa lãnh đạo và CBCNV, các cuộc thi, các hoạt động giao lưu thể thao, văn hóa, văn nghệ... nhằm tăng cường sự gắn kết của CBCNV.

- Sử dụng các biện pháp, công cụ nhằm triển khai có hiệu quả công tác TT&VHDN: đẩy mạnh tuyên truyền qua các công cụ truyền thông để nâng cao

nhận thức, ý thức trong việc thực hiện các giá trị chung, tổ chức đồng bộ công tác truyền thông đối ngoại với công bố thông tin, quản lý và phát triển website, đẩy mạnh hợp tác báo chí truyền thông, hợp tác quảng bá thương hiệu.

- Tăng cường công tác an sinh xã hội gắn với đảm bảo an ninh, an toàn công trình khí và đưa hình ảnh PV GAS càng ngày càng gần gũi và thân thiện với cộng đồng; tôn vinh thương hiệu bằng những hành động thiết thực và phù hợp.

- Ban hành Sổ tay một số Quy định ứng xử của Người lao động PV GAS; quảng bá, tuyên truyền qua các hình thức mới: các đoạn phim ngắn, phim hoạt hình, tin chuyên đề... để tuyên truyền về VHDN trong nội bộ cũng như ra bên ngoài, tạo được những ấn tượng tốt.

- Ký hợp đồng với các đơn vị tư vấn có uy tín để phối hợp cùng PV GAS triển khai xây dựng và phát triển thương hiệu, quản lý công tác truyền thông.

- Thống nhất công tác chỉ đạo từ Tập đoàn đến các đơn vị, cụ thể hiện PV GAS đang tuân thủ và triển khai bộ nhận diện thương hiệu mới của Petrovietnam.

### **III. KẾT QUẢ ĐẠT ĐƯỢC**

Chúng tôi khẳng định sự hiệu quả của quá trình tái tạo văn hóa Petrovietnam, việc triển khai mạnh mẽ văn hóa PV GAS đã góp phần tạo bước chuyển biến tích cực về nhận thức và hành động của CBCNV toàn Tập đoàn nói chung và PV GAS nói riêng; con người tại PV GAS có tính xung kích, sáng tạo và đổi mới; dám nghĩ, dám làm, dám chịu trách nhiệm; đội ngũ CBCNV PV GAS hăng say, yêu ngành, yêu nghề, có tác phong chuyên nghiệp, đoàn kết trong tình thương yêu đồng chí, đồng nghiệp sâu sắc, có lòng nhân ái và có trách nhiệm với cộng đồng; góp phần xây dựng thương hiệu, hình ảnh tốt đẹp và uy tín của PV GAS trong xã hội, tạo nên lợi thế cạnh tranh của PV GAS trong nước và quốc tế.

- VHDN góp phần làm tăng sức chiến đấu trước đại dịch COVID-19, tác phong làm việc trực tuyến tích cực, nâng cao tinh thần trách nhiệm... góp phần tạo năng suất lao động và đảm bảo chất lượng sản phẩm - dịch vụ; đưa PV GAS giữ vững vị thế hàng đầu về sáng kiến sáng tạo trong những năm qua.

- Việc triển khai và truyền thông tích cực 03 nhóm giải pháp cốt lõi, có tính đột phá của PV GAS, đó là: con người/công tác cán bộ, thị trường và cơ chế chính sách, đội ngũ cán bộ chủ chốt trong toàn hệ thống đã nhất quán về tư tưởng và hành động, tiên phong thực hiện các chuẩn mực văn hóa PV GAS trong các chương trình hành động, các mục tiêu cụ thể trong công việc điều hành sản xuất kinh doanh tại đơn vị.

- Tinh thần hợp tác, phối hợp công việc giữa các Ban/đơn vị, giữa CBCNV với nhau được nâng lên rõ rệt và gắn kết chặt chẽ. Mọi quan hệ đồng nghiệp, giữa cấp trên và cấp dưới, giữa lãnh đạo và nhân viên ngày càng gần gũi, thân thiện hơn.

Các hoạt động của PV GAS đi vào nề nếp, chuyên nghiệp, hiệu quả. Công tác cải cách thủ tục hành chính và ứng dụng chuyển đổi số - công nghệ thông tin trong xử lý công việc đã được quan tâm, triển khai quyết liệt. Ý thức thực hành tiết kiệm, chống lãng phí của CBCNV tiếp tục duy trì ở mức cao. Phong cách làm việc ngày càng chuyên nghiệp hơn, chất lượng hơn.

- Các sự kiện, hội thảo, hội nghị, hoạt động văn hóa văn nghệ, thể dục thể thao, ASXH đã được tổ chức gắn liền với các chuẩn mực, giá trị văn hóa PV GAS. PV GAS tự hào trở thành một mẫu hình về VHDN được các tổ chức đánh giá độc lập công nhận. Hàng năm, cùng với kết quả SXKD ấn tượng, quá trình tôn vinh VHDN cũng đã tạo nên sức mạnh để PV GAS liên tiếp lọt vào các bình chọn doanh nghiệp hàng đầu của Việt Nam; trở thành một trong những thương hiệu phát triển bền vững, có uy tín nhất trên thị trường. Gần đây nhất, PV GAS vinh dự đứng trong Danh sách 9 công ty hàng đầu, 10 năm liên tiếp được tạp chí Forbes vinh danh “Top 50 công ty niêm yết tốt nhất Việt Nam năm 2022” và Top 5 Công ty đạt doanh thu và lợi nhuận tốt nhất.

#### **IV. BÀI HỌC KINH NGHIỆM VỀ XÂY DỰNG VÀ TRIỂN KHAI VHDN**

- Trước hết, VHDN phải được xác định là tài sản, là chuẩn mực mà mỗi doanh nghiệp phải trân trọng, phát huy và công hiến hàng ngày, hàng giờ.

- Vai trò chỉ đạo của Đảng, tinh thần tiên phong của Ban lãnh đạo trong xây dựng và triển khai VHDN là đặc biệt quan trọng. Người lãnh đạo phải là người khởi xướng, chỉ đạo, thúc đẩy, tạo động lực và nêu gương trong công tác xây dựng và triển khai VHDN. Để VHDN được thấm thấu vào tâm khảm của từng thành viên, nó phải được thể hiện một cách nhất quán trong các thông điệp của những người lãnh đạo, trong các chủ trương, chính sách, chương trình, kế hoạch hành động của doanh nghiệp.

- Công tác truyền thông/tuyên truyền VHDN phải được chú trọng đặc biệt, nghiên cứu mở rộng theo nhiều hướng: trong và ngoài, trên báo chí và trên mạng xã hội; trong từng cuộc gặp gỡ giữa người và người với nhau.

- Quá trình tuyên truyền VHDN thấm nhuần đến từng người lao động phải được triển khai thường xuyên, thiết thực, sinh động và dễ hiểu. Những giá trị của nó được đi sâu vào tiềm thức của mỗi thành viên để thực hành một cách tự nguyện, tự giác và cuối cùng trở thành cốt cách của họ và bản chất của cả tổ chức.

- Các tổ chức chính trị xã hội: Công đoàn, Đoàn thanh niên, Hội CCB... phải là những nhân tố chủ chốt trong việc tổ chức/triển khai thực hiện các giá trị cốt lõi và công tác tuyên truyền VHDN.

Chúng tôi tin rằng, với hoài bão cao thượng, tầm nhìn và sứ mệnh phụng sự cho lợi ích xã hội, triết lý kinh doanh đúng đắn và những giá trị cốt lõi hướng đến chân - thiện - mỹ, chúng ta sẽ có một VHDN tốt đẹp và mọi thành viên sẽ đồng

lòng làm việc hăng say vì những điều cao cả bằng tấm lòng nhân ái, từ đó doanh nghiệp sẽ được xã hội – cộng đồng đón nhận, trân trọng và không ngừng phát triển.

Những điều được trình bày trên là một số những hoạt động triển khai thực hiện VHDN và những thành tựu đạt được của PV GAS trong thời gian qua, PV GAS luôn xác định công tác xây dựng và thực hiện VHDN – thương hiệu PV GAS phải phù hợp với VHDN Petrovietnam và luôn đặt dưới sự lãnh đạo trực tiếp của Đảng ủy Tập đoàn/Đảng ủy PV GAS.

Chúng tôi đặc biệt tin tưởng sức mạnh tổng hòa của toàn Tập đoàn Dầu khí Việt Nam sẽ tạo nên những thành công mới, tiếp tục phát triển sự nghiệp bằng những phương thức mới, tiến bộ, gắn bó chặt chẽ với quyền lợi và nghĩa vụ của doanh nghiệp, khẳng định thương hiệu của từng đơn vị trong đại gia đình Petrovietnam!

Trên đây là toàn bộ nội dung tham luận của Tổng Công ty Khí Việt Nam.

Thay mặt Ban Lãnh đạo và Người lao động PV GAS, tôi xin kính chúc Hội nghị thành công tốt đẹp.

Trân trọng cảm ơn.

# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Liên doanh Việt - Nga Vietsovpetro)*

## I. CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO

- Việc cụ thể hóa NQ 281-NQ/ĐU ngày 15/5/2019 của Đảng ủy Tập đoàn về công tác TT&VHDN; Kế hoạch 3623/KH-DKVN ngày 03/7/2022 của Tổng giám đốc Tập đoàn về triển khai thực hiện công tác TT&VHDN.

**Ngay từ khi nhận được NQ 281-NQ/ĐU ngày 15/5/2019 của Đảng ủy Tập đoàn về công tác TT&VHDN và các văn bản có liên quan, Đảng ủy, Ban Tổng giám đốc Vietsovpetro đã kịp thời chỉ đạo triển khai công tác xây dựng VHDN, cụ thể đã ban hành các văn bản sau:**

+ Đảng ủy Vietsovpetro đã chỉ đạo “tiếp tục thực hiện có hiệu quả công tác truyền thông và xây dựng Văn hóa doanh nghiệp” theo tinh thần Nghị quyết 281/NQ-ĐU ngày 15/5/2019 của Đảng ủy Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam tại các Nghị quyết số 23-NQ/ĐU ngày 17/12/2020, Nghị quyết số 63-NQ/ĐU ngày 13/12/2021.

+ Ban TGD đã ban hành Quyết định 1496/QĐ-VP ngày 31/12/2020 về việc thành lập Ban chỉ đạo & tổ công tác xây dựng VHDN, QĐ số 558/VP ngày 31/5/2021 về việc kiện toàn Ban chỉ đạo và Tổ công tác VHDN nhằm phối hợp thực hiện việc nhận diện và tiếp tục xây dựng “Văn hóa doanh nghiệp tại Vietsovpetro”.

+ Đảng ủy đã chỉ đạo đẩy nhanh việc khảo sát nhằm đưa ra những yêu cầu để lựa chọn đơn vị tư vấn có đủ năng lực triển khai xây dựng văn hóa doanh nghiệp tại Vietsovpetro thông qua Nghị quyết triển khai nhiệm vụ trọng tâm tháng 6/2021 (số 44-NQ/ĐU ngày 10/6/2021). + Thực hiện Công văn số 319-CV/ĐU ngày 09/8/2021 của Đảng ủy Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam, Đảng ủy Vietsovpetro đã ban hành công văn 142-CV/ĐU ngày 16/8/2021 và triển khai cụ thể tại điểm 2.3.3 mục 2.3 Nghị quyết lãnh đạo nhiệm vụ trọng tâm tháng 9/2021 (số 53-NQ/ĐU) về sinh hoạt chuyên đề quý III/2021 với chuyên đề “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả” đến các chi, đảng ủy cơ sở trực thuộc; đồng thời, yêu cầu các chi bộ trực thuộc nghiêm túc hoàn thành tổ chức sinh hoạt chuyên đề trong quý III/2021.

## II. PHƯƠNG PHÁP TRIỂN KHAI:

- Công tác triển khai công tác truyền thông và Văn hóa Doanh nghiệp được triển khai với nhiều giải pháp đồng bộ, nhất quán đến tất cả các Đảng bộ Cơ sở, Chi bộ, từng phòng ban BMDH và các đơn vị thành viên để đảm bảo mục tiêu đề ra.



### III. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI

#### + Về truyền thông nội bộ:

- Luôn bám sát các hoạt động sản xuất kinh doanh của Vietsovpetro, dựa trên tiêu chí chính xác, kịp thời, thống nhất, các hoạt động truyền thông nội bộ đã tạo kênh thông tin để CBCNV hiểu về những đường lối, chính sách, mục tiêu, tầm nhìn cũng như tình hình hoạt động của đơn vị.

- Đẩy mạnh các hoạt động truyền thông nội bộ thông qua các bài viết, các chuyên đề phản ánh tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của Vietsovpetro, các bài viết chuyên sâu về các lĩnh vực hoạt động trên website nội bộ và website bên ngoài, kịp thời đưa tin các sự kiện quan trọng mang tính thời sự đến CBCNV. Theo số liệu từ TTCNTT &LL, riêng 2 trang thông tin điện tử đã thực hiện đăng tải 9.950 tin bài và đạt số lượng truy cập là 1.239.444.

- Tiếp tục duy trì xuất bản Bản tin Vietsovpetro hàng quý để kịp thời cung cấp thông tin về những định hướng, chiến lược, kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của Vietsovpetro đến CBCNV.

- Tuyên truyền bằng hình thức trực quan được tăng cường như banner, khẩu hiệu, Art board nhân các sự kiện, các ngày lễ kỷ niệm quan trọng, các đợt cao điểm tuyên truyền lan tỏa các thông điệp và thúc đẩy tinh thần người lao động trong các phong trào thi đua và các mặt công tác

- Thực hiện các công tác nhằm chuẩn hóa các Logo, các thiết kế tuyên truyền để có sự thống nhất và tăng cường hiệu quả truyền thông, nhận dạng thương hiệu ở tất cả các phòng/ban, đơn vị Vietsovpetro.

- Đặc biệt trong giai đoạn 2020 -2022 là giai đoạn đầy khó khăn của Vietsovpetro khi chịu ảnh hưởng bởi tác động kép của đại dịch Covid-19 và giá dầu giảm sâu, hơn bao giờ hết, công tác truyền thông đóng vai trò quan trọng trong việc củng cố niềm tin của CBCNV vào những chiến lược, những giải pháp của Ban lãnh đạo để đưa Vietsovpetro vượt khủng hoảng đảm bảo mục tiêu phát triển bền vững, vừa đảm bảo hoạt động sản xuất kinh doanh, vừa bảo đảm an toàn cho người lao động.

- Tích cực đưa các tin, bài phản ánh mọi mặt hoạt động của Vietsovpetro, đồng thời phối hợp với các phòng ban chuyên môn, các tổ chức đoàn thể cung cấp, phổ biến các chủ trương, giải pháp của Đảng ủy, Ban Tổng giám đốc trên trang web nội bộ và trang thông tin trên internet, Bản tin Vietsovpetro để tất cả CBCNV-NLĐ nắm rõ, thấu hiểu và chia sẻ cũng như yêu tâm trong công tác;

- Kịp thời cung cấp tin, bài cho Phòng truyền thông Tập đoàn và các cơ quan báo chí có mối quan hệ hợp tác với Vietsovpetro để chuyển tải các thông tin tích cực, chân thực của Vietsovpetro đến người lao động dầu khí và nhân dân trong cả nước.

### **+ Về truyền thông công chúng:**

- Tiếp tục ký kết phối hợp với các đơn vị truyền thông, Báo chí trung ương và địa phương để giới thiệu quảng bá những hình ảnh hoạt động SXKD, những thành tựu nổi bật của Vietsovpetro đến đông đảo độc giả trên cả nước; Chú trọng trên các kênh báo điện tử, đặc biệt tăng cường quảng bá trên các nền tảng mạng xã hội – đáp ứng sự chuyển dịch tất yếu của thời đại công nghệ số khi phần lớn độc giả đều sử dụng mạng xã hội để tiếp cận thông tin

- Tổ chức các hoạt động Marketing, quảng bá những thành tựu, những đóng góp của Vietsovpetro cho ngành Dầu khí, cho sự phát triển của đất nước, giới thiệu các dịch vụ thế mạnh của Vietsovpetro,... thông qua các sự kiện của Bộ, ngành, địa phương, hoạt động triển lãm

- Vận hành, Quản lý, tiếp đón các Đoàn khách, các ban ngành, cơ quan, đơn vị từ trung ương đến địa phương tham quan Phòng truyền thống Vietsovpetro. Thông qua phòng truyền thống, là không gian văn hóa để quảng bá một cách sâu sắc về quá trình xây dựng và phát triển của Vietsovpetro đến công chúng.

- Kịp thời xử lý các sự cố/ khủng hoảng truyền thông để kiểm soát, giảm thiểu các thông tin tiêu cực làm ảnh hưởng đến hoạt động của Vietsovpetro

### **- Về nhân sự, nguồn lực truyền thông, các công cụ truyền thông.**

+ Hiện nay tại Vietsovpetro, nhóm truyền thông trực thuộc Văn phòng phối hợp cùng với Văn phòng Đảng ủy làm đầu mối trong việc Biên tập, hiệu đính, thực hiện các tin bài về mọi mặt hoạt động của Vietsovpetro cũng như các công việc liên quan trong lĩnh vực truyền thông. Văn phòng /Văn phòng Đảng ủy tham mưu lãnh đạo Vietsovpetro trong việc xây dựng và triển khai các kế hoạch truyền thông nội bộ, truyền thông công chúng.

+ Nhân sự truyền thông từng bước được củng cố, mạng lưới truyền thông nội bộ được xây dựng với sự tham gia chịu trách nhiệm của người đứng đầu các đơn vị gồm 01 trưởng/phó các phòng ban Bộ máy điều hành; Lãnh đạo đơn vị thành viên và 01 phó tổng giám đốc phụ trách chung và các cán bộ giúp việc. Định kỳ hàng quý, công tác truyền thông sẽ tổ chức họp để tổng kết, đánh giá các hoạt động truyền thông và đồng thời triển khai các kế hoạch.

- Chú trọng việc nâng cao kỹ năng cho đội ngũ làm truyền thông thông qua các cuộc hội thảo như: tổ chức Hội thảo Truyền thông và Kỹ năng viết tin bài hiện đại. Trong quý IV năm 2022 tiếp tục tổ chức Khóa đào tạo Kỹ năng viết tin/bài và khai thác tư liệu chuyên sâu hơn để trang bị những kỹ năng cần thiết cho đội ngũ làm truyền thông, góp phần nâng cao hiệu quả công tác.

+ Nguồn kinh phí dành cho các hoạt động truyền thông được cân đối từ nguồn chi phí sản xuất và chi phí Dịch vụ ngoài để đảm bảo chất lượng và hiệu quả của

công tác. Kế hoạch truyền thông và kế hoạch chi phí cho các hoạt động này được xây dựng vào đầu mỗi năm làm cơ sở cho việc triển khai thực hiện. Định hướng sắp tới sẽ bổ sung thêm chi phí cho các hoạt động Truyền thông - VHDN để đảm bảo nguồn lực thực hiện các kế hoạch truyền thông hướng đến sự đổi mới và tích hợp với các hoạt động về Văn hóa Doanh nghiệp.

- Đa dạng hóa các công cụ truyền thông như: Website, trực quan, mạng xã hội, phòng truyền thống, các sự kiện, triển lãm,...

#### **- Công tác quản trị thông tin:**

+ Bộ phận truyền thông Văn phòng BMDH là đầu mối sẽ phối hợp với các phòng/ban liên quan, các tổ chức chính trị xã hội thực hiện các công tác quản trị thông tin như:

- Theo dõi, cập nhật các tin tức trong ngành DKVN thông qua các thông tin điểm báo của Ban truyền thông VHDN Tập đoàn DKVN và các trang báo chính thống để lựa chọn đăng tải kịp thời cập nhật các thông tin về các mặt hoạt động và đặc biệt là các vấn đề nổi bật trong ngành để lan tỏa thông tin đến đội ngũ CBCNV

- Biên tập, hiệu đính, viết tin/bài, cung cấp thông tin cho Tập đoàn, các cơ quan báo chí để đảm bảo thông tin chính xác, kịp thời

- Quản trị các trang mạng xã hội của VSP để kịp thời đăng tải thông tin, đa dạng hóa các hình thức đăng tải để đáp ứng nhu cầu thông tin của CBCNV cũng như công chúng.

- Hoàn thiện các quy định trong công tác truyền thông, quy trình xử lý khủng hoảng truyền thông, Style guide Viết tin/bài hướng đến sự thống nhất, chuẩn hóa trong công tác truyền thông.

- Lập danh mục các cơ quan báo chí hợp tác với Vietsovpetro và xây dựng mối quan hệ chặt chẽ với các đơn vị báo chí có tầm ảnh hưởng để phối hợp trong công tác tuyên truyền. Hiện tại VSP có mối quan hệ hợp tác với hơn 30 đơn vị truyền thông, báo chí, trong đó, các đơn vị báo chí hợp tác thường xuyên: Tạp chí Năng lượng mới, Tạp chí Năng lượng Việt Nam, Báo Nhân dân, Thông tấn xã Việt Nam, Báo Tuổi trẻ, Báo Thanh niên, Báo Bà Rịa – Vũng Tàu, Hội nhà báo Tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu, Báo Công thương, Tạp chí Công thương, Tạp chí Thuế, Báo Tài nguyên Môi trường, Báo Công An Nhân dân, Đài truyền hình Bà Rịa - Vũng Tàu.

- Phối hợp kịp thời với Ban tuyên giáo Đảng ủy, VP Đảng ủy, các phòng /ban/ đơn vị tham mưu cho Ban lãnh đạo Vietsovpetro trong việc xử lý về khủng hoảng truyền thông nhằm kiểm soát, giảm thiểu các thông tin tiêu cực làm ảnh hưởng đến hoạt động của Vietsovpetro.

## **1. Kết quả trong công tác xây dựng văn hoá doanh nghiệp**

**- Việc triển khai thực hiện 09 nội dung của Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 về triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam trong toàn Tập đoàn.**

Công tác xây dựng văn hóa doanh nghiệp được Vietsovpetro xác định là nhiệm vụ quan trọng cần được đẩy mạnh để làm nền tảng phát huy sức mạnh của đơn vị. Trên cơ sở Kế hoạch 5799/KH-DKVN, Tổ công tác VHDN của Vietsovpetro đã ban hành các Kế hoạch xây dựng VHDN hàng năm bám sát 09 nội dung của Kế hoạch Tập đoàn DKVN và việc triển khai thực hiện có những điểm nổi bật sau:

- Thông qua các công cụ truyền thông như website, bản tin nội bộ, trực quan, mạng xã hội nhằm tuyên truyền các sự kiện quan trọng của đất nước, của Tập đoàn và Vietsovpetro, các buổi đối thoại định kỳ hàng quý... tuyên truyền các nội dung thông điệp về Văn hóa doanh nghiệp, cảm nang văn hóa dầu khí, các văn bản, hướng dẫn của Tập đoàn đến toàn bộ CBCNV Vietsovpetro.

- Các tổ chức Đoàn thể Vietsovpetro đã đưa nội dung Văn hóa Doanh nghiệp vào các hoạt động trong năm để phổ biến, tuyên truyền, nâng cao nhận thức của người lao động về các giá trị cốt lõi cũng như vai trò của Văn hóa doanh nghiệp với sự phát triển của đơn vị.

- Vietsovpetro đã và đang rà soát, hoàn thiện các quy định, quy chế của Vietsovpetro và tiến hành điều chỉnh liên tục để phù hợp với thực tiễn, làm căn cứ xây dựng văn hóa thực thi công việc, tính tuân thủ và hiệu quả. Số tài liệu đã ban hành mới, chỉnh sửa trong 2020-2022 là: **139 tài liệu**, trong đó năm 2020: 64 tài liệu; năm 2021: 49 tài liệu, Và năm 2022 (đến hôm nay): 26 tài liệu.

+ Thực hiện Nhận diện các giá trị văn hóa cốt lõi, đánh giá, chọn lọc các giá trị phù hợp để xây dựng cảm nang văn hóa doanh nghiệp tại VSP;

+ Chuẩn bị các công việc cần thiết chuẩn bị phối hợp với đơn vị tư vấn triển khai thực hiện xây dựng ,,

”Cảm nang văn hóa doanh nghiệp Vietsovpetro”, dự kiến sẽ hoàn thành trong quý II năm 2023.

- Vietsovpetro thường xuyên thực hiện tuyên truyền bằng các hình thức trực quan như banner, khẩu hiệu, Art board, các bài viết trên bản tin nội bộ, Fanpage để nâng cao nhận thức, lan tỏa các thông điệp và thúc đẩy tinh thần người lao động trong các phong trào thi đua và các mặt công tác, trong đó có xây dựng VHDN.

- Vietsovpetro cơ bản đã hoàn thiện Bộ nhận diện thương hiệu và triển khai thống nhất, đồng bộ qua hệ thống cơ sở vật chất, văn phòng phẩm, ấn phẩm, để đáp ứng công việc và các hoạt động đều mang dấu ấn văn hóa. - Việc thực hiện chỉnh trang, cải tạo khu vực làm việc là hoạt động được Vietsovpetro quan tâm. Các tổ chức Công đoàn thường xuyên phát động các Phong trào sắp xếp không

gian làm việc, thân thiện, hiện đại, khoa học. thực hiện mô hình 5S tại văn phòng. Các phong trào lan tỏa ở các đơn vị thành viên và nhận được sự hưởng ứng tích cực của CBCNV. VSP đang tiến hành công tác chỉnh trang khu vực khuôn viên Tòa nhà BMDH để nâng cao công năng và xây dựng cảnh quan hài hòa, lan truyền cảm hứng tích cực đến toàn thể CBCNV

- Hàng năm, VSP đã xây dựng kế hoạch đào tạo tổng thể để bồi dưỡng phát triển năng lực chuyên môn, năng lực lãnh đạo và các kỹ năng mềm cho CBCNV cho các phòng ban/đơn vị.

+ Năm 2020: đã tổ chức 485 khóa

+ Năm 2021: đã tổ chức 573 khóa

+ Năm 2022: đã tổ chức 241 khóa (Số liệu 6 tháng đầu năm)

- Các tổ chức đoàn thể thường xuyên tổ chức các hoạt động giao lưu văn hóa, thể thao, teambuilding, ngày hội gia đình, các hoạt động giao lưu với đồng nghiệp phía Nga góp phần tăng cường tình đoàn kết, hữu nghị, gắn bó trong công việc. Công tác chăm lo cho đời sống của người lao động được Vietsovpetro quan tâm qua các hình thức thăm hỏi, động viên kịp thời CBNV ốm đau, gặp hoàn cảnh khó khăn, hiếu, hi; các hoạt động chăm lo cho công tác thiếu niên nhi đồng là con em của CBCNV; động viên, khen thưởng kịp thời các em có thành tích học tập xuất sắc.

- Công tác an sinh xã hội hỗ trợ, giúp đỡ cho các địa phương trên cả nước cũng được Vietsovpetro quan tâm, rất nhiều các công trình ASXH được thực hiện gồm các công trình giáo dục, Y tế; Hỗ trợ các trang thiết bị cho trường học, Y tế; phụng dưỡng bà mẹ Việt Nam anh hùng, tham gia các chương trình vì người nghèo... Năm 2020 Vietsovpetro đã hỗ trợ cho công tác ASXH với kinh phí 42.670.000 VNĐ, năm 2021 với kinh phí 78.771.242.000 VNĐ và năm 2022 là 18.035.403 VNĐ.

- Đối với công tác khen thưởng, hàng năm Vietsovpetro đánh giá tổng thể việc thực hiện nhiệm vụ của các tập thể, cá nhân và khen thưởng kịp thời các thành tích tiêu biểu. VSP chưa xây dựng hệ thống giải thưởng về VHDN

- Kết quả triển khai, áp dụng thực hiện Công văn 4371/DKVN – TT&VHDN ngày 02/8/2021 của Tổng giám đốc Tập đoàn về thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả”.

Việc triển khai tổ chức sinh hoạt chuyên đề phương châm hành động “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả” là một nội dung quan trọng trong đề án tái tạo văn hóa PetroVietnam nhằm giúp nâng cao hiệu quả hoạt động của từng cán bộ, đảng viên hướng đến hoàn thành mục tiêu của Tập đoàn, xây dựng Đảng bộ “Trong sạch, vững mạnh”.

### **- Kết quả đạt được:**

+ Nhìn chung, việc tổ chức sinh hoạt của các chi bộ theo đúng quy trình hướng dẫn của Đảng ủy Tập đoàn và VSP; hình thức sinh hoạt, nội dung phong phú, đa dạng bám sát thực hiện nhiệm vụ chính trị của chi bộ, cơ quan, đơn vị, nhiệm vụ chuyên môn của phòng ban và của từng cá nhân. Tinh thần nội dung chuyên đề và phương châm hành động này sẽ tiếp tục được các cấp ủy, đơn vị tiếp tục tuyên truyền và thực hiện tiếp tục trong năm 2022 và trong thời gian tới.

+ Việc tổ chức SHCD ở các chi bộ hầu hết đã phát huy tối đa tính tự giác của cán bộ, đảng viên, đoàn hội viên trong việc tham gia đóng góp xây dựng nội dung chuyên đề. Đảng ủy VSP đã chỉ đạo các chi bộ ban hành nghị quyết SHCD và triển khai áp dụng ngay sau buổi sinh hoạt; coi đây là một tiêu chí quan trọng để đánh giá.

Các đợt sinh hoạt chuyên đề đã có sức lan tỏa mạnh mẽ trong việc nâng cao nhận thức của Cán bộ, Đảng viên trong công tác quản trị cũng như thực hiện nhiệm vụ trên các mặt công tác, là một bước đột phá trong đề án tái tạo văn hóa Petrovietnam, xây dựng nội lực cho toàn đội ngũ để thực hiện mục tiêu chung của Vietsovpetro nói riêng và Tập đoàn nói chung.

### **- Kế hoạch xây dựng thực hiện hệ thống nhận diện thương hiệu của đơn vị thống nhất theo nhãn hiệu mới của Petrovietnam.**

- Trên cơ sở Kế hoạch xây dựng thực hiện thống nhất nhận diện thương hiệu của Petrovietnam, thông qua Hội nghị hôm nay, Liên doanh Việt-Nga Vietsovpetro xin báo cáo Tập đoàn Dầu khí một số điểm như sau:

1. Liên doanh Việt-Nga Vietsovpetro được thành lập dựa trên Hiệp định Liên chính phủ giữa Việt Nam-Liên Bang Nga, trong đó Petrovietnam và Zarubezhneft nắm giữ quyền chi phối.

2. Ngay từ khi thành lập, Nhãn hiệu Liên doanh Việt-Nga Vietsovpetro đã thiết kế dựa trên ý tưởng về màu sắc, biểu tượng phù hợp với đặc thù và lĩnh vực hoạt động của Liên doanh Việt – Nga Vietsovpetro là đơn vị liên danh giữa Việt Nam và Liên bang Nga. Nhãn hiệu này đã được hai phía thống nhất, áp dụng và sử dụng trong tất cả các hoạt động sản xuất kinh doanh, quan hệ đối ngoại, hợp tác và làm việc với các cơ quan quản lý nhà nước, các cơ quan trung ương và địa phương, các đối tác trong và ngoài nước suốt hơn 40 năm qua.

3. Nhãn hiệu này cũng đã được Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam thuộc Bộ khoa học và Công nghệ cấp giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hóa số 53103 theo QĐ A288/QĐ-ĐK vào ngày 27/2/2004 (Xin gửi kèm theo).

- Từ những cơ sở nêu trên, Vietsovpetro sẽ kiến nghị Tập đoàn Dầu khí Việt Nam xem xét để Vietsovpetro tiếp tục sử dụng thiết kế nhãn hiệu Liên doanh Việt-Nga Vietsovpetro trong hệ thống nhận diện thương hiệu của Vietsovpetro.

- Song song đó, Vietsovpetro cũng đang tiến hành rà soát Hệ thống nhận diện thương hiệu Vietsovpetro và lên kế hoạch chuẩn hóa Bộ nhận diện thương hiệu theo từng giai đoạn và sẽ tích hợp cùng với các biểu tượng Văn hóa..sau khi Sổ tay Văn hóa Vietsovetro được hoàn thiện, dự kiến vào quý II năm 2023.

## **TỔNG KẾT:**

### **1. Điểm mới, sáng tạo trong triển khai:**

**Xác định công tác truyền thông gắn với Văn hóa doanh nghiệp và con người là yếu tố quan trọng trong việc triển khai đồng bộ, hiệu quả các kế hoạch truyền thông cũng như lan tỏa và thấm sâu văn hóa Vietsovpetro đến toàn đội ngũ. Chính vì vậy, việc hoàn thiện mạng lưới truyền thông nội bộ được ưu tiên, chú trọng, song song đó là kế hoạch đào tạo để đội ngũ truyền thông là những sứ giả của Văn hóa doanh nghiệp, cụ thể;**

- Xây dựng Kế hoạch truyền thông đồng bộ với sự tham gia của tất cả các phòng ban BMDH/đơn vị thành viên.

- Công tác đào tạo cho đội ngũ làm truyền thông đang được Vietsovpetro ưu tiên với các kế hoạch đào tạo các nhóm kỹ năng quan trọng.

- Xây dựng mạng lưới truyền thông nội bộ để tạo nền tảng cho việc triển khai đồng bộ, hiệu quả và nâng cao sức lan tỏa, kết nối thông tin. Vietsovpetro xác định công tác Truyền thông

- Đa dạng hóa các kênh truyền thông nội bộ, trong đó có kênh Đối thoại định kỳ cùng người lao động được thực hiện hiệu quả, kịp thời phản ánh nguyện vọng, tâm tư của người lao động, làm cơ sở cho công tác quản trị.

- Đẩy mạnh hoạt động vận hành, khai thác các giá trị truyền thống, thành tựu, dấu ấn của Vietsovpetro với đội ngũ người lao động Vietsovpetro, người lao động dầu khí cũng như Văn hóa doanh nghiệp thông qua không gian Văn hóa tại phòng truyền thống Vietsovpetro.

### **2. Tồn tại, vướng mắc.**

Bên cạnh những điểm mới trong triển khai công tác truyền thông và VHDN tại Vietsovpetro vẫn đang tồn tại những hạn chế, vướng mắc cần được khắc phục và tháo gỡ:

- Đội ngũ chuyên trách cũng như kiêm nhiệm làm công tác truyền thông & VHDN còn mỏng và đôi lúc không ổn định (nhân sự phải luân chuyển để đảm trách các nhiệm vụ chuyên môn). Nhiệm vụ truyền thông với định hướng đổi mới mạnh mẽ và toàn diện trong thời gian sắp tới cần đội ngũ có tính chuyên nghiệp, có kinh nghiệm, kỹ năng vững vàng và đảm bảo tính ổn định để tham mưu, phối hợp triển khai, thực hiện hiệu quả công tác Truyền thông & VHDN, nhất là khi Vietsovpetro

bắt đầu triển khai các công việc nhằm xây dựng tái tạo VHDN trong VSP. Bên cạnh đó còn có cán bộ lãnh đạo chưa thật sự hiểu rõ tầm quan trọng của công tác Truyền thông & VHDN đối với hoạt động sản xuất kinh doanh nên vẫn chưa đầu tư, chưa sâu sát, chưa quan tâm đúng mức đến công tác truyền thông & VHDN, việc truyền tải các thông tin đôi khi chưa được phản ánh một cách kịp thời.

- Việc triển khai xây dựng VHDN tại Vietsovpetro cần sự đồng thuận từ hai phía Việt-Nga nên chưa đảm bảo được tiến độ thực hiện theo yêu cầu.

- Việc nắm bắt các thông tin thông tin tiêu cực ảnh hưởng đến hình ảnh Vietsovpetro vẫn đôi lúc chưa kịp thời.

### **3. Nguyên nhân:**

- Một bộ phận trong đội ngũ chưa thật sự quán triệt sâu sắc phương châm “Truyền thông không chỉ đi trước mà còn đi cùng, đi sau trong mọi hoạt động của doanh nghiệp” và Văn hóa doanh nghiệp là nền tảng cho sức mạnh của doanh nghiệp.

- Ảnh hưởng của dịch Covid -19 khiến cho một số hoạt động chưa thực hiện được theo đúng tiến độ đã đề ra.

- Chưa tập trung hoàn thiện được mạng lưới các cộng tác viên nắm bắt các thông tin từ dư luận, xã hội để kịp thời nắm bắt các thông tin trong công chúng.

### **4. Kinh nghiệm trong triển khai công tác TT&VHDN.**

- Để công tác TT&VHDN thực sự hiệu quả, đi sâu vào suy nghĩ, hành động của toàn đội ngũ, điều cốt lõi là cần sự vào cuộc của Ban lãnh đạo, đội ngũ quản lý cấp cao, cấp trung và sau đó là lan tỏa đến toàn thể CBCNV. Chính vì vậy, cần tăng cường tổ chức Hội thảo, các khóa Đào tạo, các buổi sinh hoạt chuyên đề để nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của công tác Truyền thông & VHDN đến toàn hệ thống chính trị, đặc biệt là đội ngũ lãnh đạo, các cán bộ làm công tác truyền thông.

- Kế hoạch truyền thông, triển khai VHDN cần được xây dựng theo từng giai đoạn, căn cứ tình hình thực tế để có lộ trình phù hợp, nhất quán, thường xuyên với quyết tâm cao và nêu gương, truyền cảm hứng từ các cấp lãnh đạo; gắn công tác truyền thông & VHDN với nhiệm vụ chung của đơn vị.

- Tổ chức thường xuyên các cuộc họp để trao đổi những kinh nghiệm nhằm đưa ra những đề xuất cũng như những phương pháp triển khai phù hợp nhằm đạt được hiệu quả cao nhất trong công tác Truyền thông & VHDN.

## **IV. KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT**

- Vietsovpetro mong muốn tiếp tục nhận được sự hỗ trợ, tư vấn từ phía Ban Truyền thông- Văn hóa doanh nghiệp của Tập đoàn trong quá trình triển khai cũng như những kinh nghiệm trong việc triển khai thực hiện dự án Văn hóa.



- Đề xuất Ban TT-VHDN Tập đoàn sớm có kế hoạch trong việc chỉ đạo các đơn vị thành viên hợp tác với các Cơ quan báo chí trong công tác tuyên truyền để các đơn vị chủ động trong việc xây dựng kế hoạch chi phí hàng năm.

- Đề xuất Ban truyền thông - Văn hóa Doanh nghiệp PVN tổ chức thêm các buổi workshop, hội thảo về các chủ đề liên quan đến công tác xây dựng VHDN, các buổi chia sẻ từ những chuyên gia, các đơn vị đã đạt được kết quả tốt trong việc triển khai dự án VHDN sẽ là cơ hội quý giá để đội ngũ những người làm VHDN tại các đơn vị nâng cao kỹ năng, kiến thức về VHDN.



TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN KHOAN VÀ DỊCH VỤ KHOAN DẦU KHÍ  
(PV DRILLING)

# BÁO CÁO CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

---



VỮNG BƯỚC TIÊN PHONG

# NỘI DUNG

I CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO

II PHƯƠNG PHÁP TRIỂN KHAI

KẾT QUẢ TRIỂN KHAI

ĐÁNH GIÁ CHUNG

KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT

III

IV

V





# TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN KHOAN VÀ DỊCH VỤ KHOAN DẦU KHÍ (PV DRILLING)



## I. CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO

Thực hiện chỉ đạo của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam tại Nghị quyết 281-NQ/ĐU ngày 15/5/2019 của Đảng ủy Tập đoàn về công tác Truyền thông và VHĐN; Kế hoạch 3623/KH-DKVN ngày 03/7/2019 của Tổng giám đốc Tập đoàn về triển khai thực hiện công tác Truyền thông và VHĐN, PV Drilling đã khẩn trương triển khai thực hiện các nội dung nói trên trong toàn Tổng công ty.



VỮNG BƯỚC TIÊN PHONG

## II. PHƯƠNG PHÁP TRIỂN KHAI

Đảng ủy Tổng công ty đã ban hành Nghị quyết số 250/NQ-ĐU về công tác Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp (VHDN), theo đó, Ban Thường vụ Đảng ủy PV Drilling lãnh đạo, quán triệt thực hiện Nghị quyết trong toàn hệ thống chính trị của Tổng công ty với 2 mục tiêu trọng điểm:

- Về công tác Truyền thông: Tối ưu hóa và tập trung nguồn lực, tạo sự liên kết để mang tính hiệu quả của hoạt động truyền thông với phương châm “truyền thông đi trước một bước”.
- Về xây dựng VHDN: Thống nhất nhận thức từ Lãnh đạo đến toàn thể Người lao động về các giá trị văn hóa nền tảng của PV Drilling, trên tinh thần đó, thực hiện hiệu quả mục tiêu xây dựng VHDN góp phần quan trọng vào sự phát triển bền vững của PV Drilling.

### III. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI

#### 1. Công tác truyền thông và quan hệ công chúng:

- Về nhân sự : PV Drilling đã hoàn thiện cơ cấu bộ phận Truyền thông thuộc Văn phòng TCT. Theo đó, bộ phận Truyền thông gồm có 2 nhân sự chuyên trách công tác truyền thông và thương hiệu (PR). Bên cạnh đó, PV Drilling cũng có bộ phận Quan hệ cổ đông phụ trách công tác quan hệ cổ đông, nhà đầu tư (IR).
- Nguồn lực truyền thông: trong những năm gần đây do ảnh hưởng của khủng hoảng giá dầu, thị trường việc làm khan hiếm, các dự án khoan trong nước triển khai dè dặt, nguồn ngân sách PV Drilling dành cho hoạt động truyền thông và quan hệ công chúng cũng khiêm tốn hơn, chủ yếu sử dụng trên tinh thần tiết kiệm và tận dụng nguồn lực nội bộ nhưng vẫn đảm bảo mang lại hiệu quả tích cực trong công tác truyền thông.



### **III. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI (tt)**

- Các công cụ truyền thông:

Website của PV Drilling đã được xây dựng và hoạt động hiệu quả, là kênh thông tin chính thức để công bố thông tin tới cổ đông, nhà đầu tư, khách hàng và đối tác. Năm 2019, PV Drilling đã hoàn thành công tác nâng cấp tính năng và thay đổi giao diện website nhằm mang tới cho độc giả một giao diện hiện đại, thân thiện, hỗ trợ truy cập thông tin tiện lợi hơn.

Duy trì quan hệ hợp tác với các cơ quan báo chí trong ngành dầu khí, các đơn vị báo chí ngoài ngành, thường xuyên theo dõi các hoạt động của ngành dầu khí để hợp tác, đẩy mạnh công tác truyền thông.

Thực hiện truyền thông nội bộ, PV Drilling tăng cường thực hiện các Bản tin (newsletters) cho từng lĩnh vực chuyên môn như Pháp chế, An toàn – chất lượng, Kiểm toán..., sản xuất clip, phim ngắn, báo cáo thường niên để quảng bá thông tin hoạt động đến CBCNV.

### III. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI (tt)

- Công tác quản trị thông tin: Tại PV Drilling, Tổng giám đốc ủy quyền cho một Phó Tổng giám đốc thực hiện công bố thông tin. Tất cả các thông tin công bố đều được thực hiện theo đúng quy định hiện hành của Tổng công ty.
- Hằng năm, kế hoạch truyền thông của PV Drilling đều được xây dựng và thực hiện bài bản, chuyên nghiệp. Công tác tổng hợp thông tin báo, đài và xử lý khủng hoảng truyền thông cũng được thực hiện kịp thời.
- PV Drilling đang triển khai cập nhật, hoàn thiện một số các quy chế, quy định nội bộ về công tác truyền thông, quan hệ cổ đông.





### III. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI (tt)

#### 2. Công tác xây dựng VHDN:

- Thực hiện tinh thần Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam về Kế hoạch triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam; PV Drilling đã khẩn trương thành lập Ban chỉ đạo triển khai Đề án “Giữ gìn và phát huy văn hóa PV Drilling”
- Căn cứ trên đặc thù hoạt động sản xuất kinh doanh và những nét văn hóa đặc trưng đã được hình thành trong suốt quá trình xây dựng và phát triển của đơn vị, PV Drilling đã xây dựng Đề án “Giữ gìn và phát huy văn hóa PV Drilling” và triển khai kế hoạch số 42/PVD-VP ngày 27/01/2021 về việc thực hiện đề án trên cơ sở bám sát 9 Nội dung đã được hướng dẫn tại Kế hoạch số 5799/KH-DKVN của Tập đoàn.
- Các nội dung thuộc Kế hoạch số 42/PVD-VP được cụ thể hóa bằng các mục tiêu, công việc rõ ràng, phân công từng thành viên Ban chỉ đạo chịu trách nhiệm theo dõi, chỉ đạo các Ban/Văn phòng và đơn vị thành viên triển khai thực hiện;
- Các Ban/Văn phòng và đơn vị triển khai thực hiện và định kỳ báo cáo Trưởng Ban chỉ đạo.

### **III. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI (tt)**

2.1 Đến 9 tháng đầu năm 2022, Tổng công ty đã hoàn thành triển khai thực hiện toàn bộ 9 nội dung của Đề án tái tạo văn hóa Petrovietnam. Theo đó, 9 nội dung đề án đã được PV Drilling triển khai phù hợp với tình hình đơn vị cụ thể:

| <b>Nội dung</b> | <b>Chi tiết</b>  | <b>Tình trạng</b> |
|-----------------|--|-------------------|
| Nội dung 1      | Đưa nội dung thực hiện VHĐN vào thỏa ước lao động tập thể, các quy định của đơn vị, có sự cam kết song phương giữa người sử dụng lao động và người lao động về thực hiện VHĐN tại hội nghị người lao động. | Đã hoàn thành     |
| Nội dung 2      | Tổng hợp, rà soát hoàn thiện các quy chế, quy định trong xử lý, giải quyết công việc thành bộ quy chế quản trị làm căn cứ xây dựng văn hóa thực thi công việc, tính tuân thủ và hiệu quả.                  | Đã hoàn thành     |
| Nội dung 3      | Xác định các quy định, các giá trị văn hóa của đơn vị làm chuẩn mực để CBCNV, NLĐ thực hiện.   | Đã hoàn thành     |



### III. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI (tt)

| Nội dung   | Chi tiết   | Tình trạng    |
|------------|--|---------------|
| Nội dung 4 | Tổ chức tuyên truyền, phổ biến bằng các công cụ truyền thông, tăng cường tuyên truyền trực quan về những quy định, các giá trị văn hóa của đơn vị đến CBCNV biết và hiểu để nâng cao nhận thức, ý thức trong việc thực hiện các giá trị chung.   | Đã hoàn thành |
| Nội dung 5 | Xây dựng, hoàn thiện Hệ thống nhận diện thương hiệu và sử dụng thống nhất, đúng quy định thể hiện thông qua hệ thống cơ sở vật chất, văn phòng phẩm, ấn phẩm, sản phẩm... đáp ứng công việc, hoạt động đều mang dấu ấn văn hóa.  | Đã hoàn thành |
| Nội dung 6 | Tái tạo và xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp hiệu quả thông qua việc chỉnh trang, sắp xếp văn phòng làm việc, nhà xưởng xanh sạch, khoa học trên tinh thần tiết kiệm, hiệu quả, tối ưu hóa nguồn lực nội bộ; tuân thủ thời gian làm việc theo quy định; thực hiện văn hóa “đúng giờ” trong công tác hội họp, sự kiện; trang phục lịch sự và phù hợp với công việc đảm nhận; | Đã hoàn thành |

### III. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI (tt)

| Nội dung   | Chi tiết  | Tình trạng           |
|------------|---|----------------------|
| Nội dung 7 | Xây dựng văn hóa học tập cùng phát triển thông qua việc thúc đẩy tinh thần tự học, tự đào tạo, tăng cường công tác đào tạo nội bộ . Tổng công ty cũng đã ban hành Cẩm nang phát triển năng lực cá nhân và Quy trình thảo luận phát triển nhằm hỗ trợ và thúc đẩy tinh thần tự phát triển bản thân               | Đã hoàn thành        |
| Nội dung 8 | Phát huy vai trò của các tổ chức đoàn thể, tổ chức các hoạt động sinh hoạt tập thể nhằm gắn kết, chia sẻ giữa CBCNV thông qua các hình thức: team buiding, ngày hội gia đình, chương trình đối thoại, tọa đàm giữa lãnh đạo và CBCNV, tổ chức các cuộc thi, các hoạt động giao lưu thể thao, văn hóa, văn nghệ. | Đã và đang thực hiện |
| Nội dung 9 | Có hình thức khen thưởng, vinh danh phù hợp cho các tập thể, cá nhân thực hiện tốt; phê bình, xử phạt các tập thể, cá nhân không thực hiện theo đúng quy định.  | Đã và đang thực hiện |

### III. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI (tt)

#### 2.2 Công tác triển khai thực hiện Công văn 4371/DKVN-TT&VHDN:

- Đảng ủy PV Drilling đã ban hành Kế hoạch số 123 KH/ĐU ngày 06/9/2021 để triển khai đợt sinh hoạt chính trị cao điểm với chuyên đề “đoàn kết – kỷ cương – sáng tạo – Hiệu quả” trong toàn Đảng bộ. Đã có 14/14 (đạt 100%) số chi/đảng bộ trực thuộc triển khai sinh hoạt chuyên đề trong Quý IV năm 2021 và ban hành kết luận/ng nghị quyết để triển khai thực hiện trong toàn Đảng bộ theo đặc thù của từng đơn vị.



### III. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI (tt)

#### 2.3 Công tác xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu theo logo mới:

- PV Drilling đã hoàn tất công tác xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu mới và chính thức đưa vào sử dụng vào đầu năm 2021.
- Thực hiện chỉ đạo của Tập đoàn tại công văn số 4094/KH-DKVN ngày 21/7/2022 về Kế hoạch triển khai Hệ thống nhận diện thương hiệu Petrovietnam trong toàn Tập đoàn, PV Drilling đang triển khai xây dựng thương hiệu mới của PV Drilling và công ty con theo nhận diện thương hiệu mới của Tập đoàn để trình Tập đoàn phê duyệt theo kế hoạch.

## IV. ĐÁNH GIÁ CHUNG

### 1. Điểm mới, sáng tạo trong triển khai

- Tăng cường sử dụng các kênh truyền thông đa phương tiện để nâng cao hiệu quả của công tác truyền thông nội bộ và đại chúng.
- Trong thời gian đại dịch diễn biến phức tạp trên cả nước, để đảm bảo hoạt động SXKD liên tục, thông tin được truyền tải kịp thời đến tất cả người lao động, đặc biệt là những người lao động làm việc trên các giàn khoan, tại các dự án nước ngoài và các cổ đông, đối tác, khách hàng, PV Drilling đã chủ động sử dụng hiệu quả các ứng dụng CNTT hiện đại như Zoom, MS. Team, Zalo...

## **IV. ĐÁNH GIÁ CHUNG (tt)**

### **2. Tồn tại, vướng mắc & nguyên nhân**

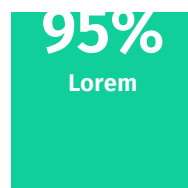
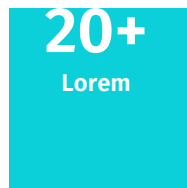
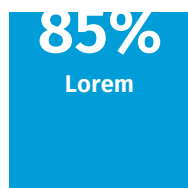
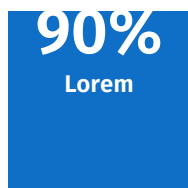
PV Drilling là đơn vị cung cấp dịch vụ kỹ thuật đặc thù của Tập đoàn, cũng là một trong những đơn vị chịu ảnh hưởng nặng nề nhất của khủng hoảng giá dầu, đến nay dù giá dầu thô đã cải thiện đáng kể nhưng khối lượng công việc còn ít, dẫn đến kết quả sản xuất kinh doanh từ năm 2015 trở lại đây không được khả quan, vì thế ngân sách cho các hoạt động truyền thông và VHDN khá hạn chế, lực lượng nhân sự ít, các hoạt động được thực hiện ở mức độ tương đối, chưa được triển khai mạnh mẽ để đạt được hiệu quả cao nhất.



## IV. ĐÁNH GIÁ CHUNG (tt)

### 3. Kinh nghiệm trong triển khai công tác TT & VHDN.

Do điều kiện kinh tế, ngân sách truyền thông hạn chế, PV Drilling chủ yếu sử dụng các nguồn lực nội bộ, các phương tiện truyền thông có sẵn để quảng bá hoạt động và khẳng định thương hiệu tại thị trường trong nước và quốc tế. Thông qua hoạt động đội nhóm, tăng cường gắn kết, công tác truyền thông nội bộ đã được thực hiện hiệu quả, trong khó khăn, thách thức, mỗi CBCNV đều ý thức đóng góp và nỗ lực nhiều hơn nữa để góp phần đưa Tổng công ty sớm vượt qua tất cả các khó khăn, thách thức, hoàn thành tốt các kế hoạch kinh doanh, phát triển đúng Chiến lược đã được hoạch định.





## **V. KIẾN NGHỊ - ĐỀ XUẤT**

Hiện nay, số lượng báo, đài, tạp chí phát triển rất nhiều. Hoạt động trong giai đoạn đơn vị còn nhiều khó khăn, ngân sách truyền thông còn hạn chế, PV Drilling chỉ lựa chọn hợp tác với một số đơn vị nhất định. Trong quá trình xử lý khủng hoảng/ sự cố truyền thông, PV Drilling kính đề nghị Tập đoàn hỗ trợ kết nối xử lý khủng hoảng/ sự cố hoặc tăng cường quảng bá vào các sự kiện quan trọng để đạt hiệu quả truyền thông cao nhất.

THANK YOU.





TỔNG CÔNG TY THĂM DÒ KHAI THÁC DẦU KHÍ  
[www.pvep.com.vn](http://www.pvep.com.vn)

# THAM LUẬN VỀ TRUYỀN THÔNG & VĂN HÓA DOANH NGHIỆP CỦA PVEP

*Hà Nội, ngày 10 tháng 9 năm 2022*

**I. Công tác chỉ đạo**

**II. Phương pháp triển khai**

**III. Kết quả triển khai**

**IV. Đánh giá chung, Đề xuất & Kiến nghị**

- PVEP là đơn vị có bề dày truyền thống, đảm nhiệm lĩnh vực hoạt động cốt lõi E&P của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam
- Là doanh nghiệp tiên phong hội nhập quốc tế, đối tác của các công ty dầu khí nước ngoài đầu tư vào Việt Nam, đồng thời đã triển khai hàng chục dự án đầu tư ở ngoài nước.
- Khó khăn chung của nền kinh tế do tác động kép của giá dầu giảm và dịch bệnh Covid-19 giai đoạn gần đây, và hiện còn nhiều biến động khó lường.



- **Chỉ đạo từ PVN:** Nghị quyết 281-NQ/ĐU ngày 15/5/2019; Quyết định số 6774/QĐ-DKVN ngày 27/11/2019; Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020; Kế hoạch 3623/KH-DKVN ngày 3/7/2022 ... và các văn bản chỉ đạo khác có liên quan đến công tác TT&VHDN.
- **Tại PVEP:** Quán triệt trong toàn hệ thống chính trị kế thừa, xây dựng và triển khai thực hiện các nghị quyết, kế hoạch về công tác TT&VHDN của Tập đoàn.
  - Thành lập Ban Chỉ đạo Văn hóa doanh nghiệp PVEP, cùng với Quy chế làm việc của Ban Chỉ đạo tại QĐ số 242/QĐ-TDKT ngày 28/3/2022.
  - Tuân thủ các quy định, quy chế hiện hành của PVEP/PVN về các hoạt động liên quan đến công tác TT&VHDN.

Phương pháp, công cụ hỗ trợ triển khai công tác TT&VHDN tại PVEP:





- 1. Kết quả trong công tác truyền thông và quan hệ công chúng.**
- 2. Kết quả trong công tác xây dựng văn hóa doanh nghiệp.**
- 3. Kết quả thực hiện 9 nhóm nhiệm vụ trong Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 về triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam trong toàn Tập đoàn.**
- 4. Kết quả thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả.”**

## 1. Kết quả trong công tác truyền thông và quan hệ công chúng:

- ✓ Thông tin thông suốt, chính xác và kịp thời, định hướng rõ ràng, tuyên truyền có trọng tâm, trọng điểm .
- ✓ Hệ thống truyền thông đa kênh, đa dạng, đa tương tác;
- ✓ Thiết lập, củng cố và duy trì quan hệ tốt đẹp với các cơ quan báo chí trung ương và địa phương.
- ✓ Đội ngũ đảm trách công tác truyền thông được đào tạo bài bản và thường xuyên được nâng cao về kỹ năng viết tin bài, xử lý khủng hoảng truyền thông.
- ✓ Các công cụ và phương thức truyền thông của PVEP ngày càng được đổi mới, đa dạng và phong phú hơn
- ✓ Coi trọng công tác truyền thông nội bộ

## Các nội dung/sự kiện truyền thông tập trung trong năm 2022:

- **Các hoạt động tổ chức, tuyên truyền các hoạt động chào mừng kỷ niệm 15 năm Ngày thành lập Tổng công ty:** *Phim tư liệu và Kỷ yếu “PVEP - 15 năm Vươn mình phát triển”; Tuyên truyền và tổ chức thành công Giải chạy “Tăng tốc cùng PVEP” và Cuộc thi ảnh “PVEP trong Tôi”; Tổ chức Hội khảo Kỹ thuật “Đột phá trữ lượng - Gia tăng sản lượng”; Tổ chức thành công Lễ kỷ niệm 15 năm Ngày thành lập PVEP vào ngày 27/5/2022...*
- **Các chương trình tài trợ, phối hợp tổ chức với các đơn vị truyền thông, báo chí:** *Báo Xuân 2022, chuỗi Chương trình phòng chống Covid-19, tài trợ các chương trình như Đất nước trọn niềm vui; Mùa xuân cho em lần thứ 15; Hào khí Việt Nam, Diễn đàn kinh tế Việt nam 2022-2027, tài trợ kinh phí tổ chức Đại hội...*
- **Phổ biến, tuyên truyền Hội thảo về Luật Dầu khí sửa đổi góp phần đổi ngành Dầu khí phát triển.**

## 2. Kết quả trong công tác xây dựng văn hóa doanh nghiệp:

- ✓ Xây dựng thương hiệu PVEP trở thành một thương hiệu uy tín và có năng lực trên thị trường tìm kiếm, thăm dò và khai thác dầu khí.
- ✓ Hoàn thiện một nền tảng tư tưởng, giá trị cốt lõi đặc trưng trên cơ sở hài hòa với văn hoá PetroVietnam.
- ✓ Xây dựng và duy trì được một môi trường làm việc hiện đại, lành mạnh và bình đẳng.
- ✓ Đội ngũ người lao động chuyên nghiệp, trách nhiệm và đoàn kết.
- ✓ Quán triệt tổ chức thực hiện các văn bản mới của Trung ương, của Đảng ủy Tập đoàn.

## 3. Kết quả thực hiện Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020:

- **Nội dung 1:** PVEP đã ban hành và đưa nội dung thực hiện VHDN vào thỏa ước lao động tập thể và nhận được sự cam kết thực hiện sự cam kết song phương giữa Người lao động và Người sử dụng lao động.
- **Nội dung 2:** PVEP đang tiếp tục rà soát, hoàn thiện hệ thống văn bản pháp lý nội bộ và thực hiện kế hoạch xây dựng và ban hành 54 Quy trình/Quy định/Hướng dẫn trong hệ thống văn bản ISO trong năm 2022; đã triển khai ứng dụng hệ thống Văn phòng điện tử mới 1Office.
- **Nội dung 3:** Cẩm nang VHDN PVEP đã được ban hành theo Quyết định số 2344/QĐ-TDKT ngày 12/11/2014, hiện đang tiếp tục sửa đổi và dự kiến ban hành mới Quy ước VHDN trước Quý I/2023.
- **Nội dung 4:** Các hoạt động tuyên truyền bằng hình thức trực quan qua các kênh truyền thông (banner, website, facebook, fanpage, bản tin phát thanh nội bộ ...) về các ngày lễ lớn, các sự kiện lớn của TCT thường xuyên được duy trì.
- **Nội dung 5:** PVEP đang tích cực hoàn thiện thiết kế nhận diện thương hiệu PVEP phù hợp với các quy định của PVN, dự kiến hoàn thành trong năm 2022.

## Kết quả thực hiện Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 (tiếp):

- **Nội dung 6:** Việc chỉnh trang, cải tạo khu vực làm việc là hoạt động thường xuyên, định kỳ hàng quý được kiểm tra tại trụ sở Tổng công ty và các đơn vị.
- **Nội dung 7:** PVEP tiếp tục duy trì triển khai chương trình đào tạo tổng thể bằng cả hai hình thức trực tiếp và trực tuyến: phổ biến lấy ý kiến Luật dầu khí sửa đổi, hướng dẫn sử dụng hệ thống chữ ký điện tử, hướng dẫn sử dụng hệ thống 1Office, khóa học luật đấu thầu nâng cao, hội thảo về xây dựng thương hiệu và văn hoá doanh nghiệp cho cấp Lãnh đạo, chương trình đào tạo cấp trung ...
- **Nội dung 8:** PVEP đã triển khai tích cực chương trình an sinh xã hội với số tiền giải ngân tính đến hết tháng 8/2022 là khoảng 9,5 tỷ đồng.
- **Nội dung 9:** Đối với công tác khen thưởng, PVEP đã đề ra nhiều hình thức đề động viên kịp thời các tập thể, cá nhân có thành tích tiêu biểu và được trao khen thưởng tại các Hội nghị sơ kết, tổng kết, đặc biệt tại sự kiện lớn kỷ niệm 15 năm Ngày thành lập PVEP.

## 4. Kết quả thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả”:

- Phổ biến, tuyên truyền, đưa vào nội dung sinh hoạt chuyên đề của các Chi, Đảng bộ.
- Hoàn thành nghiên cứu và đang áp dụng các nội dung Phương châm hành động của PVN vào trong Quy chế đánh giá hoàn thành nhiệm vụ CBNV.





# ĐÁNH GIÁ CHUNG, ĐỀ XUẤT & KIẾN NGHỊ



## Những tồn tại, hạn chế:

- Hệ thống giá trị cốt lõi của PVEP tuy đã được xây dựng và khẳng định được sự đúng đắn, nhưng vẫn còn chưa làm nổi bật được những giá trị tiêu biểu của văn hóa PVEP.
- Công tác đào tạo, tuyên truyền giá trị của VHDN sâu hơn đến từng cá nhân/đơn vị cần phải được cải tiến để tăng cường triển khai tích cực, hiệu quả hơn.
- Công tác truyền thông đôi lúc chưa được triển khai đồng đều, đồng bộ, thường tập trung theo các chuyên đề.
- Các hoạt động hoạt động văn hóa nghệ thuật, sinh hoạt tập thể mang nét văn hóa PVEP chưa được tổ chức, duy trì thường xuyên theo hướng đổi mới, sáng tạo.
- Ngân sách hoạt động bị thu hẹp bao gồm cả 1 số chính sách phúc lợi nên không có điều kiện triển khai nhiều hoạt động.

- Xem xét, bổ sung chi phí triển khai công tác TT&VHDN trong thời gian tới phù hợp với thực tế chung và xứng với tầm quan trọng của các hoạt động này, nhằm tăng thêm tính chủ động của PVEP trong công tác TT&VHDN.
- Tiếp tục quan tâm, hỗ trợ và có các định hướng, hướng dẫn PVEP tổ chức triển khai hiệu quả các nội dung được chỉ đạo trên cơ sở phát huy bài học thành công từ các đơn vị khác trong Tập đoàn.

# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Công ty CP Phân bón Dầu khí Cà Mau)*

## I. CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO

- PVCFC đã thành lập Ban chỉ đạo, Ban triển khai và tổ chức thi dự án.

- Đảng ủy PVCFC đã ban hành Phiếu xử lý Văn bản số 40 ngày 9/8/2021 yêu cầu các Chi bộ và các tổ chức đoàn thể Công ty triển khai sinh hoạt chuyên đề “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả”. Chỉ đạo Đảng bộ phận Nhà máy Đạm Cà Mau là đơn vị điểm tổ chức triển khai quán triệt chuyên đề trên đối với các chi bộ trực thuộc.

- Ban chỉ đạo dự án chỉ đạo lồng ghép các nội dung:

Tổng giám đốc Công ty ban hành quyết định phê duyệt các hoạt động theo kế hoạch khung thuộc dự án văn hóa PVCFC, giao ban triển khai dự án xây dựng kế hoạch chi tiết nhằm triển khai các hoạt động trên hàng năm.

Triển khai các chương trình đào tạo kết hợp hoạt động ngoại khóa với chủ đề “Hiệu quả và Trách nhiệm”, “Đổi mới và Sáng tạo”, “Thích ứng – Linh hoạt”.

- Truyền thông các nội dung, hoạt động văn hóa trên các kênh bản tin PVCFC news, FAW, E-office, email.

- Truyền thông các nội dung hướng tới khách hàng, bà con nông dân. Là một thương hiệu lớn, Phân bón Cà Mau ngoài mục tiêu sản xuất kinh doanh hiệu quả, công tác truyền thông sẽ tập trung vào việc tuyên truyền những giá trị phát triển nông nghiệp, nông dân, nông thôn bền vững, thịnh vượng, góp phần xây dựng một liên minh nông nghiệp thời đại mới.

## II. PHƯƠNG PHÁP TRIỂN KHAI

- Nhằm đảm bảo tính bền vững và thực chất của VHDN, PVCFC đã xây dựng VHDN theo các nguyên tắc sau:

Không chỉ từ trên xuống mà còn từ dưới lên (mỗi thành viên PVCFC là một nhân tố kiến tạo văn hóa, không chỉ là nhân tố thụ hưởng văn hóa).

Không chỉ từ ngoài vào mà còn từ trong ra (mỗi thành viên sẽ ý thức tự thay đổi mình trước hết, tự mỗi thành viên sẽ thay đổi từ niềm tin, bản tính và giá trị ở sâu bên trong con người cho đến thay đổi về hành vi và thái độ bên ngoài). Nói cách khác, hành trình kiến tạo văn hóa là hành trình “từ triết lý sống của cá nhân đến Văn hóa chung của tổ chức”.

Không chỉ tập trung vào phần lá, cành, thân, mà còn kiến tạo từ phần gốc rễ và cả đất nữa. Nghĩa là, không chỉ tập trung vào văn hóa bản sắc mà quên đi phần văn hóa nền tảng để làm bệ đỡ, làm môi trường sống cho văn hóa bản sắc.

- Đối với công tác truyền thông, Phân bón Cà Mau với đặc thù ngành hàng và phát triển thị trường, công tác truyền thông được triển khai đồng bộ, kết hợp các phương pháp sau:

Về nhân sự: đội ngũ chuyên trách về truyền thông phục vụ đa dạng các đối tượng và chủ đề truyền thông. Tuy đội ngũ nhân sự mỏng (5 nhân sự), nhưng công tác truyền thông liên tục đổi mới, sáng tạo và kịp thời đáp ứng nhu cầu truyền thông của công ty. Đặc biệt, tại thời điểm Covid diễn biến phức tạp, các hoạt động truyền thông Digital Marketing được thực hiện bài bản, chuyên nghiệp và trở thành giải pháp tối ưu khi truyền thông truyền thống không thể thực hiện được. Đội ngũ nhân sự luôn gia tăng kiến thức chuyên môn, phục vụ tốt nhu cầu của công ty và đề xuất các hoạt động truyền thông hiện đại, bắt kịp xu hướng thị trường và ngành phân bón.

Về kế hoạch, đầu tư nguồn lực: Xây dựng kế hoạch truyền thông theo năm, quý, tháng và được cấp có thẩm quyền phê duyệt và triển khai nhiều mũi truyền thông từ bên trong ra bên ngoài.

Về nội dung truyền thông:

\* Phân Bón Cà Mau là một trong những đơn vị tổ chức hoạt động truyền thông xuyên suốt theo thông điệp năm. Theo đó, với mỗi năm, các hoạt động truyền thông chung và hoạt động theo từng đối tượng và công cụ sẽ triển khai nhất quán theo 01 chủ đề.

\* Tổ chức nguồn tin, mạng lưới cộng tác viên truyền thông nội bộ, phân loại, tổ chức khuyến khích đóng góp, tự viết bài, giao lưu, đào tạo...

Về công cụ truyền thông: đa dạng hóa và thích ứng sáng tạo trong việc sử dụng công cụ áp dụng đúng thời điểm và đối tượng cần truyền thông.

\* Nhận định là thương hiệu dẫn đầu về Digital Marketing trong ngành phân bón, các hoạt động truyền thông Digital của Phân Bón Cà Mau có tính hiệu quả cao khi được ứng dụng đa dạng trên nhiều hoạt động: sản phẩm, thương hiệu, bán hàng, ra mắt sản phẩm mới....

\* Song song sử dụng các công cụ truyền thông truyền thống, nội bộ, đại chúng, chú trọng tính tương tác, truyền thông trải nghiệm người thật việc thật...

- Đo lường hiệu quả, kiểm soát thông tin, quản trị rủi ro, nguy cơ khủng hoảng truyền thông.

### III. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI

#### *3.1. Kết quả trong công tác truyền thông và quan hệ công chúng:*

PVCFC triển khai đa dạng các hoạt động truyền thông cho từng đối tượng khác nhau. Mỗi đối tượng đều có thông điệp truyền thông xuyên suốt, nhất quán tương ứng mỗi năm.

##### *3.1.1 Về truyền thông thương hiệu, hướng đến người tiêu dùng:*

- Tại PVCFC hoạt động truyền thông hướng đến người tiêu dùng chia làm nhiều chiến dịch khác nhau nhằm phục vụ các mục đích phát triển thương hiệu và truyền thông bộ sản phẩm PBCM, đồng thời nhất quán phục vụ mục tiêu truyền thông chung theo thông điệp năm.

- Tăng cường phát triển kênh truyền thông truyền thống như các cơ quan báo chí chính thống để cùng hợp tác truyền tải thông tin về thương hiệu Phân bón Cà Mau. Xây dựng kịch bản truyền thông và phát triển các bản tin Nâng tầm nông sản Việt, các phóng sự về thương hiệu Quốc gia, phóng sự về chuẩn bị nguồn cung Phân bón và các chủ đề về cơ chế, chính sách, về giá phân bón, xuất nhập khẩu, các chương trình đồng hành với bà con nông dân trong bối cảnh giá phân bón tăng cao như Phân bón Cà Mau - Cùng nhau san sẻ 1, 2, Mùa Vàng thắng lớn...

- Sản xuất các công cụ tư liệu như phim giới thiệu, phóng sự chuyên đề về Công ty nhằm quảng bá thương hiệu PBCM cho thị trường trong nước đồng thời xây dựng ý tưởng phù hợp sản xuất phim giới thiệu Công ty tại thị trường CPC.

- Tiếp tục triển khai chương trình livestream/phóng sự/bài viết hướng dẫn kỹ thuật canh tác lúa chất lượng cao, kỹ thuật chăm sóc cây ăn trái và phương pháp sử dụng bộ sản phẩm PBCM đạt hiệu quả như: Chuỗi Video giao lưu trực tuyến với sự đồng hành cùng các chuyên gia khách mời, các phóng sự/bài viết hướng dẫn giải pháp canh tác hiệu quả cho các loại cây trồng trên các vùng đất khác nhau,...

- Truyền thông kịp thời các mô hình sử dụng sản phẩm phân bón hiệu quả trên cây sầu riêng, cây chè, cây café, cây thanh long, cây nhãn ...trên các phương tiện, từ đó lan tỏa sự tin tưởng về sản phẩm, thương hiệu.

- Truyền thông chương trình Bí kíp vàng: Đây là hoạt động truyền thông xuyên suốt từ 2019, với thông điệp: Phân Bón Cà Mau đem tới cho bà con bộ Bí Kíp Vàng để canh tác những vụ mùa trúng lớn. Phân Bón Cà Mau cũng là đơn vị có hệ thống Digital Marketing cộng hưởng để truyền thông về bộ giải pháp dinh dưỡng toàn diện cho cây trồng, gồm các hoạt động nòng cốt: Truyền thông về cách thức sử dụng sản phẩm; truyền thông về điểm ưu việt của sản phẩm; truyền thông về những mô hình nông dân tiêu biểu sử dụng và thành công với bộ sản phẩm mang thương hiệu PBCM.

### *3.1.2 Về truyền thông nội bộ xây dựng văn hóa doanh nghiệp*

- Công tác Truyền thông nội bộ được sự quan tâm của Ban lãnh đạo và cả CBCNV công ty. Văn hóa PVCFC được đánh giá cao, liên tục bồi dưỡng và phát triển từ đó tạo nền tảng vững chắc giúp hoạt động Truyền thông nội bộ được trơn tru, dễ dàng hơn: đào tạo, tập huấn và truyền thông tin tức phổ rộng, đa dạng từ nội dung đến hình thức.

- Truyền thông nội bộ với nhiều hoạt động đa dạng và vẫn bám vào chủ đề xuyên suốt năm. Cụ thể năm 2021: “Bứt phá dẫn đầu”. Thông điệp trong bối cảnh dịch bệnh Covid phức tạp, ngành nông nghiệp nói chung và phân bón nói riêng gặp nhiều khó khăn. Truyền thông nội bộ mục tiêu giúp toàn thể Phân Bón Cà Mau bứt phá, đồng lòng, vững vàng ở vị thế dẫn đầu ngành phân bón, với doanh thu và chỉ số phát triển tăng trưởng vượt trội.

- Chủ đề xuyên suốt năm 2022: “Thích ích linh hoạt – Đổi mới sáng tạo”. Thông điệp từ Ban lãnh đạo Phân bón Cà Mau với mong muốn từng cá nhân, từng đơn vị của PVCFC cần nỗ lực hơn nữa, cố gắng hơn nữa, đồng lòng vượt thử thách, viết tiếp thành công

- Công cụ truyền thông nội bộ đa dạng hình thức như facebook @ work, email, groups nội bộ, zalo, bản tin truyền hình PVCFC NEWS.

### *3.1.3 Công tác quản trị thông tin*

- Quy định pháp lý: thường xuyên cập nhật các quy định liên quan của pháp luật, đã ban hành và áp dụng quy chế công bố thông tin cho báo chí, quy trình, hướng dẫn, kế hoạch chi tiết về công tác truyền thông, phát ngôn, công bố thông tin.

- Nguồn thông tin và sử dụng thông tin: đã thiết lập hệ thống nguồn thông tin thông suốt, liên tục từ Ban biên tập truyền thông nội bộ bao gồm các đơn vị, bộ phận liên quan trong nội bộ, đặc biệt các bộ phận quan trọng như Nhà máy, kinh doanh, kế hoạch, văn phòng, QTNL...và các nguồn thông tin bên ngoài; bộ phận đầu mối về truyền thông tiếp nhận, phân loại, phân tích, biên tập, sử dụng thông tin phù hợp với từng thời gian, tính chất..., đồng thời, bảo mật thông tin theo quy định, dự phòng các phương án xử lý rủi ro để ngăn ngừa khủng hoảng truyền thông

- Theo dõi, kiểm soát, đánh giá, xử lý rủi ro: sử dụng các báo cáo phân tích truyền thông chuyên sâu và trích lục thông tin hàng ngày hàng tuần bằng phương tiện hiện đại và đơn vị dịch vụ chuyên ngành để theo dõi thông tin, đặc biệt là thông tin online để đánh giá mức độ tích cực/tiêu cực, nhanh chóng thực hiện các biện pháp xử lý rủi ro nếu cần thiết.

- Báo cáo, đánh giá hàng tháng, hàng năm cho ban điều hành để điều chỉnh thông tin kịp thời với những thông tin nhạy cảm.

### **3.2. Kết quả trong công tác xây dựng văn hóa doanh nghiệp**

#### **3.2.1. Kết quả thực hiện 9 nội dung theo Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020**

\* **Nội dung 1:** Đưa nội dung thực hiện VHDN vào thỏa ước lao động tập thể, các quy định của đơn vị, có sự cam kết song phương giữa người sử dụng lao động và người lao động về thực hiện VHDN tại hội nghị người lao động năm 2020.

- Đã và đang thực hiện tốt: PVCFC luôn duy trì các buổi đối thoại định kỳ với người lao động để tăng cường gắn kết, lắng nghe, chia sẻ với người lao động các chính sách. PVCFC đã bổ sung nhiệm vụ xây dựng văn hóa doanh nghiệp là nhiệm vụ của người sử dụng lao động và cả người lao động.

\* **Nội dung 2:** Tổng hợp, rà soát hoàn thiện các quy chế, quy định trong xử lý, giải quyết công việc thành bộ quy chế quản trị làm căn cứ xây dựng văn hóa thực thi công việc, tính tuân thủ và hiệu quả.

- Đã và đang thực hiện tốt: PVCFC đã rà soát hoàn thiện tiêu chí tuyển dụng, chính sách nhân viên, ban hành mới quy định bình chọn danh hiệu tập thể, cá nhân tiêu biểu sống với văn hóa PVCFC, quy chế quản lý tiền lương tiền thưởng và chế độ phúc lợi. Trong tháng 8 vừa qua, PVCFC đã tổ chức thành công buổi đào tạo, trao đổi về Quản trị công ty theo thông lệ tốt nhất.

\* **Nội dung 3:** Xác định các quy định, các giá trị văn hóa của đơn vị làm chuẩn mực để CBCNV, NLĐ thực hiện: căn cứ Cẩm nang văn hóa dầu khí, các đơn vị hệ thống lại, hoàn thiện, sửa đổi, bổ sung, xây dựng mới (nếu chưa có)

- Đã và đang thực hiện tốt: Hoàn thiện và ban hành sổ tay văn hóa doanh nghiệp. Hoàn thiện bộ quy tắc ứng xử trong kinh doanh của PVCFC (COC), chuẩn bị lên kế hoạch đưa hệ thống vào vận hành, đào tạo và truyền thông đến người lao động, cũng như khách hàng, đối tác của PVCFC.

\* **Nội dung 4:** Tổ chức tuyên truyền, phổ biến bằng các công cụ truyền thông, tăng cường tuyên truyền trực quan về những quy định, các giá trị văn hóa của đơn vị đến CBCNV biết và hiểu để nâng cao nhận thức, ý thức trong việc thực hiện các giá trị chung.

- Đã và đang thực hiện tốt: PVCFC đẩy mạnh việc áp dụng công nghệ số vào công tác truyền thông, sử dụng Facebook at work như một công cụ truyền thông nội bộ, từ công tác viết bài đến việc chia sẻ các hình ảnh, dữ liệu và các hoạt động thường ngày tại đơn vị. Triển khai thực hiện các nội dung chương trình về viết bài, truyền thông về các sự kiện của Công ty, các sự kiện về VHDN và trả nhuận bút cho các tác giả có bài viết trên facebook at work, tổ chức cuộc thi viết về “Thích ứng linh hoạt - Đổi mới sáng tạo”.

\* **Nội dung 5:** Xây dựng, hoàn thiện Hệ thống nhận diện thương hiệu và sử dụng thống nhất, đúng quy định thể hiện thông qua hệ thống cơ sở vật chất, văn

phòng phẩm, ấn phẩm, sản phẩm... đáp ứng công việc, hoạt động đều mang dấu ấn văn hóa.

- Đã thực hiện tốt. PVCFC đã triển khai thực hiện các hệ thống nhận diện thương hiệu, trang trí các hình ảnh, slogan về nhận diện thương hiệu Công ty, về khẩu hiệu về sản phẩm, về hệ thống văn hóa của Công ty (sứ mệnh, tầm nhìn, hệ giá trị cốt lõi...) tại các văn phòng làm việc trong toàn Công ty.

\* **Nội dung 6:** Chính trang, sắp xếp vị trí làm việc của CBCNV, NLD thân thiện, hiện đại, khoa học; áp dụng, thực hiện mô hình 5S tại văn phòng, nhà máy, công trình dầu khí; đổi mới hình ảnh, không gian làm việc, tạo nét riêng biệt của từng bộ phận.

- Đã và đang thực hiện tốt. PVCFC đã thành lập Ban triển khai 5S tại Công ty để hỗ trợ các hoạt động 5S tại các Ban/Đơn vị trong toàn PVCFC, nhằm xây dựng môi trường làm việc thân thiện, ngăn nắp, gọn gàng thể hiện tính chuyên nghiệp trong tác phong và môi trường làm việc.

\* **Nội dung 7:** Lựa chọn, tổ chức các khóa tập huấn, đào tạo cho toàn thể CBCNV theo mô hình phát triển năng lực: năng lực chuyên môn, năng lực văn hóa, năng lực lãnh đạo, các kỹ năng bổ trợ (như chương trình 07 thói quen hiệu quả, văn hóa đáng tin...) phù hợp với yêu cầu của đơn vị. Xây dựng văn hóa học tập, hướng đến một tổ chức học tập bằng cách thúc đẩy tinh thần tự học, tự đào tạo, tăng cường đào tạo nội bộ trong CBCNV.

- Đã và đang thực hiện tốt; Đối với chương trình “7 Thói quen làm việc hiệu quả” Thực hiện khóa đào tạo cho CBCNV mới tuyển vào công ty, đào tạo nhắc lại cho toàn bộ CBCNV đã được đào tạo trước đó và lên kế hoạch phối hợp với trường doanh nhân PACE mở lớp đào tạo nâng cao về bảy thói quen làm việc hiệu quả cho nhóm lãnh đạo.

- Đối với văn hóa đọc: Thường xuyên tổ chức các buổi hội thảo sách về các chuyên đề để cùng nhau chia sẻ, học hỏi lẫn nhau và tạo môi trường đọc sách tại doanh nghiệp, tiến tới tạo văn hóa đọc sách đến từng CBCNV.

\* **Nội dung 8:** Phát huy vai trò của các tổ chức đoàn thể, tổ chức các hoạt động sinh hoạt tập thể nhằm gắn kết, chia sẻ giữa CBCNV thông qua các hình thức: teambuilding, ngày hội gia đình, chương trình đối thoại, tọa đàm giữa lãnh đạo và CBCNV, tổ chức các cuộc thi, các hoạt động giao lưu thể thao, văn hóa, văn nghệ...

- Duy trì các hoạt động làm mới bản thân: đọc sách và các hoạt động thể dục thể thao. Tổ chức giải chạy “Khát vọng - PVCFC 2022” để lôi cuốn CBCNV tham gia rèn luyện sức khỏe. Tổ chức Hội thao PVCFC 2022 – Chào mừng kỷ niệm 11 năm thành lập Công ty với các bộ môn cầu lông, tennis, bóng đá nam, bóng đá nữ, bóng bàn, bóng chày, cờ vua, cờ tướng, chạy. Tổ chức Teambuilding cho Lãnh



đạo Cty - Hội thảo về chiến lược Công ty và tạo sự gắn kết của Đội ngũ lãnh đạo cấp cao Công ty. Chương trình Teambuilding với chủ đề “Thích ứng Linh hoạt” nhằm tiếp sức cho đội ngũ cán bộ trong việc tạo dựng sự gắn kết và thúc đẩy tinh thần Thích ứng linh hoạt của đội ngũ trong bối cảnh mới. Lãnh đạo Công ty đã tổ chức các buổi chia sẻ về văn hóa Công ty, về chiến lược phát triển Công ty, 9 nguyên tắc vàng để thành công của Dale Carnegie, 7 thói quen hiệu quả.

\* **Nội dung 9:** Có hình thức khen thưởng, vinh danh phù hợp cho các tập thể, cá nhân thực hiện tốt; phê bình, xử phạt các tập thể, cá nhân không thực hiện theo đúng quy định.

- Đã và đang thực hiện tốt: Từ năm 2020 PVCFC đã thực hiện bình chọn danh hiệu tập thể, cá nhân tiêu biểu sống với văn hóa PVCFC. Việc vinh danh này được thực hiện định kỳ hàng năm.

*3.2.2. Kết quả triển khai, áp dụng thực hiện Công văn 4371/DKVN-TT&VHDN ngày 2/8/2021 của TGD Tập đoàn về thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết – Kỷ cương - Sáng tạo- Hiệu quả”*

- Sau khi tiếp nhận công văn số 4371/DKVN-TT&VHDN ngày 02/8/2021 của PVN về triển khai thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ Cương - Sáng tạo - Hiệu quả” trong toàn Tập đoàn. Ban Chỉ đạo Văn hoá PVCFC đã triển khai văn bản trên hệ thống E-office để toàn thể cán bộ công nhân viên biết về đợt sinh hoạt mang tính phổ biến, rộng rãi này cũng như nắm được những nội dung cốt lõi của phương châm.

- Đảng uỷ PVCFC chỉ đạo các đảng bộ, chi bộ trực thuộc nghiêm túc triển khai thực hiện việc sinh hoạt chuyên đề Đoàn kết, Kỷ cương, Sáng tạo hiệu quả theo tinh thần Công văn số 319-CV/ĐU ngày 9/8/2021 của Đảng uỷ Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam. Để hướng dẫn các chi bộ thực hiện đúng quy trình của buổi sinh hoạt Chuyên đề, Đảng uỷ Công ty đã chỉ đạo Đảng bộ bộ phận Nhà máy Đạm Cà Mau tổ chức sinh hoạt điểm để từ đó các chi bộ làm theo. Văn phòng Đảng uỷ theo dõi, đôn đốc các chi bộ triển khai thực hiện; hướng dẫn việc viết biên bản và dự thảo sùan Nghị quyết chuyên đề liên hệ với đặc thù của chi bộ, đơn vị để từ đó thống nhất hành động. Tất cả các chi bộ đã hoàn thành việc sinh hoạt chuyên đề trong năm 2021.

*3.2.3. Kế hoạch xây dựng thực hiện hệ thống nhận diện thương hiệu theo nhãn hiệu mới của PetroVietnam*

- VCFC đã xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu của PVCFC thống nhất theo nhãn hiệu mới của PetroVietnam và đã gửi cho PVN phê duyệt, dự kiến sẽ áp dụng từ tháng 9/2022.

#### IV. ĐÁNH GIÁ CHUNG

Trải qua 5 năm triển khai Dự án văn hóa, đến nay đã xây dựng xong phần văn hóa bản sắc với việc hình thành hệ giá trị cốt lõi của Công ty “Tiên phong – Trách nhiệm – Ân cần – Hòa hòa” và hiện đang trong giai đoạn duy trì và phát triển văn hóa. PVCFC đã từng bước thể hiện rõ nét các yếu tố văn hóa với triết lý về 7 Thói quen hiệu quả và các giá trị cốt lõi. Qua đó, PVCFC cũng đã đạt được những điểm đáng ghi nhận, cụ thể như sau:

- Dự án đã giúp trang bị cho CBCNV một triết lý sống hiệu quả, giúp nâng cao nhận thức về phát triển cá nhân. Công ty đã xây dựng được môi trường khuyến khích CBCNV hành xử theo tinh thần 7 Thói quen hiệu quả, giúp CBCNV từng bước hoàn thiện bản thân, hiệu quả hơn, hạnh phúc hơn. Nhân viên Công ty ấn tượng và biết ơn khi đã được thụ hưởng giá trị văn hoá PVCFC trong việc phát triển cá nhân và gia đình, văn hoá đã len lỏi vào mọi góc của cuộc sống tại PVCFC.

- Chương trình đã mang đến nhiều sự thay đổi tích cực, nhiều cá nhân đã được thay đổi, sống và làm việc tốt hơn, chia sẻ và hợp tác hơn. Tập thể từng đơn vị đã nâng cao tinh thần đoàn kết, chia sẻ giúp đỡ nhau hoàn thành nhiệm vụ sản xuất kinh doanh theo kế hoạch và đặc biệt giúp PVCFC vượt qua những lúc khó khăn, thách thức.

- Giúp phát huy tinh thần sáng kiến, cải tiến tại PVCFC, tối ưu hóa sản xuất, tiết kiệm chi phí và mang lại nhiều lợi ích cho Công ty. Kết quả SXKD của PVCFC trong các năm qua đều đạt kế hoạch và hoàn thành nhiệm vụ của Tập đoàn giao.

- Các giá trị cốt lõi và triết lý về văn hóa của Công ty ngày càng được thể hiện rõ nét trong mọi hoạt động, giúp nâng cao giá trị hình ảnh, thương hiệu của PVCFC đối với khách hàng và đối tác, tạo ưu thế thu hút và giữ chân nhân tài với việc xây dựng PVCFC thành nơi đáng để sống, để làm việc và phát triển.

- Công ty đã triển khai chương trình làm mới bản thân mỗi ngày trong toàn thể CBCNV với mục tiêu cụ thể là đảm bảo ít nhất 90% CBCNV tham gia hoạt động làm mới bản thân.

- Triển khai các hoạt động nhằm phát triển bản thân cân bằng trên 4 phương diện tinh thần, trí tuệ, tình cảm và sức khỏe như các chương trình đào tạo, chia sẻ, hội thảo và các hoạt động an sinh trong nội bộ và với cộng đồng.

- Được đơn vị tư vấn PACE đánh giá là đơn vị triển khai thực hiện đạt hiệu quả tốt; được PVN đánh giá là một đơn vị có văn hoá nền tảng tốt và đậm bản sắc; luôn tạo được ấn tượng rất tốt đối với khách hàng, đối tác và khách đến tham quan, làm việc tại Công ty. Đã xây dựng được cộng đồng dân cư văn minh hiện đại tại Khu Nhà ở CBCNV.

#### **4.1. Điểm mới, sáng tạo trong triển khai**

- Sự quyết tâm và tầm nhìn từ lãnh đạo: Sự quyết tâm của Ban lãnh đạo công ty được thể hiện xuyên suốt qua các thời kỳ. Với những chỉ đạo và thể hiện bằng những hành động cụ thể đã truyền cho toàn thể CBCNV một niềm tin về việc định hình, xây dựng, tái tạo và phát triển văn hóa doanh nghiệp tại PVCFC

- Nguồn lực: Với nguồn nhân sự dồi dào với trình độ chuyên môn cao, được đào tạo bài bản đã tạo nên cho Phân bón Cà Mau một nguồn lực mạnh mẽ, thông qua đó để phát triển văn hóa dựa trên nền tảng vững chắc. Về bố trí nguồn lực cho công tác xây dựng văn hóa: PVCFC đã thành lập Ban chỉ đạo triển khai dự án gồm những Lãnh đạo cao cấp nhất của Công ty (HĐQT, Ban TGD), Ban triển khai dự án là Lãnh đạo các Phòng/Ban/Đơn vị, các Tổ chức chính trị XH và Tổ hỗ trợ dự án gồm các đầu mối tại các Đơn vị.

- Đơn vị tư vấn: Việc lựa chọn được đơn vị tư vấn phù hợp với mong muốn của Phân bón Cà Mau cũng là một trong những yếu tố không thể thiếu trong quá trình xây dựng và phát triển văn hóa. Một đơn vị tư vấn với trình độ chuyên môn cao, kinh nghiệm triển khai dự án ở nhiều doanh nghiệp lớn và đặc biệt là sự nhiệt tình, luôn theo sát hơi thở văn hóa của Phân bón Cà Mau.

#### **4.2. Tồn tại, vướng mắc**

- Công tác truyền thông nội bộ về văn hoá tại đơn vị còn hạn chế. Các hoạt động về dự án chưa được truyền thông rộng rãi và hiệu quả đến toàn thể CBCNV, còn một số CBCNV chưa nắm được rõ nội dung của Sổ tay văn hóa hoặc còn thờ ơ với các hoạt động chung của Công ty. Việc chia sẻ về văn hóa từ Lãnh đạo cấp trung xuống cấp nhân viên còn hạn chế.

- Các yếu tố bên ngoài tác động làm ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh, từ đó cũng ảnh hưởng khá nhiều đến công tác triển khai văn hóa tại đơn vị.

- Một vài đơn vị, bộ phận trong công ty chưa thật sự chú trọng công tác xây dựng văn hóa tại đơn vị, quản lý cấp trung chưa thật sự nhận thức, quan tâm và tích cực triển khai cũng như làm gương trong việc sống và làm việc với văn hóa PVCFC, dẫn đến hiệu quả của dự án tại các đơn vị này còn hạn chế.

- Ngoài các chương trình chung của Công ty, các đơn vị còn khá lúng túng trong việc triển khai các hoạt động cụ thể phù hợp với điều kiện của đơn vị.

- Các hoạt động, chương trình của Công ty chưa có sự kết nối mạnh mẽ để hỗ trợ hiệu quả trong việc xây dựng văn hóa DN.

#### **4.3. Nguyên nhân**

- Do đặc thù công việc ca kíp và công việc thị trường nên khó tổ chức các buổi chia sẻ có đầy đủ CBCNV tham gia, dẫn đến nhiều CBCNV không tham dự được một số buổi chia sẻ quan trọng của Lãnh đạo cũng như của Tư vấn.

- Lãnh đạo một số đơn vị và CBCNV tập trung nhiều cho công tác chuyên môn, chưa chú trọng tham gia các chương trình, hoạt động văn hóa.
- Chưa có hình thức chế tài đối với các đơn vị chưa thực hiện tốt các hoạt động về văn hóa.

## **V. KẾ HOẠCH TRIỂN KHAI VHDN TẠI PVCFC TRONG THỜI GIAN TỚI:**

Để tạo điều kiện tốt nhất nhằm giúp CBCNV sống với văn hóa PVCFC, phát huy hiệu quả chương trình văn hóa DN, kế hoạch của PVCFC triển khai VHDN trong thời gian tới như sau:

- Tiếp tục triển khai các hoạt động để củng cố VHDN tại PVCFC với mục tiêu đưa PVCFC sống với văn hóa bản sắc PVCFC và đặc thù của đơn vị.

- Hoàn thiện và đưa vào áp dụng bộ quy tắc ứng xử trong kinh doanh COC. Thực hiện triển khai chi tiết các hạng mục, các chuyên đề để đưa bộ quy tắc ngầm vào từng cá nhân, cán bộ làm việc tại PVCFC và truyền thông rộng rãi ra cộng đồng.

- Phối hợp với đơn vị tư vấn, xây dựng và triển khai bộ nguyên tắc hành xử của từng Khối, từng Đơn vị dựa trên các giá trị cốt lõi của Công ty phù hợp với đặc thù về tính chất nghề nghiệp, công việc, hoạt động của từng khối tại công ty.

- Tiếp tục đưa các nội dung về văn hóa trong các sự kiện, hội thảo trong toàn Công ty, tạo điều kiện để 100% CBCNV có cơ hội tiếp nhận, lĩnh hội tinh thần văn hoá PVCFC.

- Nâng cao hiệu quả hoạt động Coaching ở cấp toàn Công ty để tăng cường đào tạo nội bộ từ các Lãnh đạo, quản lý trong Công ty và giúp nâng cao nhận thức của CBCNV trong việc sống và làm việc với những giá trị văn hóa của Công ty.

- Liên hiệp tất cả các Câu lạc bộ và gắn với tầm nhìn, sứ mệnh và 4 giá trị cốt lõi của Công ty làm đặc sắc thêm văn hoá bản sắc PVCFC.

- Tích hợp các yếu tố văn hóa vào các quy trình, quy chế, các hoạt động thường nhật của Công ty nhằm tăng cường sự định hướng, sự hiện diện của các yếu tố văn hóa PVCFC trong mọi hoạt động của Công ty.

-----

# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Chi nhánh Tập đoàn - Công ty Điều hành Dầu khí Biển Đông)*

## **Chủ đề: BIENDONG POC - truyền thông thành công từ những điều bình dị**

Chúng ta vừa kỷ niệm 47 năm ngày thành lập Tập đoàn Dầu khí Việt Nam (3/9/1975 – 3/9/2022) và tiếp theo sẽ kỷ niệm 61 năm ngày truyền thống Ngành (27/11/1961 – 27/11/2022)... để thấy rằng trong suốt chiều dài lịch sử đó, Tập đoàn Dầu khí Việt Nam đã hình thành, xây dựng và phát triển với một bề dày truyền thống vô cùng đáng tự hào.

Tôi cho rằng không chỉ những đại biểu đang có mặt tại đây mà hơn 6 vạn NLĐ dầu khí đều mang trong mình “màu cờ sắc áo” tự tôn, tự trọng nghề nghiệp. Nhắc đến Dầu khí là người ta hình dung ngay những người kỹ sư, công nhân với màu áo đỏ đầy kiêu hãnh tự hào, miệt mài lao động trên các giàn khoan sừng sững giữa biển khơi. Nhưng để bao nhiêu người hiểu đúng vai trò và trách nhiệm to lớn của ngành Dầu khí thì công tác truyền thông là cực kỳ quan trọng. Chúng tôi cũng như rất nhiều CBNV trong ngành đều khao khát muốn được “làm một điều gì đó” đóng góp chút công sức nhỏ bé nhằm mang sức mạnh của ngọn lửa Petrovietnam lan tỏa không chỉ trong ngành Dầu khí mà còn đối với nhân dân cả nước.

Trong những đơn vị khai thác khâu đầu, BIENDONG POC chúng tôi rất vinh dự khi được Tập đoàn giao nhiệm vụ chính trị rất quan trọng là vận hành giàn khai thác Hải Thạch - Mộc Tinh - là một trong những cụm giàn xa nhất của Tập đoàn (cách Vũng Tàu 320km về phía Đông Nam), nằm ở vị trí tiền tiêu, quan trọng của Tổ quốc. Hơn thế nữa, đây là cụm giàn mới, được bảo dưỡng và giữ gìn rất kỹ lưỡng cùng với đội ngũ cán bộ, người lao động trẻ với tinh thần nhiệt huyết và văn hóa chuyên nghiệp mang đậm chất Dầu khí.

Từ những ưu thế đi kèm với những trách nhiệm lớn lao như vậy thì công tác truyền thông của BIENDONG POC cũng có những may mắn và lợi thế nhất định để chúng tôi có thể phát huy tối đa ý tưởng, chiến dịch truyền thông nhằm lan tỏa văn hóa dầu khí, không chỉ góp phần kiến tạo, bồi đắp hình ảnh Petrovietnam mà còn là tuyên truyền, khẳng định chủ quyền biển đảo quốc gia, tôn vinh những người lính không mang quân hàm trên biển.

Trong những năm vừa qua, với nhiều biến cố và bước ngoặt khiến cho hình ảnh, niềm tin của người dầu khí ít nhiều bị lung lay, bức tranh toàn cảnh của Ngành Dầu khí thiếu đi màu sắc tích cực và lạc quan. Với tầm nhìn chiến lược rõ

ràng của PVN, đặc biệt Ban TT & VHDN đã có những nỗ lực cực kỳ to lớn cùng mục tiêu, kế hoạch mang tính đồng bộ, sâu rộng từ công tác truyền thông nội bộ đến truyền thông bên ngoài, triển khai chi tiết đến tất cả đơn vị thành viên... để khôi phục lại những điều vốn dĩ là truyền thống tự hào của Ngành Dầu khí cũng như lấy lại niềm tin và tự trọng nghề nghiệp cho hơn 6 vạn NLD Petrovietnam.

Được sự chỉ đạo sát sao của PVN và sự ủng hộ của các cơ quan thông tấn báo chí (VTV, HTV, Truyền hình Nhân Dân, Truyền hình Công thương...) những thước phim về đời sống người dầu khí BIENDONG POC nói riêng và Tập đoàn nói chung ngày đêm miệt mài lao động hăng say cùng những gian khó nơi địa đầu Tổ quốc đã được khắc họa sinh động, rõ nét qua các bộ phim “Những lá thư gửi từ thềm lục địa”, ký sự “Hành trình người đi tìm lửa”, phóng sự “Tết độc lập trên giàn khoan”, “Xuân yêu thương 30 Tết”, “Việt Nam thức giấc”, “Việt Nam hôm nay”...

Bên cạnh đó, hình ảnh BIENDONG POC gắn liền với lá cờ Tổ quốc tung bay trên giàn khai thác trong Lễ chào cờ ở cụm mỏ Hải Thạch - Mộc Tinh được xác lập kỷ lục Việt Nam cùng với sức lan tỏa của “Hành trình mùa xuân từ những giếng dầu” và ca khúc “Biển Đông tung bay Quốc kỳ” đã góp phần khơi dậy niềm tự hào về truyền thống và bản sắc của người Dầu khí, nâng cao hình ảnh, thương hiệu Petrovietnam đến với nhân dân cả nước, bạn bè quốc tế.

Riêng đối với công tác truyền thông nội bộ, chúng tôi có các kênh và phương thức truyền thông đa phương tiện được xây dựng và tiếp cận đến với tất cả các cấp độ vị trí trong công ty: website, kênh viber Biển Đông đoàn kết, kênh youtube, email... Bên cạnh hình thức đa dạng, nội dung tuyên truyền tại BIENDONG POC còn được xây dựng phong phú qua các bài viết, bản tin điểm báo (infographic, video, bản tin audio), các thiết kế (poster, infographic) nhằm tối đa hóa hiệu quả truyền thông. Các bài viết, hình ảnh của tất cả các sự kiện, dấu ấn, thành quả của công ty trong mọi thời điểm đều mang đậm bản sắc văn hóa của người Dầu khí nói chung và của BIENDONG POC nói riêng, từ đó nâng cao ý thức cho CBNV Công ty trong việc thực hiện các giá trị chuẩn mực mà Công ty đã và đang tiếp tục hướng đến. Có thể nói, truyền thông nội bộ của BIENDONG POC được triển khai thực hiện hiệu quả với 3 tiêu chí: **Nhanh chóng kịp thời, đồng bộ sâu rộng và đa dạng đặc sắc.**

Qua những hiệu quả bước đầu từ công tác truyền thông của BIENDONG POC, chúng tôi mong muốn đóng góp công sức nhỏ bé của mình vào công cuộc kiến tạo hình ảnh, thương hiệu của Petrovietnam. Những “trái ngọt” đầu tiên đã gặt hái được, đó là, một số các kênh truyền hình quốc gia và địa phương cùng các tờ báo có uy tín đã chủ động liên hệ với chúng tôi thông qua Ban TT & VHDN Tập đoàn cũng như trực tiếp đến với BIENDONG POC trên tinh thần muốn được lan tỏa những nét đẹp lao động của Người Dầu khí, đặc biệt hơn là tôn vinh vai trò của Ngành Dầu khí trong việc góp phần bảo đảm an ninh năng lượng, chủ quyền quốc

gia trên biển, có đóng góp lớn vào nền kinh tế quốc dân. Đó thực sự là những tín hiệu hết sức đáng mừng và tôi nghĩ rằng, đây chính là công sức của tất cả chúng ta, những cán bộ làm công tác truyền thông trong ngành nói chung, dưới sự chỉ đạo sát sao của Lãnh đạo Tập đoàn, chúng ta đã không phụ lòng mong đợi của hơn 6 vạn NLĐ cũng như nhân dân cả nước.

Riêng đối với đội ngũ làm công tác truyền thông ở BIENDONG POC thì có thể khi nói ra thì rất nhiều người ở đây thấy hơi khó tin một chút, thực tế lực lượng cán bộ của chúng tôi rất mỏng, chỉ với 2 nhân sự làm việc kiêm nhiệm. Hơn nữa lại là đơn vị liên doanh với nước ngoài nên ngân sách dành cho công tác truyền thông là hết sức khiêm tốn. Hầu như rất nhiều các hạng mục công việc chúng tôi đều tự mày mò, vừa làm vừa học hỏi, thậm chí cả với những phần việc thuộc về chuyên môn sâu trong nghề truyền thông báo chí. Tuy nhiên với sự chỉ đạo thông suốt, hướng dẫn sát sao và thống nhất ý chí của Ban Lãnh đạo, chúng tôi tự hào là chúng tôi đã làm được và thành công lại đến trên tinh thần yêu ngành, yêu nghề, hiểu biết chuyên sâu... khiến cho công việc lại hết sức suôn sẻ và mang một tinh thần “Người Dầu khí viết về Người Dầu khí”.

Qua Hội nghị Truyền thông này, thay mặt Ban Lãnh đạo và các cán bộ, kỹ sư BIENDONG POC, Tôi xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến Lãnh đạo Tập đoàn, Ban TT và VHDN cùng các cơ quan thông tấn báo chí... đã đặt niềm tin nơi chúng tôi, trao cho chúng tôi cơ hội và luôn chỉ đạo sát sao, ủng hộ nhiệt tình để công tác truyền thông ở BIENDONG POC nâng lên một tầm cao mới, góp phần vào thành công chung của Petrovietnam.

Và sau đây, trân trọng kính mời Hội nghị cùng nghe lại Bài hát "Biển Đông tung bay Quốc kỳ" do nhạc sỹ Trương Quý Hải sáng tác, dành tặng cho những người lao động dầu khí ngày đêm bám biển - những người thợ làm giàu cho đất nước và cũng là những người lính canh gác biển khơi, bảo vệ chủ quyền vùng biển của Tổ quốc.



# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Tổng Công ty Phân bón và Hóa chất Dầu khí)*

## I. CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO

Đề cụ thể hóa triển khai NQ 281-NQ/ĐU ngày 15/5/2019 của Đảng ủy Tập đoàn về công tác TT&VHDN; Kế hoạch 3623/KH-DKVN ngày 03/7/2019 của Tổng giám đốc Tập đoàn về triển khai thực hiện công tác TT&VHDN, từ năm 2019 đến nay PVFCCo đã 19 văn bản của các cấp (Nghị quyết năm, Nghị quyết chuyên đề về tái tạo Văn hóa DN của Đảng ủy TCT, các Quyết định, kế hoạch triển khai công tác năm của Tổng giám đốc/Ban triển khai VH vv thực hiện công tác truyền thông, văn hóa doanh nghiệp; tổ chức 02 Hội thảo về Văn hóa PVFCCo và 01 khóa đào tạo về truyền thông số, trực tuyến).

Chi tiết các văn bản, công tác được liệt kê tại Phụ lục 1 đính kèm.

## II. PHƯƠNG PHÁP TRIỂN KHAI

Đối với công tác truyền thông, triển khai đồng bộ, kết hợp các phương pháp sau:

- Về nhân sự: Tổ chức nhân sự, đội ngũ chuyên trách về truyền thông
- Về quy định, văn bản áp dụng, đào tạo, tập huấn: xây dựng ban hành quy trình, cẩm nang hướng dẫn và thường xuyên đào tạo, tập huấn
- Về kế hoạch, nguồn lực: Xây dựng kế hoạch truyền thông theo năm, quý, tháng và được cấp có thẩm quyền phê duyệt
- Về nội dung truyền thông: Tổ chức nguồn tin, mạng lưới cộng tác viên, phân loại, tổ chức nội dung truyền thông nhất quán, khuyến khích đóng góp, tự viết bài, giao lưu, tiếp nhận phản hồi và cầu thị chỉnh sửa...
- Về công cụ truyền thông: Sử dụng các công cụ truyền thông hỗn hợp (truyền thống, hiện đại, nội bộ, đại chúng), chú trọng tính tương tác, truyền thông trải nghiệm, sắm vai...và kết hợp cả truyền thông quốc tế với truyền thông đại chúng; kết hợp giữa tự làm và thuê đơn vị dịch vụ...
- Đo lường hiệu quả, kiểm soát, quản trị rủi ro, nguy cơ khủng hoảng truyền thông

Đối với công tác VHDN:

- Thành lập và hoạt động Ban chỉ đạo xây dựng VHDN PVFCCo, do đồng chí Bí thư Đảng ủy/Chủ tịch HĐQT làm Trưởng Ban, đồng chí Tổng Giám đốc

làm phó Ban; Ban Dự án xây dựng VHDN, do đồng chí Phó TGD nội chính làm Trưởng Ban, cùng các tổ chức đoàn thể và các Ban chức năng liên quan; Đội triển khai, giám sát việc thực hiện VHDN, gồm đại diện các tổ chức đoàn thể, các Ban chức năng liên quan và các đơn vị (tham mưu, giúp việc cho Ban dự án để triển khai thực hiện VH PVFCCo; phổ biến, tuyên truyền để CBCNV tuân thủ thực hiện VH PVFCCo; theo dõi, giám sát việc thực hiện VH PVFCCo của các đơn vị và CBCNV; nắm bắt và tổng hợp ý kiến để kịp thời tham mưu điều chỉnh, hoàn thiện triển khai VH)

- Đào tạo, tuyên truyền và nâng cao nhận thức, hiểu biết cho toàn thể CBCNV về mục đích, ý nghĩa và tầm quan trọng của VHDN; tác động đối với tổ chức; vai trò, trách nhiệm của Lãnh đạo, CBCNV trong việc xây dựng VHDN,...

- Định kỳ xây dựng kế hoạch tổ chức triển khai thực hiện VHDN và báo cáo tổng kết đánh giá (Bản kế hoạch cần nêu lên được mục tiêu, giải pháp cụ thể, phân công trách nhiệm rõ ràng, thời hạn hoàn thành; báo cáo tổng kết cần đánh giá được kết quả đạt được so với kế hoạch đề ra, bài học kinh nghiệm, tồn tại hạn chế, kiến nghị đề xuất, ...).

- Ban hành các sổ tay Văn hóa, Phim Văn hóa DN, sử dụng các công cụ truyền thông nội bộ cho VHDN

- Trong mọi hoạt động của TCT đều theo dõi, yêu cầu đơn vị/CBCNV bám sát, tuân thủ và thực hiện giá trị chuẩn mực của VH

- Thường xuyên lắng nghe, tiếp thu ý kiến đóng góp CBCNV để hoàn thiện triển khai xây dựng và thực hiện VH PVFCCo (thông qua khảo sát, đánh giá, thăm dò ý kiến đóng góp CBCNV).

### **III. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI**

**1. Kết quả trong công tác truyền thông và quan hệ công chúng: đánh giá kết quả trên các mặt truyền thông nội bộ; truyền thông công chúng; truyền thông quốc tế (nếu có) theo các nội dung của Kế hoạch 3623/KH-DKVN**

#### ***a. Về nhân sự, nguồn lực truyền thông:***

Về nhân sự, PVFCCo có bộ phận chuyên trách công tác truyền thông tại TCT với nhân sự là 8 người, đồng thời tại các đơn vị thành viên cũng có ít nhất 01 người phụ trách. Các nhân sự truyền thông của PVFCCo hầu hết được đào tạo về chuyên ngành truyền thông, báo chí, marketing, có sự kế thừa về độ tuổi, kinh nghiệm công tác, đồng thời thường xuyên được đào tạo, tự đào tạo về chuyên môn nghiệp vụ, các quy định mới liên quan của pháp luật và các xu hướng truyền thông mới.

Về các nguồn lực tài chính, trang thiết bị, PVFCCo có kế hoạch kinh phí hàng năm tương xứng cho công tác truyền thông, đồng thời trang bị các thiết bị khá đầy đủ, hiện đại cho bộ phận truyền thông để tác nghiệp.

### ***b. Các công cụ truyền thông:***

PVFCCo sử dụng các công cụ truyền thông nội bộ, truyền thông công chúng thông qua việc kết hợp các phương tiện truyền thông truyền thống và truyền thông hiện đại, số, cụ thể:

- Bộ công cụ truyền thông nội bộ: Bản tin tại các tòa nhà, canteen, email, zalo: hoạt động với tần suất từ 1-2 lần/ngày.

- Bộ công cụ truyền thông số: website, fanpage, youtube và zalo OA, hiện có nội dung cập nhật thường xuyên, bổ ích, tương tác lớn, tích hợp cả tiếp thị và truyền thông.

- Các công cụ truyền thông đại chúng: có quan hệ thường xuyên, chặt chẽ, thường xuyên đăng tải nội dung truyền thông với đa dạng hình thức (bài viết, infographic, clip...) với hầu hết các báo chí lớn, quan trọng (báo viết, báo điện tử, đài truyền hình, phát thanh ...) trên cả nước, thường xuyên đăng tải thông tin tích cực về PVFCCo (bình quân 1 tuần/1 nội dung mới).

- Các công cụ truyền thông của Tập đoàn, Hội Dầu khí cũng hỗ trợ, phối hợp chặt chẽ, hiệu quả trong công tác, công cụ truyền thông của PVFCCo.

### ***c. Công tác quản trị thông tin***

Quản trị thông tin trong truyền thông được PVFCCo coi trọng và thực hiện thông qua:

- Kế hoạch, quy định pháp lý và nội bộ: thường xuyên cập nhật các quy định liên quan của pháp luật, đã ban hành và áp dụng quy trình, hướng dẫn, kế hoạch chi tiết về công tác truyền thông, phát ngôn, công bố thông tin

- Nguồn thông tin và sử dụng thông tin: đã thiết lập hệ thống nguồn thông tin thông suốt, liên tục từ các đơn vị, bộ phận liên quan trong nội bộ, đặc biệt các bộ phận quan trọng như Nhà máy, kinh doanh, kế hoạch... và các nguồn thông tin bên ngoài TCT; bộ phận đầu mối về truyền thông tiếp nhận, phân loại, phân tích, biên tập, sử dụng thông tin phù hợp với từng thời gian, tính chất..., đồng thời, bảo mật thông tin theo quy định, dự phòng các phương án xử lý rủi ro để ngăn ngừa khủng hoảng truyền thông

- Theo dõi, kiểm soát, đánh giá, xử lý rủi ro: sử dụng các phương tiện hiện đại và đơn vị dịch vụ chuyên ngành để theo dõi thông tin, đặc biệt là thông tin online để đánh giá mức độ tích cực/tiêu cực, nhanh chóng thực hiện các biện pháp xử lý rủi ro nếu cần thiết.

- Thiết lập hệ thống phân loại lưu trữ thông tin để phục vụ cho công tác truyền thông, bao gồm cả các thông tin lịch sử, thông tin thời sự, và hiện các thông tin này đã được lưu trữ bằng các công cụ số tại Thư viện TTTT, có quy định bảo mật, cấp quyền truy cập, sử dụng ở các mức độ nhất định.

- Báo cáo, đánh giá hàng tháng, hàng năm gồm cả cấp độ TCT và báo cáo gửi Ban TTVHDN Tập đoàn.

## **2. Kết quả trong công tác xây dựng văn hoá doanh nghiệp**

***a. Kết quả triển khai thực hiện 09 nội dung của Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 về triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam trong toàn Tập đoàn.***

- Nội dung 1: Đưa nội dung thực hiện văn hóa doanh nghiệp vào thỏa ước lao động tập thể, các quy định của đơn vị, có sự cam kết song phương giữa người sử dụng lao động và người lao động về thực hiện văn hóa doanh nghiệp tại Hội nghị Người lao động: Tại các Hội nghị tổng kết công tác Đảng, Sản xuất kinh doanh và Hội nghị Người lao động hàng năm, Thỏa ước lao động tập thể đều có nội dung về Văn hoá doanh nghiệp và đang thực hiện.

- Nội dung 2: Tổng hợp, rà soát hoàn thiện các quy chế, quy định trong xử lý, giải quyết công việc thành bộ quy chế quản trị làm căn cứ xây dựng văn hóa thực thi công việc, tính tuân thủ và hiệu quả: PVFCCo đã và đang tiến hành việc rà soát lại tất cả các quy chế, quy định đang áp dụng để hoàn thiện, bãi bỏ các văn bản không phù hợp... qua đó nâng cao hiệu quả thực thi công việc và công tác điều hành. Đầu năm 2022 đã hoàn thành giai đoạn 1 và hiện đang triển khai giai đoạn 2.

- Nội dung 3: Xác định các quy định, các giá trị văn hóa của đơn vị làm chuẩn mực để CBCNV, NLD thực hiện: căn cứ Cẩm nang văn hóa dầu khí, các đơn vị hệ thống lại, hoàn thiện, sửa đổi, bổ sung, xây dựng mới (nếu chưa có): PVFCCo đã xác định các giá trị cốt lõi và ban hành sổ tay Văn hóa từ năm 2010, và đến nay, cơ bản CBCNV đã thực hiện tốt. Đồng thời, cùng với việc rà soát, cập nhật Chiến lược phát triển TCT trong giai đoạn mới, đã rà soát, cập nhật các giá trị cốt lõi của PVFCCo, hiện đang hoàn thiện theo ý kiến thẩm định để trình Tập đoàn phê duyệt, áp dụng trong thời gian tới.

- Nội dung 4: Tổ chức tuyên truyền, phổ biến bằng các công cụ truyền thông, tăng cường tuyên truyền trực quan về những quy định, các giá trị văn hóa của đơn vị đến CBCNV biết và hiểu để nâng cao nhận thức, ý thức trong việc thực hiện các giá trị chung: thường xuyên tuyên truyền, phổ biến về các quy định, giá trị văn hóa của TCT thông qua đa dạng các hình thức: các Nghị quyết, các chương trình sinh hoạt của các Đảng bộ, chi bộ, các sự kiện teambuilding, hội thảo về văn hóa, ngày truyền thống, các công cụ truyền thông nội bộ...

- Nội dung 5: Xây dựng, hoàn thiện Hệ thống nhận diện thương hiệu và sử dụng thống nhất, đúng quy định thể hiện thông qua hệ thống cơ sở vật chất, văn phòng phẩm, ấn phẩm, sản phẩm... đáp ứng công việc, hoạt động đều mang dấu ấn văn hóa: PVFCCo đã xây dựng, ban hành Hệ thống nhận diện thương hiệu từ năm 2010, Quy chế và Chiến lược thương hiệu từ năm 2016 và áp dụng nhất quán, đồng bộ đến

nay. Đồng thời, theo KH về triển khai Quy chế và Hệ thống nhận diện thương hiệu mới của Tập đoàn, cùng với việc rà soát, cập nhật Chiến lược phát triển TCT trong giai đoạn mới, PVFCCo hiện đang cập nhật lại Quy chế, Chiến lược, Hệ thống nhận diện thương hiệu để trình phê duyệt, áp dụng trong thời gian tới.

- Nội dung 6: Chinh trang, sắp xếp vị trí làm việc của CBCNV, NLD thân thiện, hiện đại, khoa học; áp dụng, thực hiện mô hình 5S tại văn phòng, nhà máy, công trình dầu khí; đổi mới hình ảnh, không gian làm việc, tạo nét riêng biệt của từng bộ phận: PVFCCo có trụ sở TCT, Nhà máy, các đơn vị, đảm bảo môi trường làm việc tốt cho CBCNV, đồng thời, đã áp dụng mô hình 5S từ nhiều năm nay tại cả VP TCT, Nhà máy và các đơn vị. PVFCCo đang triển khai cải tạo VP, sắp xếp vị trí làm việc... cùng với KH thực hiện Hệ thống nhận diện thương hiệu mới tại trụ sở và các đơn vị.

- Nội dung 7: Lựa chọn, tổ chức các khóa tập huấn, đào tạo cho toàn thể CBCNV theo mô hình phát triển năng lực: năng lực chuyên môn, năng lực văn hóa, năng lực lãnh đạo, các kỹ năng bổ trợ (như chương trình 07 thói quen hiệu quả, văn hóa đáng tin...) phù hợp với yêu cầu của đơn vị. Xây dựng văn hóa học tập, hướng đến một tổ chức học tập bằng cách thúc đẩy tinh thần tự học, tự đào tạo, tăng cường đào tạo nội bộ trong CBCNV: PVFCCo và các đơn vị thường xuyên tổ chức các khóa học, tập huấn, đào tạo, đào tạo nội bộ phù hợp, trong đó kết hợp cả đào tạo trực tiếp và trực tuyến cho CBCNV: tập huấn cán bộ kinh doanh thị trường; tập huấn về truyền thông số, tập huấn về nông nghiệp, phân bón; tập huấn về kỹ năng làm việc từ xa, tập huấn về chương trình 5S, chương trình 7 thói quen hiệu quả, rèn mới bản thân, tích cực tham gia các khóa do Tập đoàn tổ chức..., đồng thời, tổ chức 02 Hội thảo chuyên đề về Văn hóa PVFCCo (2020, 2021).

- Nội dung 8: Phát huy vai trò của các tổ chức đoàn thể, tổ chức các hoạt động sinh hoạt tập thể nhằm gắn kết, chia sẻ giữa CBCNV thông qua các hình thức: teambuilding, ngày hội gia đình, chương trình đối thoại, tọa đàm giữa lãnh đạo và CBCNV, tổ chức các cuộc thi, các hoạt động giao lưu thể thao, văn hóa, văn nghệ...: các hoạt động về phong trào, đoàn thể (Công đoàn, Đoàn thanh niên, Hội cựu chiến binh) của Tổng Công ty rất sôi nổi, hiệu quả, thực hiện đa dạng, liên tục, gắn liền với thi đua SXKD, thực hành văn hóa, nâng cao sức khỏe và đời sống tinh thần cho CBCNV: “PVFCCo – 19 năm khơi nguồn sáng tạo”, phát động chương trình 1 triệu sáng kiến của Tổng Liên Đoàn phát động, các hoạt động nhân các ngày 8/3, 26/3, 1/5, 28/6, 27/7, 20/10..., các hoạt động thể thao, văn hóa và hàng loạt chương trình an sinh xã hội. Do dịch bệnh nên năm 2020, 2021 PVFCCo không tổ chức Teambuilding và năm 2022 dự kiến tổ chức vào đầu tháng 10/2022.

- Nội dung 9: Có hình thức khen thưởng, vinh danh phù hợp cho các tập thể, cá nhân thực hiện tốt; phê bình, xử phạt các tập thể, cá nhân không thực hiện theo đúng quy định: Tổng công ty triển khai thực hiện khen thưởng khi đánh giá thi

đua cuối năm cũng như triển khai VHDN là 1 tiêu chí đánh giá hoàn thành chỉ tiêu công việc theo hệ thống đánh giá KPI's đang áp dụng. Đối với các Công ty cổ phần có vốn góp chi phối chưa áp dụng KPI's thì sẽ tổ chức đánh giá kết quả hoàn thành công việc hàng tháng. Kịp thời động viên, khen thưởng các tập thể cá nhân có nhiều đóng góp tích cực trong thi đua và xây dựng tổ chức công đoàn vững mạnh như: Khen thưởng các cá nhân là VĐV tham gia và đạt giải cao tại các cuộc thi Marathon của khu vực và quốc gia; Khen thưởng các cá nhân tiêu biểu trong phong trào Sáng kiến Ý tưởng; Khen thưởng cá nhân tập thể nữ công tiêu biểu dịp 8/3 tổng kết phong trào thi đua Hai giới năm 2021... Kịp thời hoàn thiện hồ sơ đề xuất khen thưởng cấp CĐ DK và TLĐ cho các cá nhân tập thể như: 02 cá nhân được tuyên dương “Người lao động DK tiêu biểu tháng 5/2022, 01 cá nhân tiêu biểu thực hiện Chỉ thị 05 tháng 5/2022...

***b. Kết quả triển khai, áp dụng thực hiện Công văn 4371/DKVN – TT&VHDN ngày 02/8/2021 của Tổng giám đốc Tập đoàn về thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả”***

- Thực hiện công văn của Tập đoàn Dầu khí số 4371/DKVN-TT&VHDN ngày 02/8/2021 về việc triển khai thực hiện nội dung Phương châm hành động của Tập đoàn, PVFCCo đã triển khai đến toàn thể các đơn vị trong Tổng Công ty, đưa vào tiêu chí đánh giá hoàn thành nhiệm vụ của từng tập thể và cá nhân thông qua công cụ đánh giá mức độ hoàn thành công việc KPI's mà Tổng Công ty đang áp dụng. Đối với các đơn vị công ty con đang đánh giá theo phương thức ABC cũng đưa phương châm hành động này vào để đánh giá. Vào đầu tháng 10/2022, PVFCCo sẽ tổ chức teambuilding để tiếp tục phổ biến phương châm hành động, các giá trị cốt lõi tới toàn thể CBNV.

- Với chủ đề “Đoàn kết, Kỷ Cương, Sáng tạo, Hiệu quả”, TCT và Công đoàn đã phát động Phong trào thi đua toàn diện năm 2022 trong toàn Tổng công ty với sáu chỉ tiêu chính: (1) Thích ứng an toàn, thực hiện tốt công tác phòng chống dịch đảm bảo sức khỏe Người lao động và SXKD TCT an toàn hiệu quả; (2) Vận hành Nhà máy sản xuất đảm bảo an toàn, hiệu quả, chất lượng; (3) Thực hiện công tác kinh doanh hiệu quả; (4) Đạt các chỉ tiêu tài chính hợp nhất; (5) Hoàn thành quyết toán A-B và quyết toán vốn 2 dự án sản xuất NPK và Nâng công suất xường NH3; (6) Triển khai Đề án tái tạo Văn hóa PVFCCo. Hiện nay, các mục thi đua này đang được PVFCCo thực hiện tốt, trong đó, luôn duy trì SXKD hiệu quả, đạt kết quả SXKD 8 tháng đầu năm vượt chỉ tiêu KH được giao.

- Chương trình thi đua: “01 triệu sáng kiến – nỗ lực vượt khó, sáng tạo, quyết tâm chiến thắng đại dịch Covid-19”: TCT đăng ký mục tiêu đóng góp 200 sáng kiến trên tổng số 5.400 sáng kiến do Công đoàn DKVN phát động. Theo đó, Giai đoạn 1 đã đăng ký cập nhật thành công 159/ chỉ tiêu 100 sáng kiến, đạt 159% KH GD1, chiếm 29% trên tổng số đăng ký toàn Ngành. Giai đoạn 2, phần đầu đạt 150 sáng kiến.

- Thông qua các phong trào thi đua, thực hành tiết kiệm, trong 6 tháng đầu năm, toàn TCT ước tiết kiệm được đạt 27,5 tỷ đồng, bằng 54% so KH năm 2022.

**c. Kế hoạch xây dựng thực hiện hệ thống nhận diện thương hiệu của đơn vị thống nhất theo nhãn hiệu mới của Petrovietnam.**

Căn cứ Quyết định số 1346/QĐ -DKVN ngày 24/3/2020 về Quy chế quản lý thương hiệu PVN, QĐ số 6655/QĐ-DKVN ngày 18/11/2021 của Hội đồng Thành viên Tập đoàn về việc phê duyệt nhãn hiệu của Tập đoàn; QĐ số 1346/QĐ-DKVN ngày 24/3/2020 của TGD Tập đoàn về việc ban hành Quy chế quản lý thương hiệu của Tập đoàn; Thông báo số 3848/TB-DKVN ngày 12/7/2022 về kết luận Hội thảo thương hiệu; Công văn số 4094/KH-DKVN ngày 21/7/2022.

Trong quý I-II/2022, ngày 21/2/2022, PVFCCo đã ban hành kế hoạch, đưa vào sử dụng logo (nhãn hiệu) mới tại các sự kiện, công cụ truyền thông nội bộ tại cả TCT và các đơn vị. Tuy nhiên, sau khi Tập đoàn tổ chức Hội thảo thương hiệu và ban hành hướng dẫn mới, trong đó có thay đổi về quy định thiết kế thương hiệu nhánh (tháng 7/2022), PVFCCo đang triển khai:

- Rà soát các tên thương mại, tên viết tắt...của TCT và Công ty con có sử dụng nhãn hiệu Tập đoàn để đưa vào thiết kế logo (nhãn hiệu), trình Tập đoàn phê duyệt và đăng ký nhãn hiệu: hiện đã thực hiện tại TCT và 02/04 đơn vị con, dự kiến hoàn thành và trình Tập đoàn trước 30/09/2022 theo hạn định.

- Hoàn thiện hệ thống nhận diện thương hiệu, rà soát, cập nhật, điều chỉnh đồng bộ các quy chế, quy định liên quan về quản lý thương hiệu, nhãn hiệu; rà soát cập nhật chiến lược thương hiệu của Tổng công ty; trình cấp thẩm quyền phê duyệt: dự kiến hoàn thành trong năm 2022, quý I/2023.

- Xây dựng, kế hoạch, lộ trình cụ thể đối với từng nhóm ứng dụng áp dụng nhãn hiệu mới, lộ trình và kế hoạch triển khai việc điều chỉnh, chuyển đổi tại các nơi, các phương tiện có hiện diện hệ thống nhận diện thương hiệu với thứ tự ưu tiên, đảm bảo không lãng phí và phù hợp với hoạt động sản xuất kinh doanh bình thường. PVFCCo phân thành 4 nhóm và kế hoạch triển khai như sau:

| <b>Phân nhóm ứng dụng</b>  | <b>Lộ trình triển khai</b>  |
|--|---|
| <p><b>1. Nhóm 1: Tài liệu, Văn bản, ứng dụng số, phần mềm, sự kiện nội bộ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiêu đề văn bản</li> <li>- Các giao diện VPS, ERP, suất ăn, lương...</li> <li>- Mẫu Slides</li> <li>- Website</li> <li>- Chữ ký email</li> <li>- Phim giới thiệu TCT</li> <li>- Backdrop ảo cho các cuộc họp, hội nghị, đào tạo trực tuyến</li> <li>- Các sự kiện nội bộ khác</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cập nhật thiết kế theo logo (nhãn hiệu mới), trình duyệt: tháng 9/2022</li> <li>- Đưa vào sử dụng: sau khi gửi và được Tập đoàn phê duyệt, dự kiến từ quý IV/2022</li> </ul> |



|   |   |
|---|---|
| <p><b>2. Nhóm 2: Trang trí, nhận diện tại tòa nhà 43 - TCT và Tòa nhà 27 Đinh Bộ Lĩnh:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Biển hiệu, trang trí nội, ngoại thất và các hạng mục có ứng dụng logo (nhãn hiệu)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cập nhật thiết kế theo logo (nhãn hiệu mới), trình duyệt: tháng 9/2022</li> <li>- Đưa vào sử dụng: sau khi gửi và được Tập đoàn phê duyệt và theo tiến độ cải tạo, dự kiến từ quý IV/2022 (do hiện nay PVFCCo đang thực hiện cải tạo 02 công trình này).</li> </ul>  |
| <p><b>3. Nhóm 3: Trang trí, nhận diện tại Nhà máy, trụ sở công ty thành viên, trang phục, đồng phục, lễ phục...</b></p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cập nhật thiết kế theo tiến độ xây dựng Hệ thống và cảm nang thương hiệu chung của TCT và sau khi được Tập đoàn phê duyệt logo (nhãn hiệu) mới; ứng dụng khi có thay mới, sửa chữa.</li> </ul>   |
| <p><b>4. Nhóm 4: Các hạng mục đối ngoại, đặc biệt có tính thương mại, tuân thủ theo quy định pháp luật về ghi nhãn, quảng cáo:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bao bì sản phẩm (có số lượng lớn nhất)</li> <li>- Các hình thức, công cụ quảng bá quảng cáo, xúc tiến thương mại: phim quảng cáo, quảng cáo báo chí, ngoài trời, biển hiệu Nhà phân phối, biển hiệu các kho, các sự kiện khách hàng, sự kiện thương mại, quà tặng, vật dụng đối với khách hàng</li> <li>- Các phương tiện, công cụ số tương tác với cổ đông, khách hàng: Web, Fanpage, Zalo, youtube</li> <li>- Đồng phục cán bộ thị trường</li> <li>- Riêng với các loại ấn phẩm (phong bì, folder, quà tặng....., có tính chất vừa đối nội, vừa đối ngoại): tiếp tục sử dụng lượng tồn kho cho tới khi hết, và có KH sản xuất thêm 1 lượng vừa phải, phù hợp để tiết kiệm khi chuyển sang logo (nhãn hiệu) mới</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiếp tục sử dụng logo (nhãn hiệu) được quy định tại Hợp đồng số 6390/HĐ -DKVN ngày 26/1/2021 về việc chuyển quyền sử dụng nhãn hiệu của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam với Tổng công ty và chỉ thay đổi khi hoàn thiện toàn bộ hệ thống nhận diện cũng như đáp ứng các quy định về bảo hộ nhãn hiệu, chuyển quyền sử dụng nhãn hiệu, dự kiến từ năm 2024</li> </ul> |

## IV. ĐÁNH GIÁ CHUNG

### 1. Điểm mới, sáng tạo trong triển khai:

- Tập trung tuyên truyền online, trên mạng xã hội, phương tiện truyền thông

đại chúng, đặc biệt trong thời kỳ dịch Covid -19 bùng phát nghiêm trọng, PVFCCo vận dụng tối đa các công cụ số để công tác truyền thông, văn hóa doanh nghiệp được thông suốt.

- Xây dựng các đợt thi đua, các chiến dịch tuyên truyền lớn, cụ thể: đề thông điệp được truyền tải 1 cách rõ nét, thì PVFCCo luôn hoạch định và triển khai theo các đợt thi đua, chiến dịch lớn (vd: thi đua 1 triệu sáng kiến đẩy lùi Covid-19, chiến dịch truyền thông cho công tác an sinh xã hội Tết vì người nghèo...)

- Tổ chức, vận dụng tốt mạng lưới cộng tác viên thông tin, truyền thông trong nội bộ để thông tin kịp thời và có chất lượng.

## **2. Tồn tại, vướng mắc.**

- Một số đơn vị còn lúng túng trong việc lập kế hoạch triển khai văn hóa PVFCCo, trong việc lựa chọn chuyên đề hành động cụ thể phù hợp với đặc thù đơn vị mình.

## **3. Nguyên nhân**

- Thời gian dịch bệnh Covid-19 bùng phát nghiêm trọng nên ảnh hưởng chung đến triển khai mọi mặt công tác, trong đó có TTVHDN.

- Lãnh đạo một số đơn vị chưa thực sự quan tâm đầu tư đến xây dựng, duy trì và phát triển văn hoá doanh nghiệp: đầu tư nhân lực, kinh phí, thời gian, tuyên truyền

- Ý thức trách nhiệm của một bộ phận người lao động chưa cao, chưa hiểu hết tầm quan trọng của việc xây dựng văn hoá doanh nghiệp gắn với sự phát triển bền vững của đơn vị.

## **4. Kinh nghiệm trong triển khai công tác TT&VHDN.**

- Sự quyết tâm và tinh thần trách nhiệm của Ban lãnh đạo, Ban Chỉ đạo, Ban Triển khai văn hoá PVFCCo trong việc xây dựng và duy trì văn hoá PVFCCo.

- Xây dựng kế hoạch triển khai ngắn hạn cũng như dài hạn một cách cụ thể, chi tiết, bám sát và triển khai hiệu quả, thường xuyên rà soát, đánh giá

- Thông qua các tổ chức đoàn thể chính trị xã hội như: Công đoàn, Đoàn thanh niên, Hội cựu chiến binh để thường xuyên tuyên truyền, phổ biến sâu rộng đến toàn thể CBCNV.

- Truyền tải thông điệp, nội dung nhất quán nhưng linh động kết hợp nhiều hình thức tuyên truyền, phổ biến: bản tin nội bộ, website, slogan, hoạt động ASXH, hội thi, hội thảo, đào tạo, tập huấn, các phương tiện thông tin đại chúng; phối hợp tốt giữa công tác công bố thông tin theo quy định của thị trường chứng khoán với truyền thông...

- Thường xuyên và kịp thời đào tạo, tập huấn, đặc biệt các kỹ năng mới: năm 2020-2021, nắm bắt nhu cầu và xu hướng trong thời kỳ dịch bệnh, PVFCCo tổ chức các khóa học về làm việc từ xa, về truyền thông số..., đã cho hiệu quả rất tốt.

- Có bộ phận chuyên trách công tác truyền thông, quản trị thương hiệu cùng với sự đầu tư, các quy định và các biện pháp đánh giá phù hợp.

## **V. KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT**

- Tổ chức các lớp tập huấn, chuyên đề, nhóm diễn đàn áp dụng số hóa (zalo, FB...), thường xuyên giao lưu, trao đổi kinh nghiệm, cập nhật kiến thức mới trong triển khai TTVHDN của toàn Tập đoàn hoặc kịp thời phổ biến, quán triệt các vấn đề “nóng”, “thời sự” ...

- Tổ chức các thư viện tư liệu, nội dung truyền thông chung của Tập đoàn, có thể ứng dụng icloud, google drive... để sử dụng chung khi phù hợp.

**PHỤ LỤC: THỐNG KÊ CÁC VĂN BẢN CỤ THỂ HÓA NQ 281 VÀ KH 3623 CỦA TẬP ĐOÀN**

| <b>Stt</b> | <b>Số, trích yếu văn bản/công tác</b>   | <b>Ngày ban hành</b> | <b>Cấp ban hành</b>      |
|------------|---|----------------------|--------------------------|
|            | <b>Năm 2020:</b>  |                      |                          |
| 1.         | Nghị quyết số 905-NQ/ĐU về lãnh đạo thực hiện nhiệm vụ công tác năm 2020, trong đó có công tác TT-VHDN                | 25/12/2019           | Đảng ủy TCT              |
| 2.         | QĐ số 475/QĐ-PBHC giao nhiệm vụ và kế hoạch tiếp thị truyền thông năm 2020  | 23/12/2019           | Tổng Giám đốc            |
| 3.         | CV số 932/PBHC-TCNS&ĐT vv Báo cáo kết quả triển khai từ 2009 đến 2019 và kế hoạch triển khai văn hóa PVFCCo năm 2020  | 04/6/2020            | Ban triển khai VH PVFCCo |
| 4.         | Công văn số 1445/PBHC- TCNS&ĐT vv Kế hoạch triển khai văn hóa PVFCCo năm 2020   | 21/8/2020            | Ban triển khai VH PVFCCo |
| 5.         | Tờ trình số 33/TTr-NCPTTT về công tác truyền thông: báo cáo năm 2019 và Kế hoạch triển khai năm 2020                  | 04/03/2020           | Tổng Giám đốc            |
| 6.         | Chỉ thị số 40/CT-PBHC vv ý thức trách nhiệm của cán bộ, nhân viên và người lao động khi tham gia mạng xã hội          | 16/8/2020            | Tổng giám đốc            |
| 7.         | Quyết định số 274/QĐ -PBHC về cập nhật Quy trình thực hiện công tác truyền thông                                      | 11/09/2020           | Tổng Giám đốc            |
| 8.         | Hội thảo văn hóa PVFCCo năm 2020  | 29/12/2020           | Ban triển khai VH PVFCCo |
|            | <b>Năm 2021</b>   |                      |                          |
| 9.         | Nghị quyết số 97-NQ/ĐU về lãnh đạo thực hiện nhiệm vụ công tác năm 2021, trong đó có công tác TT-VHDN                 | 31/12/2020           | Đảng ủy TCT              |
| 10.        | CV số 2310/PBHC-TCNS&ĐT vv Báo cáo kết quả triển khai văn hóa PVFCCo năm 2020 và kế hoạch triển khai năm 2021 gửi PVN | 28/12/2020           | Tổng Giám đốc            |

|     |   |            |                               |
|-----|---|------------|-------------------------------|
| 11. | Kế hoạch số 2324/PBHC-TCNS&ĐT về việc triển khai tái tạo văn hóa PVFCCo trong toàn Tổng Công ty Phân bón và Hóa chất Dầu khí-CTCP giai đoạn 2021-2025 | 31/12/2020 | Tổng Giám đốc                 |
| 12. | QĐ số 07/QĐ-PBHC giao nhiệm vụ và kế hoạch tiếp thị truyền thông năm 2021   | 05/1/2021  | Tổng Giám đốc                 |
| 13. | Tờ trình số 26/TTr-NCPTTT về công tác truyền thông: báo cáo năm 2020 và Kế hoạch triển khai năm 2021  | 26/02/2021 | Tổng Giám đốc                 |
| 14. | Tổ chức đào tạo về truyền thông trực tuyến, truyền thông số   | 1/8/2021   | Tổng giám đốc                 |
| 15. | Hội thảo văn hóa PVFCCo năm 2021  | 28/12/2021 | Ban triển khai VH PVFCCo      |
|     | <b>Năm 2022</b>   |            |                               |
| 16. | Nghị quyết số 253-NQ/ĐU về lãnh đạo thực hiện nhiệm vụ công tác năm 2022  | 10/01/2022 | Đảng ủy TCT                   |
| 17. | Nghị quyết 272-NQ/ĐU về việc khơi dậy và tái tạo Văn hóa PVFCCo   | 15/3/2022  | Đảng ủy TCT                   |
| 18. | Kế hoạch số 2324/PBHC-TCNS&ĐT về việc triển khai tái tạo văn hóa PVFCCo trong toàn Tổng Công ty Phân bón và Hóa chất Dầu khí-CTCP giai đoạn 2021-2025 | 31/12/2020 | Tổng Giám đốc                 |
| 19. | CV số 02/PBHC-TCNS&ĐT vv Báo cáo kết quả triển khai văn hóa PVFCCo năm 2021 và kế hoạch triển khai năm 2022   | 04/01/2022 | Ban triển khai văn hóa PVFCCo |
| 20. | QĐ số 13/QĐ-PBHC giao nhiệm vụ và kế hoạch tiếp thị truyền thông năm 2022   | 11/1/2022  | Tổng giám đốc                 |
| 21. | Tờ trình số 64/TTr-NCPTTT về công tác truyền thông: báo cáo năm 2021 và Kế hoạch triển khai năm 2022  | 09/03/2022 | Tổng Giám đốc                 |
| 22. | CV số 1025/PBHC-TCNS&ĐT vv Triển khai văn hóa PVFCCo từ nay đến hết 31/12/2022  | 07/7/2022  | Ban triển khai VH PVFCCo      |

# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Tổng Công ty Dầu Việt Nam)*

## I. CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO

Nhận thức rõ tính chất quan trọng khi Đảng ủy Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam ban hành Nghị quyết số 281-NQ/ĐU ngày 15/5/2019 và Kế hoạch số 3623/KH-DKVN ngày 03/7/2019 của Tổng Giám đốc Tập đoàn về triển khai thực hiện công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp, Ban Thường vụ Đảng ủy và Tổng Giám đốc PVOIL đã chỉ đạo Ban Tuyên giáo Đảng ủy phối hợp với bộ phận truyền thông của Tổng công ty rà soát các nội dung; tiếp tục thực hiện, bổ sung các nội dung, nhiệm vụ theo chỉ đạo của Tập đoàn tại Nghị quyết. Các nội dung tổng hợp, đánh giá này cũng đã được đồng chí Tổng Giám đốc PVOIL trình bày trong tham luận tại Hội nghị công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp toàn Tập đoàn vào ngày 05/7/2019. Đồng thời, từ đó đến nay, PVOIL luôn duy trì nhất quán thực hiện đồng bộ các nội dung theo định hướng, chỉ đạo của Đảng ủy Tập đoàn trong công tác truyền thông.

Căn cứ Quyết định số 6774/QĐ-DKVN ngày 27/11/2019 của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam về việc phê duyệt “Đề án tái tạo Văn hóa Petrovietnam” và Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam về triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam, PVOIL ban hành các Quyết định số 672/QĐ-DVN ngày 17/12/2020 thành lập Ban triển khai thực hiện Văn hóa doanh nghiệp PVOIL và Quyết định số 01/QĐ-DVN ngày 05/01/2021 về việc thành lập Ban chỉ đạo thực hiện Văn hóa doanh nghiệp PVOIL để cụ thể hóa công tác chỉ đạo, lãnh đạo. Ban triển khai thực hiện Văn hóa doanh nghiệp PVOIL đã phân công nhiệm vụ cụ thể cho từng thành viên, thực hiện hợp định kỳ theo quy định để đánh giá và xem xét các nội dung công việc đã được phân công; tham mưu cho Ban Chỉ đạo các nội dung công việc liên quan.

## II. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI

### 1. Kết quả trong công tác truyền thông và quan hệ công chúng:

**1.1. Quan điểm về công tác truyền thông:** Truyền thông là hoạt động rất cần thiết, hỗ trợ hiệu quả cho hoạt động sản xuất kinh doanh và các mục tiêu phát triển của PVOIL.

### 1.2. Mục tiêu của công tác truyền thông:

- Tạo sự nhận biết, sự quan tâm của đối tác, khách hàng về PVOIL.

- Cung cấp thông tin cho đối tác, khách hàng về các sản phẩm, dịch vụ và hoạt động của PVOIL.

- Củng cố, định vị thương hiệu PVOIL trên thị trường kinh doanh xăng dầu.

- Hỗ trợ hoạt động sản xuất kinh doanh; phát triển các sản phẩm, dịch vụ của PVOIL.

### ***1.3. Thực trạng công tác truyền thông:***

**a. Thuận lợi:** Thương hiệu PVOIL được thừa hưởng và phát triển trên nền tảng thương hiệu PVN.

#### ***b. Khó khăn:***

- PVOIL là đơn vị kinh doanh xăng dầu, cung cấp sản phẩm, dịch vụ cho nhiều đối tượng khách hàng khác nhau nên phải có nhiều giải pháp, cách thức thực hiện công tác truyền thông cho phù hợp.

- PVOIL đang cạnh tranh mạnh mẽ với nhiều đầu mối kinh doanh xăng dầu; trong đó có những thương hiệu lâu năm, chiếm thị phần lớn trong nước.

- Lợi nhuận trong hoạt động kinh doanh xăng dầu không cao so với các ngành khác nên ngân sách dành cho công tác truyền thông thấp, chưa đáp ứng đủ nhu cầu. Do đó, PVOIL rất cân nhắc trong mỗi hoạt động truyền thông; phải luôn tư duy sáng tạo để có được chi phí thấp nhất và hiệu quả cao nhất có thể; kết hợp tối đa các phương thức truyền thông và hiện đại.

### ***1.4. Đội ngũ nhân sự làm công tác truyền thông:***

- Bộ phận truyền thông (thuộc Văn phòng Tổng công ty) là bộ máy tham mưu, giúp việc cho Tổng Giám đốc PVOIL về công tác truyền thông; hiện có 03 cán bộ chuyên trách và 01 cán bộ kiêm nhiệm.

### ***1.5. Các giải pháp thực hiện công tác truyền thông:***

**a. Truyền thông báo chí:** Phối hợp hiệu quả với các cơ quan truyền thông, báo chí để chủ động cung cấp những thông tin về hoạt động sản xuất kinh doanh, sản phẩm, dịch vụ của PVOIL.

- Tổ chức họp báo định kỳ và đột xuất.

- Tiếp xúc, trả lời phóng viên báo đài về những thông tin báo chí quan tâm.

- Các thông tin tích cực về PVOIL thường xuyên xuất hiện trên các báo (báo giấy, báo điện tử), đài truyền hình, đài phát thanh: VTV, VOV, VnExpress, Dân trí, Báo mới, Zing, Nhịp cầu đầu tư, Vietnamnet, Petrotimes, Báo Đầu tư, CafeF, Thời báo Kinh doanh, Thông tấn xã Việt Nam, trang tin điện tử Chính phủ...



**b. Truyền thông trên mạng xã hội:** Phát huy tối đa lợi thế và hiệu quả của mạng xã hội trong thời đại thông tin; nhanh chóng chuyển tải các thông tin cần truyền thông, quảng cáo của PVOIL.

- Xây dựng và phát triển các kênh truyền thông của PVOIL: Fanpage PVOIL, Fanpage Tuổi trẻ PVOIL.

- Nhiều thông tin được cập nhật, quảng cáo liên tục trên Facebook, thu hút đông đảo người dùng theo dõi, tương tác.

**c. Truyền thông qua website PVOIL:**

- Ngay khi chuyển sang hoạt động theo mô hình công ty cổ phần, PVOIL đã xây dựng và đưa vào sử dụng website mới với hình thức và nội dung đa dạng, hiện đại, nhiều tiện ích; phù hợp với tính chất, yêu cầu thông tin của công ty đại chúng.

- Luôn “chăm sóc” kỹ lưỡng website, các nội dung tiếng Việt và tiếng Anh thường xuyên được cập nhật, trở thành một kênh truyền thông quan trọng của PVOIL.

**d. Truyền thông tại các địa điểm kinh doanh:** PVOIL hiện có gần 650 cửa hàng xăng dầu (CHXD), 29 kho xăng dầu phân bố khắp các tỉnh, thành phố trong cả nước, hơn 100 xe bồn và 06 sà lan. Mỗi CHXD, kho xăng dầu, xe bồn, sà lan đều được tận dụng như là một điểm truyền thông, quảng cáo cho thương hiệu PVOIL bằng các nội dung gắn với thương hiệu PVOIL.

- Đồng bộ nhận dạng thương hiệu PVOIL trong toàn hệ thống: trang trí CHXD, đồng phục nhân viên và cửa hàng trưng.

- Thực hiện các Đề án nâng cao chất lượng phục vụ tại CHXD và kho xăng dầu (Đề án 1114 và Đề án 808) với các hoạt động đảm bảo quy trình, chất lượng phục vụ khách hàng; hoạt động vệ sinh môi trường, chăm sóc CHXD, kho xăng dầu.

**e. Truyền thông qua nhận dạng tên thương hiệu, slogan:**

- Nhận dạng tên thương hiệu: đẹp, dễ nhận diện, dễ phân biệt với các đối thủ.

- Slogan “Đường xa thêm gần” / “Let miles be smile”: ấn tượng, ngắn gọn, dễ nhớ, có ý nghĩa nhân văn sâu sắc.

**f. Truyền thông qua các sản phẩm quảng cáo:**

- Sản xuất phim tư liệu, video clip giới thiệu sản phẩm, dịch vụ, hướng dẫn hoạt động nghiệp vụ của PVOIL.

- Thực hiện quảng cáo trên đường phố (roadshow).

- Quảng cáo thương hiệu PVOIL trên sóng của Truyền hình K+ trực tiếp giải bóng đá ngoại hạng Anh.

- Ma-két quảng cáo luôn được thiết kế kỹ lưỡng, đảm bảo tính độc đáo để thu hút khách hàng.

**g. Quảng bá thương hiệu PVOIL thông qua việc hợp tác kinh doanh với các thương hiệu uy tín:** Tập đoàn Vingroup, Tập đoàn Mai Linh, Tập đoàn Viettel, Ví điện tử MoMo, Vietcombank, HDBank...

**h. Truyền thông tại các sự kiện** do các đơn vị có uy tín tổ chức, kết hợp quảng bá sản phẩm, dịch vụ của PVOIL:

- Truyền thông tại Giải đua xe ô tô địa hình Việt Nam PVOIL Cup các năm 2019, 2020 và 2021: PVOIL tham gia với vai trò là Nhà tài trợ tên giải; phát huy tối đa hình ảnh và thương hiệu PVOIL tại giải đua xe ô tô địa hình lớn nhất Việt Nam, thu hút đông đảo sự quan tâm, theo dõi.

- Truyền thông tại các sự kiện của Tạp chí Forbes, Hội Doanh nhân Trẻ Việt Nam, Hiệp hội Doanh nghiệp dịch vụ Logistics Việt Nam (VLA), Diễn đàn OtoFun...

**i. Truyền thông qua các hoạt động an sinh xã hội:**

- Tổ chức chương trình “Cùng PVOIL về quê đón Tết” (các năm 2019, 2020, 2021), đưa hơn 3.000 lượt sinh viên có hoàn cảnh khó khăn đang học tập tại các trường Đại học từ TP. Hồ Chí Minh, Hà Nội về quê đón Tết. Đây là hoạt động an sinh xã hội thể hiện tính nhân văn và nét đặc trưng của PVOIL trong cách thức tổ chức, góp phần quảng bá hình ảnh, thương hiệu PVOIL đến với đông đảo khách hàng.

- Năm 2020, khi các cơn bão liên tiếp tàn phá các tỉnh miền Trung, từ ngày 23-27/10, PVOIL thực hiện chương trình “Hỗ trợ xăng dầu xe cứu trợ đồng bào lũ lụt Miền Trung” tại các CHXD PVOIL trên tuyến quốc lộ 1 từ TP.HCM đến Hà Nội; hỗ trợ miễn phí cho 1.402 lượt xe. Qua đó, hình ảnh, thương hiệu và tính nhân văn của PVOIL được chia sẻ, lan tỏa vô cùng mạnh mẽ.

- Trong 02 năm xảy ra đại dịch Covid-19 (2020, 2021), PVOIL đã thực hiện nhiều hoạt động ý nghĩa như: thu mua và phát tặng miễn phí khẩu trang y tế; quyên góp ủng hộ và trao tặng cho “ATM gạo tự động miễn phí cho người nghèo”; tặng máy thở cho bệnh viện; tặng xe cứu thương cho các địa phương; hỗ trợ miễn phí toàn bộ xăng dầu cho các đội xe tham gia công tác phòng chống dịch; tổ chức “bếp ăn 0 đồng”... Công tác truyền thông đã phát huy vai trò lan tỏa hình ảnh, hoạt động và thương hiệu PVOIL đến với cộng đồng xã hội.

**j. Truyền thông nội bộ:**

- Tổ chức các cuộc thi nội bộ để CBCNV đóng góp ý tưởng cho các hoạt động, các sản phẩm dịch vụ của PVOIL.

- Tổ chức các Hội thi tay nghề cho CBCNV; qua đó, vừa kiểm tra kiến thức chuyên môn nghiệp vụ, trình độ tay nghề, vừa truyền tải những chủ trương, chính sách, quy định của Tổng công ty đến với người lao động: Hội thi tay nghề khối kho xăng dầu PVOIL “Đội vận hành giỏi” lần thứ ba - năm 2019; Hội thi tay nghề khối cửa hàng xăng dầu PVOIL “Đội bán hàng giỏi” lần thứ tư - năm 2022.

- Đăng tải các nội dung, hoạt động của PVOIL và ngành dầu khí đến CBCNV thông qua Fanpage PVOIL, Fanpage Tuổi trẻ PVOIL, điểm tin hàng ngày qua email, bảng tin phát thanh PVOIL.

### ***k. Xử lý khủng hoảng truyền thông:***

- Chủ động kiểm soát, kịp thời nắm bắt thông tin có liên quan đến PVOIL trên các phương tiện truyền thông. Từ đó, trong nhiều trường hợp có thể biết được diễn biến truyền thông để xử lý sớm, tránh xảy ra một cuộc khủng hoảng truyền thông làm mất kiểm soát tình hình.

- Khi có thông tin không chính xác, thông tin bất lợi cho PVOIL, xử lý nhanh chóng theo nguyên tắc phối hợp chủ động với báo chí.

### **l. Các danh hiệu đạt được:**

- Forbes Việt Nam bình chọn và công bố danh sách “100 công ty đại chúng lớn nhất” năm 2019.

- Forbes Việt Nam bình chọn và công bố danh sách 50 thương hiệu dẫn đầu trong các lĩnh vực kinh doanh tại Việt Nam năm 2019 và 2020 (nhóm các thương hiệu bán lẻ).

### **2. Kết quả trong công tác xây dựng văn hoá doanh nghiệp:**

***2.1. Việc triển khai thực hiện 09 nội dung của Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 về triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam trong toàn Tập đoàn. Kết quả triển khai, áp dụng thực hiện Công văn 4371/DKVN – TT&VHDN ngày 02/8/2021 của Tổng giám đốc Tập đoàn về thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả”.***

Triển khai thực hiện 09 nội dung của Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 về triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam trong toàn Tập đoàn, PVOIL đã ban hành Thỏa ước lao động tập thể ngày 14/5/2021, trong đó bao gồm các nội dung thực hiện văn hóa doanh nghiệp, có sự cam kết song phương giữa người sử dụng lao động và người lao động về thực hiện văn hóa doanh nghiệp tại PVOIL. Tổng công ty đã tiến hành tổng hợp, rà soát hoàn thiện các quy chế, quy định trong xử lý, giải quyết công việc thành bộ quy chế quản trị làm căn cứ xây dựng văn hóa thực thi công việc, tính tuân thủ và hiệu quả.

Thực hiện Công văn số 319-CV/ĐU ngày 09/8/2021 của Đảng ủy Tập đoàn, Đảng ủy Tổng công ty đã ban hành Công văn số 103-CV/ĐU ngày 12/8/2021 về việc triển khai đợt sinh hoạt chuyên đề thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả” trong toàn Đảng bộ Tổng công ty. Toàn bộ 103/103 chi bộ thuộc 36/36 Chi/Đảng bộ trực thuộc Đảng bộ Tổng công ty tổ chức sinh hoạt chuyên đề theo đúng nội dung, thời gian quy định là hoàn thành trước ngày 30/9/2021.

Tổng công ty Dầu Việt Nam đã ban hành Quy ước “Văn hóa công sở PVOIL” theo Quyết định số 514/QĐ-DVN ngày 11/10/2021 thay thế cho Quy ước “Văn hóa công sở PVOIL” đã thực hiện từ năm 2016; trong đó, cập nhật, bổ sung các nội dung nhất quán phương châm hành động của Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả” trong ứng xử và làm việc.

Thực hiện chỉ đạo của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam tại Công văn số 4371/DKVN-TT&VHDN ngày 02/8/2021 về việc triển khai thực hiện phương châm hành động, Tổng Giám đốc Tổng công ty đã chỉ đạo các Ban chuyên môn triển khai áp dụng đánh giá điểm số kết quả thực hiện theo KPI năm 2021, thực hiện đánh giá từ ngày 01/10/2021. Kết quả đánh giá KPI năm 2021 và phương châm hành động Quý IV năm 2021 của người lao động tại các Ban/Văn phòng/Đơn vị trực thuộc đã được Tổng công ty phê duyệt tại Quyết định số 192/QĐ-DVN ngày 17/3/2022. Công tác đánh giá vẫn đang tiếp tục thực hiện trong năm 2022.

## ***2.2. Kế hoạch xây dựng thực hiện hệ thống nhận diện thương hiệu của đơn vị thống nhất theo nhãn hiệu mới của Petrovietnam.***

Thực hiện chỉ đạo của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam tại Kế hoạch số 4094/KH-DKVN ngày 21/7/2022 về triển khai hệ thống nhận diện thương hiệu Petrovietnam trong toàn Tập đoàn, PVOIL đang tiến hành thiết kế nhãn hiệu mới của PVOIL để trình Tập đoàn xem xét, phê duyệt. Lộ trình sử dụng nhãn hiệu mới của Petrovietnam và PVOIL như sau:

- Năm 2022, 2023: nhãn hiệu mới được sử dụng trong các hoạt động của PVOIL như: ứng dụng tư liệu số, thiết kế nội thất/ trang thiết bị văn phòng, trang phục, sản phẩm, quà tặng...

- Năm 2023, 2024: nhãn hiệu mới được sử dụng khi xây dựng, sửa chữa, sơn mới các cửa hàng xăng dầu, kho xăng dầu, xe bồn, sà lan.

- Đến khi nhận được giấy chứng nhận nhãn hiệu mới của Petrovietnam và PVOIL (dự kiến năm 2025): nhãn hiệu mới thay thế toàn bộ nhãn hiệu cũ.

## **3. Đánh giá chung**

Công tác truyền thông được chỉ đạo và thực hiện đồng bộ; theo kế hoạch thống nhất; có sự kết nối giữa các phương thức, phương tiện truyền thông. Thông

tin nhất quán, có sự chỉ đạo xuyên suốt của Lãnh đạo Tổng công ty và sự phối hợp của các Ban, Văn phòng Tổng công ty, các đơn vị trong toàn hệ thống. Chủ động cung cấp thông tin cho các cơ quan truyền thông, báo chí, khách hàng, người tiêu dùng. Mức độ cung cấp thông tin, thời điểm cung cấp thông tin phù hợp theo các mục đích nhất định. Nhanh chóng hiệu chỉnh các thông tin chưa chính xác về PVOIL; tránh gây ra khủng hoảng truyền thông có khả năng làm ảnh hưởng đến uy tín, thương hiệu PVOIL. Phát huy được vai trò của CBCNV trong việc tham gia công tác truyền thông, quảng cáo; kết hợp được hoạt động chuyên môn với hoạt động đoàn thể. Trong mỗi hoạt động, mỗi sản phẩm truyền thông, PVOIL luôn hướng đến tư duy sáng tạo, độc đáo để thu hút khách hàng.

Về công tác văn hóa doanh nghiệp, PVOIL đã bám sát các chỉ đạo của Tập đoàn trong công tác triển khai thực hiện Văn hóa Petrovietnam tại đơn vị; kịp thời kiện toàn Ban chỉ đạo, Ban triển khai thực hiện Văn hóa doanh nghiệp PVOIL để tiếp nhận và triển khai nhanh chóng các nội dung theo chỉ đạo của Tập đoàn. Ban Thường vụ Đảng ủy, HĐQT, Ban Tổng Giám đốc Tổng công ty có sự phối hợp, thống nhất trong chỉ đạo và triển khai thực hiện Văn hóa Petrovietnam, Văn hóa PVOIL. PVOIL đã chủ động thực hiện các nội dung văn hóa doanh nghiệp từ nhiều năm trước nên rất thuận lợi và phù hợp khi áp dụng thực hiện 09 nội dung theo yêu cầu của Tập đoàn. Việc triển khai sinh hoạt chuyên đề thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả” được thực hiện đồng bộ giữa Ban Thường vụ Đảng ủy và Ban Điều hành; kết hợp giữa tuyên truyền, triển khai nội dung phương châm hành động với liên hệ, vận dụng thực tế đối với hoạt động chuyên môn của từng đơn vị; lồng ghép đánh giá điểm số kết quả thực hiện theo KPI.

**III. KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT:** Đề xuất Tập đoàn Dầu khí Việt Nam bằng mối quan hệ với các cơ quan truyền thông, báo chí sẽ hỗ trợ đơn vị ngăn ngừa hoặc xử lý các vụ việc/ sự cố/ khủng hoảng truyền thông khi xảy ra các tình huống cần phải xử lý nhanh chóng, kịp thời.

Trên đây là các nội dung tổng hợp, đánh giá, rút kinh nghiệm của PVOIL trong quá trình thực hiện công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp thời gian qua./.

# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Viện Dầu khí Việt Nam)*

**Chủ đề: Xây dựng và triển khai VHDN tại Viện Dầu khí Việt Nam**

## I. CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO

Việc cụ thể hóa NQ 281-NQ/ĐU ngày 15/5/2019 của Đảng ủy Tập đoàn về công tác TT&VHDN; Kế hoạch 3623/KH-DKVN ngày 03/7/2022 của Tổng giám đốc Tập đoàn về triển khai thực hiện công tác TT&VHDN:

Viện Dầu khí Việt Nam triển khai văn hóa doanh nghiệp một cách hệ thống, nghiêm túc với ý chí quyết tâm của Lãnh đạo, Kế hoạch triển khai chi tiết với các nội dung cụ thể đã được ban hành trong toàn Viện từ đầu năm (*Kế hoạch số 892/KH-VĐKVN ngày 25/02/2021 về việc triển khai văn hóa doanh nghiệp tại Viện Dầu khí Việt Nam đến hết năm 2023; Kế hoạch số 7201/KH-VĐKVN ngày 22/12/2021 về việc triển khai văn hóa doanh nghiệp tại Viện Dầu khí Việt Nam năm 2022*).

Sự phối hợp chặt chẽ, thống nhất từ quá trình chỉ đạo đến thực hiện của Đảng ủy Viện, Bộ phận Văn hóa doanh nghiệp với các tổ chức đoàn thể thuộc Viện; công tác triển khai văn hóa doanh nghiệp được duy trì, thực hiện liên tục, đều khắp trong toàn Viện;

## II. PHƯƠNG PHÁP TRIỂN KHAI

Đảng ủy, Ban Lãnh đạo Viện chỉ đạo sát sao; Kế hoạch chi tiết với các nội dung triển khai văn hóa doanh nghiệp cụ thể được ban hành tới toàn Viện từ đầu năm.

Thành lập Bộ phận Văn hóa doanh nghiệp và phân công cán bộ đầu mối để giữ mối liên hệ với Tập đoàn (qua Ban TT & VHDN).

Các Ban/Đơn vị/Bộ phận/Tổ chức đoàn thể được giao đầu mối triển khai, phối hợp triển khai các nội dung thực hiện văn hóa doanh nghiệp tại Viện Dầu khí Việt Nam đảm bảo chất lượng, hoàn thành tiến độ đề ra.

Xây dựng và triển khai văn hóa doanh nghiệp đồng bộ, sâu rộng trong phạm vi toàn Viện, có sự liên kết giữa các nhiệm vụ nghiên cứu khoa học, phù hợp với điều kiện thực tiễn của đơn vị, từ đó tác động đến nhận thức, tạo chuyển biến trong hành vi, ứng xử của từng người lao động.

### III. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI

**1. Kết quả trong công tác truyền thông và quan hệ công chúng:** đánh giá kết quả trên các mặt truyền thông nội bộ; truyền thông công chúng; truyền thông quốc tế (nếu có) theo các nội dung của Kế hoạch 3623/KH-DKVN:

Bộ phận Văn hóa doanh nghiệp được thành lập và phụ trách về hoạt động văn hóa doanh nghiệp, quản lý, đôn đốc, kiểm tra, giám sát, báo cáo tình hình thực hiện văn hóa doanh nghiệp tại Viện Dầu khí Việt Nam cho Viện trưởng hàng quý;

Sử dụng các ứng dụng trên nền tảng office 365 như Teams, Yammer, Office, Email để đa dạng hóa các hình thức tuyên truyền nhằm đảm bảo thông tin chính xác, kịp thời đến toàn thể cán bộ nhân viên của Viện;

Viện Dầu khí Việt Nam đã tạo fanpage trên facebook để kịp thời cung cấp thông tin về mọi mặt hoạt động của Viện.

#### **2. Kết quả trong công tác xây dựng văn hoá doanh nghiệp**

- Việc triển khai thực hiện 09 nội dung của Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 về triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam trong toàn Tập đoàn:

**Nội dung 1:** *Đưa nội dung thực hiện VHDN vào thỏa ước lao động tập thể, các quy định của đơn vị:*

Viện Dầu khí Việt Nam đã đưa 2 nét văn hóa Đồng cảm - Hợp tác và Tự học hỏi - Tự hoàn thiện bản thân vào Thỏa ước lao động Tập thể. Trong đó:

- Đồng cảm - Hợp tác: các phúc lợi thể hiện sự quan tâm, thấu hiểu, đồng cảm với Người lao động và gia đình người lao động: tặng quà, hỗ trợ chi phí hoạt động cho các câu lạc bộ thể dục - thể thao;

- Tự học hỏi - Tự hoàn thiện bản thân: thưởng đột xuất khi người lao động đạt được các sáng kiến, sáng chế, thành tích cao.

**Nội dung 2:** *Tổng hợp, rà soát hoàn thiện các quy chế, quy định trong xử lý, giải quyết công việc thành bộ quy chế quản trị làm căn cứ xây dựng văn hóa thực thi công việc, tính tuân thủ và hiệu quả:*

Sổ tay Văn bản quản lý nội bộ của Viện đã thực hiện từ năm 2019 và tiếp tục hoàn thiện, cập nhật trong giai đoạn 2021-2023.

Cơ sở dữ liệu hệ thống văn bản quản lý nội bộ hiện hành của Viện đã thực hiện năm 2020 và tiếp tục hoàn thiện, cập nhật trong giai đoạn 2021-2023.

**Nội dung 3:** *Xác định các giá trị văn hóa của đơn vị làm chuẩn mực để CBCNV, NLD thực hiện:*

Viện Dầu khí Việt Nam đã xây dựng Sổ tay văn hóa VPI (Quyết định số 3122/QĐ-VĐKVN ngày 14/6/2022) phù hợp với Sổ tay văn hóa Petrovietnam để toàn thể nhân viên thực hiện;



Viện Dầu khí Việt Nam thường xuyên phổ biến và có hình thức tuyên truyền phong phú (tổ chức các đợt thi trực tuyến) để tăng hiệu quả lan tỏa, cung cấp thông tin, thống nhất áp dụng đúng và giúp cán bộ tăng tương tác, gắn kết với nhau.

Đã xây dựng cơ sở dữ liệu về văn hóa PVN, VPI và truyền thông rộng rãi trong toàn VPI.

**Nội dung 4:** *Tổ chức tuyên truyền, phổ biến bằng các công cụ truyền thông, tăng cường tuyên truyền trực quan về những quy định, các giá trị văn hóa của đơn vị đến CBCNV biết và hiểu để nâng cao nhận thức, ý thức trong việc thực hiện các giá trị chung:*

Các Chi bộ phối hợp cùng Bộ phận Văn hóa doanh nghiệp và các Tổ chức đoàn thể (Công đoàn, Đoàn Thanh niên Viện Dầu khí Việt Nam) thường xuyên tuyên truyền và triển khai thực hiện 2 nét văn hóa Đồng cảm - Hợp tác và Tự học hỏi - Tự hoàn thiện bản thân thông qua các buổi Hội thảo, Hội nghị, sinh hoạt trong/ngoài trụ sở.

**Nội dung 5:** *Xây dựng, hoàn thiện hệ thống nhận diện thương hiệu và sử dụng thống nhất, đúng quy định thể hiện thông qua hệ thống cơ sở vật chất, văn phòng phẩm, ấn phẩm, sản phẩm... đáp ứng công việc, hoạt động đều mang dấu ấn văn hóa:*

Từ năm 2020, Viện đã xây dựng và ban hành mẫu chữ ký email, mẫu bài trình bày hội thảo, mẫu báo cáo có nhận diện thương hiệu và trang bị huy hiệu cho toàn Viện.

Tháng 7 năm 2022, Viện Dầu khí Việt Nam đã gửi Công văn xin ý kiến Tập đoàn về việc phê duyệt nhãn hiệu của Viện Dầu khí Việt Nam (Công văn số 4055/VĐKVN-VHDN ngày 26/7/2022 và số 4623/VĐKVN-VHDN ngày 25/8/2022).

Từ mẫu nhận dạng thương hiệu mới, Viện Dầu khí Việt Nam tiếp tục cập nhật các biểu mẫu như: Bài trình bày, Mẫu Báo cáo tổng kết, Chữ ký email...

**Nội dung 6:** *Chỉnh trang, sắp xếp vị trí làm việc của CBCNV, NLD thân thiện, hiện đại, khoa học áp dụng, thực hiện mô hình 5S tại văn phòng, phòng thí nghiệm; đổi mới hình ảnh, không gian làm việc, tạo nét riêng biệt của từng bộ phận:*

Hàng năm, Công đoàn Cơ sở Viện Dầu khí Việt Nam phối hợp cùng Bộ phận Văn hóa doanh nghiệp thường xuyên triển khai thực hiện phong trào ứng dụng 5S tại đơn vị. Thông qua các hoạt động nhằm tuyên truyền về vai trò và lợi ích khi áp dụng 5S tại nơi làm việc, tại nhà của mỗi cán bộ, người lao động.

**Nội dung 7:** *Lựa chọn, tổ chức các khóa tập huấn, đào tạo cho toàn thể CBCNV theo mô hình phát triển năng lực: năng lực chuyên môn, năng lực văn hóa, năng lực lãnh đạo, các kỹ năng bổ trợ phù hợp với yêu cầu của đơn vị. Xây dựng văn hóa học tập, hướng đến một tổ chức học tập bằng cách thúc đẩy tinh thần tự học, tự đào tạo, tăng cường đào tạo nội bộ trong CBCNV:*

Viện đã xây dựng bộ năng lực và chương trình đào tạo gắn với năng lực dành cho Người đứng đầu các Bộ phận, bao gồm cả năng lực chuyên môn và năng lực mềm.

Viện đã mua tài khoản của nền tảng tự học tập trực tuyến lớn trên thế giới là Coursera và cấp cho một số nhân sự khối Hạt nhân kèm cam kết đạt chứng chỉ.

Viện đã thiết lập hệ thống E-Learning nội bộ dựa trên phần mềm học trực tuyến moodle và hướng dẫn nhân sự Viện tự học, hiện đang tiếp tục bổ sung các khóa học lên hệ thống.

**Nội dung 8:** *Phát huy vai trò của các tổ chức đoàn thể, tổ chức các hoạt động sinh hoạt tập thể nhằm gắn kết, chia sẻ giữa CBCNV thông qua các hình thức: teambuilding, ngày hội gia đình, chương trình đối thoại, tọa đàm giữa lãnh đạo và CBCNV, tổ chức các cuộc thi, các hoạt động giao lưu thể thao, văn hóa, văn nghệ:*

Thực hiện chỉ đạo của Đảng ủy Viện Dầu khí Việt Nam, Bộ phận Văn hóa doanh nghiệp phối hợp cùng với Văn phòng Đảng Đoàn thể và một số Chi bộ thuộc Đảng bộ Viện đã tổ chức sinh hoạt chi bộ kết hợp với truyền tải các nét văn hóa VPI/PVN đang triển khai thực hiện. Cùng với đó, Bộ phận Văn hóa doanh nghiệp phối hợp chặt chẽ với các tổ chức đoàn thể (Công đoàn và Đoàn thanh niên) tổ chức các hoạt động trực tuyến để thường xuyên tuyên truyền về văn hóa VPI, PVN.

**Nội dung 9:** *Có hình thức khen thưởng, vinh danh phù hợp cho các tập thể, cá nhân thực hiện tốt; phê bình, xử phạt các tập thể, cá nhân không thực hiện theo đúng quy định:*

Từ năm 2020, Viện đã triển khai đưa 2 nét văn hóa của Viện vào KPI của người đứng đầu các Đơn vị/Bộ phận và đưa văn hóa doanh nghiệp vào tiêu chí tuyển dụng.

- Kết quả triển khai, áp dụng thực hiện Công văn 4371/DKVN - TT&VHDN ngày 02/8/2021 của Tổng giám đốc Tập đoàn về thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả”.

Thực hiện chỉ đạo của Ban Thường vụ Đảng ủy Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam, ngày 27/8/2021, Đảng ủy Viện Dầu khí Việt Nam đã tổ chức Hội nghị trực tuyến chuyên đề: Thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả”. Hội nghị được tổ chức bằng hình thức trực tuyến qua Microsoft Teams với sự tham gia của 176 cán bộ, đảng viên trong toàn Đảng bộ và khách mời đại diện các tổ chức chính trị xã hội, cán bộ, quần chúng ưu tú thuộc các chi bộ trực thuộc. Sau Hội nghị, 8/8 Chi bộ trực thuộc Đảng ủy Viện đã triển khai sinh hoạt chuyên đề Thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả”.

Đảng ủy Viện xác định việc triển khai thực hiện nghiêm túc, hiệu quả phương châm hành động là một nội dung quan trọng trong thực hiện Đề án Tái tạo văn hóa Petrovietnam, gắn với việc triển khai thực hiện Văn hóa doanh nghiệp VPI với những giá trị cốt lõi “Đạo đức - Chuyên nghiệp - Trí tuệ”. Đợt sinh hoạt chuyên đề sâu rộng trong toàn Đảng bộ sẽ góp phần xây dựng văn hóa trong lãnh đạo, quản lý, điều hành doanh nghiệp, làm cho các giá trị văn hóa doanh nghiệp VPI thấm sâu vào mọi hoạt động của tổ chức đảng, hoạt động điều hành quản lý nghiên cứu khoa học của đơn vị; tạo môi trường cho cán bộ, đảng viên tu dưỡng, giữ gìn đạo đức, phẩm chất, lối sống; người lao động tin tưởng, yên tâm, tự hào và gắn bó với Viện.

## **IV. ĐÁNH GIÁ CHUNG**

### **1. Điểm mới, sáng tạo trong triển khai**

Viện Dầu khí Việt Nam luôn bám sát Kế hoạch triển khai và chỉ đạo của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam, căn cứ tình hình thực tế tại đơn vị để ban hành Kế hoạch triển khai VHDN.

Sự phối hợp chặt chẽ, thống nhất từ quá trình chỉ đạo đến thực hiện của Đảng ủy, Ban Lãnh đạo Viện với Bộ phận Văn hóa doanh nghiệp và các tổ chức đoàn thể thuộc Viện.

Tổ chức các hoạt động đa dạng như Hội nghị, Hội thảo chuyên đề, chia sẻ giữa Lãnh đạo Viện với toàn thể người lao động; các cuộc thi trực tuyến/trực tiếp lồng ghép nội dung truyền tải về văn hóa, lịch sử PVN, VPI.

### **2. Tồn tại, vướng mắc.**

Lãnh đạo/người đứng đầu một số đơn vị, bộ phận thuộc Viện chưa quan tâm đúng mức đến công tác triển khai văn hóa doanh nghiệp tại Viện;

Một số cán bộ, người lao động của Viện chưa nhiệt tình thực hiện triển khai văn hóa doanh nghiệp tại Viện;

# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Tổng công ty Cổ phần Dịch vụ Kỹ thuật Dầu khí Việt Nam)*

## I. CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO

- Thực hiện chỉ đạo của Đảng ủy Tập đoàn DKQGVN, Đảng ủy Tổng công ty Cổ phần Dịch vụ Kỹ thuật Dầu khí Việt Nam (PTSC) đã bám sát các nội dung trong các văn bản hướng dẫn của Tập đoàn về triển khai Đề án tái tạo Văn hóa Petrovietnam để ban hành kịp thời các văn bản chỉ đạo, triển khai đến từng Chi bộ trong toàn Đảng bộ Tổng công ty, nổi bật trong số đó là hướng dẫn triển khai thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả”.

- Ban Chỉ đạo triển khai Đề án tái tạo Văn hoá Petrovietnam của Tổng công ty PTSC do Bí thư Đảng ủy - Chủ tịch HĐQT làm Trưởng ban, Tổng Giám đốc là Phó Trưởng ban thường trực cùng sự tham gia chỉ đạo của các Phó Tổng Giám đốc, Chủ tịch Công đoàn và các Trưởng Ban chuyên môn Tổng công ty nên việc triển khai Đề án tái tạo Văn hoá Petrovietnam được thực hiện rất quyết liệt, sâu sát và hiệu quả.

## II. PHƯƠNG PHÁP TRIỂN KHAI

\* Tái cấu trúc mạnh mẽ để nâng cao hiệu quả mô hình hoạt động, tối đa hóa giá trị chuỗi dịch vụ của PTSC nhưng vẫn đảm bảo giữ gìn và phát huy Văn hóa Petrovietnam, Văn hóa PTSC.

\* Thay đổi sáng tạo, chủ động nắm bắt các cơ hội kinh doanh trong xu hướng chuyển dịch năng lượng để phát triển các sản phẩm mới, dịch vụ mới với trọng tâm là lĩnh vực năng lượng tái tạo ngoài khơi.

\* Tiếp tục nâng cấp môi trường làm việc chuyên nghiệp, đúng người đúng việc, đảm bảo thu nhập xứng đáng cho người lao động.

\* Đối với việc triển khai phương châm hành động “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo - Hiệu quả”, PTSC đang nghiên cứu để cụ thể hóa và tích hợp đưa vào tiêu chí đánh giá mức độ hoàn thành công việc của CBCNV. Tuy nhiên, PTSC sẽ áp dụng một cách linh hoạt để phù hợp với tiêu chuẩn đánh giá hiện nay của đơn vị.

## III. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI

### 1. Kết quả trong công tác truyền thông và quan hệ công chúng:

- Kênh thông tin của PTSC hiện nay gồm có: Website nội bộ, Bản tin nội bộ, Brochure và Phim giới thiệu. Phụ trách và quản lý trực tiếp Kênh thông tin của

PTSC là thành viên của Ban Tổng Giám đốc cùng các Cán bộ, chuyên viên chuyên trách các Ban chức năng. Nội dung của Kênh thông tin liên tục được cập nhật và đồng bộ với các chủ trương, tin bài được triển khai từ Tập đoàn, từ đó cung cấp đầy đủ thông tin đến nhà đầu tư, khách hàng, đối tác và Người lao động PTSC.

- Bên cạnh đó, PTSC còn có các Bản tin chuyên ngành được triển khai hàng tuần theo kênh email điện tử nội bộ như: Bản tin thị trường, Bản tin pháp luật... để cung cấp thông tin kịp thời tới cán bộ nhân viên các cấp của PTSC.

- Duy trì truyền thông, quảng bá thương hiệu PTSC trên các báo đài, thiết lập quan hệ gắn kết với tạp chí Năng lượng mới, Tạp chí điện tử Petrotimes để kịp thời, tích cực tham gia các chương trình giải thưởng uy tín như Thương hiệu Quốc gia, Sao vàng đất Việt...

- Các tổ chức đoàn thể như Công đoàn, Đoàn thanh niên khai thác tính năng của mạng xã hội, các công cụ truyền thông, thiết bị kỹ thuật số để nắm bắt thông tin, tạo sự đồng thuận trong nội bộ Tổng công ty nói riêng và quảng bá đến cộng đồng mạng nói chung.

## **2. Kết quả trong công tác xây dựng văn hoá doanh nghiệp**

\* Tổng công ty PTSC đã triển khai thực hiện tốt 09 nội dung của Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 về triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam trong toàn Tập đoàn, cụ thể:

**Nội dung 1:** *PTSC đã đưa nội dung thực hiện VHDN vào thỏa ước lao động tập thể, các quy định của đơn vị, có sự cam kết song phương giữa người sử dụng lao động và người lao động về thực hiện VHDN.*

**Nội dung 2:** *Tổng hợp, rà soát hoàn thiện các quy chế, quy định trong xử lý, giải quyết công việc thành bộ quy chế quản trị làm căn cứ xây dựng văn hóa thực thi công việc, tính tuân thủ và hiệu quả.*

Tổng công ty PTSC đã tiến hành rà soát toàn bộ hệ thống văn bản nội bộ, sửa đổi, cập nhật, ban hành một số văn bản liên quan, nổi bật trong số đó là:

- Sửa đổi ban hành Điều lệ Tổng công ty;
- Sửa đổi ban hành Quy chế quản trị nội bộ;
- Ban hành Quy chế hoạt động của HĐQT/Ban Kiểm soát;
- Ban hành Quy chế quản lý cán bộ;
- Quy chế Kiểm toán nội bộ...

**Nội dung 3:** *Xác định các quy định, các giá trị văn hóa của đơn vị làm chuẩn mực để CBCNV, NLD thực hiện: căn cứ Cẩm nang văn hóa dầu khí, các đơn vị hệ thống lại, hoàn thiện, sửa đổi, bổ sung, xây dựng mới (nếu chưa có)*

Năm 2021 PTSC đã ban hành Quy tắc văn hóa PTSC thay thế cho bộ Quy tắc văn hóa cũ từ năm 2011.

Đây là hệ thống những quy tắc chung về chuẩn mực văn hóa, cách ứng xử giữa cấp trên và cấp dưới, giữa đồng nghiệp cũng như cán bộ nhân viên PTSC với đối tác, khách hàng, được xây dựng và hình thành trên cơ sở những nét văn hóa riêng biệt của PTSC. Hệ thống các giá trị văn hóa này là tài sản văn hóa, tinh thần; là sự kế thừa bản sắc, truyền thống tốt đẹp của dân tộc, của ngành Dầu khí, của Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam và của PTSC từ khi bắt đầu hình thành, phát triển đến nay.

**Nội dung 4:** *Tổ chức tuyên truyền, phổ biến bằng các công cụ truyền thông, tăng cường tuyên truyền trực quan về những quy định, các giá trị văn hóa của đơn vị đến CBCNV biết và hiểu để nâng cao nhận thức, ý thức trong việc thực hiện các giá trị chung.*

Thường xuyên và định kỳ thực hiện tuyên truyền, phổ biến thông tin đến CBCNV qua các kênh truyền thông của đơn vị như: website, các bản tin nội bộ, các trang thông tin của các tổ chức đoàn thể Đoàn thanh niên/Công đoàn...

**Nội dung 5:** *Xây dựng, hoàn thiện Hệ thống nhận diện thương hiệu và sử dụng thống nhất, đúng quy định thể hiện thông qua hệ thống cơ sở vật chất, văn phòng phẩm, ấn phẩm, sản phẩm... đáp ứng công việc, hoạt động đều mang dấu ấn văn hóa.*

Trong tháng 7/2021 vừa qua, PTSC đã hoàn thành việc xây dựng bộ nhận diện thương hiệu mới và đưa vào áp dụng trong toàn Tổng công ty. Việc này giúp PTSC tạo nên một diện mạo mới hiện đại và thống nhất dựa trên những giá trị truyền thống của lịch sử hơn 45 năm hình thành và phát triển.

Tuy nhiên căn cứ Hệ thống nhận diện thương hiệu của Tập đoàn, PTSC cũng đang tiến hành nghiên cứu chỉnh sửa Hệ thống nhận diện của mình sao cho phù hợp với hướng dẫn mới nhất (tháng 8/2022) của Tập đoàn về logo thương hiệu nhánh.

**Nội dung 6:** *Chỉnh trang, sắp xếp vị trí làm việc của CBCNV, NLD thân thiện, hiện đại, khoa học; áp dụng, thực hiện mô hình 5S tại văn phòng, nhà máy, công trình dầu khí; đổi mới hình ảnh, không gian làm việc, tạo nét riêng biệt của từng bộ phận*

Bên cạnh việc tuân thủ các tiêu chuẩn trong nước và quốc tế, PTSC thường xuyên và liên tục thực hiện mô hình 5S tại trụ sở, văn phòng, nhà máy, công trình...

**Nội dung 7:** *Lựa chọn, tổ chức các khóa tập huấn, đào tạo cho toàn thể CBCNV theo mô hình phát triển năng lực: năng lực chuyên môn, năng lực văn hóa, năng lực lãnh đạo, các kỹ năng bổ trợ (như chương trình 07 thói quen hiệu*

*quả, văn hóa đáng tin...)* phù hợp với yêu cầu của đơn vị. Xây dựng văn hóa học tập, hướng đến một tổ chức học tập bằng cách thúc đẩy tinh thần tự học, tự đào tạo, tăng cường đào tạo nội bộ trong CBCNV.

Bên cạnh việc tuyên truyền phổ biến thông tin qua các kênh truyền thông, PTSC còn thường xuyên tổ chức các khóa tập huấn, đào tạo cho toàn thể CBCNV theo mô hình phát triển năng lực, phù hợp với từng cá nhân, từng vị trí công việc.

**Nội dung 8:** *Phát huy vai trò của các tổ chức đoàn thể, tổ chức các hoạt động sinh hoạt tập thể nhằm gắn kết, chia sẻ giữa CBCNV thông qua các hình thức: teambuilding, ngày hội gia đình, chương trình đối thoại, tọa đàm giữa lãnh đạo và CBCNV, tổ chức các cuộc thi, các hoạt động giao lưu thể thao, văn hóa, văn nghệ...*

Bên cạnh những hoạt động trên, Tổng công ty PTSC còn quan tâm đến từng CBNV và người thân trong các trường hợp cưới hỏi, ma chay, ốm đau, khi gia đình cán bộ nhân viên có hoàn cảnh khó khăn cần sự giúp đỡ; khen thưởng các cháu là con CBNV có thành tích xuất sắc trong học tập; tổ chức các hoạt động tham quan, sinh hoạt trong các ngày Tết thiếu nhi, Trung thu, trong các dịp nghỉ hè của các cháu; khuyến khích tổ chức các buổi tham quan các cơ sở vật chất, công trình của PTSC để giáo dục, xây dựng niềm tự hào về cơ quan, đơn vị, nơi làm việc của cha mẹ các cháu.

**Nội dung 9:** *Có hình thức khen thưởng, vinh danh phù hợp cho các tập thể, cá nhân thực hiện tốt; phê bình, xử phạt các tập thể, cá nhân không thực hiện theo đúng quy định.*

Công tác thi đua khen thưởng được thực hiện định kỳ hàng năm. Ngoài ra, với những thành tích, sáng tạo đặc biệt, PTSC sẽ tổ chức khen thưởng đột xuất để kịp thời động viên người lao động.

\* Kết quả triển khai, áp dụng thực hiện Công văn 4371/DKVN-TT&VHDN ngày 02/8/2021 của Tổng giám đốc Tập đoàn về thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả”.

- Ngày 16/8/2021, Đảng ủy Tổng công ty PTSC đã ban hành văn bản số 115-CV/ĐU về việc Triển khai sinh hoạt chuyên đề “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả”. Theo đó 100% Chi bộ, Chi đoàn, Chi hội trong toàn Tổng công ty đã tổ chức thực hiện chuyên đề, tuyên truyền vận động đến từng Đảng viên và quần chúng.

- Sau khi tổ chức sinh hoạt, các Chi bộ đã áp dụng thực hiện đánh giá, xếp loại chất lượng Đảng viên theo phương châm hành động; đồng thời, đã đưa phương châm hành động vào tiêu chí đánh giá để bình xét thi đua - khen thưởng cho từng cá nhân, người lao động ở các cấp.

\* Kế hoạch xây dựng thực hiện hệ thống nhận diện thương hiệu của đơn vị thống nhất theo nhãn hiệu mới của Petrovietnam.

- Thực hiện Kế hoạch số 4094/KH-DKVN ngày 21/7/2022 của Tập đoàn, Tổng công ty PTSC đang tiến hành chỉnh sửa lại logo theo nhận diện thương hiệu mới của Petrovietnam;

- PTSC cũng đã kết nối chặt chẽ với Ban Pháp chế & Kiểm tra và Ban Truyền thông & Văn hóa doanh nghiệp Tập đoàn để gửi đăng ký bổ sung các ngành nghề của đơn vị, trao đổi về thiết kế logo mới...

- Dự kiến việc thiết kế logo và hệ thống nhận diện mới của PTSC sẽ hoàn thành trong năm 2022. Từ đó, trong năm 2023 sẽ từng bước áp dụng cho từng hạng mục sản phẩm ứng dụng: tư liệu số, thiết kế nội thất/trang thiết bị văn phòng, trang phục, sản phẩm quà tặng...

#### **IV. ĐÁNH GIÁ CHUNG**

- Nhận thấy ảnh hưởng lớn từ truyền thông kỹ thuật số mang lại, Tổng công ty PTSC tích cực đẩy mạnh phát triển các Kênh thông tin, thường xuyên cập nhật thông tin, làm mới trang web, fanpage của Công đoàn và Đoàn thanh niên... để người lao động xem đây như một diễn đàn cùng trao đổi thông tin hay như một “sân chơi” mỗi khi Tổng công ty có các sự kiện như hội thao, teambuilding, lễ hội...

- Phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả” được triển khai sâu rộng không chỉ ở Cấp ủy, cấp Tổng công ty mà còn được đưa xuống tận từng tổ, nhóm, phân xưởng... qua các tổ chức Công đoàn và Đoàn thanh niên.

- Thường xuyên phổ biến Quy tắc văn hóa PTSC dưới nhiều hình thức: tổ chức các cuộc thi tìm hiểu văn hóa PTSC; đưa vào nội dung các cuộc họp sinh hoạt định kỳ của Chi bộ, Chi đoàn; tổ chức thành các buổi học chuyên đề cho các nhân viên mới... để đảm bảo 100% CBNV PTSC hiểu và áp dụng đúng Văn hóa PTSC, từ đó phát huy Văn hóa Petrovietnam.

#### **V. KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT:**

1. Ban TT&VHDN tiếp tục hướng dẫn các đơn vị trong việc xây dựng logo mới theo Hệ thống nhận diện thương hiệu Tập đoàn (đối với cả công ty cấp II và công ty cấp III).

2. Tập đoàn tổ chức hướng dẫn các đơn vị trong công tác truyền thông như:

- Triển khai tài liệu về công tác truyền thông ở cấp Tập đoàn làm cơ sở để các đơn vị thành viên tham khảo, áp dụng triển khai thống nhất;

- Xây dựng quy trình xử lý sự cố truyền thông, khủng hoảng truyền thông của Tập đoàn và cơ chế phối hợp với các đơn vị;

- Tổ chức phổ biến, hướng dẫn đơn vị khắc phục sự cố, khủng hoảng truyền thông đồng thời với hoạt động marketing và quảng bá thương hiệu.

Trân trọng.



# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Tổng công ty Điện lực Dầu khí Việt Nam)*

## I. GIỚI THIỆU VỀ PV POWER

Tổng công ty Điện lực Dầu khí Việt Nam - CTCP (PV Power) là đơn vị thành viên của Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam (PVN). Đảm trách một trong 5 lĩnh vực kinh doanh chính của PVN, PV Power hiện có ngành nghề kinh doanh chính là sản xuất, kinh doanh điện năng với công suất đặt 4205MW, chiếm khoảng 7% công suất đặt toàn hệ thống. Hiện nay, PV Power đang sở hữu, vận hành 7 nhà máy điện. Sau 15 năm phát triển, PV Power đang làm chủ toàn bộ công nghệ phát điện từ khâu đầu tư xây dựng đến vận hành và sửa chữa, bảo dưỡng.

15 năm không phải là một quá trình phát triển lâu dài, đặc biệt là khi so sánh với một số đơn vị có truyền thống trong ngành Dầu khí. Nhưng để có thể phát triển bền vững, PV Power luôn xác định rõ tầm nhìn, sứ mệnh, định hướng, triết lý kinh doanh, văn hóa doanh nghiệp... một cách rõ ràng.

**Tầm nhìn của PV Power:** Trở thành doanh nghiệp năng lượng hàng đầu Việt Nam và trong khu vực, sản xuất nguồn điện chất lượng cao, công nghệ hiện đại, thân thiện với môi trường.

### **Sứ mệnh của PV Power:**

- + Cùng Tập đoàn Dầu khí Việt Nam đảm bảo an ninh năng lượng Quốc gia, góp phần phát triển kinh tế đất nước và phục vụ đời sống nhân dân;
- + Trở thành nhà cung cấp điện năng uy tín hàng đầu, đảm bảo duy trì nguồn điện chất lượng cao, liên tục và ổn định nhất;
- + Tiên phong áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật vào công nghiệp điện Việt Nam. Lấy yếu tố thân thiện với môi trường là điều kiện tiên quyết trong đầu tư phát triển nguồn điện, quản lý vận hành các nhà máy điện;
- + Cung cấp dịch vụ hoàn chỉnh từ khâu quản lý vận hành, bảo dưỡng sửa chữa nhà máy điện chất lượng cao và đảm bảo cung ứng nguồn nhiên liệu cho các nhà máy điện của ngành điện lực dầu khí.

**Mục tiêu Phát triển PV Power** trở thành Tổng công ty Công nghiệp Điện - Dịch vụ mạnh, với mục tiêu Hiệu quả trong SXKD; Chuyên nghiệp về quản trị; Mạnh về tài chính; Cao về sức cạnh tranh; Xanh về môi trường. PV Power tập trung truyền thông đến công chúng quan điểm, mục tiêu phát triển của mình thông qua các phương tiện truyền thông đại chúng, báo chí lớn.

Văn hóa PV Power lấy Con người là yếu tố nền tảng của văn hóa PV Power. Mọi thành viên của PV Power đều được trân trọng và quan tâm. Người PV Power đoàn kết, gắn bó, yêu thương và chia sẻ với nhau.

## **II. CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP TẠI PV POWER**

Với tầm nhìn, sứ mệnh, định hướng, mục tiêu và những giá trị về con người đã đề ra, PV Power luôn coi trọng công tác Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp (TT&VHDN), coi đây là phương tiện, là công cụ để xây dựng một “mái nhà chung” với những giá trị mà những con người PV Power cùng nhau trân trọng, giữ gìn và đưa hình ảnh của PV Power đến gần hơn với công chúng.

Thực hiện Nghị quyết của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam về kế hoạch hoạt động sản xuất kinh doanh của PV Power 5 năm 2021 - 2025 và chiến lược phát triển định hướng đến năm 2035. PV Power đang trong quá trình đẩy mạnh công tác đầu tư các dự án mới, đa dạng hóa nguồn năng lượng, nâng cao trình độ nguồn nhân lực đảm bảo đáp ứng yêu cầu công việc trong toàn bộ quá trình xây dựng, vận hành, bảo dưỡng, sửa chữa các nhà máy điện.

Tuy nhiên, giai đoạn 2020-2022 PV Power bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh Covid-19, các nhà máy điện đang đi vào giai đoạn sửa chữa, bảo dưỡng thường xuyên... Do đó, tình hình SXKD của đơn vị gặp nhiều khó khăn. Chính lúc này, công tác Truyền thông và Văn hóa Doanh nghiệp (TT&VHDN) của PV Power lại càng được đẩy mạnh nhằm giúp cho hoạt động SXKD và giá trị của mã cổ phiếu POW được đảm bảo.

Công tác TT&VHDN tại PV Power luôn nhận được sự chỉ đạo, giám sát từ Tập đoàn Dầu khí Việt Nam. Tại PV Power, công tác TT&VHDN được xây dựng, chỉ đạo thực hiện một cách đồng bộ. Một số công tác TT&VHDN đã thực hiện được có thể kể đến như sau:

### ***a. Về bộ máy hoạt động, công tác chỉ đạo:***

PV Power đã xây dựng được bộ phận TT&VHDN theo hệ thống xuyên suốt từ Cơ quan TCT đến các đơn vị thành viên/trực thuộc với các cán bộ có trình độ, được đào tạo bài cơ bản, đảm bảo sự chủ động, đáp ứng được yêu cầu công việc.

PV Power đã tiến hành kiện toàn Ban chỉ đạo triển khai Văn hóa PV Power với nhiệm vụ chỉ đạo triển khai đầy đủ 09 nhiệm vụ của Tập đoàn tại Công văn số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020, chỉ đạo công tác Văn hóa Doanh nghiệp trong thời kỳ Chuyển đổi số nhằm tổ chức thực hiện nhất quán, thông suốt và đồng bộ. Ban chỉ đạo thường xuyên tiến hành rà soát, kiểm tra và giám sát công tác triển khai Văn hóa doanh nghiệp trong toàn Tổng công ty.

Hàng năm, Tổng công ty đều chỉ đạo bộ phận TT&VHDN tại các đơn vị thành

viên/trực thuộc xây dựng kế hoạch hoạt động năm và báo cáo về Tổng công ty để tổng hợp, xây dựng kế hoạch chung cho toàn Tổng công ty. Kế hoạch TT&VHDN được xây dựng trên cơ sở phù hợp với điều kiện, đặc thù từng đơn vị nhưng yêu cầu cần có hoạt động cụ thể, chương trình rõ ràng.

Định kỳ theo tháng, công tác TT&VHDN được các đơn vị báo cáo hoạt động về Tổng công ty, qua đó, Tổng công ty sẽ nắm rõ tình hình thực hiện, kịp thời đưa ra các chỉ đạo, phối hợp trong triển khai.

Việc chỉ đạo, triển khai thực hiện được thông qua các văn bản, công văn, kế hoạch... và được các đơn vị thực hiện một cách nghiêm túc.

Giai đoạn 2020-2022 diễn biến của dịch bệnh Covid-19 diễn ra phức tạp, Tổng công ty thường xuyên ứng dụng công nghệ thông tin để làm công cụ chỉ đạo, cập nhật thông tin, đảm bảo việc thực hiện TT&VHDN không bị gián đoạn.

### ***b. Tình hình thực hiện công tác TT&VHDN***

Với đặc thù là một doanh nghiệp sản xuất điện năng thuộc tập đoàn Dầu khí có cổ phiếu niêm yết trên sàn chứng khoán HoSE, PV Power luôn xác định triển khai công tác truyền thông, đối ngoại đảm bảo trên nguyên tắc phù hợp với tình hình SXKD của đơn vị.

Giai đoạn 2020-2022, tình hình SXKD của PV Power có nhiều khó khăn, truyền thông đối nội lại càng có vai trò hết sức quan trọng. Truyền thông nội bộ được coi là công cụ hữu hiệu hướng đến nhiều mục tiêu mà cụ thể là xây dựng, nâng cao văn hóa doanh nghiệp, gắn kết CBCNV. Thông qua truyền thông nội bộ, mỗi CBCNV sẽ trở thành một đại sứ văn hóa đại diện cho Tổng công ty.

Thực hiện NQ 281-NQ/ĐU ngày 15/5/2019 của Đảng ủy Tập đoàn về công tác TT&VHDN; Kế hoạch 3623/KH-DKVN ngày 03/7/2022 của Tổng giám đốc Tập đoàn về triển khai thực hiện công tác TT&VHDN; triển khai 09 nhiệm vụ về chỉ đạo công tác xây dựng Văn hóa doanh nghiệp trong thời kỳ chuyển đổi số tại Công văn số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020, một số hoạt động về TT&VHDN PV Power đã thực hiện trong giai đoạn này có thể kể đến như:

1. PV Power đã hoàn thiện và xây dựng bộ nhận dạng thương hiệu dành riêng cho mã cổ phiếu POW với Slogan chung là “SINH NĂNG LƯỢNG- DƯỠNG TƯỞNG LAI”. Bộ nhận diện được xây dựng chuyên nghiệp, thẩm mỹ; slogan được đánh giá là dễ nghe, dễ nhớ, dễ hiểu. Bộ nhận diện và slogan mới đảm bảo thể hiện rõ tầm nhìn, định hướng phát triển xanh, sạch, thân thiện với môi trường mà PV Power đang hướng đến. Từ đó Tổng công ty đã quán triệt sử dụng đồng bộ đối với các chi nhánh của Tổng công ty và chỉ đạo người đại diện phần vốn khuyến khích áp dụng tại các đơn vị là công ty cổ phần mà PV Power chiếm chi phối. Kết quả là các đơn vị đã xây dựng hệ thống cơ sở vật chất, văn phòng phẩm, các ấn phẩm, sản phẩm... theo đúng bộ nhận dạng của PV Power.

2. PV Power thường xuyên cung cấp thông tin về PV Power tới các nhà đầu tư, các đối tác trong và ngoài nước thông qua các phương tiện truyền thông đại chúng, tại các kênh truyền thông lớn. Cập nhật các thông tin liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh, các công bố thông tin theo quy định của PV Power lên Website. Xây dựng quan hệ với các cơ quan báo chí, truyền thông lớn để tạo sự thuận lợi trong phối hợp công việc. Xây dựng các phương án ứng phó truyền thông cần thiết và kịp thời khi có sự cố khủng hoảng truyền thông.

3. Công tác hợp tác truyền thông với các cơ quan báo chí lớn, các công ty truyền thông được đẩy mạnh để quảng bá hình ảnh phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh. Thông qua các cơ quan truyền thông, báo chí này, các hoạt động, thông tin về tình hình SXKD luôn được đăng tải một cách nhanh chóng, chính xác và đầy đủ trên các tờ báo chính thống, có nội dung về năng lượng, có lượng độc giả đông đảo (VOV Giao thông, Báo Công thương, Vietnamnet, Nhân dân, Tạp chí Năng lượng Mới...). Đây cũng là một công việc rất quan trọng nhằm khoanh vùng, hạn chế khủng hoảng truyền thông.

4. Website được thiết kế lại với giao diện thân thiện, đẹp mắt, phù hợp với bộ nhận diện thương hiệu mới, liên tục cập nhật nhiều hoạt động của Tổng công ty và Tập đoàn cũng như các thông tin ngành điện. Triển khai app nội bộ Turbine trở thành nơi giao lưu, trao đổi, tổ chức các cuộc thi, hoạt động nội bộ nhằm xây dựng văn hóa doanh nghiệp, tăng cường tính đoàn kết...

5. Nhằm thích ứng với thời đại công nghệ số, PV Power đã triển khai sử dụng đồng loạt phần mềm V-office và ban hành Quy định cụ thể trong việc xử lý, giải quyết công việc trong đó có thời gian, tiến độ cụ thể của từng cấp Lãnh đạo quản lý trong quá trình xử lý công việc, công văn cho đến từng nhân viên, chuyên viên thực hiện các công việc được giao. PV Power đang nghiên cứu và sẽ sớm triển khai xây dựng một hệ sinh thái số hóa chung, đồng bộ, thống nhất cho toàn bộ các hoạt động của Tổng công ty như các thông báo, xử lý văn bản, app nội bộ, giải trí, đăng ký nghỉ phép, đăng ký phòng họp, đăng ký xe...

6. Thường xuyên tổng hợp thông tin trên các phương tiện đại chúng, sàng lọc và phân tích các thông tin để cập nhật gửi tới CBCNV; truyền thông, cập nhật các thông tin về hoạt động, các chính sách, chủ trương, thông báo... đến với CBCNV thông qua các cuộc họp, buổi tọa đàm, ấn phẩm, qua các phương tiện truyền thông như Website, App Turbine, hệ thống màn hình hiển thị tại trụ sở Tổng công ty và các đơn vị...; Xây dựng các chương trình về nguồn, cho CBCNV đi thăm quan các nhà máy. Tổ chức các cuộc thi online trên app Turbine để tăng thêm sự gắn kết, tạo sự đoàn kết và phát triển những nét văn hóa đẹp của PV Power. Hiện tại, Tổng công ty đang cụ thể hóa các công tác Văn hóa doanh nghiệp gắn với chiến lược chuyển đổi số toàn diện, đẩy mạnh việc tiếp cận các nội dung này tới toàn CBCNV trong cơ quan, lấy cơ quan Tổng công ty làm thí điểm để các đơn vị thành viên/trực thuộc triển khai trong thời gian tới.

7. Công tác truyền thông nâng cao văn hóa doanh nghiệp cũng được PV Power triển khai mạnh mẽ. Dựa trên nền tảng Cẩm nang văn hóa Dầu khí, cùng với khảo sát, xây dựng chuỗi giá trị và hướng đến hình mẫu con người PV Power chuẩn mực và chuyên nghiệp, Tổng công ty đã hoàn thiện cuốn Sổ tay văn hóa PV Power và chuyển đổi thành phiên bản số hóa, lấy đây là giá trị văn hóa cốt lõi, cơ sở chuẩn mực văn hóa trong môi trường làm việc tại PV Power và đã quán triệt phổ biến đến toàn thể CBCNV thông qua việc hướng dẫn, hội thảo, đăng tải trên website Tổng công ty.

8. Thời gian qua, PV Power đã tổ chức hai khóa đào tạo: “Xây dựng và triển khai 5S hiệu quả” cho CBCNV Tổng công ty và “7 thói quen hiệu quả cho người lao động” nằm trong chương trình đào tạo nâng cao năng lực quản trị doanh nghiệp dành cho cán bộ quản lý. PV Power luôn bám sát kế hoạch đào tạo, xây dựng nhiều chương trình tập huấn, đào tạo, đặc biệt là sau khóa học Giảng viên nội bộ, từ Lãnh đạo Tổng công ty đến các chuyên viên của Tổng công ty đã xây dựng các chương trình đào tạo nội bộ và trực tiếp làm giảng viên của lớp. Công tác này không những làm giảm chi phí đào tạo của Tổng công ty mà còn tăng thêm tinh thần tự học hỏi, tự đào tạo, nâng cao trình độ cho CBCNV.

9. Đối với các nội dung trong thỏa ước lao động tập thể hiện nay, PV Power đã thực hiện các nội dung chăm lo, quan tâm sâu sắc đến đời sống CBCNV, NLD với các chế độ phúc lợi cao, mua bảo hiểm sức khỏe, bảo hiểm hưu trí, chi hỗ trợ chăm sóc nữ CBCNV hàng tháng, triển khai các hoạt động giao lưu văn hóa, văn nghệ khi có cơ hội, tặng quà con CBCNV có thành tích học tập tốt, may mắn phục cho toàn thể CBCNV, xây dựng chế độ quan tâm đến các cán bộ đã nghỉ hưu. Bên cạnh đó, PV Power đã triển khai và đưa nội dung thực hiện VHDN thành một chương riêng trong Thỏa ước lao động.

10. PV Power đã triển khai tuyên truyền thực hiện 5S tại nơi làm việc thông qua các banner, standee, bảng hiển thị thông tin... Tại cơ quan Tổng công ty, định kỳ hàng tuần cũng như đột xuất, tổ kiểm tra nội quy lao động Tổng công ty đã tiến hành kiểm tra, nhắc nhở những vị trí làm việc chưa thực hiện nghiêm túc 5S cũng như ghi lại hình ảnh với các trường hợp thường xuyên nhắc nhở để tạo động lực thay đổi với mỗi cá nhân.

11. Vai trò của Công đoàn, Đoàn thanh niên và Hội Cựu chiến binh được phát huy thông qua các hoạt động tập thể của PV Power như: hoạt động thể thao; Ngày hội gia đình nhân dịp Tết trung thu; các chương trình tọa đàm, đối thoại giữa Lãnh đạo với từng đoàn viên công đoàn, đoàn viên thanh niên của Tổng công ty. Đảng ủy các đơn vị thành viên/ trực thuộc đã phổ biến, chỉ đạo các Chi bộ và tổ chức đoàn thể trực thuộc triển khai sinh hoạt chuyên đề “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả”, nội dung quan trọng trong Đề án tái tạo văn hóa Petrovietnam.

12. Công tác khen thưởng được đẩy mạnh. Ngoài công tác khen thưởng định kỳ, PV Power thường xuyên tổ chức các cuộc thi nội bộ, các cuộc thi Sáng kiến cải tiến kỹ thuật... để tạo cơ hội cho CBCNV được khen thưởng nhằm kịp thời động viên, vinh danh các cá nhân điển hình.

13. Công tác truyền thông trong giai đoạn dịch bệnh Covid-19 được triển khai đồng bộ, có hiệu quả. Các thông báo, chỉ đạo của cấp trên về phòng chống dịch được truyền tải đến cho CBCNV đầy đủ, nhanh chóng. Các giải pháp về phòng chống dịch bệnh, đảm bảo an toàn sản xuất tại nhà máy điện cũng được truyền thông rộng rãi đến với công chúng.

### **III. ĐÁNH GIÁ CHUNG**

#### **1. Điểm mới, sáng tạo trong triển khai:**

- Trong giai đoạn gặp nhiều khó khăn về dịch bệnh cũng như tình hình SXKD có nhiều khó khăn, PV Power đã kịp thời đổi mới, sáng tạo trong công tác TT&VHDN. Thay đổi cách thức truyền đạt, phổ biến, xây dựng Văn hóa doanh nghiệp; tập trung vào công tác truyền thông nội bộ gắn liền với xây dựng văn hóa doanh nghiệp, biến mỗi CBCNV trở thành một đại sứ văn hóa đại diện cho Tổng công ty.

#### **2. Tồn tại, vướng mắc.**

- Nhân sự cho công tác Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp còn mỏng, các cán bộ phụ trách giữa các đơn vị chưa có nhiều cơ hội trao đổi và chia sẻ kinh nghiệm trong công tác triển khai thực hiện TT&VHDN.

- Tổng công ty chưa có trụ sở riêng nên còn gặp nhiều khó khăn trong việc triển khai công tác truyền thông, nhận diện thương hiệu. Các không gian dành riêng cho sinh hoạt của CBCNV như phòng họp, phòng giải trí, chăm sóc sức khỏe, đào tạo... chưa có điều kiện để phát triển.

# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Trường Đại học Dầu khí Việt Nam)*

## **Chủ đề: Công tác xây dựng, triển khai Văn hóa doanh nghiệp tại PVU**

Thực hiện Nghị quyết số 281-NQ/ĐU ngày 15/5/2019 của Đảng ủy Tập đoàn về công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp; Kế hoạch số 3623/KH-DKVN ngày 03/7/2022 của Tổng giám đốc Tập đoàn về triển khai thực hiện công tác truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp, Trường Đại học Dầu khí Việt Nam (PVU) đã triển khai cụ thể như sau:

### **I. CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO**

- Thành lập Tổ công tác triển khai VHDN tại Trường Đại học Dầu khí Việt Nam, đứng đầu là đồng chí Bí thư Đảng ủy – Hiệu trưởng. Đồng chí Đảng ủy viên phụ trách tuyên giáo – đoàn thể, Phòng TCHC, Phòng Đối ngoại & KHCN, Bộ phận truyền thông cùng các đơn vị trực thuộc phối hợp thực hiện.

- Công tác truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp (TT&VHDN) luôn được quan tâm trong hoạt động của Đảng bộ, tập thể Nhà trường và tất cả tổ chức đoàn thể (Công đoàn, Đoàn Thanh niên), đây cũng là một nội dung chính được thảo luận/đánh giá kỹ lưỡng về kết quả thực hiện cũng như phương hướng thời gian tới trong các cuộc họp giao ban.

- Nhà trường luôn bám sát các chỉ đạo của Tập đoàn để tổ chức thực hiện theo trọng tâm trong từng thời điểm, gắn VHDN với mọi hoạt động của PVU.

### **II. PHƯƠNG PHÁP TRIỂN KHAI**

#### **1. Nền tảng cốt lõi triển khai văn hóa PVU**

- Văn hóa dầu khí: Hệ giá trị cốt lõi; Quy tắc đạo đức; Quy tắc ứng xử.

- Tầm nhìn: PVU phấn đấu trở thành một trong những Trường đại học đào tạo chuyên ngành dầu khí và năng lượng có uy tín của khu vực Đông Nam Á và Châu Á vào năm 2035.

- Sứ mệnh: PVU với sứ mệnh là đơn vị đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, gắn kết đào tạo với nghiên cứu khoa học và thực tiễn sản xuất kinh doanh của nhằm góp phần đảm bảo sự phát triển bền vững của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam và của đất nước, đồng thời thực hiện trách nhiệm xã hội và phục vụ cộng đồng.

- Giá trị cốt lõi của PVU: Đức – Tài – Chuyên nghiệp.

- Triết lý giáo dục: PVU xác định mọi hoạt động đào tạo và giáo dục phải tạo ra được những người lao động mới - Nhân tài cho phát triển của đất nước và thế giới. Nhân lực PVU đào tạo vừa có tài vừa có những phẩm chất cách mạng, lòng yêu nước, có đạo đức trong sáng, có chí khí hăng hái vươn lên, không sợ hy sinh gian khổ, dũng cảm, khiêm tốn, thật thà, cần cù, tiết kiệm, giản dị, và sức khỏe để sẵn sàng đi xây dựng đất nước ngày càng giàu mạnh, văn minh.

## **2. Phương pháp và triển khai**

Nguyên tắc: “Xây dựng VHĐN = Thiết lập các chuẩn mực + Tạo thói quen”

Trên những cơ sở ở mục (II.1), PVU đã rà soát, đánh giá, lựa chọn, đồng thời đưa các yếu tố cấu thành văn hóa vào thực tiễn mọi hoạt động, từ Nhà trường đến các đơn vị, khoa, phòng ban và tổ chức đoàn thể trong cả hệ thống chính trị, gồm:

- Nền tảng (core values): Tầm nhìn - Sứ mệnh - Giá trị cốt lõi; Triết lý giáo dục.

- Hành vi (behaviors): Hành vi biểu hiện; Quy tắc ứng xử; Phương thức lãnh đạo; Cách thức ra quyết định.

- Biểu hiện (artifacts): Nghi thức; Biểu tượng; Ngôn ngữ và hình ảnh; Sản phẩm và dịch vụ; Tài liệu và quy định.

Tiếp theo, PVU đẩy mạnh công tác tuyên truyền, đào tạo, phổ biến đến toàn thể cán bộ giảng viên, sinh viên. Song song, PVU việc cập nhật, ban hành các chính sách, quy chế, quy định, hệ thống trao đổi thông tin ... nhằm thể chế hóa việc triển khai tái tạo VHĐN và tích hợp các giá trị vào hoạt động hàng ngày.

Trong thời gian tới, PVU hướng đến việc xây dựng thang đo lường sự trưởng thành của VHĐN ở các đơn vị trực thuộc nhằm từng bước điều chỉnh và nâng từ cấp độ “văn hóa khung” sang “văn hóa thực thi” và “văn hóa hiển thị”, từ đó tạo môi trường làm việc chuyên nghiệp, sáng tạo, đổi mới không ngừng và đầy bản sắc của một đơn vị đào tạo, cung ứng nguồn nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực dầu khí và năng lượng. Xây dựng văn hóa doanh nghiệp trong môi trường làm việc hybrid (vừa trực tiếp vừa trực tuyến) và văn hóa số cũng là một nội dung được Nhà trường quan tâm nghiên cứu, triển khai.

PVU xác định “VHĐN không chỉ là những thứ bên ngoài tô điểm hình ảnh một tổ chức mà còn được sử dụng như một công cụ cho quản trị hoạt động của Nhà trường, nhất là trong bối cảnh VUCA và kỷ nguyên số đang diễn ra mạnh mẽ”.

## **III. KẾT QUẢ ĐẠT ĐƯỢC TRONG CÔNG TÁC XÂY DỰNG TRIỂN KHAI VHĐN TẠI PVU**

### **1. Trong công tác truyền thông**

- Công tác truyền thông và VHĐN là một trong các nhiệm vụ quan trọng được Trường giao cho Phòng Đối ngoại và KHCN phối hợp với Trung tâm Thông tin –



Thư viện và các tổ chức đoàn thể triển khai một cách thường xuyên, đồng bộ, có trọng tâm theo từng thời điểm dưới sự chỉ đạo của Đảng ủy và Ban Giám hiệu. Tình hình thực hiện được báo cáo và theo dõi trực tuyến qua hệ thống quản trị Office 365;

- Tổ chức truyền thông, tuyên truyền các thông tin trong ngành theo chỉ đạo của Ban Truyền thông và Văn hóa Doanh nghiệp Tập đoàn. Tổ chức tuyên truyền, phổ biến bằng các công cụ truyền thông trực quan về những quy định và các giá trị văn hóa của Trường đến CBNV và sinh viên (email, website, fanpage, Office 365, các bảng điện tử ở văn phòng...);

- Liên hệ các cơ quan đài truyền hình/báo chí trung ương và địa phương, báo ngành Petrovietnam, Petrotimes, đồng thời viết tin bài về hoạt động của Nhà trường gửi các báo lớn, trang tin có người đọc nhiều, học sinh quan tâm để quảng bá thông tin của ngành/Tập đoàn, của PVU, trong đó nhấn mạnh 03 chương trình đào tạo của PVU được kiểm định và xác nhận bởi tổ chức ABET (Hoa Kỳ). Trung bình có 05 bài báo – bản tin/tuần đăng trên các tạp chí trực tuyến;

- Đảng ủy Trường kịp thời ban hành Kế hoạch tổ chức nghiên cứu, học tập, quán triệt và triển khai thực hiện Kết luận, Quy định của các Hội nghị của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XIII (HNTW4 và HNTW5); Đồng thời tuyên truyền rộng rãi và quán triệt trong toàn Đảng bộ, các tổ chức chính trị xã hội (Công đoàn, Đoàn Thanh niên) xem như các đợt sinh hoạt chính trị sâu rộng về xây dựng, chỉnh đốn Đảng và hệ thống chính trị; nâng cao nhận thức, trách nhiệm, quyết tâm chính trị, tinh thần tự giác, gương mẫu của các cấp ủy, Chi bộ, đơn vị, cán bộ, đảng viên, đoàn viên, hội viên, Người lao động trong toàn Trường, thực hiện tốt Đề án tái tạo văn hóa Petrovietnam, văn hóa PVU.

## **2. Trong triển khai đề án tái tạo văn hóa Petrovietnam**

- Đưa nội dung thực hiện VHDN (các giá trị Năng động – Sáng tạo) vào Thỏa ước lao động tập thể và các quy định của Trường, có sự cam kết song phương giữa người sử dụng LĐ và NLĐ về thực hiện VHDN tại Hội nghị NLĐ hàng năm; Các phúc lợi thể hiện sự ghi nhận, đánh giá năng lực thực thi nhiệm vụ được giao; Khen thưởng đột xuất với CBNV thường xuyên đổi mới giải pháp, có nhiều sáng kiến, cách thức giải quyết công việc để hoàn thành nhiệm vụ vượt tiến độ, đạt chất lượng;

- Tổng hợp, rà soát hoàn thiện bộ Quy chế quản trị làm căn cứ xây dựng văn hóa thực thi công việc, tính tuân thủ và hiệu quả, cụ thể các Quy chế phối hợp: giữa Đảng ủy- Hội đồng trường – Ban Giám hiệu; giữa Ban Giám hiệu - BCH Công đoàn trường; giữa BCH Công đoàn – BCH Đoàn Thanh niên;

- Xác định các Quy định, các Giá trị văn hóa của Trường phù hợp với Cẩm nang văn hóa Dầu khí làm chuẩn mực để CBCNV - NLĐ thực hiện; Ban hành các giá trị văn hóa cốt lõi của PVU và Sổ tay văn hóa PVU;

- Triển khai văn hóa trên môi trường số (Văn hóa số);

- Xây dựng, hoàn thiện hệ thống nhận diện thương hiệu PVU theo quy định mới nhất của Tập đoàn (thực hiện từ 1/8/2022);
- Chinh trang sắp xếp vị trí làm việc của CBNV, NLD thân thiện, hiện đại, khoa học, áp dụng mô hình 5S tại văn phòng;
- Lựa chọn, tổ chức các khóa tập huấn, đào tạo cho toàn thể CBCNV theo mô hình phát triển năng lực (chuyên môn, nghiệp vụ, các kỹ năng). Xây dựng tổ chức học tập thúc đẩy tinh thần tự học, tự đào tạo, hợp tác, đoàn kết và chia sẻ;
- Hợp tác với các đơn vị trong và ngoài ngành về hoạt động đào tạo, tuyển sinh, tăng cường năng lực nghiên cứu khoa học, các hoạt động khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo và chuyển giao công nghệ. Đẩy mạnh phối hợp với các đơn vị đào tạo về VHDN: chuỗi chương trình kiến tạo VHDN – hành động để thực thi (PVGAS); văn hóa trên môi trường số (PVFCCo, BĐPOC, Phu Quoc POC, Đoàn Thanh niên VSP), Chuyển đổi số và năng lực số (với Trung tâm ICI/Bộ Thông tin và Truyền thông);
- Phát huy vai trò của tổ chức đoàn thể, tổ chức hoạt động sinh hoạt tập thể nhằm gắn kết, chia sẻ thông qua các hình thức: Teambuilding, Ngày hội Gia đình, Ngày Hiến chương Nhà giáo 20/11, ngày hội việc làm Company Day, hoạt động an sinh xã hội, uống nước nhớ nguồn, phục vụ cộng đồng của tập thể CBGV và sinh viên PVU (chiến dịch tình nguyện mùa hè xanh, hãy làm sạch biển, trồng cây xanh, hiến máu nhân đạo,...), các chương trình đối thoại, tọa đàm giữa lãnh đạo và CBCNV, tổ chức các cuộc thi, thành lập các câu lạc bộ để đẩy mạnh hoạt động giao lưu thể thao, văn hóa, văn nghệ, học thuật...;
- Tổ chức khen thưởng, vinh danh cho các tập thể, cá nhân thực hiện tốt VHDN.

## **IV. ĐÁNH GIÁ CHUNG**

### **1. Điểm mới, sáng tạo trong triển khai:**

- Văn hóa doanh nghiệp là điểm tựa trong phối hợp triển khai công việc tại PVU trong giai đoạn khó khăn do dịch bệnh, trong đó tạo môi trường công tác linh hoạt với văn hóa trên môi trường số là một trong các điểm nổi bật thời gian qua;
- Ứng dụng công nghệ, đồng nhất thông điệp - đa dạng các kênh truyền thông; Công tác truyền thông nội bộ được quan tâm thực hiện thường xuyên;
- Xây dựng VHDN gắn với đặc điểm của một tổ chức học tập, nâng cao trách nhiệm tự học hỏi – tự hoàn thiện của cá nhân, khuyến khích tự khám phá, đổi mới;
- Giá trị văn hóa được truyền thông theo nhóm đối tượng (CBNV, sinh viên) thông qua các tổ chức chính trị xã hội (Công đoàn, Đoàn Thanh niên) dưới sự chủ trì của Đảng ủy và Ban Giám hiệu Nhà trường, đảm bảo sự hiệu đúng – thực thi đúng.

### **2. Tồn tại, vướng mắc:**

- Cần tăng cường hơn nữa việc đào tạo và phổ biến VHDN cho sinh viên.
- Đầu tư nhiều hơn vào hình ảnh, sản phẩm VHDN hữu hình.

### **3. Nguyên nhân:**

- Thời lượng của hoạt động đào tạo VHDN cho sinh viên chưa nhiều.
- Nguồn lực (nhân lực, kinh phí) hạn chế.

### **4. Bài học kinh nghiệm trong triển khai công tác TT&VHDN:**

- Sự quyết tâm và sâu sát của Lãnh đạo đơn vị từ định hướng, chỉ đạo đến quá trình triển khai, giám sát, điều chỉnh, chọn trọng tâm thực hiện phù hợp với từng thời điểm;

- Triển khai VHDN cần phải thống nhất và xuyên suốt trong toàn hệ thống chính trị: Đảng bộ, Nhà trường, các tổ chức đoàn thể (Công đoàn, Đoàn Thanh niên); Công tác truyền thông nội bộ rất quan trọng, xây dựng môi trường làm việc cởi mở, hợp tác, linh hoạt, sáng tạo và hướng đến hiệu quả cao;

- Xây dựng văn hóa trên môi trường số đồng thời với quá trình chuyển đổi số và triển khai mô hình “đại học số”. Robot và trí tuệ nhân tạo không thể thay thế con người bởi những giá trị đặc trưng của con người là niềm tin, đạo đức, sự tương tác và kết nối. Trong quá trình chuyển đổi số, xây dựng văn hoá số giúp doanh nghiệp tạo ra nguồn nhân lực với tư duy đột phá sáng tạo, tạo ra các sáng kiến số đổi mới với khả năng thích ứng linh hoạt với thay đổi. PVU từng bước tiếp cận và thực hiện các trụ cột của Văn hóa số theo Diễn đàn kinh tế thế giới (WEF 6/2021): (1) Sự cộng tác; (2) Dữ liệu dẫn dắt; (3) Hướng đến khách hàng; (4) Đổi mới sáng tạo.

### **V. KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT:**

1. Tập đoàn xem xét xây dựng bộ tiêu chí đánh giá trưởng thành Văn hóa doanh nghiệp dầu khí;

2. Tập đoàn tiếp tục đẩy mạnh công tác truyền thông và VHDN, khảo sát mức độ chuyển đổi số VHDN và hướng dẫn các đơn vị triển khai Văn hóa số. Tổ chức đào tạo, phổ biến, trao đổi kinh nghiệm giữa các đơn vị thành viên nhằm phối hợp và tạo ra hiệu ứng lan tỏa, thống nhất trong ý chí và hành động, tái tạo bản sắc riêng của Văn hóa dầu khí;

3. Tập đoàn hỗ trợ nguồn lực cho Trường Đại học Dầu khí Việt Nam để cải thiện phần hình ảnh và những sản phẩm VHDN hữu hình.

Trên đây là một số chia sẻ của Trường Đại học Dầu khí Việt Nam (PVU) về công tác Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp.

Chúc Hội nghị thành công tốt đẹp!

# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Tổng Công ty CP Hóa chất và Dịch vụ Dầu khí)*

Thực hiện Công văn số 4892/DKVN-TT&VHDN về việc tham dự Hội nghị công tác Truyền thông & VHDN lần thứ II-2022, Tổng công ty Hóa chất và Dịch vụ Dầu khí - CTCP (PVChem) đã xây dựng nội dung tham luận theo Đề cương hướng dẫn của PVN, cụ thể như sau:

## I. CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO

Thực hiện Nghị quyết số 281-NQ/ĐU ngày 15/5/2019 của Đảng ủy Tập đoàn; Kế hoạch 3623/KH-DKVN ngày 03/7/2019 của Tổng Giám đốc Tập đoàn về công tác Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp (TT&VHDN), từ Đảng ủy, HĐQT đến các tổ chức Đoàn thể (Công đoàn, Đoàn Thanh niên...) đã phối hợp chỉ đạo triển khai thực hiện tại đơn vị. Đảng ủy PVChem đã ban hành Nghị quyết chuyên đề số 37 - NQ/ĐU về công tác TT&VHDN và tổ chức quán triệt đến từng cán bộ, đảng viên thông qua đầu mối các Chi bộ trực thuộc. Đồng thời, PVChem đã thành lập Tổ xây dựng Đề án Văn hóa doanh nghiệp PVChem để xây dựng, triển khai Cẩm nang Văn hóa PVChem (Cẩm nang Văn hóa PVChem đã được HĐQT phê duyệt tại Quyết định số 967/QĐ-PVChem ngày 24/6/2020).

## II. PHƯƠNG PHÁP TRIỂN KHAI

PVChem triển khai công tác TT&VHDN thông qua nhiều hình thức như ban hành văn bản, phổ biến các tài liệu liên quan trực tiếp xuống các đơn vị; Tổ chức tuyên truyền các nội dung về VHDN và lồng ghép trong các buổi sinh hoạt chính trị tại Đảng bộ, các Chi bộ trực thuộc, các chương trình hội thảo, tọa đàm, các phong trào Đoàn thể..., kết quả triển khai, cụ thể như sau:

### 1. Kết quả trong công tác truyền thông và quan hệ công chúng

#### *- Về nhân sự, nguồn lực truyền thông*

Hiện nay, cán bộ làm công tác TT&VHDN tại PVChem còn hạn chế. PVChem có 01 Phó Tổng Giám đốc phụ trách, bộ phận TT&VHDN trực thuộc Văn phòng Công ty Mẹ có 01 cán bộ chuyên trách và 01 cán bộ kiêm nhiệm. Tại các đơn vị thành viên/trực thuộc chưa có bộ phận chuyên trách, các cán bộ đều là kiêm nhiệm.

#### *- Công cụ truyền thông*

- PVChem sử dụng hiệu quả kênh thông tin, truyền thông là trang thông tin

điện tử của Tổng công ty. Kênh thông tin này vừa để thực hiện công tác công bố thông tin theo quy định của pháp luật, đăng tải thông tin chính thống tới các khách hàng, đối tác, cổ đông và Người lao động trong Tổng công ty. PVChem thường xuyên cập nhật các thông tin của đơn vị, của Tập đoàn trên website tại địa chỉ: [www.pvchem.com.vn](http://www.pvchem.com.vn).

- Thường xuyên cập nhật, đăng tải các thông tin nội dung tuyên truyền trực quan vào các dịp Lễ, Tết, Lễ kỷ niệm quan trọng của đất nước, Tập đoàn, PVChem trên các phương tiện tuyên truyền của PVChem (hệ thống truyền thông trực quan, website, fanpage...)

- Sử dụng màn hình tivi đặt tại sảnh làm việc của Tổng công ty để thực hiện truyền thông nội bộ giúp PVChem kịp thời phổ biến, tuyên truyền các thông tin tới CBCNV.

- Triển khai đồng bộ thống nhất đảm bảo chất lượng các hoạt động truyền thông trực quan: Áp dụng thống nhất bộ nhận diện thương hiệu của PVChem tại Tổng công ty và các đơn vị thành viên/ trực thuộc.

#### ***- Công tác quản trị thông tin***

- Hợp tác với một số các đơn vị báo chí trong và ngoài ngành như: Tạp chí Năng lượng Mới, Tạp chí Dầu khí, Báo Công thương, Báo CafeF... để chủ động, kịp thời đưa tin về đơn vị tới khách hàng, đối tác, cổ đông...

- Hoàn thiện các quy định, quy chế nội bộ về công tác truyền thông bao gồm:

- \* Quy chế Công bố thông tin;

- \* Quy trình đăng tin, bài lên website/ fanpage của PVChem.

## **2. Kết quả trong công tác xây dựng VHDN**

- Việc triển khai thực hiện 09 nội dung của Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 về triển khai tái tạo văn hóa PetroVietnam trong toàn Tập đoàn:

**Nội dung 1:** *Đưa nội dung thực hiện VHDN vào thỏa ước lao động tập thể, các quy định của đơn vị, có sự cam kết song phương giữa người sử dụng lao động và người lao động về thực hiện VHDN tại hội nghị người lao động.*

Thông qua đối thoại định kỳ, các thông tin liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh của PVChem cũng như giải đáp các thắc mắc của người lao động tạo nên sự thấu hiểu và chia sẻ giữa người sử dụng lao động và người lao động, tạo sự đoàn kết nội bộ cùng chia sẻ khó khăn vượt qua các thử thách trong thời gian tới.

**Nội dung 2:** *Tổng hợp, rà soát hoàn thiện các quy chế, quy định trong xử lý, giải quyết công việc thành bộ quy chế quản trị làm căn cứ xây dựng văn hóa thực thi công việc, tính tuân thủ và hiệu quả.*

PVChem thường xuyên cập nhật các quy định pháp luật và rà soát tình hình thực tế yêu cầu công việc để điều chỉnh các quy định nội bộ tăng cường hiệu quả trong công tác quản lý của PVChem ...làm căn cứ để thực hiện, đảm bảo sự thống nhất và tuân thủ trong thực thi công việc, hướng tới văn hóa làm việc chuyên nghiệp và hiệu quả.

**Nội dung 3:** *Xác định các quy định, các giá trị văn hóa của đơn vị làm chuẩn mực để CBCNV, NLD thực hiện: căn cứ Cẩm nang văn hóa dầu khí, các đơn vị hệ thống lại, hoàn thiện, sửa đổi, bổ sung, xây dựng mới (nếu chưa có)*

Tổ chức các chương trình, hành động phù hợp với Cẩm nang Văn hóa PVChem, thường xuyên tuyên truyền gắn kết yếu tố văn hoá vào các hoạt động thực tiễn giúp CBCNV tiếp nhận các yếu tố văn hoá một cách dễ dàng, dần trở thành thói quen, bản chất trong từng con người PVChem, nhằm từng bước xây dựng nên bản sắc Văn hóa PVChem “Nhân văn - Tuân thủ - Tận tâm - Thi đua - Đổi mới”.

**Nội dung 4:** *Tổ chức tuyên truyền, phổ biến bằng các công cụ truyền thông, tăng cường tuyên truyền trực quan về những quy định, các giá trị văn hóa của đơn vị đến CBCNV biết và hiểu để nâng cao nhận thức, ý thức trong việc thực hiện các giá trị chung.*

Thực hiện tuyên truyền bằng nhiều hình thức đa dạng gắn với các hoạt động SXKD và các hoạt động xã hội trong đơn vị vào dịp Tết Nguyên đán, ngày thành lập Tổng công ty, ngày thành lập Đảng cộng sản Việt Nam... với các hình ảnh và bài viết trên bản tin nội bộ PVChem cũng như thực hiện thường xuyên liên tục công tác 5S cũng như tạo cảnh quan xanh sạch đẹp tại nơi làm việc đã mang lại hiệu quả thiết thực.

**Nội dung 5:** *Xây dựng, hoàn thiện Hệ thống nhận diện thương hiệu và sử dụng thống nhất, đúng quy định thể hiện thông qua hệ thống cơ sở vật chất, văn phòng phẩm, ấn phẩm, sản phẩm... đáp ứng công việc, hoạt động đều mang dấu ấn văn hóa*

Triển khai áp dụng Bộ nhận diện thương hiệu PVChem phù hợp với bộ nhận diện thương hiệu của PVN; thường xuyên chỉnh trang nơi làm việc tại Công ty Mẹ với tiêu chí thân thiện, văn minh, hiện đại; triển khai áp dụng hệ thống nhận diện thương hiệu một cách toàn diện góp phần tạo dựng hình ảnh một PVChem năng động, linh hoạt, thích ứng với các xu thế phát triển. PVChem đang triển khai ứng dụng hệ thống nhận diện thương hiệu một cách thống nhất, đồng bộ trong sản phẩm truyền thông, ấn phẩm trang trí của PVChem, phù hợp với bộ nhận diện thương hiệu PVChem.

**Nội dung 6:** *Chỉnh trang, sắp xếp vị trí làm việc của CBCNV, NLD thân thiện, hiện đại, khoa học; áp dụng, thực hiện mô hình 5S tại văn phòng, nhà máy, công trình dầu khí; đổi mới hình ảnh, không gian làm việc, tạo nét riêng biệt của từng bộ phận.*

Việc triển khai thực hành 5S một cách thường xuyên liên tục sắp xếp không gian làm việc khoa học, tại các Văn phòng làm việc trang trí thêm nhiều cây xanh đã làm thay đổi rõ nét cảnh quan, môi trường làm việc tạo sự đồng bộ, chuyên nghiệp, thân thiện, hiện đại, khoa học, an toàn tại công sở, nhà máy.

**Nội dung 7:** *Lựa chọn, tổ chức các khóa tập huấn, đào tạo cho toàn thể CBCNV theo mô hình phát triển năng lực: năng lực chuyên môn, năng lực văn hóa, năng lực lãnh đạo, các kỹ năng bổ trợ (như chương trình 07 thói quen hiệu quả, văn hóa đáng tin...) phù hợp với yêu cầu của đơn vị. Xây dựng văn hóa học tập, hướng đến một tổ chức học tập bằng cách thúc đẩy tinh thần tự học, tự đào tạo, tăng cường đào tạo nội bộ trong CBCNV.*

PVChem chưa triển khai được các khóa đào tạo tập huấn về công tác Văn hóa doanh nghiệp. PVChem tiếp tục thực hiện lồng ghép việc tuyên truyền, phổ biến Văn hóa PVChem thông qua các cuộc họp/hội thảo tại đơn vị và thông qua các phương tiện truyền thông (website, fanpages, bản tin nội bộ...)

**Nội dung 8:** *Phát huy vai trò của các tổ chức đoàn thể, tổ chức các hoạt động sinh hoạt tập thể nhằm gắn kết, chia sẻ giữa CBCNV thông qua các hình thức: teambuilding, ngày hội gia đình, chương trình đối thoại, tọa đàm giữa lãnh đạo và CBCNV, tổ chức các cuộc thi, các hoạt động giao lưu thể thao, văn hóa, văn nghệ...*

Cuối năm 2021 và những tháng đầu năm 2022 khi dịch Covid -19 diễn biến phức tạp, PVChem đã tổ chức thăm hỏi, tặng quà CBCNV mắc Covid-19, kịp thời động viên tinh thần, vật chất cho Người lao động để Người lao động không bị ảnh hưởng đến tâm lý, sức khỏe trong thời gian cách ly và sau khi trở lại làm việc. Bên cạnh đó, PVChem cũng tổ chức các hình thức làm việc online, luân phiên một cách khoa học, hiệu quả để đảm bảo hoạt động SXKD của đơn vị cũng như tạo sự an toàn cho CBCNV yên tâm làm việc.

Sau khi tình hình dịch bệnh Covid-19 được kiểm soát, PVChem đã tổ chức tốt một số các hoạt động như: Đại hội Đại biểu Đoàn thanh niên PVChem lần thứ VI nhiệm kỳ 2022-2027, đào tạo nghiệp vụ nội bộ, tổ chức workshop chuyên ngành chia sẻ kinh nghiệm, tham gia chương trình An sinh xã hội... Đồng thời, các CBCNV PVChem cũng tích cực hưởng ứng các chương trình do Tập đoàn, Công đoàn Dầu khí tổ chức như: Giải chạy Xuân Dầu khí, tham gia chương trình trồng 3 triệu cây xanh...

**Nội dung 9:** *Có hình thức khen thưởng, vinh danh phù hợp cho các tập thể, cá nhân thực hiện tốt; phê bình, xử phạt các tập thể, cá nhân không thực hiện theo đúng quy định.*

Công tác thi đua khen thưởng thực hiện đầy đủ theo quy định của PVChem nhằm động viên các tập thể, cá nhân có thành tích xuất sắc trong công tác SXKD của PVChem.

- Kết quả triển khai, thực hiện Công văn 4371/DKVN-TT&VHDN ngày 02/8/2021 của Tổng Giám đốc Tập đoàn về thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo – Hiệu quả”

Đảng ủy PVChem đã quán triệt phương châm hành động của PVN đến toàn thể hệ thống chính trị. Phát động các chương trình sinh hoạt chuyên đề tại các Chi bộ trực thuộc. Chỉ đạo toàn bộ hệ thống chính trị PVChem quán triệt và áp dụng triệt để phương châm hành động vào mọi hoạt động trong công tác chỉ đạo điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh của Tổng công ty, mọi đối tượng từ Cán bộ lãnh đạo đến cán bộ công nhân viên.

- Kế hoạch xây dựng thực hiện hệ thống nhận diện thương hiệu của PVChem thống nhất theo nhãn hiệu mới của Petrovietnam

Thực hiện Kế hoạch triển khai Hệ thống nhận diện thương hiệu Petrovietnam trong toàn Tập đoàn, PVChem đang thiết kế lại hệ thống logo của PVChem và các đơn vị thành viên/ trực thuộc theo quy định của Tập đoàn. Trong đó, cấu trúc logo đảm bảo đúng hình ảnh nhận diện mới của Petrovietnam, đồng thời, vẫn có dấu ấn, nhận biết riêng của PVChem.

PVChem dự kiến hoàn thiện hệ thống logo mới cho PVChem và các đơn vị thành viên/trực thuộc trình cấp thẩm quyền trong Quý IV/2022. Sau khi, được cấp thẩm quyền phê duyệt, PVChem sẽ tiếp tục triển khai cập nhật hoàn thiện hệ thống nhận diện thương hiệu để áp dụng đồng bộ vào năm 2023.

### **III. ĐÁNH GIÁ CHUNG:**

#### **1. Điểm mới, sáng tạo trong triển khai:**

Trong quá trình triển khai thực hiện công tác TT &VHDN tại đơn vị, PVChem luôn thực hiện đầy đủ các yêu cầu, chỉ đạo của Tập đoàn. Để việc thực hiện có hiệu quả, PVChem đã áp dụng một số hình thức triển khai như: ban hành văn bản, thiết kế hệ thống truyền thông trực quan, lồng ghép các nội dung tuyên truyền vào các chương trình hội thảo, hội nghị, các cuộc thi tìm hiểu tại đơn vị...

#### **2. Tồn tại, vướng mắc**

Hiện nay, công tác TT &VHDN tại PVChem thực hiện còn chưa sâu rộng, các hình thức triển khai chưa thực sự phong phú. Các hoạt động tuyên truyền có quy mô, có sự đồng bộ chưa được thực hiện thường xuyên từ Tổng công ty tới các đơn vị thành viên.

#### **3. Nguyên nhân:**

- Lực lượng thực hiện công tác TT&VHDN tại PVChem còn mỏng, chưa có nhiều kinh nghiệm trong việc xây dựng và tổ chức thực hiện các hoạt động nhất là các hoạt động phong trào nội bộ.



- Từ năm 2020 – nay do dịch bệnh Covid-19 kéo dài đã ảnh hưởng tới công tác TT&VHDN làm hạn chế các hình thức triển khai tuyên truyền, không tổ chức các chương trình sự kiện để đẩy mạnh phát triển VHDN.

#### **4. Kinh nghiệm trong triển khai công tác TT&VHDN**

- Đối với công tác truyền thông

- Thông điệp truyền thông cần đơn giản, rõ ràng, dễ hiểu. Các thông tin truyền thông cần thường xuyên cập nhật đăng tải trên các kênh truyền thông chính thống như website, fanpage của đơn vị. Hình ảnh sử dụng rõ ràng, phù hợp với nội dung cần tuyên truyền.

- Các hình thức truyền thông cần phong phú, phù hợp với các đối tượng hướng đến, tránh các hình thức thể hiện quá cầu kỳ dẫn đến khó tiếp cận thông tin.

- Cần chủ động cung cấp thông tin chính thống và duy trì tốt các quan hệ báo chí để quản lý thông tin của đơn vị một cách hiệu quả, giảm thiểu tình trạng khủng hoảng truyền thông không đáng có.

- Đối với công tác VHDN:

- Việc triển khai thực hiện VHDN phải đảm bảo yếu tố thường xuyên, liên tục để tạo thói quen trong CBCNV.

- Hình thức tuyên truyền phải phong phú, hấp dẫn, cách thức thực hiện dễ áp dụng, tránh sự nhàm chán.

- Tổ chức các hoạt động gắn kết, hoạt động tập thể, các cuộc thi tìm hiểu để thu hút CBCNV tham gia qua đó lồng ghép truyền tải các thông điệp VHDN....

#### **IV. ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ:**

- PVN xem xét tổ chức các lớp bồi dưỡng về truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp để xây dựng đội ngũ nguồn nhân lực chất lượng cao, có trình độ chuyên môn trong công tác truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp.

- Hàng năm tổ chức Hội thảo gặp mặt các CBCNV làm công tác truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp trong Tập đoàn để học tập, trao đổi kinh nghiệm liên quan đến công tác truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp tại mỗi đơn vị.

- Tổ chức khen thưởng, vinh danh những tập thể và cá nhân thực hiện tốt công tác Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp.

# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Tổng Công ty Cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam)*

**Kính thưa các đồng chí Lãnh đạo Tập đoàn Dầu khí Việt Nam!**

**Kính thưa toàn thể Hội nghị!**

Lời đầu tiên, thay mặt Tổng Công ty Cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam (Petrocons). Tôi xin gửi đến các vị khách quý và cùng toàn thể đại biểu lời chúc sức khỏe và lời chào trân trọng, chúc hội nghị thành công tốt đẹp.

Thực hiện chỉ đạo của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam tại văn bản số 4892/DKVN – TT&VHDN ngày 29/8/2022 về việc tham dự Hội nghị công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp lần thứ II năm 2022 do Tập đoàn tổ chức. Tại Hội nghị hôm nay Tổng công ty Cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam (PetroCons) xin được trân trọng báo cáo tham luận về công tác Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp của Tổng công ty, cụ thể như sau:

## **1. Công tác lãnh đạo, chỉ đạo:**

Thực hiện Nghị quyết số 281 – NQ/ĐU ngày 15/5/2019 của Đảng ủy Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam về công tác Truyền thông và văn hóa doanh nghiệp và Kế hoạch số 3623/KH-DKVN ngày 03/7/2019 của Tổng giám đốc Tập đoàn về công tác TT&VHDN trên cơ sở bám sát Chiến lược phát triển ngành Dầu khí Việt Nam và Tập đoàn Dầu khí Việt Nam trong thời gian qua đã được Đảng ủy Tổng công ty Petrocons quán triệt đến các cấp uỷ/lãnh đạo các đơn vị trong toàn Tổng công ty chỉ đạo thực hiện nghiêm túc với quyết tâm cao, có trọng tâm, trọng điểm, đồng bộ, sâu rộng, xuyên suốt. Cụ thể Đảng ủy Tổng công ty đã ban hành Chương trình số 53-CTr/ĐU ngày 28/7/2020, tại Đại hội Đại biểu Đảng bộ Tổng công ty lần thứ XII, nhiệm kỳ 2020-2025, Đảng ủy Tổng công ty đã xác định: Xây dựng văn hóa doanh nghiệp là nhiệm vụ và giải pháp quan trọng để từng bước vượt qua khó khăn, ổn định và phát triển của Tổng công ty trong giai đoạn 2020-2025. Trên cơ sở đó, Đảng ủy Tổng công ty đã cụ thể hoá thành các chương trình công tác hằng năm và chỉ đạo thực hiện trong cả hệ thống. Việc tổ chức thực hiện gắn đồng bộ với tiếp tục thực hiện Nghị quyết Trung ương 4 về tăng cường xây dựng, chỉnh đốn Đảng; ngăn chặn, đẩy lùi sự suy thoái về tư tưởng chính trị, đạo đức, lối sống, những biểu hiện “tự diễn biến”, “tự chuyển hóa” trong nội bộ, gắn với thực hiện Chỉ thị số 05-CT/TW về “Học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh” đảm bảo tính thường xuyên, liên tục với các tiêu chí cụ thể làm nền tảng cho sự ổn định và phát triển bền vững.

## **2. Công tác triển khai thực hiện.**

- Tổng công ty đã triển khai phổ biến rộng rãi Nghị quyết số 281 – NQ/ĐU ngày 15/5/2019 của Đảng ủy Tập đoàn; Kế hoạch số 3623/KH-DKVN ngày 03/7/2019 của Tổng giám đốc Tập đoàn về công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp của Tập đoàn Dầu khí Việt nam; Chương trình số 53-CTr/ĐU ngày 28/7/2020; Nghị quyết Đại hội Đại biểu Đảng bộ Tổng công ty nhiệm kỳ 2020-2025 tới toàn thể CBCNV, người lao động trong Tổng công ty đặc biệt là đội ngũ cán bộ làm công tác Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp để kịp thời nắm bắt thông tin và triển khai thực hiện.

- Lòng ghép triển khai Văn hóa Petrovietnam trong mọi hoạt động sản xuất, kinh doanh thực hiện nhiệm vụ chính trị; gắn thực hiện VHDN với học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh;

- Đưa nhiệm vụ thực hiện VHDN vào nội dung thỏa ước lao động tập thể, vào các quy định của Tổng công ty và đơn vị, có sự cam kết song phương giữa người sử dụng lao động và người lao động về thực hiện VHDN. Đồng thời tổ chức trao đổi học hỏi kinh nghiệm trong xây dựng, triển khai VHDN giữa các đơn vị trong Tổng công ty.

Giao cho Ban Tổ chức Hành chính làm đầu mối tham mưu, tổng hợp, theo dõi và đôn đốc các Ban/Phòng/VP Đảng đoàn thể các BÐHDA/CN và đơn vị thành viên của Tổng công ty trong việc triển khai thực hiện công tác truyền thông và văn hóa Petrovietnam.

## **3. Kết quả triển khai công tác TT& VHDN của Petrocons.**

### ***a) Đối với công tác truyền thông nội bộ:***

- Trong thời gian qua, Tổng công ty đã phổ biến và cập nhật thông tin hoạt động của TCT tới CBCNV qua các phương tiện truyền thông như website, fanpage, email, eoffice, zalo... để các CBCNV có thể nắm bắt tình hình nhanh chóng và thuận tiện. PetroCons đã thường xuyên cập nhật, truyền tải, phổ biến đến CBCNV-LĐ trong toàn Tổng công ty các chủ trương, quy định của Nhà nước/của UBND các tỉnh/thành phố mà PetroCons có hoạt động SXKD về công tác phòng chống dịch Covid-19 cũng như cập nhật phổ biến tình hình SXKD của PetroCons nói riêng và PVN nói chung. Đặc biệt, PetroCons đã phổ biến và triển khai thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả” của PVN đến CBCNV của Tổng công ty và các Đơn vị thành viên/trực thuộc của PetroCons. Đồng thời tăng cường quan hệ với các báo, tạp chí trong ngành kịp thời đưa tin bài về hoạt động sản xuất kinh doanh của Tổng công ty.

- Việc Tăng cường công tác truyền thông trên hệ thống website, eOffice, Email pvc.vn của Tổng công ty và trên các trang mạng xã hội như Zalo, facebook đã mang lại hiệu quả hết sức tích cực như kịp thời cung cấp, nắm bắt, xử lý thông tin, nhất là các sự cố trong công tác truyền thông được xử lý nhanh chóng.

- Tổ chức Kiện toàn Bộ phận truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp từ Tổng công ty đến các đơn vị theo hướng dẫn của Tập đoàn đều giao cho người đứng đầu đơn vị chịu trách nhiệm chính, đồng thời mỗi đơn vị phải cử 01 đồng chí lãnh đạo phụ trách, 01 cán bộ phụ trách công tác truyền thông và 01 cán bộ phụ trách văn hóa doanh nghiệp, thường xuyên cập nhật báo cáo tình hình xây dựng và thực hiện công tác Truyền thông, công tác Văn hóa doanh nghiệp tại đơn vị về Tổng công ty để kịp thời tổng hợp, chia sẻ thông tin, tư liệu và kỹ năng nghiệp vụ. Tính tới thời điểm hiện tại đa số các đơn vị thành viên của Petrocons đã có bộ phận thực hiện công tác truyền thông và VHDN.

- Đẩy mạnh vai trò truyền thông trong công tác tuyên truyền, vận động, quan tâm, tạo điều kiện để CBCNV, đội ngũ làm công tác truyền thông và VHDN tham gia tập huấn, đào tạo nâng cao trình độ, nâng cao nhận thức, xác định ý thức của người lao động trong việc thường xuyên thực hiện VHDN.

### ***b) Đối với công tác xây dựng văn hóa doanh nghiệp:***

- Việc rà soát, bổ sung, sửa đổi, hoàn thiện các quy chế, quy định trong xử lý, giải quyết công việc làm căn cứ xây dựng văn hóa chuyển đổi số, văn hóa thực thi công việc, tính tuân thủ và hiệu quả: Hiện Tổng công ty PetroCons đã hoàn thành sửa đổi và bổ sung một số nội dung tại Quy chế tiền lương, tiền thưởng Công ty Mẹ- PetroCons cùng với đó Tổng công ty đang rà soát, sửa đổi để hoàn thiện những Quy chế, Quy định của Tổng công ty cho phù hợp với thực tế tại đơn vị như: Quy chế hoạt động của Hội đồng quản trị PetroCons; Quy chế nội bộ về quản trị của PetroCons; Quy chế TĐKT, Quy định quản lý tài sản, trang bị sử dụng công cụ, dụng cụ và tiêu chuẩn, định mức sử dụng công cụ, dụng cụ tại Công ty Mẹ - PetroCons;...

- Yêu cầu các đơn vị chưa xây dựng, ban hành những quy định về “Văn hóa doanh nghiệp”: Căn cứ vào Cẩm nang VHDN của Tập đoàn, căn cứ vào tình hình thực tế của đơn vị hệ thống lại, hoàn thiện, sửa đổi, bổ sung, xây dựng mới (nếu chưa có) các quy định, các giá trị văn hóa của đơn vị làm chuẩn mực để CBCNV thực hiện. Hiện Tổng công ty đang tiến hành xây dựng cẩm nang VHDN Petrocons sẽ hoàn thành trong năm 2022, đối với các đơn vị thành viên đã có một số đơn vị triển khai xây dựng hoàn thành Quy ước VHDN trong năm 2020, 2021.

- Triển khai phổ biến tới các đơn vị thành viên việc áp dụng thực hiện thống nhất hệ thống nhận diện thương hiệu Petrovietnam với lộ trình cụ thể, phù hợp; Triển khai thay đổi lại tên viết tắt và Bộ nhận diện thương hiệu Petrocons của Tổng công ty đồng thời yêu cầu các đơn vị thành viên xây dựng kế hoạch, lộ trình đồng bộ với Tổng công ty trong thời gian tới.

- Cùng với việc đổi tên viết tắt và Bộ nhận diện thương hiệu Petrocons, Tổng công ty cũng triển khai việc thiết kế và xây dựng lại giao diện trang web của Tổng công ty cho đồng bộ và phù hợp với hiện tại. Trong tháng 9/2022 này trang web mới Petrocons.vn sẽ được đưa vào sử dụng.

- Việc chỉnh trang, sắp xếp vị trí làm việc của CBCNV, NLD thân thiện, hiện đại, khoa học; áp dụng, thực hiện mô hình 5S tại văn phòng, nhà máy, đổi mới hình ảnh, không gian làm việc, tạo nét riêng biệt của từng bộ phận. Được sự đồng ý của Tập đoàn về việc chuyển đổi trụ sở làm việc của Cơ quan Tổng công ty trong tháng 01/2022, Tổng công ty PetroCons đã hoàn thành công tác chuyển trụ sở làm việc của Tổng công ty từ tòa nhà C.E.O, đường Phạm Hùng, Hà Nội về tầng 14, Tòa nhà Viện Dầu khí Việt Nam số 167 Trung Kính, Hà Nội. Tại trụ sở mới Tổng công ty đã chỉnh trang sắp xếp lại vị trí làm việc của CBCNV tại văn phòng một cách khoa học và hiện đại, đảm bảo an toàn, hiệu quả và xuyên suốt trong công việc. Hiện PetroCons vẫn đang thực hiện nghiêm túc quy trình đánh giá 5S được Tổng công ty ban hành từ năm 2009, công tác đánh giá 5S được tổ chức thực hiện định kỳ hàng quý và duy trì cải tiến liên tục tại các phòng ban, bên cạnh đó PetroCons đang tiếp tục hướng đến những nét văn hóa bản sắc của từng bộ phận/Ban/Phòng/Văn phòng, phù hợp với văn hóa chung của PetroCons, PVN.

- Phối hợp với tổ chức Công đoàn, đoàn thanh niên trong Tổng công ty, duy trì các biện pháp triển khai nắm bắt tư tưởng, tâm tư nguyện vọng của CBCNV, NLD Petrocons, đồng thời tham gia truyền thông nội bộ và tổ chức các hoạt động sinh hoạt tập thể nhằm gắn kết, chia sẻ giữa CBCNV, NLD từ Tổng công ty đến các đơn vị.

- Thường xuyên đôn đốc Các Ban/Phòng/văn phòng Đảng đoàn thể/các Ban điều hành dự án, Chi nhánh và các đơn vị thành viên Tổng công ty trong công tác triển khai thực hiện tái tạo văn hóa Petrovietnam, đưa vào tiêu chí xét chọn bình bầu trong công tác TĐKT thường xuyên hàng năm đối với các cá nhân, đơn vị thực hiện tốt, đồng thời đưa ra chế tài xử lý vi phạm trong quá trình triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam. Tổng công ty đã hoàn thành việc khen thưởng định kỳ cho các tập thể và cá nhân có thành tích xuất sắc trong năm 2021, đề xuất Tập đoàn Dầu khí Việt Nam khen thưởng cho 2 tập thể và 32 cá nhân để kịp thời động viên người lao động đồng thời khen thưởng cho các thành viên tổ công tác phục vụ chuyển trụ sở văn phòng làm việc Tổng công ty đã sắp xếp, chỉnh trang lại văn phòng làm việc theo mô hình 5s.

- Quản trị đến các đơn vị việc thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả” áp dụng vào công tác quản trị, điều hành, trong mọi hoạt động của Tổng công ty đặc biệt là việc sử dụng hệ thống eOffice và Email pvc.vn trong công tác điều hành,

### **3. Đánh giá chung kết quả triển khai thực hiện công tác TT&VHDN của Petrocons trong thời gian qua.**

Trong thời gian qua Tổng công ty Cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam phải đối mặt với rất nhiều khó khăn trong việc thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh. Công ty mẹ và các đơn vị thành viên tiếp tục làm ăn thua lỗ do ảnh hưởng từ giai

đoạn trước để lại, hạn chế về nguồn việc làm cũng như nguồn lực tài chính, con người, ảnh hưởng lớn đến đời sống của CBCNV. Tuy nhiên được sự quan tâm, chỉ đạo sát sao của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam, của Đảng ủy, HĐQT, Ban Tổng giám đốc TCT và sự đoàn kết cố gắng nỗ lực của tập thể cán bộ công nhân viên trong toàn Tổng công ty, đến nay Tổng công ty cũng đã đạt được một số kết quả nhất định trong hoạt động sản xuất kinh doanh; công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp vẫn luôn được lãnh đạo Tổng công ty chỉ đạo thực hiện nghiêm túc, kết quả đạt được cụ thể qua các mặt sau:

Tuy khó khăn nhưng tập thể lãnh đạo và CBCNV người lao động Petrocons vẫn duy trì được mối đoàn kết, luôn cố gắng nỗ lực vượt qua khó khăn để hoàn thành tốt các chỉ tiêu, nhiệm vụ của Tập đoàn giao cho hàng năm cũng như kế hoạch của Tổng công ty đề ra. Đặc biệt là trong thời gian vừa qua việc được Chính phủ và Tập đoàn DKVN cho phép khởi động lại dự án NMNĐ Thái Bình 2. Với quyết tâm cao nhất của tập thể lãnh đạo và CBCNV Petrocons là: Đoàn kết, nỗ lực vượt qua khó khăn quyết tâm hoàn thành mục tiêu phát điện đúng tiến độ của nhà máy..... tới thời điểm hiện tại nhà máy đã hoàn thành cơ bản các hạng mục chính, đã thực hiện thành công hòa lưới điện bằng than Tổ máy số 1, đây là dấu mốc quan trọng để nhà máy có thể bắt đầu quá trình chạy thử tải nhằm đảm bảo các yêu cầu kỹ thuật tiến tới phát điện thương mại Tổ máy số 1 vào cuối tháng 11/2022, đồng thời thành công trong việc đốt dầu tổ máy số 2, dự án đang dần về đích. Đây là niềm vui của toàn thể CBCNV, Người xây lắp dầu khí đối với một dự án trọng điểm đã từng bị dừng giãn tiến độ.

- Đối với tập thể CBCNV Người lao động Petrocons mặc dù Tổng công ty gặp nhiều khó khăn, nhiều đơn vị chỉ duy trì hoạt động không có doanh thu, nhưng CBCNV người lao động Petrocons vẫn tuyệt đối tin tưởng vào sự quan tâm chỉ đạo của Tập đoàn cũng như sự chỉ đạo sát sao của tập thể lãnh đạo Petrocons. Trong 7 tháng đầu năm 2021 ngoài các đơn vị thành viên bị nợ lương, nợ BHXH nhưng ngay tại Công ty Mẹ, khối Cơ quan Tổng công ty cũng bị nợ lương 7 tháng liền, tuy nhiên toàn thể CBCNV Công ty Mẹ vẫn đi làm đều đặn, vẫn thực hiện nghiêm túc các nội quy, quy định của Tổng công ty, vẫn hoàn thành các nhiệm vụ được giao, đây cũng là thể hiện một nét đẹp văn hóa truyền thống của người xây lắp dầu khí (Petrocons) là cần cù, chịu khó vượt lên khó khăn để hoàn thành nhiệm vụ. Tuy nhiên với sự nỗ lực của tập thể lãnh đạo Tổng công ty và sự hỗ trợ của Tập đoàn đến nay khó khăn đối với người lao động Petrocons đã dần qua đi và ổn định trở lại, việc nợ lương nợ BHXH của người lao động đã được giải quyết, đời sống của CBCNV đã được nâng cao hơn.

- Bám sát các chỉ đạo của tập đoàn, với quyết tâm đổi mới công tác quản trị điều hành, tập thể lãnh đạo Tổng công ty đã quyết tâm xây dựng lại hình ảnh đơn vị, công tác truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp được quan tâm chú trọng đã làm thay đổi nhận thức và ý thức của toàn thể CBCNV cụ thể: nghiêm túc trong

việc thực hiện nội quy lao động của Tổng công ty, duy trì việc quét thẻ chấm công hàng ngày, tạo nề nếp, tác phong chuyên nghiệp tại cơ quan; Mỗi CBCNV đều nâng cao ý thức trách nhiệm khi tham gia mạng xã hội sau khi có Chỉ thị của Tổng giám đốc TCT; các công việc và các hoạt động công tác của Tổng công ty đều được thực hiện qua hệ thống văn phòng điện tử eOffice và hệ thống Email pvc.vn.

- Việc thay đổi tên viết tắt và Bộ nhận diện thương hiệu Petrocons cũng đã giúp cho Petrocons có thể tiếp cận với những tệp khách hàng mới trong và ngoài nước. Ngoài ra, logo cũng mang một ý nghĩa đổi mới trên nền tảng truyền thống, giúp xóa bỏ những ấn tượng chưa đẹp còn đọng lại trong xã hội khi vẫn liên tưởng đến thương hiệu PVC.

Điều đáng tự hào của Petrocon trong thời gian qua là từ một đơn vị khó khăn, tưởng như không vượt qua được, cán bộ CNV có lúc xao động chán nản, việc cắt giảm kinh phí, nợ lương, BHXH, dự án thì bế tắc, tuy nhiên với quyết tâm đồng thuận vượt khó của tập thể lãnh đạo và CBCNV và với Phương châm hành động "Đoàn kết - kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả" được cụ thể hoá trong công việc đến nay tình hình tư tưởng đội ngũ cán bộ CNV đã đi vào ổn định, dự án Nhà máy nhiệt điện Thái Bình 2 đang từng bước về đích, thu nhập cho NLĐ đã được đảm bảo, tạo ra không khí làm việc sôi nổi hào hứng trong toàn thể cán bộ CNV và người lao động Petrocons.

Bên cạnh những kết quả đạt được, công tác tuyên truyền, triển khai các hoạt động văn hóa doanh nghiệp tại một số ít đơn vị còn chưa tham gia nhiệt tình vào các hoạt động gắn liền với văn hóa doanh nghiệp của Tổng Công ty do tình hình SXKD còn đang gặp nhiều khó khăn.

Bài học kinh nghiệm: Trong quá trình triển khai xây dựng và triển khai văn hóa doanh nghiệp Petrocons đã rút ra bài học kinh nghiệm như sau:

- Xác định xây dựng và triển khai văn hoá là một “mục tiêu” của đơn vị, chứ không phải đơn thuần chỉ là vấn đề “bề nổi”

- Vai trò Ban lãnh đạo trong xây dựng và triển khai văn hoá doanh nghiệp là đặc biệt quan trọng, Người lãnh đạo phải là người khởi xướng, chỉ đạo, thúc đẩy, tạo động lực và nêu gương trong công tác xây dựng và triển khai VHDN.

- Tranh thủ sự lãnh đạo, chỉ đạo cấp ủy Đảng để đẩy mạnh việc triển khai thực hiện VHDN trong toàn Đảng viên như một nhiệm vụ chính trị đề ra, đưa các chương trình hoạt động triển khai vào các buổi sinh hoạt cấp ủy, sinh hoạt chuyên đề.

- Các tổ chức đoàn thể (Công đoàn, Đoàn thanh niên, CCB) phải là những nhân tố chủ chốt trong việc tổ chức thực hiện công tác tuyên truyền Văn hoá DN.

- Lãnh đạo các đơn vị cần quan tâm, hiểu và nắm rõ về VHDN của Petrocons thì mới có thể triển khai đồng bộ trên toàn hệ thống

- Cần xây dựng “kế hoạch triển khai văn hóa doanh nghiệp” một cách cụ thể, chi tiết và rõ ràng để làm cơ sở đôn đốc, nhắc nhở phối hợp triển khai.

Trên đây là báo cáo tham luận của Tổng công ty Cổ phần Xây lắp Dầu khí Việt Nam (Petrocons) về công tác Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp trong thời gian qua. Kính mong được được sự quan tâm tạo chỉ đạo của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam.

Kính chúc các đồng chí Lãnh đạo Tập đoàn cùng toàn thể các đồng chí tham dự Hội nghị sức khỏe, hạnh phúc và thành công.

Xin trân trọng cảm ơn ./.



# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Công ty Điều hành Dầu khí Phú Quốc)*

## **Chủ đề: Truyền thông nội bộ: cầu nối VHDN với cán bộ nhân viên**

Chi nhánh Tập đoàn Dầu khí Việt Nam – Công ty Điều hành Dầu khí Phú Quốc (PQPOC) được thành lập theo Quyết định số 1005/QĐ-DKVN ngày 04/5/2015 của Hội đồng Thành viên Tập đoàn Dầu khí Việt Nam (Tập đoàn) với chức năng và nhiệm vụ là thay mặt Tập đoàn thực hiện quyền, nghĩa vụ, và trách nhiệm của Nhà điều hành theo quy định tại Hợp đồng Chia sản phẩm dầu khí Lô B&48/95 và Lô 52/97. Đây là một nhiệm vụ quan trọng, yêu cầu một đội ngũ cán bộ nhân viên (CBNV), người lao động tinh nhuệ, chuyên nghiệp để triển khai và vận hành một dự án có quy mô lớn, ý nghĩa quan trọng, phục vụ phát triển kinh tế, đảm bảo an ninh năng lượng cho đất nước.

Bên cạnh việc đảm bảo các mục tiêu hoạt động trong Chương trình Công tác và

Ngân sách hàng năm, một nhiệm vụ trọng tâm của PQPOC là xây dựng đơn vị trở thành Nhà điều hành dầu khí chuyên nghiệp thích ứng với xu thế phát triển của thời đại Cách mạng Công nghiệp 4.0, tổ chức tập thể đoàn kết, nỗ lực, phát huy truyền thống tiên phong, ý chí kiên cường, không ngại gian nan, thử thách của những người đi tìm lửa. Nói riêng về công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp tại đơn vị, có thể thấy rằng điểm thuận lợi của PQPOC nằm ở 2 yếu tố: PQPOC là một công ty còn trẻ, Dự án phát triển khí Lô B&48/95 và Lô 52/97 (Dự án Khí Lô B/Dự án) đang trong giai đoạn phát triển, việc định hình văn hóa doanh nghiệp ngay từ thời điểm này là một điều thuận lợi, tạo nền móng và tiền đề phát triển cho văn hóa PQPOC trong tương lai; các phần mềm, ứng dụng số được phát triển và sử dụng rộng khắp chính là công cụ hỗ trợ đắc lực cho truyền thông. Tuy nhiên, trong bối cảnh tiến độ của Dự án bị trượt do các yếu tố khách quan, công tác truyền thông của đơn vị cũng gặp không ít thử thách, đặc biệt là thiếu sự đa dạng trong nội dung – chất liệu để thực hiện truyền thông. Trong tình hình đó, PQPOC đã xác định sử dụng văn hóa doanh nghiệp là mảng nội dung trọng tâm để triển khai công tác truyền thông nội bộ.

Bắt đầu triển khai vào cuối năm 2018, PQPOC đã đặt những bước khởi đầu cho hành trình xây dựng văn hóa doanh nghiệp tại đơn vị với nền móng là xây dựng, hoàn thiện và phổ biến đến toàn thể người lao động về Tầm nhìn, Sứ mệnh,

Giá trị cốt lõi của PQPOC, đồng thời xác định đây là các giá trị văn hóa chuẩn mực mà PQPOC hướng đến. Sau một thời gian triển khai, cùng với việc thị trường và Dự án có nhiều biến đổi, PQPOC đã cùng đơn vị tư vấn thực hiện đánh giá thông qua bảng khảo sát rộng rãi đối với toàn bộ CBNV và phỏng vấn trực tiếp với Ban chỉ đạo, Tổ điều phối, thành viên chủ chốt triển khai dự án xây dựng văn hóa PQPOC. Từ đó, PQPOC hiểu rõ cách tốt nhất để phát triển văn hóa của mình chính là “mỗi CBNV PQPOC biết cách tự tái tạo thành công văn hóa cá nhân của chính mình theo hướng mà cả PQPOC và CBNV PQPOC đều tin rằng tiến bộ hơn, hiệu quả hơn và tốt đẹp hơn” (trích Báo cáo Kết quả khảo sát văn hóa PQPOC – 12/2021).

PQPOC đã thực hiện nhiều hoạt động với nhiều hình thức khác nhau để phổ biến và thực hành văn hóa doanh nghiệp. Tuy nhiên, các nội dung tiêu biểu có thể kể đến là, để đổi mới hình ảnh và mang lại nguồn hứng khởi cho người lao động trong công việc, PQPOC đã bố trí không gian văn phòng theo mô hình 5S cùng các tiêu chí như hiện đại, cởi mở, thân thiện với môi trường, tận dụng tối đa ánh sáng tự nhiên, bổ sung các mảng xanh vào môi trường làm việc. PQPOC đã lựa chọn, tổ chức các khóa tập huấn, đào tạo theo mô hình phát triển năng lực: năng lực chuyên môn, năng lực văn hóa, năng lực lãnh đạo, các kỹ năng bổ trợ. Tiêu biểu đã tổ chức đào tạo cho hơn 80% CBNV về “7 thói quen hiệu quả” từ năm 2020 (dự kiến đến hết năm 2023, 100% CBNV được đào tạo chương trình này).

Truyền thông nội bộ và văn hóa doanh nghiệp tuy là hai mảng hoàn toàn khác nhau nhưng PQPOC xác định rõ truyền thông nội bộ chính là cầu nối đem văn hóa doanh nghiệp đến với CBNV, và hỗ trợ CBNV duy trì nó. Nổi bật nhất trong số các hoạt động của đơn vị, PQPOC đã:

- *Sử dụng các ứng dụng công nghệ số để tuyên truyền ý nghĩa chi tiết của các nội dung về Văn hóa Petrovietnam, Văn hóa PQPOC, hay các kỹ năng cụ thể như “7 Thói quen hiệu quả”, “Công sở 5S” kết hợp với video tham khảo liên tục được truyền thông đến toàn thể người lao động qua thư điện tử, trang thông tin được phân loại nội dung theo nhóm đối tượng (trang tin chung, trang thông tin của các phòng, Văn phòng Đảng ủy, các tổ chức chính trị - xã hội), màn hình lớn tại sảnh cũng như màn hình chờ máy tính của CBNV. Với đặc thù đơn vị có các chuyên gia nước ngoài cùng công tác, việc tăng cường tuyên truyền trực quan bằng cả hai ngôn ngữ Việt – Anh về những quy định, các giá trị văn hóa của đơn vị, của Tập đoàn, đã mang lại hiệu quả tích cực trong việc nâng cao nhận thức, ý thức của toàn thể người lao động tại đơn vị.*

- *Tổ chức các cuộc thi nội bộ, sử dụng hoạt động ngoại khóa – team building, và hoạt động trồng cây vì môi trường hàng năm để lồng ghép nội dung tuyên truyền Văn hóa Petrovietnam, Văn hóa PQPOC. Cụ thể, PQPOC đã tổ chức hoạt động thi đua nhận biết môi nguy, nâng cao ý thức an toàn trong môi trường công*

sở, thi giải mã thông điệp với từ khóa là các nội dung trong phương châm hành động của Tập đoàn, v.v... Không chỉ là một cuộc thi hay một chuyến tham quan, dã ngoại đội nhóm, mỗi chương trình hoạt động ngoại khóa đều được xây dựng như một chuyến hành trình giúp CBNV tìm hiểu, khám phá, thực hành văn hóa doanh nghiệp. Từ đó đã đa dạng hóa, biến các nội dung “tĩnh” thành các hoạt động, tạo điều kiện cho việc tiếp cận với mảng nội dung này được phong phú và sinh động.

Như vậy, CBNV PQPOC đã không chỉ được tiếp nhận các thông tin về văn hóa mà còn chủ động tham gia tìm hiểu, thực hành văn hóa thông qua các kênh và hình thức truyền thông nội bộ. Là một đơn vị còn trẻ và có đặc thù mô hình Nhà điều hành dự án dầu khí, chất liệu nội dung là một thách thức nhưng cũng đã là yếu tố quyết định với PQPOC trong việc lựa chọn và triển khai cách thức thực hiện công tác truyền thông phù hợp, hiệu quả. Khi đã xác định rõ văn hóa là cái gốc để thành công và phát triển bền vững, truyền thông nội bộ và văn hóa doanh nghiệp đã, đang, và sẽ là một nhiệm vụ quan trọng của PQPOC trong việc hiện thực hóa mục tiêu “Trở thành Nhà điều hành dầu khí chuyên nghiệp, hiệu quả, và có vị thế trên trường quốc tế”. Đảng ủy, Ban lãnh đạo, tập thể CBNV PQPOC hiểu rằng đây là một trong những bước nền tảng để xây dựng đội ngũ và tiến gần hơn đến việc hoàn thành nhiệm vụ chính trị mà Tập đoàn giao phó – triển khai thành công Dự án Khí Lô B./.

# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Tổng Công ty CP Dịch vụ tổng hợp dầu khí)*

## I. CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO

- Nhận rõ tầm quan trọng của công tác truyền thông và văn hoá doanh nghiệp, trên cơ sở NQ 281-NQ/ĐƯ ngày 15/5/2019 của Đảng uỷ Tập đoàn về công tác TT&VHDN, Đảng uỷ Tổng Công ty PETROSETCO đã kịp thời ban hành các văn bản để lãnh đạo, chỉ đạo công tác truyền thông và xây dựng văn hoá doanh nghiệp tại đơn vị. Công tác truyền thông tại đơn vị có những kết quả tích cực, góp phần thông tin kịp thời, chính xác, tạo được sự liên kết trong hệ thống giữa công tác tuyên giáo, truyền thông, gắn với các sự kiện và hoạt động xã hội. Tổng Công ty PETROSETCO cũng đã cập nhật cẩm nang Văn hóa PETROSETCO, trong đó nêu rõ quy tắc về đạo đức nghề nghiệp, quy ước văn hóa giao tiếp và ứng xử, quy định hình thức và trang phục làm việc, ... nhằm quy ước về thái độ và thống nhất mọi hành vi của người lao động. Những kết quả trên đã góp phần không nhỏ vào việc xây dựng Văn hóa PETROSETCO, giúp đơn vị tiếp tục hoàn thành các mục tiêu, nhiệm vụ trong giai đoạn khó khăn vừa qua.

- PETROSETCO cũng đã bám sát các nội dung trong các văn bản hướng dẫn của Tập đoàn về triển khai Đề án tái tạo Văn hóa Petrovietnam để ban hành kịp thời các văn bản chỉ đạo, triển khai đến từng Chi/Đảng bộ trong toàn Tổng Công ty, nổi bật trong số đó là hướng dẫn triển khai thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả”.

## II. PHƯƠNG PHÁP TRIỂN KHAI

### 1. Công tác truyền thông

- *Truyền thông nội bộ:*

+ Phổ biến các quy định, quy chế nội bộ về công tác truyền thông, trong đó có quy định về việc phát ngôn và cung cấp thông tin.

+ Thực hiện truyền thông thông qua nhiều hình thức đa dạng - đảm bảo thông tin được cập nhật và tuyên truyền một cách nhanh chóng, kịp thời.

+ Duy trì tính thường xuyên liên tục và các nội dung truyền thông cần thiết nhằm đảm bảo sự xuyên suốt về thông tin và tăng cường tính gắn kết, phối hợp, hỗ trợ giữa Tổng Công ty và Công ty thành viên, giữa các phòng ban nội bộ, giữa Lãnh đạo và công nhân viên, người lao động

- *Truyền thông công chúng:*

+ Thông tin về Tổng Công ty và đơn vị được cập nhật đầy đủ và nhanh chóng trên website và fanpage, đảm bảo là kênh truyền thông chính thống cung cấp đầy đủ thông tin theo quy định và phục vụ công tác quảng bá và giới thiệu một cách hữu hiệu.

+ Giữ mối quan hệ tốt và chặt chẽ với các cơ quan truyền thông báo chí. Chủ động trong cung cấp thông tin cho các phương tiện truyền thông đại chúng nhằm quảng bá thương hiệu và uy tín của Doanh nghiệp, đồng thời đề dự phòng xử lý kịp thời các nguồn khởi phát về khủng hoảng truyền thông (nếu có).

+ Thực hiện hiệu quả công tác tài trợ nhằm quảng bá và củng cố uy tín thương hiệu của đơn vị.

## **2. Văn hoá Doanh nghiệp**

- Hoàn thiện, áp dụng các quy chế, quy định, Cẩm nang văn hoá PETROSETCO.

- Áp dụng các thiết kế, ứng dụng hình ảnh của Tổng Công ty nhất quán trong mọi ứng dụng.

- Xây dựng các phong trào thi đua tại từng tổ, phòng/ban, đơn vị; đồng thời có cơ chế biểu dương, khen thưởng tập thể, cá nhân có thành tích xuất sắc, ... nhằm động viên, khích lệ, tạo hiệu ứng và lan toả tích cực trong toàn đơn vị.

- Sử dụng các biện pháp, công cụ để triển khai có hiệu quả công tác truyền thông và văn hoá doanh nghiệp đến các đơn vị thành viên.

- Tổng Công ty thường xuyên cập nhật, trao đổi thông tin, kinh nghiệm về công tác truyền thông và văn hoá doanh nghiệp với các đơn vị thành viên.

- Tổ chức các buổi đối thoại, chia sẻ kinh nghiệm với người lao động nhằm kịp thời giải quyết những vấn đề NLD quan tâm, vướng mắc.

- Thực hiện đào tạo nội bộ ngay từ khâu nhập môn cho tới các hoạt động chuyên môn tại các bộ phận, đơn vị

- Tham gia ‘Tuần lễ văn hoá Dầu khí’ do Tập đoàn tổ chức.

- Tiếp tục xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp, thu hút nhân tài, đảm bảo thủ nhập ổn định cho người lao động.

## **III. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI**

**1. Kết quả trong công tác truyền thông và quan hệ công chúng; đánh giá kết quả trên các mặt truyền thông nội bộ; truyền thông công chúng; truyền thông quốc tế (nếu có) theo các nội dung của Kế hoạch 3623/KH-DKVN.**

- *Về nhân sự, nguồn lực truyền thông:* Với ưu thế về nguồn nhân lực ở độ tuổi trẻ nên về công tác truyền thông tại đơn vị có những lợi thế nhất định, phát huy tối đa các ý tưởng sáng tạo, sức trẻ và nguồn năng lượng cho công tác truyền thông

tại đơn vị. Tuy nhiên, với đặc điểm nhân sự trẻ, việc xử lý các liên kết thông tin về truyền thông, nhất là với bên ngoài đôi khi còn thiếu sự sâu sắc, nhạy bén.

- *Các công cụ truyền thông*: Đơn vị chủ yếu tập trung vào các kênh truyền thông như: Website, Email, Fanpage, POSM, Zalo, Viber, phương tiện truyền thông đại chúng đến các đơn vị và người lao động, đến khách hàng, đối tác.

- *Công tác quản trị thông tin*: chủ động lên kế hoạch, mục tiêu cụ thể, rõ ràng, truyền thông và thống nhất quản lý thông tin từ nội bộ đến bên ngoài một cách kịp thời, hiệu quả.

## **2. Kết quả trong công tác xây dựng văn hoá doanh nghiệp**

*2.1 Việc triển khai thực hiện 09 nội dung của Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 về triển khai tái tạo văn hoá Petrovietnam trong toàn Tập đoàn.*

Thực hiện Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 về triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam trong toàn Tập đoàn, PETROSETCO tiếp tục duy trì, thực hiện tốt 09 nội dung theo chỉ đạo của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam, kết quả thực hiện như sau:

- PETROSETCO đã tổ chức các hoạt động, sự kiện chào mừng các ngày lễ lớn, ngày thành Tổng Công ty, Tập đoàn;

- Tặng quà Tết, trung thu, trang bị các thiết bị và thuốc men phòng chống bệnh cho người lao động; thăm và tặng quà NLĐ có hoàn cảnh khó khăn, bị bệnh hiểm nghèo; khen thưởng con NLĐ có thành tích học tập xuất sắc;

- Xây dựng bộ nhận diện thương hiệu cho các Đơn vị thành viên PETROSETCO.

- Triển khai công tác số hoá tại Văn phòng Tổng Công ty và các đơn vị.

- Tiếp tục truyền thông luân phiên văn hóa dầu khí PetroVietnam, thực hiện các chương trình do Tập đoàn Dầu khí Việt Nam phát động như: Tuần Lễ Văn hóa Dầu khí, Tháng Công nhân – Tháng An toàn Vệ sinh Lao động, tuyên truyền Đại hội Đoàn Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam, Hội thao Dầu khí.

- Truyền thông đến toàn thể CBNV văn hóa dầu khí PetroVietnam, văn hóa PETROSETCO, Tâm nhìn – Sứ mệnh – Giá trị cốt lõi của PVN và PETROSETCO, Công sở 5S, ... qua các kênh truyền thông nội bộ, e-mail, ...

- Cập nhật Cẩm nang văn hóa Petrosetco, quảng bá thương hiệu PETROSETCO thông qua các sản phẩm, dịch vụ nội bộ và bên ngoài.

- Căn cứ yêu cầu công việc thực tế rà soát, cập nhật, bổ sung các quy chế, quy trình, quy định trong xử lý, giải quyết công việc trong nội bộ Tổng Công ty.

- Tiếp tục xây dựng không gian xanh thân thiện môi trường trong văn phòng, tận dụng tối đa lấy ánh sáng tự nhiên, hiện đại, cởi mở và thực hiện mô hình 5S tại văn phòng;

- Tổ chức các hoạt động thiết thực để tăng cường tính năng động và gắn kết tại đơn vị như: giải chạy online, leo núi, trải nghiệm vui, ...

- Thực hiện đào tạo tái cấu trúc, đào tạo lãnh đạo, quản lý cho đội ngũ Lãnh đạo và quản lý từ cấp trung của Tổng Công ty và các đơn vị thành viên; triển khai các chương trình đào tạo và huấn luyện nội bộ nhằm liên tục cập nhật các kiến thức quản trị, kiến thức chuyên môn nghiệp vụ và kỹ năng cho đội ngũ CBNV của Tổng Công ty.

### ***2.2 Kết quả triển khai, áp dụng thực hiện Công văn 4371/DKVN-TT&VHDN ngày 02/8/2021 của Tổng giám đốc Tập đoàn về thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương – Sáng tạo - Hiệu quả”***

Thực hiện theo chỉ đạo của Đảng uỷ Tập đoàn và triển khai đề án tái tạo văn hoá Petrovietnam, Đảng bộ PETROSETCO đã tổ chức và ban hành chương trình sinh hoạt chuyên đề về phương châm hành động “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả”. Theo đó 100% Chi/Đảng bộ trong toàn Tổng Công ty đã tổ chức đợt sinh hoạt chuyên đề và kiểm điểm tự soi, tự sửa đổi với Tập thể lãnh đạo và người đứng đầu đơn vị.

Sau khi tổ chức sinh hoạt, các Chi bộ đã áp dụng thực hiện đánh giá, xếp loại chất lượng Đảng viên theo phương châm hành động; đồng thời, đã đưa phương châm hành động vào tiêu chí đánh giá để bình xét thi đua - khen thưởng cho từng cá nhân, người lao động ở các cấp

### ***2.3 Kế hoạch xây dựng thực hiện hệ thống nhận diện thương hiệu của đơn vị thống nhất theo nhãn hiệu mới của Petrovietnam.***

- Tại thời điểm này và trong giai đoạn tới, Tổng Công ty PETROSETCO – doanh nghiệp cấp II của Tập đoàn vẫn tuân thủ việc sử dụng Nhãn hiệu PVN và thực hiện các nghĩa vụ với Tập đoàn theo đúng quy định (bao gồm nghĩa vụ đóng phí thương hiệu trên lợi nhuận hợp nhất toàn tổng Công ty). Tại một số đơn vị thành viên của PETROSETCO (gồm 04 đơn vị cấp III) đã xin đề xuất ngưng sử dụng Nhãn hiệu PVN trong thời gian tới do: (i) thuộc đối tượng không bắt buộc áp dụng nhãn hiệu PVN, (ii) không có giải pháp thiết kế phù hợp nhằm đảm bảo tính nhận diện cho đơn vị (từ đặc thù Tổng Công ty mẹ Petrosetco nhiều chữ), (iii) các đơn vị này là các công ty cổ phần với mức lợi nhuận hạn chế, trong hoàn cảnh phải vật lộn với tình hình kinh tế, dịch bệnh chung và thị trường ngành nói riêng thời gian qua và sắp tới – sẽ gặp rất nhiều khó khăn nếu tiếp tục phải đóng phí theo quy định của Tập đoàn (với mức phí tối thiểu 500tr đồng).

## **IV. ĐÁNH GIÁ CHUNG**

### **1. Điểm mới, sáng tạo trong triển khai**

Nhận thấy ảnh hưởng lớn từ truyền thông kỹ thuật số mang lại, PETROSETCO đã tích cực đẩy mạnh công tác truyền thông qua các kênh thông tin digital, xem đây là một diễn đàn để cùng nhau trao đổi và cập nhật kịp thời các hoạt động của đơn vị.

### **2. Tồn tại, vướng mắc**

- Sự phối hợp, trao đổi, cung cấp thông tin giữa một số đơn vị thành viên chưa chủ động và kịp thời;

3. Đội ngũ phụ trách truyền thông, văn hoá doanh nghiệp còn kiêm nhiệm, do đó chưa thực sự tập trung trong phát triển ý tưởng, đảm bảo chủ động liên tục của công tác truyền thông, nhất là truyền thông nội bộ

## **V. KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT**

- Tập đoàn xem xét tổ chức các buổi Hội thảo/trao đổi, hướng dẫn các đơn vị trong công tác truyền thông, kiểm soát và xử lý khủng hoảng truyền thông, cập nhật xu thế mới về marketing và quảng bá thương hiệu, ứng dụng CNTT trong công tác TT & VHDN.

- Định kỳ đề xuất các đơn vị đã và đang thực hiện tốt công tác TT & VHDN tổ chức chia sẻ, trao đổi về cách làm hiệu quả để các đơn vị khác có cơ hội tham khảo, học hỏi kinh nghiệm.



# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Trường Cao đẳng Dầu khí)*

## **Chủ đề: Xây dựng, triển khai Văn hóa doanh nghiệp tại trường Cao đẳng Dầu khí**

Thực hiện Nghị quyết số 281-NQ/ĐU ngày 15/5/2019 của Đảng ủy Tập đoàn về công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp; Kế hoạch số 3623/KH-DKVN ngày 03/7/2022 của Tổng giám đốc Tập đoàn về triển khai thực hiện công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp (TT&VHDN);

Trường Cao đẳng Dầu khí đã luôn quan tâm, chú trọng thực hiện các nhiệm vụ trọng tâm trong từng năm trong đó có nội dung xây dựng và triển khai thực hiện công tác TT&VHDN với phương châm hành động “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả”.

### **I. CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO**

Ngay khi nhận được kế hoạch của Tập đoàn về triển khai tái tạo văn hóa doanh nghiệp Petrovietnam, Đảng ủy đã ban hành nghị quyết số 23-NQ/ĐU ngày 16/4/2021 về việc giao nhiệm vụ trọng tâm công tác năm 2021 cho cấp ủy, Bí thư Chi bộ, người đứng đầu đơn vị trong đó có nội dung xây dựng văn hóa doanh nghiệp trong nhà trường.

Thành lập Ban chỉ đạo “Tái tạo văn hóa trường Cao đẳng Dầu khí trong Quyết định số 826 /QĐ-CĐDK ngày 07/01/2021 của Hiệu trưởng. ban chỉ đạo gồm 08 thành viên do đồng chí Hiệu trưởng Bùi Quốc Sơn làm trưởng ban và cử 01 thành viên là phó phòng Tổ chức hành chính là thành viên chuyên trách.

Hàng năm, trường xây dựng kế hoạch triển khai công tác truyền thông văn hóa doanh nghiệp bám sát 09 nội dung hướng dẫn trong kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 và công văn số 4371/DKVN-TT&VHDN ngày 02/8/2021 của Tổng giám đốc Tập đoàn về thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết- Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả”. Trong kế hoạch hàng năm đều có nội dung công việc cụ thể, đơn vị thực hiện và thời gian hoàn thành công việc. Phòng Tổ chức hành chính có nhiệm vụ kiểm tra, giám sát, đôn đốc các đơn vị hoàn thành nhiệm vụ và báo cáo kết quả thực hiện trước Hội đồng trường và Ban giám hiệu.

### **II. PHƯƠNG PHÁP TRIỂN KHAI**

Trong hội nghị công nhân viên chức hàng năm, tái tạo văn hóa doanh nghiệp được bổ sung vào trong các văn bản được trình bày tại hội nghị và là nội dung đề người lao động bàn bạc, trao đổi, đóng góp ý kiến.

Ban chỉ đạo tái tạo Văn hóa doanh nghiệp thường xuyên cập nhật các điểm mới của VHDN và thường xuyên phổ biến tới người lao động thông qua các cuộc họp, các diễn đàn trao đổi nội bộ của nhà trường hoặc thông qua các hoạt động của các tổ chức đoàn thể như công đoàn, ban nữ công và đoàn thanh niên.

Nhà trường xây dựng kế hoạch rà soát các văn bản chỉ đạo nội bộ, các quy chế, quy định, hướng dẫn công việc hàng năm, thực hiện rà soát, điều chỉnh cho phù hợp với từng giai đoạn phát triển của đơn vị.

Xây dựng và ban hành Sổ tay văn hóa Trường Cao đẳng Dầu khí, xem đó là chuẩn mực để các đơn vị và cán bộ, giảng viên, nhân viên Trường thực hiện và phấn đấu.

Phát động, kiểm tra và giám sát việc thực hiện 5S tại các đơn vị, phòng, khoa, xưởng thực hành, lớp học lý thuyết...

Thông qua các hoạt động phong trào do Công đoàn, Ban nữ công và Đoàn thanh niên phát động nhằm lan tỏa văn hóa doanh nghiệp đồng thời tạo sự gắn kết trong cán bộ, giảng viên và nhân viên Trường.

Tuyên truyền phổ biến giá trị văn hóa doanh nghiệp thông qua các cuộc họp, hội nghị, website và các tài khoản trên mạng xã hội facebook, zalo của trường

Với sự cam kết và quyết tâm cao của tập thể Ban Lãnh đạo Trường Cao đẳng Dầu khí, trường đã lập ra các bộ máy để chỉ đạo triển khai thực hiện cụ thể công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp.

### **III. KẾT QUẢ ĐẠT ĐƯỢC TRONG CÔNG TÁC XÂY DỰNG TRIỂN KHAI VĂN HÓA DOANH NGHIỆP TẠI TRƯỜNG CAO ĐẲNG DẦU KHÍ**

Với phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả”, các đơn vị trong trường và CBNV, giảng viên, học sinh sinh viên đã cơ bản thấu hiểu và thực hiện tích cực các giá trị cốt lõi, chuẩn mực văn hóa Trường Cao đẳng Dầu khí. Đã tạo được sự chuyển biến tích cực cả về nhận thức và hành động trong toàn trường.

Đội ngũ cán bộ chủ chốt trong toàn trường đã hiểu và bắt đầu từng bước thể hiện các giá trị cốt lõi, đã tạo các thói quen trong việc thực hiện các chuẩn mực văn hóa trường Cao đẳng Dầu khí vào trong các chương trình hành động, các mục tiêu cụ thể trong công việc điều hành sản xuất kinh doanh tại đơn vị.

Tinh thần hợp tác, phối hợp công việc giữa các đơn vị, giữa cán bộ nhân viên với nhau được nâng lên rõ rệt và gắn kết chặt chẽ. Mối quan hệ đồng nghiệp, giữa cấp trên và cấp dưới, giữa lãnh đạo và nhân viên ngày càng gần gũi, thân thiện hơn.

Công tác cải cách thủ tục hành chính và ứng dụng công nghệ thông tin trong xử lý công việc đã được quan tâm triển khai quyết liệt: hạn chế các thủ tục, văn bản giấy tờ không cần thiết; triển khai các công việc qua email, họp trực tuyến;

xây dựng và áp dụng phần mềm quản lý công văn, quản lý phương tiện di chuyển, quản lý phòng họp; ý thức thực hành tiết kiệm, chống lãng phí của CBNV được nâng cao.

Phong cách làm việc, giải quyết công việc, hội thảo, hội nghị chuyên nghiệp, chất lượng hơn; trang trí cơ sở làm việc được ngăn nắp, gọn gàng, xanh, sạch được các đơn vị trong và ngoài ngành đánh giá cao.

*Kết quả cụ thể như sau:*

- Nhà trường đã hoàn thiện, ban hành Sổ tay văn hóa Trường Cao đẳng Dầu khí tới cán bộ, giảng viên, công nhân viên nghiên cứu áp dụng hiệu quả.

- Rà soát và điều chỉnh Quy chế hoạt động Hội hưu trí Trường, Quy chế hoạt động quỹ tương trợ Dầu khí, Quy chế Nghiên cứu khoa học, quy định về giảng viên cơ hữu và một số quy định, quy trình hướng dẫn công việc trong toàn trường.

- Triển khai thiết kế Logo trường trên cơ sở nhận diện thương hiệu mới của Tập đoàn và giới thiệu tới các đơn vị khách hàng trong và ngoài Tập đoàn.

- Tổ chức khám sức khỏe định kỳ cho toàn bộ CBNV trường, tổ chức các lớp học yoga, hỗ trợ kinh phí chăm sóc sức khỏe, sắc đẹp cho CBNV nữ, tổ chức phát quà cho các cháu thiếu nhi nhân dịp 1/6, Trung thu và các cháu học sinh giỏi, v.v.

- Tổ chức du lịch hàng năm cho cán bộ, giảng viên, nhân viên trong trường.

## **IV. ĐÁNH GIÁ CHUNG**

### **1. Điểm mới, sáng tạo trong triển khai:**

Với sự dần ổn định sau dịch Covid – 19, nhà trường đã triển khai nhiều hoạt động, áp dụng triệt để công nghệ 4.0, bám sát 09 nội dung về tái tạo văn hóa doanh nghiệp.

Đảng ủy, Ban giám hiệu và toàn thể CBNV, giảng viên, học sinh trường xác định thực hiện văn hóa doanh nghiệp là một nội dung quan trọng giúp nâng cao hiệu quả thực hiện nhiệm vụ của từng cán bộ, đảng viên, hướng đến mục tiêu phát triển chung của Nhà trường.

### **2. Tồn tại, vướng mắc:**

Việc triển khai công tác xây dựng văn hóa doanh nghiệp trong nhà trường chưa được đồng bộ, triệt để tới tất cả đối tượng và đặc biệt là học sinh, sinh viên.

### **3. Nguyên nhân:**

Nhà trường mới hoàn thiện công tác tái cơ cấu bộ máy tổ chức hoạt động, ngoài ra việc triển khai nhận thức về văn hóa doanh nghiệp đến từng đối tượng là các em học sinh, sinh viên mới nhập học còn gặp nhiều khó khăn do thay đổi môi trường học tập.

#### **4. Bài học kinh nghiệm trong triển khai công tác TT&VHDN:**

- Xác định xây dựng và triển khai văn hoá như “mục tiêu” của trường đề ra.
- Vai trò Đảng ủy, Ban Giám hiệu trong công tác xây dựng và triển khai văn hoá doanh nghiệp là đặc biệt quan trọng, Người lãnh đạo phải là người khởi xướng, chỉ đạo, thúc đẩy, tạo động lực và nêu gương trong công tác xây dựng và triển khai VHDN.
- Công tác tuyên truyền VHDN phải đặc biệt chú trọng, muốn VHDN thấm nhuần đến từng người lao động, học sinh sinh viên hiểu được và thực hiện được những gì mình mong muốn thì không có cách nào khác phải tuyên truyền một cách thiết thực, sinh động và dễ hiểu đến từng đối tượng trong toàn trường.
- Các tổ chức đoàn thể Công đoàn, Đoàn thanh niên, CBNV phải là những nhân tố chủ chốt trong việc tổ chức thực hiện các giá trị cốt lõi và công tác tuyên truyền Văn hoá doanh nghiệp.
- Lãnh đạo các đơn vị trong trường cần quan tâm, hiểu và nắm rõ về VHDN của Trường Cao đẳng Dầu khí thì mới có thể triển khai đồng bộ trên toàn trường.

#### **V. KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT:**

Nhà trường luôn mong muốn được Ban TT & VHDN Tập đoàn tiếp tục hướng dẫn, tạo điều kiện cho nhà trường xây dựng triển khai và hoàn thiện các nội dung trong công tác văn hóa doanh nghiệp tại trường Cao đẳng Dầu khí.

Trên đây là tham luận chia sẻ công tác xây dựng và triển khai VHDN tại Trường Cao đẳng Dầu khí.

Trân trọng cảm ơn!

# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Ngân hàng TMCP Đại Chúng Việt Nam)*

Thực hiện Công văn số 4892/DKVN-TT&VHDN ngày 29/8/2022 của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam về tham dự Hội nghị công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp lần II – năm 2022, Ngân hàng TMCP Đại Chúng Việt Nam (PVcomBank) báo cáo nội dung tham luận như sau:

## **Khái quát về PVcomBank**

Ngân hàng TMCP Đại Chúng Việt Nam (PVcomBank) được tổ chức theo mô hình Ngân hàng thương mại cổ phần, hoạt động kinh doanh trong các lĩnh vực: Huy động vốn, Cấp tín dụng, Kinh doanh và cung ứng các dịch vụ ngân hàng, các sản phẩm phái sinh. PVcomBank hiện có 122 đơn vị mạng lưới trên cả nước, được tổ chức và xếp loại theo quy mô hoạt động dưới các loại mô hình Chi nhánh đa năng, Chi nhánh đa năng không đầy đủ và Chi nhánh chuẩn, các Trung tâm phát triển khách hàng doanh nghiệp, các Trung tâm bán hàng trực tiếp. Công ty thành viên bao gồm 03 đơn vị: Công ty CP Chứng khoán Dầu khí (PSI); Công ty CP Quản lý Quỹ Đầu tư Ngân hàng TMCP Đại Chúng Việt Nam (PVcomBank Capital); Công ty TNHH MTV Quản lý nợ và khai thác tài sản (PAMC) 3 công ty thành viên. Tổng số nhân sự tại PVcomBank là 4.674 người.

Trong quá trình hoạt động, ngoài tổ chức tốt hoạt động kinh doanh đảm bảo hiệu quả, an toàn, Ban Thường vụ Đảng ủy và HĐQT, Ban Điều hành PVcomBank luôn quan tâm và chỉ đạo cụ thể các hoạt động về truyền thông và văn hóa doanh nghiệp, cụ thể là văn hóa PVcomBank. Đảng ủy PVcomBank luôn thể hiện rõ vai trò lãnh đạo toàn diện của tổ chức Đảng tại đơn vị trong thực hiện nhiệm vụ chính trị và công tác xây dựng Đảng. Đối với công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp, PVcomBank đã xây dựng và tổ chức các hoạt động cụ thể sau:

## **I. Công tác chỉ đạo:**

- Thực hiện Nghị quyết 281/NQ-ĐU ngày 15/5/2019 của Đảng ủy Tập đoàn và Kế hoạch 3623/KH-DKVN ngày 03/7/2022 của Tổng giám đốc Tập đoàn về công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp, Ban Thường vụ Đảng ủy đã ban hành Nghị quyết và xây dựng kế hoạch chỉ đạo các cấp ủy, chính quyền phổ biến, quán triệt nội dung nghị quyết của Đảng ủy Tập đoàn về công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp, trong đó tập trung xây dựng Chương trình hành động, kế hoạch hoạt động của các tổ chức đảng, đoàn thể, các cấp chính quyền trong toàn hệ thống.

- Ban Điều hành PVcomBank phân công Ban Marcom là ban chức năng, đầu mối triển khai thực hiện công tác và các hoạt động truyền thông, thương hiệu trong nội bộ cũng như bên ngoài; phối hợp cùng các tổ chức chính trị - đoàn thể góp phần xây dựng văn hóa doanh nghiệp qua các hoạt động văn hóa – thể thao – sự kiện tại đơn vị.

- Tại các Hội nghị sơ kết hoạt động 6 tháng đầu năm và tổng kết cuối các năm đều có đánh giá và triển khai tiếp tục các nội dung về truyền thông và văn hóa doanh nghiệp; đặc biệt là công tác chăm lo cho người lao động PVcomBank. Qua 2 năm bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh Covid-19, Ban Điều hành luôn chỉ đạo các Đơn vị chú trọng tạo môi trường làm việc an toàn liên tục, đoàn kết và thuận lợi nhất cho người lao động.

## **II. Phương pháp triển khai:**

- Tuyên truyền, phổ biến nâng cao nhận thức, ý thức cho CBNV thông qua các Hội nghị sơ kết, tổng kết và triển khai kế hoạch công tác. Thường xuyên cập nhật các chủ trương, chỉ đạo của Tập đoàn cũng như Đảng ủy và các tổ chức đoàn thể cấp trên.

- Các đơn vị chuyên môn phối hợp Công đoàn, Đoàn Thanh niên duy trì các phong trào thi đua kinh doanh, thi đua “lao động sáng tạo”, phong trào “5S” và các biện pháp phòng chống dịch covid tại nơi làm việc, kết hợp cải thiện môi trường văn phòng làm việc, bảo vệ sức khỏe người lao động PVcomBank.

- Tham gia các hoạt động sự kiện bên ngoài, hoạt động của Tập đoàn Dầu khí, đặc biệt là tham gia các giải thưởng uy tín trong nước và quốc tế để quảng bá hình ảnh PVcomBank cũng như thương hiệu của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam.

- Tổ chức mạng lưới truyền thông nội bộ đa dạng và rộng khắp như: Email toàn thể CBNV, mạng nội bộ Intranet, website PVcomBank, Fanpage PVcomBankers, Bản tin email PVcomBank Connect, Tạp chí PVcomBank Connect, Bản tin phát thanh VOP, Bản tin truyền hình WE TV, hệ thống bảng biểu như poster, lightbox, máy tính CBNV....

- Tổ chức các chương trình thi đua và cuộc thi nội bộ hàng quý, 6 tháng và hàng năm vừa có tính chất thi đua kinh doanh, vừa phát huy truyền thống năng động sáng tạo, yêu văn hóa thể thao của người Dầu khí.

## **III. Kết quả triển khai:**

### **1. Kết quả trong công tác truyền thông và quan hệ công chúng:**

#### ***1.1. Về nhân sự, nguồn lực truyền thông***

Hướng tới sự phát triển bền vững, PVcomBank luôn xác định nguồn nhân lực là nền tảng cơ bản và cũng là lợi thế cạnh tranh, có vai trò quyết định sự thành công của Ngân hàng. Vì vậy, việc chú trọng phát triển nguồn nhân lực nói chung

và nhân lực cho công tác truyền thông nói riêng đã và đang được Ngân hàng chú trọng triển khai trong thời gian qua. Đội ngũ nhân sự hiện tại đang đảm nhiệm công tác truyền thông của PVcomBank đều được đào tạo bài bản, có chuyên môn nghiệp vụ cao và nhiều năm kinh nghiệm, có thể đảm đương tốt các chức năng nhiệm vụ được giao của MarCom và Ngân hàng.

Bên cạnh công tác tìm kiếm, tuyển dụng nhân sự truyền thông chất lượng, Ngân hàng cũng đặc biệt chú trọng đến công tác đào tạo nhằm nâng cao chất lượng nhân sự, xây dựng nguồn nhân lực tài năng, tác phong chuyên nghiệp, đem lại hiệu suất cao trong công việc. Các khóa đào tạo nội bộ và từ bên ngoài về lĩnh vực truyền thông thường xuyên được tổ chức để các CBNV có cơ hội tiếp cận, trau dồi thông tin, kiến thức góp phần nâng cao chuyên môn, nghiệp vụ.

## 1.2 Về công cụ truyền thông

- Để thực hiện những chiến lược truyền thông bên ngoài hiệu quả, trong suốt thời gian qua, PVcomBank đã tận dụng hiệu quả các kênh truyền thông số, bám sát thực tế thị trường, thị hiếu và nhu cầu khách hàng nhằm áp dụng và triển khai những công cụ truyền thông phù hợp, như: Truyền thông qua báo, tạp chí, radio; Truyền thông, quảng cáo qua pano, billboard, thư ngỏ, tờ rơi; Truyền thông trên Internet (website, thư điện tử), mạng xã hội... Ngoài ra, Ngân hàng cũng thiết lập và phát triển mối quan hệ tốt với các cơ quan báo chí, quản lý báo chí, các cơ quan truyền thông uy tín... để có thể hỗ trợ công tác truyền thông bên ngoài và xử lý các sự vụ nếu xảy ra thông tin bất lợi.

- Đối với công tác truyền thông nội bộ, PVcomBank đã xây dựng và phát triển một hệ thống các kênh truyền thông đa dạng, bao gồm nhiều loại hình, đã và đang ngày càng chứng minh trong hiệu quả truyền thông nội bộ của Ngân hàng, bắt nhịp với xu thế truyền thông đa phương tiện, truyền thông số của các doanh nghiệp hiện đại.

- Đối với các hoạt động Digital Marketing: Vận hành hiệu quả các kênh truyền thông kỹ thuật số, gia tăng 150% lượt người theo dõi trên trang mạng xã hội Facebook Fanpage PVcomBank, Zalo, Youtube, group nội bộ PvcomBankers và 200% lượt truy cập trên Website PVcomBank, đảm bảo truyền thông tới khách hàng đúng thời điểm, tối ưu nội dung sản phẩm dịch vụ & các chương trình khuyến mãi của ngân hàng.

## 1.3 Về công tác quản trị thông tin

### \* *Truyền thông đối ngoại*

Với sự chỉ đạo sát sao của Ban Điều hành, PVcomBank đã triển khai các hoạt động truyền thông toàn diện, hiệu quả, từ truyền thông nội bộ đến truyền thông bên ngoài, khai thác triệt để các kênh truyền thông hiện có để phục vụ công tác quản trị, điều hành và hỗ trợ kinh doanh. Trong giai đoạn bị ảnh hưởng bởi

đại dịch Covid-19, bên cạnh các hoạt động truyền thông nền tảng vẫn thực hiện thường xuyên và định kỳ, Phòng Truyền thông đã tái khởi động và kích hoạt hàng loạt chương trình “offline”, tiếp tục kế thừa và phát huy các ưu điểm của kênh/hoạt động online, từ đó tăng cường hiệu quả truyền thông trên mọi mặt – từ nội bộ tới bên ngoài.

Đối với công tác truyền thông đối ngoại, PVcomBank liên tục và tích cực đẩy mạnh truyền thông tin bài quảng bá sản phẩm dịch vụ, các hoạt động, thành tựu của PVcomBank trên các phương tiện truyền thông đại chúng, từ đó hỗ trợ, thúc đẩy hoạt động kinh doanh và quảng bá thương hiệu. Số lượng cũng như chất lượng tin bài tiếp tục được đẩy mạnh, khai thác triệt để các thông tin từ ngân hàng, tận dụng tối ưu quyền lợi truyền thông trong quan hệ với các cơ quan báo chí.

Ngân hàng cũng tăng cường các chốt chặn, kiểm soát xử lý tin bài bất lợi có liên quan đến PVcomBank; phối hợp xử lý các sự cố liên quan đến truyền thông với khách hàng, hạn chế tối đa tác động đến hoạt động kinh doanh. Tăng cường mối quan hệ mật thiết, thực hiện chăm sóc định kỳ và thường xuyên Lãnh đạo/Phóng viên các cơ quan ban ngành hữu quan, cơ quan báo chí truyền thông.

Ngoài ra, Ngân hàng cũng chủ động đề xuất các chương trình truyền thông, các hợp đồng tài trợ, quảng cáo, an sinh xã hội theo sự kiện có hiệu quả để truyền thông quảng bá cho hoạt động Ngân hàng, bám sát các mục tiêu kinh doanh và chiến lược đề ra.

Thực hiện phát hành các ấn phẩm truyền thông ra bên ngoài như báo cáo thường niên, Bank Profile..., đồng thời tăng cường kiểm soát nội dung, liên tục cập nhật và tối ưu hiệu quả truyền thông trên kênh website.

#### **\* *Truyền thông nội bộ:***

Tổ chức đưa tin đầy đủ, kịp thời các sự kiện, thành tựu, sản phẩm, chương trình của PVcomBank và các đơn vị trên tất cả các kênh truyền thông, đảm bảo CBNV nắm được những thông tin quan trọng của Ngân hàng, tăng cường sự gắn kết trong nội bộ, thúc đẩy hoạt động chuyên môn nghiệp vụ. Khi bùng phát dịch bệnh Covid-19, Ngân hàng cũng đẩy mạnh truyền thông phòng ngừa, đảm bảo mọi CBNV PVcomBank có đầy đủ nhận thức về dịch bệnh và cách phòng chống, giữ an toàn cho cá nhân, cho đồng nghiệp, tập thể, cũng như đảm bảo hoạt động chung của cả Ngân hàng.

Bên cạnh đó, PVcomBank cũng đẩy mạnh tin bài truyền thông về sản phẩm dịch vụ, các chương trình marketing... nhằm hỗ trợ truyền thông cho các đơn vị kinh doanh và thúc đẩy bán tới CBNV. Triển khai truyền thông cho chuỗi các chương trình, sự kiện trọng tâm của Ngân hàng như Tri ân CBNV lâu năm, Sáng kiến cải tiến công việc, Đỉnh cao Dịch vụ nội bộ, Siêu hội chuyên tiền, Đỉnh là bạn, Nâng cao nhận thức quản trị rủi ro, Tăng cường phòng chống rửa tiền....



Tổ chức/truyền thông các cuộc thi nội bộ nhằm tăng cường gắn kết trong CBNV, tạo động lực cho các hoạt động kinh doanh như cuộc thi “Vũ điệu đam mê”, “Sing our song”, “Rạng rỡ PVcomBankers”, “We Sing 2022”, “Đại sứ Ngân hàng số 2021”, “Đại sứ Ngân hàng số 2022”, Chuỗi hoạt động My bank – My love, Sáng tạo thiệp điện tử trên PV Mobile “Bank it your style”, chuỗi hoạt động Ngày hội văn hóa 01/10 hàng năm với hình thức offline và online linh hoạt theo từng giai đoạn.

Tổ chức các sự kiện trọng điểm của Ngân hàng, bao gồm lễ sơ kết, về nguồn, tổng kết định kỳ hàng năm, Sự kiện Điểm sáng 2021 và định hướng 2022 theo hình thức livestream trực tuyến, Sự kiện Đại hội cổ đông thường niên 2020 - 2022, Hội thảo Tư duy chuyển đổi số, Gala dinner Hội nghị triển khai kế hoạch 2020 - 2022, các sự kiện và lễ ký kết quan trọng của Ngân hàng như: Lễ bổ nhiệm nhân sự cấp cao và ra mắt Ngân hàng số, Lễ ký kết với các đối tác Vemanti, IBM & Seatech, Vietpay, SCBC... Phối hợp cùng Công đoàn và các đơn vị liên quan tổ chức thành công cuộc thi Tài năng nhí PVcomBank cho con em CBNV nhân dịp Trung thu; chương trình 8/3, 20/10 và các dịp lễ tết.

Quản trị nội dung, biên tập và kiểm duyệt tin tức trên website nội bộ, website PVcomBank, Group PVcomBanker... Tiếp tục thực hiện khảo sát và nâng cấp website, Intranet để tối ưu truyền thông, hướng tới hỗ trợ tốt hơn cho các đơn vị từ hỗ trợ tới kinh doanh. Các kênh truyền thông nội bộ như Intranet, Bản tin PVcomBank Connect, Tạp chí PVcomBank Connect, Bản tin phát thanh VOP... tiếp tục được nâng cao chất lượng và đầu tư về nội dung, cách thức thể hiện để truyền tải hấp dẫn và đa dạng về nhịp sống, con người, văn hóa PVcomBank. Các kênh truyền thông nội bộ được chú trọng đẩy mạnh với những sắc thái riêng cũng được coi là một trong những giá trị văn hóa của PVcomBank tiếp tục được duy trì và phát huy.

Phát hành định kỳ hàng tuần Bản tin PVcomBank Connect điện tử; Bản tin Phát thanh VOP; phát hành Tạp chí PVcomBank Connect số đặc biệt hàng năm. Quý II/2022, PVcomBank ra mắt 1 kênh truyền thông hoàn toàn mới – Bản tin truyền hình WE TV, phát hành định kỳ mỗi tháng. Đây là kênh truyền thông được đầu tư bài bản với ekip sản xuất chuyên nghiệp của Đài truyền hình, mang tới bức tranh thông tin tổng quát và toàn diện về hoạt động của Ngân hàng, đồng thời cũng là cầu nối văn hóa gắn kết, với sự tham gia của các CBNV và đơn vị trên toàn hệ thống. Việc triển khai bản tin truyền hình cũng là bước đệm quan trọng, chuẩn bị nguồn tư liệu hình ảnh đầy đủ và sinh động cho các hoạt động truyền thông chào mừng 10 ra mắt thương hiệu vào năm 2023 sắp tới.

## **2. Kết quả trong công tác xây dựng văn hóa doanh nghiệp:**

***2.1. Việc triển khai thực hiện 09 nội dung của Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 về triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam trong toàn Tập đoàn.***

**Nội dung 1:** *Đưa nội dung thực hiện văn hóa doanh nghiệp vào Thỏa ước lao động tập thể, các quy định của đơn vị, có sự cam kết song phương giữa người sử dụng lao động và người lao động về thực hiện VHDN tại Hội nghị người lao động.*

- PVcomBank đã ban hành Quy ước văn hóa ứng xử trong Doanh nghiệp cũng như đối với Khách hàng, theo đó đề ra các nguyên tắc trong hành vi ứng xử làm việc tại PVcomBank và hiện hay đang được tiếp tục rà soát, hoàn thiện phù hợp với đặc điểm, tình hình thực tế của PVcomBank cũng như Đề án tái tạo văn hoá Petrovietnam.

- Bên cạnh đó, đã xây dựng “Khung năng lực nền tảng”, giúp CBNV đáp ứng tiêu chuẩn hành vi, hoàn thiện kiến thức và kỹ năng để hoàn thành công việc.

- Các nội dung thực hiện Quy ước văn hóa ứng xử được lồng ghép vào trong Thỏa ước lao động tập thể và lấy ý kiến tại Hội nghị người lao động qua các năm, ví dụ 2 năm qua 2020-2022 bổ sung sửa đổi thêm 23 nội dung có lợi hơn cho người lao động.

**Nội dung 2:** *Tổng hợp, rà soát hoàn thiện các quy chế, quy định trong xử lý, giải quyết công việc thành bộ quy chế quản trị làm căn cứ xây dựng văn hóa thực thi công việc, tính tuân thủ và hiệu quả.*

- Các văn bản quy phạm nội bộ của PVcomBank thường xuyên được rà soát, điều chỉnh bổ sung trên cơ sở tuân thủ quy định của pháp luật, đảm bảo sự thống nhất và tuân thủ trong thực thi công việc của các phòng ban, đơn vị.

- 3 năm qua, PVcomBank tuân thủ các quy định của Chính phủ, Tập đoàn về phòng chống dịch Covid, cũng như tích cực hỗ trợ người lao động nên đã giữ được niềm tin và ổn định tư tưởng người lao động.

- Các quy chế, quy định mới hoặc sửa đổi bổ sung đều được lấy ý kiến đầy đủ từ Công đoàn và các đơn vị/bộ phận liên quan.

**Nội dung 3:** *Xác định các quy định, các giá trị văn hóa của đơn vị làm chuẩn mực để CBNV, NLD thực hiện: căn cứ Cẩm nang văn hóa dầu khí.*

- Căn cứ Cẩm nang văn hóa Dầu khí, Bộ Văn hóa ứng xử của PVcomBank đã được triển khai thực hiện, tuyên truyền sâu rộng tới tập thể CBNV trên toàn hệ thống. Bộ Văn hóa ứng xử đã quy định các giá trị chuẩn mực trong giao tiếp, ứng xử với KH, với CBNV.

- Trên cơ sở định vị thương hiệu của PVcomBank là “Ngân hàng trọn đời của bạn”, thời gian qua, Ngân hàng đã xây dựng tính cách thương hiệu cũng như của CBNV PVcomBank theo các giá trị “Tự tin – Chủ động – Sáng tạo”.

**Nội dung 4:** *Tổ chức tuyên truyền, phổ biến bằng các công cụ truyền thông, tăng cường tuyên truyền trực quan về những quy định, các giá trị văn hóa của đơn vị đến CBCNV biết và hiểu để nâng cao nhận thức, ý thức trong việc thực hiện các giá trị chung.*

- PVcomBank tích cực tuyên truyền các mặt hoạt động trên các kênh truyền thông nội bộ. Thời gian qua, PVcomBank chú trọng nâng cao chất lượng và đầu tư về nội dung, cách thức thể hiện để truyền tải hấp dẫn và đa dạng về nhịp sống, con người, văn hóa PVcomBank. Đặc biệt, Group PVcomBankers là một trong những kênh truyền thông nội bộ hiệu quả - nơi tuyên truyền và giao lưu văn hóa, tương tác trực quan, sinh động và hiệu quả về tinh thần, tính cách, văn hóa của Người PVcomBank.

- Ngoài việc tham gia đầy đủ, tích cực các hoạt động của Tập đoàn, Công đoàn Dầu khí, PVcomBank còn duy trì hoạt động các CLB văn thể, tổ chức nhiều cuộc thi nội bộ nhằm tăng cường gắn kết trong CBCNV, tạo động lực cho các hoạt động kinh doanh như cuộc thi “Covid tránh xa – Cả nhà vui khỏe”, ”Thi ảnh Rạng rỡ PVcomBanker”, “Sing Our Song 2021”, ”PVcomBank Got Tallent”, ”We Sing 2022”, “Vũ điệu đam mê”, “Sing our song”, “Rạng rỡ PVcomBankers”, “We Sing 2022”, “Đại sứ Ngân hàng số 2022”, “My bank – My love”, Sáng tạo thiệp điện tử trên PV Mobile “Bank it your style”, chuỗi các hoạt động chào mừng Ngày hội văn hóa và ra mắt thương hiệu định kỳ hàng năm...

- Duy trì thường xuyên thi đua ”Sáng kiến cải tiến PVcomBank” trên toàn hệ thống.

**Nội dung 5:** *Xây dựng, hoàn thiện Hệ thống nhận diện thương hiệu và sử dụng thống nhất, đúng quy định thể hiện thông qua hệ thống cơ sở vật chất, văn phòng phẩm, ấn phẩm, sản phẩm ... đáp ứng công việc, hoạt động đều mang dấu ấn văn hóa*

- Hệ thống nhận diện thương hiệu PVcomBank luôn được đầu tư, chú trọng, đảm bảo luôn tuân thủ các quy tắc chuẩn mực theo đúng nhận diện. Là đơn vị cung cấp dịch vụ tài chính, PVcomBank đầu tư, nâng cấp hệ thống văn phòng, trụ sở làm việc, phòng giao dịch khang trang, hiện đại, mang bản sắc thương hiệu.

- CBCNV Ngân hàng được trang bị đồng phục, thể nhân viên tích hợp nhiều tính năng; các trang thiết bị, văn phòng phẩm, ấn phẩm, biển bảng, công tác tổ chức sự kiện, truyền thông... đều tuân thủ nhận diện thương hiệu đồng nhất từ Hội sở tới các Chi nhánh, phòng giao dịch.

**Nội dung 6:** *Chỉnh trang, sắp xếp vị trí làm việc của CBCNV, NLD thân thiện, hiện đại, khoa học, thực hiện mô hình 5S tại văn phòng, nhà máy, công trình dầu khí, đổi mới hình ảnh, không gian làm việc, tạo nét riêng biệt của từng bộ phận.*

- Phát huy các kết quả đạt được trong phong trào 5S từ năm 2020, các Khối/Ban tại Hội sở và các Chi nhánh/Phòng Giao dịch PVcomBank đều tích cực hưởng ứng phong trào 5S, theo đó, CBCNV PVcomBank toàn hệ thống cùng chung sức tạo dựng môi trường làm việc sạch – đẹp – khoa học.

- PVcomBank đã xây dựng và ban hành quy trình đánh giá 5S, công tác đánh

giá 5S được tổ chức thực hiện định kỳ hàng quý và duy trì cải tiến liên tục tại các phòng ban, đơn vị.

- Thực hiện các biện pháp thích ứng an toàn, kiểm soát, phòng chống dịch bệnh Covid tại các phòng, trụ sở làm việc.

**Nội dung 7:** *Lựa chọn, tổ chức các khóa tập huấn, đào tạo cho toàn thể CBCNV theo mô hình phát triển năng lực: năng lực chuyên môn, năng lực văn hóa, năng lực lãnh đạo, các kỹ năng bổ trợ phù hợp với yêu cầu của đơn vị. Xây dựng văn hóa học tập, hướng đến một tổ chức học tập bằng cách thúc đẩy tinh thần tự học, tự đào tạo, tăng cường đào tạo nội bộ trong CBCNV.*

- Do ảnh hưởng bởi dịch bệnh Covid-19, các chương trình đào tạo, tập huấn được tổ chức online, đảm bảo tuân thủ các chỉ thị, chỉ đạo về phòng chống dịch.

- Các Khối chuyên môn của PVcomBank hàng năm đều tổ chức tập huấn nâng cao kiến thức và kỹ năng cho đội ngũ giảng viên nội bộ; tổ chức các lớp bồi dưỡng nghiệp vụ và ngoại ngữ cho CBNV theo nhu cầu công việc.

- Cán bộ công tác Đảng, Công đoàn định kỳ hàng năm đều được tập huấn trên 200 lượt cán bộ trên toàn hệ thống.

**Nội dung 8:** *Phát huy vai trò của các tổ chức đoàn thể, tổ chức các hoạt động sinh hoạt tập thể nhằm gắn kết chia sẻ giữa CBCNV thông qua các hình thức teambuilding, ngày hội gia đình, chương trình đối thoại, tọa đàm giữa lãnh đạo và CBCNV, tổ chức các cuộc thi, các hoạt động giao lưu thể thao, văn hóa, văn nghệ...*

- Các tổ chức đoàn thể tại PVcomBank tích cực, chủ động, đổi mới phương thức hoạt động, triển khai nhiều giải pháp nhằm đẩy mạnh tuyên truyền, động viên, chăm lo thiết thực đến đời sống người lao động để họ vững tâm, đoàn kết, chung sức đồng lòng tham gia các phong trào thi đua, góp phần vào việc hoàn thành các nhiệm vụ, chỉ tiêu được giao.

- Định kỳ hàng năm, PVcomBank tổ chức chuỗi các hoạt động và sự kiện chào mừng Ngày hội văn hóa và ra mắt thương hiệu. Riêng năm 2021, do ảnh hưởng của dịch bệnh, mặc dù các hoạt động ngoại khóa tập trung đông người không thể tổ chức nhưng PVcomBank đã biến khó khăn thành cơ hội mới, tổ chức hàng loạt các sự kiện Online không kém phần hấp dẫn dành cho CBNV như: Sự kiện livestream, Cuộc thi làm Video Tiktok chúc mừng sinh nhật Ngân hàng; Cuộc thi viết thư cảm ơn “Hãy nói lời yêu”; Cuộc thi sáng tạo bưu thiếp chúc mừng “Người phụ nữ ngân hàng tôi yêu”...

- Công đoàn, Đoàn thanh niên PVcomBank phối hợp tổ chức các chương trình giao lưu, thi đấu thể thao để tăng cường gắn kết trong nội bộ, tiêu biểu như bóng đá, tennis, cầu lông, yoga, dance, tập thể dục giữa giờ... PVcomBank tham gia và đạt thành tích cao tại các Hội thao Dầu khí, hội thao của Ngân hàng Nhà nước tại các tỉnh...

**Nội dung 9:** Có hình thức khen thưởng vinh danh phù hợp cho các tập thể, cá nhân thực hiện tốt; phê bình, xử phạt các tập thể, cá nhân không thực hiện đúng quy định.

- Tổ chức chương trình Hội nghị tổng kết, gặp mặt đội ngũ cán bộ chủ chốt trên toàn hệ thống nhằm tăng cường sự giao lưu và gắn kết, qua đó, kịp thời tri ân và vinh danh các tập thể và cá nhân có thành tích xuất sắc.

- Duy trì hàng năm chương trình “Công đoàn đồng hành cùng kinh doanh”, “Thi đua Sáng kiến cải tiến”, chương trình đào tạo nội bộ “Người truyền lửa”, khen thưởng CBNV có thành tích cao trong kinh doanh...

- Đặc biệt, nhằm ghi nhận và vinh danh các CBNV thâm niên đã có nhiều đóng góp cho sự phát triển của Ngân hàng, PVcomBank tổ chức trao tặng huy hiệu, thư tri ân của Chủ tịch HĐQT và gửi tặng các phần quà ý nghĩa tới từng CBNV cống hiến lâu năm. Đây là một trong những hoạt động ý nghĩa trong dịp chào mừng Ngày thành lập Ngân hàng, là động lực mạnh mẽ để các thế hệ CBNV tiếp tục nỗ lực cống hiến, gắn bó lâu dài với PVcomBank.

## ***2.2. Kết quả triển khai, áp dụng thực hiện Công văn số 4371/DKVN-TT&VHDN ngày 02/8/2021 của Tổng giám đốc Tập đoàn về thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả”***

Thực hiện chỉ đạo của Đảng ủy Tập đoàn về tổ chức triển khai nội dung sinh hoạt chuyên đề “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả” nhân dịp chào mừng kỷ niệm 60 năm Ngày truyền thống Ngành Dầu khí Việt Nam (27/11/1961-27/11/2021). Đảng ủy PVcomBank đã hướng dẫn và giám sát 42 Chi/Đảng bộ trực thuộc tổ chức sinh hoạt chuyên đề để phổ biến, quán triệt đến từng cán bộ, đảng viên phương châm hành động của Tập đoàn Dầu khí trong thực hiện đề án tái tạo văn hóa PetroVietNam, chủ đề “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả”, vận dụng sáng tạo, phù hợp với quy định chung của Tập đoàn, PVcomBank cũng như đặc thù hoạt động chuyên môn của từng đơn vị.

PVcomBank đã nghiên cứu và đang vận dụng công tác đánh giá hoàn thành nhiệm vụ hàng tháng theo các quy định của Tập đoàn. Nổi bật ở các giá trị đều có các hoạt động đặc trưng, nêu cao tinh thần theo phương châm như:

- Đoàn kết: phát huy truyền thống chăm lo cho người lao động, ngoài các chính sách chung đảm bảo và cao hơn quy định, PVcomBank còn phát động ủng hộ NLĐ gặp khó khăn đột xuất, xây dựng được tinh thần “tương thân tương ái”; bên cạnh đó, tổ chức nhiều cuộc thi nội bộ mang tính thi đua chuyên môn, giao lưu văn hóa thể thao ...

- Kỷ cương: ngoài việc phổ biến, tuyên truyền, quán triệt các chủ trương, nghị quyết, chương trình của Tập đoàn, PVcomBank còn truyền thông và thực hiện “khung năng lực nền tảng” tại PVcomBank, thường xuyên và định kỳ đánh giá nhân sự, kiểm tra kiểm soát các hoạt động về tính tuân thủ của hệ thống.

- Sáng tạo: các hoạt động kinh doanh, cuộc thi nội bộ, công tác chăm lo cho người lao động, hoạt động văn hóa thể thao luôn được Ban điều hành PVcomBank cũng như các đoàn thể cải tiến, làm mới qua các năm.

- Hiệu quả: công tác thi đua sáng kiến, cải tiến và chế độ đãi ngộ ngày một nâng cao, cùng với việc truyền thông phát huy đoàn kết nội bộ đã góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động của PVcomBank và xây dựng vững mạnh các tổ chức chính trị xã hội tại đơn vị.

2.3. Kết quả xây dựng, thực hiện hệ thống nhận diện thương hiệu của đơn vị thống nhất theo nhãn hiệu mới của PetroVietnam

- PVcomBank có hệ thống nhận diện thương hiệu đặc trưng.

- Các hoạt động thiết kế, xuất hiện thương hiệu trên các ấn phẩm, các kênh truyền thông đều đảm bảo sự thống nhất, chuyên nghiệp như về logo, màu sắc, biểu tượng... tạo hiệu ứng và nhận biết tốt với khách hàng và cộng đồng.

- Các sự kiện và hoạt động có thương hiệu hoặc góp phần truyền thông cho Tập đoàn đều được sử dụng nhãn hiệu mới Petrovietnam đúng theo quy định.

#### **IV. ĐÁNH GIÁ CHUNG:**

##### **1. Điểm mới sáng tạo trong triển khai:**

- Các nội dung hoạt động thiết thực được các đơn vị và người lao động hưởng ứng nhiệt tình, vui vẻ, đem lại ý nghĩa trong công việc và cuộc sống.

##### **2. Tồn tại, vướng mắc:**

- Một số hoạt động chưa được truyền thông kịp thời, chưa đều khắp các đơn vị.

##### **3. Nguyên nhân:**

- Do hoạt động chuyên môn khá bận trong việc phân đấu hoàn thành chỉ tiêu kinh doanh.

##### **4. Kinh nghiệm trong công tác TT&VHDN:**

- Nội dung hoạt động thiết thực gắn với chuyên môn và có tính thời sự sẽ thu hút các đơn vị và CBNV hưởng ứng, tham gia.

- Việc đa dạng và phong phú trong hình thức tổ chức sẽ làm mới và có hiệu quả hơn.

- Để xây dựng được nét đặc trưng, văn hóa doanh nghiệp cần được chú trọng và triển khai thực hiện liên tục, lâu dài; cần có sự ủng hộ, trực tiếp tham gia đồng bộ từ lãnh đạo đến toàn thể cán bộ, nhân viên.

## **V. KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT:**

- Tập đoàn Dầu khí tiếp tục đưa nội dung công tác này vào Chương trình hoạt động hàng năm, có Hội nghị triển khai/chuyên đề để cập nhật tình hình, ghi nhận, đánh giá và chia sẻ các phương pháp, kinh nghiệm hay của các đơn vị trong toàn Tập đoàn.

- Tiếp tục phối hợp với Công đoàn Dầu khí và Đoàn Thanh niên Tập đoàn để duy trì các cuộc thi văn hóa văn nghệ - thể dục thể thao, các Giải thưởng như Lãnh đạo tiêu biểu, Người lao động Dầu khí tiêu biểu ... để gắn bó người lao động, tạo sân chơi bổ ích để người lao động các Đơn vị nói riêng và Tập đoàn nói chung được giao lưu, học hỏi, biểu dương và trao đổi kinh nghiệm lẫn nhau.

- Duy trì Cuộc thi “Ảnh đẹp người lao động Dầu khí” để truyền thông các hình ảnh đẹp của người lao động Dầu khí trong sản xuất kinh doanh, chăm lo đời sống, cũng như an sinh xã hội...

Trên đây là nội dung tham luận của PVcomBank tại Hội nghị. Kính mong nhận được sự quan tâm, chỉ đạo của các cấp Lãnh đạo và các đại biểu tham dự.

Trân trọng cảm ơn.

# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Tổng Công ty Bảo dưỡng Sửa chữa Công trình Dầu khí)*

## I. CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO

- Thực hiện Nghị quyết số 281-NQ/ĐU ngày 15/5/2019 (“gọi tắt là Nghị quyết 281”) của Đảng ủy Tập đoàn về công tác TT&VHDN và Kế hoạch 3623/KH-DKVN ngày 03/7/2022 của Tổng giám đốc Tập đoàn về triển khai thực hiện công tác TT&VHDN, dưới sự lãnh đạo, chỉ đạo của Ban Chấp hành Đảng bộ, Ban thường vụ Đảng ủy, Nghị quyết 281 đã được cả hệ thống chính trị của Tổng công ty PVMR triển khai, thực hiện với quyết tâm cao, có trọng tâm, trọng điểm, đồng bộ, sâu rộng, xuyên suốt; các phương thức truyền thông phong phú, đa dạng.

## II. PHƯƠNG PHÁP TRIỂN KHAI

- Nhằm đẩy mạnh triển khai đồng bộ công tác truyền thông, trong những năm qua Tổng Công ty PVMR luôn thực hiện đồng đều nhiệm vụ truyền thông nội bộ, truyền thông công chúng, tăng cường công tác quan hệ với cổ đông kết hợp với nâng cao chất lượng, hiệu quả vận hành và hoạt động website của Tổng công ty và các đơn vị;

- Tiếp tục đưa công tác tái tạo văn hoá Petrovietnam vào mọi mặt hoạt động của Tổng Công ty và các đơn vị thành viên; Tuyên truyền sâu rộng “Sở tay văn hóa Petrovietnam” thông qua các công cụ truyền thông, tuyên truyền trực quan sinh động các giá trị văn hóa của Tập đoàn đến toàn thể CBCNV, NLD biết và hiểu để cùng thực hiện.

## III. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI

### 1. Kết quả thực hiện công tác truyền thông và quan hệ công chúng:

- Thông qua công tác truyền thông tạo sự đồng thuận trong thực hiện nhiệm vụ SXKD theo hướng quản trị hiệu quả; Chú trọng phân tích tình hình, kết quả SXKD từ đó truyền thông có chiều sâu, đặc biệt là các gương điển hình trong lao động, sáng tạo để truyền thông công chúng, qua đó tạo niềm tin, khí thế mới, kịp thời động viên NLD trong toàn Tổng Công ty thực hiện thắng lợi nhiệm vụ được giao.

- Tổng công ty PVMR và các đơn vị thành viên đã thực hiện đúng các quy định của nhà nước, quy chế của Tập đoàn về bảo mật, phát ngôn và cung cấp thông tin; các quy định, quy chế về công tác quản lý cán bộ, đảng viên; truyền thông trực tiếp tới người lao động nhằm tăng cường kỷ luật, kỷ cương trong chỉ đạo điều hành, giải quyết công việc tại Tổng Công ty và các đơn vị thành viên.



- Thông qua website của Tổng công ty, Tổng công ty đã đưa các thông tin hữu ích không chỉ tới người lao động trong Tổng Công ty mà cả khách hàng, cổ đông quan tâm. Các thông tin đã được giới thiệu toàn diện về các hoạt động tiêu biểu của Tổng Công ty, của Tập đoàn mà của cả ngành Dầu khí được cập nhật từ các nguồn khác nhau.

- Tổng Công ty đã phối hợp chặt chẽ với Tập đoàn để duy trì rà soát, phát hiện sớm thông tin bất lợi, tác động xấu đến hình ảnh, uy tín, hoạt động của Tổng Công ty, của Tập đoàn để xử lý khi có sự cố, khủng hoảng truyền thông.

## **2. Kết quả thực hiện công tác văn hóa doanh nghiệp:**

- Công tác xây dựng văn hóa doanh nghiệp được Tổng Công ty và các đơn vị quan tâm đúng mức, đưa nội dung đẩy mạnh thực hiện văn hóa doanh nghiệp là một trong những giải pháp phát huy sức mạnh tổng hợp của toàn Tổng Công ty.

- Trên cơ sở các tài liệu của Tập đoàn, Tổng Công ty đã tiến hành cập nhật, hoàn thiện văn hóa doanh nghiệp của mình phù hợp với lĩnh vực hoạt động cũng như tình hình SXKD của Tổng công ty.

- Tổng Công ty đã tổ chức tuyên truyền, phổ biến bằng các công cụ truyền thông, trong đó tăng cường tuyên truyền trực quan tại các buổi họp, hội nghị cũng như áp dụng công nghệ số trong công tác truyền thông và phát triển văn hóa doanh nghiệp, kết hợp nhiều hình thức tuyên truyền, phổ biến, triển khai trên các phương tiện như : email, mạng xã hội, hướng sự tập trung kết nối vào toàn thể CBNV, tạo sự thống nhất trong mục tiêu, tầm nhìn thông qua các sự kiện, dịp kỷ niệm ngày thành lập của Tổng Công ty cũng như trong các dịp Lễ.

- Xây dựng kế hoạch cập nhật và hoàn thiện hệ thống nhận diện thương hiệu nhằm sử dụng thống nhất, đúng quy định thể hiện thông qua hệ thống cơ sở vật chất, văn phòng phẩm, v.v... đáp ứng nhu cầu công việc của Tổng Công ty.

- Chú trọng công tác thi đua khen thưởng trong đó cụ thể hóa các hình thức khen thưởng, vinh danh phù hợp cho các tập thể, cá nhân nhằm động viên người lao động phấn đấu hơn trong công tác SXKD cho các năm sau.

## **IV. ĐÁNH GIÁ CHUNG**

### **1. Điểm mới, sáng tạo trong triển khai:**

- Sau 3 năm triển khai thực hiện, Nghị quyết 281 đã được Tổng Công ty thực hiện với quyết tâm rất cao. Công tác truyền thông có trọng tâm, trọng điểm, đồng bộ, xuyên suốt; các phương thức truyền thông đa dạng, phong phú.

- Nét mới trong việc thực hiện Nghị quyết là tính đồng bộ; đẩy mạnh truyền thông nội bộ. Công tác xây dựng văn hóa doanh nghiệp cũng được triển khai trong toàn Tổng Công ty. Các nội dung trong Nghị quyết được lựa chọn có sự liên kết giữa nhiệm vụ chính trị, nhiệm vụ SXKD phù hợp với điều kiện thực tiễn của của

Tổng Công ty, qua đó truyền tải được tới toàn thể CBNV, tạo điều kiện để hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao.

## **2. Tồn tại, vướng mắc:**

- Công tác truyền thông chưa phát huy hiệu quả tối đa, việc tương tác với các cổ đông trong công ty còn hạn chế, một số nội dung truyền thông còn mang tính lễ tân, sự kiện.

- Việc vận hành website còn chưa hiệu quả, chưa thường xuyên cập nhật thông tin trên website.

- Khi xây dựng kế hoạch thực hiện, còn chưa xác định rõ nhiệm vụ cụ thể cho từng giai đoạn dẫn tới các nội dung thực hiện còn dàn trải, chưa đánh giá được đúng và đủ kết quả cụ thể, chưa khái quát và chỉ ra được các vấn đề còn tồn tại, hạn chế để rút kinh nghiệm.

- Công tác tuyên dương, khen thưởng đột xuất, chuyên đề chưa được chú trọng.

## **3. Nguyên nhân**

- Do tình hình dịch bệnh covid-19 kéo dài và diễn biến phức tạp nên một số hoạt động được đề ra bị tạm dừng và không thực hiện được : như các hoạt động văn hóa sinh hoạt văn hóa tập thể của các tổ chức đoàn thể, v.v.v...

- Cán bộ làm công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp tại đơn vị còn thiếu kinh nghiệm.

- Chưa tập trung chỉ đạo và chưa ưu tiên nguồn lực, thời gian để triển khai xây dựng, phát huy Văn hóa doanh nghiệp.

## **4. Kinh nghiệm trong triển khai công tác TT&VHDN:**

- Việc triển khai thực hiện Nghị quyết cần có sự vào cuộc đồng bộ của cả hệ thống chính trị với trách nhiệm người đứng đầu; công tác lãnh đạo, chỉ đạo điều hành, triển khai thực hiện nhất quán, liên tục trong toàn Tổng công ty với quyết tâm cao từ người đứng đầu đến từng CBNV.

- Tuyên truyền gắn với huấn luyện, đào tạo liên tục, có trọng tâm, trọng điểm cho đội ngũ cán bộ làm công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp.

- Phát huy vai trò của các tổ chức đoàn thể, chính trị - xã hội trong việc tuyên truyền, tổ chức các hoạt động tập thể để lồng ghép, phổ biến, quán triệt các nội dung cần thực hiện tới toàn thể CBNV.

- Công tác kiểm tra, giám sát, trao đổi thông tin thường xuyên trong Tổng Công ty cũng như với phòng TT&VHDN Tập đoàn; Đôn đốc, hướng dẫn, tháo gỡ kịp thời các vướng mắc trong quá trình triển khai thực hiện để công tác truyền thông được liên tục.

## **V.KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT:**

- Bố trí nguồn lực, cán bộ đủ năng lực, kinh nghiệm để tiếp tục thực hiện Nghị quyết 281 kết hợp với bám sát các chiến lược về xây dựng và phát triển của Tập đoàn.

- Triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam gắn với việc thực hiện chỉ thị số 05-CT/TW của Bộ Chính trị khóa XII về “đẩy mạnh học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh” và một số chủ trương, nhiệm vụ khác của Đảng nhằm xây dựng đội ngũ lao động sáng tạo, hiệu quả hơn.

- Chú trọng việc đánh giá, phân tích tình hình, kết quả SXKD của Tổng công ty, từ đó có kế hoạch truyền thông theo chiều sâu, đặc biệt tuyên dương các gương điển hình trong SXKD để tạo niềm tin, tạo động lực cho người lao động trong Tổng Công ty quyết tâm thực hiện thắng lợi nhiệm vụ được giao.

- Nâng cao chất lượng tin bài, hiệu quả trong vận hành và hoạt động website của Tổng Công ty.

- Triển khai áp dụng thực hiện thống nhất hệ thống nhận diện thương hiệu Petrovietnam trong toàn Tổng Công ty với lộ trình cụ thể, phù hợp.

# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Công ty Điều hành Đường ống Tây Nam)*

## I. CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO

Việc cụ thể hóa NQ 281-NQ/ĐU ngày 15/5/2019 của Đảng ủy Tập đoàn về công tác TT&VHDN: Chi ủy Công ty SWPOC đã ban hành Kế hoạch số 10-KH/ CU ngày 15/5/2019 về công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp.

Kế hoạch 3623/KH-DKVN ngày 03/7/2022 của Tổng giám đốc Tập đoàn về triển khai thực hiện công tác TT&VHDN: Công ty SWPOC đã ban hành Tờ Trình số 02/TTr-TCHC ngày 12/7/2019 về việc phê duyệt kế hoạch triển khai thực hiện Công tác Truyền thông & Văn hóa Doanh nghiệp và kiện toàn lại nhân sự; Ban hành Kế hoạch số 141/SWPOC-TCHC ngày 12/7/2019 về triển khai thực hiện công tác Truyền thông & Văn hóa Doanh nghiệp; Ban hành Quyết định số 219/QĐ-SWPOC ngày 11/12/2020 về việc kiện toàn Ban TT&VHDN Công ty Điều hành Đường ống Tây Nam.

## II. PHƯƠNG PHÁP TRIỂN KHAI

Chi ủy cùng với chính quyền Công ty luôn quán triệt thực hiện các văn bản chỉ đạo của Đảng ủy Tập đoàn, Ban TT&VHDN Tập đoàn. Ngày 11/12/2020 Công ty đã kiện toàn Ban TT&VHDN Công ty gồm 9 thành viên. Ban TT&VHDN có nhiệm vụ tham mưu, giúp Tổng giám đốc Công ty xây dựng Kế hoạch và triển khai thực hiện các hoạt động TT&VHDN theo quy định của Tập đoàn và Công ty. Phân công rõ nhiệm vụ, trách nhiệm cho từng thành viên, để Ban hoạt động hiệu quả, gắn kết, lan tỏa tinh thần VHDN trong Công ty. Định kỳ hàng quý họp và báo cáo Ban TT&VHDN Tập đoàn tình hình triển khai và kết quả thực hiện.

## III. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI

### 1. Kết quả trong công tác xây dựng Văn hoá Doanh nghiệp

**1.1.** Việc triển khai thực hiện 09 nội dung của Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 về triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam trong toàn Tập đoàn:

**Nội dung 1:** Công ty đã đưa nội dung thực hiện VHDN vào thỏa ước lao động tập thể, giữa người sử dụng lao động và người lao động tại Hội nghị người lao động năm 2021-2022. Công đoàn phối hợp với Ban lãnh đạo công ty tổ chức các buổi đối thoại định kỳ để tăng cường gắn kết, lắng nghe, chia sẻ, đối thoại với người lao động và lấy ý kiến trên tinh thần dân chủ.

**Nội dung 2:** Công ty áp dụng các quy chế, quy định về quản lý tài chính, thi

đưa khen thưởng, đánh giá thực hiện công việc theo KPIs để làm căn cứ xây dựng văn hóa thực thi công việc, tính tuân thủ và hiệu quả.

**Nội dung 3:** Ban hành các quy định, các giá trị văn hóa theo nội dung tại Cẩm nang văn hóa dầu khí để làm chuẩn mực để CBCNV Công ty thực hiện.

**Nội dung 4:** Thực hiện tuyên truyền, phổ biến cho toàn thể CBCNV về giá trị văn hóa của đơn vị như: in băng rôn, backdrop, video tại Công ty, kịp thời thông tin các nội dung triển khai đến CBCNV... đã mang lại hiệu quả thiết thực, nâng cao nhận thức, ý thức của CBCNV. Công đoàn, đoàn thanh niên Công ty tuyên truyền về chủ đề 5S cho đoàn viên, người lao động, chia sẻ kinh nghiệm trong công việc.

**Nội dung 5:** Xây dựng, hoàn thiện Hệ thống nhận diện thương hiệu và sử dụng thống nhất, đúng quy định thể hiện thông qua hệ thống cơ sở vật chất, văn phòng phẩm, ấn phẩm... đáp ứng công việc, hoạt động đều mang dấu ấn văn hóa dầu khí: Cụ thể đã thay đổi văn hóa sử dụng chai nhựa uống nước bằng chai thủy tinh có logo PVN-SWPOC...

**Nội dung 6:** Tổ chức triển khai thực hiện mô hình 5S (sàng lọc, sắp xếp, sạch sẽ, sẵn sàng và sẵn sàng) tại văn phòng: Công ty xây dựng các quy định, quy trình để thực hiện; Các phòng thực hiện sàng lọc, sắp xếp lại các vị trí làm việc của cá nhân và các khu vực sinh hoạt chung; tài liệu làm việc, đặc biệt là các văn bản lưu trữ tại các tủ tài liệu, trên bàn làm việc gọn gàng ngăn nắp hơn, dễ dàng, thuận lợi, tiết kiệm thời gian trong quá trình làm việc, tạo tinh thần làm việc và bầu không khí cởi mở trong Công ty.

**Nội dung 7:** SWPOC tiếp tục lựa chọn, tổ chức các khóa tập huấn, đào tạo đến CBCNV theo mô hình phát triển năng lực: năng lực chuyên môn, năng lực văn hóa, năng lực lãnh đạo... Thời gian tới tiếp tục đẩy mạnh công tác đào tạo tại chỗ (On job training), khích lệ tinh thần tự học, tự đào tạo trong nội bộ Công ty.

**Nội dung 8:** Ban chấp hành công đoàn đã phối hợp với Ban lãnh đạo công ty triển khai nhiều nội dung tăng tính gắn kết, chia sẻ giữa CBCNV: Chăm lo tết nguyên Đán Nhâm Dần 2022 cho Cán bộ, đảng viên, người lao động Công ty; tặng quà, thăm hỏi cán bộ hưu trí; tổ chức chương trình “Xuân Nghĩa tình Dầu khí” tặng quà cho 52 đoàn viên, NLD 1 triệu đồng/người; tặng quà gặp mặt đầu xuân cho CBCNV Công ty 500 ngàn đồng/ người tạo không khí vui tươi, phấn khởi; tặng quà cho nữ cán bộ nhân viên, đoàn viên Công ty 500 ngàn đồng/người ngày 8/3/2022; CBCNV, người lao động trong công ty nhiệt tình hưởng ứng, tham gia giải chạy bộ online Xuân Dầu khí 2022 do Công đoàn DKVN tổ chức theo kế hoạch số 62/KH-CDDK ngày 01/3/2022; tuyên dương 1 đồng chí “Người lao động tiêu biểu năm 2022”; Tặng quà 1/6/22 cho các bé con của CBCNV, đoàn viên, NLD 500 ngàn đồng/bé; tham dự Hội thao Dầu khí khu vực phía Nam năm 2022...

**Nội dung 9:** Có hình thức khen thưởng, vinh danh phù hợp cho các tập thể, cá nhân thực hiện tốt; phê bình, xử phạt các tập thể, cá nhân không thực hiện theo

đúng quy định: Công ty SWPOC thực hiện khen thưởng theo định kỳ vào các dịp cuối năm hoặc tổng kết các hoạt động.

**1.2.** Kết quả triển khai, áp dụng thực hiện Công văn 4371/DKVN – TT&VHDN ngày 02/8/2021 của Tổng giám đốc Tập đoàn về thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả”: Chi ủy, Ban Tổng giám đốc Công ty chỉ đạo tiếp tục triển khai nội dung thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả”, đánh giá kết quả thực hiện nhiệm vụ theo KPIs năm 2022. Chuyển hóa các giá trị văn hóa Petrovietnam vào công việc giúp nâng cao ý thức, tạo chuyển biến trong hành vi của từng cán bộ, đảng viên trong Công ty, tạo ra năng lượng tích cực trong công việc.

**1.3.** Kế hoạch xây dựng thực hiện hệ thống nhận diện thương hiệu của đơn vị thống nhất theo nhãn hiệu mới của Petrovietnam: Công ty đã thực hiện xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu của Công ty đúng tiêu chuẩn, quy định theo nhãn hiệu mới của Petrovietnam.

## **2. Đánh giá chung**

Trong thời gian qua, dưới sự lãnh đạo, chỉ đạo của Đảng ủy Tập đoàn, Ban TT&VHDN Tập đoàn, Chi ủy Công ty về công tác TT&VHDN, Công ty SWPOC đã triển khai thực hiện với quyết tâm cao, đẩy mạnh truyền thông nội bộ, công tác xây dựng Văn hóa doanh nghiệp được triển khai sâu rộng trong toàn Công ty, có sự liên kết chặt chẽ giữa các nhiệm vụ, phù hợp với thực tiễn Công ty, qua đó tác động đến nhận thức, tạo chuyển biến hành vi của CBCNV, người lao động Công ty. Đồng thời, duy trì các biện pháp nắm bắt tư tưởng, dư luận CBCNV, NLĐ, tổ chức các hoạt động sinh hoạt tập thể nhằm gắn kết, chia sẻ giữa CBCNV, NLĐ. Phát huy tính sáng tạo Công đoàn, Hội cựu chiến binh, Đoàn thanh niên trong thực hiện các văn bản, nghị quyết.

Ban TT&VHDN Công ty đã hoạt động tích cực, tinh thần trách nhiệm cao, phân công nhiệm vụ rõ cho từng cá nhân, là tấm gương tiên phong trong công tác TT&VHDN. Các thành viên trong Ban hiện là kiêm nhiệm, nên một số hoạt động triển khai công tác TT&VHDN chưa đạt được kết quả như mong đợi.

## **3. Kiến nghị, đề xuất:**

- Không.

# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Công ty Công nghiệp Tàu thủy Dung Quất)*

Kính thưa Hội nghị; Lời đầu tiên cho phép tôi thay mặt Tập thể Lãnh đạo DQS kính gửi đến các đồng chí Lãnh đạo Tập đoàn, các đồng chí tham dự hội nghị lời chúc tốt đẹp nhất. Chúc Hội nghị Thành công tốt đẹp.

Kính thưa Hội nghị, DQS được Tập đoàn Công nghiệp Tàu thủy Việt Nam (Vinashin) thành lập ngày 20/02/2006 và được chuyển giao về PVN từ ngày 01/7/2010. Ngành nghề kinh doanh chính: Đóng mới và sửa chữa tàu thủy, thiết bị và phương tiện nổi; Công suất thiết kế ban đầu (chủ yếu phục vụ đóng mới tàu) giai đoạn I đến năm 2010 đạt khoảng 600 nghìn tấn tàu/năm (tương đương với đóng 6 con tàu 100.000 DWT) và giai đoạn II từ năm 2010-2015 nâng công suất đạt 1,1 triệu tấn tàu/năm.

## **1. Tình hình hoạt động SXKD:**

Sau khi được chuyển giao nguyên trạng về PVN, PVN đã cấp vốn điều lệ và trong phạm vi, chức năng, quyền hạn của mình, PVN đã chủ động, tích cực chỉ đạo các đơn vị trong ngành tạo điều kiện cho DQS được thực hiện cung cấp các dịch vụ sửa chữa/đóng mới tàu thuyền, giàn khoan, các phương tiện nổi, hỗ trợ DQS tiếp tục thực hiện các Hợp đồng dở dang như tàu 104K, Salan, 18K, ... nhằm hỗ trợ hoạt động sản xuất kinh doanh, tạo công ăn việc làm cho người lao động của DQS, hoạt động sản xuất kinh doanh của DQS từng bước ổn định. Song song đó, DQS cũng đã chủ động mở rộng thị trường, làm việc với các Chủ tàu ngoài ngành (trong nước, nước ngoài) như: Nhật Việt, Vinalines, F-Gas, Vitaco, Negeria. Hy Lạp... nhằm tìm kiếm thêm các hợp đồng sửa chữa, giảm thiểu phụ thuộc vào các đơn vị trong ngành, từng bước vượt qua khó khăn. Và kết quả là, trong 8 tháng đầu năm 2022, DQS đã tiếp nhận trên 28 lượt tàu trong và ngoài nước vào Dock để sửa chữa và cơ bản đáp ứng được công ăn việc làm cho người lao động. Và tiếp tục làm việc với các đơn vị để bổ sung thêm doanh thu từ các sản phẩm ngoài dock (đóng mới, sửa chữa đầu bến, gia công kết cấu, ...) như PETROCONS, BSR, Hòa Phát Dung Quất, DoosanVina, ....

## **2. Kết quả triển khai thực hiện đề án Tái tạo văn hóa Doanh nghiệp tại DQS.**

Thực hiện Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 về việc triển khai Đề án tái tạo văn hóa Petrovietnam trong toàn Tập đoàn. DQS đã ra quyết định thành lập Ban chỉ đạo triển khai Đề án tái tạo Văn hóa Petrovietnam mà Trưởng ban là người đứng đầu DQS. Và ngay sau đó ban hành Kế hoạch số 158/KH-DQS

ngày 29/4/2021 về việc triển khai đề án Văn hóa doanh nghiệp trong Công ty Công nghiệp Tàu thủy Dung Quất (DQS), từ đó công tác chỉ đạo thực hiện đề án VHDN cũng được duy trì đồng bộ, việc ý thức tuân thủ, chấp hành công việc, trong xử lý giải quyết công việc: đi làm và về đúng giờ, trao đổi công việc, xử lý/giải quyết công việc đúng hạn, sắp xếp lại nơi làm việc cá nhân, gọn gàng, sạch, đẹp, định kỳ cắt tỉa cây xanh, dọn vệ sinh toàn bộ khu vực hành lan, cây xanh trong toàn nhà máy, tạo môi trường xanh, sạch, tạo cảnh quan, diện mạo mới trong môi trường làm việc chuyên nghiệp và hiện đại hơn.

Các cấp ủy đảng luôn quan tâm và chỉ đạo sâu sát trong mọi mặt của đề án: Đảng bộ DQS đã tổ chức Hội nghị nghiên cứu học tập, quán triệt và triển khai các kết luận của Hội nghị Ban chấp hành lần thứ 4 và Hội nghị Nghiên cứu, học tập quán triệt, tuyên truyền nghị quyết Hội nghị lần thứ 5 của Ban chấp hành Trung Ương Đảng khóa XIII. Tổ chức Hội nghị Tự phê bình và phê bình với chủ đề Tự soi - Tự sửa. Đảng ủy DQS cũng đã tổ chức buổi sinh hoạt trực tuyến chuyên đề “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả” theo chỉ đạo của Đảng ủy Tập đoàn. Chỉ đạo tổ chức thành công Đại hội các Chi đảng bộ trực thuộc nhiệm kỳ 2022-2025.

Công tác tuyên truyền, phổ biến bằng các công cụ truyền thông như: mạng nội bộ, các hoạt động VH-VN-TDĐT, hội nghị, sự kiện, hoạt động teambuilding và hoạt động ASXH. Trong mọi hoạt động của DQS luôn có sự đồng hành theo dõi của các cấp lãnh đạo để yêu cầu mọi người bám sát, tuân thủ và thực hiện đúng giá trị cốt lõi đề ra, nhằm chuyển tải các giá trị văn hóa của đơn vị đến CB-CNV biết và hiểu để nâng cao nhận thức, ý thức trong việc thực hiện các giá trị chung. Song song với việc tuyên truyền trực quan tại đơn vị nhân dịp các ngày lễ lớn của Đất nước, của Tập đoàn, thì DQS cũng thường xuyên tuyên truyền về công tác phòng chống cháy nổ, vệ sinh an toàn lao động trên các công trường và đặc biệt là công tác phòng chống dịch Covid-19, năm 2022 dịch Covid-19 tuy có dấu hiệu lắng xuống, nhưng DQS vẫn thường xuyên duy trì chế độ 2K khi làm việc. Liên tục thông tin, tuyên truyền cho CB-CNV ý thức rõ về đại dịch, sự lây lan và tác hại, kiểm soát chặt chẽ, người và phương tiện ra vào nhà máy. Theo dõi, đăng ký đúng quy định với thuyền viên, đối tác đến sửa chữa, thi công tại dock.

Việc ứng dụng công nghệ thông tin trong xử lý công việc đã được quan tâm triển khai quyết liệt hơn: hạn chế các thủ tục, văn bản giấy tờ không cần thiết; triển khai các công việc qua email, họp trực tuyến, áp dụng phần mềm quản lý công văn qua hệ thống idoc, bravo, FTS Nhân sự... DQS đang xây dựng lại được hệ thống nhận diện thương hiệu mới theo quy định mới của PVN, thể hiện thông qua hệ thống cơ sở vật chất, văn phòng phẩm, ấn phẩm, sản phẩm... đáp ứng công việc mang hình ảnh, thương hiệu đến với các đối tác khách hàng.

Trong thời gian qua, DQS đã tổ chức Đào tạo nâng cao nghiệp vụ cho các phòng ban chuyên môn, tham dự Hội nghị cập nhật kiến thức các văn bản mới của



Đảng cho các cán bộ làm công tác xây dựng Đảng, tham dự Hội thảo về Chương trình khung Đào tạo – Phát triển –Nền tảng xây dựng tổ chức học tập trong doanh nghiệp, hướng dẫn An toàn lao động cho CB-CNV mới tuyển dụng. DQS đã hoàn thành hồ sơ và được cấp chứng nhận hệ thống quản lý an toàn và sức khỏe nghề nghiệp ISO 45001:2018, Chứng nhận Hệ thống quản lý môi trường BS ISO 14001:2015, Chứng nhận hệ thống quản lý chất lượng BS EN ISO 9001:2015 của Tổ chức chứng nhận NQA. Đã ban hành Chỉ thị về việc triển khai chương trình thực hành tiết kiệm chống lãng phí năm 2022 (số 110/CT-DQS, ngày 25/3/2022).

Trên đây là một số kết quả nhất định mà DQS đạt được, Tập thể Lãnh đạo DQS vẫn nhận định rằng Văn hóa doanh nghiệp là nhân tố quan trọng, không thể thiếu, quyết định đến sự thành công của doanh nghiệp trong giai đoạn hiện nay và trong thời gian tới. Vì vậy, sẽ luôn cố gắng và thực hiện tốt những chỉ đạo của Tập đoàn, góp phần đưa DQS nói riêng và Tập đoàn nói chung ngày càng vững mạnh. Một lần nữa kính chúc Hội nghị thành công tốt đẹp.

# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Ban QLDA Điện lực Dầu khí Long Phú 1)*

## I. CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO.

Tái tạo văn hóa Petrovietnam với phương châm hành động “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả” đang được triển khai mạnh mẽ và trở thành một trong những giải pháp phát huy sức mạnh của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam, không nằm ngoài phương châm đó, ngay từ khi Ban QLDA nhận được sự chỉ đạo của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam tại Nghị quyết số 281-NQ/ĐU ngày 15/05/2019 và Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 Ban QLDA đã thành lập Tổ chỉ đạo phụ trách công tác Tái tạo VHDK và phối hợp với các tổ chức Đoàn thể với mục tiêu tuyên truyền sâu rộng cảm nang văn hóa Dầu khí đến với toàn thể CBNV Ban QLDA và được cụ thể hóa thành những hành động cụ thể, tác động đến nhận thức, tạo chuyển biến về hành vi của CBNV, người lao động như: Tìm kiếm giải pháp tháo gỡ những khó khăn trước mắt của Dự án, Công tác an toàn vệ sinh lao động, các hoạt động văn hóa, đào tạo, an sinh xã hội,... phù hợp với từng giai đoạn, với mục tiêu tái khởi động Dự án vào năm 2023.

## II. PHƯƠNG PHÁP TRIỂN KHAI

Bám sát sự chỉ đạo, hướng dẫn của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam, với phương châm hành động “Đoàn kết-Kỷ cương- Sáng tạo-Hiệu quả” Tổ triển khai đề án văn hóa của Ban QLDA đã phối hợp với các phòng chức năng, các tổ chức Đoàn thể không ngừng đổi mới phương thức hoạt động, triển khai nhiều giải pháp, cách thức làm mới thiết thực, hiệu quả đẩy mạnh công tác tuyên truyền các nội dung của đề án đến với từng CBNV Ban QLDA đồng thời xây dựng “Văn hóa cơ sở” với đặc thù riêng của Ban QLDA. Văn hóa cơ sở được xây dựng đơn giản, dễ hiểu đi vào đời sống, sinh hoạt, tác phong nề nếp làm việc của từng CBNV NLĐ trở thành nếp nghĩ, thói quen trong công việc, trong giao tiếp với đồng nghiệp, đối tác, với mục tiêu mỗi CBNV phải hoàn thành nhiệm vụ chuyên môn góp phần hoàn thành nhiệm vụ chung của phòng chức năng hướng đến mục tiêu chung hoàn thành xây dựng NMNĐ Long Phú 1.

## III. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI.

### 1. Kết quả trong công tác truyền thông và quan hệ công chúng:

Là đơn vị trực thuộc Tập đoàn Dầu khí Việt Nam, Ban QLDA không có các hoạt động sản xuất, kinh doanh do đó Ban QLDA không thành lập đơn vị chuyên trách phục vụ công tác truyền thông và quan hệ công chúng, tuy nhiên bằng nhiều

hình thức khác nhau, Ban QLDA đã góp phần tuyên truyền quảng bá thương hiệu PetroVietnam đến với người dân địa phương nơi Ban QLDA triển khai xây dựng Dự án như công tác An sinh xã hội (Xây nhà tình thương, tặng quà cho Mẹ Việt Nam anh hùng, gia đình chính sách, gia đình có hoàn cảnh khó khăn, các cháu thiếu nhi/ trẻ mồ côi... trong các dịp Lễ, Tết), Tổ chức giao lưu văn hóa văn nghệ, Hội thi làm bánh dân gian với sự tham dự của các tổ chức Đoàn thể của địa phương.

## **2. Kết quả trong công tác xây dựng văn hóa doanh nghiệp.**

### **2.1. Việc triển khai thực hiện 09 nội dung của Kế hoạch 5799/KH-DKVN:**

**Nội dung 1:** *Đưa nội dung thực hiện VHDN vào thỏa ước lao động tập thể, các quy định của đơn vị, có sự cam kết song phương giữa người sử dụng lao động và người lao động về thực hiện VHDN tại hội nghị người lao động:*

Tại Hội nghị người lao động năm 2022 vào ngày 11/01/2022, Ban QLDA đã đưa nội dung thực hiện VHDN vào thỏa ước lao động tập thể, đã và đang tiếp tục thực hiện nghiêm túc trong năm 2022 với quyết tâm triển khai thực hiện văn hóa Petrovietnam đảm bảo các phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả” với tinh thần trách nhiệm, chung sức chung lòng quyết tâm hoàn thành dự án. Ban QLDA đã có báo cáo Tập đoàn tại công văn số 84/LP-TCHC ngày 02/03/2022 về việc báo cáo kết quả triển khai thực hiện Văn hóa PetroVietnam tại Ban QLDA ĐLĐK Long Phú 1.

**Nội dung 2:** *Tổng hợp, rà soát hoàn thiện các quy chế, quy định trong xử lý, giải quyết công việc thành bộ quy chế quản trị làm căn cứ xây dựng văn hóa thực thi công việc, tính tuân thủ và hiệu quả:*

Ban QLDA đã ban hành Quy chế đánh giá hoàn thành nhiệm vụ ban hành kèm theo Quyết định số 35/QĐ-LP ngày 3 tháng 3 năm 2020 có lồng ghép các nội dung đánh giá kết quả thực hiện chuyên đề tái tạo Văn hóa Petrovietnam về Phương châm hành động “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả” vào bảng đánh giá mức độ hoàn thành nhiệm vụ hàng tháng, quý và năm của từng CBCNV.

**Nội dung 3:** *Xác định các quy định, các giá trị văn hóa của đơn vị làm chuẩn mực để CBCNV, NLD thực hiện: căn cứ Cẩm nang văn hóa dầu khí, các đơn vị hệ thống lại, hoàn thiện, sửa đổi, bổ sung, xây dựng mới (nếu chưa có):*

Ban QLDA đã và đang tiếp tục triển khai thực hiện Văn hóa cơ sở đảm bảo về các tiêu chí: “Đoàn kết - Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả” với tinh thần trách nhiệm, chung sức chung lòng quyết tâm hoàn thành dự án”, xác định đó là giá trị văn hóa của đơn vị làm chuẩn mực để CBCNV, NLD thực hiện thường xuyên và xuyên suốt quá trình xây dựng dự án, đồng thời luôn triển khai đến từng CBCNV được biết, thực hiện nội quy lao động của Ban QLDA, cẩm nang Văn hóa Dầu khí và sổ tay văn hóa Petrovietnam.

**Nội dung 4:** *Tổ chức tuyên truyền, phổ biến bằng các công cụ truyền thông, tăng cường tuyên truyền trực quan về những quy định, các giá trị văn hóa của đơn vị đến CBCNV biết và hiểu để nâng cao nhận thức, ý thức trong việc thực hiện các giá trị chung:*

Công đoàn và Đoàn Thanh niên Ban QLDA đã tích cực phát động, tuyên truyền kêu gọi đến từng CBCNV hưởng ứng tham gia các cuộc thi do Tập đoàn phát động. Hệ thống trao đổi thông tin luôn được theo dõi, kiểm tra, cập nhật đáp ứng nhu cầu thông tin quản lý đa dạng, đa chiều, chính xác, kịp thời và công khai minh bạch. Điều đó đã đảm bảo mọi thông tin cần thiết đều được thu thập, truyền đạt, lưu trữ và xử lý; đồng thời đảm bảo cho mọi CBCNV Ban QLDA dễ dàng tiếp cận và sử dụng các thông tin cần thiết cho các hoạt động thường nhật cũng như công tác lập kế hoạch, xây dựng định hướng chiến lược... Đó cũng là một phần quan trọng trong việc xây dựng văn hóa cơ sở tại Ban QLDA.

**Nội dung 5:** *Xây dựng, hoàn thiện Hệ thống nhận diện thương hiệu và sử dụng thống nhất, đúng quy định thể hiện thông qua hệ thống cơ sở vật chất, văn phòng phẩm, ấn phẩm, sản phẩm... đáp ứng công việc, hoạt động đều mang dấu ấn văn hóa:*

Việc xây dựng, hoàn thiện hệ thống nhận diện thương hiệu đã được Ban QLDA triển khai thực hiện thông qua việc Cán bộ kỹ sư giám sát khi đi công trường nghiêm túc mặc đầy đủ đồ bảo hộ lao động có in logo của Ban QLDA theo quy định. Sử dụng thống nhất, đúng quy định về mẫu mã in ấn logo, tên Tập đoàn, đơn vị trên các ấn phẩm, bao thư... Thực hiện đúng quy định của nhà nước cũng như Tập đoàn về thể thức văn bản.

**Nội dung 6:** *Chỉnh trang, sắp xếp vị trí làm việc của CBCNV, NLD thân thiện, hiện đại, khoa học; áp dụng, thực hiện mô hình 5S tại văn phòng, nhà máy, công trình dầu khí; đổi mới hình ảnh, không gian làm việc, tạo nét riêng biệt của từng bộ phận:*

Công tác tuyên truyền nội bộ về 5S đã được triển khai tích cực bằng nhiều hình thức linh hoạt đã mang lại hiệu quả thiết thực, các phòng chức năng đã thể hiện quyết tâm cao, từng CBCNV đã nâng cao ý thức thực hiện 5S sàng lọc, sắp xếp từng khu làm việc cá nhân, khu nhà ăn tập thể và khu nhà ở công vụ ngăn nắp, gọn gàng, xanh, sạch, đẹp thoáng mát, hiện đại.

**Nội dung 7:** *Lựa chọn, tổ chức các khóa tập huấn, đào tạo cho toàn thể CBCNV theo mô hình phát triển năng lực: năng lực chuyên môn, năng lực văn hóa, năng lực lãnh đạo, các kỹ năng bổ trợ (như chương trình 07 thói quen hiệu quả, văn hóa đáng tin...) phù hợp với yêu cầu của đơn vị. Xây dựng văn hóa học tập, hướng đến một tổ chức học tập bằng cách thúc đẩy tinh thần tự học, tự đào tạo, tăng cường đào tạo nội bộ trong CBCNV:*

Căn cứ vào kế hoạch đào tạo hàng năm tại Ban QLDA và theo nhu cầu thực tế của các phòng chức năng cần đào tạo. Cán bộ phụ trách đào tạo tìm kiếm, lựa chọn đơn vị đào tạo để xây dựng chương trình đào tạo của khóa/chuyên đề mà phòng chức năng có nhu cầu. Phối hợp với các phòng chức năng có liên quan xem xét nội dung chương trình. Phần lớn Ban QLDA thuê đơn vị đào tạo bên ngoài, không có giảng viên nội bộ.

Một số CBNV khác cũng có ý thức việc nâng cao trình độ khả năng, trau dồi tri thức cho bản thân thông qua nhiều hình thức như đăng ký học văn bằng 2, Thạc Sĩ theo đúng chuyên môn nghiệp vụ của mình, hiện nay tại Ban QLDA các CBNV có trình độ thạc sĩ chiếm 12%. Mặt khác các CBNV còn tham gia các lớp kỹ năng như kỹ năng phát triển bản thân, kỹ năng làm việc nhóm,... Học thêm tiếng Anh trên Youtube nhằm tiết kiệm chi phí.

**Nội dung 8:** *Phát huy vai trò của các tổ chức đoàn thể, tổ chức các hoạt động sinh hoạt tập thể nhằm gắn kết, chia sẻ giữa CBCNV thông qua các hình thức: teambuilding, ngày hội gia đình, chương trình đối thoại, tọa đàm giữa lãnh đạo và CBCNV, tổ chức các cuộc thi, các hoạt động giao lưu thể thao, văn hóa, văn nghệ...*

Công đoàn, Đoàn Thanh niên Ban QLDA cũng quan tâm tổ chức các hoạt động sinh hoạt tập thể nhằm gắn kết, chia sẻ giữa CBCNV thông qua các hình thức: Ngày hội gia đình (tổ chức nấu ăn, làm bánh với sự tham gia của các CBCNV và Lãnh đạo Ban nhằm tạo điều kiện để gặp gỡ chia sẻ những nguyện vọng, tâm tư của CBNV qua đó kịp thời động viên giúp đỡ nhằm gắn kết tình cảm giữa Lãnh đạo và nhân viên), tổ chức các cuộc thi, các hoạt động giao lưu thể thao giữa các phòng chuyên môn trong Ban QLDA cũng như có sự tham gia của các đơn vị nhà thầu. Vận động toàn thể CBCNV duy trì tập luyện thể dục thể thao sau giờ làm việc để nâng cao sức khỏe trong thời kỳ đại dịch covid diễn biến còn khá phức tạp như tham gia giải chạy bộ online do Công đoàn DKVN tổ chức và cũng là đơn vị có tỷ lệ CBCNV tham gia và hoàn thành cự ly nhiều nhất. Tham gia các hoạt động phong trào thể thao do Công đoàn cấp trên tổ chức nhằm hưởng ứng tuần lễ văn hóa đầu khí lần thứ XIII năm 2022 tại Vũng Tàu và đạt được nhiều kết quả đáng khích lệ.

Trong giai đoạn đại dịch covid diễn biến phức tạp, Lãnh đạo Ban đã chỉ đạo Tổ công tác phòng, chống dịch bệnh Covid-19 của Ban đã thể hiện sự sáng tạo, trách nhiệm cao, vượt qua khó khăn, đem lại hiệu quả thiết thực trong việc kiểm soát tốt tình hình dịch bệnh tại đơn vị tạo sự yên tâm, ổn định tâm lý cho người lao động. Tổ chức vườn rau sạch tại Ban QLDA thực hiện hình thức tự cung tự cấp hạn chế việc đi lại tránh lây lan dịch bệnh trong Ban QLDA.

**Nội dung 9:** *Có hình thức khen thưởng, vinh danh phù hợp cho các tập thể, cá nhân thực hiện tốt; phê bình, xử phạt các tập thể, cá nhân không thực hiện theo đúng quy định:*

Lãnh đạo cũng như các tổ chức đoàn thể của Ban QLDA luôn kịp thời động viên CBNV-NLĐ thi đua lao động giỏi, lao động sáng tạo và khen thưởng kịp thời những tập thể, cá nhân thực hiện tốt góp phần hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ được giao.

## ***2.2 Kết quả triển khai thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả”***

Với sự chỉ đạo sát sao của Lãnh đạo Tập đoàn cùng với sự nỗ lực của tập thể Lãnh đạo và CBNV Ban QLDA trong việc triển khai Đề án tái tạo Văn hóa Petrovietnam cũng như triển khai nội dung thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả”, theo đó Ban QLDA đã lồng ghép những nội dung chính của Phương châm hành động trên vào những Quy chế, quy định, quy trình của Ban QLDA, cụ thể là Quy chế đánh giá mức độ Hoàn thành nhiệm vụ qua đó đánh giá mức độ hoàn thành nhiệm vụ chuyên môn của CBNV một cách chính xác, công bằng đảm bảo sự công tâm minh bạch, thưởng phạt phân minh tạo động lực cho các CBNV phấn đấu hoàn thành nhiệm vụ được giao. Đây cũng là cầu thành giúp Ban QLDA đáp ứng các yêu cầu ngày càng cao về chất lượng công việc, góp phần tạo tính ổn định và nâng cao hiệu quả trong quản lý xây dựng Dự án. Mỗi người phải nỗ lực vì mục tiêu hoàn thành nhiệm vụ chuyên môn tiến tới mục tiêu chung là hoàn thành dự án.

## **II. ĐÁNH GIÁ CHUNG**

Kết quả đạt được: Bám sát sự chỉ đạo của Lãnh đạo Tập đoàn tại Công văn 319 –CV/ĐU, ngày 9/8/2021 và Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020, Tổ triển khai đề án VHDK của Ban QLDA đã phối hợp cùng Đoàn thanh niên, Công đoàn Ban triển khai nhiều giải pháp, cách thức thực hiện thiết thực hiệu quả phù hợp với điều kiện đặc thù của Dự án, với bước đầu đạt được nhiều kết quả đáng khích lệ và bám sát các nội dung của Kế hoạch đề ra. Mặc dù Dự án trước mắt còn nhiều khó khăn, tuy nhiên Tập thể Lãnh đạo, CBNV người lao động tại Ban QLDA đã từng bước khắc phục khó khăn thể hiện rõ tinh thần “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả” trong từng hoạt động thực sự tạo bước chuyển biến tại Ban QLDA giúp cán bộ, nhân viên thêm nỗ lực làm việc và quyết tâm đưa dự án sớm tái khởi động lại vào năm 2023.

Tồn tại, vướng mắc, nguyên nhân: Mặc dù các cấp Lãnh đạo, đoàn thể trong Ban QLDA có ý thức và quyết tâm cao độ đối với đề án tái tạo Văn hóa Dầu khí, thể hiện bằng việc chỉ đạo quyết liệt và giám sát triển khai của từng giai đoạn. Tuy nhiên do Ban QLDA là đơn vị hạch toán phụ thuộc nên chi phí dành cho việc tái tạo đề án còn hạn chế, hơn nữa cán bộ phụ trách đề án đều kiêm nhiệm nên việc đầu tư phần lớn thời gian cho công tác là không thể thực hiện. Dự án đang trong giai đoạn khó khăn, Ban QLDA tập trung nguồn lực để tháo gỡ những khó khăn trước mắt do đó công tác thực hiện tái tạo đề án vẫn chưa thực sự được quan tâm đúng mực.

Kinh nghiệm trong triển khai công tác TT&VHDK: Bộ đề án “Văn hóa Dầu khí” được Tập đoàn DKVN ban hành vào năm 2008 và được các đơn vị trong ngành Dầu khí xem là kim chỉ nam để học tập và triển khai tại đơn vị, qua đó xây dựng Văn hóa cơ sở với đặc thù riêng của từng đơn vị đó. Ban QLDA được thành lập từ năm 2009 và cũng bắt đầu từng bước triển khai văn hóa Dầu khí tại ban QLDA cũng như xây dựng văn hóa cơ sở phù hợp với điều kiện của Ban. Trong quá trình triển khai do nhiều nguyên nhân khác nhau “Văn hóa Dầu khí” đã bị gián đoạn một thời gian, tuy nhiên với ý chí kiên định của Lãnh đạo tập đoàn cùng sự quyết tâm của tập thể người lao động dầu khí Đề án “Văn hóa Dầu khí” một lần nữa được triển khai mạnh mẽ cùng sự đồng lòng quyết tâm của hàng nghìn người lao động dầu khí. Ban QLDA đã trải qua những giai đoạn thăng trầm khác nhau qua đó cũng đúc kết được kinh nghiệm nhỏ bé trong quá trình triển khai đề án tại Ban QLDA như sau:

- Tái tạo văn hóa Dầu khí được xác định phải là một quá trình chất lượng lâu dài, bền bỉ, vì vậy không thể tránh khỏi nhiều thử thách, gian nan. Với từng kế hoạch chi tiết, cụ thể theo từng giai đoạn và cố gắng hoàn thành các mục tiêu đã đề ra trong giai đoạn đó. Với phương châm mưa dầm thấm lâu, việc xây dựng văn hóa cơ sở phải lồng ghép những việc làm cụ thể, thiết thực, đơn giản, dễ hiểu để từng bước thấm nhuần trong mỗi người lao động, trở thành nếp nghĩ, thành thói quen trong công việc, trong cuộc sống giao tiếp hàng ngày.

- Lãnh đạo đơn vị phải là nhân tố chính tham gia vào quá trình xây dựng văn hóa cơ sở, là tấm gương tốt nhất cho CBNV noi theo, các ứng xử trong công việc, các giao tiếp ngoài công việc phải thực hiện đúng chuẩn mực của Văn hóa Dầu khí qua đó giúp CBNV NLĐ nhận thấy Văn hóa Dầu khí là một truyền thống tốt đẹp của người lao động Dầu khí cần được phát huy giữ gìn. Trong quá trình đó, các tổ chức đoàn thể như Công đoàn, Đoàn thanh niên là một trong những nhân tố chính góp phần vào quá trình triển khai xây dựng tái tạo Văn hóa Dầu khí vì với vai trò là người chăm lo đời sống văn hóa, tinh thần cho người lao động, phát huy cao độ sự sáng tạo cống hiến của đội ngũ người lao động Dầu khí góp phần vào thành tựu chung của đơn vị và là nhân tố luôn đồng hành hành, tích cực cùng đơn vị thực hiện thành công Đề án tái tạo Văn hóa Petrovietnam, cùng xây dựng, bồi đắp và phát triển các giá trị, văn hóa, con người Dầu khí.

Trên đây là Báo cáo tham luận của Ban QLDA về công tác truyền thông và văn hóa Doanh nghiệp năm 2022 kính báo cáo Tập đoàn Dầu khí Việt Nam./.

# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Công ty Cổ phần Hóa dầu và Xơ sợi Việt Nam)*

Thực hiện chỉ đạo của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam tại công văn số 4892/DKVN-TT&VHDN ngày 29/8/2022 về việc tham dự Hội nghị công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp (TT&VHDN) lần thứ II - 2022, Công ty Cổ phần Hóa dầu và Xơ sợi Việt Nam (VNPOLY) kính báo cáo như sau:

## **I. CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO:**

- Ngay từ tháng 5/2019, thực hiện chỉ đạo của Đảng ủy Tập đoàn tại Nghị quyết số 281-NQ/ĐU ngày 15/5/2019 về công tác TT&VHDN, Ban Chấp hành Đảng ủy VNPOLY đã lãnh đạo quán triệt thực hiện Nghị quyết trong toàn Đảng bộ và Công ty.

- Thực hiện chỉ đạo của Lãnh đạo Tập đoàn tại công văn số 3623/KH-DKVN ngày 03/7/2019 về kế hoạch triển khai thực hiện công tác TT&VHDN, Ban Lãnh đạo VNPOLY đã nghiêm túc chỉ đạo phòng liên quan cùng bộ phận truyền thông/bộ phận xây dựng VHDN tiếp tục nghiên cứu, quán triệt các văn bản quy định của Tập đoàn để tham khảo, điều chỉnh, bổ sung, cập nhật, hoàn thiện VHDN VNPOLY phù hợp với thực tế và áp dụng trong toàn Công ty.

## **II. PHƯƠNG PHÁP TRIỂN KHAI:**

1. Thống nhất kế hoạch triển khai thực hiện từ Ban Lãnh đạo Công ty đến các phòng/bộ phận TT&VHDN. Thực hiện VHDN Công ty nghiêm túc từ cấp lãnh đạo đến CBCNV các phòng/đơn vị; việc học tập nội dung quy định về VHDN VNPOLY là một trong những yêu cầu bắt buộc đối với người lao động mới được tuyển dụng.

2. Cập nhật, hoàn thiện quy định về TT&VHDN áp dụng đối với CBCNV và người lao động VNPOLY:

- Chính sửa, bổ sung, hoàn thiện quy định về TT&VHDN.

- Thống nhất áp dụng hình ảnh nhận diện thương hiệu của VNPOLY, đặc biệt trên các ấn phẩm, tài liệu, sản phẩm ... được thường xuyên sử dụng.

3. Sử dụng các biện pháp, công cụ nhằm triển khai có hiệu quả công tác TT&VHDN:

- Duy trì, mở rộng hợp tác với các cơ quan báo chí chính thống có ảnh hưởng đến dư luận xã hội.



- Chủ động thông tin thường kỳ và thông tin đột xuất có ảnh hưởng tích cực đối với Công ty và Tập đoàn thông qua website Công ty và trang mạng xã hội.

- Coi trọng các biện pháp tuyên truyền miệng, đối thoại người lao động, tuyên truyền trực quan, trực tiếp đến người lao động.

**4. Bố trí nguồn lực, nâng cao chất lượng đội ngũ làm công tác truyền thông và xây dựng VHDN:**

- Người đứng đầu Công ty chịu trách nhiệm lãnh đạo chung, 01 Phó Tổng Giám đốc phụ trách công tác TT&VHDN.

- Củng cố, bố trí nguồn lực phục vụ việc triển khai công tác TT&VHDN đảm bảo yêu cầu, nhiệm vụ thực tế.

### **III. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI:**

#### **1. Kết quả công tác truyền thông và quan hệ công chúng:**

- Về nhân sự, nguồn lực truyền thông: Tại VNPOLY có Tổng Giám đốc là người chịu trách nhiệm chính và chỉ đạo chung; 01 Phó Tổng Giám đốc phụ trách công tác truyền thông; 01 lãnh đạo cấp phòng và 01 cán bộ chuyên trách về công tác truyền thông.

- Công cụ truyền thông: Đề quảng bá thương hiệu, hình ảnh VNPOLY, đơn vị đã dùng các công cụ truyền thông như: quảng cáo, marketing, quan hệ công chúng... thông qua phương thức truyền thông chính là: đăng tải trên website Công ty; trang mạng xã hội (facebook/fanpage của Công ty) và một số trang báo chí truyền thống, chính thống trong nước...

- Công tác quản trị thông tin: cán bộ chuyên trách về công tác truyền thông của VNPOLY thường xuyên thu thập, lưu trữ, quản lý và duy trì các dữ liệu phục vụ công tác truyền để truyền đạt tới các đối tượng thông qua các phương tiện truyền thông của đơn vị.

#### **2. Kết quả trong công tác xây dựng văn hóa doanh nghiệp:**

- Việc triển khai thực hiện 09 nội dung của Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 về triển khai tái tạo Văn hóa Petrovietnam trong toàn Tập đoàn: Việc thực hiện Đề án tái tạo Văn hóa Petrovietnam tại VNPOLY trong thời gian qua cơ bản đã bám sát và đạt kế hoạch đã đề ra:

• **Nội dung 1:** *VNPOLY đã đưa nội dung thực hiện VHDN vào Thỏa ước lao động tập thể của Công ty.*

• **Nội dung 2:** *VNPOLY tiếp tục rà soát các quy chế, quy định trong xử lý, giải quyết công việc, công tác thi đua, khen thưởng để hoàn thiện làm căn cứ xây dựng văn hóa thực thi công việc, tính tuân thủ và hiệu quả.*

• **Nội dung 3:** Việc triển khai, phổ biến và đào tạo cho CBCNV mới tuyển dụng Quy định VHDN của VNPOLY, đào tạo nhắc lại cho toàn thể CBCNV được thực hiện thường xuyên, hằng tháng.

• **Nội dung 4:** Việc tổ chức tuyên truyền, phổ biến số tay văn hóa Petrovietnam và VNPOLY đến toàn thể CBCNV thông qua văn hóa đứng giờ, văn hóa hội họp, văn hóa thực thi công việc, văn hóa ứng dụng công nghệ thông tin, văn hóa hiệu quả: được thực hiện thường xuyên, hằng tháng bằng hình thức truyền thông nội bộ và đào tạo VHDN cho nhân sự mới.

• **Nội dung 5:** Đã xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu VNPOLY cơ bản hoàn thành trong điều kiện nguồn chi phí hạn chế bằng cách xây dựng các form mẫu chuẩn mực như: logo, email, túi xách, name card, phong bì thư, quần áo bảo hộ lao động, xe ô tô đưa đón CBCNV Công ty...

• **Nội dung 6:** Công ty tiếp lỏng ghép phong trào thực hiện 5S nơi làm việc như một phần của xây dựng VHDN. Không gian làm việc của khối văn phòng, nhà xưởng trong toàn Công ty được sắp xếp khoa học, ngăn nắp, gọn gàng và có tính thẩm mỹ hơn.

• **Nội dung 7:** Về công tác đào tạo tại VNPOLY: Trong 8 tháng đầu năm 2022, các phòng/đơn vị thường xuyên, tích cực tổ chức đào tạo nội bộ, thúc đẩy tinh thần tự học, tự đào tạo. Đồng thời, Công ty đang tích cực triển khai các khóa đào tạo để nâng cao năng lực chuyên môn, văn hóa cho CBCNV.

• **Nội dung 8:** Phát huy vai trò của các tổ chức đoàn thể, chính quyền Công ty đã phối hợp cùng Công đoàn, Đoàn Thanh niên, Ban Nữ công tổ chức các hoạt động có ý nghĩa nhằm phát huy tinh thần đoàn kết, chia sẻ trong CBCNV như: Chăm lo Tết Nguyên đán cho CBCNV; tọa đàm nhân ngày Quốc tế Phụ nữ 8/3; chương trình hưởng ứng Tuần lễ áo dài Việt Nam của nữ CBCNV; tích cực tham gia Giải Chạy bộ online Xuân Dầu khí năm 2022; phát động phong trào thi đua “60 ngày đêm kiểm tra, đánh giá thiết bị tiến tới vận hành toàn bộ Nhà máy; Hưởng ứng tháng Công nhân và tháng hành động về An toàn, vệ sinh lao động năm 2022; Hưởng ứng phát động phong trào thi đua 01 triệu sáng kiến, nỗ lực vượt khó, sáng tạo, quyết tâm chiến thắng đại dịch Covid-19”; tổ chức Giải Bóng đá nam VNPOLY; tổ chức hoạt động về nguồn năm 2022 cho người lao động; tổ chức dâng hương, dâng hoa tại nghĩa trang liệt sĩ dịp kỷ niệm Ngày Thương binh Liệt sĩ; tổ chức chương trình hiến máu tình nguyện; tích cực hưởng ứng Tuần lễ văn hóa Dầu khí và tham gia hội thao ngành Dầu khí năm 2022 ...

• **Nội dung 9:** Các hình thức khen thưởng, vinh danh phù hợp cho các tập thể, cá nhân thực hiện tốt và phê bình các tập thể, cá nhân không thực hiện đúng theo quy định: được VNPOLY thực hiện thường xuyên.

- Kết quả triển khai, áp dụng thực hiện công văn số 4371/DKVN-TT&VHDN

ngày 02/8/2021 của Tổng Giám đốc Tập đoàn về thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả”:

- Theo chỉ đạo của Đảng ủy Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam, Đảng bộ VNPOLY đã tổ chức sinh hoạt chuyên đề “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả” vào tháng 10/2021. Từ đó đến nay, các cán bộ đảng viên của VNPOLY luôn nghiêm túc áp dụng các nội dung của phương châm hành động trong công tác quản trị, điều hành, lao động sản xuất, học tập tạo nên môi trường làm việc kết nối, minh bạch, chuyên nghiệp, vừa đề cao tính tuân thủ vừa sáng tạo và nghĩa tình.

- Ngày 09/3/2022, Đảng ủy VNPOLY đã ban hành Nghị quyết số 08-NQ/ĐU về lãnh đạo thực hiện nhiệm vụ công tác năm 2022 với mục tiêu thực hiện thắng lợi nhiệm vụ mà Đảng ủy Tập đoàn, Hội đồng thành viên Tập đoàn giao; năm 2022, Đảng ủy VNPOLY tiếp tục phương châm hành động “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả” với quyết tâm năm 2022 phải đạt nhiều thành tích và tiến bộ hơn năm 2021.

#### **IV. ĐÁNH GIÁ CHUNG:**

Việc thực hiện công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp tại VNPOLY trong thời gian qua cơ bản đã bám sát chỉ đạo của Tập đoàn và đạt kế hoạch đã đề ra. Công tác truyền thông có trọng tâm, trọng điểm, được triển khai đồng bộ, xuyên suốt trong toàn Công ty với các phương thức đa dạng với nét mới là đẩy mạnh truyền thông nội bộ, liên kết chặt chẽ với truyền thông Tập đoàn và các cơ quan báo chí.

Các hoạt động truyền thông và tái tạo văn hóa Petrovietnam được lồng ghép thực hiện gắn với các mục tiêu SXKD của đơn vị.

Bên cạnh đó, việc thực hiện công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp tại VNPOLY còn một số tồn tại: Chưa phát huy hiệu quả tối đa của các kênh truyền thông; việc rà soát, phát hiện thông tin bất lợi gây ảnh hưởng đến hình ảnh Công ty còn hạn chế...

#### **V. KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT:**

Hiện tại, VNPOLY đang từng bước vận hành toàn bộ Nhà máy nên còn gặp nhiều khó khăn, đồng thời chất lượng đội ngũ làm công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp cần được nâng cao, kính đề nghị Tập đoàn tạo điều kiện hỗ trợ khóa đào tạo cho cán bộ phụ trách về công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp tại VNPOLY được tham gia khóa học đào tạo nâng cao chuyên môn, nghiệp vụ.

Trân trọng./.

# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Công ty Cổ phần PVI)*

## I. CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO

- Xác định rõ tính cấp thiết và tầm quan trọng của NQ 281-NQ/ĐU ngày 15/05/2019 của ĐU PVN về công tác TT&VHDN, Kế hoạch số 3623/KH-DKVN ngày 03/07/2019 của Tổng giám đốc Tập đoàn về triển khai thực hiện công tác TT&VHDN, Ban Lãnh đạo Công ty Cổ phần PVI (“PVI”) chỉ đạo hệ thống triển khai thực hiện nghị quyết, trong đó nổi bật là triển khai sâu rộng đợt sinh hoạt chính trị thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết-Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả”. Hằng năm, tổ chức Hội nghị Người lao động để tuyên truyền nâng cao nhận thức cho CBNV...

## II. PHƯƠNG PHÁP TRIỂN KHAI

Triển khai đồng bộ, thống nhất trong toàn hệ thống PVI.

## III. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI

1. Kết quả trong công tác truyền thông và quan hệ công chúng: đánh giá kết quả trên các mặt truyền thông nội bộ, truyền thông công chúng; truyền thông quốc tế theo các nội dung của Kế hoạch 3623/KH-DKVN

- Về nhân sự, nguồn lực truyền thông: Nhân sự, nguồn lực phụ trách truyền thông đảm bảo khối lượng công việc liên tục trong công tác truyền thông tại PVI.

- Các công cụ truyền thông: Tập trung truyền thông nội bộ bao gồm điểm báo tin hằng ngày, bản tin đến các công ty con. Ngoài ra, truyền thông công chúng cũng được chú trọng: duy trì làm việc với các cơ quan báo chí và phóng viên nhằm phối hợp, quảng bá thương hiệu hình ảnh của PVI đến công chúng. Kịp thời nắm bắt và xử lý các sự cố/khủng hoảng truyền thông, giảm thiểu các tin tức xấu ảnh hưởng đến hình ảnh của PVI và các công ty con.

- Công tác quản trị thông tin: PVI chú trọng công tác quản trị thông tin, sử dụng hiệu quả website để đưa thông tin tới độc giả, khách hàng và công bố các thông tin theo luật định. PVI thường xuyên rà soát, cập nhật, thực hiện đầy đủ và đúng hạn các yêu cầu công bố thông tin theo quy định của Luật Doanh nghiệp, Luật Chứng khoán và pháp luật có liên quan; quy định của các cơ quan quản lý như UBCKNN, Sở giao dịch chứng khoán HNX, Trung tâm lưu ký chứng khoán Việt Nam (VSD) về phát hành định kỳ báo cáo thường niên, báo cáo tài chính và công bố những thông tin khác liên quan đến hoạt động kinh doanh, quản trị doanh nghiệp.

## **2. Kết quả trong công tác xây dựng văn hóa doanh nghiệp**

- Việc triển khai thực hiện 09 nội dung của Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 về triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam.

Việc triển khai thực hiện 09 nội dung của Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 về triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam đã và đang được chú trọng và đẩy mạnh tại PVI với một số hoạt động nổi bật, cụ thể như sau:

+ Tiếp tục duy trì tổ chức các buổi đối thoại định kỳ, các hoạt động teambuilding để tăng cường gắn kết, lắng nghe, chia sẻ với người lao động.

+ Ban hành Quy chế phản ứng gian lận nội bộ và hoàn thiện một số quy định/quy chế khác. Hoàn thiện việc sửa đổi, bổ sung Quy chế ứng xử PVI và thực hiện phổ biến, hướng dẫn rộng rãi tới toàn thể cán bộ, nhân viên đồng thời ký cam kết nghiêm túc triển khai thực hiện cũng như có cơ chế thực hiện báo cáo tình hình triển khai hàng quý. Hoàn thiện việc sửa đổi, bổ sung Điều lệ và Quy chế nội bộ về quản trị PVI để phù hợp với pháp luật hiện hành và thông lệ quản trị tốt trên thế giới.

+ Tiếp tục phổ biến nội dung của Sổ tay văn hóa PVI để xây dựng các giá trị văn hóa làm chuẩn mực để CBNV PVI thực hiện.

+ Thực hiện thường xuyên công tác tuyên truyền, vận động, phổ biến sâu rộng từ các cấp ủy, lãnh đạo, tổ chức đoàn thể trong hệ thống PVI đến mỗi CBNV quy định và các giá trị văn hóa của PVI. Đảm bảo mỗi CBNV hiểu rõ vai trò của văn hóa doanh nghiệp nói chung và Văn hóa Petrovietnam nói riêng đối với bản thân cũng như sự phát triển bền vững của PVI và Tập đoàn.

+ Tiếp tục hoàn thiện hệ thống nhận diện thương hiệu thống nhất với thương hiệu PVN đồng thời xây dựng thương hiệu riêng của PVI phù hợp với nét văn hóa đặc trưng của doanh nghiệp tài chính bảo hiểm và sử dụng thống nhất nhãn hiệu PVI trên các văn phòng phẩm, ấn phẩm như: Bằng khen, Giấy khen, Báo cáo thường niên, Lịch treo tường, lịch để bàn nhằm nâng cao tính nhận diện thương hiệu.

+ Thực hiện xây dựng văn phòng theo hướng môi trường làm việc thân thiện, chỉnh trang, sắp xếp vị trí làm việc cho người lao động và sinh hoạt chung luôn được bố trí ngăn nắp, gọn gàng, khoa học.

+ Công tác đào tạo tiếp tục triển khai đảm bảo theo kế hoạch đề ra. Bên cạnh các khóa đào tạo về năng lực chuyên môn, PVI cũng tích cực thực hiện các khóa đào tạo nội bộ về nâng cao năng lực văn hóa, năng lực lãnh đạo và các kỹ năng bổ trợ khác cũng như tích cực tham dự, giao lưu học hỏi các đơn vị trong và ngoài ngành. Một số khóa học đã thực hiện như: Cập nhật các quy định mới về công tác tài chính kế toán, Cập nhật các quy định mới về công tác tổ chức nhân sự, tiền lương, Đào tạo hội nhập bảo hiểm PVI, Đào tạo Phương pháp phát hiện gian lận báo cáo tài chính...

+ PVI tiếp tục phát động, tổ chức các phong trào thi đua hàng tháng, hàng quý như: Thi đua về đích sớm, hoàn thành kế hoạch kinh doanh trước thời hạn đối với các tập thể; Tập thể xuất sắc Quý II/2022 và một số hình thức khen thưởng khác đối với tập thể và cá nhân trong toàn hệ thống PVI. Đồng thời, chương trình an sinh xã hội kết hợp teambuilding tại Mộc Châu tổ chức vào tháng 5/2022 đã lan tỏa yêu thương, giúp đỡ những hoàn cảnh khó khăn đồng thời tăng cường sự gắn kết, chia sẻ giữa CBNV PVI.

- Kết quả triển khai, áp dụng thực hiện Công văn 4371/DKVN-TT&VHDN ngày 02/08/2021 của Tổng giám đốc Tập đoàn về thực hiện phương châm và hành động “ Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả”.

Tại PVI, các đơn vị trực thuộc tiếp tục triển khai các hoạt động với phương châm hành động “Đoàn kết – kỷ cương- sáng tạo – hiệu quả” đã được tổ chức sinh hoạt thành chuyên đề với hình thức trực tiếp và trực tuyến. Tại các buổi sinh hoạt theo nội dung chuyên đề được trình bày đầy đủ, chi tiết sát với thực tế giúp cho cán bộ, Đảng viên hiểu rõ hơn nội dung của phương châm hành động trong công tác quản trị, điều hành, hoạt động kinh doanh tại PVI và của mỗi đơn vị, tạo nên môi trường làm việc chuyên nghiệp, minh bạch; cũng trong nội dung sinh hoạt 100% chi bộ đã phổ biến, quán triệt nội dung Chỉ thị 228/CT-DKVN ngày 10/8/2021 của Tập đoàn về ý thức trách nhiệm các cán bộ, nhân viên và người lao động Dầu khí khi tham gia mạng xã hội. Đối với tổ chức Công đoàn hưởng ứng phong trào 01 triệu sáng kiến do Tổng LĐLĐ Việt Nam và Công đoàn Dầu khí Việt Nam phát động, các cấp Công đoàn đã triển khai sâu rộng cho đoàn viên công đoàn, người lao động tham gia hưởng ứng, góp phần tích cực cho hoạt động kinh doanh, xây dựng phong cách làm việc sáng tạo, hiệu quả và xây dựng môi trường văn hóa lành mạnh, văn minh.

- Kế hoạch xây dựng thực hiện hệ thống nhận diện thương hiệu của đơn vị thống nhất theo nhãn hiệu mới của Petrovietnam

Tiếp tục hoàn thiện hệ thống nhận diện thương hiệu thống nhất với nhãn hiệu mới của PVN đồng thời xây dựng thương hiệu riêng của PVI phù hợp với nét văn hóa đặc trưng của doanh nghiệp tài chính bảo hiểm.

## **IV. ĐÁNH GIÁ CHUNG**

### **1. Điểm mới, sáng tạo trong triển khai**

Công tác truyền thông có tính trọng tâm, trọng điểm, được triển khai đồng bộ, sâu rộng, xuyên suốt; các phương thức truyền thông phong phú, đa dạng. Nét mới trong việc triển khai Nghị quyết là tính đồng bộ trong toàn hệ thống, đẩy mạnh truyền thông nội bộ, liên kết chặt chẽ với các cơ quan quản lý báo chí và cơ quan báo chí.

## **2. Tồn tại, vướng mắc**

- Nhiều nhiệm vụ truyền thông đột xuất, phát sinh đòi hỏi phải xử lý trong thời gian ngắn trong khi số lượng cán bộ truyền thông còn ít nên ảnh hưởng đến thời gian xử lý công việc truyền thông nói chung.

- Công tác tập huấn cán bộ, tổ chức các hoạt động giao lưu, trao đổi về công tác văn hóa doanh nghiệp chưa được diễn ra thường xuyên.

## **3. Nguyên nhân**

Số lượng cán bộ làm công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp còn ít, cần được bổ sung trong thời gian tới.

## **4. Kinh nghiệm trong triển khai công tác TT&VHDN**

- Tăng cường tổ chức các buổi tuyên truyền, gặp gỡ, tập huấn nhằm nâng cao kiến thức cho đội ngũ cán bộ làm công tác TT&VHDN tại PVI.

- Việc chỉ đạo, hướng dẫn, tháo gỡ vướng mắc kịp thời của Ban lãnh đạo trong quá trình triển khai đảm bảo công việc diễn ra liên tục, liền mạch.

- Tiếp tục tuyên dương, khen thưởng đột xuất kịp thời, xứng đáng các tập thể, cá nhân có cách làm hay trong triển khai và tổ chức thực hiện tại PVI và các đơn vị thành viên.

## **V. KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT**

PVI kính đề nghị Tập đoàn cho phép PVI và Bảo hiểm PVI tiếp tục sử dụng nhãn hiệu của Tập đoàn.

# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

*(Tổng công ty Tư vấn Thiết kế Dầu khí)*

**Kính thưa các đồng chí Lãnh đạo Tập đoàn Dầu khí Việt Nam!**

**Kính thưa toàn thể Hội nghị!**

Thực hiện theo Nghị quyết 281-NQ/ĐU ngày 15/5/2019 của Đảng ủy Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam về công tác Truyền thông và Văn hóa Doanh nghiệp, Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 của Tập đoàn về triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam, Tổng công ty Tư vấn Thiết kế Dầu khí đánh giá kết quả triển khai, thực hiện văn hóa doanh nghiệp tại PVE thời gian qua, cụ thể như sau:

## **I. CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO:**

- Căn cứ Nghị quyết 281-NQ/ĐU ngày 15/5/2019 của Đảng ủy Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam về công tác Truyền thông và Văn hóa Doanh nghiệp, tại cuộc họp Đảng đảng bộ mở rộng quý 1/2021 Đảng ủy PVE đã quán triệt về việc triển khai đề án tái tạo văn hóa của Tập đoàn, triển khai kế hoạch tái tạo văn hóa PVE thực hiện giai đoạn 2021 -2023. Qua đó đã ban hành kế hoạch triển khai văn hóa PVE.

- Ban hành Quyết định Thành lập Ban Chỉ đạo tái tạo Văn hóa PV Engineering trên cơ sở kiện toàn Ban Xây dựng văn hóa PVE 2012 để thực hiện kế hoạch tái tạo văn hóa PVE. Phân công cán bộ phụ trách công tác tuyên giáo đảng ủy Tổng công ty, Phòng truyền thông của Tổng công ty theo dõi tham mưu cho Đảng ủy, Ban lãnh đạo TCT và Ban Chỉ đạo tái tạo văn hóa theo dõi, báo cáo công tác triển khai trong toàn TCT.

- Đầu năm 2022 Đảng ủy Tổng công ty ban hành Nghị quyết số 281 – NQ/ĐU ngày 15/2/2022 về thực hiện các nhiệm vụ trọng tâm chỉ đạo trong năm 2022, trong đó nội dung triển khai Kế hoạch tái tạo văn hóa PVE là một trong các nhiệm vụ trọng tâm được đặt ra trong công tác chỉ đạo chung của toàn Đảng bộ.

## **II. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI, THỰC HIỆN:**

### **1. Kết quả trong công tác truyền thông và quan hệ công chúng:**

- Về nhân sự, nguồn lực truyền thông:

- Đảng ủy PVE có quyết định phân công nhiệm vụ các Ủy viên BCH Đảng bộ, trong đó có 02 Ủy viên phụ trách công tác tuyên giáo của Đảng ủy nói chung và công tác văn hóa của PVE.



- PVE có phòng truyền thông thực hiện các nhiệm vụ truyền thông trong toàn Tổng công ty thực hiện các công tác truyền thông để công chúng thông qua website, quan hệ với báo Petrotime và các báo doanh nghiệp để thông tin về đơn vị. Bên cạnh đó truyền thông nội bộ PVE qua website, trang Fanpage và hệ thống email nội bộ; hệ thống IT nội bộ qua màn hình Desktop và hệ thống loa phát thanh nội bộ của PVE,...

- Về nhân lực trước 2022 phòng truyền thông có 02 nhân sự, hiện tại PVE đã có Quyết định kiện toàn, sáp nhập Phòng truyền thông và phòng IT thành phòng truyền thông IT để phát huy tối đa nguồn lực thực hiện công tác truyền thông, văn hóa doanh nghiệp, nhân sự sau kiện toàn có 04 người.

- Về công cụ truyền thông:

- Chủ yếu thông qua website, trang Fanpage, hệ thống email nội bộ, phát thanh qua loa nội bộ và các group Zalo, Skype...

- Công tác quản trị thông tin:

- PVE trên cơ sở chịu trách nhiệm chính về việc tiếp nhận, thu thập thông tin từ trong, ngoài PVE để có báo cáo về lãnh đạo Ban, hiện tại Phòng Truyền thông IT thuộc Ban Tổ chức Hành chính để Lãnh đạo Ban xử lý báo cáo Ban Tổng giám đốc và bộ phận phụ trách công tác Tuyên giáo Đảng ủy để có chỉ đạo xử lý kịp thời đối với các thông tin mới; trong đó có kịch bản xử lý đối với khủng hoảng thông tin truyền thông.

- Hiện PVE đã hoàn thiện và ban hành lại Quy chế quản lý Website, đăng thông tin trên Website của PVE.

- PVE đang chọn đối tác để hiệu chỉnh lại giao diện của website PVE, đồng thời đã ký kết hợp đồng với đơn vị tư vấn FPTSS để cung cấp cổng thông tin liên quan đến quan hệ doanh nghiệp.

## **2. Kết quả trong công tác xây dựng, tái tạo văn hóa doanh nghiệp:**

### ***2.1. Kết quả triển khai theo 09 theo Kế hoạch 5799/KH-DKVN ngày 27/11/ của Tập đoàn:***

**Nội dung 1:** *Đưa nội dung thực hiện VHDN vào thỏa ước lao động tập thể, các quy định của đơn vị, có sự cam kết song phương giữa người sử dụng lao động và người lao động về thực hiện VHDN tại hội nghị người lao động năm 2021:*

- Từ trước năm 2020 chuẩn mực văn hóa PVE đã được triển khai, cụ thể hóa vào thỏa ước lao động, trong đó văn hóa trong đó có giá trị cốt lõi trí tuệ - chuyên nghiệp – hiệu quả và văn hóa năng động – tự hoàn thiện mình, thực hiện theo tinh thần Nghị quyết của Đảng ủy Tổng Công ty nhiệm kỳ 2020-2025.

Trên tinh thần kế hoạch tái tạo văn hóa Tập đoàn, Đảng ủy chỉ đạo lồng ghép

tinh thần “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả” trong triển khai văn hóa PVE tại kỳ họp BCH đảng bộ quý 2/2021.

**Nội dung 2:** *Tổng hợp, rà soát hoàn thiện các quy chế, quy định trong xử lý, giải quyết công việc thành bộ quy chế quản trị làm căn cứ xây dựng văn hóa thực thi công việc, tính tuân thủ và hiệu quả.:*

- Trên tinh thần kế hoạch tái tạo văn hóa PVE, tất cả cán bộ nhân viên được quán triệt về các tiêu chí đánh giá hiệu quả công việc tại Khối Văn phòng, tại công trường Long Sơn và tại các dự án PVE có nhân sự PVE tham gia.

- Tổ chức rà soát tổng thể hệ thống quy chế, quy định, quy trình đã và đang sử dụng để cập nhật, điều chỉnh, xây dựng mới năm 2021, 2022 theo các quy định mới của Luật doanh nghiệp 2020 và phù hợp với tình hình mới của PVE, trong đó có việc ứng phó với tình hình đại dịch covid, cách thức làm việc mới, làm việc trực tuyến (online)

- Về cơ bản các Phòng ban, đơn vị đã thích ứng với việc triển khai hình thức online để hoàn thành các nhiệm vụ được giao.

**Nội dung 3:** *Xác định các quy định, các giá trị văn hóa của đơn vị làm chuẩn mực để CBCNV, NLD thực hiện: căn cứ Cẩm nang văn hóa dầu khí, các đơn vị hệ thống lại, hoàn thiện, sửa đổi, bổ sung, xây dựng mới:*

- Hiện PVE đã ban hành Quyết định hệ giá trị cốt lõi, kèm theo hệ thống chuẩn mực văn hóa PVE, Ban hành sổ tay văn hóa PVE, triển khai đến toàn bộ nhân sự, bên cạnh đó là một trong các tiêu chí đào tạo nhập môn cho nhân sự mới khi được tuyển dụng.

- Đã ban hành Quyết định kiện toàn ban Chỉ đạo tái tạo văn hóa PVE đầu năm 2022 và tiếp tục lại kiện toàn sau Đại hội cổ đông thường niên PVE 2021, 2022 trên cơ sở Nghị quyết, quyết định của Đảng ủy, Hội đồng quản trị, Tổng giám đốc về tái cấu trúc toàn bộ Tổng công ty, các đơn vị thành viên vào đầu tháng 8/2022.

**Nội dung 4:** *Tổ chức tuyên truyền, phổ biến bằng các công cụ truyền thông, tăng cường tuyên truyền trực quan về những quy định, các giá trị văn hóa của đơn vị đến CBCNV biết và hiểu để nâng cao nhận thức, ý thức trong việc thực hiện các giá trị chung.*

- Ngoài việc ban hành kế hoạch triển khai, PVE tuyên truyền các giá trị văn hóa PVE thông qua hình thức lồng ghép giao ban định kỳ của Tổng Công ty, quán triệt trong toàn hệ thống trong các kỳ sơ kết 3 tháng, 6 tháng, 9 tháng; mặt khác lồng ghép trong quá trình triển khai các hoạt động của Đảng, Đoàn thể dựa trên các giá trị cốt lõi. Cụ thể giai đoạn 2021 – 2022 tập trung vào giá trị “Chúng ta năng động – chúng ta tự hoàn thiện, hoài bão, khát vọng” và chuẩn mực đạo đức trách nhiệm với công việc, phát động văn hóa tự học.

**Nội dung 5:** *Xây dựng, hoàn thiện Hệ thống nhận diện thương hiệu và sử dụng thống nhất, đúng quy định thể hiện thông qua hệ thống cơ sở vật chất, văn phòng phẩm, ấn phẩm, sản phẩm... đáp ứng công việc, hoạt động đều mang dấu ấn văn hóa*

- Hệ thống nhận diện thương hiệu PVE đã được triển khai cụ thể trong kế hoạch triển khai văn hóa 2018, trong đó xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu từ văn bản giấy đến hệ thống văn bản điện tử, qua đồng phục; lồng ghép hình ảnh PVE qua các hoạt động teambuilding trong nước và nước ngoài giai đoạn triển khai dự án Rapid Malaysia, và các chương trình teambuilding trong nước, qua đó được các nhà thầu nước ngoài đánh giá cao về văn hóa PVE.

- Hiện PVE đã có kết luận của Đảng ủy tại cuộc họp BCH Đảng bộ mở rộng quý I,II/2022 và kết luận các cuộc họp sơ kết các quý của Tổng công ty chỉ đạo việc hoàn thiện hệ thống nhận diện thương hiệu của Tổng công ty và các đơn vị thành viên trên cơ sở các điều chỉnh về nhận diện thương hiệu của PVN.

**Nội dung 6:** *Chỉnh trang, sắp xếp vị trí làm việc của CBCNV, NLD thân thiện, hiện đại, khoa học; áp dụng, thực hiện mô hình 5S tại văn phòng, nhà máy, công trình dầu khí; đổi mới hình ảnh, không gian làm việc, tạo nét riêng biệt của từng bộ phận*

- Kế hoạch triển khai văn hóa PVE 2021 và đầu năm 2022 dựa trên tình hình thực tế PVE trong giai đoạn khó khăn về tài chính và dịch bệnh covid kéo dài, trong đó đã quán triệt tinh thần tinh gọn, hiệu quả trong việc sắp xếp lại khu vực làm việc, tiết kiệm diện tích, sắp xếp lại khu vực làm việc, lưu trữ tài liệu..., trong đó tiêu chí 5S được đưa ra là tiêu chí chung trong thực hiện công việc, tiêu chí này thường xuyên được kiểm tra qua việc rà soát hệ thống ISO của Tổng Công ty.

**Nội dung 7:** *Lựa chọn, tổ chức các khóa tập huấn, đào tạo cho toàn thể CBCNV theo mô hình phát triển năng lực: năng lực chuyên môn, năng lực văn hóa, năng lực lãnh đạo, các kỹ năng bổ trợ (như chương trình 07 thói quen hiệu quả, văn hóa đáng tin...) phù hợp với yêu cầu của đơn vị. Xây dựng văn hóa học tập, hướng đến một tổ chức học tập bằng cách thúc đẩy tinh thần tự học, tự đào tạo, tăng cường đào tạo nội bộ trong CBCNV.*

- Do tình hình dịch bệnh, chỉ triển khai qua hệ thống văn bản, chưa tổ chức được khóa tập huấn nào trong năm 2022

**Nội dung 8:** *Phát huy vai trò của các tổ chức đoàn thể, tổ chức các hoạt động sinh hoạt tập thể nhằm gắn kết, chia sẻ giữa CBCNV thông qua các hình thức: teambuilding, ngày hội gia đình, chương trình đối thoại, tọa đàm giữa lãnh đạo và CBCNV, tổ chức các cuộc thi, các hoạt động giao lưu thể thao, văn hóa, văn nghệ...*

- Tại PVE các hoạt động văn hóa được lồng ghép thông qua các hoạt động

Đoàn thể, trong đó tất cả các hoạt động của Công đoàn, Đoàn Thành niên, Hội cựu chiến binh đều lồng ghép các giá trị cốt lõi văn hóa PVE, trên tinh thần đoàn kết, cùng vì mục đích chung, cùng PVE vượt qua giai đoạn khó khăn, mỗi cá nhân cùng nỗ lực, hoàn thiện mình.

**Nội dung 9:** *Có hình thức khen thưởng, vinh danh phù hợp cho các tập thể, cá nhân thực hiện tốt; phê bình, xử phạt các tập thể, cá nhân không thực hiện theo đúng quy định.*

- Ngoài việc đánh giá khen thưởng cá nhân, tập thể hàng năm, PVE đánh giá khen thưởng đột xuất đối với các tập thể, cá nhân hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ trong năm

- Có đánh giá, phê bình các tập thể, cá nhân chưa hoàn thành nhiệm vụ, tuy nhiên chưa áp dụng các hình thức xử phạt cụ thể nào, chỉ đánh giá hiệu quả công việc và điều chỉnh hệ số thưởng năng suất làm cơ sở tính lương.

**2.2. Kết quả triển khai thực hiện công văn 4371/DKVN-TT&VHDN ngày 02/8/2021 với phương châm hành động “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả”**

- Trên tinh thần vượt qua khó khăn của PVE cùng với tác động kép của dịch covid 19, toàn thể cán bộ, nhân viên năm 2021 và 6 tháng đầu năm 2022 đồng lòng, đoàn kết, các nhiệm vụ triển khai từ các dự án trực tiếp tại công trường Long Sơn, Nghi Sơn, Sông Hậu..hay các dự án thiết kế tại TCT như Thiết kế Feed dự án Kinh ngư trắng, Đại Hùng...đều hoàn thành, cán bộ nhân viên từng bước ý thức trách nhiệm dù là làm việc trực tiếp hay công việc trực tuyến tại nhà.

- PVE đã nhanh chóng hoàn thành đánh giá đầu tư phần mềm quản lý Base áp dụng hoàn thiện triển khai, qua đó cho phép đánh giá hiệu quả công việc trong tình hình mới, dù làm việc trực tuyến hay trực tiếp tại Tổng công ty.

- Qua công tác tái cấu trúc lại toàn bộ doanh nghiệp, áp dụng phần mềm quản lý Base và công tác quán triệt tinh thần vượt khó, hiện tại PVE đã ổn định đi vào nề nếp và hiệu quả trong công việc.

### **III. ĐÁNH GIÁ CHUNG**

Trong năm 2021 và 8 tháng đầu năm 2022 trước bối cảnh dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp, PVE vẫn duy trì công tác chỉ đạo hoàn thành nhiệm vụ sản xuất kinh doanh, trong đó thực hiện hiệu quả các dự án thiết kế, thi công tại dự án Long Sơn và các phần việc dự án về tư vấn thiết kế (Kinh Ngư Trắng, Đại Hùng,...) và các dự án khác PVE đang tham gia.

#### **1. Điểm mới, sáng tạo trong triển khai:**

- Trên tinh thần Nghị quyết chỉ đạo của Đảng ủy PVE, Kế hoạch triển khai của Tổng giám đốc PVE, các nội dung về triển khai kế hoạch tái tạo Văn hóa PVN nói

chung và văn hóa PVE thường xuyên được lồng ghép trong các kỳ họp Đảng ủy mở rộng, các kỳ họp giao ban, sơ kết 3 tháng, 6 tháng, 9 tháng của Tổng công ty để quán triệt chỉ đạo thực hiện.

- Thông qua các phương tiện truyền thông để truyền thông nội bộ, qua hệ thống email, hệ thống màn hình desktop và hệ thống phát thanh nội bộ để truyền tải thông tin về tái tạo và xây dựng văn hóa ngành, văn hóa đơn vị.

- Việt sáp nhập Phòng truyền thông thuộc Ban Kinh tế Hợp đồng và Phòng IT thuộc Trung tâm Tư vấn Thiết kế về Ban Tổ chức Hành chính Tổng công ty đổi tên thành Phòng Truyền thông IT là giải pháp hiệu quả để phát huy vai trò truyền thông, thông tin để kịp thời xử lý về truyền thông và triển khai Văn hóa PVE.

## **2. Tồn tại vướng mắc, nguyên nhân:**

Bên cạnh các kết quả đạt được, công tác triển khai văn hóa doanh nghiệp tại PVE còn một số điểm cần lưu ý:

- Lãnh đạo/người đứng đầu một số đơn vị, bộ phận chưa quan tâm đúng mức đến công tác triển khai văn hóa doanh nghiệp; một phần do tác động dịch bệnh, khó khăn tài chính nên các hoạt động bề nổi cụ thể đã tạm hoãn tổ chức.

- Một số cán bộ, người lao động chưa nhiệt tình thực hiện triển khai văn hóa doanh nghiệp, chưa tự ý thức trong hoàn thiện bản thân trong thực hiện nhiệm vụ được giao.

- Hệ thống nhận diện thương hiệu chưa được thực hiện đúng theo Nghị quyết và Kế hoạch đã triển khai vì lý do khó khăn về tài chính và công tác tái cấu trúc tổng thể giai đoạn qua.

## **IV. ĐỀ XUẤT KIẾN NGHỊ**

- Trên cơ sở bộ nhận diện thương hiệu của PVN, PVE xin được hỗ trợ các form mẫu chi tiết để tham khảo và hiệu chỉnh, sử dụng cho PVE.

Trân trọng./.

# THAM LUẬN TẠI HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

## *(Ban Quản lý Dự án Điện lực Dầu khí Thái Bình 2)*

Thực hiện chỉ đạo của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam tại Công văn số 4892/DKVN-TT&VHDN ngày 29/8/2022 về việc tham dự Hội nghị công tác TT&VHDN lần thứ II-2022, Ban Quản lý Dự án Điện lực Dầu khí Thái Bình 2 kính báo cáo Tập đoàn nội dung tham luận như sau:

### I. CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO

Các cấp ủy đảng đã quán triệt tới toàn thể cán bộ, đảng viên, người lao động trong đơn vị về tầm quan trọng, mục đích yêu cầu và nội dung kế hoạch triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam.

### II. PHƯƠNG PHÁP TRIỂN KHAI

Bổ trí, phân công cán bộ phụ trách công tác văn hóa doanh nghiệp của đơn vị; thường xuyên giữ mối liên hệ với Tập đoàn (Ban TT&VHDN) để được hướng dẫn và cập nhật các văn bản triển khai đề án tái tạo VHDN.

### III. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI (VỀ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ CÔNG TÁC XÂY DỰNG VHDN)

**1. Kết quả triển khai theo 09 nội dung (trong kế hoạch 5799) của Tập đoàn cụ thể như sau:**

**Về nội dung 1:** Ban QLDA đã đưa nội dung thực hiện VHDN vào thỏa ước lao động tập thể, có sự cam kết song phương giữa người sử dụng lao động và người lao động về thực hiện VHDN (thực hiện tại hội nghị người lao động năm 2021).

**Về nội dung 2 và 3:** Ban QLDA đã tiến hành tổng hợp, rà soát hoàn thiện các quy chế, quy định trong xử lý, giải quyết công việc; xác định các quy định, các giá trị văn hóa của đơn vị làm chuẩn mực để CBCNV, NLĐ thực hiện. Các văn bản đơn vị đã ban hành bao gồm:

- Thỏa ước lao động tập thể (cập nhật nội dung thực hiện VHDN).
- Quy định đánh giá hệ số hoàn thành nhiệm vụ (gắn liền với thực hiện phương châm hành động "Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả").

**Về nội dung 4:** Ban QLDA đã tổ chức tuyên truyền, phổ biến bằng các công cụ truyền thông, tăng cường tuyên truyền trực quan về những quy định, các giá trị văn hóa của đơn vị đến CBCNV biết và hiểu để nâng cao nhận thức, ý thức trong việc thực hiện các giá trị chung, thông qua các hình thức tuyên truyền:

- Triển khai treo các băng-zon/biểu ngữ với khẩu hiệu "Một đội ngũ – Một mục tiêu" (One Team – One Goal), mang ý nghĩa thể hiện sự phối hợp, đoàn kết một lòng, quyết tâm đẩy nhanh tiến độ hoàn thành dự án.

- Trang bị đồng hồ đếm ngược của mốc hoàn thành dự án, để hàng ngày thúc giục mỗi người cần có trách nhiệm với công việc của mình, không để thời gian trôi qua một cách lãng phí;

- Trang bị thiết bị flycam để ghi lại các hình ảnh thay đổi hàng ngày trên công trường, đồng thời hỗ trợ giám sát công việc trên công trường dự án...

**Về nội dung 5:** *Xây dựng, hoàn thiện Hệ thống nhận diện thương hiệu và sử dụng thống nhất, đúng quy định thể hiện thông qua hệ thống cơ sở vật chất, văn phòng phẩm, ấn phẩm, sản phẩm... đáp ứng công việc, hoạt động đều mang dấu ấn văn hóa:*

Ban QLDA đã triển khai hệ thống nhận diện thương hiệu thông qua việc sử dụng logo Petrovietnam (được in ấn trên mũ, quần áo bảo hộ, namecard, bì thư ...).

**Về nội dung 6:** *Chỉnh trang, sắp xếp vị trí làm việc của CBCNV, NLD thân thiện, hiện đại, khoa học; ban hành triển khai thực hiện mô hình 5S tại văn phòng, nhà máy, công trình dầu khí; đổi mới hình ảnh, không gian làm việc, tạo nét riêng biệt của từng bộ phận:*

Ban QLDA đã ban hành triển khai thực hiện chương trình 5S và dán các bảng hướng dẫn 5S, tại Ban QLDA để CBCNV áp dụng trong công việc và sinh hoạt hàng ngày.

**Về nội dung 7:** *Lựa chọn, tổ chức các khóa tập huấn, đào tạo cho toàn thể CBCNV theo mô hình phát triển năng lực: năng lực chuyên môn, năng lực văn hóa, năng lực lãnh đạo, các kỹ năng hỗ trợ (như chương trình 07 thói quen hiệu quả, văn hóa đáng tin...) phù hợp với yêu cầu của đơn vị. Xây dựng văn hóa học tập, hướng đến một tổ chức học tập bằng cách thúc đẩy tinh thần tự học, tự đào tạo, tăng cường đào tạo nội bộ trong CBCNV:*

Ban QLDA đã thực hiện được các khóa đào tạo/bồi dưỡng về chuyên môn. Tuy nhiên, chưa triển khai các khóa hỗ trợ, bồi dưỡng kỹ năng mềm.

**Về nội dung 8:** *Phát huy vai trò của các tổ chức đoàn thể, tổ chức các hoạt động sinh hoạt tập thể nhằm gắn kết, chia sẻ giữa CBCNV thông qua các hình thức: teambuilding, chương trình đối thoại, tọa đàm giữa lãnh đạo và CBCNV, tổ chức các cuộc thi, các hoạt động giao lưu thể thao, văn hóa, văn nghệ...*

Ban QLDA đã tạo điều kiện tối đa cho các tổ chức đoàn thể thực hiện các hoạt động nhằm gắn kết, chia sẻ giữa CBCNV, triển khai thực hiện các hoạt động giao lưu thể thao, văn nghệ.

**Về nội dung 9:** *hình thức khen thưởng, vinh danh phù hợp cho các tập thể, cá*

*nhân thực hiện tốt; phê bình, xử phạt các tập thể, cá nhân không thực hiện theo đúng quy định:*

- Ban QLDA đã có các hình thức khen thưởng, vinh danh tập thể/cá nhân có thành tích xuất sắc trong công tác chuyên môn.

- Trong thời gian tới, Ban tiếp tục tăng cường/bổ sung các tiêu chí khen thưởng chuyên đề về thực hiện tái tạo văn hóa Petrovietnam, phù hợp với tình hình triển khai công việc tại đơn vị.

## **2. Kết quả triển khai thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết – Kỷ cương – Sáng tạo – Hiệu quả”**

Thực hiện hướng dẫn của Ban TT&VHDN (văn bản số 4371/DKVN-VHDN ngày 02/8/2021; số 4646/DKVN-VHDN ngày 16/8/2021), đơn vị đã nghiên cứu hướng dẫn và trao đổi thống nhất với Ban chấp hành Công đoàn cơ sở, và bổ sung tiêu chí đánh giá mức độ hoàn thành nhiệm vụ của CBCNV về thực hiện văn hóa doanh nghiệp Petrovietnam theo phương châm hành động "Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả". Nội dung này được thực hiện đánh giá hàng tháng, áp dụng cho toàn thể CBCNV theo hình thức chấm điểm đánh giá.

Kết quả ban đầu mang lại hiệu quả với 100% số CBCNV được quán triệt và áp dụng thực hiện một cách nề nếp, các tiêu chí chấm điểm hoàn thành nhiệm vụ gắn liền với hương châm hành động "Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả".

Đã ban hành triển khai thực hiện chương trình 5S và dán các bảng hướng dẫn 5S, tại Ban QLDA để CBCNV áp dụng trong công việc và sinh hoạt hàng ngày.

Thành lập tổ kiểm tra, giám sát thực hiện 5S tại Ban QLDA để kiểm tra, giám sát quá trình thực hiện kế hoạch 5S đã ban hành.

## **IV. ĐÁNH GIÁ CHUNG**

### **1. Ưu điểm:**

- Công tác triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam được các cấp lãnh đạo Tập đoàn quan tâm, chỉ đạo sát sao. Lãnh đạo đơn vị nắm bắt chủ trương và triển khai kịp thời tới toàn thể CBCNV, người lao động tại đơn vị.

- Người lao động đã có nhiều chuyển biến tích cực; đã có nhận thức tốt về chủ trương tái tạo văn hóa Petrovietnam; nhiều cán bộ đã có ý thức tự đặt mình vào hoàn cảnh của người khác để thấu hiểu, đồng cảm, từ đó tăng cường sự phối hợp để cùng hoàn thành công việc.

### **2. Tồn tại, hạn chế:**

- Công tác triển khai tại các chi bộ còn chậm, nhất là triển khai sinh hoạt chuyên đề "Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả" chưa tạo ra sức mạnh lan tỏa.



- Công tác đào tạo mới chú trọng đến bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên môn, chưa triển khai được các khóa đào tạo/bồi dưỡng bổ trợ, kỹ năng mềm, hoặc đào tạo chuyên đề về VHDN.

- Đơn vị chưa có cán bộ chuyên trách; cán bộ kiêm nhiệm chưa có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực VHDN.

### **3. Nguyên nhân:**

- Đề án tái tạo văn hóa Petrovietnam là một chủ trương lớn, cần có thời gian để nghiên cứu thực hiện một cách đồng bộ.

- Ban QLDA đang trong giai đoạn tập trung cho các mốc tiến độ, chưa dành thời gian tương xứng để nghiên cứu và triển khai VHDN tại đơn vị.

### **4. Bài học kinh nghiệm**

- Phải truyền tải được thông điệp "Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả" và lan tỏa tới toàn thể cán bộ đảng viên.

- Phải đạt được mục tiêu tạo sự chuyển biến thực sự tới toàn đơn vị. Người lao động phải nhận thức được tinh thần đoàn kết, tính kỷ luật, khả năng sáng tạo và làm việc hiệu quả là kim chỉ nam để giữ được ngọn lửa truyền thống của người lao động dầu khí.

## **V. ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ**

Để công tác triển khai thực hiện tái tạo văn hóa Petrovietnam có hiệu quả, Ban QLDA kính kiến nghị Tập đoàn:

- Tăng cường tổ chức các khóa tập huấn chuyên đề về văn hóa doanh nghiệp;

- Hỗ trợ đơn vị khóa đào tạo về thực hành 5S;

- Ban TT&VHDN thường xuyên tổ chức các buổi tọa đàm về VHDN chia sẻ kinh nghiệm, những bài học hay để các đơn vị tham gia và nâng cao nghiệp vụ cho cán bộ chuyên trách/kiêm nhiệm.

Trên đây là báo cáo tham luận của Ban QLDA ĐLDK Thái Bình 2, kính báo cáo Tập đoàn.

Trân trọng./.

