

Hà Nội, ngày 15 tháng 5 năm 2019

Số 281 - NQ/ĐU

NGHỊ QUYẾT
Về công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp

I. BỐI CẢNH TÌNH HÌNH

Nhận thức rõ tầm quan trọng của công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp nên ngay sau Đại hội Đảng bộ Tập đoàn lần thứ II (nhiệm kỳ 2015 – 2020), Ban Thường vụ/Đảng ủy và lãnh đạo Tập đoàn Dầu khí quốc gia Việt Nam (Tập đoàn) đã chủ động, kịp thời ban hành các văn bản để lãnh đạo, chỉ đạo công tác truyền thông và xây dựng phát triển văn hóa doanh nghiệp. Trong quá trình sắp xếp, cơ cấu lại các ban tham mưu thuộc bộ máy điều hành, năm 2018, Tập đoàn đã thành lập Ban Truyền thông và Văn hóa Doanh nghiệp. Nhờ vậy, công tác truyền thông của Tập đoàn đã đạt được nhiều kết quả tích cực, góp phần quan trọng trong việc thông tin kịp thời, chính xác về các hoạt động của toàn Tập đoàn; tạo sự liên kết trong hệ thống giữa công tác tuyên giáo, truyền thông, sự gắn kết với với các sự kiện và hoạt động xã hội; đã xây dựng được mối quan hệ gần gũi, đồng cảm với các cơ quan quản lý báo chí và lãnh đạo, phóng viên, các cơ quan báo chí; xử lý kịp thời nhiều thông tin chưa chính xác gây ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động của Tập đoàn và các đơn vị thành viên. Mới đây, Tập đoàn đã hoàn thiện và ban hành: *Cẩm nang Văn hóa Dầu khí* (Cẩm nang), Quy tắc đạo đức nghề nghiệp của cán bộ lãnh đạo, quản lý Petrovietnam... Những kết quả trên, bước đầu đã góp phần vào việc hoàn thành và hoàn thành vượt mức các chỉ tiêu, nhiệm vụ của Tập đoàn và các đơn vị thành viên trong giai đoạn khó khăn vừa qua.

Tuy nhiên, cũng từ năm 2015 đến nay, với nhiều tác động khách quan và chủ quan đã ảnh hưởng tiêu cực đến hình ảnh, uy tín và thương hiệu của Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam. So với những kết quả đạt được, công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp tại Tập đoàn và các đơn vị vẫn cần được củng cố, tăng cường đồng bộ. Những hạn chế là: sự phối hợp, trao đổi, cung cấp thông tin của các bộ phận liên quan (các Ban/đơn vị/đoàn thể) chưa kịp thời; nhiều đơn vị trực thuộc chưa phân công cán bộ, bộ phận theo dõi về truyền thông và văn hóa doanh nghiệp, vai trò người đứng đầu trong xây dựng văn hóa doanh nghiệp chưa thể hiện rõ nét; các quy định về tài chính còn vướng mắc nên hiệu quả chưa cao; một số công cụ truyền thông (cổng Thông tin điện tử, trang tin điện tử nội bộ,...) chưa tạo được tiếng nói có ảnh hưởng tới người lao động Dầu khí nói riêng và dư luận xã hội nói chung.

Nguyên nhân của những hạn chế, yếu kém trên đây chủ yếu là do một số cấp ủy, lãnh đạo đơn vị chưa quan tâm chỉ đạo quyết liệt, thiếu sự thống nhất trong đơn vị, việc chủ động cung cấp và xử lý các thông tin báo chí còn xem nhẹ, chưa quan tâm đúng mức truyền thông đối nội; đầu tư cho công tác xây dựng văn hóa doanh nghiệp chưa tương xứng và thường xuyên; chưa nắm bắt kịp thời những vấn đề mới về công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp để tập trung triển khai đúng hướng, có hiệu quả; chưa quan tâm đúng mức công tác đào tạo, bồi dưỡng nguồn cán bộ hoạt động trong lĩnh vực truyền thông và văn hóa doanh nghiệp.

II. MỤC TIÊU, NHIỆM VỤ

1. Mục tiêu

Về công tác truyền thông: Thông tin đầy đủ, chính xác và kịp thời qua các phương tiện truyền thông để bảo vệ, giữ gìn và nâng cao uy tín, hình ảnh, thương hiệu; hạn chế tới mức thấp nhất những thông tin trái chiều, tiêu cực ảnh hưởng đến hoạt động của Tập đoàn và các đơn vị. Tối ưu hóa và tập trung nguồn lực, tạo sự liên kết mang tính hệ thống để nâng cao chất lượng, hiệu quả của hoạt động truyền thông trong toàn Tập đoàn với phương châm “*Truyền thông đi trước một bước*”.

Về xây dựng văn hóa doanh nghiệp: Thống nhất nhận thức từ lãnh đạo đến toàn thể người lao động về các giá trị chung của Tập đoàn, khơi dậy niềm tự hào về truyền thống, tạo nên bản sắc của Văn hóa Dầu khí, mà người lao động Dầu khí phải trân trọng, gìn giữ và phát triển với phương châm hành động “*Bản lĩnh – Đoàn kết – Đổi mới – Hành động*”.

2. Nhiệm vụ

2.1. Công tác truyền thông

- *Truyền thông nội bộ:*

+ Gắn truyền thông nội bộ với xây dựng văn hóa doanh nghiệp để từ đó làm tốt công tác tư tưởng, củng cố niềm tin của cán bộ, đảng viên, người lao động góp phần phát huy sức mạnh của hệ thống chính trị toàn Tập đoàn

+ Thực hiện đúng 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 cơ quan Tập đoàn và các đơn vị thành viên.

+ Tiếp tục nghiên cứu, quán triệt các văn bản quy định của Tập đoàn để thực hiện hoặc điều chỉnh, bổ sung và áp dụng thống nhất; chủ động đề xuất các quy định, hướng dẫn mới để làm cơ sở xây dựng, hoàn thiện và ban hành phục vụ công tác truyền thông chung của toàn Tập đoàn.

+ Thống nhất nguồn lực truyền thông, nâng cao chất lượng các công cụ quản trị truyền thông và tăng cường chất lượng truyền thông nội bộ tại Tập đoàn và các đơn vị.

- *Truyền thông công chúng:*

+ Tuyên truyền về lịch sử, truyền thống ngành Dầu khí, vai trò, vị trí, đóng góp của Tập đoàn đối với đất nước và đặc thù của hoạt động Dầu khí.

+ Tập trung lãnh đạo, chỉ đạo, khắc phục sự cố khủng hoảng truyền thông đồng thời với hoạt động marketing và quảng bá thương hiệu.

+ Chủ động phối hợp với các cơ quan chức năng của Đảng và Nhà nước trong quá trình xử lý các khó khăn, tồn tại, sự việc có liên quan đến Tập đoàn và các đơn vị thành viên; nắm bắt thông tin kịp thời để xử lý truyền thông.

+ Khai thác triệt để tính năng tương tác của mạng xã hội, các công cụ truyền thông, thiết bị kỹ thuật số để nắm bắt thông tin, tạo sự đồng thuận xã hội trong hoạt động dầu khí.

- Truyền thông quốc tế:

+ Chủ động hợp tác với các kênh thông tin đối ngoại, cung cấp thông tin chính xác kịp thời tránh không để ảnh hưởng đến thương hiệu, hình ảnh của Tập đoàn và các đơn vị cũng như ảnh hưởng đến quan hệ với các đối tác nước ngoài trong lĩnh vực Dầu khí.

+ Tăng cường thông tin về hoạt động Dầu khí quốc tế nói chung và của Tập đoàn ở nước ngoài nói riêng, hoạt động của các công ty Dầu khí nước ngoài ở Việt Nam.

+ Tăng cường quảng bá thương hiệu và hình ảnh của Tập đoàn đối với các đối tác nước ngoài cũng như các tổ chức nước ngoài quan tâm tới việc hợp tác với Tập đoàn.

2.2. Văn hóa doanh nghiệp

- Triển khai xây dựng, hoàn thiện và thực hiện Văn hóa Dầu khí là công việc gần gũi, thường xuyên, sát với nhiệm vụ hàng ngày giúp người lao động nhận thức và áp dụng những nội dung trong Cẩm nang một cách tự nhiên, trở thành thói quen trong quan hệ lao động, sản xuất, hoạt động, công tác.

- Lãnh đạo/người đứng đầu các đơn vị trong Tập đoàn nêu cao tinh thần gương mẫu, trách nhiệm, tập trung chỉ đạo và chịu trách nhiệm về kết quả triển khai văn hóa doanh nghiệp tại đơn vị.

III. GIẢI PHÁP

1. Hoàn thiện, áp dụng thực hiện các quy chế, quy trình, quy định, giải thưởng trong Tập đoàn

- Hoàn thiện các quy định, quy chế nội bộ về công tác truyền thông, trong đó ưu tiên hoàn thiện các Quy chế phát ngôn và cung cấp thông tin; Quy chế về quản lý và vận hành Cổng thông tin điện tử tổng hợp và các văn bản liên quan khác. Xây dựng bộ tài liệu đầy đủ, chi tiết 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.

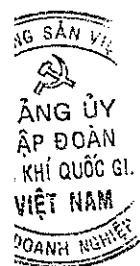
- Hoàn thiện Cẩm nang văn hóa Dầu khí theo hướng cụ thể, chi tiết điều chỉnh các hành vi thường xuyên của người lao động, đặc biệt là tinh thần nêu gương của lãnh đạo các cấp để củng cố niềm tin, tình đồng chí, đồng nghiệp.

- Thống nhất áp dụng các thiết kế ứng dụng có sử dụng hình ảnh nhận diện thương hiệu của Tập đoàn, đặc biệt trên các ấn phẩm, tài liệu và sản phẩm truyền thông được thường xuyên sử dụng.

+ Xây dựng cơ chế biểu dương, khen thưởng các tập thể, cá nhân xuất sắc ... nhằm động viên, khích lệ, tạo hiệu ứng lan tỏa tích cực và nhân rộng các điển hình tiên tiến. Xây dựng giải thưởng tôn vinh các thương hiệu uy tín trong lĩnh vực Dầu khí, giải thưởng văn hóa doanh nghiệp.

2. Thống nhất công tác chỉ đạo từ Tập đoàn tới các đơn vị

- Thống nhất và sử dụng hiệu quả nguồn lực tài chính cho công tác truyền thông toàn Tập đoàn, cụ thể: Tập đoàn chỉ đạo các đơn vị xây dựng, thống nhất kế hoạch kinh phí, phân bổ sử dụng, triển khai thực hiện.



- Các Ban/đơn vị, đoàn thể trong Tập đoàn định kỳ hằng tháng cung cấp thông tin về hoạt động sản xuất kinh doanh, về các sự kiện để Ban Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp Tập đoàn, các ban/bộ phận truyền thông các cấp định hướng và tổ chức tuyên truyền sát hợp yêu cầu từng thời điểm.

- Hàng quý Tập đoàn tổ chức giao ban báo chí, truyền thông và xây dựng văn hóa doanh nghiệp, định hướng kịp thời, thống nhất trong chỉ đạo, thực hiện.

- Thống nhất thực hiện văn hóa doanh nghiệp đồng bộ từ Tập đoàn đến các đơn vị, thông qua các đoàn thể, đa dạng các hình thức phổ biến, tổ chức việc học tập nội dung Cẩm nang Văn hóa Dầu khí cùng kiến thức nhập môn Dầu khí trở thành yêu cầu bắt buộc đối với người lao động mới được tuyển dụng, trước hết là tại cơ quan Tập đoàn; thành lập bộ phận kiểm tra, giám sát thực hiện đảm bảo thống nhất, đồng bộ.

3. Sử dụng các biện pháp, công cụ nhằm triển khai có hiệu quả công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp

- Duy trì, mở rộng hợp tác với những cơ quan báo chí truyền thông, chính thống có ảnh hưởng đến dư luận xã hội, từng bước thâm nhập mạng xã hội, định kỳ đánh giá hiệu quả để có hướng xử lý và triển khai trong thời gian tiếp theo.

- Chủ động thông tin thường kỳ và thông tin đột xuất để cung cấp cho các báo chí liên quan biết, phối hợp xử lý khi cần thiết, tạo sự đồng thuận của dư luận đối với các hoạt động của Tập đoàn và các đơn vị trong Tập đoàn.

- Chú ý đầu tư website – phiên bản tiếng Anh của Tập đoàn và các đơn vị một cách hiệu quả, cập nhật thông tin kịp thời; chú trọng phát hành thông tin báo chí bằng tiếng nước ngoài phù hợp với từng nội dung và đối tượng.

- Căn cứ yêu cầu nhiệm vụ, chủ động cung cấp thông tin tới các cơ quan báo chí nước ngoài thường trú tại Việt Nam; tiến hành chạy chữ, phát sóng bản tin về kết quả SXKD và các thành tựu đạt được của Tập đoàn trên các kênh truyền thông quốc tế.

- Xây dựng sản phẩm truyền thông đa phương tiện nhằm quảng bá được hình ảnh và tiềm năng của Tập đoàn (để phát hành trên truyền hình, trên máy bay, mạng xã hội, tại các chương trình triển lãm quốc tế...)

- Chuẩn hóa việc tài trợ/hỗ trợ và tổ chức các sự kiện, hoạt động marketing, quảng bá thương hiệu từ đó nâng cao hình ảnh của Tập đoàn và đơn vị.

- Thiết kế và biên tập nội dung về văn hoá Dầu khí trong các văn bản, ấn phẩm nội bộ, website PVN/đơn vị; xây dựng chuyên trang văn hoá Dầu khí, Dầu khí quốc tế trên Báo điện tử Petrotimes và Tạp chí Dầu khí. Xây dựng các chương trình truyền thông về văn hoá Dầu khí, trong đó bao gồm cả truyền thông nội bộ và truyền thông đến đối tác, khách hàng và công chúng.

- coi trọng các biện pháp tuyên truyền miệng, đối thoại người lao động, tuyên truyền trực quan, trực tiếp đến người lao động.

- Khai thác, vận hành và sử dụng hiệu quả phòng truyền thống, phòng lưu niệm, khu lưu niệm của Tập đoàn và các đơn vị theo hướng tiếp cận đồng đẳng người lao động Dầu khí và xã hội.

- Thống nhất lựa chọn “Tuần lễ văn hóa Dầu khí” vào dịp kỷ niệm ngày thành lập Tập đoàn hàng năm, được tổ chức đồng loạt từ Tập đoàn đến các đơn vị.

4. Bố trí nguồn lực, nâng cao chất lượng đội ngũ làm công tác truyền thông và xây dựng văn hóa doanh nghiệp

- Người đứng đầu các đơn vị chịu trách nhiệm lãnh đạo chung, chỉ đạo rà soát, phân công (nếu chưa có) 01 đồng chí lãnh đạo phụ trách công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp.

- Củng cố, kiện toàn bộ máy, quan tâm đúng mức trong việc giải quyết các chế độ, chính sách, các đề xuất, kiến nghị liên quan, không ngừng nâng cao hiệu quả hoạt động công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp; của các tạp chí, bản tin, trang tin điện tử, bộ phận truyền thông, quan hệ công chúng trong toàn Tập đoàn.

- Duy trì tổ chức các hội nghị tập huấn, trao đổi thông tin, kinh nghiệm về nghiệp vụ truyền thông và văn hóa doanh nghiệp cho các lãnh đạo từ Tập đoàn đến đơn vị, đoàn thể và các cán bộ chuyên trách, trực tiếp làm công tác này.

- Bố trí nguồn lực phục vụ việc triển khai công tác truyền thông và văn hóa doanh nghiệp đảm bảo yêu cầu, nhiệm vụ thực tế.

IV. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Ban Thường vụ Đảng ủy lãnh đạo quán triệt thực hiện Nghị quyết trong toàn hệ thống chính trị của Tập đoàn.

2. Giao Tổng giám đốc Tập đoàn chỉ đạo các ban tham mưu theo chức năng, nhiệm vụ tổ chức thực hiện:

- Xây dựng các quy chế, quy trình, quy định trình Hội đồng thành viên ban hành.

- Xây dựng và ban hành kế hoạch thực hiện Nghị quyết.

3. Ban Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp phối hợp với các Ban/Văn phòng, đơn vị liên quan theo dõi đôn đốc thực hiện Nghị quyết.

4. Ủy Ban Kiểm tra Đảng ủy Tập đoàn bổ sung kế hoạch, phối hợp với Ban Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp kiểm tra việc triển khai thực hiện Nghị quyết. Hàng năm báo cáo Ban Chấp hành Đảng bộ về kết quả thực hiện.

5. Các cấp ủy Đảng, chính quyền, đoàn thể trực thuộc; các tạp chí, bản tin, trang tin điện tử trong Tập đoàn căn cứ vào tình hình cụ thể để xây dựng kế hoạch và triển khai thực hiện Nghị quyết. Định kỳ, đánh giá kết quả triển khai thực hiện Nghị quyết báo cáo tại hội nghị giao ban hàng quý của Tập đoàn.

Nghị quyết này được phổ biến đến các chi bộ./.

Nơi nhận:

- ĐUK DNTW (để b/cáo);
- BCS Đảng UBQLVNN tại DN (để b/cáo);
- Các đ/c UVBCH ĐB, TV.HĐTV, TGD, P.TGD Tập đoàn (để c/d và t/h);
- CĐ DKVN, ĐTN, Hội CCB TĐ (để t/h);
- Các cấp ủy trực thuộc (để t/h);
- Các Ban/VP/VPĐU TĐ (để t/h);
- Hội DKVN và Hội DNT DK (để t/h);
- Lưu VPĐU/BanTT&VHDN.

**T/M BAN CHẤP HÀNH
BÍ THƯ**



Trần Sỹ Thanh

