



TẬP ĐOÀN DẦU KHÍ QUỐC GIA VIỆT NAM

TÀI LIỆU 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

TÀI LIỆU HỘI NGHỊ

CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

LẦN THỨ II – 2022

Hà Nội, tháng 9 năm 2022

CHƯƠNG TRÌNH HỘI NGHỊ

Công tác Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp lần thứ II - 2022

* Thời gian: 8h15-11h30 ngày 10/9/2022

* Địa điểm: Hội trường tầng 19 Trụ sở Tập đoàn Dầu khí Việt Nam

TT	NỘI DUNG
1.	Tuyên bố lý do giới thiệu đại biểu, mời chủ trì hội nghị
2.	Báo cáo tóm tắt sơ kết 03 năm thực hiện Nghị quyết 281-NQ/ĐU ngày 15/5/2019 của Đảng ủy Tập đoàn về công tác Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp
3.	Triển khai Kết luận của Đảng ủy Tập đoàn về tiếp tục đẩy mạnh thực hiện Nghị quyết 281-NQ/ĐU
4.	Tham luận của các đơn vị
5.	Trao đổi của tư vấn
6.	Phát biểu chỉ đạo của Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT Tập đoàn
7.	Khen thưởng
8.	Tổng giám đốc kết luận hội nghị
9.	Tiệc giao lưu

MỤC LỤC

TÀI LIỆU HỘI NGHỊ CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP LẦN THỨ II - 2022

TT	NỘI DUNG	TRANG
I	TÀI LIỆU TẬP ĐOÀN BAN HÀNH	
1.	Báo cáo số 4689/BC-DKVN ngày 18/8/2022 của Tổng giám đốc Tập đoàn về Kết quả 03 năm thực hiện 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	5
2.	Kết luận số 234-KL/ĐU ngày 18/8/2022 của Đảng ủy Tập đoàn về tiếp tục đẩy mạnh thực hiện Nghị quyết 281-NQ/ĐU ngày 15/5/2019 của Đảng ủy Tập đoàn về công tác Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp	25
3.	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	31
4.	Kế hoạch số 3623/KH-DKVN ngày 03/7/2019 của Tổng giám đốc Tập đoàn về việc triển khai thực hiện công tác Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp	37
5.	Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 của Tổng giám đốc Tập đoàn về việc triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam trong toàn Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam	43
6.	Quyết định số 6656/QĐ-DKVN ngày 18/11/2021 của Tổng giám đốc Tập đoàn về việc phê duyệt và ban hành “Sổ tay văn hóa Petrovietnam”	47

7.	Quyết định số 6655/QĐ-DKVN ngày 18/11/2021 của Tổng giám đốc Tập đoàn về việc phê duyệt Nhân hiệu của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam	59
8.	Quyết định số 418/QĐ-DKVN ngày 26/01/2022 của Tổng giám đốc Tập đoàn về việc phê duyệt và ban hành Hệ thống nhận diện thương hiệu Tập đoàn Dầu khí Việt Nam	63
9.	Kế hoạch số 4094/KH-DKVN ngày 21/7/2022 của Tổng giám đốc Tập đoàn về việc triển khai Hệ thống nhận diện thương hiệu Petrovietnam trong toàn Tập đoàn	65
10.	Quyết định số 5067/QĐ-DKVN ngày 06/9/2022 về việc tặng thưởng Bằng khen cho các tập thể đã có nhiều thành tích trong công tác Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp	69
II	THAM LUẬN CỦA ĐƠN VỊ	
	Vui lòng quét mã QR để xem tài liệu	

Số: 4689/BC-DKVN

Hà Nội, ngày 18 tháng 8 năm 2022

BÁO CÁO

Kết quả 3 năm thực hiện 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

Thực hiện Nghị quyết số 281-NQ/ĐU ngày 15/5/2019 (Nghị quyết) của Ban Chấp hành Đảng bộ Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam (Đảng ủy Tập đoàn) về công tác Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp (TT&VHDN), Tập đoàn báo cáo kết quả 3 năm thực hiện Nghị quyết cụ thể như sau:

I. ĐẶC ĐIỂM TÌNH HÌNH

- Trước khi Nghị quyết được ban hành (nhất là giai đoạn 2015-2019), do ảnh hưởng nặng nề từ những vụ việc trong quá khứ, đã tác động tiêu cực tới uy tín, hình ảnh và thương hiệu của Tập đoàn, các đơn vị và người lao động (NLĐ) Dầu khí. Nhận thức rõ ý nghĩa, tính cấp thiết, tầm quan trọng của công tác TT&VHDN, với sự chủ động tham mưu của Ban TT&VHDN (được thành lập từ tháng 10/2018), Đảng ủy Tập đoàn đã khẩn trương xây dựng và ban hành Nghị quyết.

- Ba năm triển khai và tổ chức thực hiện Nghị quyết là một trong những giai đoạn khó khăn nhất trong lịch sử hình thành và phát triển của Tập đoàn, cùng với việc giải quyết những khó khăn, thách thức nội tại, Tập đoàn còn phải đối mặt với “khủng hoảng kép” từ dịch bệnh Covid-19 và giá dầu suy giảm, có thời điểm xuống thấp nhất trong lịch sử (- 37 USD/thùng) và diễn biến bất thường, hoạt động thực địa trên biển gặp nhiều bất trắc... Để kịp thời ứng phó và vượt qua những khó khăn đó, công tác TT&VHDN trong toàn Tập đoàn đã chủ động, sáng tạo đóng góp tích cực vào quá trình triển khai các chương trình, kế hoạch của Tập đoàn trong giai đoạn phát triển mới thông qua rà soát, định hướng khung pháp lý, định hình Chiến lược phát triển (trên cơ sở thực hiện đồng bộ chuyển đổi số, quản trị biến động, quản trị danh mục đầu tư, quản trị chuỗi liên kết...) cùng với nâng cao công tác quản trị hiệu quả, hướng tới sự đồng bộ trong toàn hệ thống.

II. CÔNG TÁC LÃNH ĐẠO, CHỈ ĐẠO TRIỂN KHAI NGHỊ QUYẾT 281

- Xác định rõ tính cấp thiết nên ngay sau khi Nghị quyết được ban hành, ngày 03/7/2019, Tổng giám đốc Tập đoàn đã triển khai Kế hoạch số 3623/KH-DKVN về việc tổ chức thực hiện Nghị quyết, đồng thời trực tiếp Tổng giám đốc Tập đoàn chủ trì Hội nghị công tác TT&VHDN toàn Tập đoàn (lần đầu tiên được Tập đoàn tổ chức vào ngày 05/7/2019 tại Vũng Tàu). Tiếp theo đó, Ban Thường vụ Đảng ủy, Hội đồng thành viên, Tổng giám đốc Tập đoàn và các đoàn thể thuộc Tập đoàn tiếp tục ban hành 38 văn bản chỉ đạo hệ thống chính trị 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” (chi tiết tại phụ lục kèm theo).

- Tập đoàn đã khẩn trương xây dựng và thành lập các Ban Chỉ đạo: 35, xử lý khủng hoảng truyền thông, triển khai Đề án tái tạo văn hóa Petrovietnam, thực hiện Quy chế dân chủ ở cơ sở; trong đó bổ sung các nhiệm vụ TT&VHDN lồng ghép vào chương trình công tác của các Ban Chỉ đạo (như: tổ chức Hội nghị đại biểu người lao động (NLĐ) để tuyên truyền nâng cao nhận thức cho cán bộ công nhân viên (CBCNV); triển khai Chỉ thị của Tổng giám đốc về ý thức trách nhiệm của CBCNV, NLĐ Dầu khí khi tham gia mạng xã hội,...).

- Đồng bộ và nghiêm túc trong chỉ đạo thực hiện Nghị quyết, Tập đoàn đã đưa nội dung, nội hàm của Nghị quyết vào Văn kiện Đại hội Đảng bộ Tập đoàn lần thứ III và triển khai đóng góp ý kiến xây dựng văn kiện trong toàn Đảng bộ cũng như thảo luận, thông qua tại Đại hội. Hằng năm, trên cơ sở gợi ý kiểm điểm của Ban Thường vụ Đảng ủy Tập đoàn về nội dung kết quả thực hiện Nghị quyết đối với các cấp ủy, đơn vị, đoàn thể, người đứng đầu các đơn vị/tổ chức, kết hợp với việc Đảng ủy, UBKT Đảng ủy, Ban Chỉ đạo đề án tái tạo văn hóa Petrovietnam duy trì kiểm tra/giám sát việc thực hiện Nghị quyết đã tác động, tạo chuyển biến tích cực trong toàn hệ thống¹.

III. KẾT QUẢ THỰC HIỆN CÔNG TÁC TT&VHDN

1. Kết quả thực hiện công tác truyền thông và quan hệ công chúng

1.1. Tại Tập đoàn

1.1.1. Truyền thông nội bộ:

- Qua rà soát, kiểm tra và tổng hợp toàn bộ hệ thống nhân sự, các thiết chế, công cụ, phương tiện thực hiện công tác truyền thông trong toàn Tập đoàn; kết quả hiện có: 04 tạp chí (Tạp chí Năng lượng Mới, Tạp chí điện tử Petrotimes, Tạp chí Dầu khí, Tạp chí Công đoàn Dầu khí), 14 bản tin, chuyên san và 97 trang tin điện tử, website nội bộ với hơn 100 lãnh đạo được phân công phụ trách, cán

¹ Ban chỉ đạo tái tạo văn hóa Petrovietnam tổ chức 08 đoàn công tác làm việc tại các đơn vị VSP, BSR, PVGAS, PVCFC, PVEP, PVPower, PVTrans

bộ, chuyên viên làm công tác truyền thông. Nâng cấp cải tiến và đổi mới phương pháp quản lý, vận hành Cổng thông tin điện tử Tập đoàn; từ website/intraweb của Tập đoàn đến các tạp chí, bản tin, website, trang thông tin nội bộ của đơn vị với hàng vạn lượt tin, bài, ảnh, video clip,... với thông tin phong phú về cả nội dung và hình thức đã thông tin, đáp ứng kịp thời nhu cầu của CBCNV, NLĐ. Các nội dung thông tin đã 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. Đặc biệt năm 2020 và 2021, công tác truyền thông nội bộ đã kịp thời khơi gợi được sự thấu hiểu, chia sẻ của cán bộ, người lao động với những khó khăn của Tập đoàn và đồng sức, đồng lòng cùng với Tập đoàn thực hiện các chủ trương lớn vượt qua cuộc “khủng hoảng kép”.

- Tập đoàn và các đơn vị thành viên đã 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.

- Duy trì điểm báo hằng ngày, bản tin tham khảo nội bộ để báo cáo lãnh đạo Tập đoàn và cung cấp thông tin tới các đơn vị, đoàn thể trong Tập đoàn. Chủ động nắm bắt thông tin điểm báo của Quốc hội, Chính phủ phục vụ nhu cầu thông tin trong quản trị, điều hành.

1.1.2. Truyền thông công chúng:

- Duy trì làm việc trực tiếp với gần 50 cơ quan báo chí và trên 150 lãnh đạo, phóng viên có tầm ảnh hưởng lớn đến dư luận xã hội nhằm phối hợp tuyên truyền, quảng bá thương hiệu của Tập đoàn và các đơn vị thành viên; hằng năm có khoảng 8.000 lượt tin, bài tích cực được truyền thông trên các phương tiện thông tin đại chúng. Trong các năm 2019, 2020, 2021, Tập đoàn đã tổ chức tuyên truyền về chuỗi các sự kiện², các bài viết, phóng sự, phim tài liệu thể hiện rõ vai trò, vị trí, đóng góp của Tập đoàn và đặc thù của hoạt động Dầu khí.

- Duy trì việc chọn lọc các thông tin tích cực (từ Tập đoàn, các đơn vị, đoàn thể hoặc từ tạp chí Năng lượng Mới/tạp chí điện tử Petrotimes) gửi đến các cơ quan báo chí hợp tác. Tăng cường cung cấp thông tin kịp thời tới các cơ quan báo chí truyền thông về mọi mặt hoạt động của Tập đoàn, đã giúp cho các cấp lãnh đạo và các tầng lớp nhân dân hiểu rõ hơn về những đóng góp của ngành Dầu khí đối với đất nước trong hơn 60 năm qua.

² Kỷ niệm 60 năm thực hiện mong ước của Bác Hồ (23/7/1959-23/7/2019); 45 Ngày thành lập Tập đoàn (9/3/1975-3/9/2020), Kỷ niệm 60 năm Ngày Truyền thống ngành Dầu khí Việt Nam (27/11/1961 - 27/11/2021)

- Nội dung truyền thông được chú trọng vào các chuyên đề/ nhóm vấn đề thiết thực gắn với nhu cầu, hoạt động của Tập đoàn và các đơn vị thành viên như: tác động cơ chế chính sách; định hướng chiến lược phát triển ngành Dầu khí Việt Nam; các dự án đầu tư của Tập đoàn; Luật Dầu khí sửa đổi; các đề xuất, kiến nghị của Tập đoàn. Bằng các hình thức: bài viết, chuyên đề, tuyển bài,... với ý kiến của các lão thành, chuyên gia, nhà khoa học,... tác động tới các cấp, các ngành và đông đảo bạn đọc, quần chúng nhân dân, người tiêu dùng,... tạo dư luận góp phần đẩy nhanh việc tháo gỡ cơ chế, chính sách tạo điều kiện cho Tập đoàn phát triển bền vững. Tổ chức hoạt động marketing và quảng bá thương hiệu Petrovietnam qua các hoạt động tuyên truyền, quảng bá tại các sự kiện bộ, ngành, địa phương, các chương trình đẩy mạnh tuyên truyền quảng cáo các sản phẩm xăng dầu, đạm, xơ sợi³...

- Kịp thời nắm bắt và xử lý các sự cố/khủng hoảng truyền thông, giảm thiểu tối đa các thông tin xấu độc bất lợi đối với Tập đoàn và đơn vị thành viên. Tập đoàn đã tổ chức làm việc với Ban Tuyên giáo Trung ương, Bộ Thông tin & Truyền thông, một số hội nghề nghiệp trong quá trình xử lý các thông tin về khó khăn, tồn tại, sự việc có liên quan đến Tập đoàn và các đơn vị. Chủ động báo cáo kịp thời và đề xuất với các cơ quan quản lý báo chí để định hướng và chấn chỉnh hoạt động báo chí đúng tôn chỉ, mục đích và quy định của pháp luật, không để xảy ra sự cố đáng tiếc, đã nắm bắt và xử lý kịp thời trên 30 vụ việc về tin, bài, hình ảnh, video clip đăng tải trên mạng xã hội có nội dung nhạy cảm, đặc biệt là thông tin liên quan đến các dự án trên thực địa, công tác cán bộ của Tập đoàn và các đơn vị; đề nghị xóa bỏ những trang mạng, facebook mạo danh Tập đoàn.

- 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 xã hội trong hoạt động dầu khí. Tổ chức truyền thông và phát triển các trang fanpage⁴ đã đăng tải hàng vạn lượt tin, bài; thu hút hàng triệu lượt bạn đọc truy cập và hơn 340.000 người thường xuyên theo dõi.

1.1.3. Truyền thông quốc tế:

- Chủ động hợp tác với các kênh thông tin đối ngoại, cung cấp thông tin chính xác kịp thời 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. Tổ chức tuyên truyền rộng rãi trên các báo chí hợp tác có phiên bản tiếng nước ngoài, báo nước ngoài có đại diện tại Việt Nam về hoạt động hợp tác quốc tế của Tập đoàn, đặc biệt là thông qua Thông tấn xã Việt Nam - đơn vị có rất nhiều

³ Tiêu biểu như chương trình truyền thông “Xăng dầu chuẩn nguồn gốc” nhằm định hướng người tiêu dùng tẩy chay các sản phẩm “xăng bẩn” qua đó tạo thành trào lưu và gắn bó với các sản phẩm “xăng, dầu sạch”, đồng thời góp phần gia tăng thị phần cho các sản phẩm của BSR, PVOIL, PVNDB.

⁴ Công đoàn Dầu khí Việt Nam, Tôi là người Dầu khí, Tin tức Dầu khí 24h, Tuổi trẻ Dầu khí và Những người lính Dầu khí.

ấn phẩm bằng các thứ tiếng và nhiều cơ quan thường trú tại nước ngoài, có uy tín đối với giới truyền thông quốc tế.

- Tăng cường thông tin về hoạt động dầu khí quốc tế, hoạt động của Tập đoàn ở nước ngoài, hoạt động của các công ty Dầu khí nước ngoài ở Việt Nam. Chú trọng tuyên truyền các sự kiện, hoạt động đối ngoại, hợp tác quốc tế do Tập đoàn tham dự hoặc chủ trì⁵, đặc biệt là hoạt động ngoại giao dầu khí nhân các chuyến thăm cấp cao của lãnh đạo Đảng, Nhà nước đến các quốc gia tiềm năng như: Liên bang Nga, Hoa Kỳ, Nhật Bản, Ấn Độ, Hàn Quốc,... các kỳ họp của Hội đồng Ascope. Truyền thông kết quả hoạt động SXKD nổi bật của Tập đoàn trên các báo hợp tác có phiên bản tiếng nước ngoài, báo nước ngoài có đại diện tại Việt Nam; cung cấp thông tin trả lời câu hỏi quan tâm của các hãng tin thế giới. Chỉ đạo, phối hợp với Tạp chí Năng lượng mới xây dựng chuyên mục Năng lượng Quốc tế nhằm bổ sung nội dung kênh tuyên truyền về hoạt động hợp tác quốc tế cũng như cập nhật thông tin về hoạt động của các tổ chức dầu khí nước ngoài, các đối tác của Tập đoàn.

- 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. Kích hoạt phiên bản mới của website tiếng Anh (từ 25/01/2019) và thường xuyên cập nhật kịp thời các thông tin phù hợp với sự quan tâm của các đối tác nước ngoài về Tập đoàn - đây là kênh truyền thông đối ngoại quan trọng và chính thống của Tập đoàn.

1.1.4. Thống nhất nguồn lực truyền thông, nâng cao chất lượng các công cụ quản trị truyền thông

- Xây dựng tài liệu về công tác truyền thông ở cấp Tập đoàn làm cơ sở để các đơn vị, đoàn thể tham khảo, áp dụng thực hiện (quy trình hợp tác với các cơ quan báo chí, tài trợ sự kiện các bộ/ngành, xử lý khủng hoảng truyền thông, hệ thống nhận diện thương hiệu).

- Truyền thông trực quan được nâng cao chất lượng; Tập đoàn đã xây dựng, thống nhất các thiết kế ứng dụng có sử dụng hình ảnh nhận diện thương hiệu Petrovietnam mới phù hợp với tình hình và xu thế phát triển; cập nhật trên website Tập đoàn để tạo điều kiện thuận lợi cho các đơn vị khai thác, sử dụng trong các dịp lễ, Tết, ngày kỷ niệm, sự kiện lớn của đất nước và Tập đoàn trên các phương tiện, địa điểm như: các nhà máy, công trường dầu khí, trên các trang thông tin điện tử; nét mới là tập trung tạo dấu ấn thương hiệu thông qua việc truyền thông pano tấm lớn, trên màn hình điện tử tại các địa điểm công cộng (sân bay, tuyến phố lớn, cao ốc văn phòng...).

⁵ Sự kiện Kỳ họp thứ 45 của Hội đồng Ascope, Gặp mặt Nhà thầu Dầu khí đầu Xuân năm mới – Partnership Meeting; Diễn đàn Thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ...

- Lập danh mục các cơ quan truyền thông, cơ quan báo chí, phóng viên, biên tập viên hợp tác, theo dõi hoạt động của Tập đoàn/đơn vị/đoàn thể cùng trao đổi, phối hợp phục vụ công tác truyền thông trong toàn Tập đoàn. Chủ động duy trì cung cấp thông tin cho các đơn vị.

- Việc thống nhất sử dụng nguồn kinh phí cho hoạt động truyền thông của các đơn vị theo điều phối chung của Tập đoàn được thực hiện thông qua định hướng xây dựng kế hoạch chi phí hằng năm và các chương trình truyền thông như: các hoạt động tọa đàm/gặp mặt báo chí hằng năm; tuyên truyền sản phẩm xăng dầu, phân bón; các hoạt động tiếp thị truyền thông sản phẩm chủ lực (chương trình Phát triển kinh tế năng lượng); dự án phim Tổ quốc nhìn từ biển;...

1.2. Tại các đơn vị thành viên

- Các đơn vị đã thực hiện nghiêm túc việc nghiên cứu, quán triệt các văn bản quy định của Tập đoàn để tham khảo, điều chỉnh, bổ sung vào áp dụng thống nhất; chủ động cập nhật các quy định, hướng dẫn mới để làm cơ sở xây dựng, hoàn thiện và ban hành phục vụ công tác truyền thông.

- Một số đơn vị đã sử dụng hữu hiệu các website để đưa thông tin không chỉ tới CBCNV, NLD trong Tập đoàn, ngành Dầu khí mà cả độc giả, khách hàng quan tâm. Các website đã chủ động cập nhật thông tin từ các nguồn khác nhau đảm bảo tính thời sự; cung cấp nhiều thông tin giới thiệu toàn diện các mặt hoạt động không chỉ của Tập đoàn mà còn của cả ngành Dầu khí. Đa số website bảo đảm thời gian vận hành thường xuyên với tốc độ tải trang nhanh; có giao diện, hình ảnh, màu sắc phù hợp; bố cục, trình bày thông tin đầy đủ, hợp lý, phù hợp với nhu cầu người đọc. Các thông tin sản phẩm, dịch vụ, giới thiệu doanh nghiệp đầy đủ và rõ ràng; các chức năng của website được sử dụng dễ dàng và tập trung vào những nhu cầu cần thiết.

- Việc cung cấp thông tin hoạt động SXKD, sự kiện của đơn vị về Tập đoàn được duy trì thường xuyên (PVGAS, PVFCCo, BSR, VNPOLY, VPI, PVI, PVChem, PVcomBank...). Một số đơn vị đã thực hiện điểm báo, rà soát phát hiện những thông tin bất lợi và phản ánh qua Ban TT&VHDN để phối hợp xử lý kịp thời.

1.3. Các tổ chức đoàn thể chính trị - xã hội

Tổ chức các tọa đàm, hội nghị, thông qua các kỳ sinh hoạt tập thể của đoàn thể để tuyên truyền và định hướng. Khai thác tính năng tương tác của mạng xã hội, các công cụ truyền thông, thiết bị kỹ thuật số để nắm bắt và cung cấp thông tin, tạo sự đồng thuận xã hội trong hoạt động dầu khí. Tổ chức truyền thông và phát triển các trang fanpage, mạng xã hội, đăng tải hàng vạn lượt tin, bài; thu hút hàng triệu lượt bạn đọc truy cập.

2. Kết quả thực hiện công tác văn hóa doanh nghiệp

2.1. Tại Tập đoàn

2.1.1. Thống nhất chỉ đạo, hoàn thiện, triển khai thực hiện các quy định mang tính hệ thống trong toàn Tập đoàn

- Lãnh đạo/người đứng đầu từ Tập đoàn đến các đơn vị 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 của Nghị quyết đề ra. Tổng giám đốc Tập đoàn đã trình Hội đồng thành viên phê duyệt Đề án tái tạo văn hoá Petrovietnam (Đề án) và thành lập Ban Chỉ đạo triển khai Đề án tại Quyết định số 6774/QĐ-DKVN ngày 27/11/2019 theo đó đồng chí Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT là Trưởng Ban chỉ đạo, Tổng giám đốc là Phó ban thường trực thể hiện sự quyết tâm, ghi dấu mốc quan trọng trong thực hiện văn hóa doanh nghiệp. Tổ triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam⁶ và Ban TT&VHDN đã phát huy hiệu quả vai trò tham mưu, đề xuất các nhiệm vụ, giải pháp được cụ thể hóa tại Kế hoạch triển khai Đề án do Tổng giám đốc ban hành trong toàn Tập đoàn gồm 09 nhiệm vụ trọng tâm⁷ với các mốc tiến độ cụ thể.

- Hoàn thiện Cẩm nang văn hóa Dầu khí với mục tiêu 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. Trên cơ sở Cẩm nang văn hóa Dầu khí, Sổ tay văn hóa Petrovietnam đã được xây dựng, lấy ý kiến của các thế hệ lãnh đạo, CBNVLD trong Tập đoàn và được Hội đồng thành viên phê duyệt làm tài liệu triển khai, thực hiện trong toàn Tập đoàn.

- Nhằm thống nhất trong sử dụng hình ảnh nhận diện thương hiệu của Tập đoàn, tạo dựng, quảng bá rộng rãi hình ảnh Petrovietnam năng động, linh hoạt, thích ứng với xu thế phát triển mới góp phần làm gia tăng uy tín, giá trị thương hiệu, liên kết chuỗi giá trị dầu khí với sứ mệnh: “Tối ưu hóa nguồn năng lượng dầu khí, phát triển bền vững các nguồn năng lượng mới, góp phần xây dựng và bảo vệ Tổ quốc”; HĐQT đã ban hành Quyết định số 6655/QĐ-DKVN ngày 18/11/2021 về việc phê duyệt Nhận hiệu của Tập đoàn; từ đó Tổng giám đốc đã ban hành Quyết định số 418/QĐ-DKVN ngày 25/01/2022 phê duyệt và ban hành Hệ thống nhận diện thương hiệu Tập đoàn.

- Công tác biểu dương, khen thưởng các tập thể, cá nhân xuất sắc từ Tập đoàn đến đơn vị đã động viên, khích lệ, tạo hiệu ứng tích cực và nhân rộng các điển

⁶ Ngay sau khi ban hành Nghị quyết 281, Tổ triển khai, giám sát thực hiện “Cẩm nang Văn hóa Dầu khí” được thành lập tại quyết định số 3293/QĐ-DKVN ngày 20/06/2019; ngày 08/02/2021 Tổ triển khai, giám sát thực hiện “Cẩm nang Văn hóa Dầu khí” được đổi tên thành Tổ triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam (Tổ triển khai) và kiện toàn các thành viên tại quyết số 731/QĐ-DKVN của Tổng giám đốc Tập đoàn

⁷ 09 nhiệm vụ sẽ được đánh giá chi tiết trong kết quả thực hiện tại các đơn vị

hình trong xây dựng VHDN. Việc chỉ đạo triển khai tham gia các giải thưởng văn hóa quốc gia⁸ nâng cao ý thức của các đơn vị trong thực hiện tái tạo văn hóa Petrovietnam.

2.1.2 Đẩy mạnh tuyên truyền, đào tạo, xây dựng đội ngũ, xây dựng không gian văn hóa, định hình các giá trị văn hóa

- Công tác tuyên truyền văn hóa doanh nghiệp có nhiều nét mới, đa dạng, kết hợp truyền thông nội bộ, truyền thông công chúng tạo ảnh hưởng đa chiều đối với CBCNV, NLĐ Tập đoàn. Thông qua các cuộc thi được tổ chức rộng khắp tại các đơn vị, các đoàn thể⁹ đã góp phần lan tỏa các giá trị văn hóa Petrovietnam trong CBCNV, NLĐ. Đặc biệt, đợt cao điểm tuyên truyền chào mừng kỷ niệm 60 năm Ngày truyền thống Ngành Dầu khí Việt Nam¹⁰ đã tạo niềm cảm xúc tự hào, xây dựng ý thức trách nhiệm và thúc đẩy hành động tới cán bộ, nhân viên.

- Công tác đào tạo được chú trọng triển khai đáp ứng kế hoạch đề ra thông qua việc định hướng các chương trình đào tạo như: "Phương pháp tái tạo văn hóa doanh nghiệp"; văn hóa nền tảng "Quản trị cuộc đời"; "7 Thói quen Hiệu quả", "Tốc độ niềm tin" version 4.0 của FranklinCovey; khóa học "Chuyển đổi số trong doanh nghiệp dầu khí", "Làm việc từ xa hiệu quả trong đại dịch Covid-19"... Các khóa học, đã tạo thay đổi chuyển biến nhận thức, hướng từng cá nhân đến tầm nhìn, sứ mệnh của Petrovietnam; đồng bộ nhận thức về vai trò văn hóa doanh nghiệp từ đó chuyển biến hành vi theo hướng chuyên nghiệp, tích cực.

- Đội ngũ làm công tác văn hóa doanh nghiệp tại các đơn vị được củng cố, hình thành với sự tham gia chịu trách nhiệm của người đứng đầu đơn vị, phân công 01 Phó Tổng giám đốc phụ trách và các cán bộ giúp việc. Để liên kết chặt chẽ và chia sẻ thông tin, trao đổi kinh nghiệm giữa các đơn vị, Ban TT&VHDN đã tạo các nhóm thường xuyên trao đổi, cập nhật thông tin từ Tập đoàn đến đơn vị và ngược lại.

- Tập đoàn đã chỉ đạo tu sửa, chỉnh trang, phát huy giá trị, khai thác, vận hành hiệu quả các khu lưu niệm, phát triển phòng truyền thống trong toàn Tập đoàn; chỉ đạo công tác chỉnh trang, tu bổ khánh thành "Khu lưu niệm công trình khai thác Dầu khí đầu tiên tại Việt Nam" ở Tiền Hải, Thái Bình, phục vụ đông đảo người lao động Dầu khí và các tầng lớp nhân dân.

⁸ Ngày 05/12/2021, Petrovietnam vinh dự là một trong mười "Doanh nghiệp đạt chuẩn văn hóa kinh doanh Việt Nam" lần đầu tiên xét chọn theo tiêu chí được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt; PVCFC được tôn vinh là doanh nghiệp tiêu biểu trong xây dựng và thực thi văn hóa doanh nghiệp; BIENDONG POC được tôn vinh là doanh nghiệp tiêu biểu trong thực hiện trách nhiệm xã hội. Các đơn vị được nhận Bằng khen do có thành tích xuất sắc hưởng ứng Cuộc vận động "Xây dựng văn hóa doanh nghiệp Việt Nam" gồm: PVGAS, PVEP, PVTrans và PVFCCo.

⁹ Cuộc thi ảnh "Không gian làm việc – nét đẹp văn hóa Petrovietnam", "Khoảnh khắc yêu thương", thi viết status "Tự hào 60 năm Ngày Truyền thống Ngành Dầu khí Việt Nam" tại cơ quan Tập đoàn; thi ảnh "Nét đẹp Công đoàn và người lao động Dầu khí" do Công đoàn Dầu khí Việt Nam tổ chức; thi clip "Petrovietnam trong tôi" do Đoàn thanh niên Tập đoàn tổ chức;

¹⁰ Với các bài viết, loạt phim phóng sự, tài liệu "Hành trình người đi tìm lửa", "Tự hào 60 năm ngành dầu khí phát triển cùng đất nước"; chương trình truyền hình trực tiếp "Hành trình thấp lửa" (trên VTV); đợt sinh hoạt chính trị thực hiện phương châm hành động "Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả".

- Thông qua việc triển khai thực hiện 5S trong toàn Tập đoàn, hình ảnh, không gian làm việc được đổi mới, tạo nét riêng biệt của từng bộ phận trong tổng thể quy định chung trên cơ sở những gì sẵn có thông qua việc xây dựng, tổ chức phòng làm việc, hành lang, khuôn viên, các nhà máy, giàn khoan xanh, sạch, đẹp. Việc triển khai áp dụng hệ thống nhận diện thương hiệu góp phần tạo nên hình ảnh riêng biệt, dễ nhận biết thông qua đồng phục, vật dụng, đồ dùng, sản phẩm truyền thông, ấn phẩm tuyên truyền...

- Các hoạt động nhân các sự kiện của đất nước, của các tổ chức đoàn thể và đặc biệt là vượt qua giãn cách do dịch bệnh Covid-19, lấy trọng tâm là kỷ niệm 60 năm Ngày truyền thống Ngành Dầu khí Việt Nam¹¹ để tôn vinh các giá trị truyền thống, đóng góp của các thế hệ đi trước, tri ân các đồng chí nguyên lãnh đạo Tập đoàn và chăm lo mọi mặt đối với cán bộ, người lao động hưu trí. Đợt sinh hoạt chuyên đề thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả” đã tạo nên môi trường làm việc lành mạnh, tăng tính gắn kết, chia sẻ giữa CBCNV, NLĐ, truyền cảm hứng yêu nghề, thu hút các đơn vị trong toàn Tập đoàn hưởng ứng, qua đó làm nổi bật hình ảnh người lao động Dầu khí thân thiện, tin cậy, tốt đẹp với xã hội. Thông qua công việc cụ thể hằng ngày, các hoạt động văn hóa, các giá trị văn hóa được hình thành. Trong công tác điều hành của Tập đoàn, việc tiếp nhận thói quen quản trị hiệu quả tạo sự đoàn kết, đồng thuận; công tác phối hợp giữa các bộ phận, phân cấp, phân quyền được duy trì trong thực hiện nhiệm vụ; vai trò nêu gương của lãnh đạo góp phần nâng cao ý thức tuân thủ, thái độ chấp hành công việc, xây dựng văn hóa đúng giờ, văn hóa hội họp, văn hóa thực thi công việc, văn hóa ứng dụng công nghệ, văn hóa chuyển đổi số, văn hóa hiệu quả, văn hóa phối hợp, văn hóa trong các hoạt động tập thể, văn hóa thượng tôn pháp luật có chuyển biến hơn trước. Tinh thần đoàn kết gắn với kỷ cương, kết quả công việc và hiệu quả lao động đã trở thành thói quen trong tư duy và hành vi của đội ngũ, làm cơ sở tái tạo văn hóa dầu khí trong hệ sinh thái quản trị hiệu quả.

2.2. Tại các đơn vị thành viên

Việc thực hiện nhiệm vụ của Nghị quyết được cụ thể hóa bằng 03 nhiệm vụ chính tại Kế hoạch 3623/KH-DKVN ngày 03/7/2019 của Tập đoàn về triển khai thực hiện công tác TT&VHDN và 09 nhiệm vụ trọng tâm thực hiện theo Kế hoạch 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 triển khai Đề án tái tạo văn hóa Petrovietnam trong toàn Tập đoàn. Mặc dù ảnh hưởng rất lớn từ “khủng hoảng kép” song công tác xây dựng văn hóa doanh nghiệp được quan tâm đúng mức, đưa nội dung đầy mạnh thực hiện văn hóa doanh nghiệp là một trong những giải pháp phát huy sức mạnh tổng hợp của đơn vị.

¹¹

Gặp mặt, thăm hỏi, chúc mừng nguyên lãnh đạo Tập đoàn, cán bộ hưu trí các thời kỳ nhân dịp Tết nguyên Đán xuân Tân Sửu/kỷ niệm 60 năm Ngày truyền thống; cuộc thi tìm hiểu “Pháp luật với người lao động PVN”; hành trình “Mùa xuân từ những giếng dầu”; chương trình hiến máu nhân đạo “Nhiệt huyết Người Dầu khí”; hoạt động hưởng ứng chương trình trồng 1 tỷ cây xanh của Thủ tướng Chính phủ; chương trình hưởng ứng Tuần lễ áo dài Việt Nam của nữ cán bộ nhân viên; các hoạt động tham gia ủng hộ quỹ vắc - xin, công tác phòng chống dịch Covid-19; tổ chức, phục vụ tiêm vắc - xin ngừa Covid-19 cho CBCNV, các cán bộ hưu trí Tập đoàn, người thân của CBCNV; tổ chức gặp mặt, tặng quà CBCNV gia đình thương binh, liệt sỹ nhân ngày 27/7; các tọa đàm “Góp ý Luật Dầu khí (sửa đổi)”.

- Trên cơ sở tài liệu của Tập đoàn, các đơn vị đã tiến hành xây dựng mới hoặc cập nhật, hoàn thiện văn hóa doanh nghiệp của đơn vị phù hợp với thực tế SXKD, lĩnh vực hoạt động, loại hình sản phẩm dịch vụ,... của đơn vị.

- Các đơn vị đã tổ chức tuyên truyền, phổ biến bằng các công cụ truyền thông, tăng cường tuyên truyền trực quan, về áp dụng công nghệ số trong công tác truyền thông và phát triển văn hoá doanh nghiệp, lồng ghép, kết hợp nhiều hình thức tuyên truyền, phổ biến, triển khai thực hiện trên các phương tiện: mạng nội bộ yammer, team, email, mạng xã hội, hướng tập trung vào sự tương tác và kết nối toàn thể CBCNV, người lao động tạo sự thống nhất mục tiêu, chung tầm nhìn, phối hợp hỗ trợ tạo thành khối đoàn kết thống nhất thông qua các sự kiện, dịp kỷ niệm ngày thành lập, ngày truyền thống của đơn vị¹².

- Các đơn vị triển khai thực hiện Quy chế dân chủ ở cơ sở, hoạt động của Ban “Vì sự tiến bộ của phụ nữ” gắn với xây dựng Văn hóa doanh nghiệp thông qua việc tổ chức các cuộc đối thoại giữa lãnh đạo và CBCNV, NLD; việc tham gia của CBCNV, NLD trong mọi mặt đời sống của doanh nghiệp; thông qua các hoạt động, phong trào tập thể xây dựng môi trường làm việc cởi mở, thân thiện, dân chủ tạo sự gắn kết trong tập thể. Nội dung thực hiện VHDN đã được 27 đơn vị đưa 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.

- 25/32 đơn vị 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 quả¹³.

- 24/32 đơn vị 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, ấn phẩm, sản phẩm... đáp ứng công việc, hoạt động đều mang dấu ấn văn hóa.

- 23/32 đơn vị duy trì tốt việc chỉnh trang, sắp xếp vị trí làm việc của CBCNV, NLD thân thiện, hiện đại, khoa học; áp dụng, thực hiện hiệu quả mô hình 5S tại đơn vị¹⁴.

¹² Các đơn vị làm tốt: PVCFC, PVTrans, PVGAS, Cơ quan Tập đoàn, BSR, PVU, PTSC, PVCombank, BIENDONG POC, PVOIL, PVPEP, PVPower, Vietsovpetro. Đơn vị đã xác định rõ các quy định, các giá trị văn hóa của đơn vị làm chuẩn mực để CBCNV, NLD thực hiện, tiêu biểu PVCFC, PVFCCo, BSR, PVcomBank, VPI, PVOIL, BIENDONG POC. Đơn vị căn cứ Sổ tay văn hoá Petrovietnam đang tiến hành hệ thống lại, hoàn thiện sửa đổi bổ sung thực hiện tại đơn vị trong đó PVTrans đã cập nhật ban hành Sổ tay Văn hóa PVTrans nhân dịp kỷ niệm 15 năm thành lập Tổng công ty.

¹³ 07 đơn vị đang rà soát hoàn thiện: TB2PP, LP2PP, VNPOLY, Petrocons, DQS, PVMR, NSRP.

¹⁴ Thực hiện nổi bật như: PVGAS, PVCFC, PVOIL, Petrosetco, PVFCCo, BSR, PVcomBank; có 08 (tăng 01 đơn vị so với cuối năm 2021) đơn vị mới triển khai tiếp tục có những bước thay đổi tích cực: VPI, Cơ quan Tập đoàn, BIENDONG POC, Phú Quốc POC, PVU, PVTrans, PVPower, Vietsovpetro.

- Các khóa tập huấn, đào tạo cho toàn thể CBCNV theo mô hình phát triển năng lực chuyên môn, năng lực văn hóa, năng lực lãnh đạo, các kỹ năng hỗ trợ, xây dựng không gian đọc sách phù hợp với yêu cầu của đơn vị góp phần 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 được các đơn vị chú trọng thực hiện với nhiều hình thức sáng tạo, nhất là trong giai đoạn dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp¹⁵.

- Các hình thức khen thưởng, vinh danh phù hợp cho các tập thể, cá nhân đã được các đơn vị chú trọng; 21/32 đơn vị đang tổ chức, triển khai và tuyên truyền tới người lao động về chính sách khen thưởng của đơn vị, phát huy tối đa công nghệ số trong công tác thi đua khen thưởng giúp lan tỏa và nhân rộng các gương điển hình thực hiện tốt công tác xây dựng văn hoá doanh nghiệp tại cơ quan đơn vị¹⁶.

2.3. Các tổ chức đoàn thể chính trị - xã hội

- Công đoàn Dầu khí Việt Nam (DKVN) luôn xác định rõ nhiệm vụ đưa văn hóa Dầu khí thấm sâu trong nếp nghĩ, hành động của CBCNV, NLĐ là nhiệm vụ trọng tâm. Các nội dung của văn hóa Petrovietnam được tuyên truyền đậm nét trên website, fanpage của Công đoàn DKVN, thông qua các cuộc thi ảnh, thi clip, các tọa đàm về chủ đề văn hóa. Các chương trình, hoạt động thể hiện nghĩa tình dầu khí được tổ chức thường xuyên, định kỳ như: chương trình Xuân nghĩa tình Dầu khí, hoạt động hưởng ứng Tuần lễ Văn hóa Dầu khí, hoạt động chăm lo, thăm hỏi CNLĐ bệnh nặng, hoàn cảnh khó khăn. Phong trào thi đua thực hiện xây dựng đời sống văn hóa ở cơ sở được tổ chức công đoàn các cấp triển khai thiết thực.

- Đoàn Thanh niên Tập đoàn tổ chức nhiều hoạt động thể hiện tính chuyên nghiệp, lan tỏa những giá trị văn hóa Petrovietnam qua từng hoạt động như “Hành trình Mùa xuân từ những giếng dầu”; các cuộc thi ảnh, clip, các hoạt động giáo dục truyền thống thể hiện niềm tự hào, tình cảm, sự gắn bó của thế hệ trẻ với đơn vị, với Tập đoàn. Định kỳ hằng năm tại Lễ tuyên dương cho con em CBCNV đạt thành tích cao tại các kỳ thi quốc gia, quốc tế đã tiếp lửa truyền thống cho con em CBCNV; thể hiện tinh thần, ý thức trách nhiệm của tổ chức Đoàn, đoàn viên thanh niên trong việc quan tâm, chăm lo đời sống tinh thần, tình cảm cho CBCNV.

- Hội Cựu chiến binh Tập đoàn nêu cao ý thức gương mẫu trong thực hiện văn hóa Petrovietnam; tô đậm văn hóa Petrovietnam thông qua tổ chức các hoạt động nhằm tuyên truyền, giáo dục truyền thống lịch sử của đất nước cũng như của ngành Dầu khí Việt Nam, thành lập CLB Dầu khí Trường Sa, tổ chức các hoạt động chăm lo hội viên, người lao động là thương binh, thân nhân liệt sỹ.

¹² Tiêu biểu là Cơ quan Tập đoàn, PVCFC, PVTrans, BIENDONG POC, PVU, VPI, PVOIL, PTSC trong 03 năm qua đã đào tạo hơn 20 nghìn lượt CBNV

¹³ Lâm tốt nội dung này tiêu biểu là Công đoàn Dầu khí Việt Nam, PVCFC, PVTrans, BSR, PVFCCo, BIENDONG POC, VPI, PVcomBank

- Ban liên lạc hưu trí Tập đoàn là cầu nối giữa Tập đoàn và cán bộ hưu trí, thông tin về hoạt động của Tập đoàn cho các thành viên, tham gia xây dựng các giá trị chung của văn hóa Petrovietnam, tổ chức các hoạt động tạo mối liên hệ thường xuyên, gắn kết giữa Tập đoàn và cán bộ hưu trí¹⁷.

3. Đánh giá chung

Sau 3 năm triển khai thực hiện, cả hệ thống chính trị Tập đoàn đều ý thức và thể hiện quyết tâm cao trong việc triển khai tổ chức thực hiện Nghị quyết; tất cả các nhiệm vụ đều đã được triển khai với việc áp dụng hiệu quả bốn nhóm giải pháp Nghị quyết đưa ra. Công tác truyền thông có trọng tâm, trọng điểm, được triển khai đồng bộ, sâu rộng, xuyên suốt; các phương thức truyền thông rất phong phú, đa dạng. Nét mới trong việc thực hiện Nghị quyết đó 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. Công tác xây dựng văn hóa doanh nghiệp cũng được triển khai sâu rộng trong toàn Tập đoàn. Tập đoàn và các đơn vị đã lựa chọn những nội dung cụ thể, có sự liên kết giữa các nhiệm vụ, phù hợp với điều kiện thực tiễn (diễn biến bất định), qua đó tác động đến nhận thức, tạo chuyển biến hành vi của người lao động.

Kết quả rõ nét nhất là các hoạt động truyền thông và tái tạo văn hóa Petrovietnam được lồng ghép thực hiện gắn với các mục tiêu kế hoạch SXKD và Chiến lược phát triển của Tập đoàn, thể hiện rõ tinh thần “Khát vọng - Trí tuệ - Chuyên nghiệp - Nghĩa tình” trong từng hoạt động. Việc triển khai thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả” tạo bước đột phá trong thực hiện Đề án tái tạo văn hóa Petrovietnam. Việc xây dựng lại hình ảnh NLĐ Dầu khí - Ngành Dầu khí, triệt để xử lý khủng hoảng truyền thông, tận dụng cơ hội truyền thông tới các cấp, các ngành, từ trung ương tới địa phương; qua đó đã góp phần tạo nhận thức đúng đắn và tình cảm tốt đẹp của các thế hệ người lao động Dầu khí, sự đồng thuận của xã hội, sự ghi nhận, đánh giá cao của các đồng chí lãnh đạo Đảng, Nhà nước về vị trí, vai trò của Tập đoàn đối với sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội đất nước. Nhờ đó, thương hiệu, uy tín của Tập đoàn được nâng cao, hình ảnh Petrovietnam được cải thiện so với thời gian trước khi có Nghị quyết, tạo niềm tin, khí thế mới trong CBCNV, NLĐ Dầu khí; thúc đẩy cải cách thể chế đối với hoạt động dầu khí, tạo điều kiện để Tập đoàn hoàn thành tốt các nhiệm vụ được giao.

¹⁷ Trong những năm qua mặc dù bị tình hình Covid-19 diễn biến phức tạp, nhưng công tác chăm lo cho cán bộ hưu trí của Tập đoàn vẫn được chú trọng, những hình thức mới sáng tạo đảm bảo lợi ích cho cán bộ hưu trí (tổ chức tiêm vắc-xin, tặng quà nhân kỷ niệm 60 năm Ngày truyền thống Dầu khí, Tết Nguyên đán cho cán bộ hưu trí cơ quan Tập đoàn, thăm hỏi các đồng chí nguyên lãnh đạo Tập đoàn ốm đau, bệnh tật...) đã được triển khai, qua đó càng tăng cường sự gắn kết cũng như tình cảm, sự chia sẻ, đồng thuận của các thế hệ NLĐ Dầu khí.

IV. TỒN TẠI, HẠN CHẾ, NGUYÊN NHÂN VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM

1. Tồn tại hạn chế

1.1. Tại Tập đoàn

1.1.1 Công tác truyền thông

- Nhiều nhiệm vụ truyền thông đột xuất, phát sinh đòi hỏi phải xử lý trong thời gian ngắn trong khi công việc thường xuyên nhiều so với số cán bộ chuyên trách hạn chế nên ảnh hưởng đến hiệu quả công tác truyền thông nói chung.

- Chưa phát huy hiệu quả tối đa của các kênh truyền thông. Chủ yếu sử dụng báo chí là phương thức truyền tải thông tin đơn chiều, chỉ một chủ thể duy nhất cung cấp, vì thế tương tác với công chúng còn hạn chế.

1.1.2 Công tác văn hóa doanh nghiệp

- Công tác tập huấn, tổ chức các hoạt động giao lưu, trao đổi kinh nghiệm cho đội ngũ cán bộ làm công tác văn hóa doanh nghiệp trong Tập đoàn chưa được tổ chức thường xuyên, định kỳ.

- Chưa xây dựng được hướng dẫn cụ thể về các nghi thức, nghi lễ cho các sự kiện làm chuẩn mực thực hiện. Chưa xây dựng hệ thống giải thưởng và hình thức xử lý vi phạm văn hoá Petrovietnam áp dụng trong toàn Tập đoàn.

1.2. Tại các đơn vị thành viên, các đoàn thể

1.2.1 Công tác truyền thông

- Một số đơn vị chưa thực sự quan tâm đến công tác truyền thông. Nhiệm vụ truyền thông chưa phát huy hiệu quả tối đa, lượng tương tác với cổ đông (ở công ty cổ phần) và công chúng còn hạn chế; chưa có sự đồng đều giữa các đơn vị trong hoạt động truyền thông; nội dung truyền thông còn mang tính lễ tân, sự kiện.

- Ý thức trách nhiệm của một bộ phận người lao động chưa cao, việc lộ lọt thông tin chưa được kiểm soát, còn có biểu hiện lợi dụng báo chí tác động quá trình triển khai công tác nhân sự, tác động xấu đến đoàn kết nội bộ.

- Một số đơn vị vận hành website chưa hiệu quả, không thường xuyên cập nhật thông tin; nhiều trang tin điện tử nhất là trang tiếng Anh hầu như không hoạt động.

- Hệ thống cộng tác viên dư luận xã hội nắm bắt tư tưởng, tâm trạng người lao động hoạt động chưa hiệu quả, nhất là trong phối hợp xử lý khủng hoảng truyền thông.

- Việc duy trì rà soát, phát hiện thông tin bất lợi gây ảnh hưởng đến hình ảnh, uy tín, hoạt động của Tập đoàn, các đơn vị và phản ánh qua Ban TT&VHDN còn hạn chế.

1.2.2 Công tác văn hóa doanh nghiệp

- Một số đơn vị khi xây dựng kế hoạch thực hiện chưa mang tính đặc trưng, chưa xác định nhiệm vụ cụ thể cho từng giai đoạn, có nội dung triển khai thực hiện còn dàn trải, chưa đo lường được kết quả cụ thể, chưa khái quát và chỉ ra các vấn đề còn tồn tại, hạn chế để rút kinh nghiệm¹⁸.

- Ở một số nơi, một số vai trò nêu gương của lãnh đạo các cấp trong thực thi văn hóa doanh nghiệp chưa được ưu tiên quan tâm.

- Công tác tuyên dương, khen thưởng đột xuất, chuyên đề chưa được chú trọng.

2. Nguyên nhân

- Do tình hình dịch bệnh Covid-19 kéo dài và diễn biến phức tạp, nên một số hoạt động đề ra trong tiến trình xây dựng VHDN bị tạm dừng và không thực hiện được như: chỉnh trang, sửa chữa, cải tạo văn phòng làm việc, các hoạt động sinh hoạt văn hóa tập thể của các tổ chức đoàn thể...

- Một số đơn vị chưa tập trung chỉ đạo (chưa hình thành Ban chỉ đạo) và ưu tiên nguồn lực, thời gian để triển khai xây dựng, phát huy Văn hóa doanh nghiệp.

- Tập đoàn và các đơn vị thiếu cán bộ làm công tác Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp rất cần được bổ sung trong thời gian tới.

3. Bài học kinh nghiệm

- Việc triển khai thực hiện Nghị quyết có sự vào cuộc đồng bộ của cả hệ thống chính trị với trách nhiệm của người đứng đầu; công tác lãnh đạo, chỉ đạo điều hành, triển khai thực hiện nhất quán, liên tục, xuyên suốt từ Tập đoàn đến các đơn vị thành viên với quyết tâm cao và đồng thuận từ người đứng đầu đến từng CBCNV, NLĐ.

- Tuyên truyền gắn với huấn luyện, đào tạo liên tục, có trọng tâm, trọng điểm; duy trì tổ chức các diễn đàn, hội nghị, hội thảo, các buổi chia sẻ từ những chuyên gia về các chủ đề liên quan đến công tác TT&VHDN cho đội ngũ cán bộ làm công tác TT&VHDN.

- Phát huy vai trò 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 nội dung, công việc cần thực hiện đối với toàn thể CBCNV, NLĐ.

¹⁸ 11 đơn vị chưa xác định thành văn các giá trị, quy định văn hóa cụ thể của đơn vị TB2PP, LP2PP, Vietsovpetro, PVEP, VNPOLY, Petrosetco, PVI, Petrocons, DQS, PVMR, NSRP

05 đơn vị chưa đưa việc thực hiện văn hóa doanh nghiệp vào thỏa ước lao động tập thể, các quy định của đơn vị: LP1PP, PVChem, PVcomBank, PVMR, NSRP

- Công tác kiểm tra, giám sát, trao đổi thông tin thường xuyên, thông suốt; việc đôn đốc, hướng dẫn, tháo gỡ kịp thời vướng mắc trong quá trình triển khai, thực hiện được liên tục, liền mạch.

- Tuyên dương, khen thưởng đột xuất, kịp thời, xứng đáng các tập thể, cá nhân có cách làm hay, thành tích tốt trong triển khai và tổ chức thực hiện.

V. NHIỆM VỤ CỤ THỂ TRONG THỜI GIAN TỚI

1. Quan điểm

- Bố trí nguồn lực, bộ máy đủ điều kiện để tiếp tục thực hiện Nghị quyết 281 và Kế hoạch 3623/KH-DKVN ngày 03/7/2019 của Tổng giám đốc Tập đoàn về công tác truyền thông và văn hoá doanh nghiệp trên cơ sở bám sát Chiến lược phát triển ngành Dầu khí Việt Nam và Tập đoàn Dầu khí Việt Nam.

- Triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam gắn với Kế hoạch số 172-KH/ĐU ngày 08/11/2021 của Ban Thường vụ Đảng uỷ Tập đoàn về thực hiện Kết luận số 01-KL/TW ngày 18/5/2021 của Bộ Chính trị về tiếp tục thực hiện Chỉ thị số 05-CT/TW ngày 15/5/2016 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 liên quan đến xây dựng con người mới.

- Cả hệ thống chính trị cần điều chỉnh, quán triệt phương châm truyền thông không chỉ đi trước mà còn đi cùng, đi sau trong mọi hoạt động của doanh nghiệp; gắn công tác truyền thông với xây dựng văn hóa doanh nghiệp. Tái tạo văn hóa Petrovietnam nhằm củng cố văn hóa nền tảng, tạo hiệu quả với 7 thói quen, làm giàu bản sắc Petrovietnam để Tập đoàn có tầm vóc lớn hơn, xây dựng đội ngũ lao động hiệu quả cao hơn.

2. Công tác truyền thông

- Chú trọng phân tích tình hình, kết quả SXKD từ đó truyền thông có chiều sâu; đặc biệt là các gương điển hình trong sản xuất kinh doanh để truyền thông công chúng, qua đó tạo niềm tin, khí thế mới, động viên người lao động Dầu khí quyết tâm thực hiện thắng lợi nhiệm vụ được giao.

- Đẩy mạnh truyền thông trên các kênh truyền hình, quảng bá tại các sự kiện lớn, tham gia mạng xã hội bằng cách xây dựng những thông điệp ngắn gọn, dễ nhớ, dễ hiểu, dễ thể hiện và phát triển truyền thông đa phương tiện trên nền tảng kỹ thuật số, hình ảnh, video, âm nhạc, đồ họa,... tăng cường tương tác trên các trang mạng xã hội.

- Nâng cao chất lượng, hiệu quả vận hành và hoạt động website của Tập đoàn và các đơn vị (bao gồm trang tiếng Anh). Tăng số lượng tin, bài trên website tiếng Anh.

- Duy trì rà soát, phát hiện sớm thông tin bất lợi, tác động xấu đến hình ảnh, uy tín, hoạt động của Tập đoàn, các đơn vị; phối hợp cả hệ thống xử lý khi có sự cố, khủng hoảng truyền thông. Cùng cố, kiện toàn và nâng cao hiệu quả hoạt động nắm bắt tư tưởng của hệ thống công tác viên dư luận xã hội. Lập nhóm (trên mạng xã hội) cán bộ, công tác viên công tác TT&VHDN để kịp thời cung cấp, nắm bắt, xử lý thông tin, nhất là các sự cố, khủng hoảng truyền thông.

3. Công tác văn hóa doanh nghiệp

- Căn cứ Sổ tay văn hóa Petrovietnam, các đơn vị tiếp tục hệ thống lại, hoàn thiện, sửa đổi, bổ sung, ban hành sổ tay văn hóa tại đơn vị đảm bảo tôn trọng các giá trị, quy định chung. Tuyên truyền sâu rộng “Sổ tay văn hóa Petrovietnam” thông qua các công cụ truyền thông, tăng cường tuyên truyền trực quan sinh động các giá trị văn hóa của Tập đoàn đến toàn thể CBNVLD biết và hiểu để cùng thực hiện.

- Triển khai áp dụng thực hiện thống nhất hệ thống nhận diện thương hiệu Petrovietnam trong toàn Tập đoàn với lộ trình cụ thể, phù hợp.

- Xây dựng hướng dẫn cụ thể về các nghi thức, nghi lễ cho các sự kiện làm chuẩn mực thực hiện. Xây dựng hệ thống giải thưởng và hình thức xử lý vi phạm văn hoá Petrovietnam áp dụng trong toàn Tập đoàn.

- Xây dựng phòng truyền thống hiện đại tại Tập đoàn làm trung tâm liên kết phòng truyền thống/khu lưu niệm các đơn vị. Chính trang, tu sửa, phát huy giá trị các phòng truyền thống/khu lưu niệm trong toàn Tập đoàn.

- 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 doanh nghiệp. Ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong triển khai Bộ quy chế quản trị; tiếp tục rà soát 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.

- Tổ chức các khóa tập huấn, đào tạo, tự đào tạo, giao lưu, trao đổi kinh nghiệm cho đội ngũ làm công tác văn hóa doanh nghiệp trong toàn Tập đoàn. Lựa chọn các khóa đào tạo phù hợp với đặc thù của các đơn vị trong Tập đoàn; phổ biến thực hành 7 thói quen hiệu quả trong toàn Tập đoàn tạo mặt bằng nhận thức về văn hóa doanh nghiệp trong toàn thể CBNVLD. Xây dựng, định hình văn hóa học tập, nâng cao tinh thần tự học, tự đào tạo, chú trọng công tác đào tạo nội bộ trong CBCNV.

4. Tổ chức thực hiện

- Các ban/văn phòng Tập đoàn, Tổ triển khai Đề án tái tạo văn hóa Petrovietnam: rà soát, thúc đẩy các nhiệm vụ, các kết luận của Ban chỉ đạo Đề án tái tạo văn hóa Petrovietnam, Ban chỉ đạo xử lý khủng hoảng truyền thông, Ban chỉ đạo 35 và

của Tổng giám đốc Tập đoàn đảm bảo chất lượng, hiệu quả; phát hiện, đề xuất các hình thức tôn vinh, chế tài xử lý vi phạm trong quá trình triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam.

- Các đoàn thể chính trị - xã hội trong Tập đoàn tập trung triển khai, hướng dẫn, đánh giá việc thực hiện Kế hoạch liên tịch số 56 KHLT/CĐDK-ĐTN-HCCB ngày 28/9/2021 về triển khai tái tạo văn hoá Petrovietnam tại các đơn vị, tổ chức trực thuộc. Duy trì các biện pháp nắm bắt tư tưởng, dư luận NLĐ; tham gia truyền thông nội bộ và tổ chức các hoạt động sinh hoạt tập thể nhằm gắn kết, chia sẻ giữa CBNVLD.

- Đồng chí lãnh đạo người đứng đầu các đơn vị chịu trách nhiệm chủ trì, chỉ đạo, giao nhiệm vụ cho các bộ phận tham mưu đề xuất nhiệm vụ, giải pháp để triển khai có trọng tâm, thiết thực, hiệu quả. Phân công rõ nhiệm vụ cho từng cá nhân, tổ chức chịu trách nhiệm phối hợp với các phòng ban chức năng triển khai và đề ra lộ trình, thời gian hoàn thành, định kỳ hằng quý đánh giá kết quả triển khai thực hiện.

Nơi nhận:

- Đảng ủy Khối DNTW (để b/c);
- Ban CSĐ Bộ Công thương (để b/c);
- Ban CSĐ UB QLVNN tại DN (để b/c);
- UV BCH Đảng bộ Tập đoàn (e-copy để b/c);
- HĐTV, các Phó TGD TĐ (e-copy);
- Các đơn vị thành viên (e-copy);
- CĐ, ĐTN, HCCB TĐ (e-copy);
- Các ban/VP ĐU/VP TĐ (e-copy);
- Lưu TT&VHDN.

**KT. TỔNG GIÁM ĐỐC
PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC**

(Đã ký)

Đỗ Chí Thanh

PHỤ LỤC

Kèm theo Báo cáo số 4689/BC-DKVN ngày 18/8/2022

CÁC VĂN BẢN TRIỂN KHAI THỰC HIỆN NGHỊ QUYẾT

I. Các văn bản của BCH/BTV Đảng ủy ban hành

1. Kế hoạch số 303-KH/ĐU ngày 06/5/2019 của BTV Đảng ủy Tập đoàn về “Tổ chức đợt sinh hoạt chính trị kỷ niệm 60 năm ngành DKVN thực hiện ý nguyện của Bác Hồ (23/7/1959 - 23/7/2019).

2. Nghị quyết số 56-NQ/ĐU ngày 31/3/2021 của BTV Đảng ủy Tập đoàn về việc giao nhiệm vụ trọng tâm công tác năm 2021 cho Cấp ủy, Người đứng đầu cấp ủy/doanh nghiệp/đơn vị các Đảng bộ, Chi bộ, Đơn vị trực thuộc Đảng ủy Tập đoàn trong đó công tác xây dựng Văn hóa doanh nghiệp được xác định là một trong các nhiệm vụ của các đơn vị.

3. Nghị quyết số 96-NQ/ĐU ngày 11/6/2021 của BCH Đảng bộ Tập đoàn về Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết Đại hội toàn quốc lần thứ XIII của Đảng, Nghị quyết Đại hội lần thứ III của Đảng bộ Khối DNTW và Nghị quyết Đại hội lần thứ III của Đảng bộ Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam, nhiệm kỳ 2020-2025 trong đó Xây dựng văn hóa Petrovietnam là nhiệm vụ được xác định thực hiện trong cả nhiệm kỳ.

4. Kế hoạch số 69-KH/ĐU ngày 05/3/2021 của BTV Đảng ủy Tập đoàn về tổ chức các hoạt động chào mừng Kỷ niệm 60 năm Ngày truyền thống ngành Dầu khí Việt Nam.

5. Công văn 319-CV/ĐU ngày 09/8/2021 của BTV Đảng ủy Tập đoàn về triển khai sinh hoạt chuyên đề “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả”.

6. Hướng dẫn số 220-HD/ĐU ngày 24/3/2022 BTV Đảng ủy Tập đoàn về nghiên cứu học tập, quán triệt và triển khai thực hiện Kết luận, Quy định của Hội nghị lần thứ tư BCH TW khóa XIII; tổ chức đợt sinh hoạt chính trị về xây dựng, chỉnh đốn Đảng và hệ thống chính trị, trong đó yêu cầu các tổ chức đợt sinh hoạt chính trị gắn với việc thực hiện các nhiệm vụ năm 2022 của Đề án tái tạo Văn hoá Petrovietnam.

II. Các Văn bản của HĐTV ban hành

1. Quyết định số 6774/QĐ-DKVN ngày 27/11/2019 về việc phê duyệt Đề án tái tạo văn hoá Petrovietnam và thành lập Ban Chỉ đạo triển khai Đề án.

2. Quyết định số 6402/QĐ-DKVN ngày 28/12/2020 về kiện toàn Ban Chỉ đạo triển khai “Đề án tái tạo văn hoá Petrovietnam”.

3. Quyết định số 6655/QĐ-DKVN ngày 18/11/2021 về phê duyệt nhãn hiệu của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam.

4. Quyết định số 6656/QĐ-DKVN ngày 18/11/2021 về phê duyệt và ban hành “Sổ tay văn hóa Petrovietnam”.

III. Các văn bản của Ban TGD Ban hành

1. Công văn số 2807/DKVN-TT&VHDN ngày 25/5/2019 về việc triển khai thực hiện kế hoạch số 303-KH/ĐU

2. Quyết định số 3293/QĐ-DKVN ngày 20/06/2019 về thành lập Tổ triển khai, giám sát thực hiện “Cẩm nang Văn hóa Dầu khí”.

3. Báo cáo số 3551/BC-DKVN ngày 01/7/2019 về Tổng hợp các trang tin điện tử.

4. Kế hoạch số 171/KH-DKVN ngày 13/01/2020 về triển khai Đề án tái tạo Văn hóa Petrovietnam, năm 2020 tại Công ty Mẹ - Tập đoàn Dầu khí Việt Nam.

5. Công văn số 2018/DKVN-TT&VHDN ngày 04/5/2020 về đẩy mạnh triển khai công tác xây dựng văn hóa doanh nghiệp.

6. Thông báo Kết luận số 4436/TB -DKVN ngày 09/9/2020 của Tổng giám đốc Tập đoàn, Phó trưởng ban thường trực Ban chỉ đạo Tập đoàn về Kết luận kỳ họp lần thứ III của Ban chỉ đạo triển khai Đề án tái tạo Văn hóa Petrovietnam.

7. Kế hoạch số 5797/KH-DKVN ngày 27/11/2020 về việc triển khai Đề án tái tạo Văn hóa Petrovietnam tại Cơ quan Tập đoàn, năm 2021.

8. Kế hoạch số 5798/KH-DKVN ngày 27/11/2020 về việc triển khai thực hiện chương trình 5S tại Cơ quan Tập đoàn.

9. Kế hoạch số 5799/KH-DKVN ngày 27/11/2020 về việc triển khai tái tạo Văn hóa Petrovietnam trong toàn Tập đoàn.

10. Quyết định số 731/QĐ-DKVN ngày 08/02/2021 về việc đổi tên và kiện toàn Tổ triển khai, giám sát thực hiện “Cẩm nang Văn hóa Dầu khí”.

11. Báo cáo số 17/BC-DKVN ngày 04/01/2022 của Tổng giám đốc Tập đoàn về Kết quả triển khai Đề án tái tạo văn hóa Petrovietnam năm 2021 và Kế hoạch triển khai Đề án năm 2022 tại Cơ quan Tập đoàn.

12. Thông báo Kết luận số 1166/TB-DKVN ngày 12/3/2020 của Phó Tổng giám đốc Tập đoàn tại cuộc họp về kế hoạch triển khai Đề án tái tạo văn hóa Petrovietnam, năm 2020.

13. Thông báo Kết luận số 1684/TB-DKVN ngày 10/4/2020 của Phó Tổng giám đốc Tập đoàn, Phó trưởng ban chỉ đạo Tập đoàn về triển khai Đề án tái tạo văn hóa Petrovietnam tại cuộc họp đánh giá kết quả triển khai quý I năm 2020.

14. Thông báo Kết luận số 4127/TB-DKVN ngày 24/8/2020 của Phó Tổng giám đốc Tập đoàn Dầu khí Việt Nam tại cuộc họp về Phương án tu bổ Khu lưu niệm công trình Dầu khí đầu tiên tại Việt Nam.

15. Công văn số 4371/DKVN-TT&VHDN ngày 02/8/2021 về triển khai nội dung thực hiện phương châm hành động trong toàn Tập đoàn.

16. Công văn số 4646/DKVN-TT&VHDN ngày 16/8/2021 về việc hướng dẫn triển khai thực hiện phương châm hành động.

17. Công văn số 6020/DKVN-TT&VHDN ngày 20/10/2021 về tham gia chương trình xét công nhận Doanh nghiệp đạt chuẩn văn hoá kinh doanh Việt Nam năm 2021.

18. Báo cáo số 2283 BC-DKVN ngày 28/4/2021 về kết quả triển khai Đề án tái tạo văn hoá Petrovietnam quý I và nhiệm vụ quý II/2021.

19. Báo cáo số 4187/BC-DKVN ngày 26/7/2021 về Kết quả triển khai tái tạo văn hoá Petrovietnam trong toàn Tập đoàn 6 tháng đầu năm và nhiệm vụ trọng tâm 6 tháng cuối năm 2021.

20. Báo cáo số 5962/BC-DKVN ngày 19/10/2021 về kết quả triển khai Đề án tái tạo văn hoá Petrovietnam trong toàn Tập đoàn 9 tháng đầu năm và nhiệm vụ trọng tâm 3 tháng cuối năm 2021.

21. Báo cáo số 17/BC-DKVN ngày 04/01/2022 về Kết quả triển khai Đề án tái tạo văn hoá Petrovietnam năm 2021 và Kế hoạch triển khai Đề án năm 2022 tại Cơ quan Tập đoàn.

22. Báo cáo số 300/BC-DKVN ngày 18/01/2022 về kết quả triển khai Đề án tái tạo văn hoá Petrovietnam năm 2021, phương hướng nhiệm vụ năm 2022 trong toàn Tập đoàn.

23. Thông báo số 303/TB-DKVN ngày 18/01/2022 về Kết luận kỳ họp lần thứ VIII của Ban Chỉ đạo triển khai Đề án tái tạo văn hoá Petrovietnam;

IV. Các văn bản của Ban chỉ đạo ban hành

1. Thông báo số 944 /TB-DKVN ngày 02/3/2021 của Trưởng Ban Chỉ đạo về phân công nhiệm vụ Ban Chỉ đạo triển khai Đề án tái tạo Văn hoá Petrovietnam. Thông báo số 945/TB-DKVN ngày 02/3/2021 về Kết luận kỳ họp lần thứ V của Ban Chỉ đạo.

2. Thông báo số 4046/TB-DKVN ngày 19/7/2021 về Kết luận kỳ họp lần thứ VI của Ban chỉ đạo triển khai Đề án tái tạo văn hoá Petrovietnam.

3. Quy chế số 4128 QC-DKVN ngày 27/7/2021 về hoạt động của Ban Chỉ đạo triển khai Đề án tái tạo Văn hoá Petrovietnam.

ĐẢNG BỘ KHỐI DOANH NGHIỆP T.Ư ĐẢNG CỘNG SẢN VIỆT NAM
ĐẢNG ỦY TẬP ĐOÀN
DẦU KHÍ QUỐC GIA VIỆT NAM

*

Số: 234 - KL/ĐU

Hà Nội, ngày 18 tháng 8 năm 2022

KẾT LUẬN

về tiếp tục đẩy mạnh thực hiện Nghị quyết 281-NQ/ĐU ngày 15/5/2019 của Đảng ủy Tập đoàn về công tác truyền thông và văn hoá doanh nghiệp

Ba năm qua, dưới sự lãnh đạo, chỉ đạo của Ban Chấp hành Đảng bộ, Ban thường vụ Đảng ủy Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam (Tập đoàn), Nghị quyết 281-NQ/ĐU ngày 15/5/2019 của Đảng ủy Tập đoàn về công tác truyền thông và văn hoá doanh nghiệp (gọi tắt là Nghị quyết 281) đã được cả hệ thống chính trị Tập đoàn triển khai, thực hiện với quyết tâm cao; tất cả các nhiệm vụ đều đã được triển khai với việc áp dụng hiệu quả bốn nhóm giải pháp Nghị quyết đề ra. Công tác truyền thông có trọng tâm, trọng điểm, được triển khai đồng bộ, sâu rộng, xuyên suốt; các phương thức truyền thông rất phong phú, đa dạng. Nét mới trong việc thực hiện Nghị quyết đó 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. Công tác xây dựng văn hóa doanh nghiệp được triển khai sâu rộng trong toàn Tập đoàn, có sự liên kết giữa các nhiệm vụ, phù hợp với điều kiện thực tiễn (diễn biến bất định), qua đó tác động đến nhận thức, tạo chuyển biến hành vi của người lao động.

Kết quả rõ nét nhất là các hoạt động truyền thông và tái tạo văn hóa Petrovietnam được lồng ghép thực hiện gắn với các mục tiêu kế hoạch sản xuất kinh doanh (SXKD) và Chiến lược phát triển của Tập đoàn, thể hiện rõ tinh thần “Khát vọng - Trí tuệ - Chuyên nghiệp - Nghĩa tình” trong từng hoạt động. Việc triển khai thực hiện phương châm hành động “Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả” tạo bước đột phá trong thực hiện Đề án tái tạo văn hóa Petrovietnam. Thông qua việc xây dựng lại hình ảnh người lao động (NLĐ) Dầu khí - Ngành Dầu khí, triệt để xử lý khủng hoảng truyền thông, tận dụng cơ hội truyền thông tới các cấp, các ngành, từ trung ương tới địa phương, đã góp phần tạo nhận thức đúng đắn và tình cảm tốt đẹp của các thế hệ NLĐ Dầu khí; sự đồng thuận của xã hội, sự ghi nhận, đánh giá cao của các đồng chí lãnh đạo Đảng, Nhà nước về vị trí, vai trò của Tập đoàn đối với sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội đất nước. Nhờ đó, thương hiệu, uy tín của Tập đoàn được nâng cao, hình ảnh Petrovietnam

được cải thiện so với thời gian trước khi có Nghị quyết, tạo niềm tin, khí thế mới trong cán bộ, công nhân viên (CBCNV), NLĐ Dầu khí; góp phần thúc đẩy cải cách thể chế đối với hoạt động dầu khí, tạo môi trường thuận lợi để Tập đoàn hoàn thành tốt các nhiệm vụ được giao.

Tuy nhiên, việc thực hiện Nghị quyết 281 vẫn còn hạn chế, tồn tại: Một số cấp ủy chưa có nghị quyết, kế hoạch riêng để triển khai chuyên đề quan trọng này. Nhiệm vụ truyền thông chưa phát huy hiệu quả tối đa, lượng tương tác với công chúng còn hạn chế; chưa có sự đồng đều giữa các đơn vị trong hoạt động truyền thông. Tại một số đơn vị, trách nhiệm của một bộ phận người lao động chưa cao, việc lộ lọt thông tin chưa được kiểm soát, còn có biểu hiện lợi dụng báo chí tác động quá trình triển khai công tác nhân sự, tác động xấu đến đoàn kết nội bộ; việc vận hành website tại một số đơn vị chưa hiệu quả, không thường xuyên cập nhật thông tin; nhiều trang tin điện tử nhất là trang tiếng Anh hầu như không hoạt động. Chỉ một số đơn vị thường xuyên cung cấp thông tin, hoạt động SXKD, sự kiện của đơn vị về Tập đoàn. Hệ thống cộng tác viên dư luận xã hội nắm bắt tư tưởng, tâm trạng người lao động hoạt động chưa hiệu quả, nhất là trong phối hợp xử lý khủng hoảng truyền thông. Công tác triển khai văn hoá doanh nghiệp tại một số đơn vị chưa mang tính đặc trưng, chưa xác định nhiệm vụ cụ thể cho từng giai đoạn, có nội dung triển khai thực hiện còn dàn trải, chưa đo lường được kết quả cụ thể, chưa khái quát và chỉ ra 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.

Bước vào giai đoạn phát triển mới, để kịp thời ứng phó và vượt qua những thách thức đòi hỏi công tác lãnh đạo nhiệm vụ truyền thông và văn hoá doanh nghiệp (TT&VHDN) trong toàn Tập đoàn phải tập trung giải quyết tốt những tồn tại, hạn chế trong quá trình thực hiện Nghị quyết. Ban Chấp hành Đảng bộ Tập đoàn yêu cầu các cấp uỷ/lãnh đạo các đơn vị, đoàn thể trong Tập đoàn tập trung lãnh đạo, chỉ đạo thực hiện:

I. QUAN ĐIỂM

1. Nhất quán, kiên trì tiếp tục thực hiện Nghị quyết 281 và Kế hoạch 3623/KH-DKVN ngày 03/7/2019 của Tổng giám đốc Tập đoàn về công tác truyền thông và văn hoá doanh nghiệp trên cơ sở bám sát Chiến lược phát triển ngành Dầu khí Việt Nam và Tập đoàn Dầu khí Việt Nam.

2. Triển khai Kết luận này gắn với Kế hoạch số 172-KH/ĐU ngày 08/11/2021 của Ban Thường vụ Đảng uỷ Tập đoàn về thực hiện Kết luận số 01-KL/TW ngày 18/5/2021 của Bộ Chính trị về tiếp tục thực hiện Chỉ thị số 05-CT/TW ngày 15/5/2016 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 liên quan đến xây dựng con người mới.

3. Cả hệ thống chính trị cần điều chỉnh, quán triệt phương châm truyền thông không chỉ đi trước mà còn đi cùng, đi sau trong mọi hoạt động của doanh nghiệp; gắn công tác truyền thông với xây dựng văn hóa doanh nghiệp và công tác an sinh xã hội. Tái tạo văn hóa Petrovietnam nhằm củng cố văn hóa nền tảng, tạo hiệu quả với 7 thói quen, làm giàu bản sắc Petrovietnam để Tập đoàn có tầm vóc lớn hơn, xây dựng đội ngũ lao động hiệu quả cao hơn.

II. BỔ SUNG NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP THỰC HIỆN NGHỊ QUYẾT 281

1. Tăng cường sự lãnh đạo của Đảng đối với công tác TT&VHDN đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ

- Cấp ủy các đơn vị chỉ đạo; giao nhiệm vụ cho các cơ quan tham mưu cụ thể hóa nhiệm vụ, giải pháp của Nghị quyết 281, Kết luận này, ban hành nghị quyết chuyên đề/đề án, kế hoạch riêng của cấp ủy để tổ chức thực hiện một cách thiết thực, hiệu quả, khắc phục tình trạng chậm cụ thể hoá nghị quyết tại các đơn vị. Phân công rõ nhiệm vụ cho từng cá nhân, tổ chức chịu trách nhiệm triển khai và đề ra lộ trình, thời gian hoàn thành.

- Nâng cao nhận thức và năng lực lãnh đạo của người đứng đầu các cấp về công tác TT&VHDN. Thông qua sinh hoạt chi bộ, chi đoàn, chi hội; đề cao tính nêu gương của cán bộ đảng viên, lãnh đạo các cấp (người có chức vụ càng cao, càng phải gương mẫu); phát huy tính sáng tạo của Công đoàn, Đoàn thanh niên, Hội cựu chiến binh trong thực hiện Kết luận.

- Các cấp ủy đảng, lãnh đạo đơn vị, đoàn thể huy động nguồn lực, tổ chức bộ máy, bố trí nhân sự có năng lực để thực hiện Nghị quyết/Kết luận đạt kết quả tốt nhất.

2. Đẩy mạnh triển khai đồng bộ công tác truyền thông

- Thực hiện đồng đều nhiệm vụ truyền thông nội bộ, truyền thông công chúng và truyền thông quốc tế. Các công ty cổ phần chú ý nhiệm vụ truyền thông, quan hệ cổ đông. 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, động viên NLĐ Dầu khí thực hiện thắng lợi nhiệm vụ được giao.

- Đẩy mạnh truyền thông trên các kênh truyền hình, quảng bá tại các sự kiện lớn, tham gia mạng xã hội bằng cách xây dựng những thông điệp ngắn gọn, dễ nhớ, dễ hiểu, dễ thể hiện; phát triển truyền thông đa phương tiện trên nền tảng kỹ thuật số, hình ảnh, video, âm nhạc, đồ họa,... tăng cường tương tác trên các trang mạng xã hội.

- Nâng cao chất lượng, hiệu quả vận hành và hoạt động website của Tập đoàn và các đơn vị (bao gồm trang tiếng Anh). Tăng số lượng tin, bài trên website tiếng Anh.

- Duy trì rà soát, phát hiện sớm thông tin bất lợi, tác động xấu đến hình ảnh, uy tín, hoạt động của Tập đoàn, các đơn vị; phối hợp cả hệ thống xử lý khi có sự cố, khủng hoảng truyền thông. Cùng cố, kiện toàn và nâng cao hiệu quả hoạt động nắm bắt tư tưởng của hệ thống cộng tác viên dư luận xã hội. Lập nhóm (trên mạng xã hội) cán bộ, cộng tác viên công tác TT&VHDN để kịp thời cung cấp, nắm bắt, xử lý thông tin, nhất là các sự cố, khủng hoảng truyền thông.

3. Tiếp tục đưa công tác tái tạo văn hoá Petrovietnam vào mọi mặt hoạt động của doanh nghiệp, đơn vị

- Căn cứ Sổ tay văn hóa Petrovietnam, các đơn vị tiếp tục hệ thống lại, hoàn thiện, sửa đổi, bổ sung, ban hành sổ tay văn hóa tại đơn vị đảm bảo tôn trọng các giá trị, quy định chung. Tuyên truyền sâu rộng “Sổ 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, NLĐ biết và hiểu để cùng thực hiện.

- Triển khai áp dụng thực hiện thống nhất hệ thống nhận diện thương hiệu Petrovietnam trong toàn Tập đoàn với lộ trình cụ thể, phù hợp.

- Xây dựng hướng dẫn cụ thể về các nghi thức, nghi lễ cho các sự kiện làm chuẩn mực thực hiện. Xây dựng hệ thống giải thưởng và hình thức xử lý vi phạm Văn hoá Dầu khí áp dụng chung trong toàn Tập đoàn.

- Xây dựng phòng truyền thống hiện đại tại Tập đoàn làm trung tâm liên kết phòng truyền thống/khu lưu niệm các đơn vị. Chính trang, tu sửa, phát huy giá trị các phòng truyền thống/khu lưu niệm trong toàn Tập đoàn.

- 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 doanh nghiệp. Ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong triển khai Bộ quy chế quản trị; tiếp tục rà soát 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.

- Tổ chức các khóa tập huấn, đào tạo, tự đào tạo, giao lưu, trao đổi kinh nghiệm cho đội ngũ làm công tác văn hóa doanh nghiệp trong toàn Tập đoàn. Lựa chọn các khóa đào tạo phù hợp với đặc trưng của NLĐ tại các đơn vị trong Tập đoàn; phổ biến thực hành 7 thói quen hiệu quả trong toàn Tập đoàn tạo mặt bằng nhận thức về văn hóa doanh nghiệp trong toàn thể CBCNV, NLĐ. Xây dựng, định hình văn hóa học tập, nâng cao tinh thần tự học, tự đào tạo, chú trọng công tác đào tạo nội bộ trong CBCNV, NLĐ.

III. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

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

2. Giao Tổng giám đốc Tập đoàn sơ kết 03 năm thực hiện Nghị quyết 281 và quán triệt, triển khai Kết luận, tổ chức thực hiện trong toàn Tập đoàn. Định kỳ hằng năm tổ chức Hội nghị chuyên đề về công tác TT&VHDN.

3. Ban Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp chủ trì tham mưu thực hiện các nội dung trong Kết luận; theo dõi, đôn đốc các ban/văn phòng, đơn vị, đoàn thể triển khai thực hiện Kết luận. Chỉ đạo các tạp chí, bản tin, trang tin điện tử trong Tập đoàn xây dựng kế hoạch triển khai tuyên truyền việc thực hiện Kết luận.

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, giám sát việc triển khai thực hiện Kết luận. Báo cáo Ban Chấp hành Đảng bộ về kết quả thực hiện.

5. Đồng chí Bí thư cấp uỷ/Người đứng đầu các đơn vị chịu trách nhiệm chủ trì, chỉ đạo, giao nhiệm vụ cho các bộ phận tham mưu đề xuất các nhiệm vụ, giải pháp để triển khai Kết luận có trọng tâm, thiết thực, hiệu quả. Phân công rõ nhiệm vụ cho từng cá nhân, tổ chức chịu trách nhiệm phối hợp với các phòng ban chức năng triển khai và đề ra lộ trình, thời gian hoàn thành, định kỳ hằng quý đánh giá kết quả triển khai thực hiện.

6. Các ban/văn phòng Tập đoàn, Tổ triển khai Đề án tái tạo văn hóa Petrovietnam: rà soát, thúc đẩy các nhiệm vụ, các kết luận của Ban chỉ đạo Đề án tái tạo văn hóa Petrovietnam, Ban chỉ đạo xử lý khủng hoảng truyền thông, Ban chỉ đạo 35 và kết luận, chỉ đạo của Tổng giám đốc Tập đoàn đảm bảo chất lượng, hiệu quả; phát hiện, đề xuất các hình thức tôn vinh, chế tài xử lý vi phạm trong quá trình triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam.

7. Các đoàn thể chính trị - xã hội trong Tập đoàn tập trung triển khai, hướng dẫn, đánh giá việc thực hiện Kế hoạch liên tịch số 56 KHLT/CĐDK-ĐTN-HCCB ngày 28/9/2021 về triển khai tái tạo văn hoá Petrovietnam tại các đơn vị, tổ chức trực thuộc. Duy trì các biện pháp nắm bắt tư tưởng, dư luận CBCNV, NLĐ; tham gia truyền thông nội bộ và tổ chức các hoạt động sinh hoạt tập thể nhằm gắn kết, chia sẻ giữa CBCNV, NLĐ.

Kết luận này được phổ biến đến 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/đ 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 (để p/h);
- Lưu VPĐU/BanTT&VHDN.

**T/M BAN CHẤP HÀNH
BÍ THƯ**

(Đã ký)

Hoàng Quốc Vượng

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 thống, 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 Petrovietnam/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. Hằng 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 hằng 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/đ 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**

(Đã ký)

Trần Sỹ Thanh

Số: 3623/KH-DKVN

Hà Nội, ngày 03 tháng 7 năm 2019

KẾ HOẠCH

Triển khai thực hiện công tác Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp

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; Tập đoàn Dầu khí Việt Nam (Tập đoàn) xây dựng kế hoạch triển khai thực hiện công tác Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp (TT&VHDN), như sau:

1. CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG

1.1 Đối với Tập đoàn

- Trên cơ sở chủ trương của Tập đoàn, đề xuất của Ban TT&VHDN, các Ban, đơn vị, đoàn thể trong Tập đoàn chủ động cung cấp thông tin về thuận lợi, khó khăn, kết quả sản xuất - kinh doanh, cơ chế tác động đến từng lĩnh vực hoạt động của đơn vị cho các cơ quan báo chí; Thường xuyên cung cấp tin bài để các phóng viên, nhà báo tiếp cận, tham khảo và sử dụng đăng tải nhằm tạo sự chia sẻ, đồng thuận xã hội đối với hoạt động Dầu khí

- Xây dựng danh mục các báo có hợp tác, phóng viên theo dõi hoạt động của Tập đoàn/đơn vị/đoàn thể phục vụ tại các sự kiện của Tập đoàn/đơn vị/đoàn thể, cung cấp thông cáo báo chí để đưa tin, tuyên truyền rộng rãi về ý nghĩa và hiệu quả của sự kiện đó (trừ các trường hợp bảo mật thông tin theo quy định).

- Tăng cường hợp tác thân hữu với những cơ quan báo chí có ảnh hưởng, xây dựng và duy trì quan hệ với Lãnh đạo các cơ quan báo chí, phóng viên theo dõi hoạt động Dầu khí để tạo sự đồng thuận, hợp tác đối với hoạt động truyền thông toàn Tập đoàn. Tập đoàn và các đơn vị chia sẻ mối quan hệ, phối hợp cùng hỗ trợ trong quá trình xử lý các vấn đề liên quan đến 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:

+ Làm việc với các cơ quan hữu quan (đặc biệt là Bộ Thông tin & Truyền thông, Facebook) xóa bỏ những trang mạng, facebook mạo danh Tập đoàn.

+ Tạo dựng trang mạng xã hội mang tên chính thống của toàn Tập đoàn để tăng cường tuyên truyền về hoạt động của Tập đoàn/đơn vị/đoàn thể:

- Tạo trang facebook của nhóm các cán bộ làm công tác truyền thông để trao đổi kỹ năng, nghiệp vụ và thông tin.

- Tạo fanpage trên facebook để kịp thời cung cấp thông tin, định hướng dư luận xã hội về mọi mặt hoạt động của Tập đoàn/đơn vị.

- Cải tiến và đổi mới phương pháp quản lý và vận hành Cổng thông tin điện tử của Tập đoàn:

+ Phát triển phiên bản website tiếng Việt thành trang thông tin điện tử tổng hợp giới thiệu toàn diện và thường xuyên, mọi mặt hoạt động của Tập đoàn, đặc biệt xuất bản các tin, bài tuyên truyền theo dạng báo chí để định hướng, tuyên truyền dư luận nói chung, đặc biệt là CBCNV, người lao động đang công tác cũng như đã nghỉ hưu.

+ Phát triển phiên bản website tiếng Anh thành trang thông tin điện tử doanh nghiệp. Kích hoạt phiên bản website tiếng Anh mới; quản lý vận hành Website tiếng Anh của Tập đoàn hiệu quả, cập nhật thông tin nhanh chóng, kịp thời.

- Xây dựng và khai thác ứng dụng phần mềm “Dịch vụ Giám sát và tư vấn quản trị thông tin trên mạng Internet” để nâng cao chất lượng quản trị truyền thông.

- Tăng cường chất lượng truyền thông trực quan: Rà soát, chuẩn hóa hệ thống nhận diện thương hiệu phù hợp với thực tế và tình hình mới, trong đó tập trung xây dựng, thống nhất lại 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 làm việc và truyền thông. Xây dựng các clip, biên soạn, thiết kế, in, treo, đăng tải các nội dung tuyên truyền trực quan vào các dịp Lễ, Tết, kỷ niệm quan trọng của đất nước và Tập đoàn trên các phương tiện, địa điểm như tại trụ sở Tập đoàn và các đơn vị, các nhà máy, công trường dầu khí, trên các trang thông tin điện tử (website/intraweb), trên màn hình điện tử.

- 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 quản lý báo chí 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. Tập đoàn xây dựng Quy trình xử lý sự cố truyền thông, khủng hoảng truyền thông, cơ chế phối hợp với các đơn vị để làm cơ sở trong quá trình thực hiện của Tập đoàn và đơn vị.

- Hoàn thiện các quy định, quy chế nội bộ về công tác truyền thông, trong đó ưu tiên hoàn thiện:

- + Quy chế về phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí.

- + Quy chế về quản lý và vận hành trang thông tin điện tử tổng hợp.

- + Xây dựng bộ tài liệu đầy đủ 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.

- Chỉ đạo, tạo điều kiện để Báo Năng lượng Mới, Tạp chí Dầu khí xây dựng chuyên mục Năng lượng Quốc tế với mục đích tăng cường nội dung, bổ sung kênh tuyên truyền các hoạt động hợp tác quốc tế của Tập đoàn, đồng thời cũng là kênh liên kết truyền thông với các tổ chức Dầu mỏ quốc tế, các công ty Dầu khí nước ngoài tại Việt Nam.

- Phát hành thông cáo báo chí bằng tiếng Anh đối với các sự kiện lớn, báo cáo kết quả sản xuất kinh doanh hàng năm.

- 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. Biên soạn, thiết kế và in ấn các ấn phẩm tiếng Anh, brochure giới thiệu về hoạt động của Tập đoàn tại các sự kiện đối ngoại, các chuyến công tác nước ngoài của Lãnh đạo Tập đoàn.

1.2 Đối với đơn vị

- Các đơn vị tiếp tục nghiên cứu, quán triệt các văn bản quy định của Tập đoàn (bao gồm kế hoạch này) để tham khảo, điều chỉnh, bổ sung vào áp dụng thống nhất; Chủ động cập nhật các quy định, hướng dẫn mới để làm cơ sở xây dựng, hoàn thiện và ban hành phục vụ công tác truyền thông chung.

- Chủ động xây dựng (nếu chưa có) và vận hành hiệu quả, loại bỏ nếu không còn sử dụng trang tin điện tử, bao gồm phiên bản website tiếng Anh của đơn vị.

- Hằng ngày và thường xuyên, các đơn vị, rà soát phát hiện những thông tin báo chí nêu chưa chính xác, chưa phù hợp làm ảnh hưởng đến hình ảnh, uy tín và hoạt động của Tập đoàn và đơn vị phản ánh qua Ban Truyền thông & Văn hóa doanh nghiệp để phối hợp xử lý. Cung cấp thông tin, hoạt động sản xuất – kinh doanh, sự kiện của đơn vị về Ban TT&VHDN để phối hợp tuyên truyền.

- Các đơn vị thống nhất sử dụng nguồn kinh phí cho hoạt động truyền thông theo điều phối chung của Tập đoàn. Hằng năm, các đơn vị xây dựng kế hoạch, báo cáo về Tập đoàn để thống nhất phương án triển khai hợp tác với các cơ quan báo chí.

1.3 Đối với các tổ chức đoàn thể chính trị - xã hội

- Xác lập cơ chế phối hợp với Ban Truyền thông & Văn hóa doanh nghiệp để triển khai xây dựng các chương trình truyền thông cụ thể.

- Triển khai các chương trình truyền thông xuống các tổ chức cơ sở trực thuộc.

- Khai thác lợi thế chung từ mối quan hệ của Tập đoàn, đơn vị với các cơ quan báo chí để xây dựng các tuyến bài tuyên truyền về hoạt động của các tổ chức đoàn thể chính trị - xã hội.

- Phối hợp với Ban TT&VHDN xây dựng hệ thống cộng tác viên dư luận xã hội để nắm bắt tư tưởng, xử lý khủng hoảng truyền thông.

2. XÂY DỰNG VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

2.1 Đối với Tập đoàn

- Phổ biến Cẩm nang Văn hóa Dầu khí (CNVHDK) bằng nhiều hình thức, thiết kế bộ ấn phẩm tuyên truyền trực quan về Văn hóa Dầu khí, lập chuyên mục tuyên truyền, phát triển Văn hóa Dầu khí đăng tải trên các phương tiện truyền thông của Tập đoàn (website, intraweb, tạp chí...). Trước mắt cần triển khai các hình mẫu thiết thực như: văn hóa thực thi công việc, tính tuân thủ và hiệu quả; Xây dựng đoàn kết nội bộ gắn với kỷ cương, kết quả công việc và hiệu quả lao động... tạo thói quen trong tư duy và hành vi của đội ngũ làm cơ sở tái tạo văn hóa dầu khí trong hệ sinh thái quản trị hiệu quả.

- Đổi mới hình ảnh, không gian làm việc, tạo nét riêng biệt của từng Ban/Văn phòng Tập đoàn trong tổng thể quy định chung và những gì sẵn có thông qua việc trang trí phòng làm việc, hành lang xanh, sạch, đẹp gắn với tuyên truyền hình ảnh những công trình, lĩnh vực hoạt động của Tập đoàn, hình ảnh hoạt động của các Ban/Văn phòng.

- Hoàn thiện 02 nội dung còn lại của CNVHDK, bao gồm:

+ Các ngày truyền thống và nghi lễ văn hóa của Petrovietnam.

+ Hệ thống giải thưởng và hình thức xử lý vi phạm Văn hoá Dầu khí.

- Thành lập tổ triển khai, giám sát thực hiện “Cẩm nang Văn hóa Dầu khí” thay thế Ban xây dựng “Văn hóa Doanh nghiệp Petrovietnam”; tham mưu xây dựng chế tài, quy định thực hiện Văn hóa Dầu khí tại cơ quan Tập đoàn.

- Tổ chức tập huấn cho các thành viên tổ triển khai, giám sát thực hiện CNVHDK và đội ngũ tổ trưởng, tổ phó công đoàn, tổ trưởng tổ Nữ công các Ban/Văn phòng cơ quan Tập đoàn; trang bị phương pháp, kỹ năng trong quá trình tuyên truyền, vận động, giám sát CBCNV để việc thực hiện Văn hóa Dầu khí trở thành nếp sinh hoạt, thói quen hàng ngày.

- Hàng năm rà soát, tổ chức đánh giá kết quả triển khai CNVHDK, có hình thức khen thưởng phù hợp cho các tập thể, cá nhân thực hiện tốt.

- Chỉ đạo tu sửa, chỉnh trang, phát huy giá trị, khai thác, vận hành hiệu quả các khu lưu niệm, phát triển phòng truyền thống trong toàn Tập đoàn; lấy phòng truyền thống Tập đoàn là trung tâm liên kết cùng phòng truyền thống/khu lưu niệm của đơn vị, tiếp cận phục vụ đông đảo người lao động Dầu khí và các tầng lớp nhân dân.

2.2 Đối với đơn vị

- Trên cơ sở tài liệu của Tập đoàn các đơn vị xây dựng mới hoặc cập nhật, hoàn thiện Văn hóa doanh nghiệp của đơn vị cho phù hợp với thực tế SXKD, lĩnh vực hoạt động, loại hình sản phẩm dịch vụ... của đơn vị trong tình hình hiện nay.

- Tổ chức tuyên truyền, phổ biến CNVHDK đến CBCNV, NLĐ theo các hình thức khác nhau thông qua các ấn phẩm, tọa đàm, hội thi...; có hình thức kiểm tra, duy trì và phát triển văn hóa doanh nghiệp của đơn vị.

- Triển khai thực hiện Quy chế dân chủ, hoạt động của Ban “Vì sự tiến bộ của phụ nữ”, Ban Liên lạc hưu trí gắn liền với xây dựng Văn hóa Doanh nghiệp.

2.3 Đối với các tổ chức Đoàn thể chính trị - xã hội

- Tuyên truyền, phổ biến triển khai, giám sát đoàn viên, hội viên thực hiện tốt CNVHDK, Văn hóa Doanh nghiệp của đơn vị.

- Tổ chức các hội thi, hội diễn, hội thao, diễn đàn, tọa đàm, tập huấn... đưa văn hóa dầu khí thấm dần vào suy nghĩ, thói quen, hành động của CBCNV, NLĐ

- Công đoàn Dầu khí Việt Nam đưa nội dung về Văn hóa Dầu khí là một nhiệm vụ trọng tâm trong thực hiện chức năng, nhiệm vụ của Công đoàn, tiến hành đánh giá định kỳ trong kỳ họp BCH, sơ kết, tổng kết của tổ chức.

+ Phối hợp với Đoàn Thanh niên Tập đoàn, các Ban/Văn phòng Tập đoàn tổ chức các hoạt động trong “Tuần lễ Văn hóa Dầu khí” đảm bảo tính gắn kết, vui khỏe, tiết kiệm.

+ Xây dựng chuyên mục về triển khai, thực hiện Văn hóa Dầu khí trên website của Công Đoàn.

- Đoàn Thanh niên Tập đoàn tổ chức các hoạt động theo chương trình công tác đã được phê duyệt đảm bảo tính thiết thực, chuyên nghiệp thể hiện được những giá trị của Văn hóa Dầu khí qua từng hoạt động, khẳng định trách nhiệm của tổ chức Đoàn đối với đoàn viên, thanh niên, thiếu nhi là con CBCNV trong Tập đoàn.

+ Đưa nội dung tập huấn triển khai thực hiện Văn hóa Doanh nghiệp là một trong những nội dung tập huấn kỹ năng, nghiệp vụ cho cán bộ Đoàn.

+ Tổ chức Lễ tuyên dương cho con em CBCNV đạt thành tích cao tại kỳ thi quốc gia, quốc tế.

- Hội Cựu chiến binh Tập đoàn nêu cao ý thức gương mẫu trong thực hiện Văn hóa Dầu khí, tổ chức các hoạt động nhằm tuyên truyền, giáo dục truyền thống lịch sử của đất nước cũng như của ngành Dầu khí Việt Nam, các hoạt động chăm lo hội viên thiết thực, phù hợp.

- Ban Liên lạc hưu trí Tập đoàn là cầu nối giữa Tập đoàn và cán bộ hưu trí, thông tin về hoạt động của Tập đoàn cho các thành viên, tham gia xây dựng các giá trị chung của Văn hóa Dầu khí, đề xuất Tập đoàn tổ chức các hoạt động tạo mối liên hệ thường xuyên, gắn kết giữa Tập đoàn và cán bộ hưu trí tạo sự cảm thông, chia sẻ, đồng thuận giữa các thế hệ người lao động Dầu khí.

3. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

3.1. Tổng giám đốc giao Ban Truyền thông & Văn hóa doanh nghiệp (TT&VHDN) làm đầu mối phối hợp với các Ban/Văn phòng tổ chức triển khai thực hiện các nội dung nhiệm vụ cấp Tập đoàn.

- Giám sát, hướng dẫn thực hiện trong toàn Tập đoàn đảm bảo hiệu quả, thiết thực.

- Tổng hợp, đánh giá kết quả và đề xuất các giải pháp tháo gỡ các vướng mắc, khó khăn trong quá trình triển khai thực hiện Kế hoạch này.

- Tổ chức hội nghị tập huấn hàng năm, định kỳ 3 tháng giao ban cán bộ làm công tác truyền thông, công tác Văn hóa Doanh nghiệp trong toàn Tập đoàn.

- Đề xuất các hình thức khen thưởng, kỷ luật các tập thể, cá nhân có thành tích và vi phạm trong quá trình triển khai.

- Tham mưu Tập đoàn làm đầu mối xây dựng và điều phối nguồn lực để các đơn vị cùng hợp tác tuyên truyền với các cơ quan báo chí tập trung, thống nhất.

3.2. Các đơn vị kiện toàn Bộ phận truyền thông, bộ phận xây dựng Văn hóa doanh nghiệp; người đứng đầu đơn vị chịu trách nhiệm chính, phân công 01 đồng chí Lãnh đạo phụ trách và ít nhất một cán bộ chuyên trách về công tác truyền thông, cán bộ phụ trách văn hóa doanh nghiệp; Thường xuyên giữ mối liên hệ với Tập đoàn (qua Ban TT&VHDN), cập nhật, báo cáo tình hình xây dựng và thực hiện công tác truyền thông, văn hóa doanh nghiệp tại đơn vị để kịp thời tổng hợp, chia sẻ thông tin, tư liệu và kỹ năng nghiệp vụ. Danh sách Lãnh đạo, cán bộ phụ trách (theo mẫu gửi về Tập đoàn trước ngày 15/7/2019 vào địa chỉ email Bantruyenthong&vanhoadoanhnghiep@pvn.vn

3.3. Các đơn vị và các tổ chức đoàn thể chính trị - xã hội căn cứ kế hoạch này xây dựng kế hoạch/đề án cụ thể cho đơn vị, tổ chức mình; chủ động phối hợp với Ban TT&VHDN thực hiện những nhiệm vụ được giao theo nội dung kế hoạch.

Trên đây là Kế hoạch triển khai thực hiện công tác Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp của Tập đoàn. Đề nghị các Ban/Văn phòng, các Đơn vị, các tổ chức đoàn thể chính trị - xã hội nghiêm túc triển khai hiệu quả.

Nơi nhận:

- BTV Đảng ủy Tập đoàn;
- HĐTV, TGD Tập đoàn;
- Các Ban/VP Tập đoàn;
- VPHĐTV, VP Đảng ủy Tập đoàn;
- CDDKVN, Hội CCB, ĐTN, Ban LLHT Tập đoàn;
- Các đơn vị thành viên;
- Lưu VT, TT&VHDN.

**KT. TỔNG GIÁM ĐỐC
PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC**

(Đã ký)

Đỗ Chí Thanh

KẾ HOẠCH

Triển khai tái tạo văn hóa Petrovietnam trong toàn Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam

Thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu Tập đoàn Dầu khí quốc gia Việt Nam lần thứ III, nhiệm kỳ 2020 - 2025; nhằm thống nhất thực hiện tái tạo văn hóa Petrovietnam trong toàn Tập đoàn, Tập đoàn xây dựng kế hoạch triển khai trong toàn Tập đoàn, cụ thể như sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

- Triển khai, thực hiện văn hóa doanh nghiệp (VHDN) đi vào thực chất, hiệu quả, hỗ trợ tích cực cho hoạt động sản xuất kinh doanh, phát triển từng đơn vị, hướng tới mục tiêu chiến lược của đơn vị và Tập đoàn.

- Mỗi cán bộ công nhân viên (CBCNV), người lao động (NLĐ) đều hiểu rõ vai trò của VHDN đối với bản thân cũng như trong sự phát triển bền vững của đơn vị và Tập đoàn, tự giác thực hiện những quy định về văn hóa doanh nghiệp.

- Đầu tư con người, công sức, thời gian, tài chính tổ chức thực hiện VHDN hiệu quả, thiết thực, thường xuyên, liên tục.

II. 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.

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.

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).

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.

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.

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.

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.

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...

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.

III. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

- Các đơn vị xây dựng kế hoạch thực hiện chi tiết với các nhiệm vụ cụ thể đảm bảo 9 nội dung, có tiến độ cho từng nhiệm vụ theo giai đoạn. Các nội dung 1, 2, 3, 4 triển khai ngay, hoàn thành các quy định chậm nhất quý II/2021; các nội dung 5, 6, 7, 8, 9 căn cứ điều kiện đơn vị bắt đầu triển khai từ năm 2021 có tiến độ hoàn thành vào năm 2023 và thực hiện liên tục, thường xuyên trong các năm. Đối với đơn vị đã và đang có kế hoạch triển khai tiếp tục thực hiện; thường xuyên rà soát, cập nhật những nội dung mới, phù hợp với yêu cầu thực tiễn. Kế Đối với đơn vị đã và đang có kế hoạch triển khai tiếp tục thực hiện; thường xuyên rà soát, cập nhật những nội dung mới, phù hợp với yêu cầu thực tiễn triển khai của đơn vị gửi Ban Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp Tập đoàn cho ý kiến/hợp nội bộ để hoàn thiện trước khi ban hành trong tháng 12/2020.

- Phân công, kiện toàn nhân sự phụ trách văn hóa doanh nghiệp của đơn vị; người đứng đầu đơn vị chịu trách nhiệm chính, phân công 01 đồng chí Lãnh đạo phụ trách và ít nhất một cán bộ chuyên trách về công tác văn hóa doanh nghiệp; thường xuyên giữ mối liên hệ với Tập đoàn (qua Ban TT&VHDN). Các tài liệu về

triển khai văn hóa doanh nghiệp hiện có của đơn vị và danh sách Lãnh đạo, cán bộ phụ trách cập nhật (theo mẫu) gửi về Tập đoàn trước ngày 15/12/2020 vào địa chỉ email tutuong&vanhoadoanhnghiep@pvn.vn

- Định kỳ hằng quý đơn vị báo cáo tình hình, triển khai thực hiện về Tập đoàn (qua Ban TT&VHDN) trước ngày 25 của tháng cuối quý.

Giao Ban TT&VHDN hướng dẫn, giám sát, đôn đốc quá trình thực hiện tại đơn vị.

Nơi nhận:

- BTV Đảng ủy Tập đoàn (để b/cáo);
- HĐTV Tập đoàn (e-copy để b/cáo);
- Tổng giám đốc, các Phó TGD Tập đoàn (e-copy);
- BCD triển khai Đề án;
- Các đơn vị thành viên (DS kèm theo, để t/hiện);
- Công đoàn, Đoàn TN, Hội CCB Tập đoàn;
- Lưu: VT.

**KT. TỔNG GIÁM ĐỐC
PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC**

(Đã ký)

Đỗ Chí Thanh

Số: 6656/QĐ-DKVN

Hà Nội, ngày 18 tháng 11 năm 2021

QUYẾT ĐỊNH

Về việc Phê duyệt và ban hành “Sổ tay văn hóa Petrovietnam”

HỘI ĐỒNG THÀNH VIÊN TẬP ĐOÀN DẦU KHÍ VIỆT NAM

Căn cứ Quyết định 199/2006/QĐ-TTg ngày 29/8/2006 của Thủ tướng Chính phủ về việc thành lập Công ty mẹ - Tập đoàn Dầu khí Việt Nam;

Căn cứ Quyết định số 924/QĐ-TTg ngày 18/6/2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc chuyển Công ty mẹ - Tập đoàn Dầu khí Việt Nam thành công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên do Nhà nước làm chủ sở hữu;

Căn cứ Nghị định số 07/2018/NĐ-CP ngày 10/01/2018 của Chính phủ về việc phê duyệt Điều lệ tổ chức và hoạt động của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam;

Căn cứ Quyết định số 6825/QĐ-DKVN ngày 29/11/2019 của Hội đồng Thành viên Tập đoàn Dầu khí Việt Nam về việc ban hành “Quy chế quản trị Công ty mẹ - Tập đoàn Dầu khí Việt Nam”;

Căn cứ Quyết định số 6526/QĐ-DKVN ngày 12/11/2021 của Hội đồng Thành viên Tập đoàn Dầu khí Việt Nam về việc Hội đồng Thành viên PVN phân công nhiệm vụ phụ trách lĩnh vực chuyên môn và giám sát hoạt động các đơn vị thành viên Tập đoàn;

Xét đề nghị của Tổng Giám đốc Tập đoàn tại công văn số 91/CVNB-ĐCT ngày 05/11/2021,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt và ban hành kèm theo quyết định này “Sổ tay Văn hóa Petrovietnam”.

Điều 2. Quyết định này thay thế quyết định số 6899/QĐ-DKVN ngày 12/11/2018 và quyết định số 7889/QĐ-DKVN ngày 11/12/2018 của Hội đồng thành viên. Quyết định có hiệu lực kể từ ngày ký.

Điều 3. Tổng giám đốc Tập đoàn có trách nhiệm chỉ đạo, áp dụng thực hiện “**Sổ tay Văn hóa Petrovietnam**” trong toàn Tập đoàn, đây là nội dung đào tạo nhập môn cho tất cả cán bộ, người lao động tham gia làm việc trong Tập đoàn.

Điều 4. Tổng giám đốc, Chánh Văn phòng/Trưởng các Ban thuộc Tập đoàn, và Thủ trưởng/Người đại diện phân vốn của Tập đoàn tại các đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./

Nơi nhận:

- Như điều 4;
- Đảng ủy Tập đoàn (b/cáo);
- HĐTV Tập đoàn (e-copy);
- Ban TGD Tập đoàn (e-copy);
- Kiểm soát viên Tập đoàn;
- Công đoàn DKVN, Đoàn TN, Hội CCB TĐ;
- Lưu: VT, HĐTV(11b).

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

(Đã ký)

Phạm Xuân Cảnh

SỔ TAY VĂN HÓA PETROVIETNAM

*(Ban hành kèm theo quyết định số 6656/QĐ-DKVN ngày 18/11/2021
của Hội đồng thành viên Tập đoàn Dầu khí Việt Nam)*

Ngày 27/11/1961 đánh dấu sự hình thành tổ chức đầu tiên của những người lao động Dầu khí và trở thành Ngày truyền thống của Ngành Dầu khí Việt Nam.

Lịch sử hình thành phát triển của Ngành Dầu khí Việt Nam gắn liền với những đổi thay của đất nước. Trải qua thành công và thất bại, bằng sự bền bỉ, sáng tạo và cả nhọc nhằn của những bàn tay, khối óc, với biết bao mồ hôi, nước mắt, những thế hệ người lao động Dầu khí đã chung tay xây dựng nên ngôi nhà Dầu khí hôm nay.

Cốt cách và bản sắc riêng biệt của người lao động Dầu khí được kết tinh cùng năm tháng đã tạo nên truyền thống văn hóa của những người đi tìm lửa.

Ngọn lửa Dầu khí được truyền từ thế hệ này đến thế hệ khác tạo nên bản sắc của văn hoá Dầu khí; là giá trị mà người Dầu khí trân trọng, gìn giữ và phát triển; coi đó là phương thức hành xử để người Dầu khí luôn được nhận ra dù ở bất cứ nơi đâu, bất cứ khi nào.

Giữ cho ngọn lửa truyền thống luôn bùng sáng, sưởi ấm trái tim và hun đúc nhiệt huyết của các thế hệ người lao động Dầu khí là nền tảng đảm bảo cho sự phát triển bền vững của Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam (Petrovietnam).

Sổ tay văn hóa Petrovietnam là tài liệu mà người lao động Petrovietnam luôn nắm rõ, cam kết thực hiện và cùng tham gia giám sát, điều chỉnh để tài liệu này thực sự là cách hiểu, cách sống và cách làm việc của người lao động Petrovietnam. Mỗi người lao động Petrovietnam không chỉ là người thụ hưởng văn hóa mà còn là người kiến tạo văn hóa Petrovietnam.

I. TÂM NHÌN & SỨ MỆNH

1. Tâm nhìn

*Trở thành Tập đoàn năng lượng hàng đầu đất nước, khu vực,
có vị thế trên trường quốc tế.*

2. Sứ mệnh

*Tối ưu hóa nguồn năng lượng dầu khí, phát triển bền vững
các nguồn năng lượng mới, góp phần xây dựng và bảo vệ Tổ quốc.*

3. Khẩu hiệu

“Petrovietnam - Năng lượng cho phát triển”

II. GIÁ TRỊ CỐT LÕI

“Khát vọng - Trí tuệ - Chuyên nghiệp - Nghĩa tình”

Giá trị cốt lõi là “kim chỉ nam” định hướng về thái độ hành xử của người lao động, là những giá trị mang tính phổ quát, bền vững và được áp dụng tại Petrovietnam.

1. Khát vọng

Khát vọng là giá trị truyền thống và phẩm chất đáng quý của người lao động Petrovietnam. Giá trị này kế thừa từ lịch sử, với hình ảnh “những người đi tìm lửa” từ những ngày đầu thành lập Ngành Dầu khí Việt Nam. Nhờ có khát vọng mà bao thế hệ người lao động Petrovietnam đã kiên trì học hỏi, đồng cam cộng khổ, dấn thân vào thử thách và luôn cháy bỏng khát vọng “tìm dầu để làm giàu cho Tổ quốc”. Điều đó tạo nên sự khác biệt và là nền tảng cho những thành công của Petrovietnam.

Để nuôi dưỡng “Khát vọng”, người lao động Petrovietnam cần:

- **Sống nhiệt huyết đam mê:** Luôn khát khao và chinh phục các đỉnh cao nghề nghiệp.

- **Dám dấn thân, cống hiến:** Luôn làm việc hết mình, không quản ngại khó khăn và thử thách. Luôn tận tâm, tận lực vì mục tiêu chung.

- **Rèn trí lực, thể lực:** Nuôi dưỡng sức khỏe thể chất, rèn luyện ý chí và sức khỏe tinh thần.

- **Trần trở tìm giải pháp:** Giữ tinh thần tích cực và luôn nghiên cứu, đưa ra giải pháp tốt hơn cho mọi vấn đề.

- **Vươn đến tầm khu vực:** Cam kết thúc đẩy bản thân cùng đội ngũ đạt đến đẳng cấp cao hơn và thành tựu lớn hơn.

2. Trí tuệ

Nếu "Khát vọng" là ngọn lửa thôi thúc bên trong để người lao động Petrovietnam mỗi ngày cống hiến, thì “Trí tuệ” chính là chiếc la bàn để sự cống hiến đó trở thành hiện thực. Hoạt động trong lĩnh vực đòi hỏi độ phức tạp về khoa học - kỹ thuật, mỗi người lao động Petrovietnam phải biết sử dụng và khai thác một cách tối ưu trí tuệ của mình, trí tuệ của tập thể và trí tuệ của nhân loại. Petrovietnam có được sự phát triển như ngày hôm nay là kết quả của sự học hỏi, nỗ lực sáng tạo và cải tiến không ngừng của các thế hệ người lao động.

Để nâng cao “Trí tuệ”, người lao động Petrovietnam cần:

- **Chủ động tự học hỏi:** Luôn phát triển năng lực bản thân theo chiến lược của tổ chức.

- **Hoàn thiện hơn mỗi ngày:** Đam mê học hỏi, nghiên cứu và tìm tòi, cập nhật làm phong phú kiến thức của bản thân.

- **Tư duy và phản biện:** Luôn suy nghĩ đa chiều, tôn trọng sự khác biệt, hướng tới mục tiêu chung.

- **Sáng tạo và đột phá:** Đề xuất nhiều giải pháp, lựa chọn cách làm hay, tạo giá trị khác biệt.

- **Đạt tiêu chuẩn thời đại:** Cập nhật kiến thức nghề, chia sẻ cùng đồng nghiệp, hòa nhịp cùng thế giới.

3. Chuyên nghiệp

Là tổ chức đi đầu trong lĩnh vực dầu khí, mang trong mình khả năng hội nhập từ rất sớm, tính chuyên nghiệp phải là phẩm chất mà tất cả người lao động Petrovietnam cần thấm nhuần và thực hành mỗi ngày. Không chỉ thế, đứng trước những thách thức và biến động vĩ mô, hoạt động sản xuất kinh doanh ngày càng trở nên phức tạp và đòi hỏi tiêu chuẩn rất cao, tính “Chuyên nghiệp” càng phải được Petrovietnam ưu tiên hàng đầu.

Để tăng cường “Chuyên nghiệp”, người lao động Petrovietnam cần:

- **Tận tâm và trách nhiệm:** Xác định rõ vai trò, nỗ lực làm đúng và hoàn thành trên mức mong đợi.

- **Chủ động và chuẩn hóa:** Hiểu rõ, làm chủ công việc trong mọi hoàn cảnh, thiết lập hệ thống quy trình chuẩn mực.

- **Minh bạch và kỷ cương:** Thông tin rõ ràng, đầy đủ và kịp thời, thực thi đúng quy định.

- **Hỗ trợ và cộng tác:** Cùng chung chí hướng, phối hợp nhịp nhàng, tối ưu hiệu suất.

- **Là đối tác đáng tin:** Thấu hiểu các bên có liên quan, thực hiện tốt nhất trách nhiệm và cam kết.

4. Nghĩa tình

Mỗi thành tựu và bước tiến của Petrovietnam đều có sự đóng góp và hy sinh thầm lặng của những người trong và ngoài Ngành Dầu khí, cũng như sự ưu ái và ban tặng của thiên nhiên. Ý thức được điều này, các thế hệ người lao động Petrovietnam luôn sống với nhau một cách nghĩa tình, đây là chất keo gắn kết, là nét văn hóa riêng của Petrovietnam.

Để gìn giữ “Nghĩa tình”, người lao động Petrovietnam cần:

- **Biết ơn người đi trước:** Trân quý sự đóng góp của các thế hệ trong và ngoài Ngành cho hoạt động của Petrovietnam, trách nhiệm trong các hoạt động tri ân.

- **Quan tâm đến đồng nghiệp:** Lắng nghe đồng cảm, chia sẻ thẳng thắn, góp ý mang tính xây dựng, giúp đỡ đồng nghiệp trong công việc và cuộc sống.

- **Đối đãi nhau thân ái:** Cư xử với nhau bằng tấm lòng nhân ái để cơ quan là nhà, đồng nghiệp là anh em, đi xa thấy nhớ, ấm áp khi về.

- **Biết quý trọng thiên nhiên:** Luôn có thái độ trân trọng, hành động bảo vệ thiên nhiên

- **Cống hiến vì tập thể:** Hành động vì lợi ích chung, sống trách nhiệm với cộng đồng. Dám lên tiếng bảo vệ lợi ích chính đáng và sự bình đẳng về cơ hội.

III. PHƯƠNG CHÂM HÀNH ĐỘNG

“Đoàn kết - Kỷ cương - Sáng tạo - Hiệu quả”

Phương châm hành động là nguyên tắc cao nhất chi phối hành động của người lao động Petrovietnam. Đây chính là cách người lao động Petrovietnam kiến tạo ra những giá trị tối ưu trong công việc.

1. Đoàn kết

Đoàn kết tạo nên sức mạnh. Đoàn kết là tôn trọng, thấu hiểu, chia sẻ và thống nhất về ý chí, hành động vì mục tiêu chung.

- Tôn trọng góc nhìn đa chiều, luôn đặt mình vào hoàn cảnh của đồng nghiệp, phòng, ban, đơn vị khác để thấu hiểu và đồng cảm; không đổ lỗi, ngụy biện mà cùng xây dựng “văn hóa nhận lỗi”. Sẵn sàng chia sẻ thông tin, hỗ trợ và phối hợp để cùng hoàn thành công việc.

- Hiểu rõ mục tiêu chung, tăng cường tự đào tạo và đào tạo nội bộ, thực hiện tốt văn hóa làm việc nhóm. Chủ động tham gia các hoạt động tập thể, quan tâm hỗ trợ đồng nghiệp.

- Rà soát hệ thống quản lý, phân công/phân nhiệm, quy trình công việc để hiểu rõ phạm vi trách nhiệm của bản thân, gia tăng tốc độ và hiệu quả phối kết hợp. Khi phát hiện mâu thuẫn, luôn đề xuất giải pháp xử lý kịp thời, không để phát sinh đơn thư khiếu kiện.

2. Kỷ cương

Kỷ cương là thượng tôn pháp luật, tuân thủ các quy tắc đạo đức, quy định của công ty và các nghĩa vụ thuộc phạm vi trách nhiệm, đảm bảo tính minh bạch, rõ ràng.

- Tuân thủ pháp luật, thực hiện nghiêm túc các quy chế, quy định, nội quy của công ty và Tập đoàn. Chấp hành theo đúng phân công, quyền hạn, nghĩa vụ và quy trình nghiệp vụ.

- Có trách nhiệm hoàn thành nhiệm vụ được giao, đảm bảo tần suất, tiến độ

và chất lượng công việc. Tham gia đầy đủ, nghiêm túc tất cả các kỳ họp, các khóa đào tạo/huấn luyện và các sự kiện theo yêu cầu của tổ chức.

- Lãnh đạo gương mẫu, cán bộ nhân viên có trách nhiệm tuân thủ, giám sát, ngăn chặn và báo cáo kịp thời các vi phạm đến cấp có thẩm quyền.

3. Sáng tạo

Sáng tạo là tạo ra cách làm mới mang lại kết quả tốt hơn và hiệu quả cao hơn.

- Có đề xuất/sáng kiến/giải pháp nâng cao chất lượng, hiệu quả công việc, tháo gỡ khó khăn đối với nhiệm vụ được phân công.

- Thực hiện tốt công tác cải tiến và nâng cấp hoạt động quản trị ở các bộ phận chức năng và cả tổ chức. Thực hiện văn hóa 5S, văn hóa số.

- Khuyến khích, ghi nhận, khen thưởng các sáng kiến nâng cao chất lượng, hiệu quả và hiệu suất công việc cho cá nhân, bộ phận và cả tổ chức.

4. Hiệu quả

Hiệu quả là đạt được mục tiêu tối ưu trong hiện tại, đồng thời tạo tiền đề để đạt được kết quả lớn hơn trong tương lai.

- Suy nghĩ thấu đáo, dự báo các rủi ro, làm việc có kế hoạch, tổ chức thực hiện và kiểm soát thực thi công việc một cách khoa học.

- Sử dụng tối ưu các nguồn lực (con người, nguồn vốn, tài sản, thời gian, công nghệ, thông tin, v.v...) để tăng hiệu suất công việc và hiệu quả quản trị. Tránh thất thoát hoặc gây lãng phí các nguồn lực của tổ chức.

- Nắm rõ mục tiêu và thước đo kết quả công việc. Thực hành tốt các nguyên lý và thói quen giúp liên tục nâng cao hiệu quả cá nhân và hiệu quả tập thể. Luôn hướng tới hiệu quả cao nhất và nỗ lực để tạo ra những kết quả đột phá.

IV. QUY TẮC ĐẠO ĐỨC

Những quy định của Đảng, pháp luật của Nhà nước và Quy chế quản trị nội bộ của Tập đoàn là những quy định mang tính bắt buộc thực thi. Quy tắc đạo đức là những quy định về chuẩn mực hành xử (bao gồm những hành vi được mong đợi và những hành vi không được phép thực hiện) của Petrovietnam trong công việc và trong các mối quan hệ.

1. Quy tắc đạo đức của Petrovietnam

a. Trong nội bộ

- Minh bạch, công bằng, công khai trong tuyển dụng, đề bạt, đánh giá nhân sự trên nguyên tắc phù hợp giữa yêu cầu công việc và năng lực người lao động; không định kiến, gian lận hay thiên vị. Thực hiện nhất quán những quy định và nguyên tắc đối với tất cả các thành viên.

- Hình thành môi trường làm việc cởi mở, đối thoại đa chiều, khuyến khích các thành viên bày tỏ ý kiến để xây dựng tập thể. Cam kết bảo vệ quyền lợi, vị trí công việc của các thành viên đấu tranh hoặc đưa ra các quan điểm, ý kiến đúng đắn nhưng bị đe dọa.

- Trao quyền hạn, cung cấp nguồn lực phù hợp theo quy định với từng đối tượng, vị trí; tạo điều kiện cho người lao động thực thi hiệu quả công việc được giao.

- Phân định rõ ràng trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm tập thể. Tuy nhiên, trách nhiệm tập thể gắn liền với trách nhiệm cá nhân có liên quan.

- Tôn trọng thông tin, sự riêng tư cá nhân, chỉ sử dụng cho các công việc được pháp luật cho phép. Không truy vấn những vấn đề thuộc về cá nhân mà những vấn đề đó không làm ảnh hưởng đến uy tín và lợi ích của tổ chức.

b. Với đối tác (khách hàng/nhà cung cấp/cơ quan nhà nước/cộng đồng xã hội)

- Luôn tôn trọng đối tác, minh bạch, công khai trong cung cấp thông tin, hoạt động mua sắm, đấu thầu, đầu tư.

- Ứng xử bình đẳng, thực hiện nhất quán các quy định, nguyên tắc đối với tất cả đối tác.

- Giữ cam kết và bảo mật thông tin của đối tác theo quy định của pháp luật và sự thỏa thuận giữa các bên.

- Xây dựng mối quan hệ gắn kết, hợp tác bền vững với các cơ quan của Chính phủ, các bộ, ngành, địa phương và các doanh nghiệp khác.

- Thực hiện trách nhiệm cộng đồng. Cam kết và nỗ lực bảo vệ môi trường, bảo đảm an toàn sản xuất, khai thác và sử dụng tài nguyên một cách tối ưu.

2. Quy tắc đạo đức của người lao động Petrovietnam

- Tôn trọng và tuân thủ các quy định của tổ chức. Giữ cam kết với đối tác. Tuân thủ quy định bảo mật thông tin. Chịu trách nhiệm về hậu quả của việc phát tán thông tin.

- Chấp hành quyết định, phân công của cấp quản lý trực tiếp. Không báo cáo vượt cấp, xử lý và giải quyết công việc vượt quá thẩm quyền theo quy định/phân công.

- Bảo vệ, sử dụng hiệu quả các nguồn lực được giao. Không lạm dụng quyền hạn, không tư lợi, thiên kiến trong quá trình giải quyết công việc.

- Tuân thủ tuyệt đối các quy định về an toàn trong lao động, sản xuất. Đề cao tinh thần tiết kiệm, chú trọng bảo vệ môi trường.

- Biết nhận trách nhiệm cá nhân. Trân trọng các góp ý để tiếp thu, sửa chữa. Thẳng thắn thừa nhận và học hỏi từ những sai lầm và khuyết điểm.

3. Quy tắc đạo đức của cán bộ lãnh đạo, quản lý Petrovietnam

Cán bộ lãnh đạo, quản lý là cán bộ được bổ nhiệm các vị trí từ phó ban hoặc tương đương trở lên đang làm việc trong các ban/văn phòng, tổ chức thuộc Tập đoàn và người đại diện được Petrovietnam giới thiệu giữ các chức vụ thành viên HĐQT/HĐTV, Tổng giám đốc/Giám đốc, Phó tổng giám đốc/Phó giám đốc doanh nghiệp, trưởng/phó các đơn vị sự nghiệp, thành viên Ban kiểm soát, kế toán trưởng tại các đơn vị, cam kết:

- Thực hiện đầy đủ các chức năng quản trị (dự báo, hoạch định, tổ chức, lãnh đạo, kiểm soát) để tạo ra giá trị tối ưu. Tuyệt đối không trốn tránh, thoái thác, đùn đẩy trách nhiệm. Người đứng đầu đơn vị/tổ chức sẵn sàng nhận trách nhiệm đối với bất kỳ sai sót, dù là nhỏ nhất, xảy ra ở đơn vị/tổ chức phụ trách.

- Gương mẫu trong mọi việc. Thấu hiểu năng lực của nhân viên và phân công nhiệm vụ phù hợp. Tôn trọng và tạo niềm tin cho nhân viên. Bảo vệ danh dự của nhân viên khi bị phản ánh, khiếu nại, tố cáo không đúng sự thật.

- Chủ động phối hợp với các bên liên quan để thực hiện công việc hiệu quả. Công khai và thực hiện các quy trình nghiệp vụ, đảm bảo các yêu cầu được giải quyết đúng luật, đúng thời gian quy định. Trường hợp công việc cần kéo dài quá thời gian quy định, phải thông báo công khai, đề xuất hướng giải quyết với các bên có liên quan.

- Đảm bảo tính chính trực, khách quan trong công việc. Không che giấu và làm sai lệch nội dung phản ánh về những việc không đúng quy định của pháp luật liên quan đến chức năng, nhiệm vụ được giao.

- Không lợi dụng chức vụ, quyền hạn, mạo danh tổ chức, thực hiện các hoạt động xã hội để tư lợi hoặc phục vụ lợi ích của tổ chức, cá nhân khác.

V. QUY ƯỚC ỨNG XỬ

1. Chuẩn mực giao tiếp

Để xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp trong giao tiếp, cần đảm bảo nguyên tắc: Giao tiếp với thái độ lịch sự, cởi mở và thân thiện. Từ ngữ ngắn gọn, rõ ràng, dễ hiểu và truyền cảm. Luôn lắng nghe chân thành, nắm bắt được ý kiến, đề nghị của đồng nghiệp/đối tác, kể cả các ý kiến, đề nghị trái chiều. Nhanh chóng giải quyết hoặc hướng dẫn, giải thích các thắc mắc, đề nghị của đồng nghiệp, đối tác. Trong giao tiếp cần tôn trọng những quy định mang tính quốc tế, phù hợp với phong tục tập quán, văn hóa địa phương, qui định về phòng chống dịch bệnh.

1.1. Giao tiếp trực tiếp

- Chủ động chào hỏi đồng nghiệp khi đến nơi làm việc, trong giờ làm và khi rời công sở bằng thái độ thân thiện.

- Chủ động chào đón/đáp lễ đúng nghi thức xã giao với đối tác, giữ tư thế lưng thẳng, giữ ánh mắt giao tiếp và bắt tay chặt vừa phải. Khi ở vị trí xã hội thấp hơn, ít tuổi hơn hoặc người đối diện là phụ nữ thì cần chờ đối tác giao tay trước; bắt tay lần lượt theo thứ tự từ người có chức vụ cao hơn, người cao tuổi hơn.

- Chủ động giới thiệu theo nguyên tắc trang trọng và ngắn gọn, từ người có vị trí chức vụ cao đến thấp thuộc đơn vị mình với đối tác trong các cuộc gặp gỡ, hội họp.

- Trao danh thiếp theo hướng dọc của người nhận, thể hiện sự trang trọng. Nhận danh thiếp và nhắc lại tên người trên danh thiếp để thể hiện sự tôn trọng và để ghi nhớ.

- Lắng nghe tích cực, đặt câu hỏi để làm rõ ý và trình bày ý kiến ngắn gọn, rõ ràng và đầy đủ. Chú ý ngôn ngữ hình thể, ánh mắt giao tiếp và ngữ điệu nhằm đảm bảo thông điệp được truyền đi nhất quán và trọn vẹn, tránh hiểu nhầm, hiểu không hết ý.

1.2. Giao tiếp qua điện thoại

- Đặt chuông điện thoại đủ nghe, không làm ảnh hưởng đến người xung quanh.

- Xung danh trước khi nói chuyện. Mở đầu/kết thúc cuộc gọi bằng lời chào/cảm ơn.

- Nói chuyện điện thoại cần ngắn gọn, rõ ràng, vừa đủ nghe, không bật loa ngoài khi là cuộc gọi cá nhân.

- Khi tham gia hội họp để điện thoại ở chế độ im lặng, không sử dụng điện thoại để nhắn tin, làm việc riêng; hạn chế nhận cuộc gọi, nếu phải trả lời cuộc gọi gấp thì cần xin phép rời phòng họp và trả lời cuộc gọi ngắn gọn, nhanh chóng.

- Cần gọi lại khi có cuộc gọi nhờ của cấp trên/đồng nghiệp/đối tác; kịp thời trả lời khi nhận được tin nhắn.

1.3. Giao tiếp qua các phương tiện điện tử

- Với thư điện tử: đặt tiêu đề ngắn gọn, rõ ràng; không nên gộp nhiều vấn đề vào một thư mà nên tách riêng để tạo thuận lợi cho người nhận phản hồi. Điều chỉnh tiêu đề khi chủ đề đã thay đổi so với thư ban đầu. Văn phong mạch lạc, rõ ý, nên đánh số thứ tự cho các nội dung, nên có câu chào hỏi mở đầu và kết thúc thư. Đọc kiểm tra, rà soát nội dung, chính tả, những từ viết tắt trước khi gửi thư.

- Gửi thư điện tử: chọn đúng người gửi tới và người được gửi kèm (carbon copy/cc) phù hợp. Cần tránh việc lạm dụng trả lời toàn bộ người nhận (reply all), nếu việc trả lời toàn bộ không nhằm mục đích thông tin gì thêm cho những người khác thì chỉ nên trả lời cho người gửi và người được gửi kèm có liên quan. Khi nhận thư, cần trả lời sớm ngay khi có thể.

- Không sử dụng địa chỉ thư điện tử được cơ quan đơn vị cấp để giao dịch cho mục đích cá nhân, kiện cáo hoặc truyền bá những nội dung không lành mạnh. Thực hiện các quy định bảo mật thông tin và cẩn trọng trong phát ngôn. Thư điện tử là một bằng chứng pháp lý được công nhận.

- Tham gia các khóa đào tạo/họp/sự kiện trực tuyến cần: nắm rõ chương trình; chuẩn bị thật kỹ nội dung, biết rõ vai trò cá nhân và mục tiêu cần đạt được khi tham gia; đảm bảo các thiết bị công nghệ, kỹ thuật ổn định, thông suốt trong quá trình tham gia; chủ động chia sẻ thông tin và tích cực thảo luận về các nội dung diễn ra; thể hiện quan điểm, nói lên những ý kiến cá nhân trong mọi vấn đề, để mọi người cùng thảo luận và hỗ trợ.

- Tâm thế giao tiếp trực tuyến cũng đảm bảo tính chuẩn mực như giao tiếp trực tiếp. Màn hình giao tiếp trực tuyến để góc độ phù hợp, tránh chia sẻ các thông tin không liên quan hoặc gây sự chú ý/tò mò không cần thiết. Chủ động kiểm soát micro, để âm lượng phù hợp, không để xảy ra tình trạng phát nhiều âm thanh ngoài nội dung cuộc họp cho mọi người cùng nghe hay để nội dung cuộc họp cho những người không liên quan nghe.

1.4. Giao tiếp trên mạng xã hội

- Sử dụng các ứng dụng công nghệ thông tin một cách tích cực để đưa các thông tin hữu ích, hợp pháp lên mạng xã hội. Tuân thủ các quy định của Đảng, pháp luật của Nhà nước, Tập đoàn và đơn vị về bảo mật thông tin.

- Không đăng tải, chia sẻ thông tin nội bộ của Petrovietnam/đơn vị trên mạng xã hội khi các thông tin đó chưa được kiểm chứng và chưa được công bố chính thức, công khai.

- Không cung cấp và đưa thông tin xuyên tạc, vu khống, xúc phạm uy tín của tổ chức, danh dự và nhân phẩm của cá nhân; không giả mạo tổ chức, cá nhân và phát tán thông tin sai sự thật, xâm hại đến quyền và lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân.

- Có các hành vi, ứng xử phù hợp với những giá trị đạo đức, văn hóa, truyền thống của dân tộc và văn hóa Petrovietnam trong phát ngôn cá nhân và tham gia không gian mạng. Không sử dụng từ ngữ/ngôn ngữ phản cảm, gây thù hận, kích động bạo lực, phân biệt vùng miền, giới tính, tôn giáo.

- Tùy theo thẩm quyền/vụ việc mà có biện pháp ngăn chặn hoặc báo cáo những hành vi lợi dụng mạng xã hội gây phương hại đến lợi ích quốc gia, Tập đoàn, đơn vị; cũng như những hành vi vi phạm quy định pháp luật, trật tự an toàn xã hội, đạo đức, thuần phong mỹ tục của dân tộc.

2. Môi trường làm việc, diện mạo, tác phong

- Tuân thủ quy chuẩn 5S trong mọi hoạt động. Tác phong nhanh nhẹn, chuyên nghiệp, đúng giờ.

- Thực hiện mặc đồng phục, trang phục bảo hộ lao động theo quy định của đơn vị/bộ phận công tác. Đảm bảo trang phục công sở lịch sự, sạch sẽ.

- Kiểu tóc gọn gàng, thẩm mỹ, phù hợp và thuận tiện trong công việc.

- Luôn tuân thủ nguyên tắc xếp hàng, nhường lối cho người mang vật nặng, cho cấp trên, người lớn tuổi và phụ nữ.

- Không làm việc riêng, không tụ tập, trò chuyện ồn ào gây ảnh hưởng đến người xung quanh.

3. Sự kiện/hoạt động xã hội

- Tham gia các cuộc họp/sự kiện với tâm thế chủ động, luôn có mặt ít nhất 5 phút trước khi bắt đầu, ngồi theo vị trí quy định. Thông báo cho người chủ trì trong trường hợp đến muộn hoặc không thể tham dự. Chú ý lắng nghe người khác với thái độ tôn trọng, tích cực. Khi muốn phát biểu, cần đưa ra tín hiệu, tuân thủ sự điều hành của người chủ trì, phát biểu ngắn gọn và tránh ngắt lời người khác. Không làm việc riêng trong cuộc họp.

- Tham gia các sự kiện xã hội với thái độ thân thiện và tôn trọng những người xung quanh; trang phục phù hợp, hành vi đúng mực, hạn chế rượu bia và thuốc lá. Khuyến khích nói chuyện vui vẻ, hoà nhập vào các chủ đề một cách cởi mở và thân thiện.

- Tham gia đầy đủ, tích cực và đóng góp cho các hoạt động tập thể. Tham gia các cuộc thi một cách công bằng, không gian lận hoặc có hành vi gian dối nhằm đoạt được hoặc gây ảnh hưởng đến các giải thưởng, các thành tích cho cá nhân/tập thể.

- Luôn có ý thức tiết kiệm, tránh phô trương, hình thức, lãng phí khi tổ chức/tham gia các hoạt động tập thể.

- Không được kết hợp các hoạt động từ thiện, an sinh xã hội mang danh nghĩa tập thể để tham quan du lịch.

Số: 6655/QĐ-DKVN

Hà Nội, ngày 18 tháng 11 năm 2021

QUYẾT ĐỊNH

Về việc Phê duyệt nhãn hiệu của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam

HỘI ĐỒNG THÀNH VIÊN TẬP ĐOÀN DẦU KHÍ VIỆT NAM

Căn cứ Quyết định 199/2006/QĐ-TTg ngày 29/8/2006 của Thủ tướng Chính phủ về việc thành lập Công ty mẹ - Tập đoàn Dầu khí Việt Nam;

Căn cứ Quyết định số 924/QĐ-TTg ngày 18/6/2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc chuyển Công ty mẹ - Tập đoàn Dầu khí Việt Nam thành công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên do Nhà nước làm chủ sở hữu;

Căn cứ Nghị định số 07/2018/NĐ-CP ngày 10/01/2018 của Chính phủ về việc phê duyệt Điều lệ tổ chức và hoạt động của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam;

Căn cứ Quyết định số 6825/QĐ-DKVN ngày 29/11/2019 của Hội đồng Thành viên Tập đoàn Dầu khí Việt Nam về việc ban hành “Quy chế quản trị Công ty mẹ - Tập đoàn Dầu khí Việt Nam”;

Căn cứ Quyết định số 6526/QĐ-DKVN ngày 12/11/2021 của Hội đồng Thành viên Tập đoàn Dầu khí Việt Nam về việc Hội đồng Thành viên PVN phân công nhiệm vụ phụ trách lĩnh vực chuyên môn và giám sát hoạt động các đơn vị thành viên Tập đoàn;

Xét đề nghị của Tổng giám đốc Tập đoàn tại công văn số 91/CVNB-ĐCT ngày 05/11/2021,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt nhãn hiệu của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam (nhãn hiệu PVN) mẫu kèm theo.

Điều 2. Tổng giám đốc Tập đoàn có trách nhiệm thực hiện thủ tục đăng ký quyền sở hữu nhãn hiệu PVN theo quy định và ban hành hệ thống nhận diện thương hiệu thống nhất, đồng bộ.

Điều 3. Nhãn hiệu PVN được sử dụng thống nhất trong Tập đoàn Dầu khí Việt Nam khi được cơ quan có thẩm quyền cấp giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu.

Điều 4. Tổng giám đốc, Chánh Văn phòng/ Trưởng các Ban thuộc Tập đoàn, và Thủ trưởng/Người đại diện phần vốn của Tập đoàn tại các đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Như điều 4;
- Đảng ủy Tập đoàn (b/cáo);
- HĐQT Tập đoàn (e-copy);
- Ban TGD Tập đoàn (e-copy);
- Kiểm soát viên Tập đoàn;
- Công đoàn DKVN, Đoàn TN, Hội CCB TĐ;
- Lưu: VT, HĐQT(11b).

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

(Đã ký)

Phạm Xuân Cảnh

MẪU NHÃN HIỆU PETROVIETNAM

(Kèm theo quyết định số 6655 ngày 18/11/2021
của Hội đồng thành viên Tập đoàn Dầu khí Việt Nam)

1. Mô tả nhãn hiệu Petrovietnam

Nhãn hiệu Petrovietnam là một thể thống nhất, kết hợp giữa biểu tượng ngọn lửa đỏ và hàng chữ màu xanh PETROVIETNAM - tên giao dịch quốc tế của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam. Dòng chữ PETROVIETNAM màu xanh biển bố cục chặt chẽ, đồng nhất thể hiện sự mạnh mẽ, vững chãi; màu xanh biển cũng thể hiện vùng hoạt động đặc trưng của Petrovietnam gắn với sứ mệnh bảo vệ vùng biển, vùng trời Tổ quốc. Ngọn lửa đỏ thể hiện năng lượng tràn đầy, tinh thần nhiệt huyết, tiên phong; ngọn lửa bay lên thể hiện sự chuyển động, thích ứng linh hoạt của thương hiệu; ngọn lửa được cách điệu tạo hình dáng đất nước Việt Nam một lần nữa khẳng định sự gắn kết không thể tách rời sứ mệnh của Petrovietnam với đất nước.

Cùng với màu nguyên bản, kết hợp với giải pháp màu chuyển, nhãn hiệu Petrovietnam cho thấy một sự sống động trong tinh thần của Petrovietnam, sự năng động, hiện đại, tinh thần quốc tế hóa, cùng xu hướng số hoá, dễ dàng ứng dụng và nổi bật trên các phương tiện truyền thông kỹ thuật số.

2. Mẫu nhãn hiệu Petrovietnam và phương án dựng vẽ

Các chi tiết chính của Nhãn hiệu PVN gồm ngọn lửa đỏ hai nhánh và hàng chữ PETROVIETNAM. Việc xác định tọa độ của các chi tiết khi dựng vẽ được hỗ trợ bằng các ô lưới có kích thước cạnh quy ước như sau:

a) Quy định về phương pháp dựng vẽ các chi tiết chính của nhãn hiệu PVN:

- Ngọn lửa đỏ hai nhánh: Ngọn lửa bồng lên từ lòng chữ V của dòng chữ PETROVIETNAM cách cạnh đáy dưới của khung chữ PETROVIETNAM 2,75a. Hai nhánh lửa được vẽ tròn trong hình chữ nhật kích thước (6a x 13a). Có chiều cao gấp 4 lần chiều cao của chữ PETROVIETNAM. Nhánh lửa bên phải cao 12a; nhánh lửa bên trái cao 8,5a.

- Dòng chữ PETROVIETNAM màu xanh, được thiết kế trên cơ sở hiệu chỉnh một số ký tự và khoảng cách giữa các chữ trên nền font UTM HelvetIns (thuộc bộ chữ ABC), có chiều cao bằng 3a, trải dài theo chiều ngang là 18a.



b) Quy định về màu sắc của Nhãn hiệu Petrovietnam theo các hệ màu tương đương như sau:

- Với màu solid

Màu dòng chữ PETROVIETNAM - BLUE



C 90
Y 60
M 20
K 0

Màu ngọn lửa - RED



C 0
Y 100
M 100
K 0

- Với màu chuyển

Màu dòng chữ PETROVIETNAM - BLUE



C 85	C 95
Y 40	Y 80
M 10	M 30
K 0	K 20

Màu ngọn lửa - RED



C 0	C 30
Y 100	Y 100
M 100	M 80
K 0	K 30

c) Mô tả Nhãn hiệu Petrovietnam theo các hệ màu tương đương như sau:



Số: 418/QĐ-DKVN

Hà Nội, ngày 26 tháng 01 năm 2022

QUYẾT ĐỊNH

Về việc phê duyệt và ban hành

“Hệ thống nhận diện Thương hiệu Tập đoàn Dầu khí Việt Nam”

TỔNG GIÁM ĐỐC

TẬP ĐOÀN DẦU KHÍ VIỆT NAM

Căn cứ Quyết định 199/2006/QĐ-TTg ngày 29/8/2006 của Thủ tướng Chính phủ về việc thành lập Công ty mẹ - Tập đoàn Dầu khí Việt Nam;

Căn cứ Quyết định số 924/QĐ-TTg ngày 18/6/2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc chuyển Công ty mẹ - Tập đoàn Dầu khí Việt Nam thành công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên do Nhà nước làm chủ sở hữu;

Căn cứ Nghị định số 07/2018/NĐ-CP ngày 10/01/2018 của Chính phủ Ban hành Điều lệ tổ chức và hoạt động của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam;

Căn cứ Quy chế quản lý Thương hiệu Tập đoàn Dầu Khí Việt Nam ban hành kèm theo Quyết định số 1346/QĐ-DKVN ngày 24/3/2020 của Hội đồng Thành viên Tập đoàn Dầu khí Việt Nam (Quy chế quản lý Thương hiệu);

Căn cứ Quyết định số 6655/QĐ-DKVN ngày 18/11/2021 của Hội đồng Thành viên Tập đoàn Dầu khí Việt Nam về việc phê duyệt nhãn hiệu của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam;

Căn cứ Quyết định số 364/QĐ-DKVN ngày 16/01/2012 của Tổng giám đốc Tập đoàn Dầu khí Việt Nam về việc Ban hành “Hệ thống nhận diện Thương hiệu Tập đoàn Dầu khí Việt Nam” (Quyết định số 364/QĐ-DKVN);

Xét đề nghị của Trưởng ban Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp tại Công văn số 17/2022/TT&VHDN, ngày 07/01/2021,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt và ban hành kèm theo Quyết định này “Hệ thống nhận diện Thương hiệu Tập đoàn Dầu khí Việt Nam” để sử dụng đồng thời với “Hệ thống nhận diện Thương hiệu Tập đoàn Dầu khí Việt Nam” được phê duyệt tại Quyết định số 364/QĐ-DKVN.

Điều 2. Các Công ty/đơn vị được phép sử dụng Nhãn hiệu Tập đoàn Dầu khí Việt Nam theo Hợp đồng chuyển quyền sử dụng Nhãn hiệu và/hoặc Quy chế quản lý Thương hiệu tổ chức xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu mới tại Công ty/đơn vị mình trên cơ sở Hệ thống nhận diện Thương hiệu của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam phê duyệt tại Điều 1 của Quyết định này.

Trong quá trình xây dựng và sử dụng Hệ thống nhận diện Thương hiệu mới nêu trên, các Công ty/đơn vị đồng thời sử dụng Hệ thống nhận diện Thương hiệu Tập đoàn Dầu khí Việt Nam được ban hành kèm theo Quyết định số 364/QĐ-DKVN.

Điều 3. Các tổ chức chính trị, đoàn thể - xã hội thuộc Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam xem xét, áp dụng từng nội dung cụ thể của Hệ thống nhận diện thương hiệu Tập đoàn Dầu khí Việt Nam phù hợp với hoạt động của mình.

Điều 4. Giao Ban Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp phối hợp với các ban chức năng PVN tổ chức triển khai các công việc cần thiết, hướng dẫn các Công ty/đơn vị để đảm bảo thống nhất sử dụng Hệ thống nhận diện Thương hiệu mới sau khi đã được cấp có thẩm quyền cấp giấy chứng nhận đăng ký Nhãn hiệu mới của PVN.

Điều 5. Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký ban hành.

Điều 6. Chánh Văn phòng/Trưởng các Ban, Thủ trưởng/Người đại diện phần vốn của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam tại các Đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Như điều 6;
- Hội đồng Thành viên PVN (e-copy);
- Các Phó TGD PVN (e-copy);
- Công đoàn DKVN, Đoàn TN, Hội CCB Tập đoàn, Hội Dầu khí Việt Nam;
- Lưu: VT (VP), TT&VHDN.

**KT. TỔNG GIÁM ĐỐC
PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC**

(Đã ký)

Đỗ Chí Thanh

Số: 4094/KH-DKVN

Hà Nội, ngày 21 tháng 7 năm 2022

KẾ HOẠCH

triển khai Hệ thống nhận diện thương hiệu Petrovietnam trong toàn Tập đoàn

Thực hiện Quyết định số 6655/QĐ-DKVN ngày 18/11/2021 của Hội đồng thành viên Tập đoàn Dầu khí Việt Nam (Tập đoàn/Petrovietnam) về việc Phê duyệt Nhân hiệu của Tập đoàn và Quyết định số 418/QĐ-DKVN ngày 25/01/2022 của Tổng giám đốc Tập đoàn về việc Phê duyệt và ban hành Hệ thống nhận diện thương hiệu Tập đoàn; Thông báo kết luận số 3848/TB-DKVN ngày 12/7/2022 của Chủ tịch Hội đồng thành viên Tập đoàn Dầu khí Việt Nam tại Hội thảo về công tác Thương hiệu Petrovietnam; Tập đoàn xây dựng Kế hoạch triển khai Hệ thống nhận diện thương hiệu Petrovietnam trong toàn Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam (toàn Tập đoàn), cụ thể như sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

- Tạo dựng, quảng bá rộng rãi hình ảnh Petrovietnam năng động, linh hoạt, thích ứng với xu thế phát triển mới góp phần làm gia tăng uy tín, giá trị thương hiệu, liên kết chuỗi giá trị dầu khí với sứ mệnh: “Tối ưu hóa nguồn năng lượng dầu khí, phát triển bền vững các nguồn năng lượng mới, góp phần xây dựng và bảo vệ Tổ quốc”.

- Đầu tư công sức, thời gian, tài chính tổ chức triển khai thống nhất trong toàn Tập đoàn.

II. NỘI DUNG

- Xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu của Petrovietnam là một thể thống nhất, bao gồm toàn bộ thiết kế nhân hiệu (logo), font chữ, đồ họa hỗ trợ và màu sắc đại diện; thể hiện bản sắc, hiện đại, mang phong cách riêng tạo nên dấu ấn nhận diện thương hiệu, thể hiện nhất quán hình ảnh tích cực về một Tập đoàn năng lượng tiên phong trong mọi hoạt động.

- Hệ thống nhận diện thương hiệu mới được sử dụng cùng Hệ thống nhận diện thương hiệu ban hành kèm theo Quyết định số 364/QĐ-DKVN ngày 16/01/2012

của Tổng giám đốc Tập đoàn, có lộ trình thay đổi phù hợp điều kiện thực tế, đảm bảo tính thống nhất:

+ Từ năm 2022 đến khi nhận được giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu mới (dự kiến hết năm 2024): Nhãn hiệu mới được sử dụng trong các hoạt động của Petrovietnam và đơn vị như: trong ứng dụng tư liệu số; thiết kế nội thất/trang thiết bị văn phòng, trang phục, sản phẩm/quà tặng...

+ Sau khi nhận được giấy chứng nhận sử dụng nhãn hiệu mới (trong và ngoài nước): Nhãn hiệu mới được áp dụng thay thế hoàn toàn nhãn hiệu tại Quyết định số 364/QĐ-DKVN trong và ngoài lãnh thổ Việt Nam (dự kiến từ năm 2025).

III. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Các Ban/Văn phòng Tập đoàn.

1.1. Ban Pháp chế Kiểm tra - Kiểm tra Tập đoàn

- Thực hiện các thủ tục đăng ký nhãn hiệu mới trong và ngoài lãnh thổ Việt Nam theo quy định, bao gồm cả nhãn hiệu nhánh của các đơn vị thành viên (hoàn thành thủ tục trong năm 2022).

- Đầu mối phối hợp với các ban chức năng của Tập đoàn sửa đổi “Quy chế quản lý thương hiệu Tập đoàn Dầu khí Việt Nam”, hợp đồng chuyển quyền sử dụng Nhãn hiệu Petrovietnam phù hợp trong từng giai đoạn (tại mục II).

- Đầu mối phối hợp các ban/văn phòng Tập đoàn giám sát thường xuyên; tổ chức đoàn kiểm tra việc sử dụng Nhãn hiệu Petrovietnam của các công ty/đơn vị theo đúng quy định của pháp luật, điều lệ tổ chức và hoạt động của Petrovietnam.

1.2. Ban Truyền thông & Văn hóa doanh nghiệp Tập đoàn

- Kiểm soát hình ảnh, thiết kế sử dụng Nhãn hiệu Petrovietnam.

- Giám sát, tổng hợp, đánh giá, báo cáo kết quả và đề xuất lãnh đạo Tập đoàn giải pháp tháo gỡ vướng mắc, khó khăn trong quá trình triển khai thực hiện Kế hoạch này.

1.3. Các Ban/Văn phòng Tập đoàn

- Văn phòng áp dụng sử dụng nhãn hiệu mới trong thiết kế nội thất/trang thiết bị văn phòng, sản phẩm/quà tặng... hoàn thành trong năm 2022.

- Các ban Tập đoàn thực hiện đồng loạt sử dụng nhãn hiệu mới trong các văn bản nội bộ, ứng dụng số, trang trí văn phòng... hoàn thành chậm nhất trong tháng 8/2022.

2. Các Công ty/đơn vị sử dụng Nhãn hiệu Petrovietnam

- Việc sử dụng Nhãn hiệu Petrovietnam thực hiện bắt buộc đối với các doanh nghiệp cấp II của Tập đoàn (các doanh nghiệp có vốn góp của Petrovietnam và do Petrovietnam nắm giữ quyền chi phối); các doanh nghiệp cấp III của Tập đoàn (các doanh nghiệp có vốn góp của doanh nghiệp cấp II và do doanh nghiệp cấp II giữ quyền chi phối).

- Đăng ký bổ sung các ngành nghề của đơn vị (nếu có), thiết kế nhãn hiệu mới của đơn vị cùng các đơn vị trực thuộc theo quy định tại Quyết định 418/QĐ-DKVN ngày 25/01/2022 và được điều chỉnh quy định màu sắc theo mẫu thiết kế tại phụ lục gửi kèm; báo cáo để Tập đoàn xem xét, phê duyệt và thực hiện đăng ký quyền sở hữu nhãn hiệu (hoàn thành chậm nhất ngày 30/9/2022). Đơn vị tuyệt đối không tự đăng ký quyền sở hữu nhãn hiệu mới của đơn vị có sử dụng hình ảnh Nhãn hiệu của Petrovietnam (nếu không được Tập đoàn ủy quyền).

- Xây dựng kế hoạch, lộ trình cụ thể với từng sản phẩm ứng dụng áp dụng nhãn hiệu mới của Petrovietnam, triển khai hệ thống nhận diện thương hiệu mới tại công ty/đơn vị báo cáo Tập đoàn (chậm nhất ngày 15/12/2022).

3. Các tổ chức chính trị, đoàn thể - xã hội thuộc Tập đoàn áp dụng từng nội dung cụ thể của hệ thống nhận diện thương hiệu của Tập đoàn phù hợp với hoạt động của tổ chức từ tháng 8 năm 2022.

Nơi nhận:

- BTV Đảng ủy Tập đoàn;
- HĐQT, TGD, các PTGD Tập đoàn (e-copy);
- Các Ban/VP Tập đoàn/VPĐU;
- CĐDK, ĐTN, Hội CCB Tập đoàn;
- CĐ, Hội CCB, ĐTN, Ban LLHT CQ Tập đoàn;
- Các đơn vị trực thuộc Tập đoàn (DS kèm theo);
- Lưu VT (VP), TT&VHDN.

**KT. TỔNG GIÁM ĐỐC
PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC**

(Đã ký)

Đỗ Chí Thanh

PHỤ LỤC

Kèm theo Kế hoạch số 4094/KH-DKVN ngày 21 tháng 7 năm 2022

QUY ĐỊNH VỀ NHÃN HIỆU (LOGO) THƯƠNG HIỆU NHÁNH

Cấu trúc logo thương hiệu nhánh thuộc Tập đoàn gồm toàn bộ logo Petrovietnam và tên thương hiệu nhánh màu đỏ (giống màu ngọn lửa đặt phía dưới chính giữa chữ PETROVIETNAM được phân chia và phát triển bố cục theo hình bên

Tên thương hiệu nhánh sử dụng font Bahnschrift, dáng Bold Condensed, chiều cao bằng chữ PETROVIETNAM (chiều cao bằng 3A khoảng cách giữa các chữ là $1/3A$, A = chiều rộng một cột trong hệ thống lưới).

Tên thương hiệu nhánh sử dụng tên viết tắt của đơn vị hoặc tên thương mại, tên gọi giao dịch quốc tế bằng tiếng Anh.

Các thương hiệu nhánh được phép tùy biến thiết kế các chữ cái trong tên thương hiệu nhánh trong phạm vi cho phép, nhưng không được cạnh tranh về hình ảnh và thiết kế với logo Tập đoàn. Việc sử dụng cần đảm bảo không làm thay đổi tỷ lệ và vị trí các yếu tố cấu thành logo. Việc sáng tạo cần được Tập đoàn chấp thuận.



Số: 5067/QĐ-DKVN

Hà Nội, ngày 06 tháng 9 năm 2022

QUYẾT ĐỊNH

Về việc: Tặng thưởng Bằng khen

TỔNG GIÁM ĐỐC TẬP ĐOÀN DẦU KHÍ VIỆT NAM

Căn cứ Quyết định số 199/2006/QĐ-TTg ngày 29/8/2006 của Thủ tướng Chính phủ về việc thành lập Công ty mẹ - Tập đoàn Dầu khí Việt Nam;

Căn cứ Quyết định số 924/QĐ-TTg ngày 18/6/2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc chuyển công ty mẹ - Tập đoàn Dầu khí Việt Nam thành Công ty TNHH một thành viên do Nhà nước làm chủ sở hữu;

Căn cứ Nghị định số 07/2018/NĐ-CP ngày 10/01/2018 của Chính phủ về việc ban hành Điều lệ tổ chức và hoạt động của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam;

Căn cứ Quy chế Thi đua - Khen thưởng ban hành kèm theo Quyết định số 1819/QĐ-DKVN ngày 05/10/2018 của Hội đồng Thành viên Tập đoàn Dầu khí Việt Nam;

Xét đề nghị của các Trưởng Ban: Tổ chức và Quản trị nguồn nhân lực, Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Tặng Bằng khen của Tổng giám đốc Tập đoàn Dầu khí Việt Nam cho các tập thể (danh sách kèm theo) ***đã có nhiều thành tích trong công tác Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp.***

Điều 2. Chánh Văn phòng, Trưởng các Ban liên quan của Tập đoàn và các tập thể có tên tại **Điều 1** chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Như điều 2;
- Lưu VT; QTNL (TĐKT).

TỔNG GIÁM ĐỐC

(Đã ký)

Lê Mạnh Hùng

**DANH SÁCH TẶNG THƯỞNG BẰNG KHEN
CỦA TỔNG GIÁM ĐỐC TẬP ĐOÀN**

(Kèm theo Quyết định số: 5067/QĐ-DKVN ngày 06 tháng 9 năm 2022)

I. Tập thể tiêu biểu trong công tác Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp:

1. Công ty Cổ phần Lọc hóa Dầu Bình Sơn
2. Công ty Cổ phần Phân bón Dầu khí Cà Mau
3. Tổng công ty Khí Việt Nam - CTCP
4. Tổng công ty Dầu Việt Nam - CTCP
5. Tổng công ty Cổ phần Vận tải Dầu khí
6. Công ty Điều hành Dầu khí Biển Đông.

II. Tập thể có chuyển biến tích cực trong công tác Truyền thông và Văn hóa doanh nghiệp:

1. Liên doanh Việt - Nga Vietsovetro
2. Tổng công ty Thăm dò Khai thác Dầu khí
3. Viện Dầu khí Việt Nam
4. Tổng công ty Điện lực Dầu khí Việt Nam - CTCP
5. Trường Đại học Dầu khí Việt Nam./.

