

# **XÂY DỰNG VĂN HÓA DOANH NGHIỆP TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN THỦY ĐIỆN ĐA NHIM – HÀM THUẬN – ĐA MI (ĐHĐ)**

## **Nội dung 1: Phổ biến tuyên truyền tổ chức thực hiện chủ trương chung về văn hóa, văn hóa ứng xử tại Công ty ĐHD**

Khi gõ từ “văn hóa doanh nghiệp” trên Google bạn sẽ nhận được 1.490.000 kết quả trong thời gian khoảng 0,4 giây. Điều này cho thấy từ “Văn hóa doanh nghiệp” được phổ biến rộng rãi đến mức nào. Đối với Công ty ĐHD, “Văn hóa doanh nghiệp” đã được lãnh đạo Công ty quan tâm và xây dựng rất sớm, từ khi ban hành “Cẩm nang ứng xử trong Công ty” vào tháng 11 năm 2009. Đó là tiền đề và những định hướng CB/CNV thực hành tuân thủ theo những quy tắc và chuẩn mực đạo đức nơi công sở. Khi EVN triển khai các khóa học về văn hóa doanh nghiệp, Công ty đã cử các cán bộ tham gia. Bên cạnh đó, Công ty đã tổ chức các lớp ngắn hạn về văn hóa doanh nghiệp tại cơ quan để phổ biến cho toàn thể CB/CNV hiểu và cùng tham gia xây dựng văn hóa doanh nghiệp.

Với Công ty ĐHD, văn hoá doanh nghiệp được thể hiện từ những điều đơn giản. Đó là sự hoà đồng trong công việc, đó là cấp dưới phục tùng mệnh lệnh cấp trên, đó là việc người trẻ chủ động chào hỏi người lớn tuổi hơn khi gặp mặt. Các hệ giá trị, các chuẩn mực, các quy tắc ... không phải ai cũng hiểu và cũng thuộc. Để văn hoá doanh nghiệp ngấm sâu vào tiềm thức mỗi CB/CNV, lãnh đạo Công ty luôn lồng ghép nội dung này vào các cuộc họp để nhắc nhở, tuyên truyền và hướng dẫn CB/CNV thực thi hiệu quả.

## **Nội dung 2: Giới thiệu cách làm hiệu quả trong việc thực hiện văn hóa doanh nghiệp với nội dung “Xây dựng văn hóa doanh nghiệp qua bài hát truyền thống”**

Bất cứ ai là người con của thủy điện Đa Nhim đều đã từng nghe và hát bài “Đêm Không Pha - Đêm Đa Nhim”. Bài hát là lời tâm tình của người thợ điện khi bước vào ca trực với sự yêu đời và niềm hăng say công tác. Với khí thế tươi vui khi bước vào ca đêm, hình ảnh Đa Nhim hiện ra trong tâm thức người thợ thật lung linh và sinh động. Đêm Đa Nhim không vắng vẻ, u buồn mà lung linh ánh điện, tươi vui với tiếng suối hoà trong tiếng máy quay.

Đã từ lâu “Đêm Không Pha - Đêm Đa Nhim” được xem như bài hát truyền thống của Nhà máy Thủy điện Đa Nhim, tiền thân của Công ty Cổ phần Thủy điện Đa Nhim – Hàm Thuận – Đa Mi. Mỗi khi hát bài này, CB/CNV Công ty đều thấy đâu đó hình ảnh của mình ẩn trong hình ảnh người thợ điện cùng với niềm tự hào về cơ quan mình đang làm việc. Thân thương là thế, “Đêm Không Pha - Đêm Đa Nhim” được các ca sĩ nghiệp dư của Công ty ĐHD thể hiện vào các dịp liên hoan văn nghệ, cuộc thi tiếng hát người lao động, dịp đón nhận các danh hiệu, dịp sinh hoạt tập thể, dịp tổng

kết và cả khi đi dự đám cưới của đồng nghiệp. Mỗi khi lời ca cất lên, tất cả CB/CNV từ lãnh đạo cho đến công nhân đều gõ nhịp để hát theo.

Bài hát này thì có liên quan gì đến việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp của Công ty?

Xây dựng văn hoá doanh nghiệp là xây dựng nền tảng tinh thần của Công ty. Văn hóa doanh nghiệp bên cạnh các “Quy tắc ứng xử”, “giá trị cốt lõi”, “các quy tắc vô hình”, “cấu trúc tổ chức”... rất chặt chẽ và cứng nhắc cần phải quan tâm đến các giá tinh thần mà trong đó tinh thần được tham gia rất quan trọng, cần tạo ra những thứ ai cũng tham gia được: một bài hát truyền thống? Tại sao không? Bài hát truyền thống của Công ty sẽ là bài hát có ca từ, hình ảnh thân quen với người lao động, phản ánh được niềm lạc quan yêu đời của và lòng tự hào của người lao động về đơn vị mình đang gắn bó. Nhà máy thuỷ điện Đa Nhim ngày xưa và Công ty Cổ phần Thuỷ điện Đa Nhim – Hàm Thuận – Đa Mi ngày này đã xây dựng nét văn hoá của riêng mình qua bài hát “Đêm Krông Pha - Đêm Đa Nhim”.

“Đêm Krông Pha - Đêm Đa Nhim” không chỉ mang lại giá trị giải trí mà còn phản ánh tinh thần lạc quan vượt khó của người con ngành điện. Bài hát luôn được tất cả mọi người, kể cả những người con ra đi từ Đa Nhim lại trở về sum họp cũng hòa chung giọng hát trong các dịp sinh hoạt tập thể. Lời bài hát hùng hồn nhưng dễ hát, dễ thuộc. “Đêm Krông Pha- Đêm Đa Nhim” vẽ lên một bức tranh sống động cả trong lòng người hát lẫn người nghe với những hình ảnh thân quen của anh thợ điện vào ca đêm, hoàng hôn buông xuống đường ống Đa Nhim, tiếng suối reo róc rách hoà trong tiếng máy quay, ánh điện Đa Nhim bừng sáng trong bầu trời đêm giữa núi rừng Krông Pha tĩnh mịch.

Bài hát được Nhạc sĩ Hoài Sơn sáng tác từ thập niên 80 đến nay đã hơn 30 năm nhưng chưa bao giờ cũ đối với những người con Đa Nhim. Ngay những ngày đầu mới về Nhà máy Đa Nhim tôi đã được các anh chị tập hát để biểu diễn dịp liên hoan đón chào thiên niên kỷ mới, năm 2000. Đã 15 năm trôi qua, bài hát chưa bao giờ vắng ở các dịp liên hoan, văn nghệ, hội diễn của Công ty, gần đây nhất là dịp lễ kỷ niệm 50 năm thành lập Nhà máy thủy điện Đa Nhim.

Bài hát cũng được Công ty biên tập lại cùng với những ca khúc khác về Đa Nhim thành đĩa nhạc tặng cho CB/CNV và cho những ai đã từng công tác ở Đa Nhim dịp kỷ niệm 50 năm thành lập Nhà máy thủy điện Đa Nhim. Đối với các cán bộ về hưu, đây là món quà tinh thần vô giá. Mỗi khi nghe lại ca khúc đó, hẳn ai cũng nhớ lại

m.

một thời tuổi trẻ xông pha, cống hiến cho Nhà máy trong thời kỳ đất nước còn khó khăn. Người thợ Đa Nhim đã gắn bó với Nhà máy tại nơi xa xôi hẻo lánh, đã từ bỏ đô thị phồn hoa về đây để gắn bó một đời với mảnh đất thân thương này. Người thợ Đa Nhim đến từ nhiều vùng miền khác nhau của Tổ quốc, khác nhau về trình độ chuyên môn, tư tưởng văn hóa, địa lý vùng miền nhưng khi cất lên tiếng ca thì mọi nhọc nhằn, khó khăn dường như tiêu tan chỉ còn lại tinh thần người thợ điện hăng say làm việc, tất cả vì dòng điện ngày đêm dựng xây Tổ quốc. Tinh thần lạc quan yêu đời, yêu

nghe chẳng ngại gian khổ của người thợ điện được lan tỏa rộng rãi trong Công ty. Còn gì vui hơn, gắn kết hơn khi vào các dịp liên hoan, sinh hoạt tập thể bài hát được mọi người cùng đồng ca. Dàn đồng ca ấy làm cho khoảng cách giữa lãnh đạo và nhân viên ngắn lại, làm cho mọi người hiểu nhau hơn và đó là sợi dây vô hình gắn bó người lao động với Công ty.



Hình 3. Bài hát được dàn dựng công phu với các ca sĩ là CB/CNV

Bài hát “Đêm Krông Pha - Đêm Đa Nhim” đã lưu giữ và lan truyền nét đẹp của người thợ Đa Nhim suốt thời gian qua. Tuy rằng trước kia chưa Công ty chưa quan tâm nhiều về văn hóa doanh nghiệp, chưa chú trọng nhiều về bản sắc riêng nhưng nét đẹp của người thợ Đa Nhim đã được gìn giữ và lưu truyền qua các thế hệ từ bài hát này. Đến hôm nay trách nhiệm của Công ty là tiếp tục gìn giữ, chắc lọc và phát triển qua việc biên tập, số hóa, phổ biến rộng rãi hơn nữa đến các thế hệ trẻ để các em hiểu được nét truyền thống văn hóa của người thợ điện và góp phần xây dựng văn hóa Công ty ngày càng bền vững. Bạn hãy để ý mà xem, khi bạn nghe ai đó cất lời ca “*Khi màn đêm buông....*” thì chắc chắn rằng người hát là người của Công ty Cổ phần Thủy điện Đa Nhim – Hàm Thuận – Đa Mi hoặc là người rất gắn bó với thủy điện Đa Nhim. Bài ca đã trở thành bản sắc riêng của Công ty Cổ phần Thủy điện Đa Nhim – Hàm Thuận – Đa Mi. Là CBCNV của Công ty, tôi cảm thấy tự hào và yêu quý Công ty từ những nét riêng ấy.

**Nội dung 3: Những biện pháp thực thi văn hóa doanh nghiệp, bộ quy tắc ứng xử, đạo đức nghề nghiệp hiệu quả.**

Bước chân vào trụ sở Công ty ĐHD, khách sẽ thấy bên tay trái là màn hình lớn, nơi giới thiệu các phòng ban làm việc, các hình ảnh về lịch sử hình thành và phát triển của Công ty lồng trong nhạc nền các bài hát quen thuộc của Công ty và của ngành điện. Đây là nơi truyền truyền về văn hóa doanh nghiệp hiệu quả nhất. Các quy tắc

ứng xử, khẩu hiệu, các hình ảnh mới nhất về hoạt động sản xuất, các bài hát truyền thống của Công ty luôn được bổ sung và trình chiếu nơi này. Với CB/CNV Công ty, khi đi ngang qua màn hình này sẽ thấy được hình ảnh của Công ty từ những ngày sơ khai đến thời điểm hiện tại để càng thêm gắn bó với cơ quan. Việc phổ biến văn hoá doanh nghiệp như công ty ĐHD đang thực hiện có chi phí không cao, dễ quản lý nội dung, dễ dàng nhân rộng các màn hình ở nhiều khu vực để văn hóa ĐHD được lan tỏa sâu rộng. Việc tạo dựng môi trường chuyên nghiệp và lành mạnh sẽ hạn chế các biểu hiện phi văn hóa, thái độ tiêu cực, góp phần làm cho người lao động thấy tự hào về Công ty, muốn gắn bó dài lâu.

#### **Nội dung 4: Những ý kiến phê phán các biểu hiện phi văn hóa nơi công sở, kiến nghị giải pháp xử lý.**

Một doanh nghiệp có văn hoá riêng sẽ để lại ấn tượng rất tốt cho khách hàng và các đối tác. Doanh nghiệp đó không mất nhiều chi phí quảng cáo nhưng lại để ấn tượng sâu sắc với đối tác với sự chuyên nghiệp từ những việc tưởng chừng rất nhỏ. Trái lại, một doanh nghiệp không chưa tạo được văn hoá riêng hoặc có văn hoá xấu khi hàng ngày vẫn còn những biểu hiện phi văn hóa nơi công sở. Những ví dụ về biểu hiện phi văn hoá:

##### **1. Hút thuốc lá nơi công sở:**

Cho dù Nhà nước đã có chế tài xử phạt hành vi hút thuốc lá nơi công cộng nhưng trên thực tế rất ít vụ xử phạt được thực hiện. Đối với một doanh nghiệp có bề dày văn hoá, nơi mà từng CB/CNV đều tâm đắc với cơ quan mình đang làm thì việc hút thuốc tại nơi làm việc là điều nên tránh. Khi bước chân vào trụ sở của một doanh nghiệp, cho dù đối tác có được giới thiệu tốt về sự chuyên nghiệp, về hiệu quả công việc, về văn công ty ...nhưng nếu vô tình thấy một vài mẫu tàn thuốc vứt bừa bãi trên lối đi thì thiện cảm trong lòng họ phần nào bị giảm sút. Hút thuốc lá nơi công sở chẳng những tạo ra một môi trường ô nhiễm mà còn thể hiện sự thiếu chuyên nghiệp trong việc bảo vệ môi trường.

Để giải quyết vấn đề này, ngoài việc tuyên truyền sâu rộng, lãnh đạo doanh nghiệp phải thể hiện quyết tâm biến doanh nghiệp mình thành cơ quan kiểu mẫu. Lãnh đạo doanh nghiệp có thể phối hợp với Công đoàn chọn ra một ngày làm “ Ngày không thuốc lá”, giống như thế giới có “Giờ trái đất vậy”. Trong ngày đó, tuyệt đối không người nào hút thuốc lá. Công ty có thể tổ chức cuộc thi, cuộc thuyết trình về tác hại của thuốc lá với mục đích vui vẻ, tuyên truyền là chính. Việc thực hiện “Ngày không thuốc lá” theo định kỳ sẽ trở thành một nét văn hoá riêng của doanh nghiệp, sẽ góp phần giảm thói quen hút thuốc của CB/CNV. Trong giai đoạn đầu, việc hạn chế hút thuốc lá sẽ rất khó. Vì vậy, Công ty phải bố trí một số điểm để những người có nhu cầu hút thuốc có thể hút. Tuy nhiên, nên đặt các điểm hút thuốc ở nơi khó tiếp cận để góp phần làm nãn lòng người hút thuốc.

## 2. Nói tục, chửi thề nơi công sở:

Công sở là nơi để mọi người cùng làm việc, là môi trường thân ái để cùng nhau đạt kết quả tốt trong công việc. Ai cũng muốn làm việc trong một môi trường trong sạch, được hít thở không khí mát lành, được nghe âm thanh du dương dễ chịu. Việc nói tục, chửi thề nơi công sở là hình ảnh không đẹp, làm gia tăng sự bất hoà giữa các đồng nghiệp.

Để hạn chế và đi đến chấm dứt tình trạng nói tục, chửi thề tại công sở, Công ty cần phải bổ sung vào “Cẩm nang ứng xử”, phổ biến đến CB/CNV quy tắc sử dụng lời ái ngữ trong giao tiếp. Một doanh nghiệp mà toàn thể CB/CNV đối đãi với nhau bằng ái ngữ thì sẽ rất ít việc tranh giành, kiện tụng xảy ra. Một khi mọi người đối đãi với nhau bằng ái ngữ thì việc kính trên, nhường dưới mới dễ dàng thực thi để trở thành nề nếp của doanh nghiệp. Đó là một nét đẹp văn hoá mà doanh nghiệp nào cũng muốn vươn đến.

## 3. Hội họp thiếu chuyên nghiệp:

Trong một doanh nghiệp, do yêu cầu của công việc nên hội họp rất thường xảy ra. Việc chuyên nghiệp của từng thành viên dự họp cũng là nét văn hoá của doanh nghiệp đó. Một đơn vị được cho là làm việc hiệu quả khi thời gian bỏ ra ít nhưng kết quả mang lại nhiều.

Để tạo ra tính chuyên nghiệp trong hội họp, người chủ trì cần phải mạnh mẽ, điều khiển cuộc họp dứt khoát. Từng nội dung họp phải được chuẩn bị trước, có sự phân công thực hiện rõ ràng. Mỗi thành viên dự họp biết rõ vai trò của mình trong cuộc họp đó và chỉ tập trung vào nhiệm vụ được giao. Trong suốt cuộc họp, chỉ có những người được yêu cầu mới phát biểu, tránh tình trạng nhiều người nói một lúc sẽ tạo nên không khí lộn xộn, thiếu chuyên nghiệp. Thành viên dự họp muốn phát biểu phải đợi người khác nói xong rồi xin ý kiến phát biểu, tránh việc cắt ngang dòng phát biểu của người khác.

Việc hội họp của Công ty hiệu quả, có sự chuẩn bị kỹ lưỡng, có phân công cụ thể trong quá trình họp, có sự tôn trọng ý kiến của nhau sẽ tạo nên một nề nếp trong công ty. Đó chính là văn hoá doanh nghiệp.

**Kết luận:** Văn hoá doanh nghiệp không phải làm một phạm trù to tát, phức tạp và khó hiểu. Văn hoá của một doanh nghiệp là một nét riêng của doanh nghiệp đó, không hoà lẫn vào doanh nghiệp khác. Văn hoá doanh nghiệp được hình thành qua một thời gian dài, có sự chất lọc, đào thải từ chính CB/CNV của doanh nghiệp đó, có sự phản hồi từ đối tác, lâu ngày thành bản sắc riêng. Văn hoá của doanh nghiệp có thể biểu thị bằng sản phẩm vật chất như logo, trang phục; qua các giá trị phi vật chất như hiệu quả công việc, tác phong chuyên nghiệp hoặc qua sản phẩm tinh thần như một

bài hát. Văn hoá của Công ty Cổ phần Thủy điện Đa Nhim – Hàm Thuận – Đa Mi phần nào thể hiện qua bài hát “Đêm Krông Pha - Đêm Đa Nhim”. Bài hát đã có tuổi đời hơn 30 năm nhưng vẫn song hành cùng bao thế hệ cán bộ của thủy điện Đa Nhim. Bài hát là một sản phẩm tinh thần, một báu vật vô giá của Công ty Cổ phần Thủy điện Đa Nhim. CB/CNV Công ty sẽ tiếp tục gìn giữ nét đẹp của người thợ Đa Nhim thông qua bài hát này để một khi tiếng hát được cất lên bạn bè trong ngành điện sẽ thì thầm: “Đó là người Đa Nhim!”.

*Lâm Đông, ngày 10 tháng 7 năm 2015*  
Người viết bài dự thi



**Nguyễn Ngọc Tuấn**