

TẬP ĐOÀN ĐIỆN LỰC VIỆT NAM
TỔNG CÔNG TY ĐIỆN LỰC MIỀN TRUNG



EVN***CPC***

VĂN HÓA EVN***CPC***

Trình bày: Nguyễn Nho Văn Khanh – PTB Tổ chức & Nhân sự EVNCPC

NỘI DUNG

Phần A	TỔNG QUAN VỀ VHDN
Phần B	TÀI LIỆU VĂN HÓA EVNCPC

Phần A

TỔNG QUAN VỀ

VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

I. Các khái niệm về VHDN

Phẩm chất riêng biệt của tổ chức được nhận thức phân biệt nó với các tổ chức khác trong lĩnh vực. (Gold, K.A.)

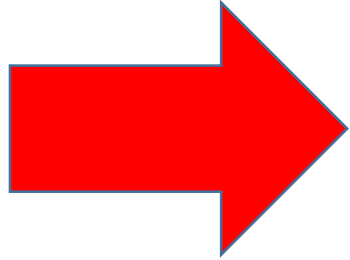
Văn hóa thể hiện tổng hợp các giá trị và cách hành xử phụ thuộc lẫn nhau phổ biến trong doanh nghiệp và có xu hướng tự lưu truyền, thường trong thời gian dài.
(Kotter, J.P. & Heskett, J.L.)

Văn hóa doanh nghiệp là những niềm tin, thái độ và giá trị tồn tại phổ biến và tương đối ổn định trong doanh nghiệp. (Williams, A., Dobson, P. & Walters, M.)

Văn hóa là linh hồn của tổ chức – những niềm tin và giá trị và cách nghĩ chúng được thể hiện ra. Tôi nghĩ cấu trúc của doanh nghiệp như bộ xương và là phần xác thịt. Còn văn hóa là linh hồn gắn kết chúng lại với nhau và đem đến cho chúng sức sống.

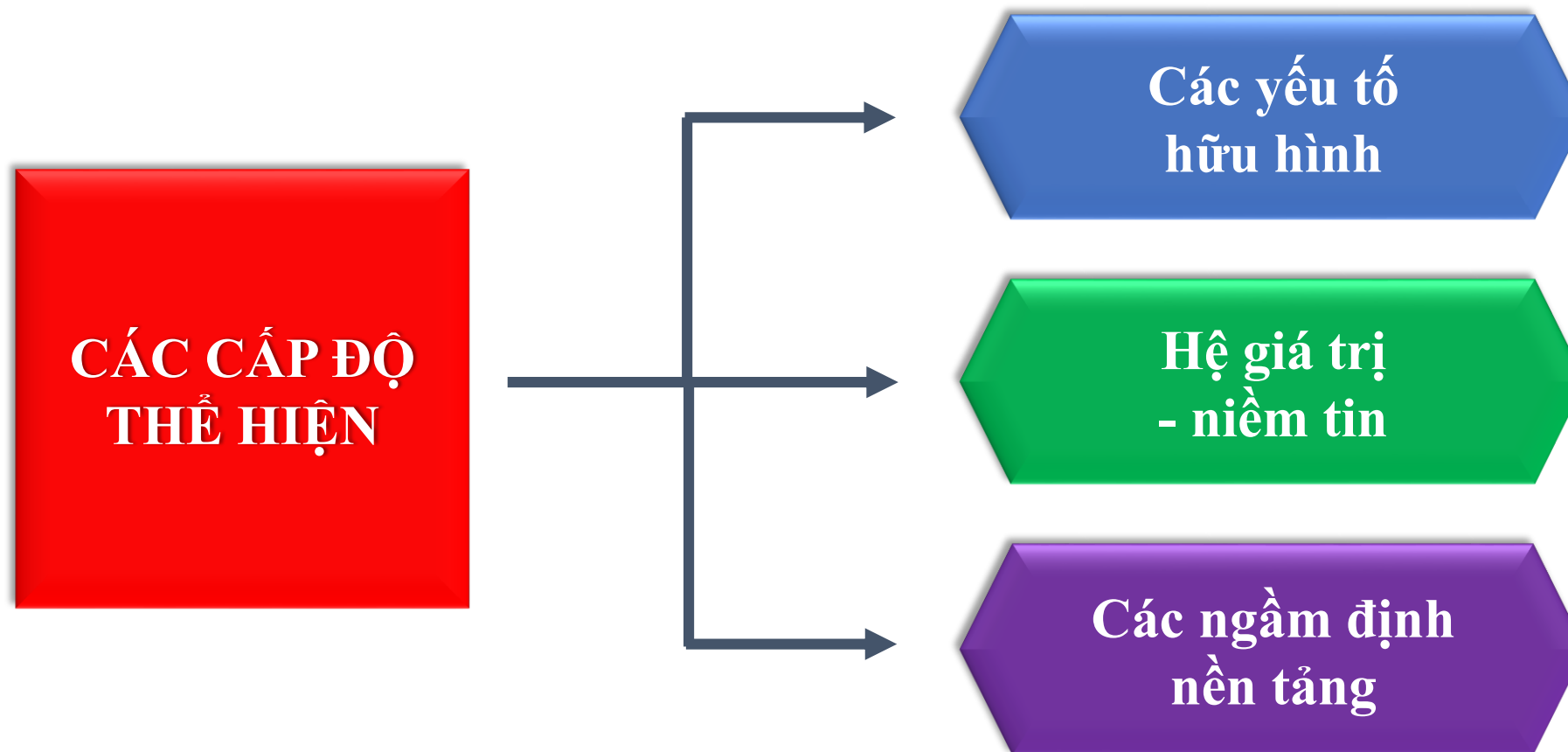
(Henry Mintzberg)

Định nghĩa về VHĐN



Văn hoá doanh nghiệp là hệ thống **niềm tin, giá trị và chuẩn mực giải quyết vấn đề**, được xây dựng trong quá trình hình thành và phát triển của doanh nghiệp, và được thể hiện trong các hình thái vật chất và hành vi của các thành viên.

II. Cấp độ VHDN



II.1. Các yếu tố hữu hình

**Điều gì giúp
cộng đồng
nhận ra
EVNCPC???**

- Cơ sở vật chất, trang thiết bị đặc thù, hệ thống nguồn - lưới điện, nhà xưởng...

- Vai trò của hệ thống nhận diện thương hiệu.

- + Cờ
- + Logo
- + Vật phẩm nội bộ: Đồng phục, bảng tên, sổ tay, bìa kẹp,...
- + Vật phẩm đối ngoại: Băng rôn, áp phích, tờ rơi, mẫu hóa đơn, danh thiếp,...

Cờ EVN

Cờ chính thức

Được sử dụng đại diện tại các trụ sở và những nơi cố định, bán cố định khác. Cờ chính thức được thiết kế theo tỷ lệ 2:3

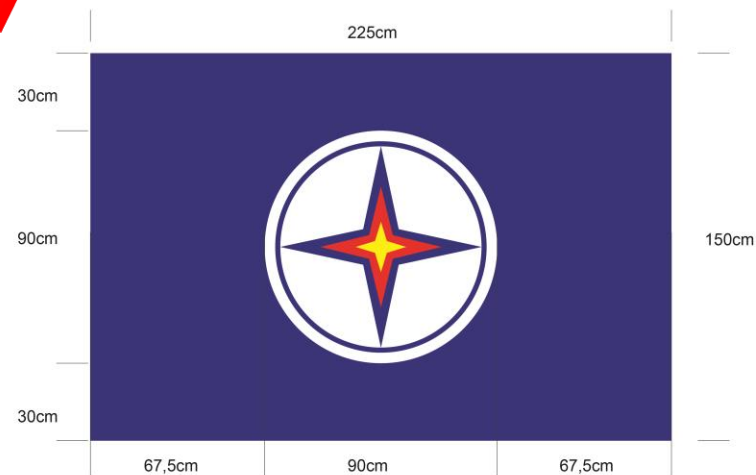
Cờ phướn

Được sử dụng chủ yếu trong các sự kiện, hội nghị tại các hành lang, xung quanh tòa nhà, kết hợp với cờ chính thức để tăng hiệu quả truyền thông. Tỷ lệ 1:3

Cờ để bàn

Được sử dụng đặt trên bàn các hội nghị, tại các trụ sở và văn phòng đại diện, mang tính biểu trưng cao.

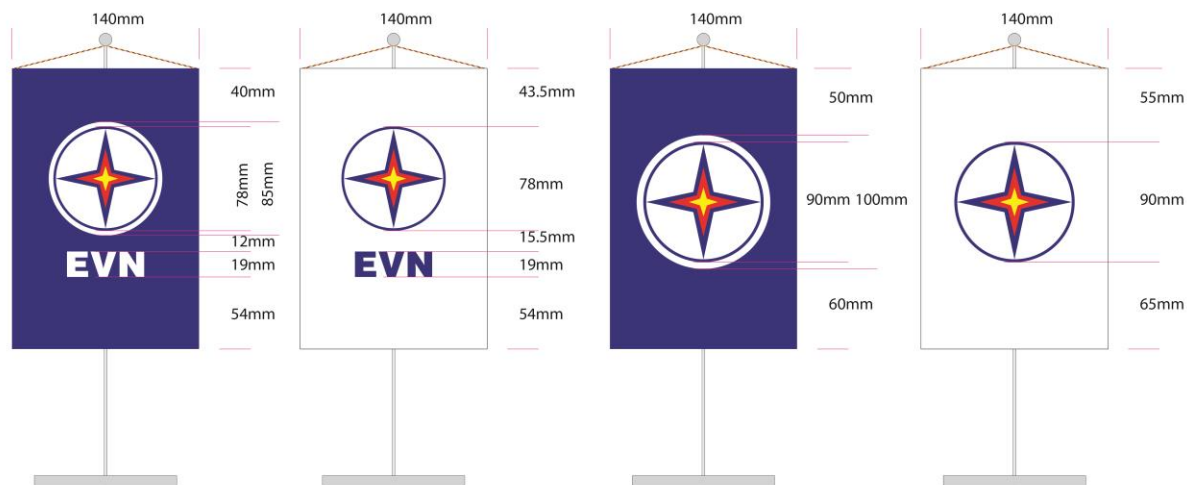
Cờ EVN



Cờ chính thức tỷ lệ 2:3



Cờ phướn dọc tỷ lệ 1:3



Cờ hội nghị / ký kết: 140 x 210mm

Logo EVNCPC



EVN***CPC***



EVN***CPC***



EVN***CPC***

TỔNG CÔNG TY ĐIỆN LỰC MIỀN TRUNG



Xe Ford Transit



Xe Toyota



Xe Suzuki 550kg có thùng



Xe Suzuki 550kg không thùng

II.2. Hệ giá trị niềm tin



**Chiến lược,
mục đích, triết
lý...**

- Các giá trị tồn tại sẵn
 - Khách quan
 - Hình thành tự phát
- Các giá trị mong muốn
 - Lãnh đạo mong muốn
 - Phải xây dựng từng bước

Đối với EVNCPC : Tài liệu Văn hóa EVNCPC

II.3. Các ngầm định nền tảng

Đó chính là niềm tin, nhận thức, suy nghĩ và xúc cảm được coi là đương nhiên ăn sâu trong tiềm thức mỗi cá nhân trong doanh nghiệp. Các ngầm định này là nền tảng cho các giá trị và hành động của mỗi doanh nghiệp.

Khi các thành viên cùng nhau chia sẻ và hành động theo văn hóa chung, họ sẽ rất khó chấp nhận những hành vi đi ngược lại. Trong 3 cấp độ của văn hoá doanh nghiệp thì cấp độ này khó nhận ra bởi chúng nằm sâu từ bên trong và cần thời gian tiếp xúc để có thể nắm được.

Văn hóa EVNCPC tập trung vào tiêu chí đoàn kết, thống nhất để tạo ra hiệu quả cao. Đặc biệt, cặp giá trị cốt lõi của văn hóa EVNCPC được phát huy mạnh mẽ - đó là TRUYỀN THỐNG – NGHĨA TÌNH.

III. Các yếu tố tạo nên VHDN

III.1. Tầm nhìn

Peter Senge từng nói rằng: “Tầm nhìn là bức tranh trong tương lai mà bạn muốn tạo ra”. Từ tầm nhìn đó có thể bao quát ra những mục tiêu xa hơn, rồi từ mục tiêu ấy lại giúp định hướng bước đi rõ ràng hơn. Một doanh nghiệp khi xác định được hướng đi, họ sẽ tiến hành thực hiện từng bước một.

Một tuyên bố tầm nhìn tuy là yếu tố đơn giản nhưng lại là nền tảng của cả một văn hóa. Tầm nhìn như là một kim chỉ nam cho mọi quyết định và hành động.

Trở thành biểu tượng niềm tin số một Việt Nam về sản phẩm dinh dưỡng và sức khỏe phục vụ cuộc sống con người

III. Các yếu tố tạo nên VHĐN

III.2. Giá trị

* Cốt lõi của văn hóa chính là giá trị của doanh nghiệp. Mặc dù tầm nhìn cho thấy mục tiêu của doanh nghiệp nhưng nhờ những giá trị ấy làm thước đo, làm tiêu chuẩn để cân chỉnh những hành vi, quan điểm cần thiết để đạt được tầm nhìn đó.

Giá trị cốt lõi
của Apple:
***“Sự sáng tạo và
chuẩn mực”***

III. Các yếu tố tạo nên VHĐN

III.3. Thực tiễn

Một sự thật cho thấy, các giá trị sẽ trở nên ít quan trọng trừ khi chúng được tôn trọng trong thực tiễn của một doanh nghiệp.

Bất kể giá trị nào của tổ chức, đều phải được cân nhắc dựa trên các tiêu chí đánh giá và các chính sách hoạt động của doanh nghiệp, từ đó mới có thể chuyển hóa “giá trị tinh thần” ấy thành hiện thực.

Giá trị cốt lõi
của Apple:
***“Sự sáng tạo và
chuẩn mực”***

III. Các yếu tố tạo nên VHDN

III.4. Con người

Người nào sẽ đưa ra tầm nhìn? Ai sẽ chia sẻ những giá trị cốt lõi ấy? Nhân sự nào sẽ sẵn sàng và đủ khả năng để thực hiện những giá trị đó?... Nhân tố quan trọng để góp phần xây dựng nền văn hóa mạch lạc trong doanh nghiệp đó chính là con người.

Đó là lý do tại sao các công ty lớn trên thế giới đều có một số chính sách tuyển dụng nghiêm ngặt nhất nhằm tìm ra những nhân tố sáng giá cho doanh nghiệp. “Một công ty tốt là luôn có những kế hoạch tuyển dụng các nhân sự không chỉ giỏi mà còn phù hợp với công ty, vì chính họ sẽ góp phần tạo dựng nên một văn hóa doanh nghiệp”.

Một người mà sống trong văn hóa họ yêu thích thì họ sẽ gắn bó lâu dài hơn và góp phần củng cố nền văn hóa mà tổ chức sẵn có”.

III. Các yếu tố tạo nên VHDN

III.5. Sức mạnh của những câu chuyện

Bất kỳ tổ chức nào cũng đều có một lịch sử riêng biệt và một câu chuyện độc đáo.

Và khả năng chuyển đưa lịch sử ấy tái hiện trong hiện tại biến nó thành câu chuyện lịch sử chính là một yếu tố cốt lõi của sự sáng tạo văn hóa.

Bài học lịch sử thông qua những câu chuyện chính là “sức mạnh vô hình” giúp từng cá thể trong doanh nghiệp hiểu và tiếp bước những thành công, những thành tựu trước đây mà doanh nghiệp đã gầy dựng.

III. Các yếu tố tạo nên VHĐN

III.6. Môi trường làm việc

Xây dựng môi trường làm việc hiệu quả chính là xây dựng một nền văn hóa doanh nghiệp thành công. Trong môi trường làm việc năng động và chuyên nghiệp như hiện nay, bên cạnh việc sáng tạo để tìm ra những cách riêng giúp làm việc nhanh hơn và đạt hiệu quả cao hơn thì có một cách khá tốt để xây dựng giá trị bản thân đó là hình thành những thói quen, lề lối làm việc, phương cách ứng xử cùng hành vi văn minh, lịch sự.

Chính những yếu tố này góp phần làm nên nét độc đáo riêng cho từng văn hóa doanh nghiệp ở từng nơi.

IV. Tầm quan trọng của VHDN nhìn từ Apple

VHDN: Nhắc đến Steve Jobs, người ta luôn liên tưởng đến con người và công ty mà ông đã góp phần gây dựng. Trong khi phần lớn sự chú ý tập trung vào niềm đam mê và sáng tạo của Jobs, cũng như vào những thành tựu của Apple trong thời kỳ ông lãnh đạo, thì còn một nhân tố khác cũng được mọi người quan tâm, đó là vai trò của văn hóa doanh nghiệp trong thành công của Apple.



Steve Jobs (1955 – 2011)

IV. Tầm quan trọng của VHDN nhìn từ Apple

- Apple inc. (tiền thân là Apple Computer, inc), là công ty đa quốc gia Mỹ, chuyên thiết kế và bán các sản phẩm điện tử, phần mềm máy tính và máy tính cá nhân, được thành lập năm 1976 bởi Stephen Wozniak, Steve Jobs và Ronald Wayne.
- Các sản phẩm phần cứng của apple gồm có điện thoại iphone, ipad, máy tính cá nhân imac, ipod, Apple Watch, Apple TV và loa thông minh homePod. Phần mềm tiêu dùng của Apple bao gồm các hệ điều hành macOS và iOS, iTunes, trình duyệt Safari cùng các sản phẩm sáng tạo iLife và iWork. Apple còn cung cấp các dịch vụ trực tuyến iTunes Store, iOS app Store, Mac app Store, Apple Music và iCloud...
- Sáng tạo không ngừng nghỉ, đến tháng 2/2015 Apple trở thành công ty Mỹ đầu tiên được định giá hơn 700 tỷ USD. Theo thông báo báo chí mới phát hành đầu năm 2019, Apple đang tạo ra 2,4 triệu việc làm trên đất Mỹ, tăng gấp 4 lần năm 2011. Năm 2018, Apple đóng góp 60 tỷ USD cho nền kinh tế. Táo khuyết khẳng định, họ đang đi đúng hướng để hoàn thành mục tiêu đã đề ra là đóng góp 350 tỷ USD vào nền kinh tế lớn nhất thế giới vào năm 2023.

IV. Tầm quan trọng của VHDN nhìn từ Apple

- Những sản phẩm của Apple nổi bật trước hết ở sự sang trọng, sáng tạo và đơn giản. Đây là những giá trị vô cùng quan trọng đối với Jobs, và ông đã lồng ghép chúng vào văn hóa doanh nghiệp của Apple.
- Những điều được coi là giá trị cốt lõi đó khiến cho các sản phẩm của Apple luôn là tuyệt vời và đó là lí do mà khách hàng vào bất cứ cửa hàng nào của Apple ở Mỹ cũng đều có chung một cảm nhận. Từ các nhân viên bán hàng đến các quan chức điều hành cấp cao của Apple đều được gắn kết bởi một thứ văn hóa chung. Và chính cái văn hóa ấy bảo đảm rằng, các khách hàng của Apple được tận hưởng điều mà họ kì vọng bất kể khi nào họ tương tác với Apple, dù là dùng iphone, dù là ghé thăm một cửa hàng Apple, hay gọi điện cho Apple để yêu cầu sự trợ giúp kĩ thuật.
- Đối với Apple, văn hóa doanh nghiệp – hay nói rộng hơn là văn hóa tổ chức, bao gồm **3 nhân tố quan trọng**

IV. Tầm quan trọng của VHDN nhìn từ Apple

- ❑ **Một là, sáng tạo và đổi mới:** Apple theo đuổi chiến lược kinh doanh tạo nên sự khác biệt của sản phẩm với việc tập trung vào thiết kế và công năng của sản phẩm và dịch vụ. Việc thực hiện chiến lược này đòi hỏi trình độ sáng tạo và đổi mới rất cao từ đội ngũ nhân viên các cấp. Khẩu hiệu nổi tiếng của Apple là: Think Different – nghĩ khác. Apple đề cao tầm quan trọng của hình ảnh thương hiệu. Tất cả các nhân viên Apple đều được huấn luyện và khuyến khích để sáng tạo trên phạm vi công việc cá nhân và đóng góp ý tưởng vào quá trình phát triển các sản phẩm của công ty. Để làm được điều này, Apple chỉ chấp nhận những người giỏi nhất trong số những người giỏi vào làm việc. Jobs khét tiếng là nghiêm khắc, ông sẵn sàng sa thải bất cứ nhân viên nào không đáp ứng kì vọng của mình. Điều này giúp Apple trở nên vượt trội, liên tục được đánh giá là một trong những công ty sáng tạo nhất trên thế giới.
- ❑ Để khuyến khích nhân viên, Apple nỗ lực phát triển một môi trường làm việc thích đáng, nổi tiếng về sự đồ sộ, hào nhoáng và độc đáo, trụ sở mới của Apple ở Cupertino, California được mệnh danh là “Tàu vũ trụ”, đủ chỗ cho 13.000 người làm việc. CEO Tim Cook tuyên bố đây sẽ là “Trung tâm sáng tạo cho các thế hệ tương lai”.

IV. Tầm quan trọng của VHDN nhìn từ Apple

- ❑ **Hai là, làm việc trong áp lực:** khả năng làm việc trong môi trường nhiều áp lực là kĩ năng phải có đối với các nhân viên Apple. Phần lớn các dự án đều có thời hạn nghiêm ngặt phải hoàn thành và làm việc nhiều giờ là một tiêu chuẩn của công ty. Bản thân CEO Tim Cook cũng thường xuyên làm việc quá giờ. Người ta ghi nhận có hôm đến 4h30 sáng ông vẫn gửi email cho nhân viên của mình. Nhiều quản đốc tại Apple phải làm việc cả đêm chủ nhật bởi thứ hai là ngày các sếp giao ban tuần. Một nhân viên Apple giấu tên cho biết, ở Apple giống như trong một nồi áp suất.
- ❑ Mặc dù điều kiện làm việc nghiệt ngã, không có chỗ cho sự dung thứ, song các nhân viên Apple đều biết rằng lúc nào cũng có 10 người đứng ngoài sẵn sàng vào thay vị trí của họ.

IV. Tầm quan trọng của VHDN nhìn từ Apple

- ❑ **Ba là, bí mật cao độ:** Bảo mật cao là một đặc điểm quan trọng trong văn hóa doanh nghiệp của Apple. Người ta ghi nhận thực tế rằng “các kĩ sư Apple, kể cả các kĩ sư cao cấp cũng không có khái niệm về việc một sản phẩm hoàn thiện của Apple sẽ như thế nào cho đến khi nó chính thức được tung ra thị trường. Những người làm phần mềm không biết phần cứng sẽ ra sao, trong khi những người chế tạo Phần cứng không có khái niệm về phần mềm của máy”. Văn hóa bảo mật giúp apple giảm thiểu tình trạng đánh cắp thông tin sở hữu trí tuệ, tránh nguy cơ gián điệp kinh tế và tác động tiêu cực của hoạt động giành giật người tài. Justin Maxwell, người thiết kế phần mềm giao diện người dùng của Apple phát biểu: “*Quy tắc đầu tiên của Apple là... không nói về Apple*”.

IV. Tầm quan trọng của VHDN nhìn từ Apple

- ❑ Mặc dù không phải tất cả đều là màu hồng, nhiều chuyên gia vẫn khen ngợi văn hóa doanh nghiệp của Apple. Họ cho rằng, cũng như các công ty lớn hàng đầu khác, Apple tập trung vào việc nuôi dưỡng một văn hóa coi trọng người sáng tạo cả trong lúc thuận lợi và khó khăn, và cho rằng văn hóa này có liên quan rất nhiều đến vai trò của Jobs.
- ❑ Jobs từng nói: *“Trong việc xây dựng công ty, đối với tôi, mục đích duy nhất ấy là công ty có thể làm ra sản phẩm. cái này là phương tiện cho cái kia. Đến một lúc nào đó bạn nhận ra rằng việc xây dựng một công ty thật hùng mạnh và một nền tảng thật vững chắc về tài năng và văn hóa trong một công ty là điều rất cần thiết để làm ra những sản phẩm tuyệt vời”*.
- ❑ Như Steve Jobs và Apple đã chứng minh trên thực tế, một nền văn hóa doanh nghiệp mạnh có thể giúp một doanh nghiệp như Apple, từng có lúc suýt phá sản, nhanh chóng vươn lên thành một công ty công nghệ hàng đầu thế giới.

Phần B
TÀI LIỆU VĂN HÓA
EVN *CPC*

Tài liệu văn hóa EVNCPC được ban hành năm 2010 theo Quyết định số 3864/QĐ-EVNCPC ngày 11/10/2010.

Tài liệu được xây dựng trên cơ sở tham chiếu các nội dung cơ bản của Tài liệu Văn hóa EVN, trong đó hầu hết các giá trị cốt lõi được bảo lưu và phát triển thêm.

Điều này xuất phát từ quan điểm rằng, EVNCPC là một thành viên trong đại gia đình EVN, có trách nhiệm gìn giữ những bản sắc chung của ngành; và văn hóa của ngành phải là thể thống nhất.

Tài liệu văn hóa EVNCPC



TẬP ĐOÀN ĐIỆN LỰC VIỆT NAM CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
TỔNG CÔNG TY Độc lập - Tự do - Hạnh phúc
ĐIỆN LỰC MIỀN TRUNG

Số: 386/QĐ-EVN CPC

Đà Nẵng, ngày 11 tháng 10 năm 2010

QUYẾT ĐỊNH
Về việc ban hành tài liệu Văn hoá Tổng công ty Điện lực miền Trung

CHỦ TỊCH
TỔNG CÔNG TY ĐIỆN LỰC MIỀN TRUNG

Căn cứ công văn số 60/TTg – ĐMDN ngày 12/01/2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc thành lập các Tổng công ty quản lý phân phối điện trực thuộc Tập đoàn Điện lực Việt Nam;

Căn cứ Quyết định số 739/QĐ-BCT ngày 05/02/2010 của Bộ trưởng Bộ Công Thương về việc thành lập Công ty mẹ - Tổng công ty Điện lực miền Trung;

Căn cứ Điều lệ tổ chức và hoạt động của Tổng công ty Điện lực miền Trung ban hành kèm theo Quyết định số 346/QĐ- EVN ngày 02/6/2010 của Chủ tịch Hội đồng quản trị (nay là Hội đồng thành viên) Tập đoàn Điện lực Việt Nam;

Theo đề nghị của Tổng giám đốc Tổng công ty Điện lực miền Trung,

QUYẾT ĐỊNH :

Điều 1: Ban hành kèm theo Quyết định này tài liệu “Văn hoá Tổng công ty Điện lực miền Trung”.

Điều 2: Quyết định có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký.

Điều 3: Tổng giám đốc, Chánh Văn phòng, Trưởng Ban Tổng công ty; Chủ tịch/ Tổng giám đốc/ Giám đốc các đơn vị thành viên của Tổng công ty, người đại diện phần vốn của Tổng công ty tại các Công ty liên kết căn cứ quyết định thi hành./.

Nơi nhận:

- Như điều 3;
- EVN (b/c);
- Đảng ủy EVNCPC (b/c);
- Công đoàn Tcty (ph/hợp);
- Các PTGD, KSV chuyên trách;
- Lưu VP; QHCD.



CHỦ TỊCH

Trần Đình Thanh

Tài liệu văn hóa EVNCPC



Nội dung Tài liệu Văn hóa EVNCPC



- **Phần 1: Môi trường văn hóa**

- **Phần 2: Hệ giá trị cốt lõi**

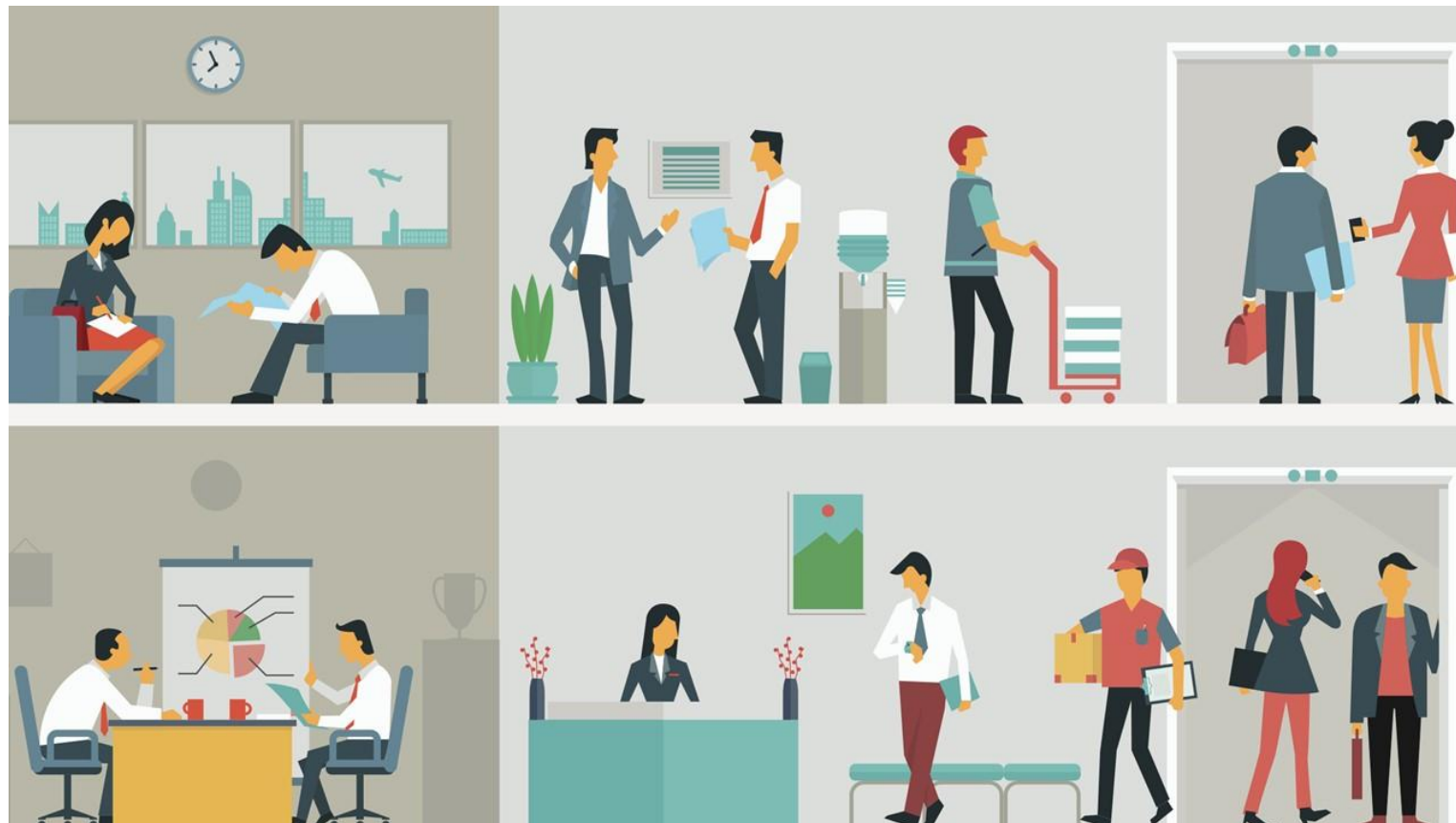
- **Phần 3: Chuẩn mực đạo đức**

- **Phần 4: Thực thi văn hóa**

PHẦN 1. MÔI TRƯỜNG VĂN HOÁ EVNCPC



EVNCPC xây dựng một môi trường văn hoá phù hợp với các điều kiện tự nhiên, xã hội, văn hoá khu vực miền Trung – Tây Nguyên, hướng đến mục tiêu phát triển ổn định và bền vững. Môi trường văn hoá EVNCPC vận động và phát triển hài hoà trong đa dạng các thành tố văn hoá của vùng, cam kết tôn trọng và gìn giữ bản sắc văn hoá của từng địa phương.



EVNCPC tự xác định là một doanh nghiệp hoạt động trong môi trường kinh doanh kém thuận lợi, do đó, đức tính cần kiệm, không quản ngại khó khăn, gian khổ, tinh thần trách nhiệm cao trong công việc được xây dựng, tôn vinh như một phẩm chất riêng biệt của CBCNV EVNCPC



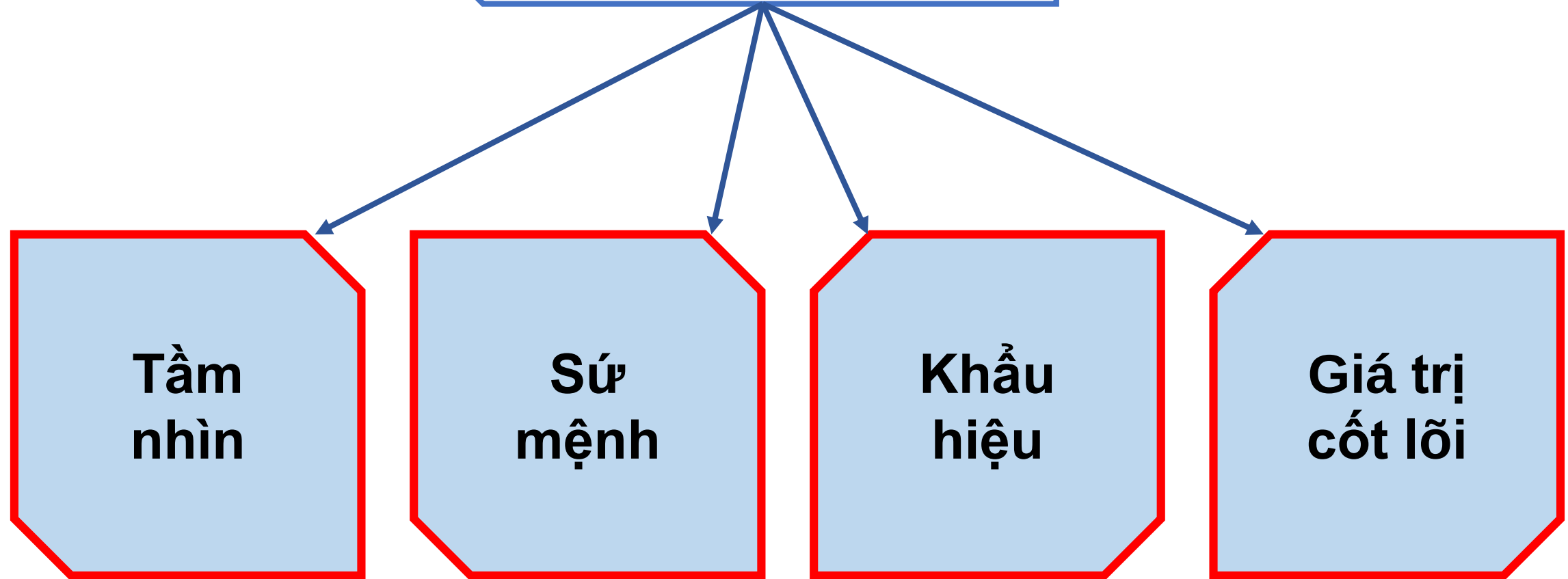
Địa bàn mà EVNCPC đang hoạt động trải rộng, chiếm 1/3 diện tích của cả nước; phong phú, đa dạng về văn hoá, đặc biệt những địa phương có các tộc đồng bào ít người chung sống.



Khu vực miền Trung –
Tây Nguyên có đặc điểm
khí hậu, thổ nhưỡng đa
dạng; hệ sinh thái phong
phú, có giá trị lớn về dự
trữ sinh quyển - bảo tồn
đa dạng sinh học...



PHẦN 2. HỆ GIÁ TRỊ CỐT LÕI



PHẦN 2. HỆ GIÁ TRỊ CỐT LÕI

1. Tầm nhìn

EVNCPC là doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực phân phối, kinh doanh điện năng và các dịch vụ liên quan khác tại miền Trung, Tây Nguyên Việt Nam. Phần đầu trong năm 2020, EVNCPC sẽ là một trong nhóm các doanh nghiệp điện lực hàng đầu trong nước; được biết đến là một doanh nghiệp phát triển bền vững, thân thiện với môi trường của khu vực Đông Nam Á.



PHẦN 2. HỆ GIÁ TRỊ CỐT LÕI

2. Sứ mệnh

EVNCPC có vai trò chủ đạo trong nhiệm vụ cung cấp điện phục vụ phát triển kinh tế - xã hội, giữ vững an ninh - quốc phòng các địa phương miền Trung, Tây Nguyên Việt Nam. EVNCPC nỗ lực hết mình để đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu về điện năng và các dịch vụ liên quan khác.



PHẦN 2. HỆ GIÁ TRỊ CỐT LÕI

3. Khẩu hiệu



TỔNG CÔNG TY ĐIỆN LỰC MIỀN TRUNG
EVN*CPC*

EVN*CPC* thắp sáng niềm tin

PHẦN 2. HỆ GIÁ TRỊ CỐT LÕI

4. Giá trị cốt lõi

Chất lượng – Tín nhiệm

Đoàn kết - Kỷ cương

Tận tâm – Trí tuệ

Truyền thống – Nghĩa tình

Sáng tạo - Hiệu quả

Hợp tác - Chia sẻ

PHẦN 3. CHUẨN MỰC ĐẠO ĐỨC

Mọi hành động của EVNCPC đều hướng tới con người, vì con người.

EVNCPC luôn nêu cao ý thức trách nhiệm, tận tâm với công việc, tận tụy với khách hàng.

EVNCPC cam kết tôn trọng luật pháp, hành động khách quan, trung thực, công tâm và minh bạch.

Sức mạnh của EVNCPC là sự đồng thuận và trí tuệ tập thể.

EVNCPC phấn đấu để xứng đáng với niềm tin của cấp trên, các địa phương và khách hàng.

PHẦN 4. THỰC THI VĂN HÓA

1

**CAM KẾT VỚI ĐẢNG,
CHÍNH PHỦ, EVN,
CHÍNH QUYỀN CÁC
ĐỊA PHƯƠNG VÀ
KHÁCH HÀNG**

**"Quản lý phân phối, kinh doanh điện
năng và cung cấp các dịch vụ liên
quan khác với tinh thần trách nhiệm,
tận tâm, đảm bảo công bằng, minh
bạch và chú trọng hiệu quả".**

PHẦN 4. THỰC THI VĂN HÓA

2

**CAM KẾT VỚI NGƯỜI
LAO ĐỘNG**

“Người lao động là tài sản quý giá nhất”



PHẦN 4. THỰC THI VĂN HÓA

3

ỨNG XỬ NỘI BỘ

“Nội bộ EVNCPC: Đồng thuận”



Trong văn hoá công việc, EVNCPC cam kết:



CBCNV EVNCPC phải “nói đi đôi với làm”

Hợp tác, chia sẻ thông tin, kiến thức để giải quyết công việc đạt hiệu quả cao

Mọi công việc được giải quyết đều tuân thủ pháp luật, các quy định, qui chế nội bộ của EVN, EVNCPC

Bảo vệ các lợi ích chung

Toàn tâm, toàn ý trong công việc, đảm bảo hoàn thành công việc nhanh chóng, hiệu quả

Bảo quản tài sản của cơ quan như của mình

Luôn giữ gìn nơi làm việc “sáng, xanh, sạch, đẹp”

Trong văn hoá công việc, EVNCPC cam kết:



Mỗi công việc đều phải gắn với trách nhiệm cá nhân cụ thể.
Đề cao trách nhiệm cá nhân, không trốn tránh, đùn đẩy trách nhiệm cho người khác.

Trong công việc, ứng xử: Cấp trên gương mẫu, làm gương, thuyết phục cấp dưới nhằm tạo ra sự đồng thuận; cấp dưới chấp hành nghiêm túc các yêu cầu của cấp trên. Cấp trên tạo điều kiện để cấp dưới trình bày ý tưởng, tạo môi trường tranh luận, phản biện thoải mái, thuận lợi; các ý kiến khác biệt được tôn trọng.

Trong văn hoá giao tiếp, EVNCPC cam kết:



- CBCNV EVNCPC trang phục gọn gàng, lịch sự, đúng quy định của EVNCPC; thái độ làm việc lịch thiệp, đúng mực, tôn trọng đối tượng giao tiếp (chào hỏi, bắt tay, nói chuyện...) phù hợp với tuổi tác, thứ bậc, văn hóa từng vùng; mọi xử sự đều hướng đến các giá trị nhân văn.
- Mọi người được đối xử bình đẳng, sống có tình nghĩa; đoàn kết, hợp tác trên mọi phương diện.

PHẦN 4. THỰC THI VĂN HÓA

4

ỨNG XỬ VỚI KHÁCH
HÀNG

“Sự hài lòng của khách hàng là mục tiêu cao nhất để chúng tôi phấn đấu thực hiện”



PHẦN 4. THỰC THI VĂN HÓA

5

QUAN HỆ VỚI ĐỐI TÁC

“Hợp tác cùng phát triển”



PHẦN 4. THỰC THI VĂN HÓA

6

**ĐẢM BẢO LỢI ÍCH
CHO CỘNG ĐỒNG**

“Vì một cộng đồng phát triển”



PHẦN 4. THỰC THI VĂN HÓA

7

**CAM KẾT GÌN GIỮ,
BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG**

“Bảo vệ ngôi nhà chung”

