**Mỗi cán bộ phải là một đại sứ hình ảnh của NHNN**

**Khi tiếp xúc với một con người, phần nào thấy được truyền thống/ sự giáo dục của gia đình. Tương tự như vậy đối với một tổ chức nói chung, NHNN nói riêng. Vì vậy, mỗi CB,CC,VC, người lao động (cán bộ) trong cơ quan phải là một đại sứ hình ảnh của Ngân hàng NHNN Việt Nam.**

Một công sở dù đẹp mấy cũng mới chỉ là một công trình kiến trúc, điều khiến người ta thấy nó có sức sống, có ấn tượng đó chính là đội ngũ cán bộ của cơ quan đó. Khái niệm “văn hóa” là một phạm trù rất rộng. Văn hóa là hệ thống giá trị toàn diện, ở đó nó được cấu thành và hòa đồng bởi những giá trị của truyền thống và giá trị hiện đại; trình độ học vấn và trình độ văn minh; giá trị của cái chân, cái thiện, cái mỹ, có thể mô tả bằng sơ đồ dưới đây:



Văn hóa nói chung, văn hóa công sở nói riêng là sự kết nối của hệ thống giá trị từ truyền thống đến hiện đại, vừa mang đậm bản sắc của cái riêng, cái "dân tộc" vừa tuân thủ chuẩn mực chung, chuẩn mực của "thời đại". Trình độ học vấn là điều kiện để mở cửa sổ trí tuệ và tâm hồn con người bước vào nền văn hóa tiên tiến hơn. Trình độ văn minh là đánh dấu những giai đoạn phát triển ở mỗi giai đoạn lịch sử nhất định với những nấc thang giá trị ngày càng cao hơn. Suy cho cùng dù là yếu tố truyền thống hay hiện đại, trình độ học vấn hay trình độ văn minh, thì đều phải hướng tới ba đỉnh của tam giác, đó là giá trị Chân, Thiện, Mỹ.

Từ các phân tích trên, có thể nói văn hoá là nền tảng tinh thần của hoạt động công sở. Nó biểu hiện sức mạnh tiềm tàng và bản lĩnh của các thành viên trong hoạt động công sở dưới các khía cạnh sau:

*Một là, văn hóa thể hiện giá trị truyền thống kết nối với giá trị hiện đại và hệ giá trị đặc trưng riêng của hoạt động công sở*

Ở các quốc gia phát triển trên thế giới, các thành viên công sở đều ý thức rất rõ: họ đang làm việc vì ai, vì cái gì và tại sao họ lại đạt hiệu quả làm việc cao như vậy. Phần lớn họ có ý thức văn hoá dân tộc rất cao, có nhận thức cao trong sự phát triển đất nước, ý thức về danh dự của nhà nước, về truyền thống của cơ quan công sở, nơi đang làm việc và cống hiến; hơn nữa lương tâm và danh dự, ý thức về sự tồn tại khiến họ ý thức được văn hoá là động lực phát triển của mọi hoạt động trong các công sở hiện nay.

Yếu tố dân tộc, hiện đại và hệ giá trị này thấm nhuần trong mỗi thành viên công sở, được chắt lọc, kế thừa và phát triển, phát huy theo quá trình đi lên của công sở, được vật chất hoá trong các cấu trúc thiết chế hành chính và công nghệ hành chính. Đổi mới hoạt động công sở là một thành tựu văn hoá. Thành tựu này giúp cho việc hiện đại hoá nền hành chính nhà nước Việt Nam, giúp cho các cơ quan, công sở nhà nước Việt Nam vươn tới tầm cao mới của sự phát triển hiện đại. Không ai có thể phủ nhận vai trò to lớn của công nghệ hành chính trong hoạt động công sở. Công nghệ hành chính là sự kết tinh cao độ của trí tuệ, kinh nghiệm và sức sáng tạo của con người. Đó cũng là sản phẩm văn hoá, sự phát triển của trí tuệ và nghiệp vụ trong hoạt động công sở đi đôi với sự hoàn thiện lương tâm, nâng cao tinh thần trách nhiệm và ý thức phục vụ cộng đồng của cán bộ, công chức.

*Hai là, vai trò của văn hoá càng được phát huy nếu gắn với trình độ học vấn và trình độ văn minh trong hoạt động của các công sở*

Một nền văn minh mới xuất hiện đã thể hiện ở sự hình thành các tiêu chí, chuẩn mực trong hoạt động công sở, quan hệ ứng xử và môi trường chính trị mang đậm màu sắc văn hoá nhân văn, nhân ái và nhân bản, với các giá trị chân, thiện, mỹ. Việc các công sở khuyến khích, thậm chí bao cấp việc học tập cho các thành viên là nhằm thúc đẩy hiệu quả hoạt động của các công sở hiện nay. Một số các quốc gia trên thế giới qui định cán bộ, công chức khi đến công sở phải, mặc đồng phục được coi là trách nhiệm cao, dù không cần một lời tuyên thệ nào. Điều này làm cho mỗi cán bộ, công chức tự khép mình vào kỷ luật và khuôn phép, coi kỷ luật công sở là hòn đá tảng của tinh thần văn hoá dân tộc.

Tài sản vô hình ở các công sở hiện nay bao gồm các yếu tố như: thông tin khoa học - công nghệ, tổ chức bộ máy và nghệ thuật quản lý, sự tín nhiệm của nhân dân đối với cán bộ, công chức nhà nước. Những điều này có thể coi là sự chuyển hoá các năng lượng tinh thần của con người vào hoạt động công sở, đó chính là văn hoá công sở.

*Ba là, vai trò của văn hóa thể hiện là nền tảng mang tính nhân bản (giá trị cái chân) của công sở*

"Cái chân" là biểu hiện giá trị của "cái thật" trong hoạt động công sở, đó là: giá trị của cái đúng, của chân lý; giá trị của tri thức khoa học, sự hiểu biết, trí tuệ; giá trị của qui phạm pháp lý, qui phạm đạo đức, hướng về cội nguồn của mỗi cán bộ, công chức.

Để phát huy giá trị "cái chân" trong hoạt động công sở, cần tạo ra một môi trường thuận lợi, mà trong đó mọi thành viên đều có thể phát huy hết khả năng sáng tạo của mình để gánh vác nhiệm vụ do nhà nước và nhân dân giao phó, đồng thời phục vụ xã hội, công dân tốt hơn, trong đó có các nhân tố: quan hệ con người; sử dụng nguồn tài nguyên (vật chất, con người); vận dụng khoa học - công nghệ tiên tiến. Xác định đúng vị trí, vai trò của từng nhân tố có tác động tốt tới hiệu lực và hiệu quả hoạt động của các công sở trong tiến trình phát triển chung của đất nước.

Thực tế phát triển của các cơ quan, công sở ở nước ta vừa qua chứng minh rằng không thể coi nhẹ nhân tố con người. Nói đến con người chính là nói đến văn hoá, vì toàn bộ những giá trị văn hoá làm nên những phẩm chất, năng lực tinh thần của con người. Những phẩm chất và năng lực thật đó của cán bộ, công chức được vật chất hóa tạo thành nguồn lực nuôi dưỡng sự tồn tại và phát triển của công sở. Mỗi công chức cần phát huy hết sở trường, sở đoản của mình trong công việc. Do vậy, việc bố trí mỗi vị trí công việc cần đúng chuyên môn, năng lực, ngang tầm, tâm thì mới tạo ra giá trị "cái chân" trong hoạt động công sở.

Một công sở chỉ làm tròn nhiệm vụ và chức năng khi: tạo ra mối quan hệ tốt giữa cán bộ, công chức trong công việc; các chuẩn mực xử sự; các nghi thức tiếp xúc hành chính; các phương pháp giải quyết các bất đồng trong cơ quan; cách lãnh đạo, quản lý và ý thức chấp hành kỷ luật trong và ngoài công sở của cán bộ, công chức.

Văn hoá còn có vai trò to lớn trong việc xây dựng một nề nếp làm việc khoa học, kỷ cương và dân chủ. Nó đòi hỏi các thành viên trong công sở phải quan tâm đến hiệu quả công việc chung của công sở, giúp cho mỗi cán bộ, công chức tự nhìn lại, đánh giá mình, chống lại những biểu hiện thiếu văn hoá như: tham ô, móc ngoặc, quan liêu, hách dịch, cửa quyền, cơ hội... Bên cạnh đó, yếu tố văn hoá còn giúp cho mỗi thành viên trong công sở phải tôn trọng kỷ luật, danh dự của công sở, quan hệ thân ái, đoàn kết, hợp tác vì sự nghiệp chung của công sở.

*Bốn là, vai trò của văn hóa thể hiện là nền tảng mang tính nhân ái (giá trị cái thiện) của công sở*

 Văn hóa là chiếc nôi nuôi dưỡng giá trị "cái thiện" trong hoạt động công sở với hệ thống giá trị của cái tốt, của lương tâm, đạo đức và tâm hồn cao đẹp của mỗi cán bộ, công chức trong thực thi công vụ. Thiếu nền tảng tinh thần tiến bộ, lành mạnh thì không có sự phát triển công sở bền vững. Vận dụng các yếu tố văn hoá trong việc thúc đẩy mọi hoạt động của công sở như có hệ thống khuyến khích thi đua khen thưởng, tạo ra bầu không khí làm việc thoải mái, sẽ kích thích mọi người hăng say làm việc.

Khả năng phát triển của trí tuệ, của khoa học - công nghệ là điều kiện giải phóng và phát triển con người. Tuy nhiên đôi khi sự phát triển này cũng tạo ra khả năng ngược lại, do sự thiếu lương tâm nghề nghiệp, vi phạm đạo đức làm người, sự độc đoán, chuyên quyền, áp đặt. Thủ đoạn cao của người có trí tuệ đôi lúc làm bại hoại tâm hồn con người. Federico Mayor (UNESCO) nhận xét: *"Chưa bao giờ như ngày nay, sự căng thẳng giữa khoa học và lương tâm, giữa kỹ thuật và đạo đức lên tới cực điểm đã trở thành mối đe doạ toàn thế giới"*. Ở đây có thể thấy văn hoá không đồng nhất với trình độ học vấn, càng không đồng nhất với chức quyền, địa vị cao.

Sự vô cảm trong hoạt động công vụ đã đánh mất đi giá trị "cái thiện" trong mỗi con người. Sự vô cảm giữa con người với con người là thiếu đi lòng trắc ẩn, ít chịu lắng nghe, ít chịu thấu hiểu và thiếu sự chia sẻ trong công việc. Các căn bệnh tham nhũng, quan liêu, cửa quyền, hách dịch, đố kỵ, hẹp hòi, vị kỷ, níu chân, kéo áo nhau ngày càng trở nên trầm trọng trong một bộ phận không nhỏ cán bộ, công chức. Đặc biệt là các loại "võ" xuất hiện trong công sở như "ném đá giấu tay", "chọc gậy bánh xe"... đều là biểu hiện của phi văn hóa, phản giá trị.

Vai trò của văn hoá còn thể hiện sự định hướng giải quyết đúng đắn trong từng thời kỳ mối quan hệ giữa hiện đại hoá công sở với việc thực hiện sự công bằng cho các thành viên trong công sở. Khi văn hoá phát huy tác dụng trong việc phát triển nguồn nhân lực công sở, tức là văn hoá đã tham gia vào quá trình hình thành quan hệ đồng thuận giữa hiện đại hoá công sở với đảm bảo sự công bằng cho các thành viên. Chỉ có như vậy mới phát huy được các biện pháp hành chính trong chống tham nhũng, hối lộ, quan liêu, đặc quyền, đặc lợi trong công sở.

Xét vấn đề công bằng theo ý nghĩa văn hoá, thì không giống chủ nghĩa bình quân, bao cấp trong cơ chế xin - cho. Muốn có công bằng trong phân phối lợi ích cho các thành viên phải đi đôi với công bằng về đánh giá nhân sự; đòi hỏi việc đánh giá cán bộ, công chức phải dựa vào hiệu quả công việc, chứ không thiên lệch về chức vụ, bằng cấp, thiên vị, tình cảm riêng. Vai trò của yếu tố văn hoá ở đây là việc sử dụng đúng tài năng, sở trường, đúng thời điểm vì lợi ích chung của tổ chức và lợi ích của bản thân cán bộ, công chức.

Vai trò của văn hoá trong hoạt động công sở còn thể hiện trong quan niệm về sự bình đẳng và thực hiện bình đẳng. Theo ý nghĩa văn hoá, bình đẳng là mọi thành viên trong công sở đều có cơ hội như nhau (trong học tập, đào tạo, việc làm...) để phát triển. Phát triển công sở không có nghĩa là đào thêm hố sâu sự bất bình đẳng và thiếu công bằng trong việc thực hiện các lợi ích giữa các thành viên trong công sở, càng không thể làm giàu bằng mọi giá, nhất là trong cơ quan y tế và trường học.

*Năm là, vai trò của văn hóa là nền tảng mang tính nhân văn (cái mỹ) của công sở*

Văn hóa đem lại sức sống mãnh liệt cho công sở, nhu cầu hướng tới "cái đẹp", sự cảm nhận và thưởng thức cái đẹp giúp cho việc giải phóng con người, giải phóng sức lao động, thủ tiêu mọi sự kìm hãm. M.Gorki gọi mỹ học là đạo đức học của tương lai. Bielinxki (Nga, thế kỷ XIX) nói: *"Cảm xúc về cái đẹp là một điều kiện làm nên phẩm giá con người. Phải có nó con người mới có được trí tuệ, phải có nó con người mới cất mình lên tới những tư tưởng tầm cỡ thế giới, mới hiểu được bản chất các hiện tượng trong tính thống nhất của chúng..., phải có nó người ta mới có thể không quỵ ngã dưới sức đè nặng trĩu của cuộc đời và làm nên những chiến công..., thiếu nó, thiếu đi cái cảm xúc ấy thì không có thiên tài, không có tài năng, không có trí thông minh mà chỉ còn lại cái thứ đầu óc tỉnh táo một cách ti tiện cần thiết cho sinh hoạt thường ngày trong nhà, cho những tính toán nhỏ nhen ích kỷ".*

Như vậy có thể khẳng định rằng "cái mỹ" là kết quả cuối cùng của "cái chân" và "cái thiện". Không thể có "cái mỹ" nếu như thiếu "cái chân", "cái thiện". Cái đẹp biểu hiện trong văn hóa công sở là vẻ đẹp hành vi, ngôn ngữ ứng xử, diện mạo, trang phục... của công chức trong thi hành công vụ. Đồng thời cũng thể hiện ở việc bố trí trụ sở làm việc khoa học, văn minh, khang trang, sạch đẹp, thuận tiện, đủ ánh sáng, trang trí, cây cảnh v.v.. bố trí phòng làm việc minh bạch, lịch sự, trang trọng của nơi công quyền.

Tóm lại, văn hóa công sở với vai trò cơ bản vừa là mục tiêu, vừa là động lực phát triển của công sở, vì vậy, việc bảo vệ và phát huy giá trị văn hoá trong công sở không những là nhiệm vụ của nhà nước mà còn là nhiệm vụ của mỗi cán bộ, công chức trong công việc của mình, ở các vị trí, cương vị khác nhau trong thực thi công vụ.

Có rất nhiều khía cạnh tạo nên văn hóa công sở, nhưng linh hồn, trung tâm của văn hóa công sở (VHCS) là đội ngũ cán bộ. Đã xác định được điều đó, nên nhiều năm qua, công đoàn và chính quyền luôn nhắc nhở (bằng các văn bản hành chính và vận động) cán bộ thực hiện văn hóa công sở. Nhìn chung, đến nay, văn hóa công sở tại trụ sở chính của NHNN cũng khá nghiêm túc. Tuy nhiên, để đạt đến chuẩn và thực sự gây ấn tượng, tạo cảm tình, sự yêu mến, nhắc nhở cho các đối tác, khách đến NHNN thì có lẽ chưa đạt. Việc quản lý lao động tại một số đơn vị còn hạn chế, nhất là việc chấp hành giờ giấc làm việc, chấp hành các quy định về trang phục, về giao tiếp ứng xử của một bộ phận cán bộ, đoàn viên và người lao động còn nhiều yếu kém, chưa đề cao trách nhiệm trong thực hiện nhiệm vụ; ý thức kỷ luật lao động chưa cao, đi muộn, về sớm…ảnh hưởng đến chất lượng, hiệu quả công việc và tác phong uy tín của cán bộ, đoàn viên và người lao động NHNN Trung ương. Bản thân mỗi cán bộ cũng chưa có nhiều ý thức về vai trò đại sứ hình ảnh SBV của mình. Mỗi một nhân viên NHNN là một đại sứ của NHNN . Họ có thể bồi đắp hoặc làm hỏng hình ảnh của NHNN khi họ tương tác với khách, đối tác, các đối tượng quản lý và công chúng.  Do đó, NHNN chỉ trở thành một cơ quan Bộ có hình ảnh đẹp nếu NHNN bắt đầu từ nhân viên, xây dựng hình ảnh từ bên trong. Nhân viên NHNN phải ý thức được rằng họ là một đại sứ hình ảnh của SBV. Một đại sứ phải thể hiện mình trên nhiều khía cạnh, nhưng có mấy vấn đề cần đặc biệt chú ý như sau:

**Một sự tự tin, niềm nở khi giao tiếp với khách**

Tự tin, niềm nở là một trong những yêu cầu hàng đầu của văn hóa công sở. Có được phong cách này ở mỗi cán bộ, NHNN sẽ được hai điều lợi. Một là không khí làm việc tại cơ quan khiến cán bộ gắn bó và có trách nhiệm, thể hiện bản thân mình tốt hơn. Hai là gây ấn tượng tốt đẹp với khách đến làm việc.

Nhìn chung cán bộ các đơn vị chức năng của NHNN khá lịch sự với khách. Tuy nhiên, sự lịch sự đó có vẻ còn thiếu sự niềm nở, tự tin. Chưa kể, có hiện tượng cán bộ tại một số bộ phận quản lý khi giao tiếp (qua điện thoại, trực tiếp) đôi khi có cách nói khá trịch thượng.

Khi đi sang họp báo tại Bộ Thông tin và truyền thông, chúng tôi rất ấn tượng với đội ngũ bảo vệ của cơ quan này. Phần lớn họ rất nhã nhặn và luôn luôn tận tình giúp đỡ khách khi cần. Ở nhiều cơ quan khác, trong đó có NHNN người ta ít khi thấy sự tận tâm như vậy từ đội ngũ những nhân viên có nhiệm vụ bảo vệ, đón tiếp, phục vụ khách.

Để niềm nở, tự tin mỗi cán bộ SBV cần giỏi về nghiệp vụ, cập nhật thông tin mới nhất về mục tiêu, nhiệm vụ của NHNN, trân trọng và nắm rõ thông tin cơ bản về NHNN. Có những thông tin như vậy, cán bộ NHNN mới tự tin giao tiếp với khách, đối tác.

**Trang phục.**

Không hiểu vì lý do gì mà hiện nay cán bộ NHNN chưa có đồng phục? Mặc dù các NHTM đều đã thực hiện?. Không rõ NHTW các nước phát triển có quy định đồng phục không? Nhưng ở những đất nước này có chuẩn về trang phục của dân tài chính ngân hàng, đó là comple đối với nam và vest+váy bó+ quần âu đối với nữ. Màu sắc chủ yếu gam màu xám, xanh, đen. Chính vì vậy, nếu đi trên đường phố ở thủ đô các nước, nhìn vào những trang phục đặc trưng đó, người ta biết phần lớn họ là dân tài chính ngân hàng. Nhưng nếu đứng ngay công 49 Lý Thái Tổ, người ta cũng khó nhận biết đâu là cán bộ NHNN, đâu là cán bộ của Thành ủy Hà Nội và nhân viên các tổ chức, cơ quan gần trụ sở NHNN.

Ở NHNN hiện nay, trang phục của cán bộ nhìn chung ở mức khá chỉnh tề so mặt bằng chung xã hội, nhưng không có chuẩn, đặc biệt đối với cán bộ nữ. Có sự khác biệt giữa cán bộ các đơn vị chức năng. Các bộ phận có quan hệ đối ngoại như Vụ Hợp tác quốc tế, Vụ Quản lý Ngoại hối, Vụ Ổn định thị trường tiền tệ. CB các vụ vừa kể trang phục đẹp hơn CB ở một số bộ phận khác. Về cá nhân, có thể thấy Thống đốc Nguyễn Văn Bình, phó Thống đốc Lê Minh Hưng là người mặc lịch sự, trang nhã. Cán bộ nữ Phòng Thư ký và phòng Nghiên cứu tổng hợp (thuộc Văn phòng) đã rủ nhau may một số bộ đồng phục khá đẹp và khi cùng mặc trong một ngày, nhìn đã biết ngay là cán bộ phòng nào.

Tình trạng cán bộ nam mặc trang phục không đồng nhất, ví dụ như áo vest đi với quần thô, cán bộ nữ dùng các chất liệu như ren, diềm và các phụ kiện sặc sỡ, diêm dúa hoặc váy quá ngắn cũng khá phổ biến, không phù hợp môi trường công sở.

Vậy làm thế nào để trang phục cán bộ NHNN theo chuẩn thông lệ? Nếu để CB tự thấy thế nào là đẹp cũng khó vì điều này phụ thuộc vào thẩm mỹ và sự chọn lựa theo sở thích của mỗi người. Đây là một phần trách nhiệm của Công đoàn NHNN. Việc thay đổi gu thẩm mỹ có thể đến đối với đông đảo cán bộ NHNN thông qua việc mời các chuyên gia về trang phục đến nói chuyện, tổ chức các cuộc thi trang phục công sở, thi ảnh những bộ trang phục đẹp nhất NHNN..để từ đó dần hình thành chuẩn công sở cho đội ngũ cán bộ của NHNN.

**Sử dụng điện thoại và email**

Có lẽ ít người nghĩ rằng email cũng là một vấn đề liên quan đến văn hóa công sở và hình ảnh của SBV. Hãy xem các email của nhân viên các NHTM Nhà nước gửi đến SBV. Những email đó mang đậm dấu ấn của NHNM, tạo ấn tượng cho người nhận email về hình ảnh thương hiệu của NHTM. Nhưng ở NHNN thì không được như vậy. Mặc dù hàng năm vẫn có thông báo về cho các đơn vị đề nghị đăng ký các địa chỉ email có đuôi sbv.com.vn. Tuy nhiên, không rõ do lý do kỹ thuật gì mà đến nay, nhiều người rất khó truy cập địa chỉ này, hoặc không dễ dàng để attch các file. Vì vậy, đa số cán bộ NHNN hiện nay dùng các địa chỉ mạng thông thường như yahoo.com, gmail.com. Không kể việc nguy cơ mất an ninh mạng mà rõ ràng việc sử dụng các email với đuôi như vậy cho thấy chưa có chuẩn trong sử dụng email của NHNN, mỗi cán bộ cũng chưa gắn tên tuổi của mình với thương hiệu SBV và khẳng định được vị thế cơ quan mà mình đang làm việc.

Về điện thoại. Cũng chưa có thống kê của Cục Quản trị và Vụ Kế toán tài chính về chi phí điện thoại của cơ quan, nhưng chắc chắn là một con số rất lớn. Việc tranh thủ sử dụng điện thoại công để giao tiếp/giao dịch việc tư là phổ biến. Bên cạnh đó văn hóa gọi-trả lời điện thoại, nhiều cán bộ (nhất là các bộ phận có liên quan đến mệnh lệnh hành chính, cơ chế xin-cho, quản lý các TCTD) khi giao tiếp qua điện thoại khá trịch thượng, thô bạo, để lại những ấn tượng không mấy tốt đẹp với người nghe. Cách đây 5 năm, nếu ai gọi điện đến tổng đài UBND TP Hà Nội đều rất ấn tượng với cách trả lời nhã nhặn, chững chạc, đầy đủ thông tin của chị trực điện thoại của UB. Chỉ cần một mình chị thôi đã khiến người ta có một ấn tượng tốt về một khía cạnh của UBNDTP Hà Nội. Các đơn vị có chức năng vận động, giáo dục văn hóa công sở của NHNN cũng chưa quan tâm và có hình thức hữu hiệu để vận động về văn hóa sử dụng email và điện thoại.

**Giữ gìn vệ sinh công sở**

Đây là hành động thể hiện trình độ văn minh của mỗi người/mỗi đơn vị.

Ở NHNN hầu hết ai cũng có lần ghé qua phòng Văn thư-Lưu trữ (thuộc Văn phòng), dù lượng tài liệu/báo chí rất nhiều, nhưng phòng luôn sạch sẽ, ngăn nắp. Đó là công của chị PhạmThị Huệ, trưởng phòng đã về hưu. Trong khi đó, nhiều phòng làm việc của một số đơn vị chức năng còn rất bề bộn, bụi bặm và bản thân từng cán bộ cũng không có ý thức giữ gìn chung. Trách nhiệm trước hết thuộc về người đứng đầu bộ phận đó, nhưng bên cạnh đó cũng là ý thức của cán bộ. Khá nhiều cán bộ không quan tâm đến vệ sinh công sở chung, coi đó là trách nhiệm của các nhân viên vệ sinh. Tình trạng ăn uống, thậm chí nấu nướng trong các phòng làm việc diễn ra khá phổ biến mà chưa có sự nhắc nhở từ lãnh đạo chuyên môn và các đơn vị chức năng.

Sau một cuộc gặp gỡ giao lưu với khách ngoài Ngành, Thống đốc Nguyễn Văn Bình ngồi lại cùng với một số cán bộ NHNN, trong đó có các cô gái làm công tác lễ tân của Văn phòng. Thống đốc dặn dò: “ Những người làm công tác lễ tân có nhiệm vụ rất quan trọng, các em là hình ảnh đầu tiên gây ấn tượng với khách khi đến làm việc tại NHNN”. Điều đó để cho thấy, người đứng đầu NHNN rất chú ý đến việc làm sao mỗi cán bộ ngân hàng mà trước hết là những bộ phận đón tiếp khách, giao tiếp làm việc với khách có ấn tượng về nề nếp làm việc của NHNN. Tuy nhiên, đó mới chỉ là mong muốn vì các vị lãnh đạo không thể có thời gian để nhắc nhở/giáo dục thường xuyên tất cả cán bộ về văn hóa công sở. Trách nhiệm này thuộc về tổ chức công đoàn. Việc phát động cuộc thi viết về văn hóa công sở rất đáng hoan nghênh, nhưng đây mới chỉ là bước khởi đầu, mong rằng qua các ý kiến đóng góp, đề xuất của đông đảo cán bộ đoàn viên, Công đoàn NHNN có kế hoạch, giải pháp triển khai có hiệu quả việc xây dựng văn minh công sở, trong đó lấy cán bộ đoàn viên làm trọng tâm. Mục đích nên hướng tới là mỗi cán bộ là một đại sứ thương hiệu hình ảnh của NHNN Việt Nam.

**Phương pháp xây dựng thương hiệu từ bên trong**

Gắn kết cán bộ với thương hiệu là một thử thách lớn với một tổ chức, có ba kinh nghiệm mà NHNN và tổ chức công đoàn NHNN có thể tham khảo để có những giải pháp xây dựng thương hiệu nội bộ.

*Chuẩn bị và bồi dưỡng cho nhân viên:*Cán bộ không thể hiểu rõ vai trò và trách nhiệm của một vị đại sứ chỉ bằng một khẩu hiệu “Mỗi cán bộ phải là phải là một đại sứ hình ảnh của SBV” . Để họ có thể trở thành đại sứ của thương hiệu, cần phải có một quá trình chuẩn bị ngay từ khi họ chuẩn bị được tuyển dụng vào SBV, NHNN nên tìm kiếm những ứng viên hiểu được giá trị cốt lõi của thương hiệu SBV. Chính quyền và tổ chức đoàn thể nên có những khóa bồi dưỡng, đào tạo: cung cấp kiến thức,phương pháp và kỹ năng để giúp cán bộ có thể trở thành một đại sứ thương hiệu. Và điều cuối cùng không kém phần quan trọng là đặt ra tiêu chí để đánh giá và các quy định thưởng, phạt kèm theo.

*Tuyên truyền thông nội bộ*:NHNN chưa có chiến lược kế hoạch rõ ràng, lâu dài, nền tảng về văn hóa công sở. Vì vậy, để cuộc vận động thành công, giải pháp khả thi và mang lại hiệu quả cao là phải thường xuyên tuyên truyền về văn hóa công sở nói chung, mục tiêu về biến mỗi cán bộ thành một đại sứ hình ảnh nói riêng . Một số gợi ý như sau:

* Giá trị thương hiệu được khắc ghi vào mọi nơi cán bộ có thể thấy, đọc, nghe và cảm nhận.
* Tìm kiếm phương pháp để chuyển tải thông điệp về giá trị thương hiệu đến nhân viên. Ví dụ: các thông báo, tin nội bộ, slogan,…
* Tổ chức các cuộc thi đại sứ hình ảnh...
* Dùng các phương tiện mạng xã hội, hộp thư điện tử của cán bộ để quảng bá hình ảnh SBV.

 ***Trịnh Thị Ngọc Lan- VP***