

BASIC FACTORS AFFECTING OFFICE COMMUNICATION CULTURE

Dau The Tung^aPham Thanh Nga^b^aHanoi University of Business and Technology;

Email: dauthetung@gmail.com

^bHanoi University of Business and Technology

Email: daitynga456@gmail.com

Received: 20/5/2025; Reviewed: 30/5/2025; Revised: 10/6/2025; Accepted: 20/6/2025; Released: 30/6/2025

DOI: <https://doi.org/10.64223/tvj.p2025.v1.i2.a22>^aORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-4630-7991>^bORCID iD: <https://orcid.org/0009-0002-1414-7276>

Office communication culture is an essential factor in building and maintaining an effective and positive working environment. It not only affects the relationship between employees, but also has a profound impact on the productivity, satisfaction and motivation of each individual. A good communication culture helps create cohesion, promote cooperation, encourage creativity, thereby improving work efficiency and contributing to the sustainable development of the organization. Many factors influence office communication culture, including traditional cultural values, socio-economic conditions, employees' awareness and communication skills, along with the working environment and the development of technology. A careful analysis of these factors will help organizations build a positive working environment, respect people and encourage individual capacity development, thereby forming a strong office culture, attracting and retaining talent.

Keywords: Culture; Office; Office culture; Office communication culture; influencing factors.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và Cách mạng công nghiệp 4.0, văn hóa giao tiếp công sở ngày càng giữ vai trò quyết định trong công việc tạo dựng một môi trường làm việc chuyên nghiệp, hiệu quả. Một tổ chức muốn phát triển bền vững không chỉ cần đội ngũ có năng lực chuyên môn, mà còn xây dựng cách thức giao tiếp nội bộ hiệu quả, văn minh.

Tuy nhiên, việc xây dựng văn hóa giao tiếp công sở không đơn giản, vì chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố khách quan và chủ quan. Bên cạnh giá trị văn hóa truyền thống, điều kiện kinh tế - xã hội, sự khác biệt trong trình độ nhận thức và kỹ năng giao tiếp giữa cá nhân cũng có thể tạo ra những rào cản đáng kể.

Vì vậy, việc nghiên cứu những yếu tố ảnh hưởng đến văn hóa giao tiếp công sở là hết sức cần thiết nhằm giúp tổ chức xác định rõ các tác nhân tích cực và tiêu cực, từ đó xây dựng chiến lược phát triển phù hợp.

2. Tổng quan nghiên cứu

Văn hóa giao tiếp công sở là một trong những yếu tố quan trọng quyết định hiệu quả làm việc của các tổ chức và cơ quan hành chính. Văn hóa giao tiếp không chỉ ảnh hưởng đến quan hệ giữa các nhân

viên, mà còn có tác động sâu rộng đến năng suất lao động, tinh thần làm việc và sự phát triển bền vững của tổ chức. Các nghiên cứu của Hofstede (1991) và Trompenaars & Hampden-Turner (1997) đều khẳng định rằng, văn hóa tổ chức là yếu tố quan trọng điều chỉnh hành vi và giao tiếp trong môi trường công sở. Theo đó, văn hóa không chỉ là “phần mềm tư duy”, mà còn là yếu tố tác động trực tiếp đến các phương thức tương tác và ứng xử của con người trong môi trường làm việc.

Trong bối cảnh Việt Nam, các nghiên cứu gần đây của Trần Thị Kim Dung (2020), Nguyễn Hữu Thân (2016) và Lê Quân (2015) đã tiếp cận văn hóa giao tiếp công sở dưới góc độ tâm lý học lao động, hành vi tổ chức và quản trị nguồn nhân lực. Những nghiên cứu này đều khẳng định rằng, giao tiếp công sở không chỉ là kỹ năng cá nhân, mà còn là sản phẩm của những giá trị văn hóa tập thể, chịu ảnh hưởng mạnh mẽ từ các yếu tố như truyền thống dân tộc, điều kiện kinh tế - xã hội, cơ cấu tổ chức và sự phát triển công nghệ.

Mặc dù các nghiên cứu trước đây đã đưa ra nhiều phân tích quan trọng, nhưng vẫn còn thiếu một cái nhìn tổng thể và hệ thống về các yếu tố ảnh hưởng đến văn hóa giao tiếp công sở. Đặc biệt là mối quan hệ giữa việc hiện đại hóa công sở và sự thay đổi

trong hành vi giao tiếp nội bộ. Các nghiên cứu hiện tại chủ yếu chú trọng vào yếu tố truyền thông và xã hội, mà ít đề cập đến tác động của sự chuyển đổi số và hội nhập quốc tế đến cách thức giao tiếp trong môi trường công sở.

Chính vì vậy, bài viết này nhằm mục đích đi sâu phân tích những yếu tố ảnh hưởng cơ bản đến văn hóa giao tiếp công sở trong bối cảnh chuyển đổi số và hội nhập quốc tế tại Việt Nam. Cùng với đó, bài viết sẽ làm rõ sự tác động của các yếu tố như nền tảng văn hóa truyền thống, điều kiện phát triển kinh tế - xã hội, trình độ nhận thức và kỹ năng giao tiếp của đội ngũ cán bộ, công chức. Đây chính là những yếu tố cốt lõi góp phần xây dựng một môi trường làm việc hiệu quả, thúc đẩy hợp tác, sáng tạo và phát triển bền vững trong các cơ quan hành chính nhà nước.

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp với tổng hợp tài liệu được thu thập, tổng hợp, phân tích từ các công trình nghiên cứu trước đây về văn hóa giao tiếp công sở, hành vi tổ chức và quản trị nguồn nhân lực.

Phương pháp so sánh, đối chiếu: So sánh sự khác biệt trong ảnh hưởng của các yếu tố như giá trị văn hóa truyền thống, điều kiện kinh tế - xã hội, trình độ viên chức, hiện đại hóa công sở đối với môi trường giao tiếp trong các bối cảnh khác nhau.

Tham khảo tình hình thực tế tại một số cơ quan hành chính nhà nước tại Việt Nam trong việc xây dựng văn hóa giao tiếp nội bộ.

Việc kết hợp các phương pháp trên nhằm đảm bảo cái nhìn toàn diện về các yếu tố ảnh hưởng, đồng thời cung cấp các luận cứ khoa học cho việc đề xuất các giải pháp xây dựng môi trường giao tiếp văn hóa công sở văn minh, hiện đại.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Các khái niệm

Văn hóa là gì? Văn hóa được hiểu là tổng hợp các giá trị, niềm tin, phong tục tập quán, nghệ thuật, tri thức và những lối sống mà một cộng đồng hay một xã hội nào đó đã phát triển và duy trì qua các thế hệ.

Công sở là gì? Công sở là nơi làm việc chính thức, nơi mà các hoạt động của một tổ chức hay cơ quan diễn ra, phục vụ cho mục đích lao động và hành chính.

Văn hóa công sở là gì? Văn hóa công sở là hệ thống các giá trị mang tính chuẩn mực, được các thế hệ công chức trong cơ quan hành chính tạo dựng nên và tuân thủ một cách tự giác, góp phần thực hiện tốt chức năng, nhiệm vụ của cơ quan, đơn vị. Văn hóa công sở có vai trò rất quan trọng, quyết định chất lượng, hiệu quả hoạt động của các cơ quan hành chính nhà nước, góp phần xây dựng một nền hành chính chuyên nghiệp, văn minh, hiện đại.

Văn hóa công sở trong các cơ quan hành chính được biểu hiện qua các nội dung như trang phục, lễ phục; tinh thần đoàn kết, hành vi, thái độ ứng xử của đội ngũ công chức; cách thức tổ chức, điều

hành hoạt động của công sở; trang bị phương tiện làm việc và bài trí, hiện đại hóa công sở... Các nội dung trên luôn có tính ràng buộc và tác động qua lại với nhau, chọ nên xây dựng văn hóa công sở phải mang tính đồng bộ, chú trọng xây dựng nề nếp tổ chức, điều hành công sở khoa học, hợp lý; trụ sở làm việc văn minh, hiện đại, quan tâm xây dựng đội ngũ cán bộ, công chức có năng lực, trình độ, tinh thần làm việc tốt, nắm vững và thực hiện nghiêm túc các chuẩn mực về trang phục, hành vi, thái độ với cấp trên, đồng nghiệp và nhân dân khi thực thi công vụ.

Chính vì có nội hàm phong phú, đa dạng như vậy, nên văn hóa công sở trong các cơ quan hành chính chịu sự tác động của nhiều nhân tố, từ các nhân tố khách quan như điều kiện phát triển kinh tế - xã hội; các giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc tới các nhân tố chủ quan như trình độ nhận thức của đội ngũ cán bộ, công chức, vị thế hay “thương hiệu” của cơ quan hành chính, mức độ hiện đại hóa công sở... Việc xem xét, nghiên cứu làm rõ nội dung của các nhân tố trên là rất cần thiết để có thể phát huy các tác động tích cực, hạn chế những tác động tiêu cực, góp phần xây dựng và nâng cao văn hóa công sở trong các cơ quan hành chính nhà nước.

4.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến văn hóa công sở

4.2.1. Giá trị văn hóa truyền thống

Giá trị văn hóa truyền thống là những giá trị thuộc về tư tưởng, lối sống, chuẩn mực thái độ, hành vi được cộng đồng thừa nhận và duy trì, gìn giữ qua các thế hệ. Văn hóa công sở luôn gắn với các đối tượng là công chức - một nhóm đối tượng cụ thể trong xã hội, là cộng đồng người, là những xã hội thu nhỏ, chịu ảnh hưởng chi phối của khái niệm rộng hơn là văn hóa quốc gia, dân tộc. Các giá trị văn hóa truyền thống chính là nền tảng, cơ sở cho việc hình thành, lựa chọn các giá trị về tổ chức, hoạt động nội công sở, tới đạo đức và chuẩn mực trong hành vi, lối sống của cán bộ, công chức...

Các giá trị văn hóa truyền thống tác động đến văn hóa công sở theo cả hai chiều tích cực và tiêu cực. Những giá trị truyền thống tốt như tinh thần yêu nước, lòng tự hào dân tộc; lòng thương yêu, quý trọng con người, tinh thần đoàn kết, ý thức cộng đồng; lòng dũng cảm, bất khuất, đức tính cần, kiệm, khiêm tốn, giản dị, trung thực... góp phần hình thành những giá trị, chuẩn mực chân chính ở công sở, tạo điều kiện thuận lợi cho việc xây dựng một đội ngũ cán bộ, công chức trung thành với Tổ quốc, tận tụy với nhân dân, trách nhiệm với công việc, chuyên nghiệp, có hành vi, thái độ ứng xử đúng mực... Những giá trị truyền thống lạc hậu, bảo thủ, không phù hợp với bối cảnh, tình hình hiện tại như tư tưởng tiểu nông, cục bộ, bình quân chủ nghĩa... sẽ tạo ra những lực cản cho sự phát triển, cho việc xây dựng một nền văn hóa công sở văn minh, hiện đại. Vì vậy, trong quá trình xây dựng văn hóa công sở hiện nay phải tiếp thu, kế thừa những giá trị truyền thống văn hóa tốt đẹp của dân tộc Việt Nam được hình thành qua nhiều thế hệ gắn với bối cảnh, yêu cầu của tình hình mới, với mục tiêu xây dựng con người mới, bổ sung những giá trị mới nhằm hình thành một nền văn hóa công sở tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, vừa giữ

gìn và phát triển được nền tảng tốt đẹp của mình, đồng thời đảm bảo tính văn minh, hiện đại.

Tuy nhiên, khi xã hội ngày càng phát triển và hội nhập quốc tế sâu rộng, những giá trị truyền thống cũng cần được kê thừa có chọn lọc. Ví dụ, thói quen “giữ thể diện” hoặc “nê nang” trong giao tiếp có thể dẫn đến thiếu minh bạch, né tránh mâu thuẫn và làm giảm hiệu quả xử lý công việc. Bởi vậy, cần có sự cân bằng giữa việc bảo tồn truyền thống và tiếp thu các chuẩn mực giao tiếp hiện đại như tính thẳng thắn, minh bạch, chủ động trong trao đổi thông tin.

Ngoài ra, sự đa dạng vùng miền trong một quốc gia cũng tạo nên những khác biệt rõ ràng trong phong cách giao tiếp. Do đó, để xây dựng một nền văn hóa giao tiếp hiệu quả, tổ chức cần tôn trọng sự khác biệt và có các chương trình nâng cao nhận thức liên văn hóa trong nội bộ.

Nhiều nghiên cứu khẳng định, văn hóa Việt Nam chịu ảnh hưởng sâu sắc của nho giáo, với khoảng cách quyền lực lớn và tinh thần tập thể cao. Hofstede đo đạc cho thấy, Việt Nam đạt 70/100 về chỉ số khoảng cách quyền lực (Power Distance), nghĩa là cấp dưới tôn trọng và ít phản kháng cấp trên. Nghiên cứu của Tran et al. (2020) cũng chỉ ra, văn hóa Việt Nam có tập thể chủ nghĩa (collectivism) cao, khoảng cách quyền lực lớn và hướng dài hạn. Điều này dẫn tới đặc điểm giao tiếp công sở mang tính phân cấp, kính trọng cấp trên, ít tranh luận thẳng thắn. Ví dụ, tại nhiều cơ quan nhà nước, cán bộ thường xưng hô kính ngữ và tuân thủ nghi thức chào hỏi “thưa/kính...” thể hiện truyền thống tôn ti thứ bậc.

4.2.2. Điều kiện phát triển kinh tế - xã hội

Điều kiện phát triển kinh tế - xã hội của một quốc gia tác động và ảnh hưởng đến việc hình thành và xây dựng các giá trị văn hóa, trong đó có văn hóa công sở. Kinh tế phát triển hay suy thoái đều tác động đến vấn đề xây dựng văn hóa công sở từ việc xây dựng, xây dựng chính sách, xác định chuẩn mực giá trị đến nguồn lực cho tổ chức công sở văn minh, cơ sở vật chất hiện đại, điều kiện làm việc của cán bộ, công chức... Ở quốc gia có kinh tế - xã hội phát triển thì sẽ có điều kiện dành nhiều nguồn lực hơn cho việc xây dựng văn hóa công sở. Việc đầu tư nguồn lực còn bao gồm tăng cường công tác quản lý, thực hiện linh hoạt các biện pháp tổ chức, điều hành, phát huy sự hài hòa giữa công chức với tư cách là người lao động và giữa các cơ quan, đơn vị; nâng cao hiệu quả, chất lượng hoạt động của các cơ quan hành chính, góp phần đáp ứng tốt hơn yêu cầu ngày càng cao của xã hội và người dân.

Hiện nay, Việt Nam đang trong giai đoạn đẩy mạnh thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, phát triển nền kinh tế theo cơ chế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Nền kinh tế thị trường đã tác động và đặt ra những yêu cầu mới đối với việc xây dựng văn hóa nói chung, văn hóa công sở nói riêng. Sự phát triển của kinh tế thị trường luôn đặt hiệu quả lên hàng đầu, đòi hỏi các cơ quan hành chính phải không ngừng cải tiến lề lối làm việc, đội ngũ cán bộ phải có năng lực, trình độ, có trách nhiệm trước quần chúng, tận tụy và phục vụ tốt nhu cầu của nhân dân, coi đó là khách hàng. Tuy nhiên,

kinh tế thị trường cũng có những mặt hạn chế, nếu không có biện pháp khắc phục hữu hiệu sẽ là điều kiện, môi trường làm nảy sinh những biểu hiện tiêu cực, phi văn hóa trong cán bộ như những nhiều dân, tham nhũng, kèn cựa, bè phái gây mất đoàn kết... gây ra nhiều khó khăn, thách thức cho việc xây dựng văn hóa công sở văn minh, hiện đại.

Ngoài ra, trình độ dân trí tăng cao cũng làm thay đổi kỳ vọng của người lao động về môi trường công sở. Họ yêu cầu sự công bằng, cởi mở, tôn trọng và minh bạch trong giao tiếp. Điều này tạo áp lực tích cực buộc các cơ quan, tổ chức phải cải tiến cách thức trao đổi thông tin, xây dựng văn hóa làm việc dân chủ, chuyên nghiệp hơn.

Độ bao phủ công nghệ thông tin ở Việt Nam là một chỉ số phản ánh điều kiện kinh tế - xã hội. Năm 2016, tỷ lệ người dân Việt Nam có Internet chỉ khoảng 53%, trong khi hơn 65% cư dân sống ở nông thôn. Chất lượng kết nối tại nông thôn cũng rất thấp (tốc độ trung bình 5,0 Mbps so với 16,5 Mbps của Singapore). Kết quả là các cơ quan ở địa bàn nông thôn, vùng khó khăn thường hạn chế dùng họp trực tuyến, chủ yếu giao tiếp trực tiếp hoặc qua giấy tờ, trong khi cơ quan ở thành thị sử dụng nhiều phương tiện điện tử.

Việc đầu tư hạ tầng công nghệ thông tin của chính phủ phản ánh điều kiện kinh tế - xã hội. Ví dụ, Báo cáo của Liên hợp quốc cho biết, tỷ lệ dân số toàn cầu còn bị bỏ lại trong chính phủ điện tử giảm từ 45% xuống 22,4% (giai đoạn 2022 - 2024) nhờ đầu tư cơ sở hạ tầng và mở rộng kết nối. Việt Nam đã tăng thứ hạng chính phủ điện tử từ nhóm “cao” lên “rất cao” (EGDI 0,7709, hạng 71/193 quốc gia); điều này cho thấy, kinh tế - xã hội phát triển nhanh giúp tăng cường mức độ kết nối và tạo điều kiện cho giao tiếp công sở hiện đại.

4.2.3. Trình độ, năng lực nhận thức của đội ngũ cán bộ, công chức

Đội ngũ cán bộ, công chức là lực lượng cốt lõi vận hành hệ thống công, là lực lượng cốt lõi vận hành hệ thống công sở, do đó trình độ, năng lực và phẩm chất cá nhân của họ ảnh hưởng trực tiếp đến văn hóa giao tiếp. Một cán bộ có chuyên môn vững, thái độ tích cực và biết cách giao tiếp hiệu quả sẽ góp phần xây dựng môi trường làm việc lành mạnh, hợp tác và sáng tạo.

Trình độ, năng lực nhận thức của cán bộ, công chức được biểu hiện qua mức độ nắm vững kiến thức chuyên môn, nghiệp vụ, chức trách, quyền và nghĩa vụ của bản thân; hệ thống quy tắc xử sự với cấp trên, đồng nghiệp và với nhân dân... Trình độ, năng lực nhận thức còn biểu hiện thông qua mức độ tự giác thực hiện các quy chế, quy định làm việc của cơ quan, quy tắc, chuẩn mực ứng xử. Nếu cán bộ, công chức nhận thức rõ và có ý thức tuân thủ, bảo vệ, duy trì những quy định đó trong hoạt động thực thi công vụ thì văn hóa công sở sẽ không ngừng được nâng cao. Vì vậy, để góp phần xây dựng văn hóa công sở, một giải pháp rất quan trọng là tăng cường công tác giáo dục cho cán bộ, công chức về chức năng, nhiệm vụ, định hướng hoạt động của cơ quan, tổ chức; chức trách, quyền và nghĩa vụ của

bản thân; hệ thống quy tắc xử sự thể hiện qua thái độ, hành vi ứng xử... để cán bộ, công chức nắm vững và tự giác thực hiện.

Ngoài ra, văn hóa công sở của cơ quan, tổ chức phụ thuộc rất nhiều vào khả năng nhận thức, năng lực tổ chức, điều hành hoạt động công sở của cán bộ, công chức giữ chức vụ lãnh đạo, quản lý. Nếu người lãnh đạo nhận thức rõ sự cần thiết, tầm quan trọng của việc xây dựng văn hóa công sở, có sự quan tâm, nỗ lực cần thiết cho việc xây dựng và phát triển văn hóa công sở trong cơ quan, đơn vị mình; đồng thời, có năng lực tổ chức, điều hành hoạt động công sở bảo đảm sự đoàn kết, dân chủ, rõ ràng, minh bạch và hiệu quả trong mọi hoạt động... thì văn hóa công sở sẽ không ngừng được tăng cường và đảm bảo thực hiện. Ngược lại, nếu người đứng đầu cơ quan, đơn vị quan liêu, cửa quyền, tổ chức điều hành mất dân chủ, không được cấp dưới ủng hộ, gây mất đoàn kết nội bộ thì không phát huy được tác dụng của văn hóa công sở, ảnh hưởng đến hiệu quả thực hiện nhiệm vụ cơ quan, đơn vị. Vì vậy, cần đề cao vai trò, trách nhiệm của người đứng đầu cơ quan, đơn vị trong việc xây dựng và nâng cao văn hóa công sở trong các cơ quan hành chính hiện nay.

Ngoài ra, năng lực nhận thức không chỉ nằm ở kiến thức, mà còn là khả năng điều chỉnh hành vi phù hợp với từng hoàn cảnh. Một người có EQ cao sẽ biết khi nào cần chia sẻ, khi nào cần lắng nghe và khi nào nên kiên quyết. Điều đó tạo nên sức hút cá nhân và khả năng dẫn dắt hiệu quả trong tập thể.

Trình độ chuyên môn: Số liệu thống kê năm 2018 tại cấp xã cho thấy, chỉ có 3,23% cán bộ, công chức có trình độ sau đại học, 58,23% có trình độ đại học, còn lại là trình độ trung cấp/cao đẳng. Nghĩa là đội ngũ cán bộ, công chức cơ sở phần lớn không có học vị cao, ảnh hưởng đến cách thức giao tiếp (như kỹ năng viết báo cáo, soạn thảo văn bản còn hạn chế).

Khả năng ngoại ngữ và giao tiếp: Báo cáo của Bộ Nội vụ thừa nhận, nhiều cán bộ, kể cả cấp chiến lược, còn hạn chế về trình độ ngoại ngữ và kỹ năng giao tiếp, đặc biệt là khi làm việc trong môi trường quốc tế. Ví dụ, nếu công chức không vững ngoại ngữ sẽ gặp khó khăn trong giao tiếp trực tiếp với đối tác nước ngoài hoặc công dân nước ngoài, hạn chế trao đổi kiến thức và phối hợp. Những giới hạn này làm giảm hiệu quả truyền đạt thông tin và phối hợp công việc đa văn hóa.

Năng lực chuyên môn chung: Báo cáo cũng chỉ ra một số nơi vẫn còn “thái độ quan liêu, cửa quyền” do một số công chức chưa chuyên nghiệp trong phong cách làm việc. Trình độ và năng lực kém đồng đều này chính là một rào cản lớn khiến phong cách giao tiếp trong công sở chậm đổi mới, vẫn nặng nề về xin cho, giây phếp.

4.2.4. Vị thế, “Thương hiệu” cơ quan hành chính

Vị thế của cơ quan hành chính có ý nghĩa đặc biệt quan trọng trong việc xây dựng uy tín cơ quan, tạo niềm tin, sự tự hào của cán bộ, công chức trong cơ quan, đơn vị mình. Vị thế của một cơ quan bao giờ cũng được xác định bởi kết quả thực hiện vai trò, chức năng, nhiệm vụ của cơ quan, đơn vị đó. Nếu

làm tốt vai trò thì vị thế sẽ không ngừng được củng cố và phát triển. Nếu một cơ quan, đơn vị có uy tín, tạo dựng vị thế, “thương hiệu” được nhân dân, xã hội ghi nhận thì mỗi cán bộ, công chức cơ quan này sẽ yêu nghề hơn, không ngừng phấn đấu, rèn luyện, tự giác chấp hành nội quy, quy chế làm việc, có trách nhiệm hơn với công việc được giao, không ngừng nâng cao hiệu quả công việc. Ngược lại, nếu hình ảnh, vị thế của cơ quan, đơn vị bị đánh giá thấp, mất niềm tin, không đáp ứng được yêu cầu của các thành viên trong công sở cũng như của mọi người, tổ chức thì các giá trị văn hóa công sở sẽ không được hài lòng. Vì vậy, cần đặc biệt quan tâm đến việc xây dựng hình ảnh, vị thế của cơ quan hành chính nhà nước, đặc biệt là gắn cơ quan hành chính với phương châm “vì dân, phục vụ, tận tụy vì dân”. Cần biến khẩu hiệu này thành những chương trình hành động chính xác, thành những cam kết cụ thể, rõ ràng, minh bạch để trên cơ sở đó, thuyết phục và tạo dựng niềm tin của người dân vào chính các cơ quan hành chính nhà nước.

Thương hiệu tổ chức ngày nay không còn giới hạn trong sản phẩm hay dịch vụ, mà mở rộng ra cả cách thức vận hành và giao tiếp với công chúng. Đối với các cơ quan hành chính, thương hiệu chính là niềm tin, sự hài lòng và cảm nhận của người dân mỗi khi tiếp xúc với cán bộ, công chức. Một cơ quan có văn hóa giao tiếp chuyên nghiệp, thân thiện và minh bạch sẽ tạo dựng được hình ảnh tích cực và uy tín xã hội.

Việc xây dựng thương hiệu tổ chức bắt đầu bằng những điều nhỏ nhặt từ giọng nói lễ phép của nhận viên lễ tân, sự chủ động hỗ trợ của chuyên viên tiếp dân, đến việc trả lời email nhanh chóng và rõ ràng. Mỗi hành vi giao tiếp đều là một mảnh ghép trong bức tranh thương hiệu chung.

Để duy trì hình ảnh tích cực, các cơ quan cần thiết lập bộ quy tắc ứng xử văn hóa trong công sở, tổ chức các lớp tập huấn, tọa đàm về văn hóa công sở và quan trọng hơn cả là vai trò gương mẫu của đội ngũ lãnh đạo. Chính lãnh đạo phải là người đầu tiên thực hiện và lan tỏa những chuẩn mực giao tiếp văn minh, chuyên nghiệp.

Ngoài ra, ứng dụng công nghệ trong hoạt động hành chính cũng là một yếu tố nâng cao thương hiệu. Ví dụ, các công dịch vụ công trực tuyến với quy trình đơn giản, minh bạch giúp tạo thiện cảm và giảm bớt căng thẳng trong giao tiếp giữa người dân và công chức.

Thương hiệu mạnh - văn hóa ứng xử rõ ràng: Các tổ chức có thương hiệu lớn thường xây dựng văn hóa riêng và quy tắc giao tiếp khắt khe hơn. Ví dụ, Tập đoàn Vingroup - doanh nghiệp hàng đầu Việt Nam đề ra 6 giá trị cốt lõi (Tín, Tâm, Trí, Tốc, Tinh, Nhân) làm kim chỉ nam cho mọi hành vi của nhân viên. Sáu giá trị này nhân mạnh tính chuyên nghiệp, kỷ luật, hiệu quả cao. Nhờ đó, phong cách giao tiếp nội bộ của Vingroup trở nên thống nhất, kỷ luật như nhân viên luôn nhanh nhẹn (“Tốc”), tận tâm (“Tâm”) và coi trọng chữ tín (“Tín”) khi trao đổi công việc.

Thương hiệu ngân hàng: Nhiều ngân hàng

thương mại (Vietcombank, BIDV, Agribank...) xây dựng văn hóa ứng xử gắn liền với thương hiệu. Ví dụ, Vietcombank coi văn hóa doanh nghiệp là nền tảng của thương hiệu; các nguyên tắc ứng xử của cán bộ chính là “hình thành những nét văn hóa đặc trưng tạo nên bản sắc, truyền thống riêng” của ngân hàng. Nhân viên ngân hàng thường tuân thủ quy tắc giao tiếp khách hàng nghiêm ngặt, phản ánh uy tín thương hiệu. Nói chung, thương hiệu danh giá thúc đẩy tổ chức xây dựng quy chuẩn giao tiếp công sở văn minh, hiện đại nhằm bảo vệ uy tín.

Tổ chức quốc tế: Các tổ chức quốc tế tại Việt Nam (UNICEF, WHO, UNDP...) thường có định hướng giao tiếp chuyên nghiệp, đa văn hóa, do uy tín toàn cầu và yêu cầu minh bạch cao. Ví dụ, trong các văn bản và buổi họp, nhân sự thường sử dụng tiếng Anh chuyên nghiệp, giảm bớt thủ tục hình thức không cần thiết. (Nguồn số liệu cụ thể về tổ chức quốc tế hiếm công bố, nhưng kinh nghiệm thực tế cho thấy, văn hóa giao tiếp của họ là “mẫu mực” đối với cơ quan Việt Nam).

4.2.5. Mức độ hiện đại hóa công sở

Hiện đại hóa công sở bao hàm cả phần “cứng” - cơ sở vật chất và công nghệ và phần “mềm” - tư duy, phương pháp và cách thức tổ chức giao tiếp. Một công sở hiện đại không chỉ có bàn ghế, máy tính và mạng Internet, mà còn có hệ thống giao tiếp nội bộ tối ưu, quy trình làm việc rõ ràng, khả năng phản hồi nhanh và hệ thống thông tin minh bạch.

Chính phủ Việt Nam đang thúc đẩy mạnh mẽ Chính phủ số, chính quyền số và xã hội số, trong đó giao tiếp số đóng vai trò then chốt. Công sở hiện đại cần tận dụng công nghệ để tổ chức họp online, gửi thông báo qua ứng dụng, xử lý công văn trên nền tảng số hóa. Điều này không chỉ giúp tiết kiệm thời gian, mà còn đảm bảo sự liên tục và hiệu quả trong công việc.

Văn hóa công sở luôn gắn chặt với hiện đại hóa công sở. Văn hóa công sở chỉ có thể được xây dựng và duy trì trên cơ sở vật chất, trang thiết bị và điều kiện làm việc của cán bộ, công chức ở mức độ nhất định. Trụ sở cơ quan hành chính nếu được xây dựng khang trang, hiện đại, tại vị trí thuận tiện cho hoạt động giao dịch sẽ tạo sự hài lòng của người dân, tổ chức, góp phần xây dựng hình ảnh, vị thế của cơ quan hành chính văn minh, hiện đại. Đồng thời, trang thiết bị làm việc, văn phòng được trang bị đồng bộ, phù hợp sẽ giúp công chức làm việc nhanh chóng, hiệu quả, từ đó nâng cao chất lượng phục vụ của cơ quan hành chính nhà nước. Cùng với việc hiện đại hóa công sở, cần tăng cường đào tạo, quản lý đội ngũ công chức có năng lực, làm chủ trang thiết bị hiện đại, có tác phong làm việc mới văn minh, chuyên nghiệp. Tuy nhiên, bên cạnh việc tăng cường hiện đại hóa công sở, bảo đảm đủ nguồn lực làm việc cho đội ngũ cán bộ, công chức, cần kiên quyết đấu tranh chống các biểu hiện lãng phí, sử dụng sai mục đích công vụ, những biểu hiện vô văn hóa trong tổ chức và hoạt động của cơ quan.

Cải cách hành chính, chuyển đổi số: Nhiều sáng kiến của Chính phủ cho thấy mức độ hiện đại hóa ngày càng cao. Điển hình là chương trình Project 30

(2007) với mục tiêu giảm 30% thủ tục hành chính để hiện đại hóa công vụ. Dự án này đã rút ngắn thời gian và giảm phiền hà trong giao tiếp giữa công chức với người dân.

Chính phủ điện tử và kết quả UN: Chỉ số Chính phủ điện tử (EGDI) năm 2024 của Liên hợp quốc xếp Việt Nam ở nhóm “Rất cao” (Very High) với điểm 0,7709, tăng 15 bậc so với 2022. Các tiêu chí số về dịch vụ công trực tuyến và hạ tầng viễn thông đều cải thiện cho thấy, công sở sử dụng nhiều công nghệ số trong giao tiếp nội bộ và giao tiếp với công dân.

Văn phòng không giấy: Một ví dụ cụ thể là UBND thành phố Hà Nội ban hành Chỉ thị số 08/CT-UBND ngày 29/4/2025 yêu cầu 100% hồ sơ hành chính được xử lý điện tử, không dùng giấy. Theo đó, toàn bộ kết quả giải quyết thủ tục hành chính được trả kết quả điện tử với chữ ký số (trừ trường hợp bất khả kháng). Nỗ lực này tạo tiền đề cho môi trường giao tiếp công sở hiện đại, giảm trao đổi giấy tờ và tăng cường họp trực tuyến.

Giải pháp công nghệ thông tin tại các địa phương: Nhiều tỉnh, thành đã triển khai phân mềm họp không giấy (VNPT e-Cabinet, eOffice) để hiện đại hóa công sở. Ví dụ, phần mềm VNPT e-Cabinet giúp giảm tới 100% giấy tờ họp và nâng cao tính tương tác trong cuộc họp. Sự hiện diện rộng rãi của các giải pháp này cho thấy, mức độ hiện đại hóa công sở ngày càng tăng, ảnh hưởng tích cực đến cách giao tiếp, từ hình thức chuyên qua trực tuyến tới lưu trữ hồ sơ điện tử.

5. Thảo luận

Từ các phân tích ở trên, có thể thấy rằng, các yếu tố cơ bản của sự phát triển kinh tế - xã hội có mối liên hệ chặt chẽ và tác động lẫn nhau. Trong đó, con người luôn được xem là trung tâm và động lực chính của sự phát triển. Không có sự phát triển nào là bền vững nếu thiếu vắng yếu tố con người - từ khả năng sáng tạo, năng lực lao động, đến trình độ tri thức và phẩm chất đạo đức. Chính con người là chủ thể của mọi quá trình sản xuất, đổi mới và cải cách.

Tại Việt Nam, Đảng và Nhà nước đã nhiều lần khẳng định vai trò của con người trong sự nghiệp phát triển đất nước, đặc biệt trong các nghị quyết Trung ương về phát triển nguồn nhân lực, cải cách giáo dục và chuyển đổi số quốc gia. Việc đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, gắn với yêu cầu của thị trường lao động và xu hướng toàn cầu hóa là một trong những định hướng chiến lược của thời đại mới.

Bên cạnh đó, tài nguyên thiên nhiên vẫn là một yếu tố quan trọng, đặc biệt đối với các nước đang phát triển như Việt Nam. Tuy nhiên, việc khai thác quá mức hoặc không hợp lý có thể dẫn đến suy thoái môi trường, cạn kiệt tài nguyên và hậu quả lâu dài đối với thế hệ tương lai. Do đó, việc phát triển phải đi đôi với bảo vệ tài nguyên, áp dụng công nghệ xanh và chuyển dịch sang nền kinh tế tuần hoàn.

Một yếu tố quan trọng khác là khoa học - công nghệ. Trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra mạnh mẽ, các quốc gia có

trình độ khoa học - công nghệ cao thường có lợi thế cạnh tranh vượt trội. Việc thúc đẩy đổi mới sáng tạo, chuyên giao công nghệ, phát triển hạ tầng số và tăng cường nghiên cứu khoa học sẽ tạo ra động lực lớn cho tăng trưởng. Ở cấp độ vĩ mô, cần có chính sách quốc gia về khoa học, công nghệ rõ ràng, được đầu tư có trọng điểm và dài hạn.

Vốn và thị trường cũng là những yếu tố quyết định đến khả năng mở rộng sản xuất, đầu tư và tiêu dùng. Tuy nhiên, dòng vốn không chỉ giới hạn trong tài chính, mà còn bao gồm cả vốn xã hội (niềm tin, mạng lưới xã hội, trách nhiệm cộng đồng) và vốn tri thức. Việc thu hút vốn đầu tư nước ngoài cần đi đôi với lựa chọn chiến lược, tránh lệ thuộc, đảm bảo phát triển các ngành kinh tế mũi nhọn nội địa.

Ngoài ra, bối cảnh toàn cầu hóa, biến động địa chính trị, dịch bệnh và khủng hoảng khí hậu đều đặt ra những yêu cầu mới cho các quốc gia. Không thể chỉ dựa vào nguồn lực nội tại, mà còn cần mở rộng hợp tác quốc tế, nâng cao năng lực thể chế và đặc biệt là khả năng thích ứng của nền kinh tế.

Cuối cùng, sự phát triển chỉ có ý nghĩa khi nó gắn với công bằng xã hội và đảm bảo đời sống tinh thần - vật chất cho người dân. Một quốc gia có thể đạt được tốc độ tăng trưởng GDP cao nhưng nếu bất bình đẳng xã hội gia tăng, môi trường bị tàn phá và văn hóa dân tộc bị mai một thì sự phát triển đó không thể gọi là bền vững.

Vì vậy, có thể kết luận rằng, để phát triển bền vững trong thế kỷ XXI, các quốc gia cần đảm bảo sự hài hòa giữa các yếu tố cơ bản - lấy con người làm trung tâm, khoa học, công nghệ làm động lực, môi trường làm nền tảng và thể chế làm định hướng. Chỉ khi đó, sự phát triển mới thực sự toàn diện và lâu dài.

6. Kết luận

Văn hóa giao tiếp công sở là nền tảng hình thành từ sự tương tác giữa con người, tổ chức và bối cảnh xã hội. Việc xây dựng nền văn hóa này đòi hỏi sự đầu tư chiến lược, dài hạn, với sự vào cuộc đồng bộ từ lãnh đạo đến từng cá nhân. Trong thời đại chuyên đổi số, văn hóa giao tiếp công sở cần được nâng lên thành một tiêu chí phát triển bền vững, nơi mọi người được lắng nghe, tôn trọng và cùng nhau xây dựng một môi trường làm việc nhân văn, hiệu quả.

Trong bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ, việc chú trọng xây dựng và phát triển văn hóa giao tiếp công sở trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết. Điều này không chỉ giúp tăng cường sự gắn kết giữa các thành viên, nâng cao hiệu quả làm việc, mà còn góp phần xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp, văn minh cho tổ chức trong môi trường số. Các công cụ và nền tảng trực tuyến cần được tận dụng một cách hiệu quả để thúc đẩy giao tiếp cởi mở, minh bạch và tôn trọng, đồng thời giải quyết các thách thức mới nảy sinh trong môi trường làm việc từ xa hoặc kết hợp.

Tóm lại, văn hóa giao tiếp công sở, đặc biệt trong kỷ nguyên số, đóng vai trò then chốt trong việc đạt được sự phát triển bền vững và xây dựng một môi trường làm việc lý tưởng.

Tài liệu tham khảo

- Dung, T. T. K. (2020). *Giao tiếp trong tổ chức*. Nxb.Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
- Thân, N. H. (2016). *Hành vi tổ chức*. Nxb. Lao động.
- Quân, L. (2015). *Quản trị nguồn nhân lực tổ chức công*. Nxb. Lao động - Xã hội.
- Oanh, T. T. M. (2018). *Văn hóa giao tiếp nơi công sở: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn*. Tạp chí Lý luận Chính trị, số 8.
- Bộ Nội vụ (2019). *Đề án Văn hóa công vụ giai đoạn 2019 -2025*. Hà Nội.
- Dân, N. V. (2020). *Kinh tế phát triển - Lý luận và thực tiễn*. Nxb. Chính trị Quốc gia Sự thật.
- Thuần, N. Q. (Chủ biên) (2018). *Các yếu tố cơ bản trong phát triển bền vững*. Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.
- Thọ, T. V. (2021). *Hiện đại hóa kinh tế và con người*. Nxb. Thế giới.
- UNDP (2022). *Human Development Report - United Nations Development Programme*.
- Minh, P. T. T. (2025). *Xây dựng đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức chuyên nghiệp*.
- Hofstede, G. (1991). *Cultures and organizations: Software of the mind*. McGraw-Hill.
- Trompenaars, F., & Hampden-Turner, C. (1997). *Riding the Waves of Culture: Understanding Diversity in Global Business*. McGraw-Hill.
- Source: *e-du.nbu.bg*. Retrieved from <https://e-du.nbu.bg/pluginfile.php/>
- Source: *sciepub.com*. Retrieved from <https://www.sciepub.com/>

NHỮNG YẾU TỐ CƠ BẢN ẢNH HƯỞNG ĐẾN VĂN HÓA GIAO TIẾP CÔNG SỞ

Đậu Thế Tung^a

Phạm Thanh Nga^b

^aTrường Đại học Kinh doanh và Công nghệ Hà Nội;

Email: dauthetung@gmail.com

^bTrường Đại học Kinh doanh và Công nghệ Hà Nội;

Email: daitynga456@gmail.com

Received: 20/5/2025; Reviewed: 30/5/2025; Revised: 10/6/2025; Accepted: 20/6/2025; Released: 30/6/2025

DOI: <https://doi.org/10.64223/tvj.p2025.v1.i2.a22>

^aORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-4630-7991>

^bORCID iD: <https://orcid.org/0009-0002-1414-7276>

Tóm tắt:

Văn hóa giao tiếp công sở là một yếu tố thiết yếu trong việc xây dựng và duy trì một môi trường làm việc hiệu quả, tích cực. Không chỉ ảnh hưởng đến mối quan hệ giữa các nhân viên, nó còn tác động sâu sắc đến năng suất, sự hài lòng và động lực làm việc của mỗi cá nhân. Một nền văn hóa giao tiếp tốt giúp tạo ra sự gắn kết, thúc đẩy hợp tác, khuyến khích sáng tạo, từ đó nâng cao hiệu quả công việc và đóng góp vào sự phát triển bền vững của tổ chức.

Nhiều yếu tố chi phối ảnh hưởng đến văn hóa giao tiếp công sở, bao gồm giá trị văn hóa truyền thống, điều kiện kinh tế - xã hội, trình độ nhận thức và kỹ năng giao tiếp của nhân viên, cùng với môi trường làm việc và sự phát triển của công nghệ. Việc phân tích kỹ lưỡng các yếu tố này sẽ giúp cho tổ chức xây dựng môi trường làm việc tích cực, tôn trọng con người và khuyến khích phát triển năng lực cá nhân, qua đó hình thành văn hóa công sở mạnh mẽ, thu hút và giữ chân nhân tài.

Từ khóa: Văn hóa; Công sở; Văn hóa công sở; Văn hóa giao tiếp công sở; yếu tố ảnh hưởng.