

BỘ CÂU HỎI TRẮC NGHIỆM HỘI THI “VĂN HÓA MOBIFONE”

(Kèm theo công văn số: /CD-MOBIFONE 9 ngày ... tháng 03 năm 2022)

1. Tầm nhìn đến năm 2035 của MobiFone hướng đến?

- A. Nhà cung cấp hạ tầng và dịch vụ số hàng đầu tại Việt Nam và quốc tế
- B. Nhà cung cấp giải pháp/ nền tảng và dịch vụ số hàng đầu tại Việt Nam và quốc tế
- C. Nhà cung cấp hạ tầng, giải pháp/ nền tảng và dịch vụ số hàng đầu tại Việt Nam và quốc tế

2. Tổng công ty Viễn thông MobiFone nhất quyết phải chuyển mình mạnh mẽ nhằm chuyển đổi từ một đơn vị hoạt động trong lĩnh vực “Viễn thông” sang lĩnh vực mới là:

- A. Công nghệ số
- B. Tài chính số
- C. Giáo dục số

3. Điền vào chỗ trống: Để cuộc chuyển mình sang môi trường kinh doanh công nghệ số vốn “... & ... – Chậm là mất & không biên giới, không lãnh địa” này được hiệu quả, ngoài việc “Định hình Chiến lược mới” cho chặng đường mới của MobiFone, chúng ta cũng cần “Kiến tạo Văn hóa mới” phù hợp với chiến lược mới này.

- A. Rất nhanh & rất tốc độ
- B. Rất tốc độ & rất nguy hiểm

C. Rất tốc độ & rất phẳng

4. Ngoài việc "Định hình Chiến lược mới" cho chặng đường mới của MobiFone, chúng ta cũng cần?

- A. Xây dựng văn hóa mới

B. Kiến tạo văn hóa mới

C. Ban hành văn hóa mới

5. Điền vào chỗ trống: “*Mỗi CBCNV MobiFone không chỉ là người ... văn hóa MobiFone mà còn là người ... nên văn hóa MobiFone*”

A. Phát huy/ xây dựng

B. Thừa hưởng/ tạo dựng

C. Thụ hưởng/ kiến tạo

6. Sổ tay văn hóa MobiFone gồm mấy nội dung chính?

A. 5

B. 6

C. 7

7. Tầm nhìn và sứ mệnh thể hiện... ?

A. Đích đến của MobiFone trong tương lai.

B. Mong muốn gắn kết và ghi nhớ của MobiFone.

C. Mục đích và giá trị của MobiFone

8. Câu nói "Thể hiện những nguyên tắc tối thượng mà MobiFone tin tưởng và đề cao trong mọi hoạt động của MobiFone." để chỉ nội dung chính nào của Sổ tay văn hóa?

A. Tầm nhìn và sứ mệnh

B. Triết lý kinh doanh

C. Cam kết với khách hàng

9. Điền vào chỗ trống: Hệ giá trị cốt lõi thể hiện “...”, là “nền tảng bất biến”, giữ vai trò định hướng cho mọi hành vi ứng xử của người MobiFone trong công việc ở giai đoạn mới.

A. Phương hướng

B. Đường lối

C. Kim chỉ nam

10. “Cam kết với khách hàng” thể hiện ...?

A. Sự phục vụ tận tâm nhất của người MobiFone với khách hàng của MobiFone.

B. Lời hứa cao nhất của người MobiFone với khách hàng của MobiFone.

C. Nguyên tắc làm việc của người MobiFone với khách hàng của MobiFone.

11. Nội dung nào là cơ sở nền tảng để hình thành sự tín nhiệm và niềm tin của người MobiFone với nhau?

A. Quy tắc nội bộ

B. Văn hóa nội bộ

C. Cam kết nội bộ

12. Điền vào chỗ trống: Sổ tay Văn hóa sẽ trở thành "...", giữ vai trò kết nối mạnh mẽ từng con người, từng bộ phận Ban, phòng, đơn vị trực thuộc MobiFone với nhau.

A. Kim chỉ nam

B. Sợi chỉ đỏ

C. Cẩm nang văn hóa

13. Tổng công ty Viễn thông MobiFone bắt tay hợp tác quốc tế với tập đoàn viễn thông Comvik/Kinnevik (Thụy Điển) từ năm bao nhiêu?

A. 1995

B. 1996

C. 1997

14. MobiFone phủ sóng 61/61 tỉnh thành với tổng số 500 trạm phát sóng trong giai đoạn nào?

A. 1993 – 1995

B. 1996 – 2004

C. 2005 – 2021

15. MobiFone đã đạt danh hiệu gì do Bộ Thông tin Truyền thông trao tặng tại Lễ trao giải Vietnam ICT Awards 2008?

A. Thương hiệu nổi tiếng

B. Doanh nghiệp di động xuất sắc nhất

C. Nhà mạng di động có dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt nhất

16. Giai đoạn Chuyển mình Chuyển đổi số của MobiFone là giai đoạn nào?

A. 2019 – 2020

B. 2020 – 2021

C. 2021 – trở đi

17. Tầm nhìn và sứ mệnh của MobiFone được xác định qua mấy trụ cột quan trọng?

A. 4

B. 6

C. 8

18. Điền vào chỗ trống: Tầm nhìn đến năm 2035 của MobiFone: Sáng tạo ...

A. Kỷ nguyên số

B. Công nghệ số

C. Tương lai số

19. Thúc đẩy chuyển đổi số cho khách hàng, đối tác và xã hội – là nội dung thuộc trụ cột nào trong Tầm nhìn và Sứ mệnh của MobiFone?

A. Việt Nam số

B. Hệ sinh thái số

C. Dẫn đầu về chuyển đổi số

20. Sứ mệnh của MobiFone được nhắc đến trong Sổ tay Văn hóa là?

A. MobiFone không ngừng sáng tạo, đổi mới, kiến tạo hệ sinh thái số hoàn chỉnh, đáp ứng tốt nhất nhu cầu của người Việt và góp phần đưa Việt Nam trở thành quốc gia số.

B. Trở thành đối tác mạnh và tin cậy nhất của các bên hữu quan trong lĩnh vực viễn thông ở Việt Nam và Quốc tế

C. Sứ mệnh kết nối con người trong một hệ sinh thái, nơi mà mỗi cá nhân đều có cơ hội được phát triển và hạnh phúc.

21. "Khách hàng là trên hết" nằm trong nội dung nào của Sổ tay Văn hóa?

A. Nguyên tắc làm việc của người MobiFone

B. Cam kết của người MobiFone

C. Triết lý kinh doanh của MobiFone

22. "Chúng tôi trung thực và cam kết làm những gì tốt nhất cho khách hàng, nhân viên và xã hội. Chúng tôi hành động với sự khiêm tốn, cởi mở và trung thực để đạt được sự tôn trọng lẫn nhau." Đây là câu nói diễn giải yếu tố nào trong Triết lý kinh doanh của MobiFone?

A. Trung thực

B. Chính trực

C. Cương trực

23. Điền vào chỗ trống: Sự "..." và tinh thần kinh doanh thúc đẩy chúng tôi. Nỗ lực của chúng tôi là thách thức "những điều thông thường" để mang đến những kết quả khác biệt.

A. Đổi mới

B. Cầu toàn

C. Sáng tạo

24. Người MobiFone có mấy nguyên tắc làm việc?

A. 3

B. 4

C. 5

25. Nguyên tắc làm việc của người MobiFone đối với khách hàng trong Sổ tay Văn hóa là gì?

A. MobiFone mong muốn lấy khách hàng là trung tâm và luôn mang lại chất lượng dịch vụ xuất sắc & vượt trội.

B. MobiFone đề cao và tăng cường hợp tác với khách hàng để cung cấp những sản phẩm dịch vụ xuất sắc & vượt trội.

C. MobiFone mong muốn kiến tạo những giải pháp số và dịch vụ số với chất lượng xuất sắc & dịch vụ vượt trội.

26. “Cùng nhau phát triển & hiệu quả tối ưu” là nguyên tắc làm việc của người MobiFone với?

A. Với đối tác

B. Với người MobiFone

C. Với xã hội

27. Nguyên tắc làm việc của người MobiFone với người MobiFone là?

A. Cộng tác với nhau vì mục tiêu chung của MobiFone

B. Phối hợp với nhau vì mục tiêu chung của MobiFone

C. Đồng hành với nhau vì mục tiêu chung của MobiFone

28. Điền vào chỗ trống: MobiFone sẵn sàng thực hiện sứ mệnh đối với Xã hội, Cộng đồng và Chính phủ như một doanh nghiệp có vai trò dẫn đầu, mở đường tiên phong trong việc kiến tạo "..."

A. Hạ tầng số quốc gia

- B. Tương lai số quốc gia
- C. Công nghệ số quốc gia

29. Đây là khái niệm Văn hóa MobiFone trong Sổ tay Văn hóa mới được ban hành?

- A. Văn hóa MobiFone là hệ thống chuẩn mực về tinh thần và vật chất quy định mối quan hệ, thái độ và hành vi ứng xử của tất cả các thành viên trong công ty, hướng tới những giá trị tốt đẹp nhất được mọi người công nhận và xã hội đồng tình, tạo ra nét riêng độc đáo đồng thời là sức mạnh lâu bền của MobiFone trên thương trường.
- B. Văn hoá MobiFone là toàn bộ giá trị văn hoá được gây dựng nên trong suốt quá trình tồn tại và phát triển của MobiFone, từ đó trở thành quy tắc, tập quán quen thuộc ăn sâu vào hoạt động của doanh nghiệp đồng thời chi phối tình cảm, cách suy nghĩ và hành vi của mọi CBCNV MobiFone trong việc theo đuổi và thực hiện các mục đích.

C. Văn hoá MobiFone chính là tập hợp những hành vi, thái độ (bên ngoài) và niềm tin, giá trị (bên trong) được chuẩn hoá, thể hiện thông qua hệ giá trị cốt lõi và các cam kết của người MobiFone, được lựa chọn dựa trên sự phù hợp với tầm nhìn, sứ mệnh, chiến lược phát triển của MobiFone.

30. Điền vào chỗ trống: Văn hoá MobiFone là cơ sở quan trọng nhất định hướng toàn bộ cách nghĩ, cách sống và cách làm của người MobiFone. Nhờ đó mà MobiFone trở thành một tập thể có bản sắc, là thứ giúp MobiFone trở nên “...” và “...” với các tổ chức khác. Một khi văn hoá được định hình rõ nét thì đó sẽ là lợi thế cạnh tranh bền vững nhất của MobiFone.

A. Chính mình/ khác biệt

- B. Bản sắc/ nổi trội
- C. Độc đáo/ cạnh tranh

31. Hệ giá trị cốt lõi của MobiFone gồm mấy giá trị?

A. 3

B. 4

C. 5

32. Những giá trị cốt lõi của MobiFone trong Sổ tay Văn hóa là gì?

A. Minh bạch – Uy tín – Trách nhiệm

B. Thần tốc – Đổi mới – Chuyên nghiệp – Hiệu quả

C. Đổi mới – Thần tốc – Đồng thuận – Sáng tạo – Chính trực

33. Điền vào chỗ trống: Trong không gian số không hề có các rào cản hữu hình, mọi thứ đều rất phẳng và bình đẳng. "... " không chỉ là thụt lùi mà còn là đứng trước nguy cơ mất tất cả.

A. Muộn

B. Trì hoãn

C. Chậm

34. Các hành vi chính yếu để sống với giá trị “Thần tốc” mà người MobiFone cam kết thực hiện:

A. Ý thức thần tốc/ Con người thần tốc/ Ứng dụng công nghệ/ Sáng tạo số/ Cải tiến quy trình

B. Ứng dụng công nghệ/ Cải tiến quy trình/ Khám phá cơ hội/ Tư duy sáng tạo/ Thử nghiệm ý tưởng

C. Ý thức thần tốc/ Ứng dụng công nghệ/ Cải tiến quy trình/ Khám phá cơ hội/ Thử nghiệm ý tưởng

35. Mạnh dạn loại bỏ những gì đang cản trở và không cùng hướng với tầm nhìn của tổ chức trong giai đoạn mới, kể cả khi những điều ấy đã từng làm nên thành công trong quá khứ. Yếu tố nói trên nằm trong giá trị cốt lõi nào của MobiFone?

A. Đổi mới

B. Chuyên nghiệp

C. Hiệu quả

36. Các hành vi chính yếu để sống với giá trị “Đổi mới” mà người MobiFone cam kết thực hiện:

- A. *Quan sát nhạy bén/ Loại bỏ sức ỳ/ Không ngừng học hỏi/ Tối ưu nguồn lực/ Đổi mới quản trị*
- B. Đổi mới văn hóa/ Không ngừng học hỏi/ Tăng cường quản trị/ Tập trung nguồn lực/ Gắn kết con người
- C. Quan sát nhạy bén/Loại bỏ sức ỳ/Đổi mới văn hóa/ Đổi mới quản trị/ Không ngừng học hỏi

37. Trong Sổ tay Văn hóa, giá trị Chuyên nghiệp được hiểu là gì?

- A. Là chuyên tâm vào nghề nghiệp, công việc của mình, được thể hiện qua tác phong công nghiệp, làm việc nhanh nhạy, khoa học kết hợp với việc nắm bắt được cụ thể về kỹ năng, kiến thức chuyên môn.
- B. Là nắm bắt vững về kiến thức chuyên môn, có nghiệp vụ giỏi, tác phong làm việc nhanh nhạy, có ý thức hoàn thành công việc theo chuẩn mực cao nhất.
- C. *Là biết điều gì cần làm trong phạm vi trách nhiệm của bản thân, có ý thức hoàn thành điều đó và nghiêm túc bắt tay vào thực hiện chúng theo các chuẩn mực cao nhất.*

38. Các hành vi chính yếu để tiếp tục phát huy giá trị “Chuyên nghiệp” mà từng người MobiFone cam kết thực hiện:

- A. *Trách nhiệm bản thân/ Tích cực hợp tác/ Tác phong chuẩn mực/ Chuẩn hóa quản trị/ Lãnh mạnh môi trường*
- B. Tác phong chuyên nghiệp/ Trao đổi thẳng thắn/ Trách nhiệm bản thân/ Kiểm soát thực thi/ Khiêm tốn học hỏi
- C. Tích cực hợp tác/ Tác phong chuẩn mực/ Quản trị chuyên nghiệp/ Trách nhiệm bản thân/ Khiêm tốn học hỏi

39. Giá trị Hiệu quả là giá trị cốt lõi thể hiện?

- A. Những thành tựu nổi bật của MobiFone trong suốt chiều dài lịch sử hình thành và phát triển
- B. Giải thưởng nổi bật của MobiFone trong suốt chiều dài lịch sử hình thành và phát triển

C. Nét văn hóa nổi bật của MobiFone trong suốt chiều dài lịch sử hình thành và phát triển

40. Trong Sổ tay Văn hóa, giá trị "Hiệu quả" có 2 cấp độ là?

- A. Phòng Ban/ Tổng công ty
- B. Tổng công ty/ Đơn vị trực thuộc

C. Cá nhân/ tập thể

41. Các hành vi chính yếu để tiếp tục phát huy giá trị “Hiệu quả” mà từng người MobiFone cam kết thực hiện:

- A. Giải pháp tối ưu/ Mục tiêu rõ ràng/ Hoàn thành chỉ tiêu/ Ưu tiên sắp xếp/ Tuân thủ nguyên tắc

B. Biết vì cái chung/ Mục tiêu rõ ràng/ Cam kết nỗ lực/ Ưu tiên sắp xếp/ Hợp tác cùng có lợi

- C. Biết vì cái chung/ Đề cao mục tiêu/ Cam kết nỗ lực/ Tuân thủ nguyên tắc/ Hợp tác cùng có lợi

42. Trong Sổ tay Văn hóa, MobiFone đề ra cam kết nào?

A. 5T

B. 7T

C. 8T

43. Điền vào chỗ trống: Khách hàng của MobiFone không chỉ gồm khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ di động mà còn có cả khách hàng "..." sử dụng các giải pháp công nghệ số.

- A. Doanh nghiệp
- B. Hộ gia đình

C. Tổ chức

44. Cam kết của người MobiFone gồm: Thái độ niềm nở/ Thấu hiểu nhu cầu/ Tư vấn hiệu quả/ Trải nghiệm khác biệt/ và?

A. Tin tưởng trọn vẹn

B. Tôn trọng tuyệt đối

C. Trung thực chính xác

45. **"Chúng ta cam kết mang đến những trải nghiệm tốt đẹp, khác biệt. Đảm bảo mỗi một chi tiết nhỏ bất kỳ của MobiFone đều mang lại cảm xúc và trải nghiệm tốt nhất."** là cam kết của người MobiFone dành cho đối tượng nào?

A. Người MobiFone

B. Khách hàng

C. Cộng đồng

46. **Điền vào chỗ trống: Chúng ta luôn nỗ lực là một thương hiệu thân thiện với cộng đồng. Mỗi người MobiFone cần ý thức mình là một "..."** của MobiFone để từ đó ứng xử chuẩn mực, thân thiện với cộng đồng.

A. Đại diện thương hiệu

B. Đại sứ thương hiệu

C. Gương mặt thương hiệu

47. **Chúng ta không chỉ làm ra những sản phẩm công nghệ số xuất sắc mà còn kiến tạo một dấu ấn thương hiệu tử tế, có tinh thần trách nhiệm với cộng đồng thông qua các hoạt động an sinh xã hội, chung tay chia sẻ với đồng bào trong những lúc gặp hoạn nạn khó khăn. – là nội dung thuộc cam kết nào của người MobiFone với cộng đồng?**

A. Thấu hiểu nhu cầu

B. Tin tưởng trọn vẹn

C. Trải nghiệm khác biệt

48. **Điền vào chỗ trống: Chúng ta quan tâm, hỏi han, tương trợ lẫn nhau với sự nghĩa tình cả trong công việc và trong cuộc sống cá nhân, không phân biệt vùng miền, cấp bậc mà tất cả đều là người chung một "..."** MobiFone.

A. Một nhà

B. Một gia đình

C. Một cộng đồng

49. Khi đồng nghiệp cần đến sự hỗ trợ của chúng ta, chúng ta biết lắng nghe chú tâm và xác nhận lại để đảm bảo rằng mình hiểu nhu cầu, khó khăn của họ một cách đầy đủ và chính xác. – là nội dung thuộc cam kết nào của người MobiFone với nội bộ?

A. Thái độ niềm nở

B. Tin tưởng trọn vẹn

C. thấu hiểu nhu cầu

50. Điền vào chỗ trống: Mỗi sự kết nối trong nội bộ không chỉ hướng tới mục tiêu chung mà còn cùng nhau xây dựng ... và ... của người MobiFone.

A. Văn hóa/ tinh thần

B. Văn hóa/ niềm tin

C. Văn hóa/ tư duy

51. Hai câu chuyện gửi gắm thông điệp trong Sổ tay Văn hóa là?

A. Chuyện con bò/ Chuyện con châu chấu

B. Chuyện con ếch/ Chuyện con châu chấu

C. Chuyện con ếch/ Chuyện con bò

52. “Chúng ta sẽ sống ra sao khi nguồn sống duy nhất của mình đã mất?” – là câu nói trong Câu chuyện nào trong sổ tay văn hóa?

A. Chuyện con ếch

B. Chuyện con châu chấu

C. Chuyện con bò

53. Từ câu chuyện về con ếch trong sổ tay văn hóa muốn gửi gắm đến người MobiFone thông điệp gì?

A. Vượt qua nghịch cảnh

B. Thay đổi hay là chết

C. Tỉnh ngộ thì đã muộn

54. Điền vào chỗ trống: Còn ở phương diện cá nhân, từng người MobiFone chúng ta không được an phận, không được “ngủ quên”, không được hoài niệm hay luyến tiếc quá khứ mà phải tập trung vào thực tại và sẵn sàng thay đổi “...” để giúp tổ chức thực hiện thành công sự chuyển đổi.

A. Tư duy

B. Hành động

C. Bản thân mình

55. Từ câu chuyện về con bò trong sổ tay văn hóa muốn gửi gắm đến người MobiFone thông điệp gì?

A. Tinh thần có thể

B. Phá vỡ vòng an toàn

C. Đón nhận cơ hội