



Địa vị pháp lý của tổ chức Công đoàn trong Hiến pháp 2013

Hiến pháp nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam sửa đổi năm 2013, được Quốc hội khóa XIII thông qua ngày 28/11/2013 tại kỳ họp thứ 6, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/01/2014 là văn kiện đặc biệt quan trọng, phản ánh ý chí của toàn Đảng, toàn dân và toàn quân ta, tạo cơ sở chính trị - pháp lý vững chắc cho công cuộc xây dựng, bảo vệ, phát triển và hội nhập quốc tế của đất nước trong thời kỳ mới.

Lần đầu tiên vị trí, vai trò của tổ chức Công đoàn được khẳng định và thể hiện rõ ràng tại Điều 10, Hiến pháp 2013: "Công đoàn là tổ chức chính trị - xã hội của giai cấp công nhân và của người lao động, được thành lập trên cơ sở tự nguyện...". Chính việc quy định này đã tiếp tục khẳng định và tạo cho Công đoàn Việt Nam có một vị trí pháp lý đặc biệt so với các tổ chức chính trị - xã hội khác.

So với các bản Hiến pháp trước đây, Hiến pháp năm 2013 đã có sự sửa đổi, bổ sung *vai trò, chức năng của Công đoàn Việt Nam trong việc đại diện bảo vệ quyền và lợi ích của người lao động* trong điều kiện phát triển nền kinh tế thị trường định hướng XHCN. Nếu tại Điều 10 Hiến pháp 1992 chỉ quy định Công đoàn *tham gia kiểm tra, giám sát*, thì Hiến pháp năm 2013 đã bổ sung thêm quy định "*tham gia thanh tra*" hoạt động của cơ quan, tổ chức, đơn vị, doanh nghiệp về những vấn đề liên quan đến quyền, nghĩa vụ của người lao động cho tổ chức Công đoàn. Quyền và trách nhiệm của tổ chức Công đoàn đối với người lao động được phân định rõ hơn. Trách nhiệm của Công đoàn trong việc tuyên truyền, vận động người lao động học tập, nâng cao trình độ, kỹ năng nghề nghiệp, chấp hành pháp luật được quy định đầy đủ, cụ thể hơn. Đồng thời, Hiến pháp năm 2013 khẳng định vị trí, vai trò và trách nhiệm của Công đoàn Việt Nam cùng với các tổ chức chính trị - xã hội là thành viên của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam (khoản 2, khoản 3 Điều 9); quy định rõ trách nhiệm, quyền hạn của người đứng đầu tổ chức chính trị - xã hội ở Trung ương và địa phương (Điều 101, 116).

Có thể nói, những quy định về Công đoàn trong Hiến pháp năm 2013 đã khẳng định vị thế, vai trò của Công đoàn trong hệ thống chính trị, đây là niềm vinh dự lớn nhưng đồng thời đặt ra thách thức đối với tổ chức Công đoàn. Các cấp Công đoàn cần phải nỗ lực cố gắng hơn nữa, để xứng đáng là tổ chức chính trị - xã hội rộng lớn của giai cấp công nhân và người lao động được quy định trong Hiến pháp nhằm góp phần phát triển đất nước trong giai đoạn hội nhập quốc tế ■

Tổ Pháp chế | Văn phòng TCT Khánh Việt

Chịu trách nhiệm xuất bản : Nguyễn Thị Tường Anh In 2.000 bản, KT (190x270)mm tại Cty TNHH MTV In bao bì Khatoco
Chịu trách nhiệm nội dung : Nguyễn Thị Tường Anh Mọi bài vở, thư từ, góp ý xin vui lòng gửi về
Thư ký biên tập : Nguyễn Thành Tuyến Ban biên tập: 84 Hùng Vương, Nha Trang
Trình bày và sửa bản in : Vũ Văn Dũng Điện thoại: 058.3522024 - Email: bantinh@khatoco.com

KHATOCO



LƯU HÀNH NỘI BỘ

BẢN TIN TỔNG CÔNG TY KHÁNH VIỆT

Chiến lược chọn đường đua

Bản Tin Nội Bộ | Số 03: Tháng 9 & 10 năm 2014

Từ câu chuyện ngụ ngôn quen thuộc "Thỏ & Rùa": Lần đầu tiên thách đố, Thỏ đã thua Rùa do chủ quan với đối thủ nên đã tự thưởng cho mình bằng cách ngả lưng nghỉ một chút nhưng không ngờ ngủ quên. Lần thứ hai Rùa thua Thỏ điều đó là đương nhiên vì Thỏ có quá nhiều lợi thế. Rùa đã suy ngẫm và nhận ra rằng: nó không thể thắng được Thỏ trên đường đua nếu như không tự tạo cho mình lợi thế. Vậy là, Rùa quyết định thách Thỏ một cuộc đua khác, nhưng có một chút thay đổi về đường đua. Thỏ đồng ý mà không cần suy nghĩ gì. Bởi lẽ, Thỏ luôn tin tốc độ của mình chắc chắn nhanh hơn Rùa. Thế nhưng, chạy một mạch đến bên bờ sông, Thỏ đành ngồi xuống, "vật ớ" tìm cách qua sông. Trong lúc đó, Rùa đã đến nơi, lội xuống sông và bơi qua bờ bên kia, tiếp tục chạy về đích.

Đó chính là chiến lược của Rùa. Rùa thắng Thỏ một cách thuyết phục vì nó đã tự "phân tích SWOT" cho mình và đưa ra một chiến lược hoàn hảo - **Phân tích SWOT** là một trong 5 bước hình thành chiến lược sản xuất kinh doanh của một doanh nghiệp, bao gồm: *Xác lập tôn chỉ của doanh nghiệp, phân tích SWOT; xác định mục tiêu chiến lược, hình thành các mục tiêu và kế hoạch chiến lược; xác định cơ chế kiểm soát chiến lược.* **SWOT** là tập hợp viết tắt những chữ cái đầu tiên của các từ tiếng Anh: **S**trengths (Điểm mạnh), **W**eaknesses (Điểm yếu), **O**pportunities (Cơ hội) và **T**hreats (Thách thức) - là một mô hình nổi tiếng trong phân tích kinh doanh của doanh nghiệp.

Câu chuyện đã một lần nữa khẳng định việc xây dựng một chiến lược kinh doanh phù hợp với tiềm lực của mình, nhằm nắm bắt cơ hội, giảm thiểu rủi ro và đảm bảo cho sự phát triển sản xuất kinh doanh ổn định, bền vững là yếu tố quan trọng hàng đầu quyết định thành công của doanh nghiệp.

Có người cho rằng: Doanh nghiệp tôi đâu cần xây dựng chiến lược kinh doanh mà mấy năm qua vẫn phát triển tốt? Trước hết, có thể khẳng định hiện tại doanh nghiệp bạn chưa gặp rủi ro, đang có nhiều lợi thế, cơ hội, chưa gặp đối thủ cạnh tranh "phong độ" hoặc chưa ở trong môi trường cạnh tranh khốc liệt... Tuy nhiên, với giả thuyết ngược lại, liệu doanh nghiệp bạn có phát triển bền vững?!

Bằng việc xây dựng chiến lược đúng đắn, doanh nghiệp có thể tập trung thời gian và nguồn lực vào lĩnh vực kinh doanh chủ đạo để thực sự tạo nên sức mạnh cạnh tranh. Tuy nhiên, chiến lược hoàn hảo không dễ dàng xây dựng một sớm một chiều, mà đòi hỏi chúng ta phải tâm huyết, quyết tâm, tự tin và không ngại khó... Chiến lược không tự trở nên có hiệu quả. Nó đòi hỏi sự nỗ lực cao, sự đoàn kết trong thực hiện giải pháp và kế hoạch đề ra. Mặt khác, trong quá trình thực hiện chiến lược, để đạt mục tiêu phát triển bền vững cho doanh nghiệp, chúng ta cũng cần đặt ra những đối sách, chuẩn bị các phương án, kế hoạch đối phó và vượt qua những chướng ngại vật trên đường đua...

Một đơn cử cụ thể hơn, nhiều năm trước đây, các sản phẩm dệt may, da da điều, cá sấu Khatoco chưa phát triển mạnh và ít được người tiêu dùng trong nước biết đến mặc dù chất lượng, hình thức sản phẩm không thua kém gì các thương hiệu nổi tiếng như An Phước, Tân Tiến, May 10... Những năm gần đây, khi Khatoco chú trọng mở rộng, phát triển thị trường trong nước, phát huy cao ưu thế hàng Việt Nam chất lượng cao, các sản phẩm dệt may Khatoco không chỉ được đông đảo người tiêu dùng trong nước ưa chuộng mà còn tăng lợi thế cạnh tranh ở thị trường nước ngoài. Sản lượng tiêu thụ tăng cao, trở thành một trong những thương hiệu nổi tiếng của hàng dệt may Việt Nam. Đó chính là chiến lược đúng đắn của Tổng công ty Khánh Việt.

Trải qua nhiều cơn bão kinh tế từ năm 2010 trở lại đây, rất nhiều doanh nghiệp phá sản hoặc phải thu hẹp sản xuất, tái cơ cấu lại doanh nghiệp đã cho thấy không còn thời kỳ cho kinh doanh theo kiểu may rủi, chờ cơ hội tự đến. Chỉ có những doanh nghiệp xây dựng được một chiến lược đúng đắn sẽ vượt qua trở ngại, nắm bắt cơ hội và chắc chắn sẽ dành phần thắng trên đường đua đầy cam go và thử thách ■

Tiền Phong | Công ty CP Đồng Á

Chú trọng đào tạo cán bộ nguồn - yếu tố tiên quyết



Nhìn lại công tác xây dựng đội ngũ cán bộ và nâng cao năng lực lãnh đạo, quản lý cấp trung Tổng công ty Khánh Việt

Hành trình phát triển và trưởng thành của Khatoco được khẳng định bằng nội lực, tâm huyết của tập thể người lao động, đặc biệt là nguồn nhân lực lãnh đạo. Vì vậy, từ khi Tổng công ty ban hành Quy chế Quy hoạch và luân chuyển cán bộ lãnh đạo, quản lý (Quy chế Quy hoạch), đội ngũ cán bộ quản lý cấp trung của Tổng công ty đã không ngừng phát triển và trưởng thành, cơ bản đáp ứng được yêu cầu thực hiện nhiệm vụ chính trị, năng lực chuyên môn và kinh nghiệm quản lý được nâng lên rõ rệt. Tuy nhiên, xét trên tổng thể về chất lượng và cơ cấu chưa đồng đều, vì vậy chúng ta phải tiếp tục đào tạo, xây dựng quy hoạch cán bộ nguồn.

Để thực hiện tốt Nghị quyết IX Đảng bộ Tổng công ty Khánh Việt, nhiệm vụ xây dựng, đào tạo và nâng cao năng lực lãnh đạo của đội ngũ cán bộ từ cấp cơ sở cần đặt ra như sau:

Thứ nhất

- Tăng cường công tác quản lý cán bộ, thực hiện tốt việc đánh giá, gắn với phân công, bố trí hợp lý. Đây là nội dung quan trọng, đòi hỏi cấp ủy, lãnh đạo đơn vị phải quán triệt một cách sâu sắc để mỗi cán bộ, đảng viên nắm vững mục tiêu, yêu cầu, chủ trương của Tổng công ty về công tác quy hoạch và luân chuyển cán bộ.

- Quá trình triển khai thực hiện phải bám sát Quy chế Quy hoạch, nhằm đáp ứng yêu cầu nhân

sự cho việc phát triển mở rộng SXKD của mỗi đơn vị, đồng thời chủ động tạo nguồn cán bộ trẻ thay thế cán bộ lớn tuổi.

- Chú trọng nguồn cán bộ trẻ và cán bộ nữ. Mỗi chức danh quy hoạch nên có từ 2 đến 3 người và một người có thể quy hoạch từ 2 đến 3 chức danh, theo hướng “mở” và “động”, không hạn chế số người được định sẵn một cách chủ quan. Thường xuyên rà soát, điều chỉnh theo sự phát triển của cán bộ để kịp thời bổ sung nhân tố mới.

Thứ hai

- Thực hiện đúng quy trình giữa 03 khâu *quy hoạch - đào tạo bồi dưỡng - sử dụng cán bộ*, từ đó đề xuất quy hoạch các chức danh quản lý phù hợp.

- Cán bộ trong diện quy hoạch cần được tiếp tục hoàn thiện và tự hoàn thiện thông qua đào tạo bồi dưỡng, rèn luyện và thử thách trong thực tiễn.

Thứ ba

- Tăng cường công tác luân chuyển cán bộ, thực hiện tốt phương châm: Vừa đẩy mạnh việc luân chuyển, vừa thận trọng, giải quyết tốt quan hệ giữa luân chuyển với ổn định và xây dựng đội ngũ cán bộ có chuyên môn sâu; vừa coi trọng đáp ứng yêu cầu trước mắt, coi trọng mục đích bồi dưỡng, rèn luyện, chuẩn bị đội ngũ cán bộ kế cận.

- Quá trình luân chuyển cần có bước đi thích hợp: Làm tốt công tác tư tưởng, xác định rõ mục đích, yêu cầu luân chuyển đối với nơi đi, nơi đến và đối với cán bộ được luân chuyển, đồng thời theo dõi, giúp đỡ, tạo điều kiện cho cán bộ luân chuyển hoàn thành nhiệm vụ.

Thứ tư

- Nâng cao năng lực, đổi mới phong cách lãnh đạo của cấp ủy cơ sở, xây dựng Nghị quyết theo hướng ngắn, gọn, thiết thực, tính khả thi cao, xác định khâu trọng tâm, thời hạn triển khai để tổ chức thực hiện đạt hiệu quả.

- Chú trọng việc xây dựng quy chế làm việc, quy chế phối hợp hoạt động giữa chi bộ với lãnh

Tiếp theo trang 3

Hướng đi mới của ngành công nghiệp đà điều, cá sấu

Hiện nay, Tổng công ty Khánh Việt (Khatoco) là doanh nghiệp nuôi cá sấu, đà điều lớn nhất Việt Nam. Hàng năm, Khatoco cung cấp cho thị trường 10.000 tấm da cá sấu, 40.000 tấm da đà điều và 80.000 tấm da chân đà điều. Không chỉ xuất khẩu da nguyên liệu, Khatoco còn đẩy mạnh sản xuất và cho ra đời nhiều dòng sản phẩm, thời trang cao cấp Ostrich - Crocodile Khatoco.



Sau khi cử cán bộ đi học tập ở nước ngoài về lĩnh vực sản xuất thời trang da, Khatoco đã đầu tư dây chuyền thiết bị công nghệ thuộc da hiện đại của Mỹ, Đức hàng trăm tỷ đồng. Dự án Nhà máy Thuộc da Khatoco được triển khai có nhiệm vụ sản xuất kinh doanh sản phẩm da thuộc đà điều, cá sấu và các loại da nổi sần khác với mục đích tạo ra giá trị gia tăng cao nhất; nâng cao chất lượng da thuộc, đáp ứng nhu cầu sản xuất hàng thời trang da cao cấp cung ứng cho thị trường nội địa và xuất khẩu; từng bước hoàn thiện quy trình công nghệ, ổn định chất lượng, màu sắc sản phẩm, nghiên cứu và thử nghiệm các tông màu mới đáp ứng xu hướng màu sắc thời trang thế giới; nghiên cứu và phát triển các sản phẩm da thuộc cao cấp khác như da trăn, da cá đuối, da cá nhám ...

Ngoài xuất khẩu nguyên liệu da, Khatoco còn sản xuất các sản phẩm thời trang da cao cấp với mẫu mã phong phú, đẹp mắt, cập nhật được xu thế thời trang thế giới. Thời trang Ostrich & Crocodile Khatoco như túi xách, thắt lưng, giày... đã có mặt tại nhiều siêu thị nước ngoài. Ở Việt Nam, thương hiệu này không chỉ thu hút được du khách Mỹ, Nhật, Nga mà còn thu hút được khách hàng nội địa, bởi mẫu mã đa dạng, giá cả hợp lý. Công ty đã nghiên cứu thành công và cho ra đời các dòng sản phẩm với nhiều kỹ thuật thuộc da hoàn thành khác

Tiếp theo trang 10

đạo đơn vị và các đoàn thể, giảm bớt việc chỉ đạo bằng quá nhiều giấy tờ, hội họp.

- Một vấn đề cũng hết sức quan trọng đó là cần có chính sách, chế độ phụ cấp, động viên, đãi ngộ... hợp lý và kịp thời đối với cán bộ quản lý các cấp.

Chúng ta tin tưởng rằng, làm tốt những giải pháp nêu trên thì việc xây dựng, nâng cao năng lực cán bộ quản lý mà Nghị quyết IX Đảng bộ Tổng công ty Khánh Việt đã đề ra sẽ thành công.

Thực tế cho thấy trong những năm qua Tổng công ty đã làm tốt công tác quy hoạch, đào tạo và luân chuyển cán bộ. Chính vì vậy, mặc dù nhiều cán bộ đến tuổi nghỉ chế độ hoặc vì lý do nào đó không làm việc nữa, Tổng công ty luôn sẵn sàng có đội ngũ cán bộ trẻ thay thế và họ đã trở thành người quản lý giỏi, đáp ứng yêu cầu phát triển ngày càng cao, đưa Khatoco mãi mãi “**Vững nền tảng - sáng tương lai**”

Nguyễn Văn Hường | Công ty CP Du lịch Long Phú



Tâm nhìn ngành dệt may Khatoco

“Thời trang Khatoco là thương hiệu thời trang nam, phong cách hiện đại, cam kết mang đến cho khách hàng chuỗi giá trị cung ứng sản phẩm, dịch vụ khác biệt và thân thiện với môi trường”.

Hiện nay, dệt may là một trong những ngành có sự cạnh tranh gay gắt trên thị trường trong và ngoài nước. Áo sơ mi nam lại là mặt hàng thời trang ít thay đổi về kiểu dáng nên các nhà đầu tư, doanh nghiệp tập trung sản xuất mặt hàng này. Do vậy, sản phẩm áo sơ mi nam còn bị cạnh tranh gay gắt hơn. Tuy nhiên, nhờ có tâm nhìn khác biệt nên Khatoco vẫn tự tin chọn lựa áo sơ mi nam là sản phẩm chính cho dòng hàng dệt may nhãn hiệu Khatoco.

Định hướng cho mình con đường riêng, Công ty TNHH Thương mại Khatoco chọn nền vải do Công ty Cổ phần Dệt Tàn Tiến sản xuất, là loại vải duy nhất được sản xuất tại Việt Nam, có chất lượng tốt, khi mặc vào người tiêu dùng cảm thấy mát mẻ, dễ chịu, phù hợp với khí hậu nóng ẩm quanh năm của Việt Nam.

Sản phẩm dệt may Khatoco được thiết kế theo phong cách hiện đại, kiểu dáng đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng mọi lứa tuổi, mọi lĩnh vực hoạt động và giá cả rất phù hợp. Sản phẩm phong cách trẻ trung, năng động là lựa chọn tối ưu của lứa tuổi thanh niên; sản phẩm lịch sự, thoải mái, phù hợp với lao động công sở; vừa sang trọng, vừa tinh

tế giúp cho các doanh nhân tự tin khi giao tiếp với đối tác, khách hàng,... Vì vậy, hiện nay các dòng sản phẩm được sản xuất tại Xí nghiệp May Khatoco rất được khách hàng trong và ngoài nước ưa chuộng, nhiều năm liên được người tiêu dùng bình chọn là “Hàng Việt Nam chất lượng cao”.

Đặc biệt, không chỉ được chọn làm đồng phục công sở cho một số cơ quan, với mẫu mã phong phú, thiết kế bắt mắt, chất lượng đảm bảo, các sản phẩm dệt may Khatoco còn được chọn làm món quà tặng ý nghĩa, thiết thực trong các dịp lễ hội, sinh nhật, lễ tình nhân...

Với thực tế áo sơ mi nam nói riêng và hàng dệt may nhãn hiệu Khatoco nói chung đã nhận được sự tín nhiệm của người tiêu dùng, hiện nay hệ thống showroom thời trang của Khatoco cũng không ngừng phát triển trên thị trường trong và ngoài nước. Theo nhận xét của đông đảo người tiêu dùng: nếu có dịp đến với các showroom của Khatoco, chúng tôi không chỉ được phục vụ tận tình, chu đáo mà còn dễ dàng chọn mua ngay sản phẩm vừa ý cho mọi nhu cầu đi làm, đi chơi hoặc dự tiệc... ■

Xí nghiệp May Khatoco

Yang Bay - từ ước mơ đến hiện tại

Sáng ban mai, Yang Bay bừng nắng ấm

Tạo muôn vàn dịch vụ mới tinh khôi

Là ý chí, tâm hồn người lao động

Vàng thau thử lửa, để thành công.

Khách là niềm vui, là cuộc sống

Hàng ngày phục vụ khách ân cần

Là nhiệm vụ không bao giờ mệt mỏi

Kim chỉ nam, quý khách hơn vàng

Cương quyết rằng, tận tâm phục vụ.

Mười một năm đã trôi qua, Yang Bay từ một nơi chỉ có thác nước và cây rừng đã trở thành một công viên với nhiều dịch vụ độc đáo đầy màu sắc. Với phương châm “Sáng tạo là Vàng - Khách hàng là Kim cương”, tập thể người lao động Yang Bay luôn luôn cố gắng xây dựng, biến nơi đây thành địa chỉ du lịch không thể thiếu đối với du khách.

“Phải luôn luôn sáng tạo” là suy nghĩ mà Ban lãnh đạo đơn vị luôn tâm huyết, không chỉ với bản thân mà còn hun đúc cho mỗi người lao động.

Sự sáng tạo đã biến một khu đất hoang trở thành “Khu tâm linh Mộc Thần” với khung cảnh tĩnh lặng, tôn nghiêm của cây đa thần huyền thoại, hồ Tĩnh Tâm. Du khách có thể thắp hương khấn nguyện tại Miếu thần hoặc gửi những lời cầu nguyện, mơ ước riêng tư tới thần linh thông qua các dải lụa đào.

Sáng tạo đã biến khu vực Ho Cho với sự kết hợp diệu kỳ giữa hai dòng nước nóng và lạnh này trở thành một điểm tham quan “vàng” cho du khách. Với không gian được thiết kế hoàn toàn tự nhiên, phong cách ngâm khoáng mới lạ, cảm giác thư giãn mạch khoáng nóng tuôn trào từ lòng đất sẽ giúp du khách phục hồi sức khỏe, giảm stress tạo nên nét độc đáo không nơi nào có được.

“Sáng tạo là phải tạo sự khác biệt” đã mang lại cho Yang Bay những dịch vụ tưởng chừng như đơn giản, không giống ai nhưng đem tới cho du khách những trải nghiệm thú vị. Du khách có thể tự tay cho những chú cá búp bằng bình sữa như em bé, được tận tay sờ, vuốt các con vật dễ thương này; cảm nhận sự

Tiếp theo trang 11





Lửa trong tôi

Cuộc chiến nào cũng ác liệt và đau thương. Và Việt Nam, đã mất mát quá nhiều trong cuộc chiến giành độc lập cho Tổ quốc. Tôi có thể cảm nhận được một thời oanh liệt ấy khi đến với từng trang nhật ký của chị Đặng Thùy Trâm. Đó chính là ngọn lửa của tình yêu quê hương đất nước, lửa của niềm say mê nhiệt huyết tuổi trẻ đang len lỏi trong lòng tôi...

Tôi sinh ra trong một gia đình giàu truyền thống cách mạng, nhưng mãi đến khi đọc được tác phẩm "Nhật ký Đặng Thùy Trâm", tôi mới hiểu được một thời "tiếng hát át tiếng bom" của những trí thức bỏ bút cầm súng đấu tranh vì đất nước là như thế nào. Người con gái ấy vì tiếng gọi "Tổ quốc và Tình yêu" đã ra đi từ miền đất hứa để vào nơi ác liệt nhất, gian khổ nhất cống hiến cho sự nghiệp đấu tranh giải phóng dân tộc. Trong làn mưa bom bão đạn, chị vẫn kiên cường, bất khuất, lạc quan yêu đời. Chị luôn sống vì người khác, vì những người đồng chí thân thương. Khép lại cuốn nhật ký, tôi đã khóc. Khóc vì xúc động, khóc vì đã tìm được lý tưởng sống cho riêng mình.

Vừa nhận được tấm bằng đại học trong tay, tôi thật may mắn khi được vào làm việc tại Trung tâm Giống đà điểu Khatoco Quảng Nam. Từ một cô sinh viên mới ra trường với bao nhiêu là ngỡ ngàng, chỉ biết lấy kiến thức nhà trường làm hành trang, tôi đâu biết cuộc sống là muôn vàn khó khăn thử thách.

Năm 2009 đã xảy ra dịch bệnh gia cầm, cũng là lúc tôi chân ướt chân ráo vào nghề. Tại thời điểm đó, tôi thật sự thấy hoang mang bất lực nhưng mỗi lần

nhớ đến những lời trong nhật ký: "Lửa thử vàng, gian nan thử sức" tôi như được tiếp thêm sức mạnh. Tôi tự nhủ: "Phải nỗ lực hết sức để bảo vệ đàn đà điểu trước dịch bệnh". Tôi cùng đồng nghiệp dùng đủ biện pháp phòng trừ bệnh cho gia cầm, cuối cùng dịch bệnh được đẩy lùi... Chúng tôi đã trải qua cuộc chiến cũng không kém phần khốc liệt. Cuộc chiến với chính mình, cuộc chiến với bệnh dịch. Thời gian trôi qua thật nhanh, thấm thoát đã 8 năm tôi vào làm ở Trung tâm. Một khoảng thời gian không dài nhưng cũng đủ để tôi thấy mình vững vàng hơn, yêu cuộc sống và yêu công việc mình đang làm hơn.

Sống trong thời chiến, ranh giới giữa sự sống và cái chết mong manh như sợi chỉ, nhưng chị Trâm vẫn luôn khát khao được vào Đảng để có thể cống hiến nhiều hơn nữa cho sự nghiệp đấu tranh của dân tộc. Noi gương sáng của chị, chúng tôi đã quyết tâm cùng phấn đấu để trở thành Chi đoàn vững mạnh luôn đi đầu trong mọi hoạt động. Đặc biệt, Chi đoàn chúng tôi đã có nhiều hành động thiết thực phát huy truyền thống "Uống nước nhớ nguồn" của dân tộc như: thường xuyên đi thăm hỏi, giúp đỡ việc nhà, đại diện thực hiện nghĩa vụ phụng dưỡng các Bà mẹ Việt Nam anh hùng,...

Ngọn lửa nhiệt huyết của Đặng Thùy Trâm đã, đang và sẽ luôn ở mãi trong tôi. Chúng ta hãy luôn sống hết mình và cống hiến hết mình vì sự nghiệp Khatoco, vì quê hương đất nước các bạn nhé ■

Lê Thị Quyên

Chi đoàn Trung tâm Giống đà điểu Khatoco Quảng Nam



Thấm thoát đã hơn 1 năm, tôi được chuyển qua Phòng Kinh doanh làm nhân viên bán vé du lịch Khatoco. Đầu năm ngoái, lãnh đạo cho toàn thể cán bộ công nhân viên đi trải nghiệm để viết bài cảm nhận về đơn vị. Với tôi, thác Ho Cho lúc đó rất nhạt nhòa không chút ấn tượng. Lối vào Ho Cho chỉ là con đường mòn nhỏ nằm giữa hai hàng cây dẫn vào bãi đá gặp ghềnh rồi đến vài cái hồ chứa nước khoáng nóng và vài cái dù che nắng che mưa. Tôi không muốn nán lâu vì trời nắng cộng với nhiệt độ bốc lên từ các hồ nước khoáng nóng làm cho không khí càng nóng hơn.

Thế nhưng, chỉ sau một thời gian ngắn, thác Ho Cho đóng cửa để sửa chữa, lãnh đạo lại cho đi trải nghiệm ở thác Ho Cho vừa được sửa sang, tôi hăm hở, hồi hộp như sắp được gặp người yêu. Bởi lẽ, tại vị trí bán vé Yang Bay, tôi được nghe nhiều du khách đã đi thác Ho Cho, rồi về rủ người thân, bạn bè đi tiếp kế sơ qua, tôi đã thấy hấp dẫn lắm rồi.

Sau vài tháng gặp lại, Ho Cho đã khoác lên mình bộ áo mới hút hồn du khách. Con đường mòn nhỏ giờ đã được lát đá, tiếp đến là cây cầu treo bắc ngang qua suối dẫn đến khu tắm khoáng, ở đó còn có ghế bố, lều, chòi để du khách nghỉ ngơi. Ngâm mình trong hồ nước khoáng nóng,

Ho Cho -

hôm qua, hôm nay và ngày mai

mát xa ở khu ôn tuyền thủy liệu pháp, nằm nghỉ ngơi trên ghế bố, tôi thấy cơ thể mình khỏe lại sau một ngày làm việc. Du ngoạn thác Ho Cho với tôi đã trở thành niềm đam mê...

Tôi là nhân viên bán vé hàng ngày giới thiệu cho khách, nhưng nhiều lúc tôi cũng thấy ngỡ ngàng trước sự cảm nhận của du khách. Nhiều du khách đến mua vé đi thác Ho Cho hàng tuần. Họ nói: đến đây tắm để chữa bệnh, họ bị đau khớp và họ cảm thấy khỏe hơn nhiều sau khi tắm nước khoáng ở đây...

Tôi thấy khâm phục những người lãnh đạo Khatoco nói chung và lãnh đạo Yang Bay nói riêng. Họ không chỉ quản lý mà còn khám phá được mạch nước khoáng nóng này phục vụ du lịch và khám chữa bệnh, từ Ho Cho hoang sơ ít ai biết đến, nay trở thành điểm du lịch thu hút đông du khách gần xa. Chính sự lãnh đạo tài tình đó đã xây dựng nên một thác Ho Cho đẹp mê hồn người như ngày hôm nay. Chỉ là mạch nước khoáng nóng nhỏ nhưng bằng sự nhanh nhạy, tận dụng điều kiện thiên nhiên sẵn có để phát triển dịch vụ, lãnh đạo đã cho xây hồ giữ lại để hòa vào dòng nước suối lạnh tạo nên hệ thống các hồ nước khoáng với nhiều nhiệt độ khác nhau. Bên cạnh đó, Ho Cho còn được xây dựng thêm hệ thống ôn tuyền thủy liệu pháp, dùng lực của tia nước đã thông các mạch trong cơ thể mang lại sự thoải mái cho du khách. Không dừng lại ở đó, Ho Cho đang được xây dựng thêm khu tắm Dược liệu...

Sự sáng tạo ấy đã mang đến cho Yang Bay một hình ảnh đặc biệt trong lòng du khách. Đến với Yang Bay, du khách không chỉ để giải trí mà còn thư giãn, chữa bệnh, đặc biệt là các bệnh về xương khớp. Với phương châm Lãnh đạo Công viên Du lịch Yang Bay đề ra: "Sáng tạo là Vàng, khách hàng là Kim cương", con người và cảnh đẹp Yang Bay đã để lại ấn tượng vô cùng đẹp trong lòng mỗi du khách đến nơi đây ■

Nguyễn Thị Lệ Thủy | Công viên Du lịch Yang Bay



Khatoco tình yêu của tôi

Về với Nha Trang một chiều cuối hạ
Nắng vàng rơi trên sóng biển mênh mang
Ôi Khatoco trong dáng đứng hiên ngang
Đã mạnh bước qua bao nhiêu dông bão
Bao khó khăn, nhọc nhằn, tần tảo
Xây đắp thành thương hiệu Khatoco
Và hôm nay đạt được những giấc mơ
Sức trời dậy đời công nhân no ấm
Ôi Khatoco tràn đầy sức sống
Khắp mọi miền tổ quốc yêu thương
Từng đoàn quân trên khắp mọi nẻo đường
Từ đô thị đến núi rừng xa heo hút
Tuổi đôi mươi với tâm hồn rạo rực
Khoác áo vàng tươi thương hiệu Khatoco
Từng đoàn xe như chặng ngủ bao giờ
Mang mơ ước khát khao chinh phục
Bao trái tim từng đêm thao thức
Hòa nhịp cùng xây dựng một tương lai
Để Khatoco thêm những bước tiến dài
Từ mái tóc xanh của các anh, các chị
Đã phai màu chuyển thành bạc trắng
Cho Khatoco chuyển mình trên nốt nhạc
Khúc hoàn ca tô đẹp mãi mai sau ■

Trần Đức Tiến
Công ty TNHH Thương mại KTC

Ấn tượng lễ hội Yang Bay

Về thăm Yang Bay hôm nay
Đúng ngày lễ hội làm say lòng người
Khắp nơi rộn rã tiếng cười
Gái trai nô nức ghé chơi hội này
Ngồi xem huyền thoại Yang Bay
Du khách đến càng thêm say đất trời
Cảnh quan như thể chào mời
Mộc thần đón phước của trời ban cho
Ngắm xem chẳng phải dẫn đo
Bông lai tiên cảnh Ho Cho gọi mời
Đến đâu cũng thấy tuyệt vời
Cảnh người hòa hợp muôn lời ngợi ca
Mãi mê vườn trúc vườn đào
Như có cảm giác lạc vào rừng tiên
Thử cảm giác mạnh có liền
Câu cá sấu chẳng làm phiền ai đâu
Đảo Ngọc thơ mộng thả câu
Món ngon tùy chọn khách đâu phải chờ
Yang Khang như một dải tơ
Hòa vào dòng thác đợi chờ Yang Bay
Ho Cho dòng sữa mẹ hiền
Câu treo qua suối đến miền đất thơ
Tắm khoáng nóng khách đều mơ
Thư giãn, chữa bệnh như nhờ thuốc tiên
Văn hóa truyền thống là đây
Hân hoan điệu múa vui vầy khắp nơi
Chapi đàn đá gọi mời
Khách xa tìm đến muôn vàn lý do thương
Chia tay cảm thấy vẫn vương
Hẹn ngày trở lại thiên đường Yang Bay ■

Lê Minh Dũng
Công viên Du lịch Yang Bay

Bản hòa tấu đà điểu

Nếu món Lẩu mắm miền Tây Nam bộ được xem như là bản hòa tấu cổ điển thì món Lẩu mắm cách điệu với các sản phẩm đa dạng từ đà điểu là một bản hòa tấu hiện đại dành cho những thực khách kiêu hãnh sành ăn như tôm, mực,... hay với những ai muốn khám phá những điều mới lạ. Hãy cùng chúng tôi thám hiểm nhé!

Chuẩn bị nguyên liệu:

- 0,3 kg cá (0,15 kg cá linh, 0,15 kg cá sặc)
- 0,5 kg xương ống heo
- 0,3 kg thịt heo quay
- 0,5 kg pín đà điểu, 0,5 kg thịt đà điểu fillet và 1 quả tim đà điểu
- Gia vị, rau dùng lẩu và bún tươi.

Cách chế biến:

- Đun sôi dầu, cho 1/2 chén tỏi đã băm xào vàng, cho tiếp 1/2 chén sả đã băm xào vàng, cho tiếp 1 chén thơm (1/2 trái thơm) đã băm nhỏ vào và 0,3 kg thịt heo quay đã cắt xào thêm 5 phút. **Xong nồi 1.**
- Cho 3 lạng mắm (1,5 lạng cá sặc + 1,5 lạng cá linh) nguyên con vào nồi có sẵn nửa lít nước và đun sôi cho đến khi tan hết mắm, lọc bỏ xương cá. **Xong nồi 2.**
- Cho 1/2 kg xương ống heo với 2 lít nước nấu làm nước lẩu, cho thêm 2 miếng đường tán (vàng) nhỏ vào. **Xong nồi 3.**
- Cho ít dầu lên bếp cho nóng, cho 1 ít tỏi băm xào vàng, cho cà tím đã cắt khúc vào và xào thêm 2 phút, cho thêm ít ớt bột. **Xong nồi 4.**
- Cho nồi 1 và nồi 2 vào nồi 3 (nêm thử cho vị mặn theo sở thích, lưu ý là món lẩu này cần mặn hơn các món lẩu khác), ninh nhỏ lửa để nước lẩu đậm đà, trước khi ăn khoảng 10 phút thì cho nồi 4 vào, nêm thêm vài hạt tiêu.
- Thịt nhúng lẩu ăn kèm: (1) Cho 1/2 kg pín đà điểu vào nồi nước, đun sôi trên bếp khoảng 30 phút. Vớt pín ra cho vào nước ấm có vắt 1 trái chanh ngâm trong 10 phút, vớt ra để ráo, cắt thành miếng để nhúng ăn với lẩu. (2) 1/2 kg thịt đà điểu fillet thái mỏng. (3) 1 quả tim đà điểu thái mỏng hoặc dày tùy thích,...
- Rau nhúng lẩu ăn kèm: kèo nèo, rau nhút, bắp chuối, rau muống, rau đắng, bông bí,...

Cuối cùng mời cả nhà cùng thưởng thức! ■

Tập thể Nhà ăn | Trung tâm Giống đà điểu Khatoco Ninh Hòa



Tiếp theo bài:
“Hướng đi mới của ngành...”

nhau như độ bóng, bóng mờ, độ dày, độ mềm, độ giãn... phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng, đáp ứng xu hướng thời trang chung của thế giới; nghiên cứu và áp dụng công nghệ thuộc da mới đáp ứng yêu cầu của thị trường Châu Âu, Mỹ đảm bảo các tiêu chuẩn an toàn đối với người sử dụng sản phẩm làm từ da như không crôm, bán crôm, thảo mộc...

Thạc sĩ Nguyễn Mạnh Khôi - Phó Viện trưởng Viện Nghiên cứu Da - Giày Việt Nam cũng đã nhận định: “Với cá sấu, da chúng có độ thoáng khí cao, không tĩnh điện, cách nhiệt tốt, không như da bò, cừu... chỉ có một loại vân, da cá sấu có lớp vảy đan chắc như một tấm áo giáp, hoa văn rất đa dạng, nhưng không bao giờ trùng lặp. Bởi thế, mỗi tấm da cá sấu được xem là một tác phẩm nghệ thuật độc đáo. Da cá sấu có sự bền dai theo năm tháng, không loại da nào sánh bằng, ma sát càng lớn thì độ bóng của da càng cao. Da



đà điều cũng được xem là cá tính và thời trang, bởi những hạt chân lông nổi rõ, rất đều và đẹp. Vì thế, những người tinh tế, yêu vẻ đẹp sang trọng, độc đáo, thường dùng các sản phẩm làm từ loại da này... Hiện nay, Việt Nam đã có nhiều doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh thành công thời trang da cá sấu, đà điều. Song, thành công nhất phải kể đến là Khatoco, một doanh nghiệp lớn của Khánh Hòa. Doanh nghiệp đã có hướng đi đúng, biết đón đầu cơ hội...”

Dù kinh tế thế giới còn nhiều biến động bất lợi, nhưng hoạt động sản xuất kinh doanh của ngành thời trang da đà điều, cá sấu Khatoco năm 2013 đã tăng vượt trội: Doanh thu thuần đạt trên 44 tỷ, tăng 52% so với năm 2012, lợi nhuận gần 6,5 tỷ đồng, sản lượng tiêu thụ các dòng sản phẩm chính (túi xách, ví, thắt lưng) tăng trên 100% so với năm 2012. Đặc biệt, với lợi thế chủ động được nguồn nguyên liệu da thuộc, sản phẩm da đà điều của Khatoco chiếm đến 95% thị phần trong nước. Sản phẩm thời trang da đà điều, cá sấu Khatoco đã có chỗ đứng nhất định trong lòng người tiêu dùng, trở thành một trong những lựa chọn hàng đầu của đa số du khách nước ngoài có nhu cầu mua loại sản phẩm này, đặc biệt là du khách Châu Âu. Hiện nay, nhiều khách hàng mua si từ Nhật, Mỹ, Trung Quốc, Hàn Quốc, Singapore đã trở thành bạn hàng thân tín của Khatoco ■

Lê Đình Đăng | Công ty KD đà điều - cá sấu Khatoco

Tiếp theo bài: “Yang Bay - từ ước mơ đến hiện tại”

manh mẽ, khéo léo và tinh khôn của loài động vật to lớn với trò chơi “câu gấu”; sợ sệt khi ôm con cá sấu sống đang thở khò khè để chụp hình và cảm giác nhột nhột khi ngâm chân giữa lòng suối cho những chú cá mát xa ...

Không chỉ những dịch vụ vui chơi, mà ẩm thực cũng mang lại những phong cách rất độc đáo và khác biệt: Các món ăn chế biến từ cá sấu, đà điều được kết hợp với trái cây, bài thuốc, cùng các món ăn dân tộc đã mang lại cho du khách một cảm giác vừa ngon miệng, vừa lạ nhưng rất dân dã và gần gũi với thiên nhiên.

Từ phong trào “Yang Bay Xanh - Sạch - Đẹp” không những mang lại nhiều cảnh quan mới mà còn xây dựng được hình ảnh Yang Bay là một khu du lịch sinh thái không có rác thải, du khách có thể bắt gặp hình ảnh Ban Giám đốc đến các nữ nhân viên trong trang phục áo dài đang nhặt rác, đến chương trình “Nụ cười thân thiện” hay “Mỗi nhân viên Yang Bay đều là hướng dẫn viên”. Những hình ảnh đó không những đẹp, tạo một cảm giác thân thiện mà còn có tác động tốt tới tâm lý của khách du lịch khi đến đây.

Với phương châm luôn tự làm mới, gửi gắm tâm lòng và nhiệt huyết của mình qua các công trình, sản phẩm dịch vụ, Công viên Du lịch Yang Bay chắc chắn là một điểm đến đầy ấn tượng trong lòng du khách ■

Quốc Tuấn | Công viên Du lịch Yang Bay

