

KỶ NIỆM 35 NĂM NGÀY THÀNH LẬP TỔNG CÔNG TY

4/10/1983 - 4/10/2017, với chùng đó thời gian phát triển, Khatoco đã trở thành “đứa con cưng” của tỉnh Khánh Hòa với những nhóm ngành kinh tế khác nhau. Tuy nhiên, không phải đơn vị nào, ngành nào cũng hoạt động có hiệu quả. Điều này cũng dễ hiểu bởi mỗi ngành mỗi lĩnh vực đều có sự xuất phát điểm khác nhau, chịu sự tác động của các yếu tố bên trong của doanh nghiệp và bên ngoài của cơ chế, chính sách kinh tế, xã hội khác nhau.

Cùng với tiến trình đổi mới đất nước, qua gần 35 năm xây dựng và phát triển, KHATOCO đang vững vàng đi lên trên quy mô lớn cả về



chiều rộng ngành nghề lẫn chiều sâu trang thiết bị. Hoạt động sản xuất kinh doanh luôn trong thế ổn định và phát triển bền vững, mang lại hiệu quả cao. Điều kiện làm việc, đời sống vật chất, tinh thần của người lao động không ngừng được cải thiện và nâng cao. “Ăn nên làm ra”, KHATOCO tích cực tham gia vào công tác xã

hội, từ thiện, đền ơn đáp nghĩa với số tiền lên đến hàng chục tỉ đồng từ quỹ phúc lợi tập thể và tự nguyện đóng góp của CBCNV.

Ngoài ra, Tổng công ty còn tổ chức một số hoạt động ngoại khóa bổ ích để các đơn vị giao lưu với nhau, tạo sự đoàn kết trong tập thể Khatoco và các hoạt động từ thiện như chia sẻ yêu thương cho các học sinh có hoàn cảnh khó khăn.

Với những gì đạt được trong những năm qua cùng đội ngũ nhân lực trẻ trung, năng động, sáng tạo, đầy nhiệt huyết, Khatoco sẽ ngày càng phát triển hơn nữa để xứng đáng với các danh hiệu được Nhà nước trao tặng và sẽ là một “điều gì đó” đáng được tự hào của Tỉnh Khánh Hòa.

Phú Điệp
Bến Nha Phu



Chịu trách nhiệm xuất bản :	Trương Quang Minh	In 2.000 bản, KT (190x270)mm tại Cty Cổ phần In bao bì Khatoco
Chịu trách nhiệm nội dung :	Trương Quang Minh	Mọi bài vở, thư từ, góp ý xin vui lòng gửi về
Thư ký biên tập :	Võ Hoàng Anh Thư	Ban biên tập: 118 Hùng Vương, Nha Trang
Trình bày và sửa bản in :	Vũ Văn Dũng	Điện thoại: 0258.3522024 - Email: bantinh@khatoco.com

Số 01: Tháng 01 năm 2018



KHATOCO

BẢN TIN TỔNG CÔNG TY KHÁNH VIỆT
LƯU HÀNH NỘI BỘ

*Chúc mừng năm mới
Đổi mới tư duy - Phát huy nội lực*



VƯỢT QUA GIAN KHÓ - VỮNG BƯỚC ĐI LÊN

Năm 2017 đã thấm thoát qua đi lặng lẽ với nhiều thành quả chúng ta đạt được nhưng cũng nhiều biến cố không lường với bao khó khăn chống chọi. Điểm lại những gì chúng ta đã làm được và những khó khăn nào chúng ta đã vượt qua mới thấy được bản lĩnh thép của những con người Khatoco. Khi đó mới hiện thân về phẩm chất, ý chí của mỗi con người, điều mà trong lúc thuận buồm xuôi gió khó có thể thấy được.

Nếu như đầu năm chúng ta chịu tác động của cơn bão mang nhãn hiệu White Horse đã phá vỡ toàn bộ cấu trúc nguồn lực tài chính - thị trường thì cuối năm cơn bão Damrey như một thảm họa tàn phá tài sản và cơ sở vật chất của 16/32 đơn vị trong tổ hợp Công ty mẹ - Công ty con Tổng công ty Khánh Việt. Không có thành quả nào, thành tích nào đáng trân trọng hơn, được ghi nhận hơn bằng

sự bản lĩnh, ý chí, tinh thần của tập thể CBCNV về sự vươn lên khắc phục hậu quả sau những cơn bão. Thị trường nhân hiệu White Horse chỉ sau 3 tháng đã phục hồi từ 30% lên 85% là những bước đi mạnh mẽ và quyết liệt. Các đơn vị bị ảnh hưởng từ cơn bão Damrey đã tự khắc phục hậu quả với mục tiêu sớm ổn định sản xuất nhanh nhất, vừa khắc phục vừa duy trì sản xuất trong sự cố gắng cao nhất có thể để không làm ảnh hưởng đến nhiệm vụ SXKD và tinh thần của người lao động.

Hình ảnh của những người công nhân phải duy trì tăng ca để bảo đảm sản xuất 3 ca cứu hàng hóa bị thiệt hại; những công trình, cảnh quan, cây cối bằng sức người đã sớm được cứu sống. Sự miệt mài trong công việc, đoàn kết chia sẻ đồng viên trong lúc vượt

khó, sự sáng tạo đưa ra nhiều giải pháp khắc phục để giảm thiểu thiệt hại luôn hiện lên trong ánh mắt của mỗi người. Những mái tóc bạc nhiều hơn, những thân hình gầy đi nhiều hơn của bao lãnh đạo các đơn vị đã nói lên tất cả.

Năm 2018 là năm có nhiều khó khăn và thách thức, một áp lực vô cùng nặng nề sẽ đối mặt với tập thể lãnh đạo và người lao động Khatoco.

Hậu quả của cơn bão Damrey về cơ sở vật chất và nguồn lực cho sản xuất kinh doanh ở một số ngành sẽ còn ảnh hưởng nhiều năm, nhưng trực tiếp là năm 2018 sẽ ảnh hưởng nhiều đến ngành dệt may và ngành thuốc lá. Thị trường thuốc lá nội địa đang gặp nhiều thách thức về năng lực cạnh tranh cả bên trong lẫn bên ngoài. Đầu tư sớm dây chuyền sản xuất sợi cho Nhà máy Thuốc lá Khánh Hòa là nút thắt quan trọng để có được sản phẩm chất lượng cao và bền vững. Cấu trúc lại cơ cấu giá cùng với thay đổi tư duy quản trị thị trường ngành thuốc lá phù hợp với quy luật thị trường và sức cạnh tranh.

Đầu tư di dời Nhà máy Thuốc lá Khatoco Khánh Hòa vào cụm công nghiệp Trảng É nâng quy mô từ 3,4 ha lên 20 ha là một nhiệm vụ nặng nề cả về thời gian và nguồn lực tài chính. Bên cạnh đó phải bảo đảm nguồn thu ngân sách 2.500 tỷ là một thách thức lớn khi luật phòng chống tác hại thuốc lá đang phát huy tác

dụng, tình hình thuốc lá lậu không hề suy giảm, các đối thủ cạnh tranh đã đầu tư thiết bị công nghệ hiện đại từ những năm trước đến nay bắt đầu phát huy tác dụng thể mạnh cạnh tranh trên thị trường.

Một nhiệm vụ quan trọng mang tầm chiến lược của năm 2018 đối với Tổng công ty Khánh Việt là xác định giá trị doanh nghiệp toàn Tổng công ty, chọn nhà đầu tư là cổ đông chiến lược, thoái vốn cho các nhà đầu tư trên sàn chứng khoán để trở thành công ty cổ phần vào năm 2019 với vốn nhà nước nắm giữ 51%. Đây là chủ trương lớn của Đảng và Nhà nước phù hợp với xu thế của nền kinh tế thị trường có định hướng và đã được Chính phủ phê duyệt. Tuy nhiên công tác cổ phần hóa sẽ tác động không nhỏ đến tâm tư tình cảm của người lao động nên đòi hỏi cần phải làm tốt công tác truyền thông, nhất là năm 2018 chúng ta tổ chức sự kiện vô cùng quan trọng mang dấu



Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc thăm hỏi và động viên Xí nghiệp may Khatoco sau cơn bão Damrey.

ấn và bước ngoặt của chặng đường 35 năm hình thành và phát triển Tổng công ty Khánh Việt.

Một năm mới đã đến, bỏ lại những ngổn ngang còn phải khắc phục và đón chờ phía trước những nhiệm vụ đầy thử thách. Hơn lúc nào hết, Khatoco đang chứng minh danh hiệu là một đơn vị anh hùng với truyền thống 35 năm vượt bao

gian khó để xây dựng và trưởng thành. Đây là lúc các nhà lãnh đạo, quản lý các cấp thể hiện bản lĩnh và tinh thần đã được rèn luyện. Đây là lúc tập thể CBCNV đồng tâm hiệp lực, đoàn kết để vượt qua gian khó. Chúng ta hãy nắm chặt tay nhau để hoàn thành nhiệm vụ làm món quà đầy ý nghĩa kỷ niệm 35 năm thành lập.

Lê Tiến Anh | TGD



Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Thị Kim Ngân thăm tình hình khắc phục thiệt hại cơn bão Damrey tại CT NLTL Khatoco



Thời gian lặng lẽ qua mau
Một năm rông rãi trôi qua hết rồi
Giờ đây cảm thấy bồi hồi
Bao nhiêu vất vả thế rồi cũng qua
Máy móc thiết bị di dời
Đến nơi ở mới khang trang sáng ngời
Mặc dù sản xuất hai nơi
Tốn tiền vận chuyển vòng đi vòng về
Anh em vốn dĩ yêu nghề
Bao nhiêu gian khó cũng đều vượt qua

Ai ngờ bão đến kinh hoàng
Làm cho máy ướn, cửa nhà tan hoang
Gian nan thử thách lòng người
Tinh thần khắc phục đó là thước đo
Không tính toán, không so đo
Đồng lòng khắc phục ngôi nhà thứ hai
Tinh thần cộng với quyết tâm
Ổn định sản xuất ưu tiên hàng đầu
Thế rồi gian khó cũng qua
Rộn vang tiếng máy đều đều ba ca
Đón chào năm mới bình an
Ngôi nhà Đông Á rộn vang tiếng cười.

Văn Nghị | Công ty CP Đông Á

10 năm phát triển Vùng nguyên liệu thuốc lá EASSUP-ĐAKLAK

Một hôm, tình cờ tôi lục lại hồ sơ, những bản hợp đồng hộ nông dân, giấy tờ đầu tư, tờ trình, giấy đi đường... đều từ năm 2007. Thế là đã 10 năm trôi qua, 10 năm không dài so với một đời người, nhưng đối với tôi nó là khoảng thời gian để lại biết bao cảm xúc, gắn liền với 10 năm phát triển vùng nguyên liệu thuốc lá EaSup - Đaklak.

Tháng 7 năm 2007, anh Hồ Anh Thuật cùng các anh em đặt chân đến vùng đất EaSup. Trong tiết trời mùa mưa khắc nghiệt, với cái lạnh, cái nắng, cái gió của vùng cao EaSup. Giai đoạn đầu, chúng tôi mới lên không có chỗ ở, chăn không đủ ấm, chỉ có một tinh thần “lính nguyên liệu” là ăn với nông dân, làm cùng nông dân và ngủ cùng nhà nông dân. Chúng tôi tá túc từ nhà nông dân này đến nhà nông dân khác, đến cả hội trường thôn trên địa bàn huyện EaSup. Từ đó, chúng tôi mới hiểu được đặc tính thời tiết, đất đai và phong tục tập quán của con người nơi đây. Tôi vẫn còn nhớ như in tên từng hộ nông dân lúc đó, cho



tôi bây giờ họ vẫn còn gần bó với cây thuốc lá, như hộ Trần Văn Thu, hộ Phạm Được, hộ Trần Quốc Minh, hộ Huỳnh Công Dũng ở thôn 16 xã EaLe - EaSup. Những năm đầu tiên chúng tôi vận động được vài hộ tham gia trồng thuốc lá, diện tích chỉ được vài ha, với năng suất dưới 2,0 tấn/ha. Nhờ sự nỗ lực hết mình của anh em, vài năm sau đó chúng tôi đã ghi được tên trên địa bàn EaSup, và từ đây chúng tôi phát triển rất nhanh với cái tên Tổ nguyên liệu Đaklak.

Vụ năm 2009 - 2010, một vụ mùa vô cùng vất vả. Sản lượng nhiều nhưng giá cả không như mong muốn, đã làm mất lòng tin của người nông dân. Nhưng bằng chính nhiệt huyết, quyết tâm dốc hết sức mình, Tổ chúng tôi đã đứng vững trong những vụ mùa sau. Chúng tôi đã dần gây dựng được lòng tin của người nông dân với cây thuốc lá để tiếp tục gần bó và phát triển.

Đến năm 2012, được sự đầu tư của Công ty và đặc biệt là Tổng công ty Khánh Việt chúng

tôi đã có một cơ ngơi thật khang trang và có thể nói đứng nhất, nhì ở huyện Easup về quy mô. Tôi rất tự hào về điều đó và càng hãnh diện hơn khi những hộ nông dân tại đây gọi công ty của mình là “Công ty lớn”. Cũng từ năm 2012 này, chúng tôi đã phát triển rất bền vững kể cả về năng suất, sản lượng và chất lượng thuốc lá nguyên liệu. Từ năng suất 2,0 tấn/ha đến những năm gần đây đều đạt 3,2 tấn/ha, hàng năm đã cung cấp cho nhà máy trên 1.000 tấn thuốc lá nguyên liệu. Chất lượng thuốc lá trước đây không được nhà máy điều chỉnh giá cao, nhưng nhờ biết áp dụng khoa học kĩ thuật vào quá trình sản xuất, chất lượng thuốc lá ngày càng được cải thiện rõ rệt. Chúng tôi từng bước đã xây dựng được thương hiệu thuốc lá nguyên liệu cho riêng mình.

Đã 10 năm trôi qua, với đồng nghiệp đó, với cánh đồng đó, nên tảng một vùng thuốc lá nguyên liệu EaSup, Công ty chúng tôi đáp ứng được yêu cầu của khách hàng và kỳ vọng phát triển của Tổng công ty Khánh Việt. Chúng tôi đã hành động và gặt hái được điều tốt đẹp nhất.

Bảo Tiến
Công ty TLNL Khatoco

Cảm xúc từ một buổi rước cờ truyền thống

Mỗi người ít nhiều đều có những kỷ niệm không thể nào quên được. Đó có thể chỉ là những kỷ niệm rất thân thương từ khi tuổi thơ, nhưng đôi khi cũng là những kỷ niệm về một buổi đi chơi nào đó... Tôi cũng có những kỷ niệm như thế nhưng đối với tôi kỷ niệm về buổi rước đuốc và cờ truyền thống Khatoco đã để lại trong tôi những cảm xúc dâng trào mà tôi không thể nào quên được.

Đó là một buổi Lễ rước đuốc và cờ truyền thống Khatoco được tổ chức tại Công ty Cổ phần Đông Á hôm 15/10/2017, nhân dịp kỷ niệm 22 năm ngày thành lập Công ty (15/10/1995 - 15/10/2017). Đây là hoạt động có ý nghĩa sâu sắc trong chuỗi các hoạt động hướng đến 35 năm kỷ niệm ngày thành lập Tổng công ty Khánh Việt mà lãnh đạo Tổng công ty phát động.

Khác với mọi năm, để tiến tới kỷ niệm 35 năm ngày thành lập Tổng công ty Khánh Việt (04/10/1983 - 04/10/2018), Ban lãnh đạo Tổng công ty lấy ý tưởng từ ngọn lửa hồng và chảo gang của lò sấy thuốc lá từ những năm đầu thành lập, cùng lòng nhiệt huyết và bao giọt mồ hôi của cha anh đi trước, mang thông điệp dẫn đường cho các thế hệ tiếp bước truyền thống Khatoco, phát triển và vững bước đi đến một trang sử mới, một vận hội tươi đẹp trong



niên kỷ mới. Ngọn đuốc và cờ truyền thống sẽ được truyền đi đến các đơn vị trong Tổ hợp Khatoco.

Tới dự Lễ rước đuốc và cờ truyền thống có ông Lê Tiến Anh - Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng Giám đốc Tổng công ty Khánh Việt, ông Nguyễn Đình Hương - Phó Tổng Giám đốc. Đặc biệt còn có các Ông Tạ Thế Cường - Nguyên Chủ tịch HĐQT và Ông Nguyễn Đức Hùng - Phó Tổng Giám đốc TCTKV đại diện cho lớp lãnh đạo từ thời thành lập nay đã nghỉ hưu đến dự, càng thêm nhiều ý nghĩa.

Phát biểu khai mạc buổi Lễ, bà Lê Thị Hương Dung - Giám đốc Công ty Cổ phần Đông Á bày tỏ niềm vinh dự, tự hào là đơn vị được đón rước đuốc và cờ truyền thống Khatoco từ Nhà máy Thuốc lá Khatoco Khánh Hòa. Trong niềm vui và xúc động, thay mặt tập thể NLD Công ty bà nói: “Trong suốt 22 năm qua Đông Á được như ngày hôm nay là luôn có sự quan tâm, chỉ đạo của Ban lãnh đạo Tổng công ty Khánh Việt, tập thể Đông Á hứa sẽ quyết tâm thi đua lao động sản xuất, nối tiếp

truyền thống Khatoco...”. Những khẩu hiệu “Tiếp bước truyền thống - Lan tỏa thành công” và “Khatoco - Đồng Á - Quyết tâm, quyết tâm” được anh chị em hô vang khiến cho không khí buổi Lễ dậy lên sự nhiệt huyết và quyết tâm của tập thể Đông Á.

Thật thiêng liêng, trang trọng, tự hào và tràn đầy khí thế, đó là cảm xúc của mỗi người đã tham dự buổi lễ. Nhưng thật đáng tiếc do ảnh hưởng của cơn bão số 12, toàn Tổng công ty phải tập trung khắc phục thiệt hại, ngọn đuốc và cờ truyền thống tới Đông Á phải gián đoạn, dừng lại đây khá lâu!

Hy vọng sau khi khắc phục xong bão, Ban lãnh đạo Tổng công ty tiếp tục phát động Lễ rước đuốc và cờ truyền thống đến các đơn vị. Để ngọn đuốc sẽ cháy mãi trong lòng mỗi thành viên trong mái nhà Khatoco, thắp sáng niềm tin và hy vọng của Lãnh đạo Khatoco vào thế hệ lao động trẻ sẽ tiến bước đưa Khatoco đi lên, phát triển bền vững.

Quang Lê
Công ty CP Đông Á



CÔN LỐC HÀNG NGOẠI &

QUYỀN NĂNG CỦA “THƯỜNG NẾ”



Hội nhập quốc tế sâu rộng đã đưa các nền kinh tế xích lại gần nhau hơn qua các hoạt động giao thương. Người tiêu dùng có cơ hội tiếp cận với sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ ở nhiều cấp độ khác nhau.

Thị trường trong nước cũng chịu ảnh hưởng bởi xu thế hợp tác và cạnh tranh khốc liệt giữa hàng nội và hàng ngoại, một xu thế không thể đảo ngược. Sự chênh lệch về trình độ phát triển tạo nên áp lực cạnh tranh không nhỏ đối với nền sản xuất hàng hóa tiêu dùng trong nước. Sự hiện diện của hàng ngoại được ví như một “côn lốc”. Người tiêu dùng hoàn toàn có thể có tìm cho mình sản phẩm hàng hóa ở mọi mức độ và chất lượng, miễn sao đáp ứng được yêu cầu thanh toán với giá trị tương đương. Hay nói cách khác, người tiêu dùng có quyền năng tối thượng trong quyết định lựa chọn của mình vì “Khách hàng là thượng đế”.

Và cũng từ đó, một xu thế không thể tránh khỏi đó là tâm lý “sính ngoại” của một bộ phận người tiêu dùng. Điều

đó xuất phát từ hai lẽ:

Một là, tâm lý sùng bái hàng ngoại, thương hiệu ngoại ăn sâu bám rễ vào đời sống người tiêu dùng.

Hai là, sản phẩm hàng hóa nội địa ở một vài lĩnh vực chưa đáp ứng được yêu cầu về chất lượng, mẫu mã, dịch vụ chăm sóc khách hàng...vv..

Chính bởi lẽ đó, cuộc vận động “Người Khatoco dùng hàng khatoco” hay rộng hơn là cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” triển khai với ý nghĩa trọng tâm là tạo được hiệu ứng xã hội rộng lớn và tích cực trong việc xây dựng văn hóa tiêu dùng hướng đến phát triển hàng hóa nội địa. Nhưng ý nghĩa cuộc vận động được hiểu thế nào cho đúng?

Đầu đó trong đời sống tiêu dùng xã hội, một bộ phận người tiêu dùng vẫn còn hoài nghi, hay chỉ hiểu một cách đơn thuần đó là cuộc vận động mang tính kêu gọi lòng ưu ái đối với hàng nội... Nhận định đó có phần lệch lạc khiến ý nghĩa cuộc vận động giảm đi tính hiệu quả.

Trên thực tế, trong nhiều năm trở lại đây, sản phẩm hàng hóa nội địa đã có những bước phát triển vượt bậc, tạo sự cạnh tranh với hàng ngoại nhập. Những thương hiệu lớn lần lượt ra đời, tạo nên sự cạnh tranh trên thị trường thông qua sự cải thiện về chất lượng, mẫu mã, dịch vụ chăm sóc khách hàng, giá cả... giữa sản phẩm nội địa với sản phẩm ngoại nhập và giữa các sản phẩm nội địa với nhau ở mọi phân khúc. Lấy sản phẩm thời trang Khatoco làm một ví dụ. Thời trang Khatoco tuy còn non trẻ, một thương hiệu không quá “ồn ào” trên thị trường nhưng từ lâu đã tạo được ấn tượng trong lòng người tiêu dùng bởi sự trẻ trung, năng động và không kém phần sành điệu, trên nền vải chất lượng, mềm mát ít nhăn.

Người tiêu dùng tin tưởng, nhiều năm liền được bình chọn hàng việt nam chất lượng cao bởi sự phát triển vượt bậc



không ngừng, cải tiến nâng cao chất lượng, mẫu mã sản phẩm, tinh thần phục vụ, ngày càng đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng.

Song song với đó, năm 2016, Khatoco đã cho ra mắt dòng sản phẩm làm từ sợi Modal- là sản phẩm sợi dệt sinh học từ xenlulo tái tạo từ cây Gõ Sồi, được phát triển bởi LEN-ZING - Công ty của Áo. Với đặc tính mềm, mát, không nhăn, giữ màu tốt... chiếc áo sơ mi Modal hứa hẹn sẽ là dòng sản phẩm

tạo điểm nhấn, mang lại lợi thế cạnh tranh cho thương hiệu Khatoco.

Thành tựu đạt được trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh hàng dệt may thời trang như một sự khẳng định: Cuộc vận động nêu trên không đơn thuần là lời hiệu suông, kêu gọi sự ưu ái hàng nội mà là một sự khẳng định đầy thiện chí, trách nhiệm và tự trọng của các doanh nghiệp trong nước. Hàng nội địa hoàn toàn có khả năng đáp ứng các tiêu chí về

chất lượng, mẫu mã, dịch vụ chăm sóc khách hàng, giá cả cạnh tranh không thua kém hàng hàng ngoại.

Tin dùng hàng nội địa nói chung và hàng Khatoco nói riêng không chỉ mang ý thức trách nhiệm cộng đồng, lòng tự tôn dân tộc mà còn mang lại lợi ích cho chính người tiêu dùng. Hay nói cách khác, đó là thước đo giá trị của người tiêu dùng chân chính.

Vinh Chinh
Công ty Dệt Tàn Tiến

Điều ngược gió thì mới bay cao

Hồi bé, tôi hay theo lũ bạn hàng xóm đi thả diều, chẳng hiểu sao tôi cứ thả theo chiều gió nhưng diều không thể bay lên cao. Lớn lên mới biết, không phải thuận chiều mà nhờ ngược chiều gió, diều mới bay cao.

Ra trường, làm ở Khatoco tôi mới càng thấm thía chân lý đó. Một doanh nghiệp nhà nước đang từng bước chuyển mình để theo kịp xu thế thị trường gặp rất nhiều khó khăn vì cơ chế nội tại như cấu trúc quản trị, con người... Trong 5 năm qua, chúng ta đã có nhiều thay đổi tích cực về mặt quản lý, nhân sự mà trong đó một số các đơn vị thành viên, đặc biệt là Công ty Thương mại là đơn vị tiên phong, đã có những biến chuyển nhất định giúp hiệu quả kinh doanh tăng, sự hài lòng về môi trường làm việc tăng rõ rệt, đội ngũ lao động trẻ đem lại không khí làm việc mới, năng động hơn, sáng tạo hơn.

Công ty Thương mại là đầu mối tiêu thụ của cả Tổng công

ty, được xem như tiền tuyến, còn các đơn vị sản xuất là hậu phương. Tiền tuyến muốn vững vàng thì hậu phương phải vững chắc. Để Tổng công ty phát triển toàn diện, đòi hỏi cả tiền tuyến và hậu phương phải phát triển đồng đều.

Tuy nhiên, còn đó những đơn vị vẫn đang loay hoay, lúng túng chưa theo kịp với xu thế thị trường. Tôi cho rằng nguyên nhân chính là ở tư duy ngại khó, bảo thủ của người lao động. Đứng trước một khó khăn, họ không nghĩ ra giải pháp để giải quyết mà chỉ tìm cách tránh né, vì nó đem lại cho họ sự an toàn. Việc này không chỉ làm hiệu quả công việc thấp kém mà còn ảnh hưởng đến sự phối hợp nội bộ của chính đơn vị đó và với đơn vị khác.

Đất nước sắp bước vào thời đại cách mạng công nghiệp 4.0, ở đó sẽ không còn chỗ cho những suy nghĩ trì trệ, bảo thủ. Đó là thời đại của tư duy sáng tạo, của những người dám vượt

qua các qui tắc, chuẩn mực để tạo ra sự đột phá trong sản xuất, kinh doanh.



Bão Damrey đi qua gây bao thiệt hại nặng nề cho các đơn vị, nhưng nó cũng đem đến sự thay đổi tích cực hơn. Dẹp bỏ đồng đố nát, dẹp bỏ tư duy lạc hậu để tạo ra một khởi đầu mới, hy vọng mọi người luôn nhìn về phía trước, vượt qua khó khăn, thay đổi chính mình để cùng thực hiện mục tiêu chung, giúp công ty phát triển vững mạnh.

Suy cho cùng, cánh diều ngược gió thì mới bay cao.

Phạm T. Bích Ngọc
Công ty Thương Mại Khatoco

LONG PHÚ NHỮNG NGƯỜI TRẺ DÁM NGHĨ, DÁM HÀNH ĐỘNG

Cải tiến - đổi mới - sáng tạo là một trong những yếu tố cần thiết để một doanh nghiệp ngành du lịch có thể phát triển, mở rộng và hội nhập. Hiểu được những yêu cầu đó, đội ngũ cán bộ công nhân viên Công ty Long Phú luôn nỗ lực, cố gắng không ngừng và xây dựng những sáng kiến cải tiến kỹ thuật, hợp lý hóa sản xuất nhằm tạo sự chuyên nghiệp trong sản xuất, kinh doanh và mang đến sự hài lòng cho đối tác, khách hàng.

Năm 2017, Long Phú có 9 giải pháp hợp lý hóa sản xuất và 1 sáng kiến. Cùng kỳ 2016 có 6 giải pháp hợp lý hóa. Số lượng đã tăng gần gấp đôi và tất cả ý tưởng đều có tính thực tế, thực tiễn và mang lại hiệu quả cao. Trong đó, sáng kiến “phần mềm CRM - quản lý khách hàng, booking, điều hành” đã được Ban giám đốc công nhận, các phòng ban, bộ phận trực tiếp sử dụng đánh giá cao.

Với hoạt động du lịch, ứng dụng phần mềm vào công việc là điều cần thiết. Tuy nhiên, hầu hết các doanh nghiệp đều chọn cho mình giải pháp “thừa kế” các ứng dụng, phần mềm do các công ty công nghệ cung cấp. Đây là giải pháp nhanh và hiệu quả, nhưng đồng nghĩa với việc phải bỏ ra một chi phí khá lớn từ vài chục đến vài trăm triệu đồng cho một phần mềm phù hợp và hoạt động tốt, ứng dụng lâu dài.

Chi phí về tiền và thời



gian là những khó khăn để có thể chọn lựa được một phần mềm thật sự phù hợp với hoạt động của công ty. Không ngại khó, dám nghĩ và dám hành động, nhóm hai bạn trẻ thuộc bộ phận IT của Long Phú: Võ Minh Huân và Nguyễn Phương Nam, đã nghiên cứu và thiết lập thành công phần mềm quản lý khách hàng, booking, điều hành tour. Hiện tại, phần mềm này đang được triển khai áp dụng thực tế tại công ty.

Trong thời gian 1 năm, theo lộ trình cụ thể mà nhóm đưa ra: 2 tháng cho việc khảo sát nhu cầu thực tế, 3 tháng phân tích cơ sở dữ liệu, 5 tháng lập trình và thiết kế giao diện, 2 tháng triển khai chạy thử nghiệm. Thời gian đó không phải là ngắn, nhưng sẽ là không dài với những người trẻ vừa chịu trách nhiệm xử lý tốt công việc hàng ngày, vừa sắp xếp, tranh thủ thời gian để hoàn thành phần mềm.

Những tính năng, tiện ích thiết thực mà phần mềm mang lại đã giúp cho các bộ phận quản lý trực tiếp xử lý booking, dữ liệu dễ dàng hơn, chuyên nghiệp hơn, tốc độ hơn và hiệu quả hơn. Rút ngắn thời gian xử lý như đối với booking dịch vụ đảo, nhân

viên điều hành phải thực hiện nhiều khâu để triển khai dịch vụ đến từng bộ phận liên quan, nhưng khi áp dụng phần mềm điều hành chỉ cần nhập dữ liệu tour, các bộ phận liên quan tự động xem và thực hiện. Thời gian xử lý booking giảm đến 60% so với việc không sử dụng phần mềm. Cơ sở dữ liệu được lưu trữ có hệ thống giúp cho hoạt động tổng hợp báo cáo, chiết xuất số liệu nhanh chóng và dễ dàng. Bên cạnh đó còn là những giá trị gia tăng khác cho nhân sự sử dụng phần mềm, họ có thêm nhiều thời gian học hỏi, trao đổi nâng cao kỹ năng nghề, cũng như tiếp xúc gặp gỡ với đối tác, khách hàng, chăm sóc khách chu đáo hơn, tận tình hơn và đúng thời điểm hơn.

Mặc dù vẫn còn một vài lỗi nhỏ trong quá trình sử dụng, nhưng nhóm sáng kiến đã và đang cập nhật, sửa đổi để phần mềm hoàn chỉnh nhất với độ chính xác và tiện ích cao.

Du lịch Long Phú với hơn 50% nguồn nhân lực là những người trẻ, đã và đang thay đổi từng ngày. Khoác lên mình một hình ảnh mới, trở thành một công ty du lịch năng động, sáng tạo, đổi mới và ngày càng chuyên nghiệp.

Cẩm Vân | CTDL Long Phú

SXKD & Hoạt động vượt khó khăn sau bão

Đứng trước khó khăn về cơ sở vật chất tại các khu du lịch còn nhiều thiếu thốn, phương tiện vận chuyển tàu xe cũ, tốc độ chậm; dịch vụ tại các khu du lịch còn ít và chưa có tính hấp dẫn cao. Mặt khác các đơn vị du lịch trên địa bàn tỉnh ra sức cạnh tranh giành giật thị trường khách càng tăng thêm phần khó khăn.

Nhưng với những lợi thế về du lịch sinh thái biển đảo, sự mềm dẻo trong quyết định các chính sách cho từng thị trường khách của lãnh đạo Công ty, cộng với sự nỗ lực của tập thể CB-NV đã thu về kết quả khả quan:

Tổng lượt khách tham quan 9 tháng đầu năm đạt 260.445 lượt, tăng 13% so với năm 2016, vượt 20% so kế hoạch cả năm 2017. Tổng doanh thu 9 tháng đầu năm 2017 đạt 114 tỉ đồng tăng 9% so cùng kỳ năm 2016, tổng lợi nhuận đạt trên 10 tỉ đồng tăng 19% so cùng kỳ năm 2016.

Cùng với sự tăng trưởng về SXKD, hoạt động đầu tư cũng được Hội đồng Quản trị Công ty hết sức quan tâm. Tổng mức đầu tư năm 2017 đạt 24,5 tỉ đồng, chủ yếu tập trung cho việc đầu tư đổi mới phương tiện vận chuyển và đầu tư dài hạn khác.

“Mưu sự tại nhân, thành sự tại thiên”, niềm vui về thành quả lao động chưa được tận hưởng, cơn bão số 12 đã cuốn đi bao nhiêu công sức của một quá trình vun đắp xây dựng hơn 20 năm qua, để lại cho các khu du lịch một cảnh tượng tan hoang xơ xát nhà cửa vật chất và



môi trường cảnh quan. Tổng giá trị thiệt hại về vật chất hơn 5 tỉ đồng nhưng về cảnh quan không thể lượng hóa bao nhiêu tiền của để có được.

Gạt qua các mất mát và tiếc nuối, tập thể CB-NV tập trung lao vào công tác “thu dọn chiến trường”, nhanh chóng đưa các khu du lịch vào hoạt động. Với tinh thần vượt khó sẵn có trong mỗi người lao động, sức trẻ trung và lửa của đội ngũ đoàn viên công đoàn cùng với sự chỉ đạo quyết liệt của lãnh đạo Công ty, sau hơn 2 tháng cơ sở vật chất các khu du lịch cũng đã được xây dựng lại tương tất để phục vụ khách và công tác cải tạo cảnh quan sẽ khắc phục dần. Mặt khác Công ty xúc tiến công tác thị trường nhằm tri ân khách hàng dịp cuối năm, đồng thời thông báo thông điệp đã khắc phục hậu quả sau bão để khách hàng yên tâm đưa khách cho năm sau.

Nguyễn Phi Hùng
Công ty DL Long Phú



Yangbay-Nàng tiên trong rừng

Yang Bay sinh thái tuyệt vời
Cảnh quan xinh đẹp gọi mời khách vui
Mộc Thần hùng vĩ giữa trời
Linh thiêng tĩnh lặng mọi người cầu an

Cá bú vui thích rộn ràng
Khách chơi quá đã ngỡ ngàng, ô hay!
Cá sấu câu hỷ mỗi tay
Khủng long một góc xum vầy tích xưa

Chụp hình phong cảnh như mơ
Hoa khoe sắc thắm đón chờ nắng mai
Thiên nhiên phong cảnh trải dài
Hút hồn du khách trong ngoài đến chơi

Ẩm thực hương vị nhất đời
Đại Ngàn, Đảo Ngọc xin mời khách qua
Sấu điểu heo núi vườn gà
Hương rừng thơm phức thiết là thích ghé

Thực đơn những món khôi chế
Nai băm ống pháo để dè hấp hành
Bàn tay cá sấu mò nhanh
Gà tre, lươn trúm, ếch quanh một mình

Xe lửa cổ tích xập xình
Yang Bay mát lạnh hòa mình suối xanh
Yang Khang đậm chất, trong lành
Nước xanh, bóng mát ngâm mình nghỉ ngơi.

Mát xa có cá gọi mời
Rã lay vui múa lòng người ngất ngây
Làm cho du khách đắm say
Giao lưu cùng hát nơi này quá yêu.



Yang Bay còn biết bao điều
Đá gà, câu gấu, thả diều bắn cung
Vườn chim, heo tộc rất sung
Đường đua vui nhộn xới tung nụ cười

Đà điểu thì cồng luôn người
Vi vu đôi phút ngắm trời ước mơ
Trò chơi, chim thú ngẩn ngơ
Để ai đến đó lòng mơ thiên đường

Khoáng nóng nằm khuất sau nương
Đường lên tiên cảnh lạ thường Hocho
Cầu treo nổi giữa đôi bờ
Khách vui tắm khoáng ngẩn ngơ hài lòng

Tham quan khách hãy đi vòng
Vườn tiên vẫy gọi, cầu rồng ngắm hoa
Đạp vịt, thuyền thúng thả ga
Hương dương, cánh bướm nở hoa khắp rừng

Lửa trại hát múa vui mừng
Raglay hòa nhịp rượu cần men say
Chapi – Nhà Nghỉ sẵn đây
Say men bè bạn đêm nay giữa rừng

Đón xuân trải nghiệm khoáng bunn
Nàng tiên nằm ngủ trong rừng rất xinh
Khách vui tắm nóng, tắm sinh
Thiên nhiên phong cảnh hữu tình rất say

Người người nhớ đến Yang Bay
Chỉ hai tiếng ấy làm say lòng mình
Đất thiêng mời gọi hòa mình
Yang Bay hãy đến, đắm chìm thú vui.

Ngọc Đức | Nhà hàng Yang Bay

Yang Bay cái tên huyền thoại
dấu ấn ngàn đời luôn khắc ghi
trong trái tim hàng triệu du
khách. Mảnh đất thiêng liêng mãi
lưu truyền cho thế hệ mai sau.
Xuân 2018 đã đến du khách hãy
thử một lần đến Công Viên Du
Lịch Yang Bay và cảm nhận cảm
giác mới lạ này.

Yang Bay cách Thành phố
biển Nha Trang 45km nằm ở xã
Khánh Phú, Huyện Khánh Vĩnh

Yangbay - Hồn núi chào đón Xuân 2018

nơi mảnh đất đầy nắng và gió đã
chịu biết bao sự thăng trầm ngày
nay đã đứng vững vươn lên và
được nhiều du khách trong và
ngoài nước biết đến.

Xuân 2018 với sự chuẩn bị
vô cùng công phu nhằm phục vụ
khách tốt nhất, Yang Bay đã có
những đổi mới ngoại mục. Đó là
tạo không gian rộn ràng sắc xuân.
Cổng chào Yang Bay được làm
bằng những chậu bông cảnh cây
xanh bát ngát được sắp xếp từng
lớp xen kẽ nhau tạo sự mới lạ đẹp
mắt, biểu tượng Yang Bay đơn sơ
tượng trưng của du lịch sinh thái
núi rừng. Mùa xuân tại Yang Bay
điểm xuyến nhiều sắc hoa. Nơi
đầu tiên là cây Mộc Thần. Mộc
Thần gồm hai cây da và một cây
xanh bao bọc nhau, cao hơn hai
mươi lăm mét, tán cây rộng hơn
hai trăm mét vuông. Chu vi gốc
cây khoảng hơn ba mươi vòng tay
người ôm. Từ Mộc Thần lên đồi
Phượng Hoàng là con đường hoa,
hoa cứ thế mà rực rỡ. Ngay tại cây
Mộc Thần có một hồ nước mọc
loài sen đặc biệt tên là Sen Vua với
tán lá như chiếc nón quai thao
đường kính hai mét hoa đôi bốn
màu trong ngày. Còn đôi mang
tên Phượng Hoàng tung cánh. Đi
trên con đường hoa ấy lên cao để
chạm núi, lòng bỗng rộn theo cả
một khu rừng hoa Đỗ Mai hai
màu tím hồng và trắng. Bên dưới



những cây Đỗ Mai là những chú
ngựa Trắng cứ nhảnh nhơ gặm cỏ
xanh tạo cho cảnh quan thêm lạ
thích thú, nơi này thường được du
khách lựa chọn để chụp ảnh kỉ
niệm. Cạnh vườn Đỗ Mai là vườn
hoa Hướng Dương màu vàng rực
rỡ dưới ánh nắng xuân để đủ lòng
thên thang. Một công viên hoa
cạnh đó với vô vàn là hoa: mặt trời,
bướm bướm, thiên lý... tạo cảnh
quan ngoại mục, cứ thế mà mê
mẩn dạo chơi như lạc vào tiên
cảnh.

Một số dịch vụ mới tại Yang
Bay như vườn chim, với diện tích
hơn 2000m² cùng với sự đa dạng
của nhiều loài chim, mạnh mẽ,
chích chòe, sáo, khướu, hoàng
yến... sẽ làm thỏa mãn đam mê cho
du khách yêu thích các loài chim;
dịch vụ chèo bè tạo cho du khách
lòng can đảm khi cùng bạn bè
vượt dòng suối mát trong đến bến
bờ bên kia; du Tarzan, với độ cao
vừa phải được bảo hộ an toàn, du
khách cầm bánh đu trên một sợi
dây thừng theo đó ném banh vô lỗ
banh xe và hoà mình vào dòng
nước mát trong để tận hưởng cảm
giác lạ; màn biểu diễn văn nghệ
của đồng bào nơi đây với những
tiếng sáo vi vu, âm hưởng du
dương nhẹ nhàng luôn gây ấn
tượng với du khách.

Kèm theo đó, du khách sẽ
được ngắm những chú cá bú bình
mắt tròn xoe ve vầy dưới nước,

chụp hình câu cá sấu, chụp hình
trần, bạn đã thử lòng cảm đam, sự
bình tĩnh để tham gia trò chơi này
chưa? Tham quan vườn sở thú,
được đầu tư vô cùng công phu, là
nơi dành cho các bạn trẻ vui chơi
để tìm lại kỉ ức tuổi thơ, hay trải
nghiệm dịch vụ Cá mát xa, thú vui
quen thuộc của du khách khi đến
Yang Bay, những chú cá đuối bơi
lăn tăn trong hồ nước mát lạnh
nhẹ nhàng mát xa đôi bàn chân
của du khách đem lại cảm giác thư
giãn sảng khoái. Khi du khách đến
Yang Bay chắc chắn sẽ không bao
giờ quên cảm giác được hoà mình
vào dòng nước mát trong của thác
nước cổ truyền thuyết lâu đời,
cảm nhận tiếng suối chảy róc rách
bên tai, xua tan bao tháng ngày
mệt mỏi, tận hưởng một ngày
tuyệt vời nơi mảnh đất huyền
thoại mà tạo hoá đã ban tặng.

Đặc biệt hơn nữa, xuân 2018,
du khách sẽ có thêm một dịch vụ
mới, một trải nghiệm thú vị,
không chỉ là khoáng bunn trên mặt
đất mà còn là khoáng bunn trong
lòng đất. Du khách sẽ được
thưởng thức dịch vụ ẩm thực tại
các nhà hàng Đại Ngàn, nhà hàng
Đảo Ngọc, nhà hàng Suối Xanh...
Hãy đến Yang Bay và cảm nhận
điều thú vị này!

Mời du khách hãy cùng Yang
Bay du xuân.

Lê Thị Hàn | CVDL Yang Bay



Vẫn là con gái giống tính mẹ, thích tạo bất ngờ cho người khác. Vẫn là con gái biết tính mẹ, thích nhận thư như hồi còn trẻ nên sinh nhật mẹ năm nay con muốn mẹ sống lại cảm giác ngày xưa - ngày nhận những bức thư từ bố. Năm nay, con gái viết thư cho mẹ.

Nha Trang vừa trải qua cơn bão lớn mẹ ạ, những trao đổi ngắn ngủi qua điện thoại, hỏi han tình hình để biết mẹ và con vẫn ổn vẫn khỏe, những tất bật sau bão làm con vẫn chưa kịp kể cho mẹ nghe về nhiều chuyện.

Bão qua, Nha Trang giờ đang trở lạnh, cái lạnh không thấm gì so với ngoài Bắc mình nhưng với người dân miền biển thì cũng đủ để xuyết xoa. Trời lạnh, nhưng lòng người vẫn ấm mẹ ạ. Ấm vì bão qua, dù nhà cửa có xô vẹo đôi chút, dù cảnh tượng có tan hoang thì tình người vẫn đông đầy. Con gái may mắn nên được làm việc trong một môi trường như vậy. Sau bão, dù mỗi người một hoàn cảnh, có người nhà tốc mái, có người nhà sập một mảng tường lớn



nhưng anh em trong công ty con vẫn tập hợp đông đủ, vẫn chung tay dọn dẹp sửa sang nhà xưởng. Những câu chuyện, những lời hỏi han, động viên từ đồng nghiệp, từ lãnh đạo như tiếp thêm sức mạnh cho anh em công nhân vượt qua khó khăn. Không chỉ tinh thần, Ban lãnh đạo công ty cũng có những hỗ trợ về mặt vật chất cho toàn thể người lao động. Với những gia đình công nhân viên bị thiệt hại nặng, ngoài thăm hỏi, Ban lãnh đạo còn có những hỗ trợ thiết thực giúp anh em sửa sang nhà cửa.

Bão qua, để hoạt động sản xuất trở lại bình thường mỗi cá nhân phải làm việc gấp đôi,

gấp ba ngày thường nhưng ai cũng vui, cũng nhiệt tình vì chợt nhận ra, trong khó khăn người với người gần nhau hơn, tình đồng nghiệp, tình đoàn kết trở nên mạnh mẽ hơn bao giờ hết. Một năm nữa sắp qua đi, năm mới với nhiều thử thách mới đang chờ đợi nhưng con tàu Khatoco được tôi rèn, qua bão tố thì ngại gì sóng lớn, gió mạnh. Có lẽ, không trải qua mưa bão làm sao thấy được cầu vồng.

Vậy nhé mẹ, mẹ hãy yên tâm dù con gái xa nhà nhưng bên con có vẫn có những anh em đồng nghiệp, vẫn có một tập thể, vẫn có một gia đình lớn - gia đình Khatoco, nơi sẽ cho con những an ủi, động viên khi khó khăn, nơi cho con thoải sức với những đam mê tuổi trẻ. Con gái mẹ hạnh phúc vì được là một mảnh ghép trong đại gia đình Khatoco và con cũng muốn niềm hạnh phúc ấy lan toả đến mẹ trong ngày sinh nhật này. Chúc mẹ một sinh nhật thật hạnh phúc.

Con gái của mẹ! ■

Hoài Ni
Công ty CP Dệt Tân Tiến



KHATOCO Một năm trên đầu sóng

Khi cơn gió của mùa đông lạnh giá
Chợt ủa về tê tái ngày cuối năm,
Phổ vắng người, trốn cái rét căm căm
Nghe đâu đó nhạc Giáng sinh rộn rã.

Nơi Nhà máy vẫn miệt mài hối hả,
Người công nhân tay thoăn thoắt nhịp nhàng.
Lịch sản xuất tiếp nối những đơn hàng
Như bù đắp một năm nhiều sóng gió.

Dòng ký ức vẫn còn hiện hữu đó
Buổi đầu năm máy móc chạy chập chờn.
Nhãn “Ngựa trắng” vất vả giữ thị trường,
Nhãn nội địa lao đao vì thuốc lậu.

Đơn hàng ít, xé lá thành chủ đạo,
Xé lá rồi, tiếp lại đến xé bao.
Mấy tháng liền tâm trạng cứ nôn nao,
Thu nhập thấp, âu lo người lao động.

Chuyển máy mới giúp thị trường mở rộng
Lại khó khăn, lắp đặt quá gian nan.



Sản phẩm mới, cạnh tranh cần thời gian
Mới tin tưởng để đưa vào khai thác.

Đến cuối năm, tình hình tưởng đổi khác,
Máy móc êm, ngõ sóng gió đã qua.
Nào ngờ đâu, trời nổi trận phong ba,
Bão Damrey phá tan hoang nhà xưởng.

Những công trình đã bao năm đứng vững
Nay cúi đầu trước sức mạnh thiên nhiên.
Nhà tốc mái, cây gãy đổ ngã nghiêng,
Thiết bị ướt, hư hao nguyên vật liệu.

Trăm đôi tay lại hòa chung nhịp điệu
Khắc phục nhanh để sản xuất phục hồi.
Thiếu máy móc thì sức lực con người,
Để tiếng máy lại âm vang hôm sớm.

Đến hôm nay đâu còn nhiều bề bộn,
Tổng quan chung sản xuất ổn định dần.
Sản phẩm mới đang chiếm được thị phần,
Sản phẩm cũ càng nâng cao chất lượng.

Năm sắp qua, mong mọi điều thịnh vượng
Sẽ xua tan những u ám mùa đông.
Một năm mới sẽ mang đến thành công
Cho ý chí và niềm tin Khánh Việt.

Đỗ Xuân Đồng
NMTL Khatoco KH



Ý NGHĨA LOGO & SLOGAN 35 NĂM

Sau đợt phát động sáng tác Logo và Thông điệp phục vụ cho Lễ kỷ niệm 35 năm thành lập Tổng công ty Khánh Việt (1983 - 2018). Ban tổ chức đã nhận được 252 bài dự thi về Logo và 633 bài dự thi về Slogan của tập thể CBCNV trong toàn Tổ hợp Công ty mẹ - Công ty con Tổng công ty Khánh Việt.

Bằng tình cảm và sự gắn bó với KHATOCO các bài dự thi đã gửi gắm nhiều ý nghĩa và thông điệp: phát huy truyền thống, ý chí vươn lên, tinh thần đổi mới và sáng tạo để vượt qua thách thức, phát triển bền vững.

Logo với hình ảnh ngọn đuốc được thắp sáng rực rỡ, bầu của ngọn đuốc phác họa bằng hình tượng các chân trụ vững chắc, thể hiện cho ngành công nghiệp, các nét dài to nhỏ mềm mại, thang bậc thể hiện cho ngành thương mại, dịch vụ và du lịch... thân của đài đuốc là hình ảnh chữ KHATOCO mạnh mẽ, đầy tự hào nơi đã tạo ra các ngành nghề kinh doanh sau 35 năm hình thành và phát triển.

Ngọn đuốc tay chuyển tay nhau nối tiếp truyền thống từ thế hệ này đến thế hệ khác, đến từng

thành viên trong mái nhà chung KHATOCO. Cán của ngọn đuốc được cách điệu bằng con số 35 trên trụ để thời gian 1983 - 2018, một hình ảnh phác họa cả chặng đường dài 35 năm thăng trầm mới có được ngày hôm nay.

Ngọn lửa rực sáng được cách điệu tinh tế bằng hình ảnh con chim đang tung cánh bay lên đầy nhiệt huyết của tuổi trẻ với ý chí vươn cao, bay xa như một thông điệp cho một chặng đường mới đầy thử thách.

Bố cục tổng thể cùng với 3 màu xanh, đỏ, màu chủ đạo của ngành đã mang ý nghĩa đầy đủ và sâu sắc, đúng với chủ đề và đạt được mục tiêu đề ra.

Logo này đã được chọn giải nhất và cũng là Logo chính thức cho sự kiện 35 năm thành lập Tổng công ty Khánh Việt.

Chặng đường mới đang là thử thách lớn đối với Khatoco. Trong đó, việc cổ phần hóa Doanh nghiệp là tất yếu, điều đó sẽ tạo nên cơ hội, động lực để phát triển nhưng cũng là một thách



thức lớn đòi hỏi chúng ta phải sẵn sàng nắm bắt.

Nền kinh tế thị trường cùng với hội nhập toàn diện và sâu rộng đòi hỏi Khatoco phải nhanh chóng thay đổi mọi mặt dựa trên ba trụ cột chính đó là: Phát huy truyền thống 35 năm của một đơn vị anh hùng; Đổi mới tư duy quản trị phù hợp với khoa học quản lý và điều hành mới; Xóa bỏ cơ chế bao cấp trên mọi lĩnh vực.

Chính vì vậy nội lực sẽ là nguồn lực duy nhất tạo nên động lực phát triển.

Với Logo là ngọn đuốc tượng trưng cho truyền thống được nối tiếp, sự khát khao vươn lên và sức sống mãnh liệt thì câu Slogan “ĐỔI MỚI TƯ DUY - PHÁT HUY NỘI LỰC” rất phù hợp với thông điệp và chiến lược của KHATOCO trong giai đoạn mới và Thông điệp này được chọn giải nhất cho cuộc thi.

Lê Tiến Anh | TGD

Khát vọng

Ai đã qua khổ đau, mất mát
Thấu nỗi niềm trước mỗi cảnh tan thương
Những thiên tai, thảm họa khôn lường
Gieo bão tố trong lòng người cuộn sóng

Vẫn biết lẽ của trời cao đất rộng
Luôn sáng bừng sau buổi đêm đen
Cây lại xanh, chim lại hót trong lành
Hoa đua nở như đón chào sự sống

Vẫn biết lẽ của nhịp đời sôi động
Những buồn vui, mưa nắng cũng qua
Bụi thời gian sẽ trải khắp mọi nhà
Cho vơi nhẹ những vết hằn khổ ải

Thêm mãnh liệt một niềm tin mãi mãi
Những người con bền bỉ Khatoco
Từ gian nan đã gầy dựng cơ đồ
Luôn khát vọng, khát khao chinh phục



Vượt chướng ngại, khó khăn khắc phục
Sáng tinh thần tương trợ, tương thân
Thăm hỏi, động viên, khích lệ xa gần
Quên tổn thất, chẳng ngại ngần san sẻ

Vượt chông gai, vươn tới tràn sức trẻ
Càng kết đoàn, càng nỗ lực, quyết tâm
Càng hăng say, càng nhiệt huyết ươm mầm
Kịp trĩu nặng những mùa vàng gặt hái

Cùng khắc ghi lời Tâm thư từ ái:
Hãy cố gắng để vượt qua thử thách...
Đây chính là món quà ý nghĩa nhất
Mừng 35 năm thành lập Khatoco./..

Nguyễn Mai Bảo Vy | NMTL Khatoco KH

