



QUYẾT TÂM THỰC HIỆN THẮNG LỢI NGHỊ QUYẾT ĐẠI HỘI ĐẢNG BỘ TỔNG CÔNG TY KHÁNH VIỆT LẦN THỨ IX NHIỆM KỲ 2010 - 2015

• LÊ TIẾN ANH

Trong những năm gần đây, Tổng Công ty Khánh Việt đã có những thay đổi toàn diện mang tính đột phá trong cơ chế quản lý và quản trị doanh nghiệp ở tất cả các cấp từ phân xưởng sản xuất đến các đơn vị thành viên, các phòng ban của Tổng Công ty. Công tác quản lý và quản trị doanh nghiệp đã đi vào nền nếp, từng bước được hoàn thiện mang tính chuyên nghiệp, nâng cao tính chủ động sáng tạo, ý thức trách nhiệm của từng đơn vị, cá nhân, góp phần nâng cao tính cạnh tranh và phát triển bền vững cho toàn Tổng Công ty và từng đơn vị thành viên. Với tinh thần đó, Đại hội Đảng bộ Tổng Công ty Khánh Việt nhiệm kỳ IX (2010 - 2015) đã thật sự là Đại hội của Đoàn kết - Đổi mới - Sáng tạo như tiêu chí của Đại hội đặt ra. Đại hội đã xác định chiến lược phát triển toàn diện cho toàn tổ hợp Công ty mẹ - công ty con Tổng Công ty Khánh Việt theo hướng sản xuất kinh doanh phát triển với tốc độ nhanh và bền vững; ổn định việc làm và đời sống, thu nhập của người lao động; tăng cường đào tạo, bồi dưỡng và phát triển nguồn nhân lực; đẩy mạnh công tác xây dựng Đảng, tăng cường hiệu quả hoạt động của chính quyền và các đoàn thể quần chúng, củng cố và phát huy khối đoàn kết nội bộ, xây dựng doanh nghiệp vững mạnh toàn diện và phát triển vững chắc. Nghị quyết Đại hội IX của Đảng bộ đã tái cấu trúc lại cơ cấu ngành kinh doanh cho phù hợp với định hướng phát triển, nhằm khai thác tối đa năng lực hiện có của mỗi Doanh nghiệp kết hợp với tiềm năng, thế mạnh của địa phương. Cơ cấu và định hướng phát triển của mỗi ngành như sau:

Ngành Công nghiệp thuốc lá vẫn được khẳng định là ngành kinh tế trọng điểm cần tập trung phát triển chiều sâu nhằm ngày càng nâng cao về chất, ổn định bền vững về lượng, chú trọng thị trường xuất khẩu....

Ngành Công nghiệp Dệt may tập trung nguồn lực để có bước chuyển lớn về khâu

thiết kế, mẫu mã sản phẩm. Phối kết chặt chẽ giữa Dệt - May - Thương mại để xây dựng thương hiệu Dệt may Khatoco thành một trong những thương hiệu mạnh trong nước.

Ngành Công nghiệp Bao bì - In khai thác tối đa năng lực hiện có theo hướng nâng cao dần giá trị sản phẩm, bên cạnh đó đầu tư mở rộng về chủng loại sản phẩm mới mang tính đón đầu xu thế xã hội.

Ngành Công nghiệp chăn nuôi và chế biến thực phẩm tiếp tục cơ cấu lại quy mô, hoàn thiện lại quy trình sản xuất đảm bảo tính khoa học, cân đối với các ngành sản xuất liên quan, nâng dần tính hiệu quả kinh doanh.

Ngành Công nghiệp da và hàng thủ công mỹ nghệ tập trung vào vấn đề chất lượng thuốc da, nghiên cứu thị trường để xác định dòng sản phẩm truyền thống, gắn kết với ngành Dệt - May để cùng xây dựng và phát triển thương hiệu.

Ngành kinh doanh dịch vụ - du lịch đẩy nhanh tiến độ đầu tư và hợp tác đầu tư để khai thác có hiệu quả các dự án. Gắn kết chặt chẽ giữa du lịch sinh thái biển đảo với núi rừng để tạo thương hiệu riêng, nâng cao chất lượng dịch vụ, nâng dần giá trị doanh thu cả về chất và lượng.

Ngành Thương mại - Xuất nhập khẩu chú trọng xây dựng hoạt động thương mại theo hướng chuyên nghiệp và khoa học. Giữ vững thị trường, khách hàng hiện có, nhanh chóng mở rộng thị trường, khách hàng trong nước và xuất khẩu bằng nhiều phương thức và chính sách thích hợp, linh hoạt với mục tiêu kim ngạch xuất khẩu tăng bình quân 15% /năm.

Ngành kinh doanh Bất động sản là ngành mới hình thành, cần lựa chọn dự án có tính khả thi cao, tập trung đẩy nhanh tiến độ đầu tư và triển khai hoạt động kinh doanh, đảm bảo thu hồi vốn nhanh và có hiệu quả.

Về công tác Đảng: Phấn đấu xếp loại

hàng năm đạt tỷ lệ 98% trở lên đảng viên đủ tư cách; có ít nhất 80% hoàn thành tốt nhiệm vụ, trong đó 10% hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ; 85% chi bộ trong sạch vững mạnh, trong đó 20% chi bộ trong sạch vững mạnh tiêu biểu; Đảng bộ trong sạch vững mạnh. Toàn nhiệm kỳ kết nạp tối thiểu 100 đảng viên mới, trong đó phần đầu 70% trong độ tuổi thanh niên. Phấn đấu xếp loại hàng năm đạt vững mạnh xuất sắc đối với Công đoàn, Đoàn Thanh niên cấp Tổng Công ty.

Nghị quyết Đại hội Đảng bộ lần thứ IX cho thấy phương hướng, nhiệm vụ chính trị của Đảng bộ trong nhiệm kỳ 2010-2015 đã thể hiện sự đổi mới trong tư duy lãnh đạo, có tầm nhìn, có định hướng một cách cụ thể, khoa học cùng nhiều giải pháp cơ bản mang tính chiến lược để hoàn thành kế hoạch đề ra. Đây cũng là nhiệm vụ vô cùng nặng nề và nhiều khó khăn thách thức mà toàn Đảng bộ phải phấn đấu đạt được bằng tinh thần đổi mới, sáng tạo, sự đoàn kết thống nhất một lòng, ý chí vươn lên cùng với truyền thống Đơn vị Anh hùng.

Hơn lúc nào hết, yếu tố con người đóng một vai trò quan trọng, mang tính quyết định để thực hiện thắng lợi Nghị quyết của Đại hội IX đề ra. Vai trò của mỗi cán bộ Đảng viên, cán bộ quản lý các cấp đến ban lãnh đạo các đơn vị thành viên, Hội đồng thành viên, Ban Tổng Giám đốc phải được nâng lên trên tầm cao mới về tư duy, nhận thức và cách làm việc. Tư tưởng bao cấp, ỷ lại, phong cách làm việc an phận, sợ đổi mới, ngại gian khó cần được loại bỏ. Tránh tư tưởng cục bộ ngành, đơn vị; thiếu tinh phối hợp, gắn kết. Phát huy tính chủ động, sáng tạo, dám nghĩ dám làm, dám chịu trách nhiệm. Các vị trí lãnh đạo các cấp phải là những người đủ tâm, đủ tầm, thật sự là những người gương mẫu trong công việc và sinh hoạt, được quần chúng tin tưởng. Lấy hiệu quả công việc làm thước đo phẩm chất chính trị và năng lực chuyên môn.

Mạnh dạn bỏ nhiệm, miễn nhiệm, luân chuyển cán bộ và các cấp quản lý để phát huy nguồn lực hiện có. Chú trọng công tác đào tạo nguồn nhân lực, đặc biệt là nguồn nhân lực cao cấp để bổ sung vào đội ngũ quản lý, lãnh đạo, đáp ứng yêu cầu của sự phát triển doanh nghiệp và ngang tầm với quy mô quản lý.

Đối với tập thể người lao động trong toàn tổ hợp Tổng Công ty Khánh Việt cần phải khơi dậy truyền thống tự hào về Khatoco, nhất là lực lượng lao động trẻ, đây là lực lượng năng động, sáng tạo, đầy nhiệt huyết, cần bồi dưỡng và phát triển làm nòng cốt kế thừa sự nghiệp phát triển trong tương lai. Trải qua 27 năm xây dựng và phát triển để có được Khatoco như hôm nay, lớp cha anh đi trước đã trải qua biết bao gian khổ khó khăn, bao mồ hôi và nước mắt, đánh đổi cả sinh mạng chính trị của mình để vượt qua rào cản của cơ chế. Đến

nay, Khatoco như một biểu tượng của một doanh nghiệp năng động, dám nghĩ dám làm vì mục tiêu xây dựng doanh nghiệp phát triển bền vững, đảm bảo đời sống cho người lao động ổn định với thu nhập khá và đóng vai trò chủ lực nộp ngân sách địa phương. Thành quả của chặng đường hơn một phần tư thế kỷ mà Khatoco đã đi qua mang đậm nét truyền thống của những con người nơi đây đó là tính tự lực tự cường, đoàn kết một lòng, không sợ gian khó để chinh phục mục tiêu với một lòng khát khao đầy nhiệt huyết. Muốn vậy, lớp trẻ Khatoco hôm nay phải hiểu được điều cốt lõi, tinh đặc trưng của Khatoco qua nhiều thế hệ tiếp bước đã tạo nên truyền thống đáng tự hào, đó là niềm tin và sức mạnh để vượt qua những khó khăn, thử thách trong sản xuất kinh doanh và những cám dỗ tiêu cực của đời sống xã hội.

Lực lượng lao động trẻ của Khatoco

hôm nay đang được thừa hưởng những thành quả to lớn mà lớp cha anh đi trước đã dày công xây dựng và vun đắp. Họ cần phải hiểu được giá trị vật chất và tinh thần mà họ đang có. Họ phải thấy được vai trò, trách nhiệm của mình phải gánh vác trong tương lai, phải kế thừa sự nghiệp, phát huy truyền thống của ngành, xứng đáng với quyền lợi và trọng trách vì một Khatoco không ngừng phát triển. Hơn lúc nào hết, nhiệm vụ của tổ chức Công đoàn, Đoàn thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh của Tổng Công ty Khánh Việt phải thường xuyên ôn lại truyền thống của ngành cho cán bộ công nhân viên, khơi dậy lòng tự hào được khoác trên mình, được sống trong mái nhà Khatoco cho thế hệ trẻ Khatoco hôm nay. Môi trường Đoàn thanh niên là nơi rèn luyện phấn đấu để trở thành những cán bộ vừa hồng vừa chuyên, có đủ đức đủ tài để gánh vác trọng trách khi nhiệm vụ được giao phó. ■

Nhận diện thương hiệu Khatoca

● Nguyễn Thành Thái - 0903519229

Phòng Kế toán Cty TNHH TM Khatoco



ột con người vừa mới sinh ra, họ đã đi vào đời với một cái tên. Cái tên này hàm chứa tình yêu thương, niềm hy vọng hay một kỷ niệm đáng nhớ nào đó của cha mẹ. Và đối với một con người, tên gọi của họ là một thứ âm thanh tuyệt vời nhất, trong trẻo nhất và có ý nghĩa nhất. Họ sẽ thật xúc động và dành nhiều tình cảm cho những người mới giao tiếp khi nhớ và gọi chính xác tên của họ.

Cũng giống như một công ty, thường vẫn được giới thiệu ra với thế giới bên ngoài bằng một cái tên, ký hiệu hay biểu tượng / thương hiệu. Thương hiệu này có ý nghĩa thật đặc biệt đối với tập thể nhân viên của Công ty. Và họ luôn mong muốn, luôn tìm tòi và đầu tư thực hiện các giải pháp để thương hiệu của họ luôn có sức sống với thời gian, được khẳng định và có một vị trí riêng biệt trong “tâm và trí” của mọi người, nhất là đối với đối tượng khách hàng mà họ hướng tới phục vụ.

Trong môi trường kinh doanh chuyên nghiệp hiện nay, mỗi công ty cần phải có một hình ảnh nhận diện riêng. Đây chính là yêu cầu cơ bản nhất, là “kim chỉ nam” định hướng mọi hoạt động của Công ty, giúp cho Công ty xây dựng được những chương trình quảng cáo, tiếp thị hay làm ra những vật dụng, tài liệu tiếp thị có tính nhất quán cao, chuyển tải được những giá trị cốt lõi của

doanh nghiệp, thể hiện được những giá trị mà các khách hàng mục tiêu của Công ty đang tìm kiếm, Công ty sẽ được khách hàng nhớ đến và liên lạc khi họ có nhu cầu.

Khi thương hiệu được cảm nhận bằng lý trí và tình cảm. Những đặc điểm nhận diện hữu hình của thương hiệu được tác động trực tiếp đến xúc cảm của con người, tạo nên sự hình dung một cách rõ ràng và dễ hiểu nhất về thương hiệu. Chúng ta hãy cùng nhau khám phá biểu tượng thương hiệu Khatoco sau đây để cảm nhận và hiểu rõ hơn về những giá trị, những cam kết của Công ty TNHH Thương mại Khatoco hướng tới người tiêu dùng.



Cùng bạn tạo dựng phong cách

Chữ K đôi:

- Biểu tượng được thiết kế dựa trên ý tưởng theo định hướng phong thủy là “Ỗ sơn hướng hải” (lưng tựa vào núi, mặt nhìn ra biển), là địa thế của tỉnh Khánh Hòa và quan điểm bền vững, phát triển của thương hiệu Khatoco.

- Sử dụng chữ K theo font chữ Nhật để thể hiện tinh thần của thương hiệu Khatoco theo xu hướng thời đại và công nghệ thiết kế.

- Dùng nghệ thuật “chơi chữ” (typography), nhân đôi chữ K (tượng trưng cho sự phát triển theo cấp số nhân của thương hiệu Khatoco), đồng thời lồng ghép thành chữ M (viết tắt của chữ Man – Dân ông) và hình ảnh sang trọng của chiếc cà-vạt dành cho phái nam.

- Sự lồng ghép của 2 chữ K và cách xử lý màu sắc và đồ họa thể hiện được sự đan dệt của những sợi vải khác màu (tượng trưng cho ngành may mặc của Khatoco). Kết quả của việc kết hợp này cũng tạo ra một góc nhìn đồ họa

như hình ảnh của ngọn núi (Mountain) hiện ngang và phát triển trên một nền tảng vững chắc. Hình ảnh này gợi nhớ về nguồn gốc của thương hiệu Khatoco vì núi cũng là một trong những yếu tố địa lý đặc trưng của tỉnh Khánh Hòa.

Màu sắc:

- Màu sắc biểu tượng được phối màu theo quan điểm âm dương, ngũ hành: Thổ (đỏ cam) -> Kim (vàng cam) -> Thủy (xanh tím).

- Màu đỏ cam, vàng cam thể hiện sự năng động của thương hiệu trong quá trình phát triển.

- Slogan sử dụng với màu sắc tím xanh đậm, thể hiện sự thủy chung, mạnh mẽ và sang trọng.

Nét chữ, Slogan:

- Sử dụng font chữ viết tay (Khatoco) để thể hiện tinh thần khoáng đạt của thương hiệu theo như định vị của nó.

- Chữ viết tay này được thể hiện theo tinh thần của một chữ ký, thể hiện tính riêng biệt và đặc thù, không lẫn vào nhau của thương hiệu Khatoco.

- Nét viết chữ theo đường gợn sóng, uốn lượn tượng trưng cho hình ảnh của sóng biển. Cũng như biểu tượng chữ M, hình ảnh uốn lượn này cũng gợi nhớ về cội nguồn của thương hiệu Khatoco vì biển cũng là một trong những yếu tố địa lý đặc trưng của tỉnh Khánh Hòa.

- Slogan được viết bằng một font chữ đơn giản, như đường gạch dưới chữ ký, tạo thành một nền tảng vững chắc, là nền móng của sự phát triển cho thương hiệu Khatoco ở phía trên.

Nhận thức được tầm quan trọng của của thương hiệu đối với sự thành công của một công ty, từ những tháng đầu năm 2009 Công ty TNHH Thương mại Khatoco đã tích cực đẩy mạnh việc xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu bằng những chương trình hành động cụ thể, thiết thực nhằm để lại dấu ấn thương hiệu trong lòng người tiêu dùng. ■

Biển Nha Trang hải âu tung cánh lượn
Trời miền Trung xanh ngắt mây chiều
Đất Khánh Hòa chan chứa biết bao nhiêu
Nơi đó có mái nhà chung Khánh Việt
Nơi cán bộ - nhân viên cùng nhịp sống.
Nơi đầu nguồn của tổ ấm tình thương.
Có bao người vất vả can trường
Trong cái thuở ban đầu gian khó ấy
Đã một thời tự vươn mình đứng dậy
Để hóa thành Phù Đổng hôm nay
Có những người con quên cả tháng ngày
Quên mái tóc trên đầu mình sớm bạc
Cho Khatoco ngời lên ánh sáng
Cho Khánh Hòa kiêu hãnh đất miền Trung.

Ơi! những chuyến hàng đi khắp nẻo quê hương
Tới tận nơi khách hàng vui đón nhận,
Ở Đảo khỉ với màu xanh vô tận
Diệt ru hồn du khách muôn phương,
Trại chăn nuôi đàn lợn béo mượt chuồng
Lũ cá sấu nô đùa trên sóng nước
Nảy nở sinh sôi từng đàn đà điểu
Chiếm lĩnh thị phần thương hiệu vươn xa.
Từ mũi Cà Mau đến địa đầu Tổ quốc
Luôn có đội quân, tiên phong dẫn bước
Cho máu hồng luôn chảy về tim.
Cho Khatoco thẳng cánh bay lên
Cho núi sông cũng tự hào về Khánh Việt
Cho Mái nhà chung ngày thêm thân thiết
Cho bớt bạc những mái đầu đa diết yêu thương.

YẾU TỐ QUYẾT ĐỊNH THÀNH CÔNG CHO NGÀNH DỆT MAY KHATOCO

● Phạm Bích Ngọc

Để có thể tồn tại và phát triển bền vững trong thời đại hiện nay, việc xây dựng thương hiệu là vấn đề sống còn đối với mỗi doanh nghiệp. Nhận thức được điều này, Khatoco xác định ngành dệt may là một trong những ngành mũi nhọn và trọng tâm để xây dựng và phát triển thương hiệu trong thời gian tới. Trải qua gần mười năm hoạt động, dệt may Khatoco ít nhiều cũng đã có vị trí tại thị trường trong nước. Tuy nhiên, nhắc đến dệt may Khatoco, người tiêu dùng chỉ nhớ đến các sản phẩm may mặc giá trung bình thấp, chất lượng bền. Từ định hướng mở rộng phân khúc người tiêu dùng, xây dựng Khatoco thành thương hiệu mạnh, đến nay chúng ta đã có nhiều thay đổi mang tính chiến lược. Chúng ta vẫn tập trung cải tiến dòng sản phẩm truyền thống để nâng cao chất lượng đồng thời đa dạng hóa mẫu mã sản phẩm. Bên cạnh đó phát triển nhiều sản phẩm mới với các kiểu dáng phù hợp với từng phân khúc khách hàng với nhiều mức giá cho các phân khúc thị trường khác nhau... Tuy nhiên, kết quả vẫn không như chúng ta kì vọng. Để xây dựng thương hiệu thì phải tạo ra sự khác biệt và phải biết cách khai thác thế mạnh của sự khác biệt đó. Khatoco có lợi thế rất lớn đó là có nguồn nguyên liệu vải chủ động từ Công ty CP dệt Tân Tiến và đội ngũ công nhân lành nghề chuyên nghiệp từ XN may Khatoco. Nguồn nguyên liệu nhà máy dệt sử dụng là từ sợi TC và CVC se đôi, là loại sợi ít gặp ở thị trường trong và ngoài nước, sản xuất ra chất liệu vải bền, mát và ít nhăn. Đồng thời, chúng ta đã tổ chức đội ngũ nhân



viên bán hàng chuyên nghiệp và hệ thống phân phối trải rộng trên toàn quốc. Đây chính là điểm khác biệt nhất so với các đối thủ cạnh tranh khác. Không những vậy, chúng ta còn được sự hỗ trợ lớn về mặt tài chính từ Tổng Công ty.

Với lợi thế cạnh tranh cùng với nguồn lực như hiện tại, ngành dệt may Khatoco chúng ta có đầy đủ yếu tố để phát triển mạnh. Khatoco đầu tư vào sản phẩm: từ tự thiết kế, thuê thiết kế đến mua thiết kế; tìm kiếm nguồn sợi chất lượng cao từ nước ngoài hỗ trợ Cty dệt; thay đổi logo; kiểu dáng bao bì... Đồng thời cũng đã có chính sách giá cả hợp lí, chính sách bán hàng linh hoạt, xây dựng hệ thống cửa hàng chuẩn và showroom, đầu tư vào truyền thông, quảng bá. Nhưng cho đến nay, chúng ta vẫn đang lúng túng vì không đáp ứng đủ nhu cầu

của thị trường. Vậy chúng ta còn thiếu yếu tố gì để thành công?

Trong 2 năm vừa qua Khatoco đã có những thay đổi tích cực. Cty Thương mại, Cty dệt Tân Tiến và XN may Khatoco cũng đã có những chuyển biến rõ rệt trong cách quản lí và phối hợp trong cách làm việc. Tuy nhiên chưa có sự thay đổi còn thiếu đồng bộ, chưa toàn diện và chưa có sự gắn kết chặt chẽ giữa 3 đơn vị. Yếu tố để dệt may Khatoco phát huy được lợi thế của mình, phát triển thương hiệu bền vững đó là: Phải thay đổi tư duy và thái độ, nhận thức của CBCNV các đơn vị dệt, may và thương mại về vai trò của đơn vị mình đối với sự phát triển chung của ngành dệt may Khatoco. Chính thái độ của họ mới là yếu tố quyết định tạo ra sự thay đổi sâu sắc mang tính bước ngoặt đối với việc xây dựng thương hiệu. Lâu nay, nhiều CBCNV chưa ý thức được lợi thế cạnh tranh của sản phẩm của mình trên thị trường, chưa thấy được tiềm năng hiện có của đơn vị mình và chưa nhận thức đúng mục tiêu phát triển chung của Tổng công ty, dẫn đến thái độ thờ ơ trong việc thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh; chưa phấn đấu vì mục tiêu chung. Vẫn còn đó sự ỷ, tính bảo thủ, ỷ lại trong cách nghĩ và làm việc của một số cán bộ trong ngành.

Thái độ nghiêm túc thì tư duy sẽ thoát khỏi lối mòn. Tư duy đúng sẽ có sự đổi mới trong hành động. Cần thấy được tầm quan trọng của mối quan hệ giữa dệt, may và thương mại để phát triển tốt mối quan hệ này, đây chính là cái gốc của sự phát triển đồng bộ.

Xây dựng thương hiệu không phải là chuyện một sớm một chiều. Chỉ cần có thái độ đúng đắn cùng lòng tin, quyết tâm, Chúng ta tin tưởng dệt may Khatoco sẽ là 1 thương hiệu lớn và phát triển bền vững trong tương lai.■

Ông bà ta có câu “Nằm trong chăn mới biết chăn có rận”. Quả thật không sai. Trong một cuộc chơi, một sự kiện, khi bạn không phải là người trong cuộc thì bạn sẽ không thể hiểu hết ngon ngành các vấn đề của nó. Trong một tổ chức cũng vậy, phải sống trong nó, cùng nó vận hành bạn mới thấu hiểu về nó.

Nếu bạn là người đã làm việc qua nhiều loại hình doanh nghiệp như công ty cổ phần, công ty liên doanh,... Chắc hẳn bạn sẽ nghe một khái niệm về doanh nghiệp nhà nước (DNNN). Đó là một tổ chức làm việc còn mang nặng tính quan liêu, bao cấp, với nhiều hình thức thủ tục rườm rà, phong cách chậm chạp, nguyên tắc cứng nhắc, đi trễ về sớm, có thể nói là thờ ơ với công việc. Mà thực tế thì tình trạng này cũng đang tồn tại rất nhiều. Có một lần bản thân tôi đã chứng kiến tại một DNNN nọ, khi tôi tới liên hệ công việc vào khoảng hơn 9 giờ sáng, tôi bước vào phòng kinh doanh, chỉ có 3 nhân viên đang ngồi uống cà phê và đọc báo trên máy vi tính, khi tôi tới được phòng kế toán thì thấy hai chị đang ngồi ăn bánh và bàn tán xôn xao về một diễn viên trong bộ phim nào đó. Tôi hỏi gặp người tôi cần liên hệ công việc thì một chị quay ra bảo “ngồi đó chờ đi, chị Lan chưa đến” rồi lại quay vào tiếp tục câu chuyện đang hồi hấp dẫn. Vâng, thật là buồn và nguy hiểm khi đất nước ta đang trên con đường hội nhập nền kinh tế thế giới, cạnh tranh và chạy đua từng giây, từng phút với các doanh nghiệp của các nước phát triển trên một thương trường rộng lớn đầy khó khăn và thách thức mà lại tồn tại những phong cách làm việc như vậy.

Nhưng nói xa chẳng qua nói gần. Các bạn sẽ không có khái niệm đó khi đặt chân tới Công ty Thương mại Khatoco, một đơn vị thành viên của Tổng Công ty Khánh Việt (TCTKV). Vâng, đây là một DNNN. Nhưng hoàn toàn khác xa các loại hình DNNN khác mà bạn từng biết. Những ngày đầu khi tôi may mắn được trở thành nhân viên của Công ty, tôi đã từng nghĩ rằng DNNN mà, vừa làm vừa chơi, đợi hết tháng lãnh lương. Nhưng không, nó làm tôi chóng mặt bởi nhịp độ

R ẤY THAY ĐỔI VÀ NHÌN NHẬN MỘT CÁCH LÀNH MẠNH HƠN!



■ Nguyễn Minh Tuấn - Cty Thương mại Khatoco

và liều lượng công việc. Với một Ban Giám đốc (BGĐ) luôn sát cánh, chỉ đạo, đôn đốc, vạch ra các chiến lược kinh doanh sáng suốt và đầy táo bạo, các nhân viên làm việc hàng say quên cả giờ giấc và luôn sẵn sàng đối đầu giải quyết các khó khăn, tham mưu cho BGĐ với những tình huống cạnh tranh khốc liệt, gay gắt nhất của thị trường. Một tổ chức với hệ thống nhân viên hiện diện trên đủ 63 tỉnh thành, ngày ngày ngược xuôi nghiên cứu khai thác thị trường, quảng bá sản phẩm, giám sát hoạt động kinh doanh của các hệ thống phân phối. Có thể nói họ là những con người luôn sống cùng công việc trong cả những lúc ăn uống cũng như lúc ngủ nghỉ. Chiến đấu vất vả không kém gì các chiến sĩ trên chiến trường năm xưa xả thân vì nền độc lập tự do của tổ quốc.

Hậu phương của những người chiến sĩ ấy chính là khối nhân viên văn phòng. Những người cũng đã thấm đượm nhiều kinh nghiệm trên thương trường. Họ tiếp nhận thông tin từ anh em thị trường sau đó xử lý để tìm đối sách, chiến lược kinh doanh sao cho phù hợp và tức thời. Phải luôn trong tư thế sẵn sàng đối đầu với các biến động của thị trường, cạnh tranh khốc liệt với vô vàn đối thủ lớn mạnh, chuyên

nghiệp, với những thủ pháp kinh doanh đầy học hỏi. Họ luôn sát cánh cùng anh em tới từng điểm tiêu thụ dù ở bất cứ nơi đâu. Nói ra chắc các bạn không tin, hình ảnh một người đàn ông đã xấn quân lợi ruộng vác thùng thuốc lá đi bán dạo hay mặc đồ như một anh xe ôm ngồi lê la ở các tủ thuốc trên vỉa hè với mục đích thị sát thị trường hòng tìm ra đối sách để đưa sản phẩm tới được người tiêu dùng lại là vị Giám đốc quyền cao chức trọng. Hay một anh trưởng phòng như đội trưởng của một đại đội cầm quân đi khai phá thị trường từ Bắc tới Nam, lặn lội sương gió với biết bao khó khăn vất vả để sản phẩm có được chỗ đứng trên thị trường. Hình ảnh những anh em vì sự phát triển của Công ty đã phải sống xa nhà, xa vợ, xa con trường kỳ. Để quản lý và vận hành được một hệ thống kinh doanh trải dài từ đầu tới cuối đất nước theo bạn có đơn giản? Từ việc lo chế độ đời sống đến việc quản lý, giám sát công việc, kê xa, người gần sao cho hợp lý đối với hệ thống nhân viên. Đội ngũ kế toán chuyên nghiệp, hoạt động liên tục, từ việc thu gom chứng từ, thu hồi, đối chiếu công nợ, đôn đốc hàng ngàn khách hàng với lưu lượng hàng ngàn chứng từ một ngày,... Vâng, để đưa được sản phẩm ra thị trường đã khó, để người tiêu dùng chấp nhận và sử dụng lại còn khó hơn, mà để sản phẩm tồn tại, phát triển và có chỗ đứng lâu bền trong lòng người dân còn khó hơn rất nhiều, đó là cả một nghệ thuật.

“Nếu ta không tự thay đổi thì ta sẽ bị thay đổi”, đó chính là quan điểm của BGĐ Công ty tôi. Ta phải luôn luôn vận động, luôn luôn sáng tạo và hãy mạnh dạn thay đổi những cái cũ bằng những cái mới tốt hơn, phù hợp hơn.

Công ty Thương mại Khatoco ngày càng lớn mạnh và có vị trí vững chắc trên thị trường như hôm nay chắc các bạn cũng thấy, không hề đơn giản và chắc hẳn không có khái niệm tự nhiên. Vậy các bạn còn chờ gì nữa, hãy vì một Khatoco luôn khát khao chinh phục mà hãy tự thay đổi mình cho tốt hơn để đưa con thuyền Khatoco vững vàng vươn xa hơn và hãy ghi nhớ “đừng bao giờ ngủ quên trên chiến thắng”. ■

KHATOCO

VỮNG BƯỚC

MỘT NIỀM TIN

Nguyễn Minh Phong -
Công ty TNHH TM KHATOCO
(Phòng KD Thuốc lá CN Cần Thơ)

*Khi tất cả tưởng chừng như tan vỡ
Hạnh phúc đâu? Hiện hiện trong lu mờ
Ai đã từng hi sinh vì lẽ sống
Mới thấu hiểu linh hồn Khatoco*

Ơn ca cho Khatoco! Vì Khatoco!

*Cho tất cả không giữ riêng gì cả
Ơn, giận, than, buồn có được chi đâu
Vững ý chí trước giông bão trên đầu
Bước! Ja quyết liệt sang trang sử mới*

*Một tấm lòng không chỉ chờ-trông-đợi
Niềm tin yêu mong cống hiến cho đời
Jin! Một ngày nắng ấm tỏa muôn nơi
Lật trang sử với bao niềm kiêu hãnh*

*Khatoco hôm nay: Hiền ngang, sừng sững
Một mái nhà ấm áp nghĩa tình
Những người con vững bước một niềm tin:
“Tiếp nối cha anh” mặc biển cuộn cuộn sóng*

*Màu biển xanh, mãi xanh màu hi vọng
Màu “khát khao chinh phục” những chân trời
Thuyền Khatoco rẽ sóng ra khơi
Chung ý chí! Thuyền ta ra biển lớn!*

*Thuyền Khatoco quyết chinh phục biển rộng
Và sông dài... “Khatoco vang mãi lời ca”...*

Chịu trách nhiệm xuất bản : Nguyễn Thị Tường Anh
Chịu trách nhiệm nội dung : Nguyễn Thị Tường Anh
Thư ký biên tập : Nguyễn Thành Tuyến - Võ H. Đ. Phương
Trình bày và sửa bản in : Bùi Anh Trường Phú

In 2.000 bản, kích thước (210x297)mm tại XN in Khatoco
Mọi bài vở, thư từ, góp ý xin vui lòng gửi về
Ban biên tập: 84 Hùng Vương, Nha Trang
Điện thoại: 058.3522024 - Email: bantin@khatoco.com