# FIT INSIDER

Bản tin nội bộ ▸ No9 ▸ Tháng 12 năm 2023

## Sức mạnh của Văn hóa Doanh nghiệp

# MỤC LỤC


03. Thư ngỏ

04.

## 360 F.I.T

Điểm tin các hoạt động nổi bật
của Tập đoàn và các CTTV 05

09.

## Nhịp sống F.I.T

Đào tạo/ Học tập 07
Bản tin Tuyển dụng 08
Người truyền cảm hứng 09
Chuyện ở F.I.T 10
Ăn - chơi bốn mùa 11

12.

## Cẩm nang F.I.T

Góc chia sẻ 13
Hiểu về sản phẩm 14
Ngày hội mua hàng 16

15.

## Chia sẻ cùng F.I.T

Sức mạnh của Văn hóa Doanh nghiệp 17

# Thư ngỏ

## TỪ BAN BIÊN TẬP

Thân gửi gia đình F.I.T Group,

Văn hóa doanh nghiệp được ví như "dấu vân tay", là đặc điểm nhận dạng của mỗi công ty trên thị trường và được tạo ra trong quá trình hình thành, phát triển của doanh nghiệp.

Trong suốt hành trình 16 năm nâng tầm chất lượng cuộc sống, F.I.T Group luôn tự hào là nơi có dấu ấn văn hóa nổi trội, khác biệt, với các giá trị cốt lõi là kim chỉ nam cho mọi hành động: Thành tâm, Thực thi hoàn hảo, Cải tiến liên tục, Khát khao chiến thắng và Tuân thủ. Đồng thời, với triết lý lấy con người là nền tảng để phát triển, Tập đoàn luôn ghi nhận các cống hiến từ người lao động bằng cách tạo nên môi trường làm việc tốt nhất, là nơi tập hợp những nhân sự chuyên nghiệp, tinh hoa để mỗi nhân viên đều tự hào, hạnh phúc khi được là thành viên của F.I.T Group.

Văn hóa doanh nghiệp là trái tim hồng tạo nên sức mạnh của Tập đoàn và trái tim ấy mỗi ngày vẫn đều đặn những nhịp đập yêu thương, tạo nên sức sống, sợi dây gắn kết bền chặt, giúp F.I.T Group vững bước chinh phục mục tiêu trở thành Tập đoàn thịnh vượng, đa ngành với các sản phẩm và dịch vụ khác biệt, đẳng cấp, dẫn đầu, mang lại chất lượng cuộc sống tốt đẹp hơn và là nơi hội tụ nhân tài, được xã hội tôn vinh.

**Thân ái,**
**Ban biên tập.**

Mọi thông tin, đóng góp ý kiến xây dựng nội dung xin vui lòng gửi về

**communication@fitgroup.com.vn**

# 360

Điểm tin các hoạt động nổi bật
của Tập đoàn và các CTTV

# Điểm tin

## 01 F.I.T GROUP CÔNG BỐ QUYẾT ĐỊNH BỔ NHIỆM TỔNG GIÁM ĐỐC, KIỆN TOÀN BỘ MÁY LÃNH ĐẠO CẤP CAO

Ngày 21/11/2023, F.I.T Group chính thức bổ nhiệm ông Nguyễn Văn Bản nắm giữ chức vụ Tổng Giám đốc, căn cứ theo Nghị quyết số 27/2023/NQ-HĐQT của HĐQT. Lễ Bổ nhiệm tân Tổng Giám đốc được tổ chức long trọng tại trụ sở Tập đoàn với sự tham gia của Chủ tịch, Hội đồng Quản trị, Ban Tổng Giám đốc F.I.T Group, các CEO CTTV. Việc bổ nhiệm này nằm trong kế hoạch phát triển của Tập đoàn, khẳng định mạnh mẽ hơn nữa cam kết bồi dưỡng đội ngũ lãnh đạo kế cận từ ngay chính nhân sự tại Tập đoàn, nhằm tiếp tục đưa F.I.T Group cùng các CTTV phát triển mạnh mẽ trong thời gian tới, thực sự "là nơi hội tụ nhân tài, được xã hội tôn vinh".

## 02 F.I.T GROUP TỔ CHỨC THÀNH CÔNG LỄ GOLIVE PHẦN MỀM QUẢN TRỊ F.I.T BUSINESS

Ngày 20/11/2023, F.I.T Group tổ chức lễ Golive Phần mềm quản trị F.I.T Business, đánh dấu bước tiến quan trọng trong hành trình số hóa toàn Tập đoàn. Phần mềm quản trị F.I.T Business sử dụng giải pháp DWH do FPT IS phát triển kết hợp cùng giải pháp BI Tableau của Salesforce, giúp F.I.T Group xây dựng thành công hệ thống báo cáo quản trị thông minh; tự động chuẩn hóa, tổng hợp, tập trung dữ liệu. Sự kiện này cũng trở thành dấu mốc quan trọng, mở ra một chương mới với bước tiến nhảy vọt trong việc số hóa quản trị toàn Tập đoàn, giúp F.I.T Group nâng cao công tác quản trị, tạo nền tảng vững chắc cho việc thực thi các chiến lược dài hạn của Tập đoàn trong thời gian tới.

## 03 VIKODA TỔ CHỨC HỘI NGHỊ CHIẾN LƯỢC OGSM 2024

Ngày 21/10/2023, Vikoda đã tổ chức thành công Hội nghị chiến lược OGSM 2024 nhằm phân tích các kết quả đã gặt hái trong năm 2023 và hoạch định các mục tiêu chiến lược cho năm 2024. Báo cáo tài chính mới nhất Quý III/2023 cho thấy lũy kế 9 tháng đầu năm, Công ty đạt mức tăng trưởng 52% về LNST so với cùng kỳ năm trước. Trong năm 2024, Vikoda tiếp tục tập trung cải thiện và đa dạng hóa các dòng sản phẩm, đẩy mạnh các hoạt động thương hiệu, mở rộng kênh phân phối và mạng lưới khách hàng, mang đến cho người tiêu dùng các giải pháp chăm sóc sức khỏe vượt trội, tinh túy nguyên bản từ thiên nhiên.

## 04 DƯỢC CỬU LONG TỔ CHỨC THÀNH CÔNG HỘI NGHỊ OGSM ROLL-OUT 2024

Ngày 17/11/2023, DCL tổ chức thành công Hội nghị chiến Lược OGSM Roll-Out 2024. Tại buổi lễ, đại diện 10 phòng ban gồm: Khối nhà máy; Kinh doanh Capsule; Kinh doanh Vikimco; Kinh doanh ETC; Kinh doanh OTC; Phát triển kinh doanh; Marketing; Nhân sự; Quản lý chất lượng; Tài chính kế toán & Kế hoạch dự án đã báo cáo về kết quả công việc trong năm 2023; trình bày kế hoạch, mục tiêu cần làm trong năm 2024 và lắng nghe nhận xét, đánh giá từ Ban Lãnh đạo DCL. Tiến tới năm 2024, DCL đặt ra mục tiêu: Cam kết giữ vững đà tăng trưởng, Tập thể đồng lòng, nhiệt huyết, chuyên nghiệp và hiệu quả.

## 05 F.I.T GROUP TỔ CHỨC THÀNH CÔNG HỘI NGHỊ OGSM ROLL OUT TOÀN TẬP ĐOÀN

Ngày 21/11/2023, F.I.T Group đã tổ chức thành công Hội nghị OGSM Roll Out 2024 với sự tham gia của toàn thể BLĐ Tập đoàn, Ban TGĐ các CTTV cùng CBNV toàn Tập đoàn. Tại Hội nghị, CEO Tập đoàn và các CTTV đã báo cáo kết quả tổng kết OGSM năm 2023 và kế hoạch OGSM 2024, đồng thời lắng nghe nhận xét, đánh giá từ Ban lãnh đạo. Trong thời gian tới, với sự chung sức, đồng lòng của Tập đoàn và các công ty thành viên, 2024 sẽ là năm ghi dấu ấn với những kết quả đầy rực rỡ, là tiền đề hiện thực hóa tầm nhìn trở thành Tập đoàn thịnh vượng, đa ngành có các sản phẩm và dịch vụ khác biệt, đẳng cấp, dẫn đầu, mang lại chất lượng cuộc sống tốt đẹp hơn.

## 06 BAN LÃNH ĐẠO DCL CÙNG ĐOÀN CÔNG TÁC XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI TỈNH VĨNH LONG LÀM VIỆC TẠI ẤN ĐỘ VÀ SRILANKA

Trong khuôn khổ chuyến thăm và làm việc, DCL đã kết nối với một số đối tác nhằm thúc đẩy hợp tác song phương trong lĩnh vực mua API từ Ấn Độ và xuất khẩu các sản phẩm của DCL vào thị trường Ấn Độ; trao đổi hợp tác trong lĩnh vực cung cấp nguồn nhân lực có chuyên môn sâu, tay nghề cao trong lĩnh vực Dược phẩm nhằm phục vụ cho sự phát triển trong tương lai của DCL. Tại Srilanka, DCL đã kết nối với một số đối tác nhằm tìm kiếm cơ hội xuất khẩu thiết bị y tế và dược phẩm sang thị trường nước ngoài.

# Nhịp sống F.I.T

Đào tạo/ Học tập
Bản tin Tuyển dụng
Người truyền cảm hứng
Chuyện ở F.I.T
Ăn - Chơi Bốn mùa

# KẾT QUẢ ĐÀO TẠO
## THÁNG 11

### 02 SỰ KIỆN ĐÀO TẠO NỘI BỘ

**Chuyên đề về đàm phán, rà soát hợp đồng**

Trình bày: Ban Pháp chế

Nội dung chính:
- Hình thức của Hợp đồng
- Cấu trúc chung của Hợp đồng
- Cách trình bày các điều khoản
- Nội dung của Hợp đồng
- Hợp đồng đầu vào

**Hướng dẫn triển khai hệ thống đánh giá năng lực nhân sự tại CTTV**

Diễn giả: Mr Nguyễn Ngọc Tùng - Giám đốc Công ty Cổ phần dịch vụ tư vấn BC

Nội dung chính:
- Cách thức xây dựng từ điển năng lực
- Cách viết từ điển năng lực
- Cách thức đánh giá năng lực

### 02 KHÓA HỌC E-LEARNING

- Làm việc với người trái tính
- Quy chế đánh giá hiệu quả công việc

# KẾ HOẠCH ĐÀO TẠO
## THÁNG 12

### 01 SỰ KIỆN ĐÀO TẠO NỘI BỘ

- **Hướng dẫn triển khai hệ thống đánh giá năng lực nhân sự (Dự án Khung năng lực - Đợt 2)**

Diễn giả: Mr Nguyễn Ngọc Tùng
Giám đốc Công ty Cổ phần dịch vụ tư vấn BC

**Nội dung chính:**
- Cách xây dựng từ điển năng lực
- Các công cụ đánh giá năng lực
- Hoàn thiện các hình thức đánh giá năng lực

### 02 KHÓA HỌC E-LEARNING

- Quy chế thưởng hiệu quả kinh doanh
- Quy định xử lý xung đột lợi ích

# BẢN TIN TUYỂN DỤNG

*Nếu bạn đang có mong muốn thử sức với một mảng công việc hoàn toàn mới. Bạn đang có anh chị em bạn bè tiềm năng, phù hợp với các vị trí tuyển dụng của tất cả các đơn vị trong Tập đoàn.*

*Đừng ngần ngại kết nối với chúng tôi qua:*

**tuyendung@fitgroup.com.vn**

**0917 767 695** (Ms Hương)

**http://tuyendung.fitgroup.com.vn/**

## F.I.T GROUP

**CHUYÊN VIÊN TUYỂN DỤNG**
*01* *Hà Nội*

**CHUYÊN VIÊN KIỂM TOÁN NỘI BỘ**
*01* *Hà Nội*

## VIKODA

**NHÂN VIÊN DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG**
*01* *Hồ Chí Minh*

**ASSISTANT TRADE MARKETING MANAGER**
*01* *Hồ Chí Minh*

**GIÁM SÁT BÁN HÀNG KÊNH KA/ KEY ACCOUNT SUPERVISOR**
*01* *Hà Nội*

## DƯỢC CỬU LONG

**GIÁM ĐỐC CHI NHÁNH**
*01* *Cần Thơ*

**TRÌNH DƯỢC VIÊN**
*01* *Hậu Giang*

**NHÂN VIÊN CƠ KHÍ CA**
*01* *Vĩnh Long*

**NV MUA HÀNG NGUYÊN LIỆU NHẬP KHẨU VÀ KINH DOANH**
*01* *Vĩnh Long*

# VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

## *Hình thành niềm tin nội tâm & sức mạnh nội sinh*

*Văn hóa doanh nghiệp (VHDN) là yếu tố vô hình nhưng đóng vai trò quan trọng, giúp doanh nghiệp tạo được lợi thế cạnh tranh cho mình trong các hoạt động kinh doanh và tuyển dụng nhân sự. Vậy Văn hóa Doanh nghiệp quan trọng như thế nào? Để có thể xây dựng văn hóa doanh nghiệp phù hợp và hiệu quả nhất thì các doanh nghiệp nói chung và đặc biệt là bộ phận nhân sự nói riêng phải thực hiện những điều gì? Hãy cùng FIT INSIDER tháng 12 này gặp gỡ chị Nam- HRM Vikoda (VKD) để trao đổi thêm về chủ đề này nhé.*

**Suy nghĩ của chị như thế nào khi có người nói rằng "Văn hóa doanh nghiệp hình thành niềm tin nội tâm và sức mạnh nội sinh" ?**

VHDN đúng thật phải là nguồn sức mạnh nội sinh của mỗi doanh nghiệp, nó phải được đúc kết dần, không phải tự dưng hay một sớm một chiều mà có được. Sức mạnh ấy phải được nuôi dưỡng, giáo dục, vun đắp, từ những công việc hết sức bình thường đến sự trải nghiệm được hun đúc, trao truyền ngấm dần từ thế hệ này qua thế hệ khác, trở thành căn tính, truyền thống, trở thành gene di truyền văn hóa trong mỗi con người. VHDN là khác biệt, là duy nhất, là "dấu vân tay" của mỗi công ty. Văn hóa là con người, mọi thứ cũng được tạo nên và xuất phát từ con người. Chính vì vậy, con người cần được coi trọng, được đặt lên hàng đầu. Nếu văn hóa tạo cho con người sự bình đẳng trước mọi cơ hội để phát triển và đặt họ đúng vị trí trong công việc, được nhìn nhận một cách khách quan, công bằng sẽ tạo nên động lực mạnh mẽ cho họ và lâu dần sẽ trở thành niềm tin khởi nguồn từ mỗi thành viên vì được cống hiến và công nhận.

**"Văn hóa Doanh nghiệp" là nội tại của sức mạnh tập thể, theo chị thì đâu sẽ là nội tại tạo nên sức mạnh tập thể của VKD?**

Gia nhập vào tập đoàn và được làm việc ở Vikoda, điều mà tôi thấy đặc biệt và đúng với sự khẳng định ban đầu từ người cao nhất tập đoàn, đây là nơi mà bạn sẽ luôn được ghi nhận sự nỗ lực của bản thân mình, vì nơi đây lấy con người là trung tâm trong mọi hoạt động của công ty. Điều này cũng thể hiện rõ ràng tại Vikoda, nơi mỗi thành viên đều tự ý thức được mình là 1 mảnh ghép cho bức tranh phát triển vĩ đại và bền vững của Vikoda được hoàn hảo nhất. Chính vì lẽ đó, mỗi nhân viên ở Vikoda đều thấm nhuần những triết lý kinh doanh sâu sắc và hướng đến 3 cùng "Cùng mục tiêu - Cùng suy nghĩ - Cùng hành động". Chúng tôi truyền cho nhau thông điệp hãy tự viết nên câu chuyện của chính cuộc đời mình trong dòng chảy lịch sử của VKD, là "Ngọc trong đá" trải qua mài giũa để trở nên đẹp nhất, sáng nhất giống như từng hạt ngọc trời mà thiên nhiên ưu ái ban tặng cho Đảnh Thạnh.

**Chị có thể chia sẻ một vài khó khăn thực tế mà bản thân và đội nhóm đã gặp phải trong quá trình xây dựng "Văn hóa Doanh nghiệp" tại VKD?**

Văn hóa chính là con người, sức mạnh của văn hóa nằm ở việc phát huy sức mạnh của con người. Doanh nghiệp dù là sản xuất hay dịch vụ thì đều được vận hành bởi đội ngũ những con người. Họ sẽ là sức mạnh hay lợi thế cạnh tranh khó có thể sao chép được hoặc chính họ sẽ là điểm yếu đẩy lùi hay làm chậm sự phát triển của doanh nghiệp.Với hơn 30 năm lịch sử,

VKD do đó cũng đã có những suy nghĩ nhất định về VHDN. Việc xây dựng và phát triển văn hóa đặc biệt đối với các yếu tố có sự cải tiến nhằm phù hợp với giai đoạn sản xuất kinh doanh hiện tại và tương lai sẽ có rào cản nhất định nên sẽ cần nhiều thời gian để uốn nắn thói quen, suy nghĩ và hành động cho phù hợp với văn hóa mới.

**Đẩy mạnh và phát triển "Văn hóa Doanh nghiệp" đang là xu hướng thị trường, đồng thời cũng là một phần quan trọng trong chiến lược phát triển của Tập đoàn. Định hướng của chị trong thời gian tới về việc phát triển "Văn hóa Doanh nghiệp" ở công ty mình là gì?**

Với nền tảng vững chắc thể hiện bởi sứ mệnh, tầm nhìn, giá trị cốt lõi và triết lý kinh doanh "Ngọc trong đá", văn hóa doanh nghiệp tại VKD mong muốn mỗi thành viên phải thực sự chuyển mình, đột phá để kiến tạo nên thành công của chính bản thân mình hòa chung trong sự phát triển công ty. Trong thời gian tới, VKD phải truyền thông được Triết lý kinh doanh công ty, lan tỏa sức mạnh của tình yêu nguồn nước khoáng và coi nhân tố con người là nhân tố quyết định sự thành công của công ty; khơi dậy, phát huy sức mạnh của toàn thể những thành viên của VKD, biến mục đích, sứ mệnh chung của công ty trở thành mục đích, sứ mệnh của chính họ. VKD sẽ xây dựng những định hướng phát triển nghề nghiệp rõ ràng cho mỗi thành viên, giúp họ nhận thức được họ là 1 phần trong bức tranh toàn diện của công ty; hướng điều đó trở thành niềm tin, thẩm thấu vào suy nghĩ, tình cảm của mọi thành viên và trở thành hành động của họ. Bởi văn hóa không phải là cái được áp đặt từ bên ngoài mà cần trở thành động lực bên trong, được "nội tâm hóa" trong chính chủ thể, văn hóa do con người tạo ra và thể hiện.

# MỘT SỰ KIỆN ĐẶC BIỆT

*Sắp diễn ra vào những ngày cuối năm...*

Làm thế nào để chúng ta có thể đạt được những kết quả ngoài mong đợi? Làm thế nào chúng ta có thể đồng tâm hiệp lực mang đến thành công chung cho tổ chức? Tất cả sẽ có trong workshop:

## BÁN HÀNG BẰNG TRÁI TIM

Những chia sẻ hữu ích, những bài học kinh nghiệm, những "bí kíp" trong bán hàng với chủ đề Bán hàng bằng trái tim sẽ được dẫn dắt bởi Chủ tịch Nguyễn Văn Sang và đội ngũ kinh doanh của Tập đoàn.

Để đón chào và chuẩn bị cho sự kiện đặc biệt này, mời các anh chị em cùng đọc và tìm hiểu trước một số đầu sách dưới đây.

## 1. Mục tiêu

- Giúp CBNV có được tư duy bán hàng hiệu quả; rộng hơn là tư duy để thành công trong công việc, cuộc sống.

- Giúp CBNV có được kỹ năng trình bày giải pháp, đàm phán thuyết phục.

- Rèn luyện kĩ năng giao tiếp, gây thiện cảm với khách hàng/đối tác/đồng nghiệp.

## 2. Đối tượng tham gia

- **Đối tượng bắt buộc:**
  Ban Tổng Giám đốc Tập đoàn, Ban TGĐ các CTTV, các vị trí Quản lý và nhân sự thuộc Khối Kinh doanh.

- **Đối tượng khuyến khích:**
Các CBNV khác.

# Giáng sinh này chơi ở đâu?

*“Tháng 12 đã đến, không khí Giáng sinh đã gõ cửa từng nhà. Những cây thông Noel được trang hoàng lộng lẫy, và những phần quà được chuẩn bị kĩ càng để tặng người thân. Hòa chung trong bầu không khí ấy, rất nhiều địa điểm cũng đã chuẩn bị các chương trình đón Noel hoành tráng. Vậy mùa Giáng sinh năm nay, hãy để F.I.T Insider gợi ý cho bạn một vài điểm tham quan phù hợp với cả gia đình nhé!”*

## Nhà thờ Cửa Bắc

56 Phan Đình Phùng,
Quán Thánh, Ba Đình, Hà Nội

Nhà thờ Cửa Bắc là một trong những nhà thờ to và đẹp nhất Hà Nội. Với lối kiến trúc cổ cùng khuôn viên rộng rãi, đây chắc chắn là một điểm tham quan phù hợp cho những tấm hình “check-in” đậm chất Noel đó. Ngoài ra, hàng năm, nhà thờ Cửa Bắc còn tổ chức hội chợ Giáng sinh với những gian hàng bày bán nhiều món quà, đồ trang trí xinh xắn, phù hợp với mọi lứa tuổi. Đặc biệt, bắt đầu từ 2017, năm nào nhà thờ cũng tổ chức buổi hòa nhạc Giáng sinh với sự tham gia của những dàn nhạc giao hưởng và dàn hợp xướng chuyên nghiệp vào buổi tối ngày 24/12. Khách đến tham quan nhà thờ ngoài việc được tham gia vào hội chợ nhộn nhịp hay thưởng thức những bài hát truyền thống của các nhà thờ thì còn được hòa mình vào không khí của các giáo dân trong lễ mừng Chúa giáng thế. Tuy nhiên, vì số lượng chỗ ngồi trong nhà thờ có hạn và số lượng người tham gia lễ hội Giáng sinh của nhà thờ rất đông nên nếu muốn tham dự buổi lễ, bạn hãy sắp xếp thời gian đến nhà thờ trước 10h tối nhé.

## Khu xóm Đạo

Phạm Thế Hiển, Quận 8,
TP. Hồ Chí Minh

Vừa rẽ phải vào đường Phạm Thế Hiển là du khách đã bắt đầu cảm nhận rõ không khí Giáng sinh tại xóm đạo Quận 8. Hai bên đường, dây đèn được treo và kéo dài xuyên suốt càng khiến không khí Giáng sinh thêm lung linh, nhộn nhịp. Ngoài những chuỗi đèn cầu kỳ, hầu hết nhà nào ở xóm đạo cũng treo thêm một ngôi sao Giáng sinh bằng công nghệ led để làm tâm điểm cho ngôi nhà. Không chỉ chăng đèn, ở nhiều khu vực, các gia đình hai bên còn dựng cây đóng băng tuyết trắng xóa cùng với nhiều hiệu ứng đèn nhấp nháy rất vui mắt. Thậm chí, nhiều gia đình còn dựng hang đá, tiểu cảnh trước cửa nhà, tạo nên khung cảnh như lạc vào cõi thần tiên. Không khí Giáng sinh không chỉ xuất hiện ở những ngôi nhà mặt tiền dọc hai bên đường Phạm Thế Hiển mà trong từng con hẻm nhỏ, người dân cũng phủ kín đèn dọc lối đi. Các gia đình thường sẽ bắt đầu trang trí từ tầm 20/12 đến 30/12 mới dỡ, vậy nên những khách đến tham quan không sợ mất khung cảnh đẹp để chụp ảnh check-in. Tuy nhiên, chúng mình vẫn khuyên mọi người nên sắp xếp các khung giờ tối đến tham quan vì khi đó những dây đèn đã được bật lên hết rất lung linh, và đường đi cũng thưa bớt người, có khoảng không gian trống để thoải mái chụp ảnh.

## ICE Coffee

231 Cộng Hòa, Quận Tân Bình,
TP. Hồ Chí Minh

Nếu như bạn đã chán đi thăm thú khắp nơi mà chỉ muốn có một trải nghiệm thật mới lạ và thú vị, thì ICE Coffee (quán cà phê băng) là sự lựa chọn tuyệt vời dành cho bạn. Quán cà phê được xây dựng theo phong cách “toàn băng” độc đáo khi toàn bộ không gian bên trong quán đều được làm từ băng với nhiệt độ luôn ở mức -10oC. Không gian quán rộng hơn 70m2 được trang trí bằng nhiều khối băng đăng được chạm khắc ấn tượng. Ngay cả bàn, ghế ngồi của khách cũng làm bằng băng tảng, nhưng tất nhiên sẽ có một lớp lót ở ghế và lớp thảm lông phía dưới để cách nhiệt. Ngoài ra, để chống sốc nhiệt, quán có một vùng đệm nhiệt độ khoảng 16oC. Tại đây, bạn sẽ được phát áo ấm dài, thậm chí cả găng tay để không bị cóng khi bước vào khu vực bên trong. Các loại thức uống trong quán cũng đa dạng, phong phú như cà phê đủ loại, trà nóng với nhiều hương vị dâu, táo, bạc hà... với giá dao động từ 86k - 150k/ 1 cốc. Các đồ uống này được chế biến ở phòng pha chế rồi mới đưa vào bên trong nên đảm bảo vẫn sẽ còn ấm nóng.

# Cẩm nang

FIT

Góc chia sẻ
Hiểu về sản phẩm
Ngày hội mua hàng

# 8 BÀI HỌC GIA TĂNG TRẢI NGHIỆM KHÁCH HÀNG

## *TỪ TRẢI NGHIỆM NHÂN VIÊN CỦA SOUTHWEST AIRLINES*

*“ Thay vì chi trả nhiều cho quảng cáo và tiếp thị, Southwest Airlines đặt trọng tâm vào việc tạo ra trải nghiệm khách hàng xuất sắc bằng cách thực hiện những cơ chế, hoạt động đặc biệt với nhân viên của mình. Bởi, hãng hàng không này quan niệm: Nhân viên - những người gặp gỡ trực tiếp khách hàng sẽ đại diện cho hình ảnh của doanh nghiệp, và khi nhân viên hạnh phúc họ sẽ làm cho khách hàng hài lòng.*

### 1. ĐẶT NHÂN VIÊN LÊN HÀNG ĐẦU

- Trao quyền cho nhân viên làm điều đúng đắn cho khách hàng và cho công ty;
- Đặt ra tiêu chuẩn cao cho nhân viên: họ không chỉ biết rõ nhiệm vụ cụ thể trong công việc mà mình phải thực hiện, mà còn tự chủ trong cách tương tác với khách hàng, nhằm mang đến trải nghiệm tốt nhất cho mọi người.

### 2. TRAO QUYỀN CHO NHÂN VIÊN ĐƯỢC LÀ CHÍNH MÌNH

Southwest Airlines luôn khuyến khích nhân viên sống theo văn hóa và giá trị cốt lõi của công ty theo cách riêng của họ, chứ không như những con robot làm việc một cách máy móc

### 3. VĂN HÓA LÀ VIỆC CỦA TẤT CẢ MỌI NGƯỜI

Văn hóa công ty là cách mọi người cảm nhận về công việc mà họ đang làm, về những người họ làm việc cùng, về những giá trị mà họ tin tưởng, về con đường mà công ty đang phát triển và cách thức họ sẽ làm việc để đạt được điều đó. Bởi vì văn hóa bao trùm mọi thứ, nên đó là trách nhiệm của tất cả mọi người để đóng góp vào việc phát triển văn hóa doanh nghiệp của tổ chức ngày một mạnh mẽ hơn.

### 4. LÃNH ĐẠO PHẢI GẮN KẾT TRỰC TIẾP VỚI NHÂN VIÊN VÀ VĂN HÓA

Lãnh đạo phải sống và thể hiện theo các giá trị của tổ chức và chuyển đổi những giá trị, niềm tin đó thành hành vi hành động để làm gương cho nhân viên.

### 5. TẠI SOUTHWEST, NHÂN VIÊN PHẢI THẤY VUI KHI LÀM VIỆC

Southwest Airlines xây dựng nền tảng văn hóa dựa trên sự vui vẻ. Với phương châm “thái độ hơn trình độ”, Southwest Airlines tuyển dụng dựa trên thái độ và tính cách của ứng viên và xem liệu ứng viên này có phù hợp với văn hóa của công ty hay không.

### 6. GHI NHẬN LÀ MỘT PHẦN QUAN TRỌNG CỦA VĂN HÓA VÀ SỰ GẮN KẾT

Southwest không chỉ đề cao việc ghi nhận đóng góp của nhân viên, họ còn biến nó thành một sự kiện ấn tượng và ý nghĩa. Southwest thường tổ chức các buổi lễ đặc biệt, có sự tham gia của gia đình nhân viên. Tại đó, họ chia sẻ những câu chuyện về những điều mà nhân viên đã làm được cho khách hàng và giúp đỡ lẫn nhau.

### 7. XÂY DỰNG NỀN VĂN HÓA ĐA DẠNG & HÒA NHẬP

Southwest Airlines nổi tiếng là hãng hàng không với triết lý đặt con người lên hàng đầu và tôn trọng sự khác biệt giữa các nhân viên và khách hàng. Với khẩu hiệu “Every. Single. One. Of. Us.” (Tất cả chúng ta), Southwest Airlines tự tin thể hiện mình là một công ty của con người, con người đại diện cho sự đa dạng về văn hóa, chủng tộc, kinh nghiệm và quan điểm.

Để xây dựng nền văn hóa đa dạng và hòa nhập, Southwest Airlines coi trọng việc mọi người được chào đón và khuyến khích mỗi người cứ là chính mình mà không sợ bị ghét bỏ, phân biệt chủng tộc, kỳ thị, quấy rối, không khoan dung, thiếu tôn trọng hay bất công.

### 8. ĐẦU TƯ VÀO TRUYỀN THÔNG NỘI BỘ

Truyền thông nội bộ là một yếu tố then chốt để tạo ra một tổ chức thành công. Nó không chỉ giúp quản lý và truyền đạt thông tin, mà còn giúp thắt chặt các mối quan hệ dựa trên sự tin tưởng giữa các cấp nhân viên và lãnh đạo. Sự tin tưởng đó sẽ tạo nên văn hóa công ty mạnh mẽ, đoàn kết và bền vững.

*CÂU CHUYỆN NƯỚC KHOÁNG KIỀM THIÊN NHIÊN*

# VIKODA

## CÁC TÀI LIỆU KHOA HỌC QUÝ HIẾM VỀ NGUỒN NƯỚC KHOÁNG KIỀM THIÊN NHIÊN ĐẢNH THẠNH

**9/1985 - 9/1986**

Trải qua hàng trăm năm, mỗi giọt nước khoáng kiềm Đảnh Thạnh đều được tinh lọc kỹ càng qua nhiều tầng địa chất trong lòng đất Mẹ Khánh Hòa, kết hợp với khoáng chất tự nhiên, tạo ra nguồn nước khoáng quý báu với độ kiềm lý tưởng pH 9.0, 100% tự nhiên duy nhất tại Việt Nam.

Sự khác biệt vượt trội từ nguồn khoáng kiềm Đảnh Thạnh đã giúp cho các sản phẩm của Công ty Cổ phần Nước khoáng Khánh Hòa chinh phục thị trường bởi nhiều tác dụng đối với sức khỏe như: giúp trung hòa lượng axit trong cơ thể, ngăn chặn sự phát triển của các tế bào ung thư và hỗ trợ điều trị nhiều bệnh khác như: Bệnh huyết áp cao, bệnh tiểu đường, mỡ máu, các bệnh liên quan tới dạ dày và đặc biệt là bệnh nhân gout...

Tuy nhiên, ít ai biết rằng, từ năm 1957, nguồn nước khoáng kiềm Đảnh Thạnh được biết tới và nhắc đến trong nhiều tài liệu nghiên cứu khoa học vô cùng giá trị:

| LỊCH SỬ KHÁM PHÁ VÀ KHAI THÁC NGUỒN KHOÁNG (*) | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Năm 1957 - 1958 | Năm 1975 - 1979 | Năm 1983 - 1986 | Năm 1986 - 1990 | Năm 1990 |
| - Nguồn nước Đảnh Thạnh đã được ghi chép trong "Đại Nam nhất thống chí".<br><br>-1957: H.Fontaine đã lấy mẫu phân tích toàn diện.<br><br>- Mạch nước được HS. Fontaine nói tới dưới tên gọi là mạch nước Đảnh Thạnh, trong tập tài liệu nói về các mạch nước khoáng ở miền Nam Việt nam xuất bản năm 1958 (Les sources therinomi-nerales du Vietnam meridionalx Arch, geol. du V.N N4 Sai gon 1958) | - Nhiều đoàn chuyên gia địa chất, y tế và nước ngoài (Liên Xô, Tiệp Khắc, New Zealand ...) đã đến khảo sát & tìm hiểu về nguồn nước khoáng kiềm Đảnh Thạnh. | - Liên đoàn ĐCTV Miền Nam thi công lỗ khoan và được Tổng cục Địa chất xét duyệt với trữ lượng 500 m3/ng cấp C1.<br><br>- Lỗ khoan ĐT đầu tiên đạt độ sâu 220m, nước phun cao trên mặt đất 8,1m, nhiệt độ 720C, lưu lượng 1,61/s | - Gửi mẫu nước khoáng Đảnh Thạnh cho các cơ quan chuyên môn để phân tích sâu về thành phần hóa học như: Viện Pastuer Nha Trang, Viện Vệ sinh TpHCM, Trường Đại học Dược khoa Hà Nội, Viện Nakovaru-ka Praha (Tiệp Khắc) kết hợp thử nghiệm lâm sàng<br><br>*** Kết quả: Sở Y tế Khánh công nhận đạt tiêu chuẩn chất lượng và có tác dụng với một số loại bệnh** | - Mỏ nước khoáng Đảnh Thạnh đã được Bộ Y tế & UBND tỉnh cho phép khai thác và Xí nghiệp nước khoáng Diên Khánh ra đời ngày 19.01.1990 sản xuất các sản phẩm từ nước khoáng đến nay. (Nay là Cty CP Nước khoáng Khánh Hòa) |

** Trích nguồn tài liệu: "Hội đồng xét duyệt trữ lượng khoáng sản Văn bản phê chuẩn Báo cáo kết quả điều tra nâng cấp trữ lượng Mỏ nước khoáng Đảnh Thạnh năm 1997"*

| LỊCH SỬ NGHIÊN CỨU TÁC DỤNG CỦA NGUỒN KHOÁNG KIỀM THIÊN NHIÊN ĐẢNH THẠNH | | |
|---|---|---|
| Năm 1978 | Năm 1985-1986 | Năm 1991 |
| **NGHIÊN CỨU TÍNH CHẤT - CÔNG DỤNG - PHƯƠNG HƯỚNG KHAI THÁC NƯỚC KHOÁNG KIỀM THIÊN NHIÊN ĐẢNH THẠNH**<br><br>♦ Hà Nội, ngày 13 tháng 04 năm 1978<br><br>♦ Nguồn Bộ Y Tế<br>Trường Đại học Dược khoa<br>Đơn vị nghiên cứu nước khoáng<br><br>♦ Phụ trách Đơn vị NCNK<br>Dược sĩ HÀ NHƯ PHÚ | **NGHIÊN CỨU CÔNG DỤNG NƯỚC KHOÁNG KIỀM THIÊN NHIÊN ĐẢNH THẠNH TRONG ĐIỀU TRỊ**<br><br>♦ Nha Trang, T9/1985 – T9/1986<br><br>♦ Nguồn Nhóm Phụ trách:<br>- BS TRẦN NGUYỆT HỒNG<br>- BS ĐÀO HOÀNG HƯƠNG<br>- BS LÊ MINH TRỊ<br>- BS LÊ THỊ CÚC<br>- Y SĨ NGUYỄN KIM HOA | **NƯỚC KHOÁNG KIỀM THIÊN NHIÊN ĐẢNH THẠNH**<br><br>♦ Nha Trang, ngày 09 tháng 04 năm 1991<br><br>♦ Nguồn:<br>- UBND Tỉnh Khánh Hòa<br>- Sở Y Tế<br>- PGĐ Sở Y Tế Khánh Hòa<br>- Bác sĩ Vũ Song Tê<br>- Chuyên viên nghiên cứu nước khoáng<br>DS. Nguyễn Văn An |

*Từ nghiên cứu năm 1977-1978 đến năm 1985-1986 chỉ ra rằng mạch nước rất ổn định, tính chất & thành phần rất ít thay đổi. Nước khoáng Đảnh Thạnh thuộc loại nước có vi lượng khoáng có silic rất nóng, cùng loại với nước khoáng Kuldur (Liên Xô), Pavel Bania (Bungari), Evian, Plom Pieres (Pháp) và Bath (Anh)...là những loại nước khoáng đã được sử dụng và có kết quả rất tốt trong việc chữa bệnh & phòng bệnh.*

*Điểm đặc biệt, nước khoáng Đảnh Thạnh có hàm lượng Axit Metasilicic (H2SiO3) cao, đây là thành phần làm cho nước khoáng có giá trị dược lí đặc biệt. Độ kiềm tự nhiên pH 9,0 hoàn hảo được hình thành từ các vi lượng khoáng hoàn toàn tự nhiên*

## CÔNG DỤNG NGUỒN KHOÁNG KIỀM THIÊN NHIÊN ĐẢNH THẠNH (**)

**Dùng dưới dạng tắm ngâm (kết hợp xông hít, tưới âm đạo ...) có thể chữa các bệnh mãn tính sau đây :**

- **Bệnh về cơ khớp cột sống:**
  + Bệnh thấp khớp, viêm khớp và viêm đa khớp không phải do đao.
  + Viêm đốt sống, hư cột sống và thấp khớp cột sống.
- **Bệnh về thần kinh:**
  + Viêm dây thần kinh và rễ thần kinh, đám rối thần kinh, viêm hạch thần kinh giao cảm.
  + Một số bệnh và di chứng chấn thương thần kinh hệ ngoại vi.
- **Bệnh phụ khoa:**
  + Các bệnh tử cung, các chứng viêm phần phụ, các chứng bệnh của phúc mạc và tế bào vùng châu.
  + Các đám thâm nhiễm sau giải phẫu.
- **Bệnh ngoài da:**
  + Bệnh vẩy nến, các thể khớp của chứng vẩy nến.
  + Chứng viêm da thần kinh.
  + Bệnh chàm tiết bã, bệnh chàm mãn tính.
  + Bệnh viêm da do cơ địa, da bị kích ứng bởi các hóa chất.
  + Mẩn ngứa ngoài da.
  + Ghẻ ngứa không có biến chứng da ung mủ.
  + Chứng mày đay mãn tính.
- **Bệnh về mạch máu:**
  + Di chứng của viêm tĩnh mạch và viêm nghẽn tĩnh mạch (phù nề ...).
  + Các chứng viêm nghẽn tĩnh mạch có kèm theo biến đổi dinh dưỡng ở da và cẳng chân.
- **Bệnh đường hô hấp:**
  + Viêm mãn tính phần trên của đường hô hấp.
  + Phòng chống nhiễm độc bụi phổi.

***Trích nguồn tài liệu: "Nghiên Cứu Tính Chất – Công Dụng – Phương Hướng Khai Thác Nước Khoáng Đảnh Thạnh" năm 1978 bởi Bộ Y tế - Trường ĐH Dược Khoa – Tác Giả Hà Như Phú*

**Uống nước khoáng trực tiếp sẽ hỗ trợ chữa các bệnh sau (Nước khoáng có tác dụng rộng rãi với nhiều loại bệnh, hoàn toàn không có yếu tố độc hại, không có yếu tố tác dụng dược lý đột ngột, vì thế có thể sử dụng thuận tiện)**

- **1. Bệnh về dạ dày:**
  - Viêm dạ dày mãn tính.
  - Rối loạn chức năng bài tiết và vận động.
  - Loét dạ dày và ruột tá ở giai đoạn bệnh thoái lui.
  - Bệnh về dạ dày sau khi mổ.
- **2. Bệnh về ruột:**
  - Viêm kết tràng và tiểu kết tràng.
  - Bệnh chức năng về ruột có kèm theo rối loạn chức năng chuyển động thải trừ.
- **3. Bệnh về gan mật và hạch quanh dạ dày:**
  - Viêm gan, viêm túi mật.
  - Bệnh sỏi mật.
  - Loạn vận động đường mật và túi mật.
  - Viêm tụy tạng.
- **4. Bệnh về chuyển hóa:**
  - Béo trệ.
  - Đái tháo đường.
  - Chứng thống phong.
  - Chứng oxalat niệu.
- **5. Bệnh về tiết niệu:**
  - Viêm đường tiết niệu.
  - Sỏi niệu.
- **6. Bệnh về da :**
  - Ngứa, viêm thần kinh da, sẩn ... có liên quan tới bệnh cơ quan tiêu hoá và rối loạn chuyển hoá chất.
- **7. Bệnh nhiễm độc nghề nghiệp mãn tính:**
  - Nhiễm độc bởi kim loại.
  - Di chứng của việc điều trị bằng thuốc hóa học.
  - Thời gian một đợt điều trị : 4 – 6 tuần. Sau 3 – 6 tháng có thể tiến hành một đợt điều trị bổ sung, giữa hai đợt điều trị dùng nước khoáng đóng chai.

**Liều lượng: Thường uống tăng dần từ 100 đến 300 ml mỗi lần, 3 lần mỗi ngày, trước bữa ăn từ 15 đến 90 phút (tuỳ thể trạng người bệnh). Nếu muốn gây tác dụng lợi tiểu cho uống cách 1 giờ 100 ml, ngày uống 1,2 đến 1,6 lít.**

*** Trích nguồn tài liệu: "Nghiên Cứu Tính Chất – Công Dụng – Phương Hướng Khai Thác Nước Khoáng Đảnh Thạnh" năm 1978 bởi Bộ Y tế - TRường ĐH Dược Khoa – Tác Giả Hà Như Phú*

## CÔNG TRÌNH **"NGHIÊN CỨU CÔNG DỤNG NƯỚC KHOÁNG KIỀM THIÊN NHIÊN ĐẢNH THẠNH TRONG ĐIỀU TRỊ"**

**9/1985 - 9/1986**

**Nghiên cứu bởi:**
Bs Trần Nguyệt Hồng, Bs Đào Hoàng Hương, Bs Lê Minh Trị, Bs Lê Thị Cúc, Y Sĩ Nguyễn Kim Hoa

**Mục tiêu của công trình nghiên cứu:**
Bước đầu đưa nước khoáng lấy từ nước khoáng Đảnh Thạnh (Diên Khánh) vào thử nghiệm điều trị, chủ yếu 3 loại bệnh: viêm gan mãn tính, viêm loét dạ dày, hành tá tràng, viêm đại tràng mãn, viêm sỏi thận, đường tiết niệu.

### KẾT QUẢ KIỂM NGHIỆM

**Nhóm nghiên cứu đã lấy mẫu nước, gửi kiểm nghiệm thành phần và tính chất nước khoáng ở nhiều nơi:**

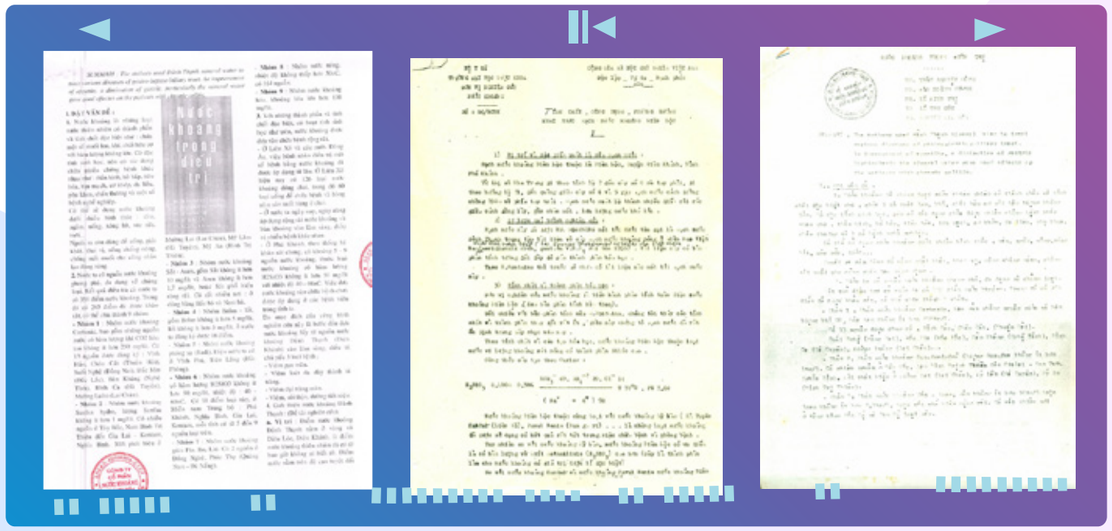
- 1. Viện Pasteur Nha Trang
- 2. Trường Đại Học Dược khoa Hà Nội (đơn vị nghiên cứu nước khoáng).
- 3. Viện vệ sinh TP HCM
- 4. Viện Labo hóa học Nakovaruka, Praha (Tiệp Khắc).

- 1. Nước khoáng thiên nhiên Đảnh Thạnh đạt tiêu quốc tế về thành phần, tính chất, vệ sinh và sinh vật học.
- 2. Nước khoáng Đảnh Thạnh là nước khoáng vi lượng Silic rất nóng.
  - Khoáng nóng (720C)
  - Khoáng Silicat (H2SiO3)
  - pH: 9,0

### ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU

**Đối tượng: Bệnh nhân đang điều trị tại bệnh viện, chia làm 2 nhóm:**

- **Nhóm bệnh nhân nghiên cứu:** chỉ uống nước khoáng điều trị theo 3 nhóm bệnh: (1) viêm gan-mật mãn, (2) viêm loét dạ dày hành tá tràng, viêm đại tràng mãn và (3) viêm sỏi thận đường tiết niệu.
- **Nhóm đối chiếu:** điều trị bằng thuốc tây y thông thường và đặc hiệu, điều trị Đông y, không uống nước khoáng.
- **Nhóm nghiên cứu:** 49 bệnh nhân (37 nam, 12 nữ), độ tuổi từ 22 đến 70 tuổi, gồm 4 nhóm:
  - Nhóm 1 (11 bệnh nhân): viêm gan – mật mãn.
  - Nhóm 2 (22 bệnh nhân): viêm loét dạ dày, hành tá tràng, viêm đại tràng mãn.
  - Nhóm 3 (11 bệnh nhân): viêm sỏi thận đường tiết niệu.
  - Nhóm 4 (5 bệnh nhân): gồm 2 hen phế quản+2 tim mạch (rung nhĩ, tai biến mạch máu não đã hồi phục)+ 1 suy nhược cơ thể, hạ đường máu.
- **Nhóm đối chiếu:** 30 bệnh nhân (20 nam,10 nữ), độ tuổi từ 22 đến 65 tuổi.
  - Nhóm 1 (09 bệnh nhân): viêm gan – mật mãn.
  - Nhóm 2 (14 bệnh nhân): viêm loét dạ dày, hành tá tràng, viêm đại tràng mãn.
  - Nhóm 3 (7 bệnh nhân): viêm sỏi thận đường tiết niệu



| PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU | KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU |
|---|---|
| ♦ 1. Cho bệnh nhân uống nước khoáng kiềm pH 9,0 từ nguồn Đảnh Thạnh mỗi ngày 1 lít.<br>Uống đều hàng ngày.<br><br>♦ 2. Buổi sáng sớm thức dậy uống càng nhiều càng tốt, số nước khoáng còn lại chia uống trong ngày.<br><br>♦ 3. Một đợt điều trị thử nghiệm là 30 ngày.<br><br>♦ 4. Trước và sau khi điều trị, xét nghiệm chức năng gan, chức năng thận, cấy phân, chiếu chụp X quang dạ dày, hành tá tràng.<br><br>Ghi chép, theo dõi, nhận xét các triệu chứng lâm sàng như: ăn uống, tiêu hóa, táo bón, ỉa chảy, đầy hơi, đau bụng vùng gan, dạ dày, đại tràng | Hầu hết bệnh nhân trong nhóm nghiên cứu qua theo dõi đều có dấu hiệu cải thiện rõ rệt về tiêu hóa. Bệnh nhân ăn ngon miệng hơn, giảm táo bón hoặc hết đi tiêu chảy, giảm đắng miệng, giảm khô miệng.<br><br>- Bệnh nhân Trần Thị C bị sốt rét, viêm gan mãn, bệnh nhân hay bị táo bón, hoặc tiêu chảy, đau bụng, sôi bụng, ăn rất kém thường xuyên phải uống Ganidan. Từ khi uống nước khoáng Đảnh Thạnh, tiêu hóa tốt, không phải dùng thuốc Ganidan.<br><br>- Bệnh nhân Nguyễn Thị T viêm đại tràng 12 năm nay, đã điều trị nhiều thứ thuốc song tác dụng rất hạn chế, nay bệnh nhân uống nước khoáng, tiêu hóa tốt, không phải dùng các loại thuốc khác.<br><br>♦ **Đối với bệnh nhân bị viêm loét dạ dày, hành tá tràng, tăng tiết dịch chua:** uống nước khoáng thấy hiệu quả tốt, giảm ợ hơi, ợ chua, giảm đau âm ỉ vùng thượng vị.<br><br>♦ **Bệnh nhân nhóm sỏi thận, đường tiết niệu:** Các triệu chứng lâm sàng theo dõi không thấy có biểu hiện tiến tốt lên hoặc xấu đi.<br><br>♦ **Nhóm viêm gan – mật mãn:** Có tác dụng lợi mật rõ. Kết quả trước và sau đợt điều trị thấy Bilirubin trực tiếp và gián tiếp đều giảm.<br>- Sau điều trị xét nghiệm Maclagan giảm (chức năng chuyển hóa đạm của gan cải thiện).<br>- Điều này phù hợp với lâm sàng: bệnh nhân ăn ngon miệng hơn, tiêu bón tốt hơn, giảm đắng miệng, giảm táo bón.<br><br>♦ **Ở nhóm bệnh viêm sỏi đường tiết niệu:** các dấu hiệu cận lâm sàng sau đợt điều trị nước khoáng không thuyên giảm. |

## KẾT LUẬN

- Nước khoáng Đảnh Thạnh Vikoda đạt tiêu chuẩn quốc tế, an toàn trong sử dụng.
- Nước khoáng Đảnh Thạnh Vikoda có tác dụng rất tốt với bệnh đường tiêu hóa, cụ thể trong các bệnh viêm gan, mật, viêm loét dạ dày, hành tá tràng và đường ruột.
- Nước khoáng Đảnh Thạnh Vikoda có thể thay thế 1 số thuốc về đường tiêu hóa như: lợi mật, trung hòa dịch vị dạ dày, giảm viêm loét ở dạ dày - hành tá tràng, giảm táo bón.
- Nên đưa nước khoáng vào hỗ trợ điều trị nhất là các bệnh về đường tiêu hóa.

Đây là các nguồn tài liệu, là minh chứng vàng rõ nét về công dụng và sự quý hiếm của nguồn nước khoáng kiềm thiên nhiên Đảnh Thạnh, cũng chính là niềm tự hào của F.I.T Group khi được sở hữu mỏ khoáng độc nhất Việt Nam để mang đến cho người tiêu dùng các sản phẩm vượt trội, tinh túy nguyên bản từ thiên nhiên.

CHI TIẾT TÀI LIỆU VỀ NGUỒN KHOÁNG XEM TẠI ĐÂY

*https://short.com.vn/yA8W*

FOLLOW US

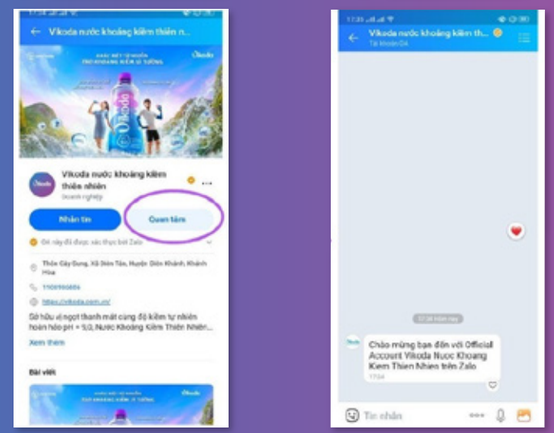
Bên cạnh đó, để mang đến trải nghiệm mua sắm tốt nhất cho người tiêu dùng, Công ty Cổ phần Nước khoáng Khánh Hòa đã triển khai 2 kênh Zalo OA của thương hiệu Vikoda & Đảnh Thạnh, CBCNV hãy nhanh tay follow để dễ dàng mua sắm và tiếp cận các chương trình ưu đãi của Công ty!

HƯỚNG DẪN FOLLOW ZALO OA
**VIKODA**

1 Quét mã QR

2 Click “Quan tâm”

3 Thành công

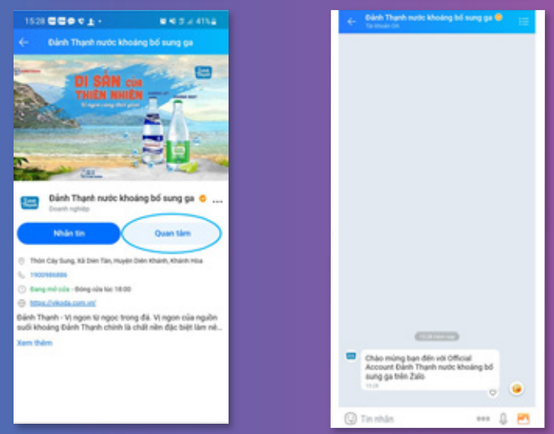



HƯỚNG DẪN FOLLOW ZALO OA
**ĐẢNH THẠNH**

1 Quét mã QR

1 Click “Quan tâm”

3 Thành công



NGÀY HỘI MUA HÀNG 2023

# NGƯỜI F.I.T DÙNG HÀNG F.I.T

## - Thông báo Thể lệ mới -

Loa loa loaaa! Thông tin nóng hổi vừa thổi vừa xem...

Với mong muốn lan tỏa hơn nữa văn hóa mua hàng nội bộ, đồng thời tạo cầu nối với các CTTV, BTC xin thông báo thể lệ mới:

**Bắt đầu từ Tháng 12/2023, chương trình quay số trúng thưởng sẽ được tổ chức lần lượt tại các đầu cầu ở nhà máy, văn phòng của các Công ty thành viên.**

**Theo đó, buổi quay số trúng thưởng Quý 4/2023 diễn ra vào**

**THỨ 6 NGÀY 29/12 TẠI ĐẦU CẦU DCL - NHÀ MÁY VĨNH LONG**

*Kính mời CBNV toàn Tập đoàn cùng theo dõi!*

## DANH SÁCH TRÚNG GIẢI QUAY SỐ MAY MẮN

# THÁNG 11/2023

Ban tổ chức chương trình Ngày hội mua hàng Người F.I.T dùng hàng F.I.T trân trọng thông báo danh sách trúng giải thưởng bốc thăm may mắn Tháng 11/2023 như sau:

### GIẢI NHẤT

**5.000.000đ**

Anh Phạm Ngọc Hùng

### GIẢI NHÌ

**3.000.000đ**

Chị Hồ Vinh Trang

### GIẢI BA

**2.000.000đ**

Anh Lê Việt Cường

Các anh/chị trúng giải vui lòng liên hệ với chị Lê Khánh Huyền - 037 6646 611; cung cấp STK ngân hàng để BTC tiến hành các thủ tục thanh toán và nhận giải thưởng. Chương trình Ngày hội mua hàng vẫn còn tiếp diễn với nhiều giải thưởng hấp dẫn. Xin chào và hẹn gặp lại anh/chị vào kỳ quay số Quý 12/2023.

# Chia sẻ cùng FIT

Sức mạnh của văn hóa doanh nghiệp

Tác giả: Dương Thị Minh Nguyệt

# SỨC MẠNH CỦA
# Văn hóa Doanh nghiệp

*Văn hóa doanh nghiệp không chỉ là một phần quan trọng của F.I.T Group mà đang là trái tim hồng tạo nên sức sống và nhiệt huyết của Tập đoàn. Nó tạo nên sự nhất quán và sức mạnh tinh thần, đồng thời hỗ trợ tăng cường hiệu suất làm việc cho tập thể CBNV.*

*Chị Dương Thị Minh Nguyệt - Trưởng ban HCNS F.I.T Group*

Trải qua 16 năm hình thành và phát triển, F.I.T Group đã trở thành một tập đoàn vững mạnh sở hữu các công ty hoạt động trong các ngành hàng cơ bản, thiết yếu với nhiều nhà máy sản xuất tại nhiều vùng miền tổ quốc, sản phẩm của F.I.T Group đã được phân phối trên toàn quốc và trên thị trường quốc tế.

Trên con đường phát triển, F.I.T Group luôn nhận thức rất rõ vai trò của văn hóa doanh nghiệp. Bởi văn hóa doanh nghiệp quyết định sức mạnh và thành công của một tổ chức. Văn hóa doanh nghiệp định hình cách nhân viên tương tác, làm việc cùng nhau và đối xử với khách hàng. Bản chất văn hóa doanh nghiệp là vô hình nhưng nó có sức mạnh to lớn, tạo nên bức tranh tổng thể về giá trị và định hình động lực làm việc của mọi người trong tổ chức.

Với nhận thức đó, F.I.T Group đã nhanh chóng đưa ra Sứ mệnh, Tầm nhìn và Giá trị cốt lõi phù hợp. Trong đó mục tiêu theo đuổi của F.I.T Group là "Tập đoàn thịnh vượng, đa ngành với các sản phẩm và dịch vụ khác biệt, đẳng cấp, dẫn đầu, mang lại chất lượng cuộc sống tốt đẹp hơn. Nơi hội tụ nhân tài, được xã hội tôn vinh" và sứ mệnh hướng tới là "Nâng tầm chất lượng cuộc sống bằng sản phẩm và dịch vụ vượt trội" cùng 5 giá trị cốt lõi mới:

- Thành tâm
- Khát khao chiến thắng
- Thực thi hoàn hảo
- Cải tiến liên tục
- Tuân thủ

F.I.T Group cam kết tạo môi trường làm việc bình đẳng, tôn trọng lẫn nhau, khuyến khích phát triển cán bộ nhân viên từ bên trong nội bộ, đồng thời lựa chọn những nhân tố mới phù hợp cả về chuyên môn và văn hóa của Công ty. F.I.T Group hướng đến sự chân thành, thiện chí và tôn trọng đồng nghiệp, đối tác, cổ đông, luôn tận tâm và trách nhiệm trong mọi hoạt động của tổ chức. Các thành viên phù hợp đứng trong đội ngũ F.I.T Group phải là những người luôn luôn có hoài bão cháy bỏng, sẵn sàng đương đầu với thử thách và quyết tâm giành chiến thắng. Trong công việc, các thành viên trong F.I.T Group thể hiện rõ sự đoàn kết, quyết liệt, hiểu rõ mục tiêu và cam kết đeo bám, vượt qua mọi trở ngại để hoàn thành xuất sắc mục tiêu. Trong môi trường kinh doanh nhiều biến động như hiện nay, việc luôn tự hoàn thiện mỗi ngày theo hướng chuyên nghiệp, sáng tạo, hiệu quả và hướng tới kết quả của ngày hôm nay luôn tốt hơn ngày hôm qua sẽ là điều tiên quyết giúp CBNV của F.I.T Group luôn tự tin tiến về phía trước, đón đầu những tiến bộ, phát triển của nền kinh tế, công nghệ, xã hội, từ đó giúp F.I.T Group phát triển bền vững. Ngoài ra, F.I.T Group luôn quán triệt tinh thần tuân thủ cao tới toàn Tập đoàn, nói không với những hành vi đi trái với pháp luật, các quy định của Công ty.

Đồng hành với những nét văn hóa trên, không thể không nhắc đến một văn hóa rất đặc trưng của F.I.T Group là văn hóa OGSM. OGSM được coi là kim chỉ nam cho mọi hoạch định, triển khai, kiểm soát chiến lược và hành động của F.I.T Group. Là một mô hình tâm đắc của Chủ tịch, đã được minh chứng sự đúng đắn bằng sự phát triển của F.I.T Group từ năm 2010 đến nay. Nghe thì có vẻ lý thuyết và vĩ mô nhưng OGSM đang ngày càng trở thành một nét văn hóa vô cùng đặc biệt của F.I.T Group. Hàng năm, hoạt động xây dựng OGSM với sự tham gia, đóng góp ý tưởng của toàn bộ các lãnh đạo cấp cao và cấp trung toàn Tập đoàn được khởi động từ khoảng tháng 9 và được hoàn thành muộn nhất vào tháng 11. Từng thành viên trong F.I.T Group đều được truyền thông, được hiểu về mục tiêu, chiến lược của Tập đoàn thông qua Hội nghị roll out OGSM hàng năm. Mô hình này còn được CBNV hiểu và vận dụng linh hoạt cả trong cuộc sống cá nhân bởi sự logic và sức bật kỳ diệu của nó. Bằng sự lan

tỏa không ngừng nghỉ từ những buổi đào tạo đầy tâm huyết Chủ tịch Tập đoàn, các CEO/COO các Công ty thành viên và các quản lý cấp trung, văn hóa OGSM đã và đang được len lỏi, được thấm nhuần hồn túy và sự kỳ diệu của nó trong việc hoạch định, triển khai mục tiêu.

Những nền tảng văn hóa nêu trên đã giúp CBCNV của F.I.T Group luôn tự hào được là thành viên của một tổ chức nhân văn, luôn hướng đến con người, tạo ra những giá trị tốt đẹp cho xã hội và cuộc sống bằng những sản phẩm và dịch vụ khác biệt, vượt trội. Ở F.I.T Group, mọi thành viên luôn được đánh giá cao, được ghi nhận và tạo cơ hội phát triển nghề nghiệp phù hợp với bản thân, được cảm thấy có ích cho xã hội bởi mình là một thành tố trong quá trình tạo ra sản phẩm, dịch vụ tốt. Bởi vậy mà kết quả khảo sát sự hài lòng của CBNV đối với văn hóa của Tập đoàn luôn tích cực, những nhân sự phù hợp đều có mong muốn gắn bó, phát triển lâu dài tại F.I.T Group.

Văn hóa doanh nghiệp không chỉ là một phần quan trọng của F.I.T Group mà đang là trái tim hồng tạo nên sức sống và nhiệt huyết của Tập đoàn. Nó tạo nên sự nhất quán và sức mạnh tinh thần, đồng thời hỗ trợ tăng cường hiệu suất làm việc cho tập thể CBNV. Với những nét văn hóa tích cực cộng hưởng với một môi trường làm việc tích cực, chú trọng đến hoạt động đào tạo, phát triển và ghi nhận tưởng thưởng xứng đáng, tạo cơ hội phát triển nghề nghiệp phù hợp cho CBNV, F.I.T Group tự hào sẽ là nơi thu hút nhân tài mạnh mẽ và được xã hội tôn vinh.

# FITINSIDER

**ẤN PHẨM LƯU HÀNH NỘI BỘ TẬP ĐOÀN F.I.T**


## CHỊU TRÁCH NHIỆM NỘI DUNG

Hồ Vinh Trang

## BIÊN TẬP

Đinh Thu Hà
Nguyễn Thị Hương
Lê Khánh Huyền
Trần Minh Nhật
Dương Thị Minh Nguyệt
Lý Thiện Thanh
Phạm Dương Khánh Ngân

## MỸ THUẬT

Trần Thị Mai Anh

Trụ sở: Tầng 5 Times Tower, Số 35 Lê Văn Lương, Thanh Xuân, Hà Nội
Trụ sở: (84-24) 7309.4688
CN HCM: (84-28) 7309.4688
CN HCM: 276 Nguyễn Đình Chiểu, P. Võ Thị Sáu, Q. 3, TP. HCM
info@fitgroup.com.vn
www.fitgroup.com.vn