

ĐIỆN QUANG phấn đấu cho mục tiêu **THƯƠNG HIỆU QUỐC TẾ**

Phát triển theo mô hình tập đoàn đa quốc gia; Giữ vững vị thế là thương hiệu có độ nhận biết số 1 trong lĩnh vực chiếu sáng tại Việt Nam; Đưa Điện Quang trở thành một thương hiệu quốc tế là những mục tiêu mà Điện Quang hướng tới trong tương lai gần. Trên cơ sở đánh giá ngành chiếu sáng, sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong ngành, phân tích các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của doanh nghiệp ông Hồ Quỳnh Hưng - Chủ tịch HĐQT Công ty đã chia sẻ với Tạp chí Công Thương về định hướng chiến lược giai đoạn 2013 - 2017 của Điện Quang.

Tạp chí Công Thương xin trân trọng giới thiệu cùng bạn đọc.

Tương lai ngành chiếu sáng

Với những quy định về việc cấm sản xuất và lưu thông các sản phẩm tiêu hao nhiều điện năng như đèn sợi đốt (đèn dây tóc); quy định về tiêu chuẩn chất lượng của sản phẩm chiếu sáng lưu thông trên thị trường, các quy định về dán nhãn tiết kiệm năng lượng bắt buộc cũng như các chính sách thuế sẽ ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp tới đến lượng cung hàng hóa trên thị trường và qua đó thay đổi hành vi của người tiêu dùng.

Cùng với yếu tố tác động của chính sách, yếu tố kỹ thuật và công nghệ cũng tác động nhiều tới ngành này. Tốc độ phát triển nhanh chóng của việc ứng dụng công nghệ đèn LED vào ngành

chiếu sáng dân dụng sẽ thay đổi diện mạo của ngành chiếu sáng đặc biệt trong lĩnh vực chiếu sáng trang trí. Cùng với việc giá thành sản xuất đèn LED đang giảm một cách nhanh chóng thì việc đèn LED thay thế cho các loại đèn huỳnh quang hiện đang phổ biến trên thị trường sẽ diễn ra trong tương lai không xa.

Chưa kể tốc độ đô thị hóa cũng ảnh hưởng nhiều tới ngành chiếu sáng. Khu vực nông thôn hiện tại vẫn đang sử dụng nhiều các loại đèn sợi đốt tiêu hao nhiều điện năng. Do vậy, cùng với quá trình đô thị hóa người tiêu dùng ở khu vực nông thôn sẽ dần chuyển sang sử dụng các sản phẩm đèn chiếu sáng tiết kiệm năng lượng hơn và đẹp về kiểu dáng.





“Cuộc cạnh tranh chất xám”

Có thể phân nhóm các đối thủ tham gia trên thị trường ngành chiếu sáng thành những nhóm như sau:

- Nhóm các doanh nghiệp sản xuất trong nước: rào cản kỹ thuật đối với ngành bóng đèn là khá cao nên hiện ở Việt Nam chỉ có 02 doanh nghiệp lớn sản xuất bóng đèn là Điện Quang ở phía Nam và Rạng Đông ở phía Bắc. Đây là những doanh nghiệp khá lâu đời tại Việt Nam nên được nhiều người tiêu dùng biết đến. Sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong nhóm này chủ yếu là sự cạnh tranh về giá do sự tương đồng về mẫu mã, tính năng và chất lượng sản phẩm. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp trong nhóm này cũng phải chịu sự cạnh tranh gay gắt về giá với các sản phẩm có xuất xứ từ Trung Quốc. Tuy nhiên, do chất

lượng sản phẩm và chế độ bảo hành của các sản phẩm Trung Quốc thấp nên áp lực cạnh tranh là không lớn.

- Nhóm các công ty nước ngoài: đây là sản phẩm chiếu sáng của các công ty đã có thương hiệu và uy tín trên thị trường thế giới như Philips, Osram, Toshiba, Panasonic,... Do là những thương hiệu quốc tế nên giá bán đối với các sản phẩm này không phải là yếu tố quyết định hành vi của người tiêu dùng. Đối tượng sử dụng các sản phẩm này chủ yếu là các công trình nhà hàng, khách sạn, cao ốc văn phòng và căn hộ cao cấp.

- Nhóm các doanh nghiệp nhập khẩu từ Trung Quốc và sản phẩm từ Trung Quốc: Các sản phẩm chiếu sáng từ Trung Quốc hầu hết được nhập khẩu về Việt Nam theo đường phi thuế nên khâu kiểm soát chất lượng sản phẩm,

chế độ bảo hành... rất thấp. Các sản phẩm này được tiêu thụ trên thị trường nhắm vào đối tượng khách hàng phổ thông, chuộng giá rẻ. Tuy nhiên, nhìn chung dòng đời của các dòng sản phẩm này là không cao do chất lượng không được đảm bảo lại không có chính sách bảo hành tốt.

Giải pháp cho một thương hiệu quốc tế

Trên cơ sở đánh giá tình hình kinh tế vĩ mô, ngành chiếu sáng và sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong ngành cũng như phân tích các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức định hướng chiến lược chung giai đoạn 2013 - 2017 của Điện Quang sẽ tập trung vào những mục tiêu chính:

Giữ vững vị thế là thương hiệu có độ nhận biết số 1 trong lĩnh vực chiếu sáng tại Việt Nam. Đưa Điện Quang trở thành một thương hiệu quốc tế.

Phát triển bản sắc văn hóa Điện Quang

Điện Quang có một văn hóa doanh nghiệp có bản sắc riêng, cần tiếp tục hoàn thiện và phát huy bản sắc văn hóa này để các hoạt động của Điện Quang ngày càng chuyên nghiệp hơn và phù hợp với định hướng phát triển.

Chú trọng công tác đào tạo và huấn luyện văn hóa doanh nghiệp, đảm bảo mọi thành viên của Điện Quang hiểu và làm theo văn hóa doanh nghiệp.

Chăm lo nguồn nhân lực

Xây dựng một hệ thống quản trị nguồn nhân lực hiện đại, trong đó: Gắn liền thành tích và thu nhập của người lao động với hiệu quả thực hiện các chiến lược, các mục tiêu của doanh nghiệp. Mọi vị trí đều có thể thay thế với tác

động ít nhất lên hệ thống. Mọi cá nhân đều có cơ hội thể hiện và chứng minh năng lực bản thân cũng như có khả năng thăng tiến theo năng lực.

Xây dựng và hoàn thiện các chính sách thu hút và giữ chân nhân tài thông qua các chương trình lương, thưởng, ESOP...

Quan tâm, chăm lo đến đời sống vật chất, tinh thần cũng như giáo dục trách nhiệm xã hội cho người lao động.

Tập trung vào nhóm sản phẩm tiết kiệm điện

Tiếp tục theo đuổi chiến lược đã và đang áp dụng thành công tại Điện Quang trong thời gian qua, tập trung vào nhóm các sản phẩm an toàn, tiết kiệm và thân thiện môi trường, đáp ứng được các yêu cầu trong nước và quốc tế liên quan. Đặc biệt Điện Quang tiếp tục đa dạng hóa sản phẩm với những tính năng khác biệt, vượt trội so với các sản phẩm khác trên thị trường. Đa dạng hóa các sản phẩm trên cơ sở tận dụng hệ thống phân phối hiện có. Ưu tiên phát

triển các nhóm sản phẩm chiếu sáng trước các thiết bị điện.

Không cạnh tranh về giá

Không cạnh tranh về giá. Giá sản phẩm tương ứng với định vị thương hiệu, định vị sản phẩm. Tuy nhiên, cần kiểm soát thật tốt giá thành để tối đa hóa lợi nhuận và ổn định giá bán. Ưu tiên các điều kiện thanh toán an toàn, nhất là trong tình hình nền kinh tế còn nhiều khó khăn và bất ổn.

Đẩy mạnh xuất khẩu

Đối với thị trường trong nước: Duy trì các giải thưởng lớn và uy tín theo định kỳ như: “Thương hiệu quốc gia”, “Hàng Việt Nam chất lượng cao”. Tiếp tục hoàn thiện hệ thống phân phối theo hướng chuyên nghiệp, hiệu quả và mang đến dịch vụ cao nhất cho khách hàng. Ngoài kênh phân phối truyền thống, đẩy mạnh các kênh phân phối hiện đại như siêu thị, công trình, dự án, online, TV shopping,...

Đối với thị trường xuất khẩu, tập trung xuất khẩu các sản phẩm

mang thương hiệu của Điện Quang. Ưu tiên tập trung các thị trường chưa có thương hiệu nội địa hoặc thương hiệu nội địa không mạnh như Trung và Nam Mỹ, Châu Phi, Nam Á. Xây dựng hệ thống phân phối tại các thị trường có nhiều điểm tương đồng với Việt Nam nhưng chưa có hệ thống phân phối mạnh như Myanmar, Lào, Campuchia,...

Đón đầu công nghệ

Công tác nghiên cứu phát triển phải đáp ứng các tiêu chí An toàn - Tiết kiệm - Thân thiện môi trường và phải định hướng đến người tiêu dùng.

Xây dựng các chương trình R&D dài hạn, nghiên cứu và ứng dụng đón đầu công nghệ. Công tác nghiên cứu phát triển cần thực hiện trong tất cả các lĩnh vực của sản xuất như: Nghiên cứu cơ bản ngành chiếu sáng, điện - điện tử. Nghiên cứu vật liệu mới, ứng dụng nguyên vật liệu mới để giảm giá thành, tăng cường tính năng và chất lượng sản phẩm, tạo lợi thế cạnh tranh. ■

