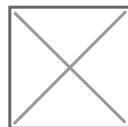


Công ty CP Quốc tế Sơn Hà: Luôn tiến về phía trước

10:15 13/01/2014

(TH&CL) Công ty CP Quốc tế Sơn Hà

(TH&CL) Công ty CP Quốc tế Sơn Hà (tiền thân là Công ty TNHH Cơ Kim khí Sơn Hà), được thành lập năm 1998. Trải qua một quá trình nỗ lực không mệt mỏi, từ một cơ sở sản xuất bồn chứa nước Inox, Sơn Hà đã định hướng phát triển thành nhà sản xuất thép không gỉ hàng đầu tại Việt Nam. Nhân dịp năm mới 2014, phóng viên Thương hiệu & Công luận đã có cuộc phỏng vấn Phó TGD Công ty CP Quốc tế Sơn Hà, ông Đàm Quang Hùng, xung quanh vấn đề này.



Thương hiệu Sơn Hà được biết đến là một trong những nhà cung cấp bồn nước đầu tiên tại Việt Nam. Xin ông cho biết, Sơn Hà ra đời dựa trên ý tưởng nào?

Sơn Hà là tên ghép của hai thành viên sáng lập của Công ty CP Quốc tế Sơn Hà. Nó thể hiện sự gắn kết của thành viên gia đình, công ty. Nói rộng ra, Sơn Hà mong muốn mang đến nhiều tiện ích cho người tiêu dùng trong nước và quốc tế.

Sản phẩm chính của Sơn Hà tập trung vào những ngành hàng nào?

Hiện nay, Sơn Hà đang tập trung vào 2 mảng ngành hàng chính, gồm: Ngành hàng gia dụng với nhóm sản phẩm thiết bị nước nóng năng lượng mặt trời Thái Dương Năng, chậu rửa, bồn chứa nước inox, bồn chứa nước nhựa; Ngành hàng công nghiệp với nhóm các sản phẩm ống thép inox công nghiệp và trang trí, thép cuộn cán nguội, thanh la, thanh V inox...

Chất lượng là sự bảo đảm tốt nhất lòng trung thành của khách hàng, yếu tố này được Sơn Hà đảm bảo như thế nào?

Sơn Hà đã tạo dựng được thương hiệu và sự tin tưởng của khách hàng trong nước cũng như nước ngoài, nhờ luôn đảm bảo chất lượng sản phẩm từ khâu nguyên vật liệu, máy móc thiết bị sản xuất, máy móc thiết bị kiểm tra, đến chất lượng lao động, dịch vụ. Sơn Hà đã đạt được nhiều chứng chỉ chứng nhận về hệ thống quản lý ISO9001-2008 và chứng chỉ quản lý chất lượng sản phẩm PED-TUV.

Ông đánh giá ra sao về đội ngũ nhân lực của Sơn Hà?

Tại Sơn Hà, năng lực của cá nhân luôn được đề cao trong tổng thể hoạt động của công ty. Nhiều nhân sự đã gắn bó với Sơn Hà từ những ngày đầu thành lập. Chúng tôi rất quan tâm - cũng như tạo điều kiện tốt nhất về thu nhập, môi trường làm việc để họ phát triển năng lực cá nhân, đóng góp cho công ty.

“Chỉ cần khách hàng đến với chúng ta, tức là khách đã mua một nửa món hàng” - Ông nghĩ gì về điều này?

Để khách hàng nhớ đến một thương hiệu đã là một thành công của DN. Khách hàng đã nhớ và đến với DN thì đó là một thành công rất lớn.

Danh hiệu “Sao vàng Đất Việt 2013” có ý nghĩa thế nào với Sơn Hà?

Sự đánh giá của khách hàng và của Hội đồng bình chọn giải thưởng là sự đánh giá khách quan, mang lại cho Sơn Hà nhiều vinh dự khi đứng trong Top 100, nhưng thực sự đây cũng là một thử thách lớn đối với công ty. Vì vậy, chúng tôi luôn phải tiến về phía trước để làm tốt hơn, đáp ứng được sự tin tưởng này.

Chủ tịch HĐQT Lê Vĩnh Sơn được biết đến là người rất giỏi trong việc nắm bắt cơ hội, đi tắt đón đầu, điều này có tác động thế nào đến cá nhân ông và DN?

Cá nhân tôi có thể nói, tầm nhìn của Chủ tịch HĐQT đã ảnh hưởng rất lớn đến sự lớn mạnh của Sơn Hà hôm nay. Với bản thân tôi, khi làm việc tại công ty, nhờ đó mà trưởng thành hơn rất nhiều.

Cục QLCT (Bộ Công Thương) có kiến nghị sơ bộ về việc áp thuế chống bán phá giá đối với thép cuộn cán nguội không gỉ, điều này có ảnh hưởng thế nào đối với Sơn Hà?

Sơn Hà có sử dụng thép không gỉ cán nguội, là đối tượng của vụ kiện chống bán phá giá để sản xuất các sản phẩm hạ nguồn. Việc áp dụng sắc thuế này, không chỉ ảnh hưởng đến Sơn Hà mà còn ảnh hưởng trực tiếp đến người tiêu dùng và các vấn đề an sinh xã hội

khác của Việt nam.

Phải chăng, trong thách thức, Sơn Hà đã có những định hướng cho riêng mình?

Trong khó khăn thì mọi người luôn tập trung để tìm kiếm hướng đi mới, sáng tạo hơn. Sơn Hà cũng không nằm ngoài quy luật đó. Chúng tôi cũng tập trung vào phát triển ngành hàng cốt lõi của mình là các sản phẩm công nghiệp...

Trân trọng cảm ơn ông!

Nguyễn Kiên (Thực hiện)