TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

190 doanh nghiệp có sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia năm 2024 được vinh danh

05:22 05/11/2024

Tối 4/11, tại Trung tâm Hội nghị quốc gia đã diễn ra Lễ Công bố sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam năm 2024 với chủ đề "Vươn mình tiến vào Kỷ nguyên xanh".

Đây là những sản phẩm đáp ứng hệ thống các tiêu chí của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam và là những sản phẩm tiêu biểu, đại diện cho Thương hiệu Việt Nam.

Thương hiệu quốc gia Việt Nam đã có những bước tiến vượt bậc

Tại lễ công bố, Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính chúc mừng sự nỗ lực, cũng như những đóng góp quan trọng của cộng đồng doanh nhân, doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là 190 doanh nghiệp có sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia năm 2024. Thủ tướng nhấn mạnh: Đây đều là những doanh nghiệp có kết quả kinh doanh ấn tượng với tổng doanh thu năm 2023 đạt 2,4 triệu tỷ đồng, tổng nộp ngân sách nhà nước khoảng 150 nghìn tỷ đồng, bảo đảm công ăn, việc làm cho trên 600 nghìn lao động và người dân, tích cực tham gia vào các hoạt động an sinh xã hội, góp phần thúc đẩy phát triển nhanh và bền vững của đất nước.



Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính phát biểu tại buổi Lễ

Thủ tướng đánh giá: Qua hơn 20 năm, Chương trình Thương hiệu quốc gia ngày càng khẳng định là một trong những Chương trình uy tín, chất lượng. Số doanh nghiệp có sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia liên tục tăng qua các năm, từ 30 doanh nghiệp năm 2008 lên 190 doanh nghiệp năm 2024.

Chương trình vừa khẳng định chất lượng các sản phẩm, dịch vụ sản xuất tại Việt Nam, vừa khẳng định năng lực, trí tuệ, bản lĩnh, tính linh hoạt, sức sáng tạo của doanh nghiệp Việt, góp phần tạo dựng vị trí vững chắc tại thị trường trong nước và tô thắm hai chữ "Việt Nam" trên thị trường quốc tế; khẳng định sự đóng góp to lớn của doanh nghiệp Việt Nam trong công cuộc xây dựng Thương hiệu quốc gia.

Theo đánh giá của Brand Finance, trong những năm gần đây, thương hiệu quốc gia Việt Nam đã có những bước tiến vượt bậc. Việt Nam không chỉ lọt vào Top 100 quốc gia có thương hiệu mạnh, mà còn là quốc gia có tốc độ tăng trưởng giá trị thương hiệu nhanh nhất thế giới trong giai đoạn 2019-2022. Giá trị thương hiệu của Việt Nam năm 2024 được xếp thứ 32/193 quốc gia được đánh giá, đạt 507 tỷ USD, tăng 1 bậc về thứ hạng và tăng 2% về giá trị so với năm 2023.

Thủ tướng lưu ý: Trong bối cảnh chuyển đổi số, chuyển đổi xanh, kinh tế tuần hoàn là xu hướng tất yếu; thế giới đang chuyển dần từ mô hình kinh tế tiêu thụ tài nguyên truyền thống sang kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, kinh tế tri thức, kinh tế chia sẻ, kinh tế ban đêm. Không nằm ngoài xu hướng đó, các doanh

nghiệp Việt với khả năng sáng tạo của mình có thể tận dụng cơ hội này để vươn lên, đóng vai trò tích cực trong sự chuyển dịch toàn cầu.

Vì vậy, các doanh nghiệp với thương hiệu quốc gia của mình không chỉ phát triển các ngành kinh doanh truyền thống, mà còn phải dồn lực để thu hút đầu tư và tạo sức bật cho các ngành, lĩnh vực tiên phong; không chỉ tăng trưởng dựa vào vốn, vào khai thác tài nguyên như trước, mà phải dựa vào khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo; không chỉ là phát huy, làm mới các động lực tăng trưởng truyền thống mà còn phải phát huy được các động lực tăng trưởng mới đến từ kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, kinh tế số, kinh tế tri thức, kinh tế chia sẻ.

Chúng ta cần hiểu rõ rằng thương hiệu không chỉ là sự khẳng định về chất lượng sản phẩm, mà còn là cam kết về phát triển bền vững để "Vươn mình tiến vào Kỷ nguyên Xanh".

Thủ tướng yêu cầu: Các doanh nghiệp đạt Thương hiệu quốc gia nói riêng và cộng đồng doanh nghiệp, doanh nhân Việt Nam nói chung cần tiếp tục phát huy những giá trị cốt lõi: Chất lượng - Đổi mới - Sáng tạo - Năng lực tiên phong. Tiếp tục phát huy truyền thống đoàn kết, gắn bó, vì lợi ích của doanh nghiệp gắn với lợi ích quốc gia, dân tộc, nỗ lực vượt khó, đổi mới sáng tạo, không ngừng nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh và từng bước cải thiện vững chắc năng lực cạnh tranh trong khu vực và toàn cầu, đóng góp cho sự phát triển nhanh và bền vững của đất nước.

Từ đó, Thủ tướng lưu ý thời gian tới các doanh nghiệp cần tập trung thực hiện tốt một số nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm sau:

Một là, không ngừng tập trung khai thác cơ hội từ xu hướng tăng trưởng xanh và phát triển bền vững; tiên phong trong cuộc cách mạng xanh; tận dụng lợi thế uy tín thương hiệu quốc gia, đồng thời kết hợp xây dựng thương hiệu sản phẩm với thương hiệu quốc gia Việt Nam; tích cực tìm kiếm, mở rộng thị trường quốc tế và tham gia sâu hơn vào các chuỗi cung ứng toàn cầu.

Hai là, không ngừng nâng cao năng lực quản trị hiện đại; áp dụng các tiêu chuẩn quản trị tiên tiến, minh bạch và lành mạnh; chú trọng đến yếu tố bền vững trong sản xuất.

Ba là, không ngừng đổi mới, sáng tạo, phát triển, ứng dụng khoa học công nghệ để nâng cao năng suất lao động và hiệu quả kinh doanh.

Bốn là, tiếp tục trau dồi bản lĩnh chính trị, bản lĩnh nghề nghiệp; tuân thủ quy định pháp luật; xung kích, đi đầu trên mặt trận phát triển kinh tế - xã hội.

Năm là, tập trung đào tạo nguồn nhân lực có chất lượng cao, tay nghề giỏi, chuyên môn sâu, trình độ quốc tế và làm việc chuyên nghiệp, phục vụ kịp thời yêu cầu phát triển sản xuất kinh doanh.

Sáu là, chú trọng xây dựng và nâng cao văn hóa doanh nghiệp, doanh nhân; bảo đảm đầy đủ quyền lợi cả về vật chất và tinh thần cho người lao động. Tích hợp giá trị cốt lõi của đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội vào chiến lược phát triển dài hạn của doanh nghiệp với công tác bảo vệ môi trường và phát triển cộng đồng.

Thủ tướng cũng nhấn mạnh: Công cuộc xây dựng và nâng tầm thương hiệu quốc gia Việt Nam của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam có nhiệm vụ trọng tâm, chiến lược là tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp phát triển và không ngừng nâng cao thương hiệu của doanh nhân, doanh nghiệp Việt Nam, các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ Việt Nam.

Minh chứng cho sự nỗ lực, sức sáng tạo, đổi mới không ngừng của doanh nghiệp

Chủ tịch Hội đồng Thương hiệu quốc gia, Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên cho biết: Chương trình thương hiệu quốc gia Việt Nam là chương trình xúc tiến thương mại đặc thù, dài hạn và duy nhất của Chính phủ được triển khai từ năm 2003 với mục tiêu đẩy mạnh phát triển thương hiệu quốc gia thông qua việc hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng và phát triển thương hiệu mạnh trên thị trường. Qua đó, quảng bá hình ảnh đất nước Việt Nam, là quốc gia có nền sản xuất phát triển, nhiều hàng hoá chất lượng cao, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, nâng tầm vị thế thương hiệu Việt Nam trên trường quốc tế.



Sau hơn 20 năm triển khai thực hiện, dưới sự quan tâm sát sao của lãnh đạo Đảng, Nhà nước, sự vào cuộc tích cực của các bộ, ban, ngành từ Trung ương tới địa phương cùng sự chủ động của cộng đồng doanh nghiệp với khát vọng vì một Việt Nam hùng cường thịnh vượng, chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam đã đạt được nhiều kết quả tích cực; thu hút được sự quan tâm đặc biệt của người tiêu dùng trong và ngoài nước, tạo bệ phóng vững chắc giúp doanh nghiệp Việt Nam vươn lên kiến tạo những giá trị và sức mạnh mới cho đất nước.

Thông qua chương trình, nhiều tập đoàn, doanh nghiệp Việt đã ý thức được vai trò của thương hiệu. Đây được xem như chìa khoá giúp gia tăng giá trị sản phẩm, giá trị doanh nghiệp bảo đảm giá trị bền vững, nhất là trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp lần thứ tư, chuyển đổi số, chuyển đổi xanh đang diễn ra mạnh mẽ và trở thành xu thế tất yếu trên phạm vi toàn cầu. Từ đó, chú trọng hơn cho xây dựng phát triển và quản trị thương hiệu, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh, khẳng định vị thế doanh nghiệp trên thị trường trong nước và quốc tế.

Theo Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên, doanh nghiệp có sản phẩm đạt danh hiệu quốc gia đã được liên tục tăng qua các kỳ xét chọn và khẳng định vai trò tiên phong, tạo hiệu ứng lan toả dẫn dắt doanh nghiệp khác cùng phát triển. Đồng thời, đi đầu trong nghĩa vụ với Nhà nước, tạo việc làm cho người lao động và bảo đảm an sinh xã hội. Từ đó, đóng góp vào việc gia tăng giá trị thương hiệu quốc gia, đưa Việt Nam vào nhóm các nước có thương hiệu mạnh trong khu vực và trên thế giới.

Việc xét chọn và tổ chức lễ công bố doanh nghiệp có sản phẩm đạt danh hiệu Thương hiệu quốc gia Việt Nam được tổ chức thường kỳ 2 năm một lần nhằm khuyến khích doanh nghiệp chia sẻ và theo đuổi các giá trị trụ cột của chương trình. Cùng đó, vinh doanh những doanh nghiệp, sản phẩm có uy tín, chất lượng hàng đầu quốc gia.

Sau 9 tháng rà soát thẩm định kỹ lưỡng hồ sơ của hơn 1.000 doanh nghiệp đăng ký tham gia, Hội đồng doanh nghiệp quốc gia đã thống nhất lựa chọn và công nhận 190 doanh nghiệp với 359 sản phẩm đủ điều kiện đạt danh hiệu Thương hiệu quốc gia Việt Nam, tăng 18 doanh nghiệp và 34 sản phẩm so với kỳ xét chọn trước và cao nhất từ trước tới nay. Có những doanh nghiệp tiếp tục đạt giải Thương hiệu quốc gia năm 2024 như: Công ty cổ phần lương thực A An, Công ty cổ phần Văn phòng phẩm Hồng Hà, Công ty cổ phần Điện lực Gelex, Công ty TNHH may thêu giày An Phước, Công ty cổ phần Giao hàng tiết kiệm...

“Kết quả này không chỉ khẳng định sự trưởng thành và sức cạnh tranh của doanh nghiệp trong nước mà còn minh chứng cho sự nỗ lực, sức sáng tạo, đổi mới không ngừng và năng lực tiên phong của cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam, góp phần cùng cả nước bước vào kỷ nguyên mới, kỷ nguyên vươn mình của dân tộc.” - Bộ trưởng Nguyễn Hồng Diên nhấn mạnh.

Minh Anh *(t/h)*