

Chủ tịch Hiệp hội Chống hàng giả và Bảo vệ thương hiệu Việt Nam: Thương hiệu chính là DN

20:01 18/04/2018

Nhân dịp Kỷ niệm 10 năm Ngày Thương hiệu Việt Nam (20/4/2008 - 20/4/2018), Chủ tịch Hiệp hội Chống hàng giả và Bảo vệ thương hiệu Việt Nam (VATAP), Lê Thế Bảo đã có cuộc trò chuyện với phóng viên Thương hiệu & Công luận, xung quanh vấn đề này.



Chủ tịch Hiệp hội Chống hàng giả và Bảo vệ thương hiệu Việt Nam, Lê Thế Bảo

Ông nhìn nhận thế nào về việc xây dựng thương hiệu của DN Việt hiện nay?

Từ năm 2008, Thủ tướng Chính phủ đã có quyết định chọn ngày 20/4 hàng năm là “Ngày Thương hiệu Việt Nam” - đây là chủ trương rất đúng và ngày càng

được đón nhận sự quan tâm từ Chính phủ, các địa phương, cộng đồng DN và mỗi cá nhân.

Việt Nam - hiện nay có một số thương hiệu sản phẩm, dịch vụ nổi tiếng, ở nhiều lĩnh vực khác nhau, chiếm lĩnh thị trường trong nước và bắt đầu vươn ra thế giới, tuy nhiên, số này còn khiêm tốn.

Trên thực tế, nhiều DN chưa nhận thức đúng về việc xây dựng, phát triển thương hiệu của đơn vị mình - còn có suy nghĩ đơn giản như việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu sản phẩm là không cần thiết (tốn kém, mất thời gian, thủ tục phiền hà...), họ chưa xác định được thương hiệu chính là vũ khí cạnh tranh, tài sản vô hình của DN.

Trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt hiện nay, nhiều thương hiệu, sản phẩm nổi tiếng của Việt Nam, nếu không đăng ký, bảo hộ nhãn hiệu tại các thị trường kịp thời, thì nguy cơ bị chiếm đoạt thương hiệu, rơi vào tranh chấp, kiện tụng với nước ngoài sẽ diễn ra thường xuyên hơn. Đó là chưa kể tới tình trạng hàng giả, hàng nhái, xâm phạm sở hữu trí tuệ, bản quyền sở hữu công nghiệp...

Chúng ta đang hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới, việc mở rộng thị trường, càng phải tính tới phát triển, gìn giữ và bảo hộ thương hiệu, nâng cao nhận thức về sở hữu trí tuệ. Song song đó, kịp thời xây dựng hàng rào kỹ thuật phù hợp với những cam kết quốc tế để bảo vệ sản xuất trong nước.

Giờ đây, DN cần phải làm gì để xây dựng, bảo vệ và phát triển thương hiệu trong quá trình hội nhập?

Xây dựng và bảo vệ được vững chắc thương hiệu - là vấn đề sống còn của mỗi DN. Trong bối cảnh hiện nay, thương hiệu sẽ giúp các DN khẳng định tên tuổi, vì vậy, mỗi DN cần phải xây dựng được chiến lược phát triển cụ thể, truyền thông mạnh mẽ để có thể bắt kịp xu hướng hội nhập.

Các DN cần đẩy mạnh việc xây dựng chiến lược sản phẩm, phát triển thương hiệu, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh của mình. Phải không ngừng nâng cao chất lượng giá trị sản phẩm, đổi mới công nghệ, tạo niềm tin cho người tiêu dùng.

Cần xác định: “Thương hiệu chính là DN” và “Doanh nghiệp chính là thương hiệu”!

Việt Nam đã ký kết nhiều hiệp định thương mại tự do (FTA), doanh nhân, DN Việt Nam ngày càng có nhiều cơ hội thuận lợi để vươn ra thị trường thế giới. Cùng với đó, cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang làm thay đổi nhanh chóng

về cách thức sản xuất. Bởi vậy, DN Việt cần hướng đến các sản phẩm mang thể mạnh của riêng mình.

Các DN cần hiểu rằng: Phải để người tiêu dùng cảm thấy thoải mái khi sử dụng dịch vụ, sản phẩm của DN mình, chứ không phải chỉ là tìm mọi cách cạnh tranh với những DN khác.

Khẳng định được thương hiệu trên thị trường trong nước đã khó, nhưng xây dựng thương hiệu trên thị trường nước ngoài càng khó hơn. Bởi vậy, các DN cần “vững chí”, “bền lòng” mới có thể thành công!

Bên cạnh đó, để bảo vệ và khẳng định giá trị thương hiệu của đơn vị, các DN cần đồng hành, phối hợp với các lực lượng thực thi trong việc cung cấp thông tin, phân biệt hàng thật, hàng giả, giúp lực lượng chức năng kiểm tra, xử lý những vi phạm về nhãn hiệu, vi phạm sở hữu trí tuệ, hàng nhái. Bởi vì, chính các DN là chủ sở hữu, nhãn hiệu sản phẩm đó, thương hiệu đó nên họ biết rõ nhất về sản phẩm của mình có bị làm giả hay không...

Vai trò của truyền thông trong việc xây dựng thương hiệu DN và những kiến nghị của VATAP?

Thời gian qua, các cơ quan truyền thông, báo chí đã làm rất tốt việc tuyên truyền, định hướng xã hội, giúp các DN có cái nhìn tổng thể, sát thực về thị trường hàng hóa, từ đó có kế hoạch, chiến lược xây dựng, phát triển thương hiệu cho DN.

Truyền thông đang là xu thế hiện nay, các DN có thể sử dụng rộng rãi, phục vụ các chiến dịch xây dựng thương hiệu và phát triển thị trường như giới thiệu, phát triển sản phẩm mới, nâng cao uy tín của thương hiệu và giúp DN xử lý, giải quyết khủng hoảng.

Tuy nhiên, các cơ quan truyền thông, báo chí cần đồng hành, sát cánh với cộng đồng DN nhiều hơn nữa, thường xuyên và liên tục. Tăng cường hơn nữa thời lượng tuyên truyền, cả về nội dung, hình thức, giúp xây dựng, quảng bá hình ảnh thương hiệu DN đến với người tiêu dùng.

Hiệp hội VATAP kêu gọi các DN, trong đó có các DN hội viên, cần chủ động cung cấp thông tin cho các cơ quan chức năng, cơ quan quản lý nhà nước, phối hợp với các lực lượng thực thi trong việc phát hiện, xử lý những vi phạm sở hữu trí tuệ; hỗ trợ tích cực, mạnh dạn hơn nữa cho các lực lượng thực thi trong việc phát hiện hàng giả, hàng nhái, làm ảnh hưởng đến uy tín, thương hiệu sản phẩm của mình.

Hãy đặt niềm tin vào các lực lượng thực thi!

Các DN cần thực hiện đầy đủ việc đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, kiểu dáng công nghiệp, nguồn gốc xuất xứ; thông tin rộng rãi để người tiêu dùng nắm bắt hàng giả, hàng nhái đối với sản phẩm của đơn vị mình (nếu có); cung cấp thông tin chính xác, kịp thời cho các lực lượng thực thi, quản lý chặt chẽ hệ thống phân phối các sản phẩm sản xuất, kinh doanh của mình.



Kiến nghị, Nhà nước nên cho phép những chi phí của DN trong lĩnh vực bảo vệ thương hiệu và chống hàng giả được hạch toán vào chi phí hợp lý của đơn vị.

Tạo điều kiện cho các lực lượng thực thi có kinh phí hoạt động - nên trích 50%/tổng thu từ nguồn thu chống buôn lậu, hàng giả và gian lận thương mại để giúp thêm kinh tế cho công tác tuyên truyền, điều tra, tiêu hủy hàng giả, biểu dương tổ chức, cá nhân có thành tích và đầu tư trang thiết bị.

Hỗ trợ các lực lượng thực thi về việc giám định hàng hóa (thật - giả) bằng biện pháp cho phép các lực lượng này lập hội đồng tư vấn trong các vụ việc và quyết định của họ sẽ là cơ sở để xử lý.

Bổ sung Công ty CP Tập đoàn Vinacontrol tham gia lực lượng giám định hàng giả, sở hữu trí tuệ - đây là đơn vị giám định có uy tín của Việt Nam.

Trân trọng cảm ơn Chủ tịch!

Nguyễn Kiên (Thực hiện)