TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Cộng đồng doanh nghiệp: Đồng hành cùng đất nước đổi mới

08:00 15/11/2021

Từ 2008, ngày 20/4 hằng năm được Thủ tướng Chính phủ quyết định chọn là "Ngày Thương hiệu Việt Nam". Xung quanh vấn đề này, PV đã có cuộc trao đổi với Phó chủ tịch Tập đoàn Tuần Châu, Phó chủ tịch thường trực Hiệp hội Chống hàng giả và Bảo vệ thương hiệu Việt Nam (VATAP) Phạm Xuân Vinh.



Phó chủ tịch Tập đoàn Tuần Châu, Phó chủ tịch Hiệp hội VATAP Phạm Xuân Vinh

Đánh giá của ông về việc xây dựng và phát triển thương hiệu cho DN Việt hiện nay?

Nhằm ghi nhận những đóng góp và kịp thời động viên, khích lệ các DN Việt Nam trong hoạt động sản xuất, kinh doanh, Thủ tướng Chính phủ đã chọn ngày 20/4 hằng năm là "Ngày Thương hiệu Việt Nam". Đây là chủ trương rất đúng đắng và ngày càng được đón nhận sự quan tâm của Chính phủ, các địa phương, cộng đồng doanh nghiệp và mỗi doanh nhân.

Suốt những năm qua, cộng đồng doanh nghiệp, doanh nhân Việt Nam đã phấn đấu, nỗ lực không ngừng nghỉ trong việc xây dựng và phát triển thương hiệu, sản phẩm, góp phần tạo dựng uy tín cho các sản phẩm mang thương hiệu Việt Nam trên thị trường trong nước và thế giới, đóng góp to lớn vào sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, bên cạnh những thuận lợi, các doanh nghiệp Việt Nam phải đối mặt với không ít khó khăn, thách thức trong việc cạnh tranh với các sản phẩm mới. Vượt qua mọi khó khăn, thách thức, những năm qua, các doanh nghiệp đạt Thương hiệu quốc gia nói riêng và cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam nói chung đã chủ động sáng tạo, phát huy vai trò tiên phong và là động lực cho sự phát triển kinh tế - xã hội nước nhà.

Các doanh nghiệp có sản phẩm, dịch vụ đạt Thương hiệu quốc gia, ngày càng gia tăng, nhiều sản phẩm, hàng hóa gắn với thương hiệu Việt, khẳng định vị thế, uy tín trên thị trường.

Dưới sự chỉ đạo của Chính phủ, Bộ Công Thương, những năm qua, Hiệp hội VATAP đã tích cực phối hợp với các bộ, ngành, địa phương, hiệp hội ngành hàng, và các doanh nghiệp, tổ chức nhiều hoạt động kỷ niệm ngày "Thương hiệu Việt Nam 20/4"; tổ chức các chương trình vinh danh các đơn vị, doanh nghiệp có thương hiệu sản phẩm, dịch vụ tiêu biểu Việt Nam; biểu dương những gương mặt doanh nhân tiêu biểu..., được các đơn vị, cộng đồng doanh nghiệp hưởng ứng và đánh giá cao.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, hội nhập sâu rộng, các doanh nghiệp Việt cần làm gì để xây dựng, bảo vệ và phát triển thương hiệu?

Việt Nam đang trong giai đoạn hội nhập quốc tế sâu rộng, các doanh nghiệp, doanh nhân Việt ngày càng có nhiều cơ hội thuận lợi để vươn ra thị trường quốc tế. Đặc biệt, khi mở rộng thị trường, các doanh nghiệp cần hướng tới sự phát triển, gìn giữ và bảo vệ thương hiệu, nâng cao nhận thức về sở hữu trí tuệ.

Việc xây dựng và bảo vệ vững chắc thương hiệu - là vấn đề sống còn của mỗi doanh nghiệp. Trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp lần thứ 4, kỷ nguyên số, công nghệ số, thương hiệu sẽ giúp các doanh nghiệp khẳng định tên tuổi và vị

thế trên thương trường. Vì vậy, mỗi doanh nghiệp cần phải xây dựng được chiến lược phát triển cụ thể, chiến lược marketing cơ bản để có thể bắt kịp xu hướng hội nhập.

Các doanh nghiệp cần đẩy mạnh phát triển thương hiệu, không ngừng nâng cao chất lượng giá trị sản phẩm, đổi mới công nghệ, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh của mình, tạo niềm tin đối với người tiêu dùng.

Cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra với tốc độ nhanh, làm thay đổi bối cảnh toàn cầu và có tác động ngày một gia tăng đến Việt Nam, cả tác động tích cực cũng như bất lợi. Bởi vậy, doanh nghiệp Việt cần hướng đến các sản phẩm mang thế mạnh của riêng mình.

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 doanh nghiệp cần “vững chí”, “bền lòng” mới có thể thành công!

Để xây dựng một thương hiệu có giá trị bền vững, mấu chốt đó là chất lượng sản phẩm phải tốt, uy tín - làm nền tảng cơ bản nhất để xác lập niềm tin của người tiêu dùng. Đồng thời, doanh nghiệp cần xây dựng chiến lược kinh doanh dài hạn, cải thiện chất lượng dịch vụ tại tất cả các khâu từ sản xuất, lưu thông đến tiêu thụ; tiếp tục nâng cao năng suất lao động, giảm giá thành sản phẩm...

Khi thương hiệu tại thị trường trong nước được khẳng định, sẽ là nền móng vững chắc giúp doanh nghiệp đứng vững trước những khó khăn, tạo sức bật tiếp tục vươn ra thế giới.



Tuần Châu Đảo Ngọc, điểm đến du lịch hấp dẫn du khách trong nước và quốc tế

Thực trạng hàng giả, hàng nhái, hàng vi phạm sở hữu trí tuệ diễn biến tinh vi, khó lường, ảnh hưởng đến các doanh nghiệp làm ăn chân chính.

Suy nghĩ của ông về vấn nạn này?

Thực trạng hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng… vẫn diễn biến phức tạp. Để bảo vệ doanh nghiệp làm ăn chân chính, bảo vệ người tiêu dùng, BCĐ389/QG đã chỉ đạo các cơ quan quản lý nhà nước, lực lượng quản lý thị trường, công an, hải quan, thuế, biên phòng, cảnh sát biển… cùng các địa phương, nêu cao tinh thần trách nhiệm hơn nữa. Chủ động nắm bắt địa bàn, nhận diện đối tượng để kịp thời phát hiện, xử lý vi phạm.

Vấn đề bảo vệ thương hiệu, đang được các cấp, các ngành đặc biệt quan tâm. Để bảo vệ thương hiệu, các doanh nghiệp cần duy trì chất lượng sản phẩm của mình. Các hiệp hội, tổ chức xã hội cần phải vào cuộc, nâng cao vai trò quản lý, có định hướng tuyên truyền về sản phẩm để người tiêu dùng có thể nhận biết sản phẩm có chất lượng tốt, đồng thời truyền tải kiến nghị của doanh nghiệp, người tiêu dùng về sản phẩm kém chất lượng đến các cơ quan quản lý nhà nước.

Với sự vào cuộc quyết liệt của BCĐ389/QG, các cơ quan chức năng và các địa phương, tình hình buôn lậu, gian lận thương mại, sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng kém chất lượng, không rõ nguồn gốc sẽ từng bước được kiểm soát và đẩy lùi.

Để bảo vệ và khẳng định giá trị thương hiệu của mình, các doanh nghiệp cần chủ động 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 hành vi vi phạm về nhãn hiệu, vi phạm sỡ hữu trí tuệ. Bởi lẽ, chính các doanh nghiệp là chủ sở hữu, nhãn hiệu sản phẩm đó, thương hiệu đó, họ nắm bắt rõ nhất về sản phẩm của mình, có bị làm giả hay không.

Trên thực tế, nhiều doanh nghiệp vẫn 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…).

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.

Hiệp hội VATAP kêu gọi các doanh nghiệp nói chung và các doanh nghiệp hội viên nói riêng, 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 về 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.

Các doanh nghiệp 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 của mình.

Kỷ niệm Ngày Thương hiệu Việt Nam 20/4, tôi xin chúc cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam luôn tận dụng tốt mọi thời cơ để vượt qua mọi khó khăn, thách thức, đạt được nhiều kết quả hơn nữa trong hoạt động sản xuất, kinh doanh và xuất khẩu hàng hóa. Điều đó, nhằm duy trì, phát triển và bảo vệ thương hiệu, góp phần vào việc xây dựng và quảng bá Thương hiệu quốc gia trong sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội và hội nhập quốc tế của đất nước.

Trân trọng cảm ơn Phó chủ tịch!

Nguyễn Kiên *(Thực hiện)*